



REVISÃO DA POLÍTICA ESTADUAL DE TURISMO DE TOCANTINS

ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

SDP Nº: 003/SEPLAN/2013/BIRD/PDRIS

Proposta Final do PDITS para Peixe | Agosto 2019

PR-2027 | Projeto nº P121495



Índice de Conteúdos

Sumário Executivo.....	1
1. Introdução.....	25
2. Metodologia de envolvimento de stakeholders	29
2.1. Introdução.....	29
2.2. Realização das consultas públicas.....	29
2.3. Missões efetuadas às regiões envolvidas.....	35
2.4. Meios utilizados para divulgação e comunicação.....	42
3. Diagnóstico Estratégico.....	45
3.1. Enquadramento.....	45
3.2. Análise da demanda turística atual.....	47
3.3. Pesquisa de Demanda Potencial	66
3.4. Oferta turística	104
3.5. Análise da infraestrutura básica e dos serviços	118
3.6. Análise do quadro institucional.....	132
3.7. Análise dos aspectos socioambientais.....	139
3.8. Consolidação do Diagnóstico Estratégico	144
4. Estratégia de Desenvolvimento Turístico.....	166
4.1. Marco estratégico	166
4.2. Linhas estratégicas para o desenvolvimento turístico.....	170
5. Plano de Ação.....	188
5.1. Ações propostas para Peixe	189
5.2. Descrição das Ações Propostas.....	192
5.3. Dimensionamento do Investimento Total	213
5.4. Descrição das Ações Prioritárias	218
5.5. Avaliação dos Impactos Esperados	238

5.6. Definição de mecanismo de <i>feedback</i>	250
6. Anexos	256

Índice de Figuras

Figura 1. Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos de Peixe	8
Figura 2. Matriz de priorização de produtos turísticos em Peixe.	9
Figura 3. Posicionamento de Peixe na matriz estratégica de mercado.	11
Figura 4. Divulgação de consulta pública sobre a Política Estadual de Turismo Sustentável	32
Figura 5. Divulgação de consulta pública sobre os Planos de Ação	34
Figura 6. Percurso realizado e municípios (total de 9) visitados durante a 1ª missão,	36
Figura 7. Percurso realizado e municípios (total de 21) visitados durante a 2ª missão,	38
Figura 8. Momentos de interação com representantes do <i>trade</i> turístico durante a terceira missão, em Peixe (Junho 2018).....	40
Figura 9. Momentos de interação com representantes do <i>trade</i> turístico durante a quarta missão, em Peixe (Junho 2018).....	41
Figura 10. Publicações na página de Facebook do PDITS.....	43
Figura 11. Gênero dos visitantes.....	48
Figura 12. Estado civil dos visitantes.....	49
Figura 13. Grau de instrução dos visitantes	49
Figura 14. Ocupação dos visitantes.....	50
Figura 15. Faixa etária dos visitantes	50
Figura 16. Renda familiar mensal dos visitantes.....	51
Figura 17. UF's de origem dos visitantes.....	51
Figura 18. Distância origem-destino	52
Figura 19. Meios de informação sobre o destino	53
Figura 20. Motivação da viagem	53
Figura 21. Número de pernoites no destino	54
Figura 22. Frequência de visita ao destino.....	54
Figura 23. Meios de transporte utilizados para chegar ao destino.....	55
Figura 24. Meios de hospedagem utilizados pelos visitantes	55
Figura 25. Hotéis e pousadas utilizadas pelos visitantes	56

Figura 26. Configuração dos grupos de viagem	56
Figura 27. <i>Locais visitados durante a estadia</i>	58
Figura 28 - O melhor de Peixe na opinião dos visitantes	59
Figura 29 - O pior de Peixe na opinião dos visitantes	60
Figura 30. <i>Intenção de visitar o município de Peixe novamente</i>	61
Figura 31. <i>Potencial turístico por segmento</i>	62
Figura 32. <i>Locais do Tocantins já conhecidos pelos visitantes</i>	63
Figura 33. Origem dos entrevistados	71
Figura 34. Faixa etária dos entrevistados.....	72
Figura 35. Estado civil dos entrevistados	72
Figura 36. Grau de instrução dos entrevistados	73
Figura 37. Renda familiar mensal dos entrevistados	73
Figura 38. Ocupação principal dos entrevistados	74
Figura 39. Frequência anual de viagens a lazer.....	75
Figura 40. Configuração dos grupos de viagem	76
Figura 41. Período do ano preferido para as viagens a lazer	77
Figura 42. Duração média das viagens de lazer	77
Figura 43. Forma de organização da viagem.....	78
Figura 44. Fontes de informação utilizadas na organização da viagem.....	79
Figura 45. Fatores de influência sobre a escolha do destino de viagem	80
Figura 46. Imagens do Cartão 1 – utilizado na pesquisa	82
Figura 47. Segmentos turísticos que motivam as viagens	83
Figura 48. Tempo de permanência no destino numa potencial viagem.....	84
Figura 49. Imagens do Cartão 2 – utilizado nas pesquisa	85
Figura 50. Atividades turísticas que agradam os potenciais visitantes.....	86
Figura 51. Potencial configuração dos grupos de viagem.....	87
Figura 52. Período do ano preferido para a viagem ao Tocantins	87
Figura 53. Preferência por categoria de meio de hospedagem	88
Figura 54. Preferência por sistema de alimentação nos meios de hospedagem	88
Figura 55. Disponibilidade de tempo para o deslocamento até o destino	89
Figura 56. Tempo máximo de viagem agregado	89
Figura 57. Estimativa do tempo de permanência no destino	91
Figura 58. Expectativa em relação ao preço do pacote de viagem (por pessoa).....	92

Figura 59.	Potenciais turistas que relacionaram as fotos a algum destino turístico	93
Figura 60 .	Word Cloud – destinações	94
Figura 61.	Principais destinos concorrentes de Tocantins	95
Figura 62.	Entrevistados que já visitaram o Tocantins.....	96
Figura 63	Cidades e atrativos tocantinenses visitados pelos entrevistados	96
Figura 64.	Regiões visitadas pelos entrevistados.....	97
Figura 65	Intenção de retornar ao destino Tocantins.....	97
Figura 66.	Razões para não ter visitado o Tocantins.....	98
Figura 67.	Potenciais turistas que já ouviram falar de Tocantins	99
Figura 68	WordCloud – o que ouviu falar – Tocantins.....	99
Figura 69	O que ouviu falar do destino Tocantins	100
Figura 70.	Regiões apontadas	101
Figura 71.	Atrativos turísticos de Peixe (classificação de acordo com o volume turístico)	106
Figura 72.	Atrativos turísticos de Peixe	107
Figura 73.	Praia da Tartaruga	109
Figura 74.	Arquipélago do Tropeço	111
Figura 75.	Rede rodoviária da Ilha do Bananal	120
Figura 76.	Mapa da condição das rodovias na Ilha do Bananal	121
Figura 77.	Gestão descentralizada do turismo.....	134
Figura 78.	Mapa Estratégico do Estado (PPA 2016-2019).....	135
Figura 79.	Política Federal – Plano Nacional de Turismo e Prodetur Nacional.....	136
Figura 80.	Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos de Peixe	171
Figura 81.	Matriz de priorização de produtos turísticos em Peixe.	172
Figura 82.	Posicionamento de Peixe na matriz estratégica de mercado.	180
Figura 83.	Principais ativos turísticos valorizados em Peixe.	185
Figura 84.	Consulta Pública relativa à Política Estadual de Turismo Sustentável	256
Figura 72.	Consulta Pública relativa à Política Estadual de Turismo Sustentável	257

Índice de Tabelas

Tabela 1.	Estrutura do PDITS para Peixe	20
Tabela 2.	Missões realizadas ao Estado do Tocantins.....	35
Tabela 3 -	Gastos médios dos visitantes de Peixe.....	57



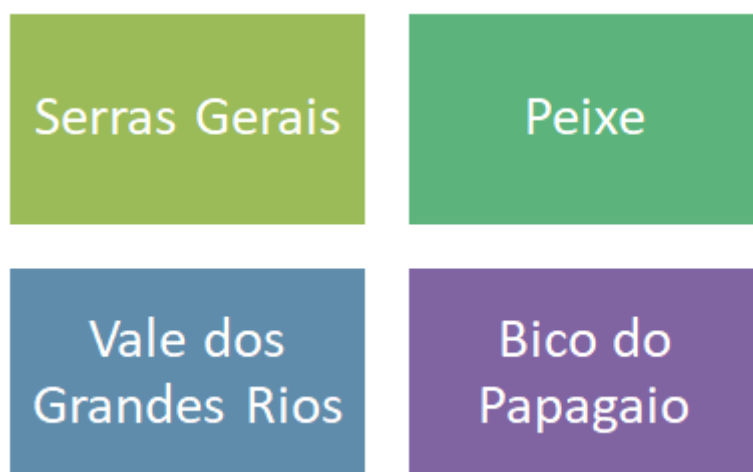
Tabela 4 - Gastos médios per capita dos visitantes de Peixe, por categoria	58
Tabela 5. <i>Sugestões de melhorias do destino</i>	60
Tabela 6. <i>Locais turísticos do TO que os visitantes desejam conhecer</i>	64
Tabela 7. Dados dos aeroportos utilizados na Pesquisa	68
Tabela 8. Formulários aplicados.....	70
Tabela 9. Atrativos presentes em Peixe	108
Tabela 10. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos em Peixe.....	111
Tabela 11. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos em Peixe de acordo com a Prefeitura e Sebrae.....	112
Tabela 12. Total de Equipamentos de Hospedagem em Peixe	115
Tabela 13. Total de Estabelecimentos de Alimentação em Peixe.....	116
Tabela 14. Evolução de indicadores no Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues	123
Tabela 15. Formas de abastecimento de água segundo o IBGE	125
Tabela 16. Tipo de Esgotamento Sanitário segundo o IBGE	126
Tabela 17. Destino do lixo dos domicílios particulares permanentes	127
Tabela 18. Distribuição de Energia Elétrica em Domicílios Particulares Permanentes.....	130
Tabela 19. Estabelecimentos de Saúde no Município de Peixe	130
Tabela 20. Equipamentos de Segurança presentes no município de Peixe.....	131
Tabela 21. Conselho Municipal	139
Tabela 22. Lista de ações propostas para Peixe	190
Tabela 23. Dimensionamento do Investimento Total no PDITS de Peixe	214
Tabela 24. Ações priorizadas pela consultoria e pelo <i>trade</i> turístico	219
Tabela 25. Investimentos do PDITS – Primeiros 18 meses	220
Tabela 26. Linhas de Base para o município de Peixe.....	253

Sumário Executivo



Sumário Executivo

O **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS)** engloba quatro regiões do Estado do Tocantins – **Serras Gerais, Peixe, Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio**. Elaborado de acordo com os incentivos do Ministério Nacional do Turismo e com base no Plano Nacional de Desenvolvimento Turístico, o PDITS propõe desenvolver o turismo com sustentabilidade em Regiões Turísticas prioritárias no Estado do Tocantins.

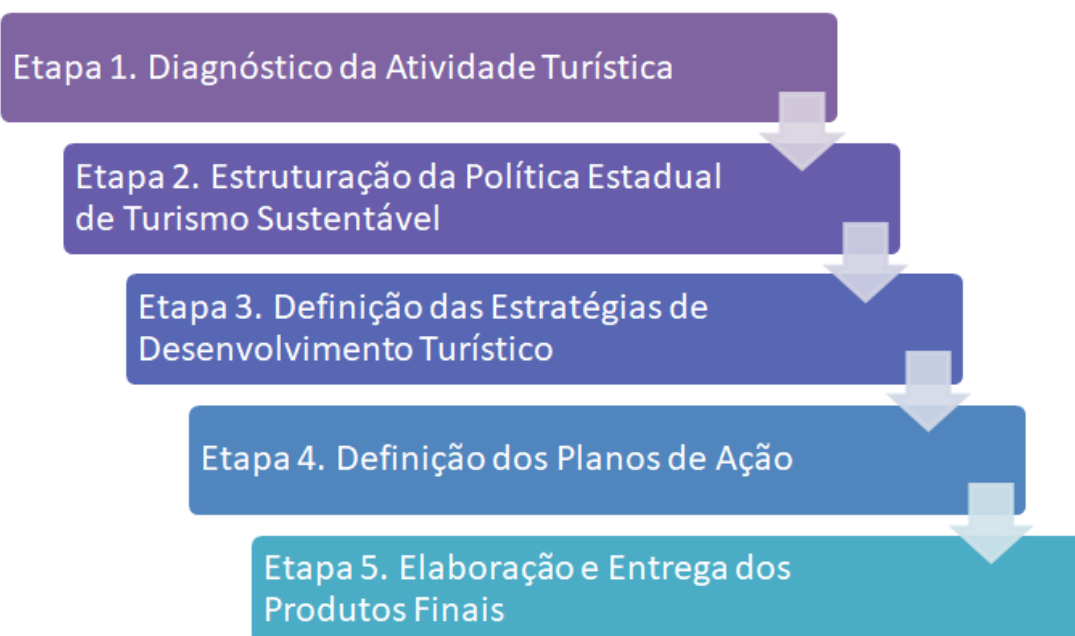


O Turismo Sustentável busca a compatibilização entre as expectativas dos turistas e os das regiões turísticas, garantindo a proteção do meio ambiente e estimulando o desenvolvimento da atividade em concordância com a sociedade local. Neste sentido, é vital a conscientização das comunidades locais sobre o papel do turismo como indutor do desenvolvimento econômico e gerador de novas oportunidades de emprego e melhoria da qualidade de vida.

Consistindo num instrumento de planejamento do turismo numa área geográfica selecionada, o PDITS possui como objetivo primordial direcionar o crescimento e desenvolvimento sustentável do setor turístico, para diferentes horizontes temporais (curto, médio e longo prazo).

O PDITS estabelece as bases para a definição de ações, as prioridades, e a tomada de decisão por parte de agentes públicos e privados. Este torna-se, por isso, no instrumento técnico de eleição para a gestão, coordenação e condução das decisões de política pública. Ao melhorar a capacidade empresarial, direcionar os investimentos e o acesso ao mercado turístico, o PDITS contribui de forma decisiva e substancial para o desenvolvimento do setor turístico.

O PDITS é composto por um total de nove produtos estruturados em cinco etapas, a saber:



OBJETIVOS DO PDITS

No sentido de orientar o desenvolvimento do Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável (PDITS) para o município de Peixe foi traçado um objetivo geral e um conjunto de objetivos específicos. Tanto um como outros buscam orientar a priorização das atividades turísticas e a elaboração de estratégias acertadas para o turismo sustentável em Peixe.

OBJETIVO GERAL

Orientar o desenvolvimento e o crescimento do turismo sustentável no município de Peixe preservando os ecossistemas socioambientais, proporcionando às comunidades locais a participação na atividade turística, gerando empregos e promovendo o incremento da renda.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivos Específicos	Prazo
Ordenar, desenvolver e promover os segmentos turísticos de Peixe: étnico, de base comunitária, de aventura, sol e praia, ecoturismo e pesca esportiva	Curto
Identificar as necessidades de infraestruturas de serviços e equipamentos do município de Peixe e seus acessos	Curto
Estruturar ações e instrumentos para a promoção, divulgação e comercialização dos destinos turísticos de Peixe	Curto
Fomentar a geração de emprego e renda por meio do estímulo às atividades de turismo sustentável reduzindo disparidades sociais e econômicas, promovendo a inclusão social e a distribuição de renda	Longo
Fomentar a prática do turismo sustentável, promovendo e incentivando a adoção de modelos de menor impacto socioambiental	Longo
Promover ações e projetos para facilitar a captação de recursos e investimentos para as atividades turísticas de Peixe;	Médio
Aumentar o fluxo de turistas, o tempo de permanência e gasto médios dos turistas em Peixe	Médio
Estimular a melhoria da gestão municipal para o turismo	Longo
Promover a participação de comunidades indígena, rural e quilombola na prestação de serviços turísticos, numa lógica de preservação da sua identidade e do seu ecossistema	Médio
Incentivar a preservação da identidade cultural das comunidades e populações tradicionais envolvidas com a atividade turística	Longo

ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA ATUAL

O município de Peixe é procurado por moradores de diversas regiões do Brasil, embora a demanda esteja concentrada no Tocantins e nos Estados vizinhos sendo que, em média, os visitantes percorrem uma distância de 608 km entre sua cidade de origem e Peixe. A

permanência média no município é de 2,4 noites no destino. No que concerne ao gasto médio por turista, o valor é de R\$ 420 aproximadamente.

Os segmentos de turismo de pesca e sol e praia são os mais procurados pela demanda, sendo um destino muito procurado por grupos de amigos. A fonte de informação mais utilizada para obter informação sobre do destino ainda são os amigos e familiares, e apenas 30% dos turistas consulta informação na internet.

Para a análise dos pontos fortes e fracos da oferta turística atual do município de Peixe, os visitantes foram convidados a apontar, de forma livre e espontânea, o que há de melhor no destino e também o que há de pior nele. Nas figuras seguintes é possível identificar quais foram os pontos positivos (azul) e negativos (vermelho).



OFERTA TURÍSTICA

A cidade de Peixe, localizada na região Sul do Tocantins, caracteriza-se por uma **história repleta de lendas, tradições e costumes** desde a época em que chegaram os colonizadores à procura de ouro. Atualmente ainda existem marcas desta vivência através das tradições, lendas e costumes que é possível encontrar em Peixe. Reza a lenda que uma grande cheia

provocada pelas águas do Rio Tocantins revelou um peixe cuja dimensão não tinha sido até então vista na localidade, dando assim origem ao nome do município. O município de Peixe evidenciou a sua propensão e potencialidade para os **segmentos de turismo natural e cultural**, sem se observar no entanto uma implementação de infraestruturas e promoção adequadas.

O município é atualmente procurado quase exclusivamente pelos seus **atrativos naturais** que se relacionam de alguma forma com as margens do Rio Tocantins, que potenciam o **ecoturismo e a pesca esportiva**.

Localizada à margem do Rio Tocantins, a cidade apresenta dentro dos seus limites territoriais o **Arquipélago do Tropeço**, composto por um **conjunto de 366 ilhas espalhadas pelo rio**. Considerado um dos mais belos trechos do Rio Tocantins, o local se destaca ainda pelas suas características que potenciam a pesca esportiva.

Para os turistas que procuram visuais paradisíacos existe ainda em Peixe a **Praia da Tartaruga**. Situada numa ilha com o mesmo nome, a praia está avaliada como uma das melhores do estado, em avaliações turísticas. O complexo turístico da Praia da Tartaruga apresenta areias brancas e águas transparentes potenciam a prática de banhos e esportes aquáticos. A **Ilha do Sossego**, localizada a 5 km do centro urbano é igualmente um dos principais atrativos naturais do município. Apesar de ainda apresentar fluxos turísticos e de ser apenas acessível por barco, a praia apresenta elevado potencial para se tornar num dos principais atrativos naturais no município.

A **nível cultural** destaca-se o artesanato que é produzido na vila de Lagoa do Romão, localizada a cerca de 40 km de Peixe. Considerada uma relíquia do artesanato tocantinense, a produção das peças a partir de capim dourado é possibilitada pela riqueza e abundância desta matéria-prima na área em que se situa o vilarejo. A produção local não se limita no entanto a estes artigos. Diversas peças distintas apresentam a marca do município de Peixe, tais como cerâmicas, cabaças, bijuterias, bolsas, trabalhos em crochê e bordados.

Relativamente ao segmento de **turismo religioso** destacam-se no município de Peixe a Festa de Santos Reis e o Festejo do Divino Espírito Santo. Em seguida são apresentados os principais atrativos turísticos que o município de Peixe tem para oferecer.

ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

A definição da estratégia teve como base a etapa de diagnóstico do PDITS, e pretende guiar as seguintes etapas do projeto, no sentido de estabelecer as prioridades para o desenvolvimento turístico de Peixe, quer a nível de localização, de segmentos de investimento e promoção prioritária e de estruturação de uma estratégia para as cinco componentes que guiam todo o PDITS - **Produto Turístico, Comercialização, Fortalecimento Institucional, Infraestrutura e Serviços, e Gestão Ambiental.**

A estruturação da estratégia iniciou com o desenvolvimento de:

- a. **Visão** de desenvolvimento turístico de Peixe
- b. **Objetivos** de desenvolvimento turístico de Peixe
- c. **Pilares** de trabalho do desenvolvimento turístico de Peixe

VISÃO

Peixe é um destino de natureza em torno do rio Tocantins, onde se pode disfrutar de praias e rios de pesca especializada, com eventos culturais durante todo o ano, com a família e amigos, num ambiente tradicional, seguro e de descanso.



OBJETIVO DA DEFINIÇÃO ESTRATÉGICA

1. Posicionar, desenvolver e garantir de forma sustentável e com máxima qualidade as experiências turísticas que os visitantes procuram Peixe como destino único de rios e natureza, de um processo gradual e otimizando recursos.



PILARES DO PLANO

- A. Sustentabilidade integral do turismo: social, ambiental e económica
- B. Desenvolvimento progressivo e priorizado
- C. Visão conjunta de desenvolvimento e implementação local: colaboração entre destinos do Tocantins e com destinos fora do Estado

As estratégias definidas dão a conhecer as prioridades de desenvolvimento e as formas como serão executadas no âmbito do presente PDITS. Este instrumento de planeamento turístico define no curto, médio e longo prazo as bases para a definição de ações, prioridades e tomada de decisão, numa área geográfica selecionada, e com o objetivo principal de orientar o crescimento do setor turístico de forma sustentável.

As estratégias de desenvolvimento estão divididas nas cinco componentes estratégicas que guiam todo o PDITS:

- 1) Estratégias de Produto Turístico
- 2) Estratégias de Comercialização
- 3) Estratégias de Fortalecimento Institucional
- 4) Estratégias de Gestão Ambiental
- 5) Estratégias de Infraestruturas e Serviços

As estratégias apresentadas respondem à visão, objetivos e pilares apresentados anteriormente, e definidos para o turismo do município. As estratégias servirão, deste modo, para realizar a ligação destes elementos com os Planos de Ação a apresentar posteriormente no presente PDITS.

ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO

A estratégia de produto turístico é segmentada em três distintas dimensões de modo a definir onde investir, em que tipo de turismo investir e como investir:

- a. **Estratégia de destinos:** que espaços geográficos desenvolver turisticamente e como implementar.
- b. **Estratégia de tipos de turismo ou produtos em si:** referem-se aos tipos de turismo que são mais adequados para ser desenvolvidos e de que maneira, nesses destinos turísticos, de acordo com as capacidades do destino e os interesses da demanda atual e potencial.
- c. **Estratégia de intervenção:** indica a forma e o processo de investimento nos destinos e produtos acima mencionados, no curto, médio e longo prazo.

Estratégia de Destinos Turísticos

No âmbito da definição da “Estratégia de Destinos Turísticos” para Peixe, foi realizado um estudo de aferição do estado atual da oferta turística, cujo resultado se apresenta na figura seguinte.



Figura 1. Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos de Peixe
Fonte: elaboração própria.

Estratégia de desenvolvimento dos atrativos turísticos de Peixe:

- Incremento do valor do atrativo e promoção: Praia da Tartaruga**
- Desenvolvimento integral: Lagoa do Romão e Ilha do Sossego.** Embora a Lagoa do Romão não se encontre totalmente no Desenvolvimento Integral, considera-se importante trabalhar no seu desenvolvimento a fim de melhorar o seu posicionamento na questão do desempenho. No caso da Ilha do Sossego o desenvolvimento passa por gerar mais valor e melhorar a visibilidade no mercado, além de melhorar os serviços, acessos e infraestruturas para reforce o turismo em Peixe.
- Desenvolvimento sustentável e de promoção: Arquipélago do Tropeço.** Ainda que seja procurado pelos visitantes, o nível de valor para o mercado é o mais baixo dos quatro atrativos e requiere um desenvolvimento intensivo do seu valor para melhorar a sua posição.

Estratégia de Produtos Turísticos

A Estratégia de Produtos Turísticos permite posicionar cada semente turística numa matriz que combina a atratividade do turístico enquanto produto turístico com a competitividade que esse dado segmento apresenta atualmente no destino Peixe.

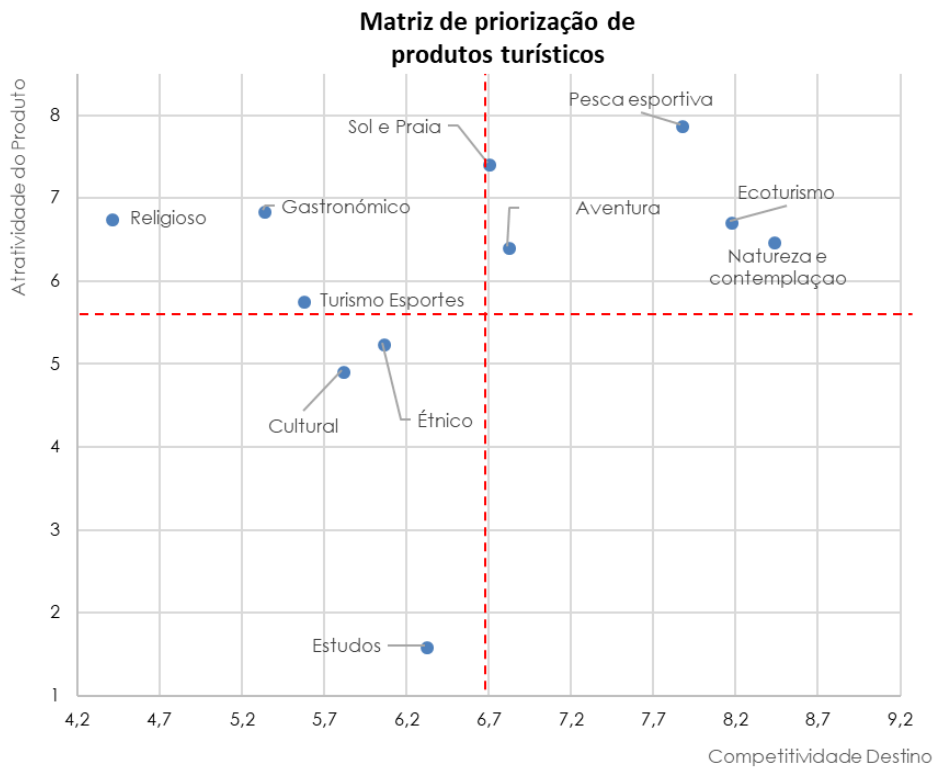


Figura 2. Matriz de priorização de produtos turísticos em Peixe.
Fonte: elaboração própria.

ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

A estratégia de comercialização é composta por quatro grandes vertentes que orientam a forma de chegar aos mercados, definir os mercados alvo, os segmentos e com que mensagens. Estas quatro grandes estratégias de comercialização são:



Estratégia de Posicionamento e Mensagens

O posicionamento a adotar no mercado para Peixe é determinado a partir do posicionamento atual ou a percepção existente para Tocantins e para o município de Peixe do ponto de vista do mercado atual e potencial. A partir dos estudos de demanda atual e potencial realizados em Peixe foram identificados as seguintes Estratégias de Posicionamento de mensagem a seguir:

- a) **Principais elementos de identificação de Peixe: Natureza, Pesca e Praias, e proximidade com Jalapão e Palmas**
- b) **Benefício emocional** do Peixe: **tranquilidade, calma, lazer**
- c) **Benefício social** de Peixe: **lugar tranquilo** onde se pode encontrar **praias ótimas e excelente pesca**.
- d) **Símbolos/ícones: Rios, Pesca, Praias**

Mandamentos do posicionamento

Peixe...

- **É:** um destino de natureza de grande beleza de paisagens de rio e natureza única, perto de Palmas e do destino mais conhecido de Tocantins, Jalapão.
- **Tem:** praias de rio de beleza inigualável, um dos melhores lugares de pesca esportiva do Brasil, uma oferta turística completa e a preços acessíveis.
- **Experiências a viver no destino:** ambiente seguro para ao visitante, experiência de tranquilidade e calma, com a possibilidade de conectar e conhecer o Jalapão.

Apesar de Jalapão ser uma região distinta de Peixe, pelo posicionamento inicial é importante ligar as mensagens promocionais do município de Peixe com o Jalapão.

Estratégia de Mercados

A partir das pesquisas de demanda atual e potencial, os mercados para trabalhar estrategicamente de acordo com sua localização são:

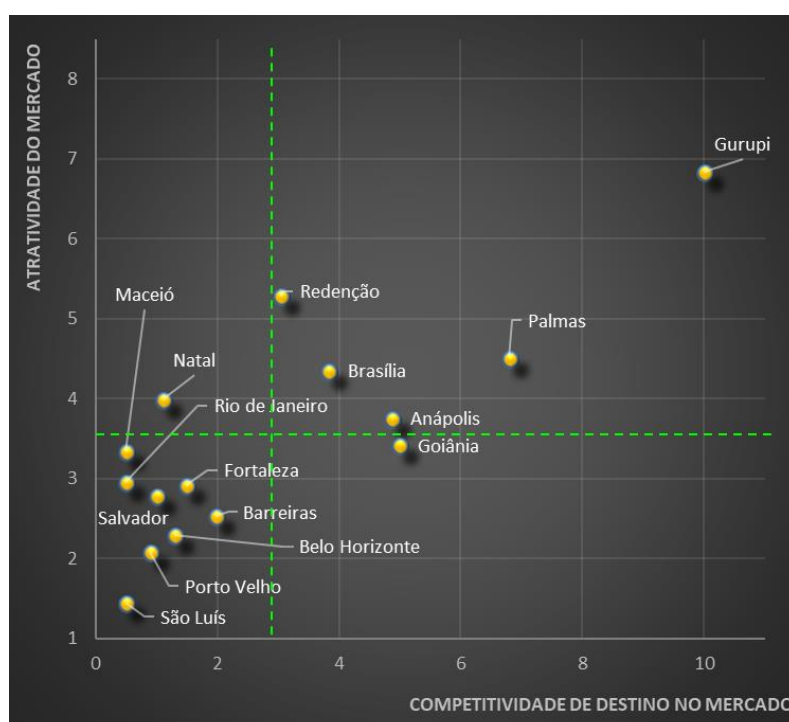


Figura 3. Posicionamento de Peixe na matriz estratégica de mercado.
Fonte: elaboração própria

Estratégia de mercado de Peixe:

- A. **Posicionamento estratégico:** os mercados chave aqui são Redenção e Natal, seguramente Rio de Janeiro, Maceió e São Paulo. Em termos de níveis de fluxo turístico, os mercados de Piracicaba, Magalhães e Aparecida de Goiânia também poderiam ser incluídos neste grupo de trabalho.
- B. **Promoção e comercialização prioritária:** os mercados chave são os mercados intraestaduais como Gurupi, Palmas e Anápolis. Brasília destaca-se bem como um mercado onde promover e comercializar Peixe de forma prioritária. Ainda que Goiânia esteja no limite, pelo interesse do

mercado, é importante também incluir neste trabalho de promoção e comercialização. Redenção também está no limite e a recomendação é o seu posicionamento.

- C. **Promoção de manutenção:** o mercado chave é Goiânia, mas por razões estratégicas este agrupa-se no grupo anterior de promoção e comercialização prioritária.
- D. **Promoção de oportunidade:** só em caso de uma rentabilidade clara de promoção, neste grupo estão os mercados de Fortaleza, Salvador, Belo Horizonte, Porto Velho e São Luís.

Estratégia de Segmentos

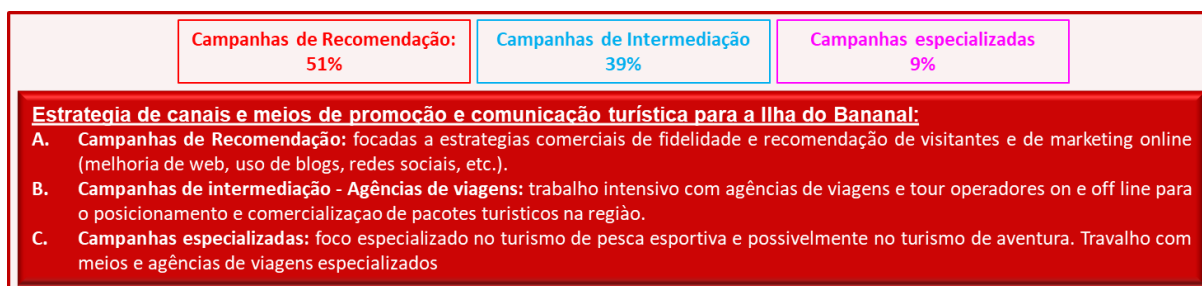
A estratégia dos segmentos de mercado de Peixe é a seguinte:

- A. **Faixa etária mais atrativa:** pela quantidade de demanda e rendimento familiar, as faixas etárias de 26 a 50 anos são as prioritárias. Lazer, pesca e natureza concentram-se em segmentos altos e aventura e ecoturismo em segmentos mais jovens.
 - **Curto prazo:** foco de consolidação nos segmentos atuais (famílias, amigos, baixo gasto); e foco estratégico nos segmentos jovens (nacionais e internacionais, *backpackers*). O objetivo com os segmentos jovens é duplo: que dinamizem outros produtos além de sol e praia e pesca (e.g. Aventura, eventos); que, como pioneiros e descobridores de destinos e experiências, possam gerar notoriedade e promoção do destino, para mobilizar segmentos mais seniores e sofisticados que aumentem o nível de gastos no destino.
 - **Médio e Longo prazo:** foco na atração dos segmentos seniores de maior gasto no destino (a partir de geração de notoriedade online com os segmentos jovens); e foco na atração dos segmentos internacionais. Neste ponto, é importante a combinação de Peixe com outros destinos, e sua integração em roteiros turísticos internacionais (e.g. Palmas-Peixe-Serras Gerais-Jalapão-Palmas).
- B. **Faixa etária por produto chave:**
 - **Pesca esportiva:** as faixas etárias mais altas têm mais interesse no produto, especialmente entre 35 a 50 anos.
 - **Aventura:** faixas etárias mais jovens são os segmentos objetivos de este produto.
 - **Restantes produtos:** segmentos entre 26 a 50 anos são os segmentos objetivos.

Estratégia de Comunicação e promoção

A estratégia de comunicação e promoção de Peixe é a seguinte:

- A. **Campanhas promocionais:** para o caso de Peixe, a estratégia de comunicação e promoção é:



- B. **Mensagens:** em todos os conteúdos das campanhas, deve-se empregar as palavras-chave que surgem do posicionamento turístico de Peixe, considerando as seguintes estratégias:
- **Curto prazo:** foco na realização de promoção conjunta com regiões, Estados e destinos vizinhos bem posicionados (e.g. Jalapão, Serras Gerais).
 - **Médio e Longo prazo:** foco na realização de promoção do destino novo, de posicionamento do destino de forma independente e ressaltando os elementos únicos que possui.

ESTRATÉGIA DE FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

O foco do reforço institucional para o desenvolvimento turístico do município está em gerar estruturas básicas institucionais que garantam a oferta e demanda com condições mínimas, para ser possível profissionalizar os recursos humanos e as instituições na gestão, oferecendo deste modo uma oferta melhorada o que permite atrair novos destinos de origem dos turistas.

Neste sentido, a estratégia tem dois grandes focos: (i) Por um lado, o quadro normativo institucional que forneça suporte ao desenvolvimento da oferta; (ii) por outro lado, o reforço

das instituições para a gestão da oferta e do marketing nas diferentes etapas de desenvolvimento.

Neste sentido, a estratégia é:

A. Fortalecimento do quadro normativo institucional para a oferta turística de Peixe:

- **Curto prazo: *foco na qualidade turística*.** Desenvolvimento de quadros normativos que levem à melhoria da qualidade da experiência turística na oferta atual. Normas obrigatórias que garantam uma experiência turística muito positiva em toda a cadeia de valor do turismo: transporte de chegada, alojamento, gastronomia, guias turísticos, transporte nos destinos (veículos, barcos, portos, etc.). Este quadro normativo inclui também a estruturação de normas para a concessão dos principais atrativos a atores públicos e privados que garantam altos níveis de qualidade na prestação de serviços nos núcleos turísticos em volta dos atrativos.
- **Médio e Longo prazo: *foco na sustentabilidade turística*.** A qualidade é o primeiro passo para alcançar uma oferta turística sustentável. Numa primeira fase, no médio prazo podem-se desenvolver certificações voluntárias de sustentabilidade, que passarão a certificações obrigatórias no longo prazo (em 3 a 4 anos).

B. Fortalecimento das capacidades de gestão turística do destino:

- **Curto prazo: *foco no desenvolvimento do associativismo para ganhar escala*,** de forma a que a oferta possa melhorar em conjunto, com custos e recursos menores, ganhando mercado e qualidade. O associativismo também se destina ao desenvolvimento de novos produtos, atividades que dinamizem o destino e trabalho em conjunto para objetivos comuns.
- **Médio e Longo prazo: *foco na profissionalização da gestão turística do destino*.** Uma vez atingido um nível maior de associativismo, com atores mais representativos do setor turístico do destino e com esquemas de gestão mais complexos, está-se na posição para **criar uma Oficina de Gestão do Destino (OGD)**, composta pelo setor público e privado que se encarrega de **profissionalizar ao máximo a gestão do destino e a promoção turística do mesmo**.

ESTRATÉGIA DE GESTÃO AMBIENTAL

O principal desafio relativamente à gestão ambiental é manter as condições socioambientais ótimas dos atrativos, de maneira a que estes conservem o seu valor turístico e possam perdurar no tempo.

De acordo com o diagnóstico, a estratégia de gestão ambiental no curto-médio prazo é organizar os locais onde estão os atrativos, assegurar uma boa gestão e uso do território, de forma a otimizar o turismo e minimizar os impactos negativos que possam existir. A estratégia geralmente tem como grande foco as zonas turísticas onde se encontram os atrativos, primeiro numa perspectiva ecossistêmica (local do atrativo, relação com outros espaços, outras espécies, possíveis impactos diretos e indiretos, etc.) e depois os locais específicos onde se realizam as visitas (núcleos turísticos).

Estratégia de Gestão Ambiental para o turismo de Peixe:

A. Planos de gestão ambiental dos espaços turísticos do destino:

- **Curto prazo: *foco em planificar a gestão socioambiental das zonas turísticas principais.*** O objetivo é definir os espaços destinados ao turismo, os de uso intensivo, espaços sem uso, etc., identificar o zoneamento do território, a capacidade de carga, a gestão de resíduos (lixo, águas sujas, etc.), relação com a fauna, espaços de campismo e picnic, etc. Definir a importância de declarar zonas de uso turístico que considerem e incluam elementos de tipo social e ambiental. As ZOITS definitivas devem ser definidas a partir deste plano de desenvolvimento integrado, e considerando o indicado nas estratégias para o desenvolvimento de destinos.
- **Médio e Longo prazo: *foco na gestão socioambiental dos núcleos turísticos principais do destino.*** Depois de assegurada a gestão socioambiental das principais zonas turísticas, deve-se trabalhar no sentido de assegurar a gestão sócio ambiental dos locais com maior intensidade turística, onde estão os atrativos turísticos. As NUTS definitivas devem ser definidas a partir deste plano de desenvolvimento integrado, e considerando o indicado nas estratégias para o desenvolvimento de destinos.

ESTRATÉGIA DE INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS

A partir do diagnóstico foi identificada a necessidade de melhorar os acessos/estradas para os atrativos turísticos, assim como de garantir a promoção e venda da oferta do destino. Existe ainda a necessidade específica de assegurar os serviços relacionados com a gestão dos núcleos turísticos e o desenvolvimento sustentável. Como referido anteriormente no PDITS, o menos valorizado pela demanda atual no destino é a infraestrutura, os acessos, as estradas de acesso aos locais/atrativos, e a gastronomia.

Estratégia de Infraestruturas e Serviços para o turismo de Peixe:

Curto prazo:

A. Consolidar a acessibilidade e conectividade dos núcleos turísticos

- ***Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos:*** estradas de acesso aos atrativos turísticos com sinalização adequada e suficiente. O objetivo é alcançar condições ótimas de acesso aos atrativos, que assegurem a chegada dos turistas aos atrativos e assim gerar os volumes necessários e massa crítica de visitantes que permita a gestão sustentável dos serviços nos núcleos turísticos. Se se garantirem os volumes de demanda para a viabilidade económica dos negócios e da gestão dos núcleos turísticos, então estarão reunidas as condições de organizar concessões e investimentos de melhor qualidade e serviços nesses locais.
- ***Consolidação de Comunicação sem-fios (internet).*** Para a estratégia de comercialização e campanhas de recomendação *online*, além das necessidades de gestão de reservas, informação de oferta, promoção de experiências dos visitantes em tempo real, etc. é necessário contar com a melhor conectividade sem fios e sinal de internet possíveis.

B. Consolidar o fornecimento de serviços de experiência atual

- ***Consolidação de serviços de experiência atual:*** refere-se a todos os serviços prestados atualmente ou que deveriam ser prestados para assegurar que a experiência do visitante nos destinos e atrativos é ótima. Refere-se a garantir os

níveis de qualidade dos serviços relacionados com a gestão das praias e pontos turísticos (e.g. limpeza, atenção, saúde, segurança, etc.)

No curto prazo, destacam-se as intervenções relacionadas com os quatro atrativos no destino de Peixe, segundo a prioridade de desenvolvimento que indica a estratégia de destinos: Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego

Longo Prazo:

Suporte geral dos destinos turísticos sustentáveis: consiste na implementação da infraestrutura de serviços básicos nos núcleos turísticos e padrões de operação sustentável.

DEFINIÇÃO DE PLANO DE AÇÃO

O Plano de Ação para Peixe apresenta uma visão geral das atividades e investimentos previstos, cuja execução irá permitir cumprir os objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável definidos no PDTIS para o município.

O presente capítulo apresenta as ações propostas para o município de PEIXE, agrupadas por componente estratégico, numa estrutura comum a todas as fases e produtos do PDTIS, e que se apresenta de seguida:

- 1. Produto Turístico** – ações relacionadas com a promoção dos produtos turísticos na região, por via da promoção daqueles já existentes ou pela criação de novos que contribuam para a competitividade turística da região;
- 2. Comercialização** – relacionadas com o aumento da visibilidade turística da região, fortalecendo a imagem-identidade e singularidades da mesma, possibilitando a correta promoção e comercialização dos produtos existentes ou a criar;
- 3. Fortalecimento Institucional** – são as ações que visam a consolidação e capacitação dos mecanismos da gestão turística realizada a diversos níveis (federal, estadual e local), tanto a nível público como privado (organizações do trade turístico);
- 4. Infraestrutura e Serviços Básicos** – relacionam-se às ações que preconizam intervenções em áreas cirúrgicas e estruturantes que servem de base ao desenvolvimento turístico e à satisfação das necessidades do turista, tendo em vista o uso sustentável dos atrativos;

5. Gestão Ambiental – referem-se às ações de promoção dos atrativos e da atividade turística como meio de preservação e conservação do meio ambiente, fomentando a sustentabilidade, através de preservação de recursos naturais e culturais, acautelando potenciais impactos do turismo nos mesmos.

Seguem-se as ações elaboradas para o município de Peixe, agrupadas por eixo estratégico, relacionadas com os objetivos específicos e estratégias definidas para o município na elaboração da Estratégias de Desenvolvimento Turístico.

Componente 1: Produto Turístico		
Área temática	Nº	Ação
Organização de informação de base	1.1	Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal em Peixe
	1.2	Definição e desenvolvimento de ZOITS em Peixe
Produtos e roteiros segundo a estratégia	1.3	Criação e estruturação de Roteiro Turístico Integrado com Serras Gerais, Palmas e Jalapão
	1.4	Criação do produto turístico "Tocantins Aventura"
	1.5	Criação do produto turístico "Conhecendo o Tropeço"
	1.6	Desenvolvimento dos segmentos turísticos prioritários para Peixe
	1.7	Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego
	1.8	Incentivo à criação de hospedagens de excelência
	1.9	Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico
Desenvolvimento do destino turístico	1.10	Desenvolvimento integral e gestão de NUTS em Peixe
	1.11	Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos
Componente 2: Comercialização		
Estratégia de Marketing	2.1	Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para Peixe
Promoção do destino turístico	2.2	Elaboração de uma Promoção Operativa Anual (POA)
	2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Serras Gerais e Palmas
	2.4	Implementação de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) em Peixe
Monitoramento da informação e marketing	2.5	Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) em Peixe
Componente 3: Infraestrutura		
Acessibilidade, conectividade e	3.1	Implementação de sinalização indicativa e turística em Peixe
	3.2	Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos chave para Peixe

comunicação	3.3	Renovação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)
	3.4	Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)
Gestão e proteção ambiental	3.5	Programa de limpeza das praias e ilhas de Peixe
Componente 4: Fortalecimento Institucional		
Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo	4.1	Criação de quadro normativo do turismo para Peixe
	4.2	Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico
	4.3	Apoio ao desenvolvimento do associativismo
	4.4	Criação de medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual
	4.5	Implementação de protocolo de cooperação com o Polo da Universidade Federal do Tocantins (UFT) existente em Arraias
Fiscalização e certificação turística	4.6	Elaboração de certificação turística sustentável
	4.7	Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo
Modelos de gestão dos destinos turísticos	4.8	Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe
	4.9	Criação de Organização de Gestão do Turismo
Componente 5: Gestão Ambiental		
Manejo turístico socioambiental sustentável	5.1	Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos
Monitoramento ambiental e comunitário	5.2	Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística

ESTRUTURA DO PDITS PARA PEIXE

Na tabela seguinte é apresentada a relação estratégia entre todas as etapas apresentadas – Diagnóstico Estratégico, Estratégias de Desenvolvimento Turístico e Planos de Ação.

Tabela 1. Estrutura do PDITS para Peixe

Componente	Diagnóstico Estratégico (P2)	Estratégias de Desenvolvimento Turístico (P4)	Áreas Temáticas (P5)	Ações (P5)
Produto Turístico	- Falta de inventário turístico em Peixe - Acessos aos atrativos apresentam reduzidas condições de circulação;	Desenvolvimento das ZOITS	Organização de informação de base	1.1 Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal em Peixe 1.2 Definição e desenvolvimento de ZOITS em Peixe
	- Proximidade a regiões com produtos complementares, e em alguns casos com maior notoriedade (p.e. Jalapão); - O Arquipélago do Tropeço, composto por 366 ilhas, é considerado o terceiro maior arquipélago do mundo e um reduto da pesca esportiva; - Elevada riqueza e diversidade natural refletida em diversos atrativos deste tipo; - Possibilidade de visita a diferentes atrativos e locais durante a viagem ao município de Peixe, visto que estes se encontram a distâncias próximas; - Intenção de atrair turistas nacionais e internacionais; - Necessidade de diversificar a oferta hoteleira, adaptando-a para satisfazer um público nacional e internacional;	- Integração na Rota – Circuito Palmas-Peixe-Serras Gerais-Jalapão - Segmentos de Pesca Esportiva, Ecoturismo, Natureza e contemplação e Aventura Turismo Aventura como produtos de consolidação - Sol e Praia, Gastronômico, Turismo Esportivo e Turismo Religiosos como produtos prioritários - Posicionamento + Consolidação de mercados e segmentos	Produtos e roteiros segundo a estratégia	1.3 Criação e estruturação de Roteiro Turístico Integrado com Serras Gerais, Palmas e Jalapão 1.4 Criação do produto turístico "Tocantins Aventura" 1.5 Criação do produto turístico "Conhecendo o Tropeço" 1.6 Desenvolvimento dos segmentos turísticos prioritários para Peixe 1.7 Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego 1.8 Incentivo à criação de hospedagens de excelência 1.9 Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico

	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de capacitação para atendimento turístico; - Serviços turísticos informais e de qualidade reduzida; - Capacitar os agentes dos estabelecimentos turísticos - Processo de degradação ambiental; - Infraestrutura insuficiente nos atrativos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento do Quadro Normativo de Sustentabilidade - Planos de gestão ambiental dos espaços turísticos - Fortalecimento das Capacidades de Gestão - Desenvolvimento das NUTS - Gestão integral das NUTS 	Desenvolvimento do destino turístico	<p>1.10 Desenvolvimento integral e gestão de NUTS em Peixe</p> <p>1.11 Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos</p>
Comercialização	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de desenvolver um plano de marketing que guie a promoção da região; - Os segmentos de aventura, pesca e ecoturismo em que Peixe apresentam elevado potencial, são das tipologias mais procuradas pela demanda atual; - Comercialização e fortalecimento do posicionamento de Peixe como destino de aventura, pesca e ecoturismo; - Comercialização dos atrativos de Peixe em agências turísticas de Palmas e da região das Serras Gerais; - Integração do destino Peixe com roteiros e pacotes turísticos das Serras Gerais; - Estabelecimento de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) na 	<ul style="list-style-type: none"> - Posicionamento; - Consolidação de mercados e segmentos; - Fortalecimento do Quadro Normativo da Qualidade; - Fortalecimento das Capacidades de Gestão; - Fortalecimento das Capacidades de Gestão das Associações; - Turismo Aventura como produto prioritário, e cultural e religioso como complementares; 	Estratégia de Marketing	2.1 Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para Peixe
			Promoção do destino turístico	<p>2.2 Elaboração de uma Promoção Operativa Anual (POA)</p> <p>2.3 Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Serras Gerais e Palmas</p> <p>2.4 Implementação de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) em Peixe</p>
			Monitoramento da informação e marketing	2.5 Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) em Peixe

	<p>maioria dos municípios da região (replicar o modelo do CAT de Taguatinga);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diminuta informação relativa a indicadores turísticos na região; 			
Infraestrutura	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de sinalização turística - Acessos aos atrativos degradados - Necessidade de intervenção em rodovias que proporcionem uma realização de roteiros turísticos integrados com as regiões vizinhas; - Precariedade no acesso à internet e à telefonia móvel, mesmo em zonas urbanas; - Infraestruturas turísticas degradadas, nomeadamente as relacionadas com as praias na região. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento de NUTS e ZOITS 	<ul style="list-style-type: none"> - Acessibilidade, conectividade e comunicação 	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 Implementação de sinalização indicativa e turística em Peixe 3.2 Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos chave para Peixe 3.3 Renovação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão) 3.4 Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)
			<ul style="list-style-type: none"> - Gestão e proteção ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> 3.5 Programa de limpeza das praias e ilhas de Peixe
Fortalecimento Institucional	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de realização de capacitação técnica e institucional visando o melhor investimento dos recursos turísticos; - Existência de carências ao nível da capacitação do trade turístico; - Oportunidades para o desenvolvimento de micro negócios relacionados com o setor turístico; - Possibilidade de cooperação com o Polo da Universidade Federal do Tocantins (UFT) existente em Arraias; - Promoção de uma certificação turística sustentável; 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento das capacidades de gestão - Fortalecimento do quadro normativo (qualidade e sustentabilidade) 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo 	<ul style="list-style-type: none"> 4.1 Criação de quadro normativo do turismo para Peixe 4.2 Elaboração de capacitação transversal do trade turístico 4.3 Apoio ao desenvolvimento do associativismo 4.4 Criação de medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual 4.5 Implementação de protocolo de cooperação com o Polo da Universidade Federal do Tocantins (UFT) existente em Arraias
			<ul style="list-style-type: none"> Fiscalização e 	<ul style="list-style-type: none"> 4.6 Elaboração de certificação turística

	- Necessidade de um maior fomento da organização pública e privada do turismo.		certificação turística	sustentável 4.7 Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo
			Modelos de gestão dos destinos turísticos	4.8 Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe 4.9 Criação de Organização de Gestão do Turismo
Gestão Ambiental	- Inexistência de planos de manejo e estudos de capacidade de carga para os atrativos; - Falta de sensibilização da população para a importância do meio ambiente; - Reduzida capacidade municipal na gestão do orçamento e de recursos para prevenir e reduzir a degradação ambiental; - Inexistência de instrumentos de gestão e planejamento (legislação) para as áreas ambiental, cultural, paisagística, histórica e arqueológica; - Necessidade de garantir a satisfação da população local face à atividade turística.	- Planos de gestão ambiental dos espaços turísticos; - Fortalecimento do Quadro Normativo de Sustentabilidade; - Comunicação e promoção.	Manejo turístico socioambiental sustentável	5.1 Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos
			Monitoramento ambiental e comunitário	5.2 Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística

1. Introdução



1. Introdução

O presente documento consiste na Proposta Final do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) para o município de Peixe, no Estado do Tocantins. O principal objetivo deste documento é de prover um apanhado geral das análises e diagnósticos que foram realizados no decorrer de todo o projeto, e que culminaram em um profundo e definitivo estudo das ações e projetos prioritários previamente identificados no Produto 5 (Plano de Ação) e Produto 6 para Peixe, o qual servirá para permitir cumprir os objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável definidos para a região, alcançando assim o objetivo primordial do PDITS: fomentar e guiar o desenvolvimento sustentável do Turismo no Estado do Tocantins, a partir do estabelecimento de fundamentos e definição de ações prioritárias, propostas para horizontes temporais e curto, médio e longo prazo.

Este relatório encontra-se estruturado em 4 capítulos, para além desta Introdução, que corresponde ao capítulo 1.

O capítulo 2 diz respeito à Metodologia para o Envolvimento da Stakeholders. Tal capítulo dedica-se a apresentar o fundo metodológico utilizado ao longo do projeto para o envolvimento dos agentes pertencentes ao trade turístico do município de Peixe, com vistas à validação de aspectos selecionados e recolha de valiosos contributos daqueles que possuem expertise profissional e familiaridade cotidiana no âmbito do Turismo no Estado do Tocantins. O capítulo 2 discorre acerca dos meios utilizados para estabelecer tal comunicação com os stakeholders, apresenta quais foram os momentos ao longo do projeto em que tal interação foi estrategicamente estabelecida, e como esta ocorreu concretamente, além de apresentar os reais contributos colhidos e incorporados ao desenvolvimento do PDITS.

O capítulo 3 vem apresentar um resumo do Diagnóstico Estratégico que realizou-se em momento anterior no projeto, e o qual resultou no Produto 2 - Diagnóstico Estratégico da Atividade Turística, que compõe este projeto. Este capítulo expõe um diagnóstico da situação atual de desenvolvimento do município de Peixe, bem como o de um cenário ideal para o setor turístico na área, informando sobre o posicionamento da região, atual e potencialmente. São apresentados os detalhados estudos realizados em termos tanto da demanda atual quanto da demanda potencial, além de análises da oferta turística na região (descrevendo e avaliando atrativos, equipamento e serviços turísticos existentes), da infraestrutura associada, dos

elementos sociais e ambientais relacionados e influenciados pelo setor, bem como do quadro institucional que promove a gestão do turismo no município de Peixe.

O capítulo 4 do presente relatório associa-se à elaboração de Estratégias que objetivem o desenvolvimento do setor do turismo em Peixe. Este estudo, originalmente descrito no Produto 4 – Estratégias para Peixe, é agora apresentado de modo a retomar os mais importantes aspectos do marco estratégico pensado e definido para o âmbito do PDITS, bem como as linhas estratégicas elaboradas para os seguintes componentes: produto turístico, comercialização, fortalecimento institucional, gestão ambiental, e infraestrutura e serviços.

A partir das estratégias apresentadas, foram desenvolvidos os Planos de Ação para o município de Peixe, os quais foram profundamente desenvolvidos no Produto 5 do PDITS, e agora são retomados no capítulo 5 da estrutura deste relatório. Estes planos de ação apresentam uma visão geral e descrição pormenorizada dos projetos prioritários que, uma vez executados, irão possibilitar que sejam alcançados os objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável definidos no PDITS para a região. Também são demonstrados os valores projetados necessários à execução destas ações. Como nas previamente mencionadas linhas estratégicas, também as ações propostas são divididas em cinco componentes: produto turístico, comercialização, fortalecimento institucional, gestão ambiental, e infraestrutura e serviços.

Para além da pormenorização das ações propostas, o capítulo 5 deste documento abarca ainda o conteúdo que foi apresentado neste PDITS no âmbito do Produto 6 - Proposta Preliminar do PDITS, que trata-se da avaliação dos impactos potenciais esperados uma vez que tais ações prioritizadas sejam efetivamente implementadas (tecendo uma análise dos efeitos negativos e positivos a ser esperados em termos ambientais, sociais, econômico e culturais), trazendo ainda uma seleção de mecanismos de acompanhamento e avaliação, tanto para as ações definidas no âmbito do PDITS para Peixe (Indicadores de Impacto) como para o PDITS (Indicadores de Realização), os quais possuem o objetivo de possibilitar a execução de um detalhado monitoramento da evolução do turismo na região.

Conforme descritos, os elementos que compõem a presente Proposta Final do PDITS para Peixe foram anteriormente apresentados nos diversos produtos prévios que compõem este projeto. Estes produtos foram passíveis de avaliação e validação por da Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa do Estado do Tocantins (ADETUC), bem como levando em consideração os contributos obtidos através de consultas públicas e workshops presenciais desenvolvidos junto ao trade turístico local.

É importante referir que os aspectos abordados neste relatório preconizam uma síntese elaborada e validada dos produtos anteriores, os quais encontram em sua totalidade relação com os Termos de Referência que norteiam o projeto.

A Proposta Final do PDITS foi desenvolvida individualmente para cada uma das quatro regiões abrangidas pelo PDITS – Serras Gerais, Peixe (Ilha do Bananal), Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio. A finalidade desta abordagem comum é garantir um desenvolvimento homogêneo, possibilitando uma intervenção integrada e global em todas as áreas temáticas e para todas as regiões abrangidas pelo PDITS. Apesar deste caráter estrutural semelhante, todos os elementos estudados, analisados e apresentados foram selecionados levando em consideração as características e peculiaridades da realidade local de cada região.

Este modelo integrado possibilitará uma homogeneização da oferta turística em todas as regiões abarcadas pelo PDITS, visando gerar excelentes níveis de satisfação dos turistas e um desenvolvimento mais equânime da totalidade da área pretendida, em evidente cumprimento dos objetivos geral e específicos do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável no Estado do Tocantins.

2. Metodologia de envolvimento de stakeholders



2. Metodologia de envolvimento de stakeholders

2.1. Introdução

O envolvimento dos agentes pertencentes ao *trade* turístico das 4 regiões pertencentes ao PDITS foi pautado por diversos momentos de interação com os *stakeholders*. O intuito foi o de apresentar os desenvolvimentos do Plano, assim como recolher contributos, através de comentários e avaliação das propostas apresentadas pela consultoria. Deste modo, é apresentada no presente capítulo a metodologia que envolveu a realização das Consultas Públicas e Missões às regiões (incluindo oficinas com o *trade* turístico) que decorreram nas 4 regiões do PDITS – Serras Gerais, Peixe, Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio.

Segue-se a apresentação de outros dois canais de comunicação utilizados para divulgação do Plano, assim como para recolha de contributos – correio eletrónico e página do Facebook.

2.2. Realização das consultas públicas

As Consultas Públicas efetuadas tiveram como propósito a divulgação do processo de construção do PDITS, permitindo que a sociedade civil e os *stakeholders* pudessem enviar os seus comentários sobre os documentos. Deste modo, durante os meses de Fevereiro e Março de 2019 esteve em consulta pública a Minuta de Lei para uma nova Política Estadual de Turismo Sustentável do Tocantins. Seguiu-se uma nova consulta pública, realizada durante o mês de Maio de 2019, para divulgação dos Planos de Ação e recolha de contributos relativos à priorização das ações para cada região que compõe o PDITS. Nas seções seguintes serão apresentadas as consultas públicas realizadas.

2.2.1. Consulta Pública - Estruturação da Política Estadual de Turismo Sustentável

Esta consulta pública visou a divulgação da Política Estadual de Turismo Sustentável para a sociedade civil e para os *stakeholders* (*trade* turístico), como parte de um processo integrado e participativo que, conjuntamente com os Workshops realizados nas quatro regiões que compõem o PDITS e as reuniões de trabalho, informaram e esclareceram os destinatários e as partes integrantes do projeto acerca desta etapa do PDITS.



A Minuta de Lei para a nova Política Estadual de Turismo Sustentável do Tocantins foi disponibilizada via *online* para consulta pública, durante um período de seis semanas em <http://web.spi.pt/tocantins/>, tendo iniciado a 1.02.2019 e terminado a 13.03.2019 (texto da consulta pública encontra-se disponível no Anexo 1). Durante este período, a sociedade civil e os *stakeholders* puderam enviar os seus comentários sobre o documento. A consulta pública foi assim divulgada para os trinta municípios que compõem o PDITS:

- **Serras Gerais:** Almas, Arraias, Aurora do Tocantins, Dianópolis, Natividade, Paranã, Rio da Conceição e Taguatinga;
- **Ilha do Bananal:** Peixe;
- **Vale dos Grandes Rios:** Araguaína, Araguanã, Babaçulândia, Darcinópolis, Filadélfia, Guaraí, Itacajá, Pau D´arco, Pedro Afonso, Wanderlândia e Xambioá;
- **Bico do Papagaio:** Aguiarnópolis, Ananás, Angico, Araguatins, Augustinópolis, Itaguatins, Praia Norte, Sampaio, São Sebastião do Tocantins e Tocantinópolis;

Durante o período em que decorreu a consulta pública foram recebidas contribuições dos seguintes municípios:

- Município de Natividade: Orlando Póvoa Ribeiro Neto (Secretário Municipal de Cultura e Turismo) [Recebido a 14/3]
- Município de Porto Nacional: Arnaldo Logrado (Secretário Municipal de Cultura e Turismo) [Recebido a 20/2]
- Município de Babaçulândia: Artur Silva (Secretário Municipal de Meio Ambiente e Turismo) [Recebido a 20/2]

A divulgação da realização da consulta pública foi efetuada em todos os municípios participantes no PDITS para as quatro regiões, através de correio eletrónico enviado pela Consultoria e pela Agência do Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa (Adetuc). A mensagem enviada para os municípios foi a seguinte:

Convidamos todos os agentes interessados a contribuir para a **revisão da Política Estadual de Turismo Sustentável do Tocantins**.

No link apresentado abaixo é possível acessar a minuta da lei para a nova política, que se encontra em consulta pública até ao dia 13 de março de 2019.

A minuta foi redigida no âmbito do serviço de consultoria para elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (**PDITS**), serviço este contratado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e Cultura (SEDEN-TO).

O objetivo é realizar a coleta de opiniões, comentários e sugestões de todos os representantes ligados ou interessados no setor do Turismo, para que a nova lei possa refletir de modo fiel as perspectivas e necessidades da população do Tocantins.

Todos os interessados em contribuir para a definição da Política Estadual de Turismo devem clicar no link abaixo até **13 de março de 2019**, para ter acesso à minuta da lei e ao meio de envio dos comentários:

<http://web.spi.pt/tocantins/>

Com os melhores cumprimentos

A consulta pública relativa à Política Estadual de Turismo Sustentável obteve ainda divulgação na página do Facebook do PDITS - www.facebook.com/PDITSTO/ - de modo a assegurar a ampla disseminação da realização da consulta para todo o *trade* turístico das regiões. A Figura 4 apresenta a divulgação da consulta pública realizada por Facebook.

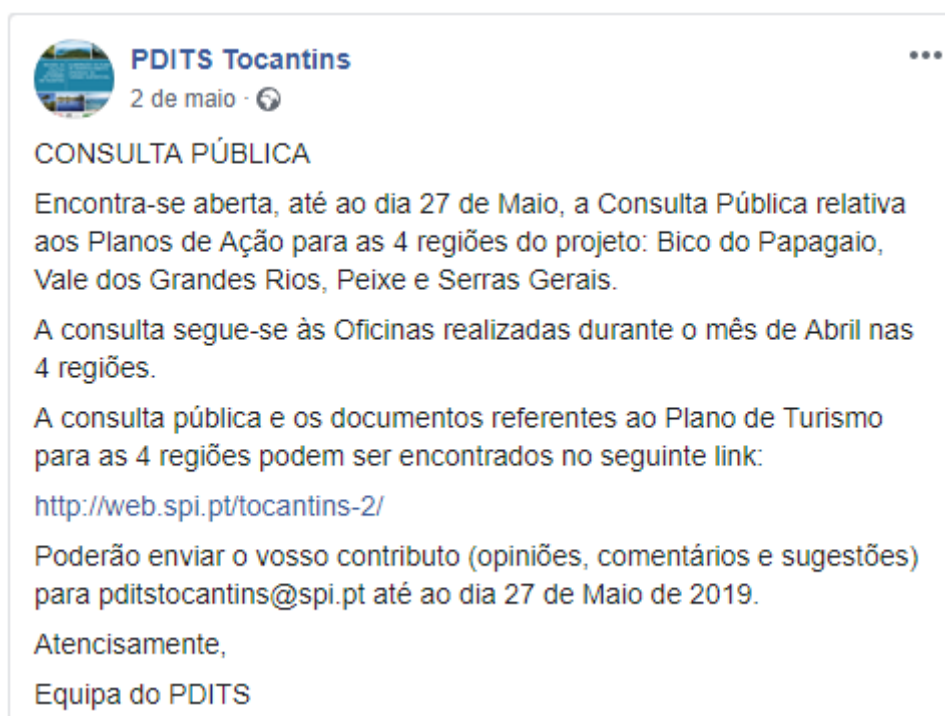


Figura 4. Divulgação de consulta pública sobre a Política Estadual de Turismo Sustentável

Fonte: www.facebook.com/PDITSTO/

2.2.2. Consulta Pública - Planos de ação

A consulta pública serviu para divulgar os Planos de Ação para as quatro regiões do PDITS (Serras Gerais, Peixe, Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio), em particular a proposta de priorização das ações para cada região. A Consulta Pública ocorreu em seguida da Oficina realizada no mês de Abril de 2019 nas quatro regiões, durante a qual foi apresentada a priorização proposta pela consultoria. Na mesma Oficina foi igualmente realizado um exercício com a audiência de obter a priorização proposta pelos agentes pertencentes ao *trade* turístico.

Esta consulta pública visou, deste modo, a divulgação dos Planos de Ação para a sociedade civil e para os *stakeholders*, como parte de um processo integrado e participativo que, conjuntamente com as oficinas e as reuniões de trabalho, visa também informar e esclarecer os destinatários e as partes integrantes do projeto.

Para o efeito, os documentos correspondentes ao Produto 6 foram disponibilizados via *online*, por um período de um mês (de 30.04.2019 a 27.05.2019), para consulta pública (texto da

consulta pública encontra-se disponível no Anexo 2). Durante tal período, a sociedade civil e os *stakeholders* puderam enviar os seus comentários sobre os mesmos.

A consulta pública foi assim divulgada para os 30 municípios que compõem o PDITS:

- **Serras Gerais:** Almas, Arraias, Aurora do Tocantins, Dianópolis, Natividade, Paranã, Rio da Conceição e Taguatinga;
- **Ilha do Bananal:** Peixe;
- **Vale dos Grandes Rios:** Araguaína, Araguaçu, Babaçulândia, Darcinópolis, Filadélfia, Guaraí, Itacajá, Pau D'arco, Pedro Afonso, Wanderlândia e Xambioá;
- **Bico do Papagaio:** Aguiarnópolis, Ananás, Angico, Araguatins, Augustinópolis, Itaguatins, Praia Norte, Sampaio, São Sebastião do Tocantins e Tocantinópolis;

A divulgação da realização da consulta pública foi efetuada a todos os municípios participantes no PDITS, para as quatro regiões, através de correio eletrónico enviado quer pela Consultoria como pela Agência do Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa (Adetuc). A mensagem enviada para os municípios foi a seguinte:

Bom dia,

No seguimento da Oficina realizada durante o mês de Abril no município de Peixe, vimos por este meio divulgar a **Consulta Pública** relativamente ao **Plano de Turismo** para a região.

Convidamos, deste modo, todos os agentes interessados a contribuir para o projeto - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (**PDITS**) – serviço contratado pela Agência do Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa (ADETUC) ao consórcio liderado pela Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI).

A consulta pública e os documentos referentes ao Plano de Turismo para as 4 regiões podem ser encontrados no seguinte link:

<http://web.spi.pt/tocantins-2/>

Poderão enviar o vosso contributo (opiniões, comentários e sugestões) para pditstocantins@spi.pt até ao dia **27 de Maio de 2019**.

Atenciosamente,

Equipa do PDITS

Na página do Facebook do PDITS - www.facebook.com/PDITSTO/ foi anunciada a consulta pública relativa aos Planos de Ação, de modo a assegurar o conhecimento alargado da realização da mesma para todo o trade turístico das regiões. A figura seguinte apresenta a divulgação da consulta pública realizada por Facebook.

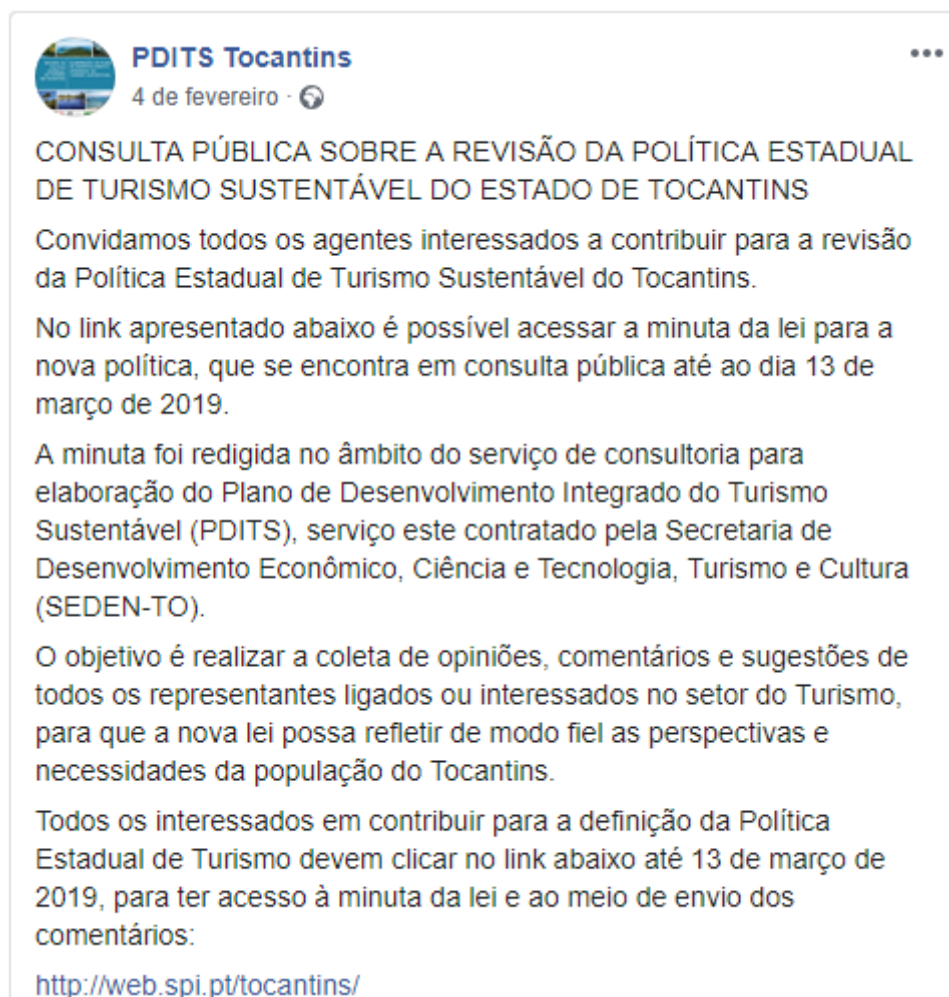


Figura 5. Divulgação de consulta pública sobre os Planos de Ação

Fonte: www.facebook.com/PDITSTO/

2.3. Missões efetuadas às regiões envolvidas

Na presente seção serão apresentadas as missões realizadas ao Tocantins (total de 4), o que corresponde a uma duração combinada de cerca de 2 meses de trabalho de campo. Durante este período foi promovido um intenso trabalho de conhecimento da realidade local, nas duas primeiras missões, sendo que as restantes missões serviram para (i) apresentar, (ii) validar e (iii) recolher contributos dos agentes turísticos locais acerca da estratégia e planos de ação apresentados para cada região.

Tabela 2. Missões realizadas ao Estado do Tocantins

Workshops	Data	Objetivos
Missão 1	Outubro/2017	- Apresentação do PDITS aos agentes públicos e privados das Serras Gerais e Peixe - Recolha de informação para o Diagnóstico Estratégico (P2) através de questionários
Missão 2	Janeiro/2018	- Apresentação do PDITS aos agentes públicos e privados do Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio - Recolha de informação para o Diagnóstico Estratégico (P2) através de questionários
Missão 3	Junho/2018	- Apresentação da Estratégia e Plano de Ação - Realização de exercícios de priorização das linhas estratégicas e Planos de Ação - Realização de exercício de recolha de novas ideias de ações
Missão 4	Abril/2019	- Apresentação do Plano de Ação para cada região - Realização de exercício com o trade turístico de priorização das ações propostas

A vertente de recolha de informação foi realizada em particular durante as primeiras duas missões, através das entrevistas e encontros decorridos com diversos elementos do trade turístico local (prefeituras, guias turísticos, hotéis, restaurantes, agências, proprietários de atrativos, entre outros). A informação recolhida, em conjunto com a análise de fontes secundárias, foi incluída do P2 – Diagnóstico Estratégico.

Primeira Missão (Outubro 2017)

A *primeira missão ao Estado do Tocantins* decorreu durante entre 1 e 14 de Outubro de 2017 e teve como objetivo a entrevista e recolha de informação das regiões das Serras Gerais e Peixe (Ilha do Bananal). Tal foi realizado em conjunto com as prefeituras, através dos seus prefeitos

e/ou secretários (turismo, meio ambiente), assim como com o trade turístico (hotéis, restaurantes, agências e guias turísticos), de modo a obter um levantamento sobre todas as atividades turísticas que os municípios oferecem. A figura seguinte apresenta o percurso e municípios visitados durante a primeira missão de campo.

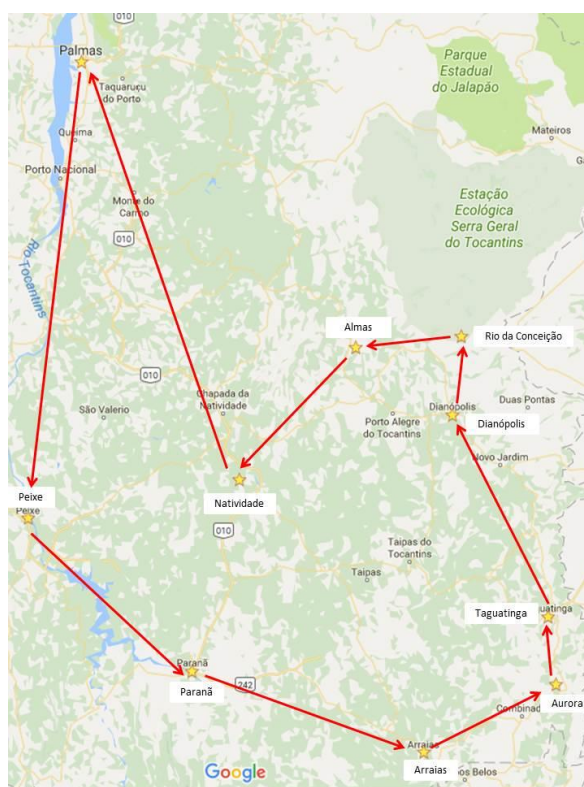


Figura 6. Percurso realizado e municípios (total de 9) visitados durante a 1ª missão, realizada em Outubro de 2017

Foram visitados todos os municípios que integram o PDITS nas regiões referidas, nomeadamente:

- **Serras Gerais:** Almas, Arraias, Aurora, Dianópolis, Natividade, Paranaíba, Rio da Conceição, Taguatinga
- **Ilha do Bananal:** Peixe

Durante as reuniões realizadas com entidades públicas e privadas foram utilizados questionários estruturados propositadamente para o efeito, a saber:

- Questionário de Infraestrutura (Anexo 3): recolha de informação relativa a sistemas de transporte (rodoviário, hidroviário, ferroviário, aeroportuário); sistema abastecimento

de água; sistema de esgotamento sanitário; limpeza urbana; rede de drenagem pluvial; sistemas de comunicação; energia elétrica; serviços de saúde; segurança; serviços turísticos.

- Questionário para Atrativos Naturais (Anexo 4)
- Questionário para Atrativos Culturais/Religiosos/Outros (Anexo 5)

Segunda Missão (Janeiro 2018)

Após a missão efetuada em Outubro foi realizada uma segunda missão, entre 14 e 27 de Janeiro de 2018, com o intuito de obter a mesma informação, desta vez para as regiões do sul do Estado – Serras Gerais e Ilha do Bananal (Peixe), durante a qual foram visitados os seguintes municípios:

- **Vale dos Grandes Rios:** Araguaína, Araguanã, Babaçulândia, Darcinópolis, Filadélfia, Guaraí, Itacajá, Pau D´arco, Pedro Afonso, Wanderlândia, Xambioá
- **Bico do Papagaio:** Aguiarnópolis, Ananás, Angico, Araguatins, Augustinópolis, Itaguatins, Praia Norte, Sampaio, São Sebastião do Tocantins, Tocantinópolis

Tal como aconteceu na missão anterior, a missão de Janeiro de 2018 teve como objetivo fazer um levantamento da realidade local para a região das Serras Gerais e para o município de Peixe. Foram igualmente utilizados os documentos de recolha de informação sobre toda a infraestrutura e atrativos turísticos nestas regiões (anexos 3, 4 e 5).

A figura seguinte apresenta o percurso e municípios visitados durante a segunda missão de campo.

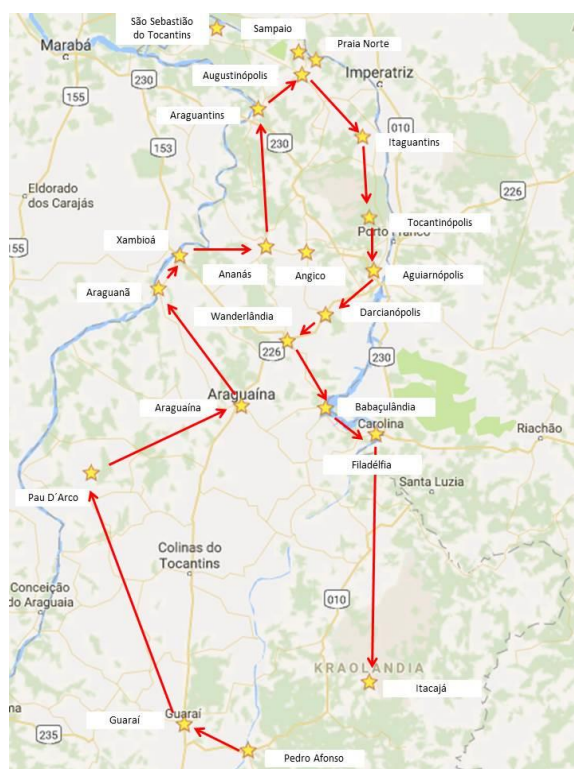


Figura 7. Percurso realizado e municípios (total de 21) visitados durante a 2ª missão, realizada em Janeiro de 2018

As missões seguintes destinaram-se a apresentar o trabalho desenvolvido para as diversas etapas do PDITS, assim como para recolher importantes contributos para o desenvolvimento dos produtos referentes ao plano.

Terceira Missão (Junho 2018)

A *terceira missão* ocorreu entre 11 a 20 de Junho de 2018, tendo como objetivo a realização de oficinas, uma por cada região do PDITS, em cidades satélite – Natividade, Peixe, Araguaína e Araguatins. Na tabela seguinte apresentam-se as atividades desenvolvidas durante esta oficina.

(Atividade 1) Apresentação da Estratégia para cada região;

(Atividade 2) Realização de exercício de priorização de estratégias;

(Atividade 3) Apresentação do Plano de Ação para cada região;

(Atividade 4) Realização de exercício de priorização de ações e recolha de ideias sobre novos projetos.

(Atividade 5) Realização de exercício de recolha de novas ideias de ações para a região

A terceira missão foi distinta das anteriores já que serviu, num primeiro momento, para apresentação do trabalho desenvolvido (P4 – Estratégia e P5 – Planos de Ação). Tanto a Estratégia como os Planos de Ação foram apresentados não na sua versão definitiva, mas como um documento aberto às sugestões dos agentes turísticos. Nesse sentido foram realizados os seguintes exercícios de interação com os participantes:

- (i) Exercício de priorização de Estratégias:** colocação de uma listagem das estratégias nas paredes da sala onde foi realizada a oficina, apresentando as linhas gerais da mesma a Curto e Médio Prazo (agrupadas nos 5 componentes comuns a todo o PDITS) – Anexo 6. Os participantes, organizados em grupos, foram convidados a indicar o seu grau de concordância (numa escala crescente de 1 a 10) para cada linha estratégica apresentada;
- (ii) Exercício de priorização de ações:** o segundo exercício, referente ao Plano de Ação para a região, consistiu em afixar 5 alvos nas paredes – 1 por cada componente do PDITS (Produto Turístico, Comercialização, Infraestrutura, Fortalecimento Institucional e Gestão Ambiental) – de modo a que os participantes pudessem votar (individualmente), de entre as ações apresentadas pela consultoria, quais as que consideravam prioritárias;
- (iii) Exercício de recolha de novas ideias de ações para a região:** por fim, os participantes voltaram a ser organizados em grupos, de modo a que pudessem debater novas ideias de ações a serem desenvolvidas na sua região, e que não estivessem já refletidas na lista apresentada pela consultoria. Os contributos foram recolhidos através de uma ficha que continha as 5 componentes do PDITS.

Alguns dos momentos de interação, no município de Peixe, durante a terceira missão são apresentados de seguida.



Figura 8. Momentos de interação com representantes do *trade* turístico durante a terceira missão, em Peixe (Junho 2018)

Quarta Missão (Abril 2019)

A quarta e última missão de campo decorreu entre 8 a 16 de Abril de 2019, mais uma vez nas cidades satélite em cada uma das quatro regiões do PDITS - Natividade, Peixe, Araguaína e Araguatins. A missão teve como objetivos:

- (i) Apresentação dos Planos de Ação finalizados para cada região;
- (ii) Realização de exercício de priorização (em grupo) relativamente às ações que deverão ser executadas a Curto Prazo.

Os contributos recebidos dos atores locais na quarta missão foram fundamentais para a definição das ações a priorizar para a região. A priorização final proposta pela consultoria resulta da conjugação entre a análise feita pela própria consultoria e as ações escolhidas pelo trade turístico.

A figura seguinte apresenta alguns dos momentos de interação, no município de Peixe, durante a quarta missão.



Figura 9. Momentos de interação com representantes do *trade* turístico durante a quarta missão, em Peixe (Junho 2018)

2.4. Meios utilizados para divulgação e comunicação

A comunicação com os agentes do trade turístico foi realizada periodicamente sendo, para tal, utilizado o endereço de correio eletrónico do projeto - pditstocantins@spi.pt – sempre que tal era necessário. Assim sendo, este foi o principal meio de divulgação para:

1. Consultas públicas realizadas, quer para convocar os *stakeholders* quer para recebimento dos contributos dos mesmos;
2. Convocatória para as oficinas (workshops).

A página de Facebook foi igualmente utilizada como forma de divulgação de toda a informação relativa ao PDITS, nomeadamente consultas públicas, convocatórias para as oficinas e resultado das mesmas:

❖ Página de Facebook do PDITS: www.facebook.com/PDITSTO/

PDITS Tocantins
4 de junho de 2018 · 🌐

Durante o mês de Junho serão realizados Workshops Estratégicos (Oficinas) nas quatro regiões que compõem o PDITS do Tocantins!
#tocantins #pdits #turismosustentável

Workshops / Oficinas Estratégicas
Apresentação e debate de estratégias para o desenvolvimento turístico

Vale dos Grandes Rios → Bico do Papagaio → Ilha do Bananal → Serras Gerais

- 12 Junho
•Araguaína
- 13 Junho
•Araguaína
- 15 Junho
•Peixe
- 18 Junho
•Natividade

PDITS Tocantins
2 de maio · 🌐

CONSULTA PÚBLICA

Encontra-se aberta, até ao dia 27 de Maio, a Consulta Pública relativa aos Planos de Ação para as 4 regiões do projeto: Bico do Papagaio, Vale dos Grandes Rios, Peixe e Serras Gerais.

A consulta segue-se às Oficinas realizadas durante o mês de Abril nas 4 regiões.

A consulta pública e os documentos referentes ao Plano de Turismo para as 4 regiões podem ser encontrados no seguinte link:
<http://web.spi.pt/tocantins-2/>

Poderão enviar o vosso contributo (opiniões, comentários e sugestões) para pditstocantins@spi.pt até ao dia 27 de Maio de 2019.

Atenciosamente,
Equipa do PDITS



Figura 10. Publicações na página de Facebook do PDITS

3. Diagnóstico



3. Diagnóstico Estratégico

3.1. Enquadramento

O município de Peixe pertence à região turística denominada de “Ilha do Bananal”, conhecida como a maior ilha fluvial do mundo, com 270 km de comprimento e 80 km de largura. Com uma área total de 20 mil km², a Ilha está dividida em dois parques: ao Norte, o Parque Nacional do Araguaia e ao Sul o Parque Indígena Araguaia. É nesta região situada no sudoeste do Tocantins que se situa o município de Peixe.

As atividades econômicas mais significativas em Peixe são a agricultura e a pecuária extensiva conduzida no próprio cerrado, com uma área muito limitada de pastagens plantadas. Os rebanhos são variados e incluem bovinos, suínos, equinos, caprinos, entre outros. Não há culturas comerciais relevantes da lavoura permanente, e os principais produtos da lavoura temporária são o milho, a soja e a mandioca.

A nível demográfico, o município é considerado de pequena dimensão, contando com 10.384 habitantes no Censo Demográfico de 2010 (IBGE)¹. É um município que se encontra dividido entre a população rural e urbana, apresentando um grau de urbanização de apenas 50,4%.

O município de Peixe encontra-se categorizado no Mapa de Turismo Brasileiro, que serve de base de orientação para a definição das políticas públicas por parte do Ministério do Turismo. De atualização bienal e contando já com a sua sexta edição, o mapa teve a sua última revisão em 2017.

Este é um instrumento instituído pela portaria MTur nº 313 de 16 de Maio de 2013, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo. Este programa estruturante do Ministério do Turismo fomenta a conjugação de todas as ações desempenhadas no Ministério com os estados, regiões e municípios brasileiros. A categorização dos municípios realizada no Mapa de Turismo Brasileiro pretende dotar os decisores políticos de informação útil de modo contribuir para:

- Otimizar a afetação de recursos públicos, respeitando as especificidades de cada município;
- Aperfeiçoar a gestão pública, ao disponibilizar um instrumento de suporte à tomada de decisão;

¹ IBGE - Censo Demográfico, 2010. Disponível em ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas_da_populacao/caracteristicas_da_populacao_tab_municipios_zip_xls.shtm. Acedido a 9.11.2017

- Fornecer informação adequada que permita elaborar políticas específicas para cada categoria de municípios;
- Contribuir para a reflexão sobre o papel de cada município no desenvolvimento turístico regional;
- Dar suporte à atualização periódica do Mapa do Turismo Brasileiro.

O desenvolvimento do Mapa de Turismo Brasileiro tem como propósito impulsionar o crescimento da região como um todo e não apenas dos seus pontos turísticos. Deste modo, o objetivo principal do mapa passa por identificar os municípios com real vocação turística ou que sejam impactados de alguma forma por este setor. Assim, mesmo que um município não possua uma vocação turística clara devido à falta de atrativos, levando a que não receba turistas, este poderá tornar-se num fornecedor de produtos ou mão-de-obra para a localidade turística mais próxima.

Os municípios foram classificados a partir da recolha de dados oficiais relativas a quatro variáveis objetivas:

- Número de empregos formais no setor da hospedagem;
- Número de estabelecimentos formais cuja atividade principal é a hospedagem;
- Estimativa de fluxos de turistas domésticos;
- Estimativa de fluxos de turistas internacionais;

A partir da conjugação dos dados obtidos para as quatro variáveis apresentadas, os municípios foram classificados numa escala de cinco níveis (A, B, C, D e E), correspondendo a categoria A ao melhor e a E ao pior desempenho. A metodologia pretende aferir o desempenho turístico atual dos municípios relativamente aos meios de hospedagem e fluxos turísticos existentes.

Não se trata por isso de um método de avaliação da potencialidade futura ou da qualidade dos atrativos naturais e culturais existentes, visto que a sua mensuração apresentaria elevada subjetividade. De acordo com o Mapa de Turismo Brasileiro, o município de Peixe apresenta uma classificação D, correspondente à penúltima categoria num total de cinco².

² Mapa do Turismo Brasileiro, 2017-2019. Disponível em www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home. Acedido a 14.11.2017

3.2. Análise da demanda turística atual

O perfil médio do visitante de Peixe é o de pessoas jovens e adultas (idade entre 26 e 50 anos), com alto nível de escolaridade e renda familiar superior a R\$ 5.700 mensais. O destino turístico já é procurado por moradores de diversas regiões do Brasil e, embora a demanda esteja concentrada no Tocantins e nos Estados vizinhos, uma parte significativa dos visitantes são oriundos das regiões sul e sudeste do País (14,6%). Em média, os visitantes percorrem uma distância de 608 km entre sua cidade de origem e Peixe.

O destino é muito procurado para o turismo de pesca, atividade mais frequentemente praticada por homens que viajam em grupos de amigos. O turismo de sol e praia também se destaca, colocando a Praia da Tartaruga como principal atração turística do município.

Em sua maioria, as viagens são organizadas por conta própria e as informações sobre o destino chegam ao visitante através de amigos e parentes. Apenas 30% dos turistas consultaram informações na internet.

A oferta de atrações e serviços turísticos propicia a permanência dos visitantes por 2 ou 3 dias, em média e o gasto total por pessoa é de cerca de R\$ 420.

Apesar da reduzida presença de crianças e adolescentes no destino, os visitantes queixam-se da falta de infraestrutura e de atividades de lazer que tornem o destino propício e agradável para toda a família.

3.2.1. Universo amostral

Como o volume total de visitantes de Peixe é desconhecido, para o cálculo amostral considerou-se que ele seja superior a 100 mil turistas/ano. Dessa forma, mesmo que o fluxo seja menor que 100 mil, o número de entrevistas realizadas terá sido suficiente para garantir um nível de confiança de ao menos 90%, com erro amostral de 5%.

A pesquisa foi realizada nos dias 02 a 06, 10 e 11 de novembro de 2017, por uma equipe de 4 (quatro) pesquisadores que entrevistaram no total 257 turistas.

As entrevistas foram realizadas apenas com turistas, ou seja, pessoas que não residiam e nem trabalhavam no local e que pernoveram pelo menos uma noite na região da pesquisa.

Tendo em vista que a pesquisa foi realizada na baixa temporada, a amostra foi distribuída para aplicação em dois períodos diferentes e em locais distintos, como nos meios de hospedagem (hotéis e pousadas) e nos principais pontos turísticos (Ranchos de pesca esportiva e Praia da Tartaruga).

3.2.2. Perfil Quali-quantitativo dos Visitantes Atuais

No estudo do perfil dos visitantes, uma parte das questões foi dirigida apenas aos entrevistados, como gênero, escolaridade, estado civil e ocupação. Outras questões como idade, cidade de origem e renda familiar, foram aplicadas também a outros membros do grupo de viagem, especialmente se esse grupo era formado por indivíduos de uma mesma família. Dentre os entrevistados, 39% eram mulheres e 61% homens.

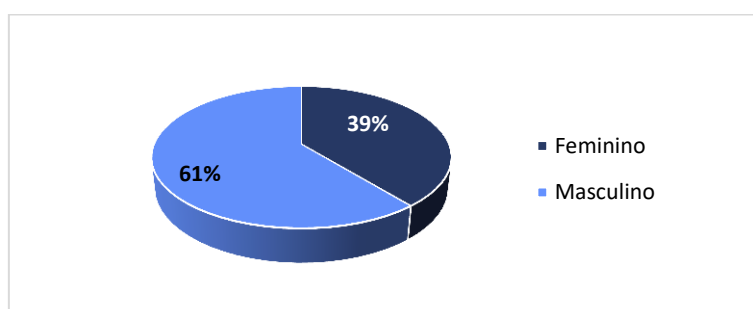


Figura 11. Gênero dos visitantes

A divisão entre casados e solteiros esteve bem equilibrada, como pode-se observar no gráfico a seguir, havendo também uma pequena parcela de visitantes divorciados (3%) ou viúvos (0,6%).

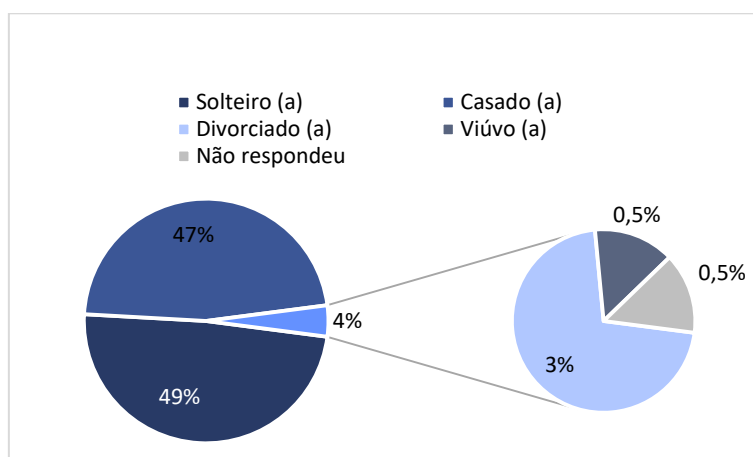


Figura 12. Estado civil dos visitantes

Quanto ao grau de instrução, observou-se que 58,2% dos visitantes completaram o ensino superior ou a pós-graduação e 35,3% concluíram o ensino médio ou iniciaram o superior.

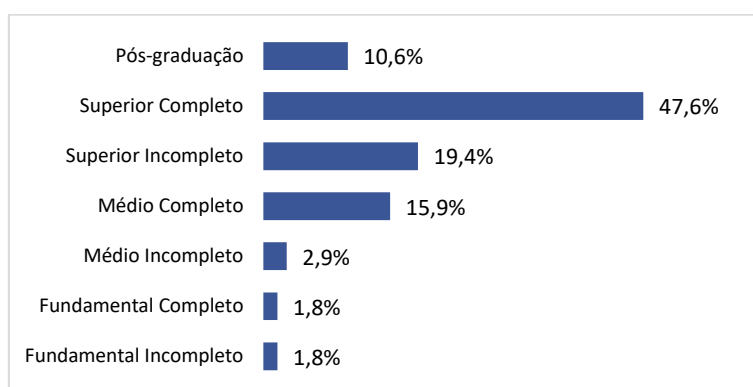


Figura 13. Grau de instrução dos visitantes

A maioria dos visitantes (52,9%) trabalhavam como assalariados em organizações públicas ou privadas e 34,7% eram empresários ou profissionais liberais. Já os estudantes representaram 7,1% dos visitantes.

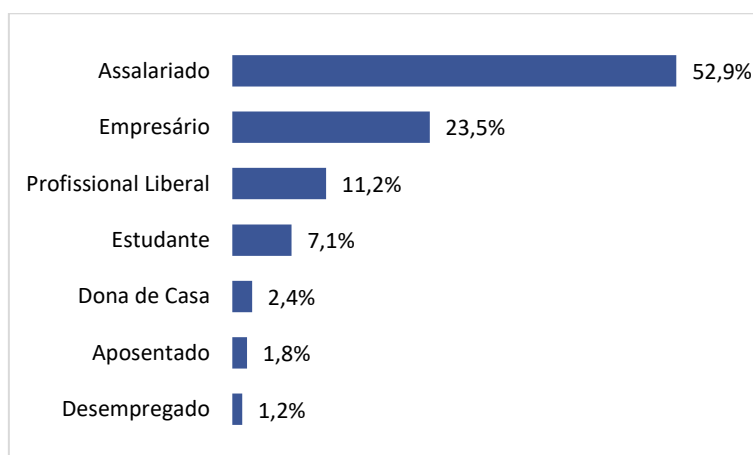


Figura 14. Ocupação dos visitantes

Em relação a idade, notou-se que o público era predominantemente de adultos entre 26 e 50 anos que, somados, representaram 73,5% da demanda. Crianças e adolescentes raramente acompanhavam os visitantes (2% do total).

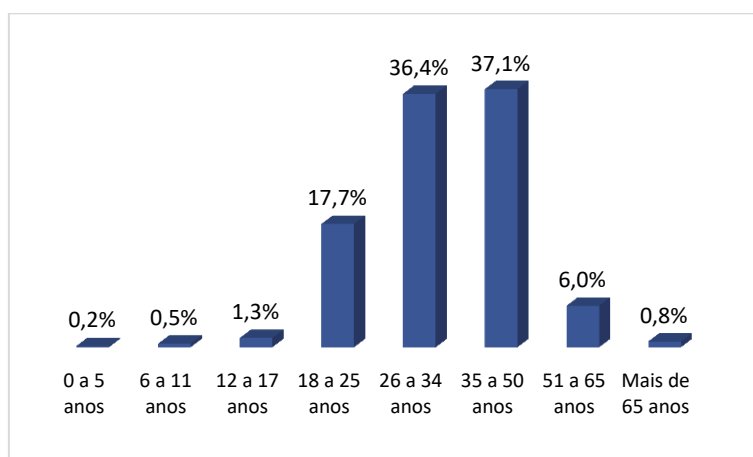


Figura 15. Faixa etária dos visitantes

No município de Peixe, estavam presentes visitantes de todos os níveis de renda, sendo que, com exceção da classe de renda inferior a R\$ 1900 mensais que, por razões econômicas viajam menos que as demais classes, os visitantes estavam bem distribuídos entre todos os níveis de renda. Observa-se no gráfico que 60% da demanda tinha rendimentos superiores a R\$ 5700 mensais.

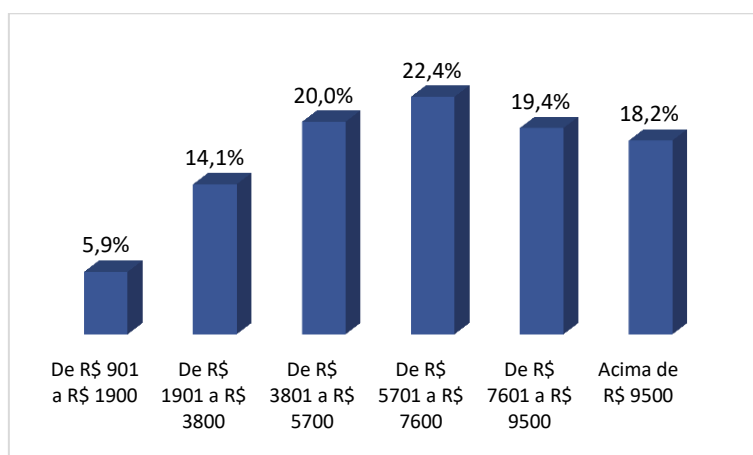


Figura 16. Renda familiar mensal dos visitantes

A origem dos visitantes esteve concentrada no próprio Estado do Tocantins (41,8%) e nos Estados limítrofes: nas fronteiras ao norte do Estado, visitantes do Pará e Maranhão representaram 7,1% dos visitantes; já na porção sul e sudoeste, Bahia e Goiás concentraram 30% dos turistas que visitaram Peixe.

Eram oriundos dos três Estados da região sul do Brasil 4,2% dos visitantes e 9,4% residiam na região sudeste – Estados de Minas Gerais ou São Paulo. Havia ainda 5,3% residentes no Distrito Federal.

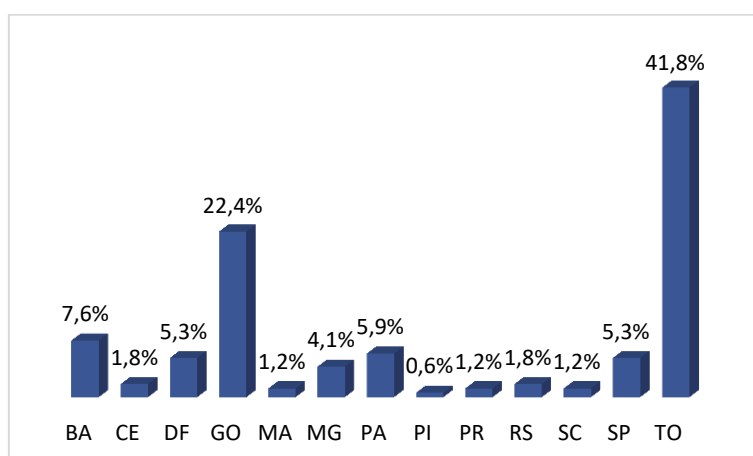


Figura 17. UF's de origem dos visitantes

Na maioria dos casos (56%), as distâncias totais percorridas pelos visitantes até chegar ao destino superaram os 450 km. A média entre todos os visitantes foi de 608 km. Apenas 34% dos visitantes tiveram que percorrer menos de 300 km até chegar ao município de Peixe. Essas distâncias foram estimadas com base nas rotas mais curtas entre a cidade de origem e o destino (Peixe/TO), calculadas pelo Google Maps.

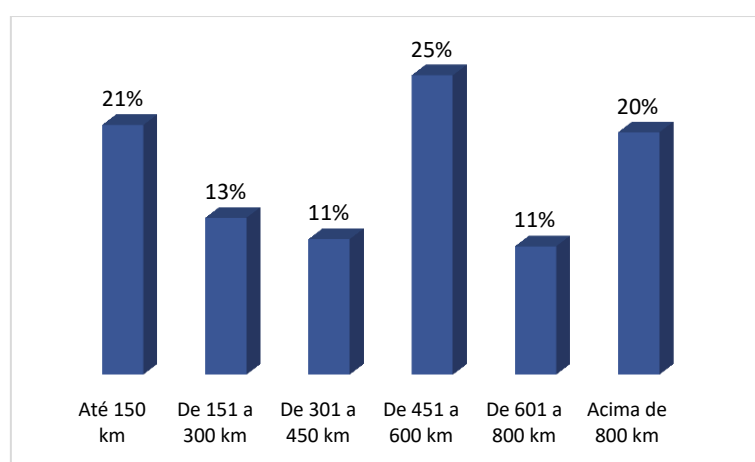


Figura 18. Distância origem-destino

3.2.3. Comportamento e hábitos de informação e compra de viagem

A organização da viagem a Peixe foi feita por conta própria em 98% dos casos. Apenas 2% dos visitantes tiveram suas viagens organizadas pelas empresas onde trabalham. As informações utilizadas para organizar a viagem foram dadas por amigos e parentes em 72,9% dos casos. O segundo meio de informação mais utilizado foi a internet, consultada por 29,4% dos visitantes.

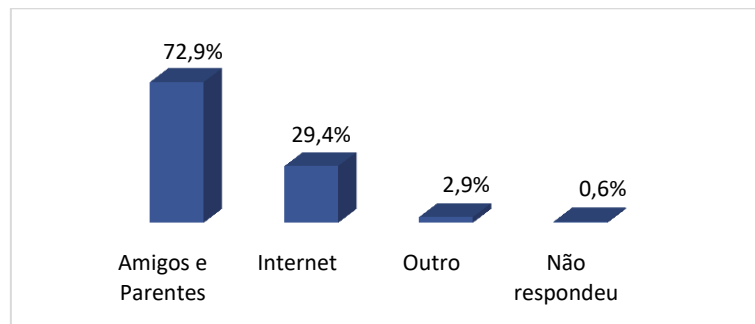


Figura 19. Meios de informação sobre o destino

A maioria dos visitantes (88%) teve as viagens motivadas por lazer, mais especificamente pela prática da pesca esportiva. Apenas 7% tinham a intenção de visitar amigos e parentes e 5% viajaram a trabalho.

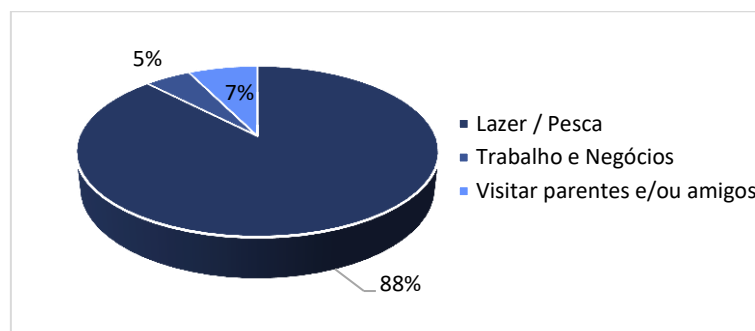


Figura 20. Motivação da viagem

Em média, os visitantes passaram 2,4 noites no destino, o que pode ser considerado adequado frente às longas distâncias percorridas. O mais comum foi encontrar turistas que fizeram dois ou três pernites, respectivamente 40,0% e 32,9%. A permanência máxima dos turistas foi de 5 pernites (2,4% dos entrevistados).

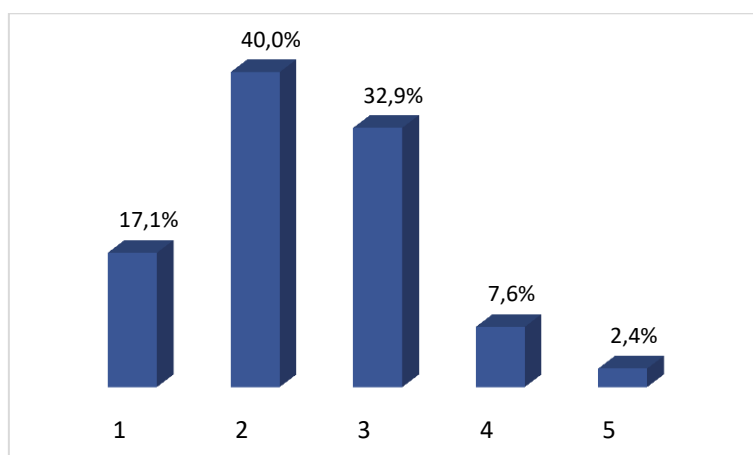


Figura 21. Número de pernoites no destino

Para 47,3% dos visitantes essa havia sido sua primeira viagem a Peixe. Os demais 52,7% já conheciam o município, sendo que 37,3% deles costumam frequentar o local com regularidade, ou seja, uma ou mais vezes ao ano.

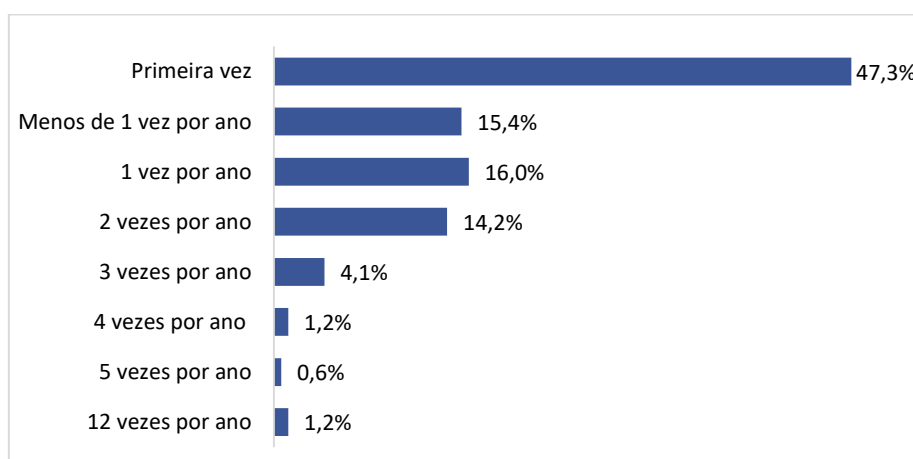


Figura 22. Frequência de visita ao destino

Devido à impossibilidade de acessar o destino por via aérea, 5% dos visitantes tiveram que utilizar os modais avião e carro alugado para chegar ao município. Os demais visitantes optaram por fazer todo o percurso de carro, sendo que 6% utilizaram um automóvel alugado, 89% chegaram em seus carros próprios e 0,6% empregou o carro da empresa na viagem.

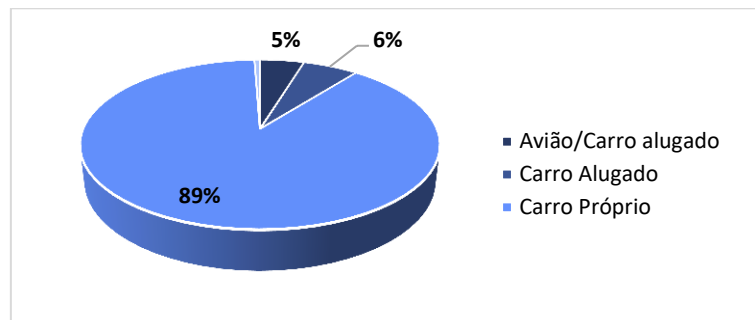


Figura 23. Meios de transporte utilizados para chegar ao destino

Noventa por cento dos turistas utilizaram meios de hospedagens pagos durante sua estadia em Peixe, dentre os quais 2% alojaram-se em imóveis alugados, 3% dormiram em acampamentos e 85% ficaram em hotéis ou pousadas locais. As casas de amigos e parentes foram a opção escolhida por 8% dos visitantes e apenas 1% hospedou-se em casa própria.

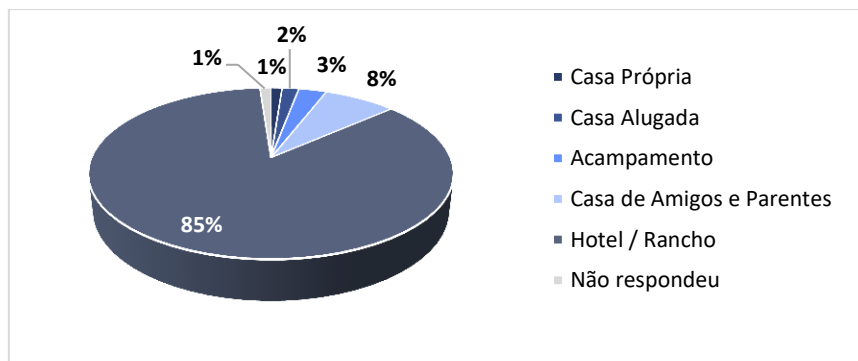


Figura 24. Meios de hospedagem utilizados pelos visitantes

O gráfico a seguir informa todos os hotéis e pousadas em que os turistas entrevistados se hospedaram.

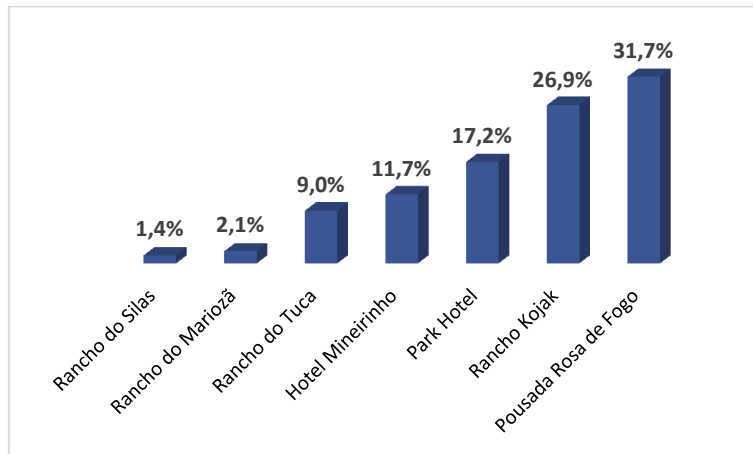


Figura 25. Hotéis e pousadas utilizadas pelos visitantes

Apenas uma pequena parcela dos visitantes estavam sozinhos durante a viagem (5%). Os demais viajaram em grupos que variaram em tamanho, sendo os menores grupos formados por duas pessoas e o maior deles composto por 8 pessoas.

Devido a grande quantidade de visitantes praticantes da pesca esportiva, os tipos de grupo mais comuns foram aqueles formados por amigos adultos (47%) e, em seguida, os casais sem crianças (26%).

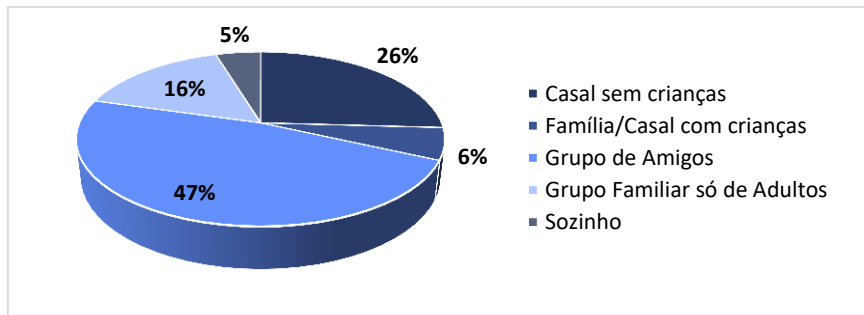


Figura 26. Configuração dos grupos de viagem

3.2.4. Estrutura do gasto turístico

Em média, cada visitante gastou R\$ 812,49 na viagem a Peixe, incluindo as despesas com deslocamentos entre a cidade de origem e o destino, hospedagem, alimentação, passeios, compras e outras despesas realizadas na região turística.

Desse montante, R\$ 322,23 em média foram gastos com o transporte entre a residência do visitante e seu destino final. Os demais R\$ 490,26 foram despendidos em Peixe e representam a receita turística média gerada por cada visitante.

Tabela 3 - Gastos médios dos visitantes de Peixe

Gasto médio per capita no destino:	R\$ 490,26
Gasto médio per capita na viagem:	R\$ 812,49
Deslocamento origem-destino:	R\$ 322,23

Para a análise detalhada dos gastos turísticos, as despesas dos visitantes foram divididas em cinco categorias (transporte interno, hospedagem, alimentação, passeios e compras). Contudo, é necessário esclarecer que nem sempre os visitantes realizaram despesas em todas essas categorias – houve aqueles que não gastaram com hospedagem, outros não fizeram compras e alguns não chegaram a realizar passeios turísticos pagos, por exemplo. Dessa forma, para o cálculo dos gastos médios por categoria, foram consideradas apenas as respostas dos visitantes que de fato consumiram em determinada categoria, ou seja, os campos vazios e respostas zero foram ignorados.

Na tabela a seguir são descritos os gastos médios per capita dos visitantes em cada categoria de despesa (transporte interno, hospedagem, alimentação, entretenimento, compras e outros itens). A coluna central indica o percentual dos visitantes que declarou ter gasto algum valor na correspondente categoria. Já na coluna da direita, observam-se as médias dos gastos individuais em cada categoria.

Dentre as despesas declaradas, as relativas à hospedagem foram as que mais pesaram no gasto total, consumindo em média R\$ 226,13, ou seja, 54% do total das despesas no destino.

Outras duas categorias que consumiram boa parte do orçamento de viagem foram: alimentação, que fez parte das despesas de 91,2% dos visitantes e representou uma média de R\$ 123,25 por pessoa; e transporte interno que absorveu R\$ 97,96 per capita de 79,4% dos

visitantes. Estão inclusas em transporte interno as despesas com aluguel de carros, combustível, estacionamento, táxis e traslados.

Tabela 4 - Gastos médios per capita dos visitantes de Peixe, por categoria

Categoria de despesa	Visitantes que gastaram	Gasto médio por pessoa
Transporte	79,4%	R\$ 97,96
Hospedagem	84,7%	R\$ 226,13
Alimentação	91,2%	R\$ 123,25
Entretenimento	50,6%	R\$ 65,38
Compras	10,0%	R\$ 63,09
Outros	26,5%	R\$ 70,90

Os visitantes mencionaram a visita a 14 diferentes cidades ou locais turísticos durante sua estadia no município de Peixe. Conforme demonstrado no gráfico, a praia da Tartaruga foi o local mais visitado (56,5%), caracterizando-se como o principal atrativo turístico da região. Na sequência aparecem a cidade de Peixe (11,8%), o Rio Tocantins (9,4%) e algumas pousadas e ranchos de pesca, como Kojak, Tuca e Rosa de Fogo (somados equivalem a 33,6%).

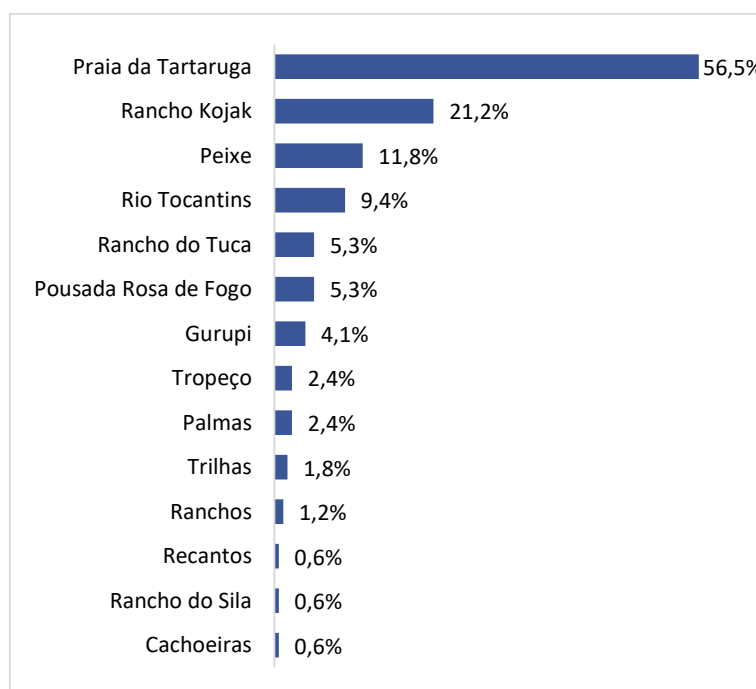


Figura 27. Locais visitados durante a estadia

3.2.5. Valorização da qualidade da oferta atual e determinação da imagem

Para a análise dos pontos fortes e fracos da oferta turística atual de Peixe, os visitantes foram convidados a apontar, de forma livre e espontânea, o que há de melhor no destino e também o que há de pior nele.

As respostas foram tratadas e representadas sob o formato de nuvem de palavras, que é um recurso gráfico utilizado para descrever de forma simples os termos mais frequentemente citados pelos visitantes: palavras mais frequentes são desenhadas em fontes de tamanho maior, palavras menos frequentes são desenhadas em fontes de tamanho menor.

Figura 28 - O melhor de Peixe na opinião dos visitantes



A nuvem azul, que trata dos pontos fortes, coloca o Rio Tocantins e suas praias como os melhores componentes da oferta turística. Na sequência, aparecem em ordem decrescente: a 'pesca' que é um dos principais motivadores das viagens à Ilha; a 'natureza' da região, o que inclui a beleza cênica da vegetação, dos rios e praias; e a 'tranquilidade' proporcionada pelos locais visitados.

Já a nuvem de palavras relativas aos pontos fracos do destino destaca que as más condições das estradas que dão acesso aos atrativos foram o que mais desagradou os visitantes. Também ficaram em destaque a falta de infraestrutura dos locais visitados e a má qualidade e pouca diversidade dos restaurantes e lanchonetes. Ocorreram também menções a fatores que estão além do controle da gestão do turismo, como a distância entre origem e destino e o clima quente da região.

Figura 29 - O pior de Peixe na opinião dos visitantes



Inqueridos sobre as melhorias que deveriam ser implementadas no município, os visitantes elencaram como prioritários: a oferta de atividades de aventura e ecoturismo para diversas idades, mais especificamente de bóia cross, caiaque, canoagem, fly board, jet ski, esqui aquático, kite surf, parapente, rafting, rapel, stand up paddle, tirolesa, toboágua e trilhas; a implementação de infraestrutura e estruturas de apoio ao turismo, como banheiros públicos, lanchonetes funcionando ao longo de todo o ano, pontos de informação turística; a necessidade de melhores estradas (mais largas, com melhor pavimentação); a necessidade de mais opções de lanchonetes e restaurantes e da melhoria da qualidade dos estabelecimentos já existentes, dentre outras listadas no quadro a seguir.

Tabela 5. Sugestões de melhorias do destino

Sugestão	Frequência	Sugestão	Frequência
Atividades de aventura e ecoturismo	23,5%	Aeroporto	1,2%
Infraestrutura	15,3%	Área de Lazer para família	1,2%
Estruturas de apoio ao turismo	14,7%	Conservação da natureza	1,2%
Mais e melhores restaurantes	10,0%	Divulgação	1,2%
Acesso / Asfalto / Estradas	8,8%	Guia turístico	1,2%
Mais / melhores meios de hospedagem	5,3%	Hospitalidade	1,2%
Guarda-vidas	4,7%	Tendas	1,2%
Segurança	4,1%	Aluguel de equipamentos de pesca	0,6%
Apoio dos órgãos públicos	3,5%	Aluguel de equipamentos náuticos	0,6%
Campeonato de pesca	3,5%	Clube	0,6%
Informações turísticas	3,5%	Pontes	0,6%
Mais locais para pesca	3,5%	Postos de combustível	0,6%
Eventos na Cidade	2,9%	Rancho Kojak	0,6%
Limpeza pública	2,9%	Saúde	0,6%

Sinalização turística e aquática	2,4%	Sinal de celular	0,6%
Melhor Atendimento	1,8%	Transporte público	0,6%
Preço	1,8%		

Apesar de todas as deficiências mencionadas, 99% dos visitantes afirmaram que visitariam o município novamente em outra oportunidade.

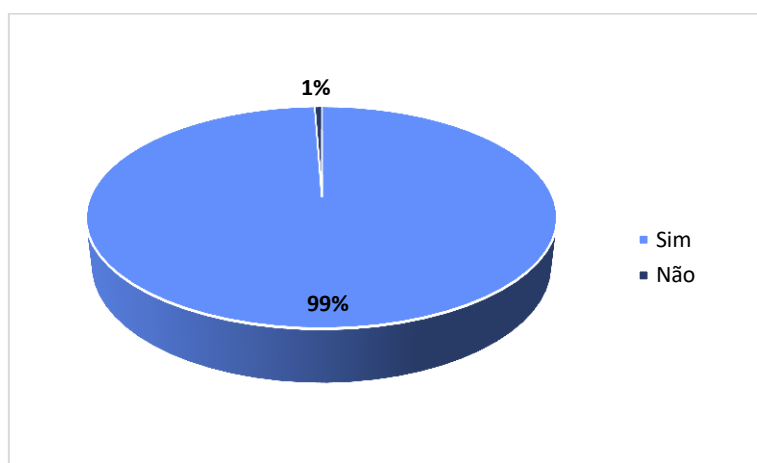


Figura 30. *Intenção de visitar o município de Peixe novamente*

3.2.6. Identificação do portfólio estratégico de produtos turísticos/segmentos atuais de demanda

Os visitantes que participaram do estudo de demanda responderam sobre seu nível de interesse em diferentes segmentos turísticos, a saber: rural, religioso, gastronômico, étnico, sol e praia, pesca, estudos, esportes, aventura, cultural e ecoturismo. As respostas foram dadas numa escala de 1 a 5, em que 1 significava **nenhum interesse** e 5 significava **muito interesse**.

A consolidação das respostas apontou os segmentos turísticos com maior potencial frente ao público atual do destino e também aqueles que não despertariam seu interesse.

Para a leitura e compreensão do gráfico a seguir, basta observar as extensões das barras azuis e rosas, nos tons claro e escuro, que indicam o percentual dos visitantes interessados ou não interessados pelo segmento turístico descrito no eixo vertical do gráfico.

Sempre que a somatória das barras azuis for maior que a das rosas, significa que o segmento tem potencial frente à demanda atual. Ao contrário, quando a somatória das barras rosas for maior que a das azuis, significa que o público atual não aceitará bem a oferta turística, sendo necessário, portanto, identificar o público-alvo ideal para tais segmentos.

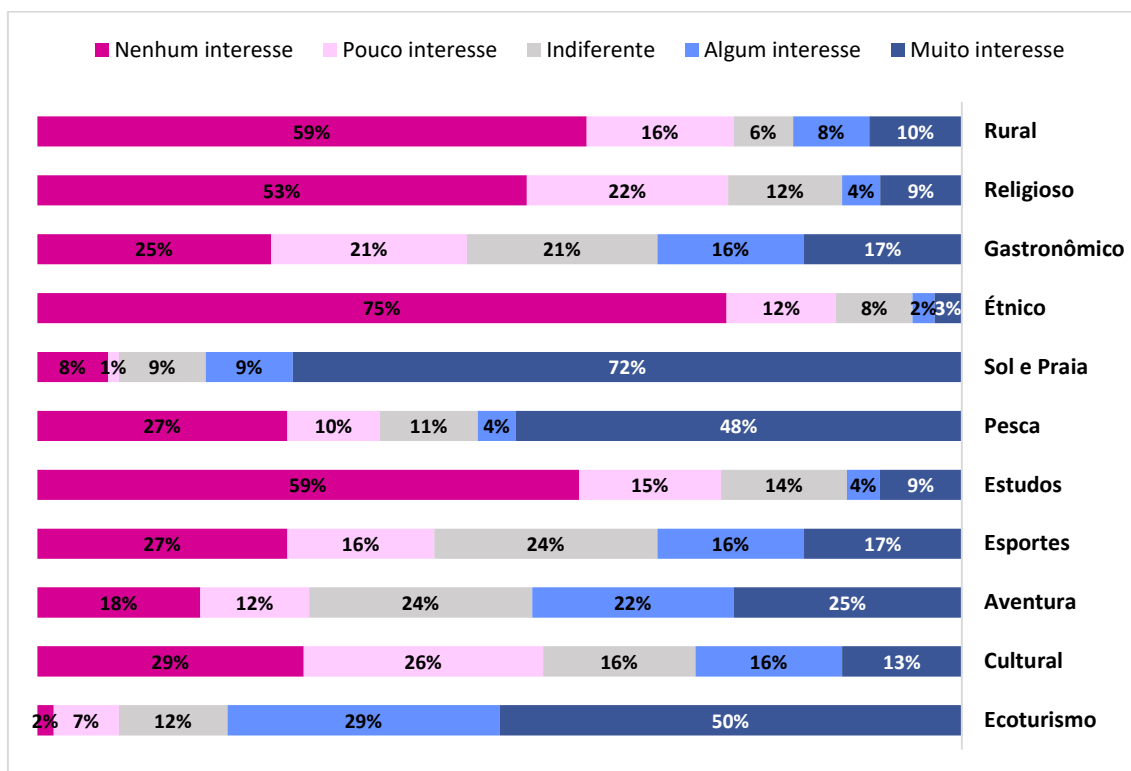


Figura 31. Potencial turístico por segmento

Conclui-se, com base no gráfico, que os segmentos mais interessantes, na opinião dos visitantes atuais, são quatro: turismo de sol e praia, turismo de pesca, turismo de aventura e ecoturismo.

Com exceção do turismo de aventura que ainda é incipiente, os outros três segmentos já são atualmente desenvolvidos no município. Ecoturismo e turismo de aventura obtiveram cerca de 80% ou mais de nível de aceitação/interesse. Já o turismo de pesca, por atingir um nicho específico de mercado, foi declarado interessante por uma parcela menor dos visitantes: 52% dos entrevistados.

Os segmentos considerados de baixo potencial foram: turismo rural, turismo religioso, turismo étnico, turismo de estudos e turismo cultural. Para a devida impulsão desses cinco segmentos será necessário identificar nichos de mercado, isto é, delinear os perfis de consumidores que potencialmente se interessariam por tais segmentos.

A maior parte dos visitantes (81%) conhecia outras cidades e regiões do Estado do Tocantins, o que já era esperado, tendo em vista o grande peso dos fluxos regionais de turistas.

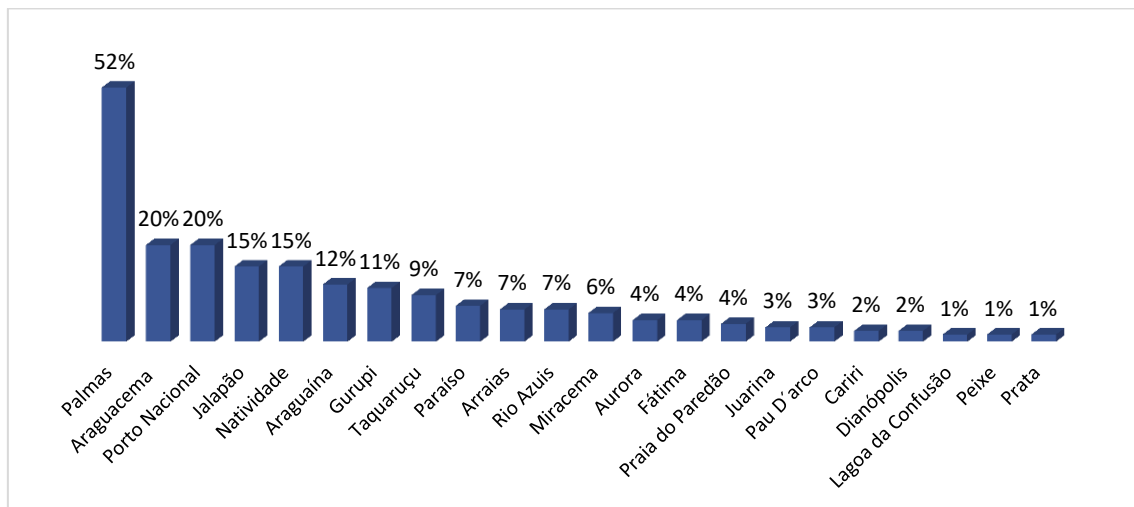


Figura 32. Locais do Tocantins já conhecidos pelos visitantes

Os visitantes mais uma vez confirmaram seu apreço pela oferta turística tocantinense ao manifestar seu desejo de visitar outras regiões turísticas além do município de Peixe. Como se observa no gráfico a seguir, 92,4% afirmaram que gostariam de conhecer mais locais turísticos do Estado.

Dentre os locais turísticos mencionados, o Jalapão aparece muito à frente de todos os outros, tendo sido indicado por 55,4% dos visitantes. Na sequência vem Rio Azuis, na região das Serras Gerais, citado por 24,8% dos entrevistados. Os demais locais foram lembrados por 10% ou menos dos entrevistados apenas.

Tabela 6. Locais turísticos do TO que os visitantes desejam conhecer

Local	Frequência	Local	Frequência
Jalapão	55,4%	Arraias	0,6%
Rio Azuis	24,8%	Aurora	0,6%
Araguacema	10,8%	Beleza	0,6%
Lagoa do Japonês	7,0%	Formoso do Araguaia	0,6%
Cantão	2,5%	Ilha do Bananal	0,6%
Dianópolis	2,5%	Ilha do Canela	0,6%
Palmas	2,5%	Itacajá	0,6%
Natividade	1,9%	Lagoa da Confusão	0,6%
Pedro Afonso	1,9%	Porto Nacional	0,6%
Taquaruçú	1,9%	Praias do Araguaia	0,6%
Miracema	1,3%	Arraias	0,6%

3.2.7. Perfil médio dos turistas por mercado emissor

Na tabela abaixo estão indicadas os dados do perfil médio por mercado emissor segmentado pelas principais regiões de origem dos entrevistados.

A região Centro Oeste e os visitantes do Estado de Tocantins são a maioria dos turistas que visitam a Região de Peixe. Sendo que a grande maioria chega por via terrestre, com seu próprio veículo.

Vale ressaltar que a maioria dos turistas dos maiores mercados emissores para a região tem uma renda familiar alta, e que viaja sempre acompanhada.

Região de Origem	Centro Oeste	Nordeste	Sudeste	Tocantins
Representatividade	30% da Demanda	13% da Demanda	10% da Demanda	38% da Demanda
Distância origem-destino				
(Km)	580	858	1242	233
Tempo de permanência				
(Noite)	2,6	2,7	2,8	1,9
Frequência da visita				
1ª vez	58%	64%	62%	27%
Menos de 1 vez por ano	5%	21%	4%	22%
1 vez por ano	20%	12%	23%	21%
2 vezes por ano	17%	0%	12%	18%
3 ou mais vezes por ano	0%	3%	0%	13%

Renda familiar mensal				
De R\$ 901 a R\$ 1.900,00	8%	3%	8%	4%
De R\$ 1.901 a R\$ 3.800,00	5%	0%	8%	22%
De R\$ 3.801 a R\$ 5.700,00	10%	15%	19%	29%
De R\$ 5.701 a R\$ 7.600,00	27%	18%	12%	25%
De R\$ 7.601 a R\$ 9.500,00	27%	27%	23%	13%
Acima de R\$ 9.500,00	22%	36%	31%	7%
Ocupação				
Assalariado	39%	36%	38%	59%
Empresário	27%	36%	42%	13%
Profissional Liberal	21%	21%	12%	12%
Dona de casa	1%	3%	0%	4%
Estudante	12%	0%	8%	7%
Aposentado	0%	3%	0%	1%
Desempregado	0%	0%	0%	3%
Grupo de viagem				
Família / Casal com crianças	5%	6%	0%	6%
Casal sem crianças	21%	6%	0%	41%
Grupo de amigos	48%	58%	85%	39%
Grupo familiar só de adultos	25%	24%	15%	11%
Sozinho	1%	6%	0%	2%
Faixa etária dos visitantes				
0 a 5 anos	1%	0%	0%	0%
6 a 11 anos	0%	0%	0%	1%
12 a 17 anos	1%	2%	0%	2%
18 a 25 anos	21%	1%	23%	18%
26 a 34 anos	28%	32%	46%	41%
35 a 50 anos	49%	58%	28%	31%
51 a 65 anos	1%	7%	3%	7%
Mais de 65 anos	0%	0%	0%	0%
Meio de transporte				
Carro alugado + Avião	3%	18%	50%	0%
Carro próprio	97%	82%	50%	100%
Gasto médio na viagem				
(por pessoa)	R\$ 763,31	R\$ 1.036,76	R\$ 1.532,88	R\$ 499,34
Gasto médio no município				
(por pessoa)	R\$ 503,74	R\$ 628,20	R\$ 810,71	R\$ 338,08
Já visitou outras regiões do TO				
Sim	53%	85%	58%	97%
Não	47%	15%	42%	3%

3.3. Pesquisa de Demanda Potencial

3.3.1. Introdução

A fim de consolidar o planejamento turístico de um destino, a realização de diversas pesquisas se faz necessária, as quais geram informações úteis na análise do potencial do destino, principalmente relacionado ao seu poder de atração para com o consumidor. Saber a opinião dos visitantes em potencial é importante para o direcionamento das ações de formatação de produtos, formação de preços, qualificação profissional e divulgação do destino.

O objetivo principal da pesquisa de demanda potencial foi avaliar o interesse dos entrevistados em visitar os atrativos que já existem em Tocantins, além de identificar que outros passeios/atrativos estes se interessariam em fazer, caso visitassem o destino. Além disso, a pesquisa almejava os seguintes objetivos:

- ✓ Estimar o poder de atratividade do destino;
- ✓ Identificar hábitos de viagem dos entrevistados;
- ✓ Avaliar disponibilidade financeira e temporal dos entrevistados para visitar o destino;
- ✓ Conhecer os turistas que ainda não tenham chegado e podem chegar;
- ✓ Identificar elementos críticos que influem no processo de tomada de decisões de compra de viagens – distância, custos, nível do serviço, segurança e salubridade, atrativos existentes, material informativo;
- ✓ Estudar os hábitos de informação e compra de viagens;
- ✓ Analisar o grau de conhecimento do destino e interesse da demanda potencial;
- ✓ Identificar destinos concorrentes a partir da percepção dos potenciais visitantes.

Para analisar a demanda potencial para o turismo de um destino turístico pauta-se por alguns elementos-centrais, quais sejam:

- a) A **oferta turística atual**, em especial os usos turísticos que já são feitos dos recursos disponíveis – a partir do que se projetam perspectivas de aproveitamento turístico futuro. Neste caso, vale ter em vista quais dos eventuais investimentos de recursos para o aprimoramento da oferta turística seriam capazes de transformar de maneira importante a dinâmica turística local;
- b) A **demanda turística atual**, tendo em vista que, para os recursos atuais, existe uma prática turística em curso, cujas características podem ser transformadas em função das possibilidades

internas (relacionadas ao contexto do próprio destino) e externas (em função das condições gerais para o turismo em contextos mais ampliados – por exemplo, o Estado de São Paulo).

- c) As **políticas de turismo locais**, como forma de se compreender os rumos que o turismo irá seguir em vários cenários, já que, a partir de certas intervenções e estímulos, pode-se compreender os tipos de ênfase para o turismo no destino. Assim, as iniciativas de planejamento turístico – especialmente, mas não exclusivamente – do poder público, sugerem a direção para a qual a atividade irá se desenvolver, sendo possível, então, estudar as possibilidades de consumo de experiências turísticas em futuro próximo ou mais distante.
- d) As **tendências gerais para o turismo nas escalas macro**, o que inclui entender aspectos sociais, econômicos, culturais e políticos, ampliando-se o olhar para além do destino turístico – por exemplo, as tendências para o desenvolvimento turístico no Estado de Tocantins, no Brasil e no Mundo, em particular nos segmentos (ecoturismo, aventura e sol e praia) para as características de público possíveis e desejadas para o Estado.

3.3.2. Metodologia de pesquisa

Desenho da Amostra

Para o estudo de **demanda potencial** do Estado do Tocantins, foram definidos para coleta de dados primários, locais com grande fluxo de turistas/visitantes que possuem o perfil desejável para a pesquisa: interesse e disposição para viajar, proximidade do polo receptor e capacidade financeira para viagens domésticas.

De acordo com a pesquisa de demanda real, e as definições da equipe da Contratante foram definidos os seguintes aeroportos para a realização da pesquisa:

Tabela 7. Dados dos aeroportos utilizados na Pesquisa

Aeroporto	Movimentação de Passageiros 2018	% do total de passageiros do Brasil
São Paulo	41.157.232	19,50%
Brasília	17.543.412	8,30%
Belo Horizonte	10.256.383	4,90%
Fortaleza	6.516.723	3,10%
Total	75.473.750	35,80%

Aeroporto de Brasília - importante centro de conexões do país e considerado um dos principais *hubs* sul-americanos, com uma média de 19,8 milhões de passageiros transportados anualmente³.

O aeroporto Juscelino Kubitschek é o principal ponto de conexão para o fluxo turístico regional, concentrando passageiros oriundos dos Estados vizinhos (Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiânia) e do Distrito Federal, garantindo que as regiões com maior potencial para emissão de turistas ao Tocantins sejam abrangidas pelo estudo.

Aeroporto de São Paulo - Guarulhos

³ Fonte: <http://www.bsb.aero/br/o-aeroporto/sobre-o-aeroporto-de-brasilia/>

O aeroporto de Guarulhos é o principal aeroporto do Brasil, tendo no ano de 2018 uma movimentação de mais de 41 milhões de passageiros, e uma movimentação diária de 120 mil passageiros⁴. Considerado o maior polo emissor de turistas no Brasil, além de ser o principal aeroporto para conexões no país.

Aeroporto de Confins – Belo Horizonte – MG

Considerado um dos principais aeroportos em operação no Brasil, o aeroporto internacional de Belo Horizonte, em Minas Gerais, está localizado entre os principais centros econômicos do país, no eixo RJ-SP, e movimentou cerca de 10 milhões de passageiros em 2017.

Aeroporto de Fortaleza - CE

O aeroporto de Fortaleza é um dos principais aeroportos da região Nordeste com movimento em 2018 de cerca de 6,5 milhões de passageiros em 2018.

Cálculo amostral

O cálculo amostral de ambas as pesquisas foi feito através da técnica de amostragem aleatória simples.

Como não existe informação prévia sobre o número total de turistas nas regiões estudadas optou-se por empregar a fórmula simplificada para o cálculo da amostra, que se aplica quando a população estudada é superior a 100 mil indivíduos.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

Onde:

n – tamanho da amostra

Z – variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p – verdadeira probabilidade do evento

e – erro amostral

⁴ Fonte:

<http://www.info4.com.br/ver/ver.asp?Yw=Mzk3OQ&YQ=Mzk3OQ&bQ=MzI1Mjg5&bA=MzI1Mjg5&b3JpZ2Vt=cGxhbmlsaGE&bm9tZQ=R1JVIEFpcnBvcnQ>

No total, foram feitas 817 entrevistas, distribuídas entre os quatro aeroportos anteriormente mencionados. Os dados foram processados e analisados em conjunto, resultando em margem de erro de 5%.

3.3.3. Coleta de Dados

Locais de aplicação da pesquisa

A aplicação da pesquisa ocorreu nas áreas comuns dos aeroportos. Para ser elegível a responder a pesquisa, era necessário ter mais de 16 anos. As entrevistas ocorreram em todos os aeroportos entre às 9h e 18h.

A coleta de dados foi realizada em quatro etapas

- 1 – Brasília
- 2 – Fortaleza
- 3 – Belo Horizonte
- 4 – São Paulo

A amostra foi distribuída da seguinte forma:

Tabela 8. Formulários aplicados

Local de aplicação da pesquisa	Período	Número de Pesquisadores	Número de Supervisores	Número de questionários
<i>Aeroporto de Brasília</i>	24/11/2017 28/11/2017	4	1	408
Aeroporto de Fortaleza	21/12/2018 24/12/2018	3	1	102
Aeroporto de Confins - Belo Horizonte	06/02/2019 10/02/2019	3	1	103
Aeroporto de Cumbica Guarulhos São Paulo	26/02/2019 29/02/2019	4	1	204
Total da amostra coletada				817

3.3.4. Análise dos Resultados Obtidos

Perfil socioeconômico dos entrevistados

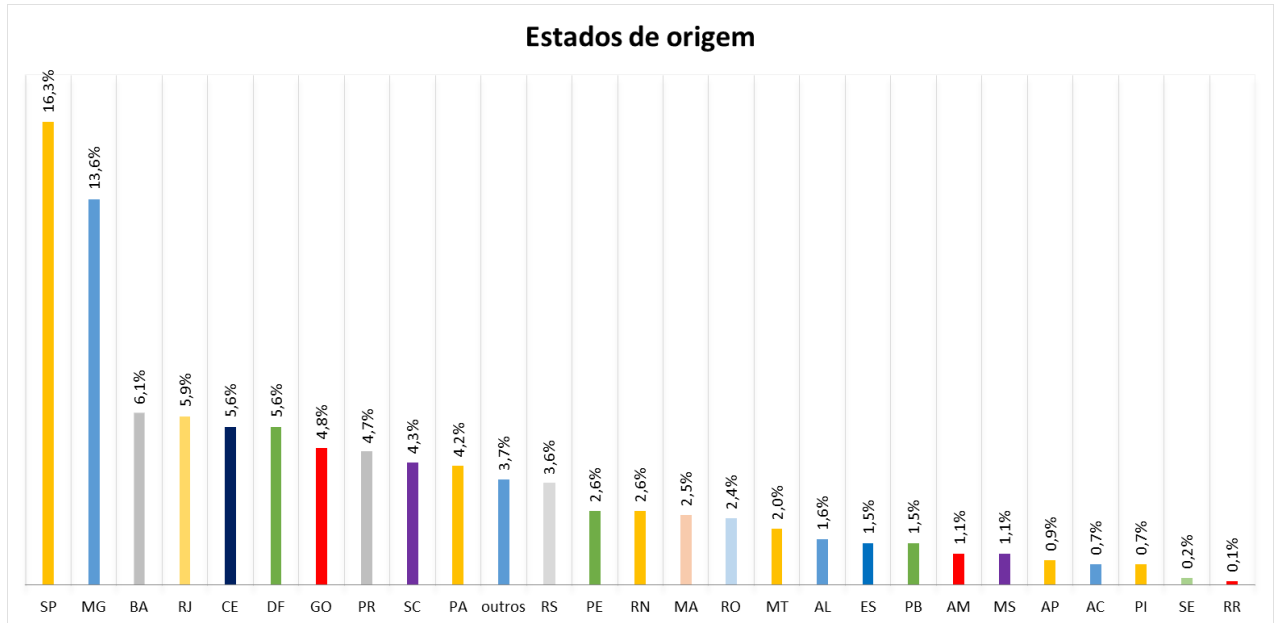


Figura 33. Origem dos entrevistados

Foram entrevistadas pessoas de praticamente todos os estados do Brasil, inclusive residentes em outros países, como Portugal, EUA, Alemanha.

Dentre os entrevistados, 37% tem seu domicílio na região Sudeste (SP, MG e RJ, ES), maior polo emissor de turistas no Brasil. Vale ressaltar que visitantes dos estados limítrofes de Tocantins também foram identificados na pesquisa com destaque para BA, DF, MT e GO.

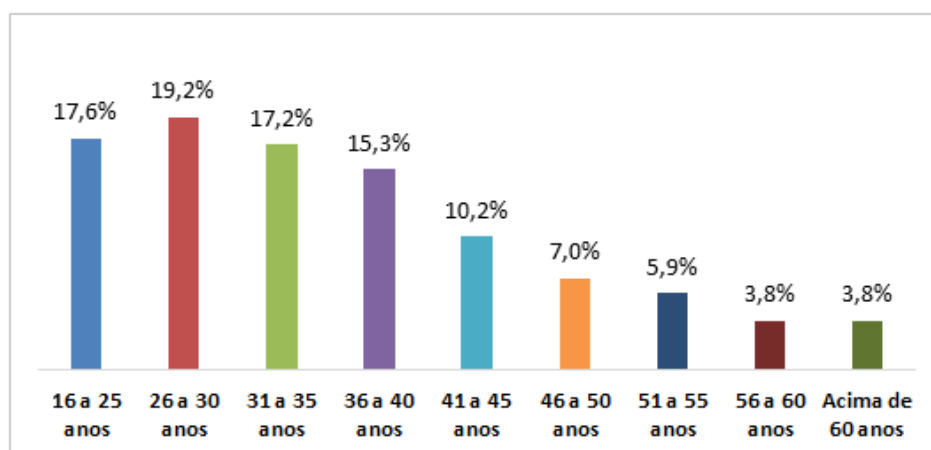


Figura 34. Faixa etária dos entrevistados

A maioria dos entrevistados está concentrada na faixa dos 26 aos 35 anos (36,4%) e dos 36 aos 50 anos (32,5%). O cenário consolidado aponta um público principal constituído fortemente por indivíduos adultos, porém ainda jovens, já que a participação dos idosos na amostra foi de apenas 3,8%.

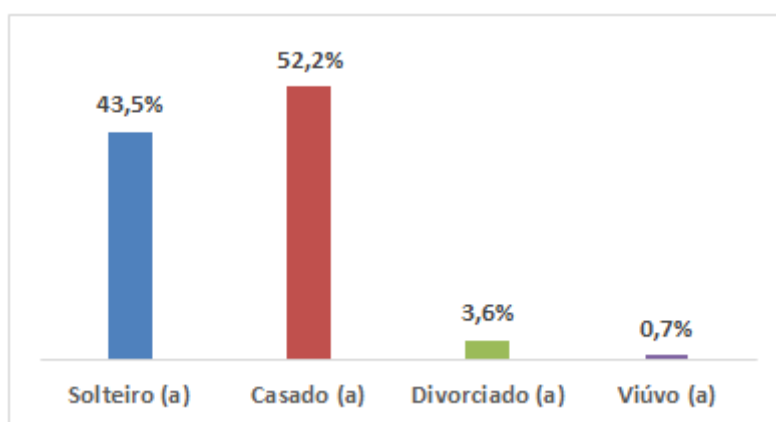


Figura 35. Estado civil dos entrevistados

No que se refere ao estado civil, 52,2% dos entrevistados eram casados, 43,5% solteiros e 4,3% divorciados ou viúvos.

O público entrevistado mostrou ter alto nível de escolaridade, já que mais de 63% dos entrevistados completaram o ensino superior ou a pós-graduação e outros 16,3% iniciaram, porém ainda não concluíram, a faculdade ou ensino técnico.

A parcela dos que estudaram até o ensino médio foi de 13,6% apenas e somente 1,7% não possuía instrução ou não havia concluído o ensino fundamental.

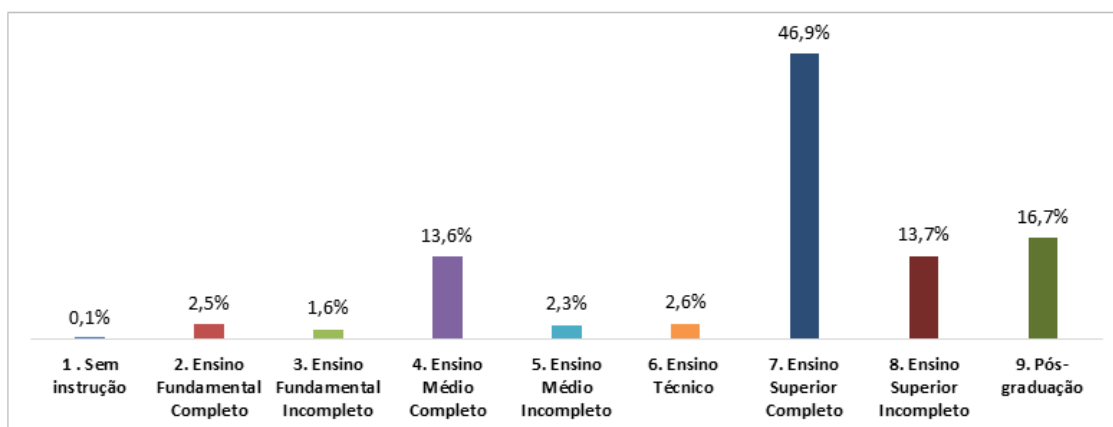


Figura 36. Grau de instrução dos entrevistados

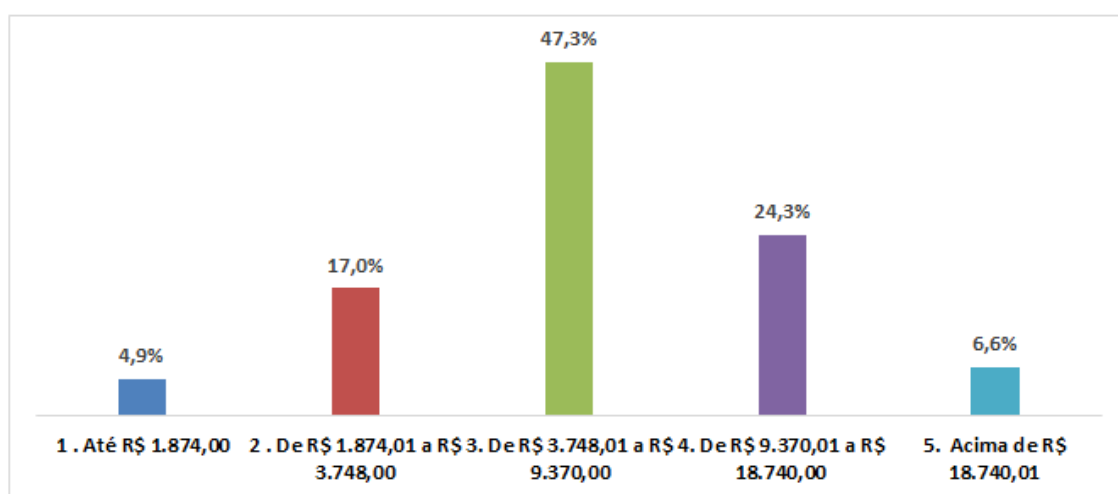


Figura 37. Renda familiar mensal dos entrevistados

A renda familiar mensal indicada pelos entrevistados evidencia a predominância da faixa que compreende entre R\$ 3.748,01 a R\$ 9.370,00 (47,3%) verificando-se a grande preeminência da classe C frente às demais segregações socioeconômicas. Poucas pessoas apontaram renda familiar mensal abaixo de R\$ 1.874,00.

Vale destacar que existe um número significativo de entrevistados com renda superior a R\$ 9.370,01 (30%), o que indica que o perfil dos entrevistados se encaixa nas faixas mais altas da classificação social do País.

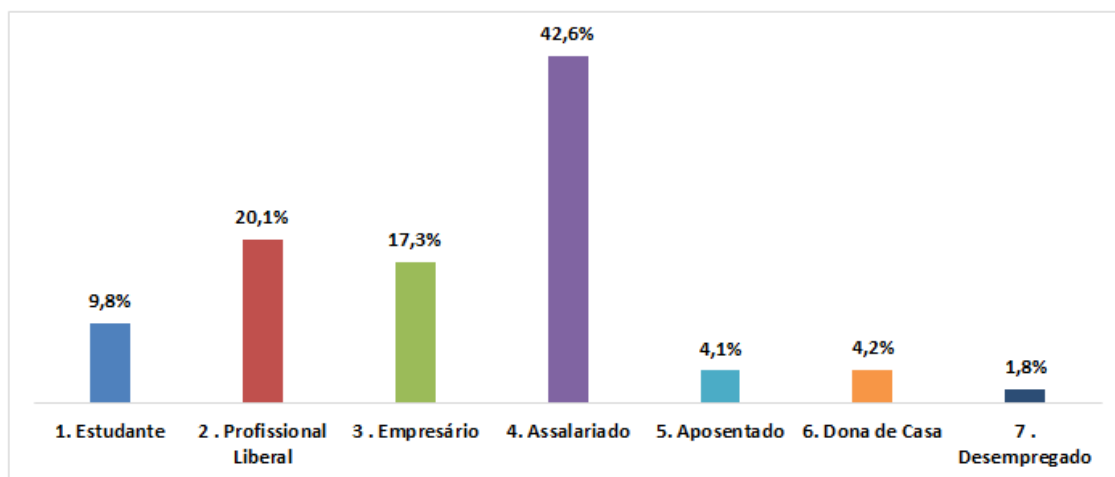


Figura 38. Ocupação principal dos entrevistados

A grande maioria dos entrevistados são profissionais assalariados, com relevante incidência de respostas também para os públicos empresários, profissionais liberais e estudantes. Estas três principais ocupações presentes nas amostras realizadas demonstram indivíduos com posse de recursos financeiros e tempo livre para realizar viagens.

Hábitos de Viagem

As próximas questões ilustram os hábitos de viagem dos entrevistados. Os dados coletados são referentes ao volume de viagens por ano, preferências, fatores relevantes para a tomada de decisão.

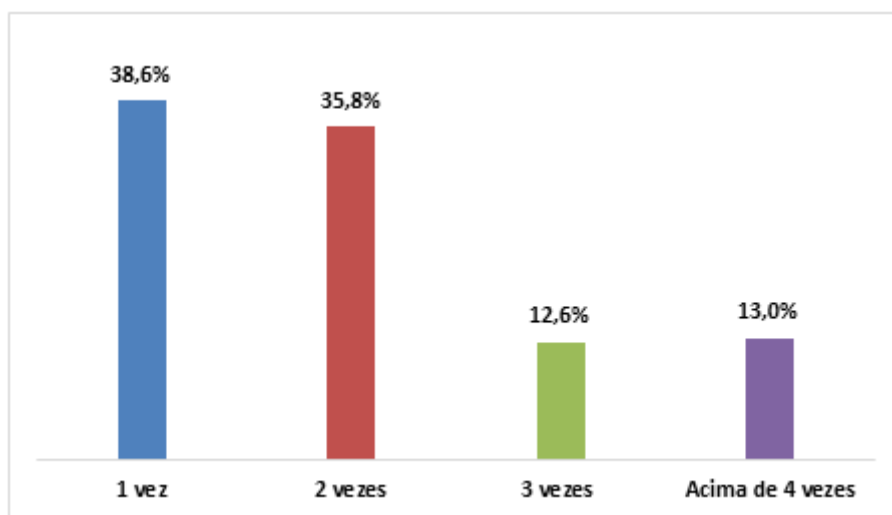


Figura 39. Frequência anual de viagens a lazer

A pesquisa indicou que, para 38,6% do público entrevistado, o turismo de lazer está restrito a uma única viagem ao ano. Contudo, observando pelo ângulo oposto, conclui-se que 61,6% das pessoas realiza viagens a lazer pelo menos duas vezes por ano, o que é bastante promissor para destinos turísticos que puderem variar sua oferta de atrações e atividades a ponto de tornarem-se interessantes para os turistas em qualquer época do ano.

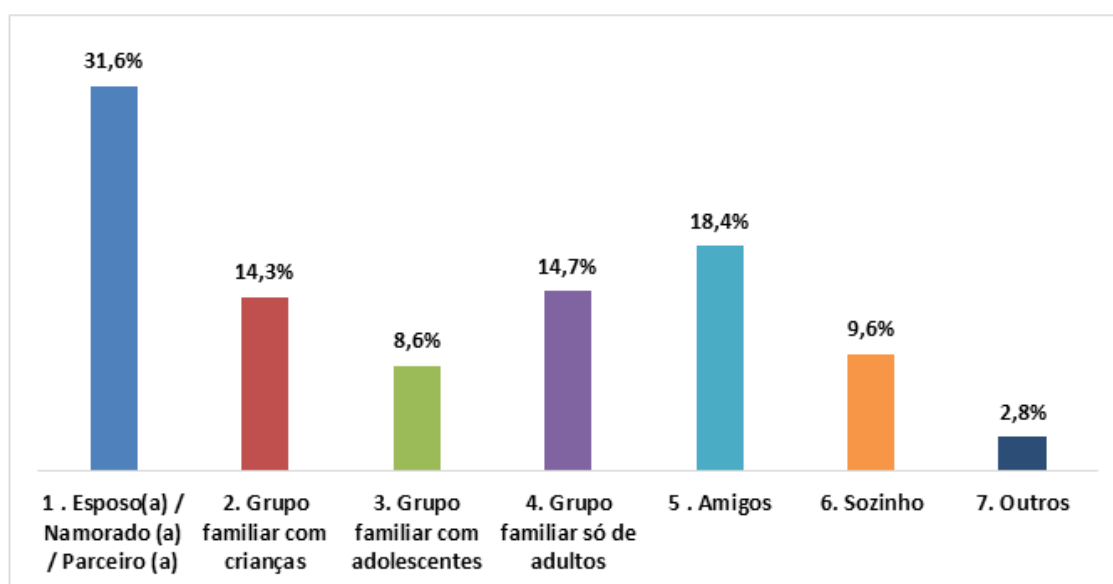


Figura 40. Configuração dos grupos de viagem

Apenas 9,6% dos entrevistados preferem estar sozinhos em suas viagens de lazer. Os demais costumam viajar acompanhados por seus familiares, amigos ou parceiro amoroso. Os diferentes tipos de grupos familiares somam 37,6% da amostra, sendo 22,9% grupos formados por pais acompanhados de seus filhos (crianças ou adolescentes) e 14,7% grupos familiares sem presença de crianças. O gráfico demonstra que 31,6% dos entrevistados viajam em duplas/casais e 18,4% fazem turismo de lazer em grupos formados por amigos.

A importância desse tipo de informação está na possibilidade de adequar a oferta turística aos segmentos do mercado que o destino pretende atender. Por exemplo, ao notar que apenas 14,3% dos entrevistados levariam crianças pequenas consigo em suas viagens de lazer, será possível e viável preparar a oferta turística local (meios de hospedagem, restaurantes e passeios turísticos) para atender os anseios e expectativas de pessoas adultas.

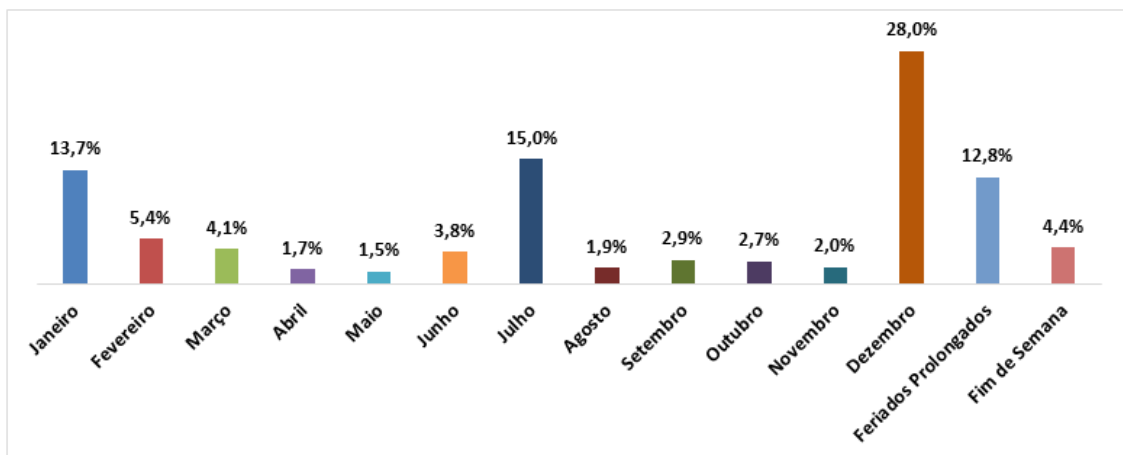


Figura 41. Período do ano preferido para as viagens a lazer

O período do ano preferido pelos entrevistados para realizar suas viagens contempla os meses das férias escolares, ou seja, dezembro, janeiro e julho. Outro momento importante que pode ser explorado comercialmente são os feriados prolongados, o que implica em um planejamento anual de promoção e um calendário de eventos estruturado para potencializar o volume de visitantes para o destino.

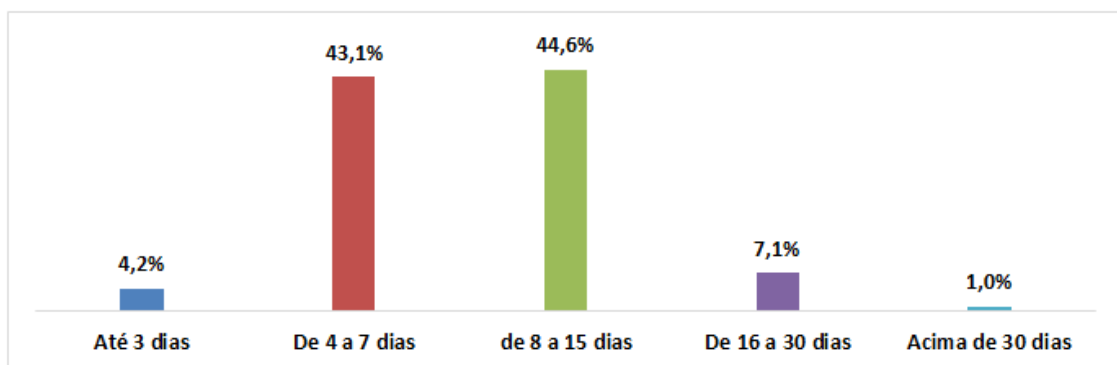


Figura 42. Duração média das viagens de lazer

De acordo com os dados expostos no gráfico referente à duração média das viagens, a estadia dos potenciais visitantes no destino turístico escolhido costuma variar entre 4 e 15 dias (total de 87,7% dos entrevistados). Sendo assim, para atender adequadamente o público em questão, é preciso adequar a oferta turística ao tempo (total de dias) que os visitantes tendem a passar no destino. Os dados são extremamente positivos para o Estado do Tocantins, pois

oportunizam a criação roteiros estruturados em âmbito estadual e até mesmo regionalmente, com durações variáveis entre 5 a 10 dias de permanência. Seguindo essa linha de trabalho, é importante lembrar que uma bem estruturada e variada oferta de atrativos e atividades turísticas fará com que os visitantes se sintam motivados a permanecer mais tempo no destino.

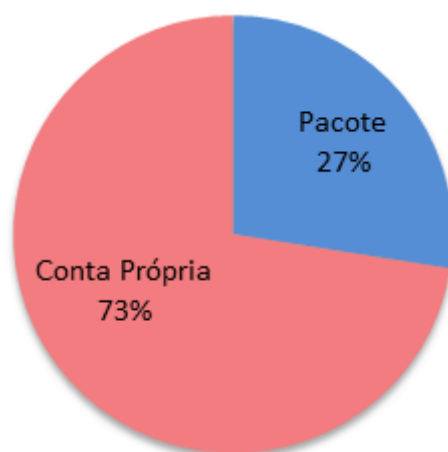


Figura 43. Forma de organização da viagem

O consumo de pacotes turísticos organizados por agências de viagem e operadoras é um hábito de 27% dos potenciais visitantes entrevistados nesta pesquisa. Um percentual nada desprezível tendo a vista a facilidade com que se pode encontrar informações e fazer negociações não intermediadas através da internet. Isso significa que o Estado do Tocantins deverá focar e fomentar a organização do trade turístico para a comercialização de pacotes de viagem, tanto para operadores nacionais como internacionais.

Contudo a grande maioria dos entrevistados tem preferido organizar as viagens por conta própria, o que impõem uma linha de trabalho adicional aos órgãos de turismo no sentido de fazer com que o destino Tocantins esteja presente na internet e as informações das quais os potenciais visitantes necessitem para formatar sua viagem sejam claras, completas e acessíveis. Da mesma forma, as empresas de hospedagem, de serviços de receptivo e de aluguel de carros e equipamentos devem estar presentes nas redes sociais e plataformas de reservas online, pois estas últimas consistem numa das principais ferramentas utilizadas na organização da viagem, conforme demonstrado no gráfico a seguir.

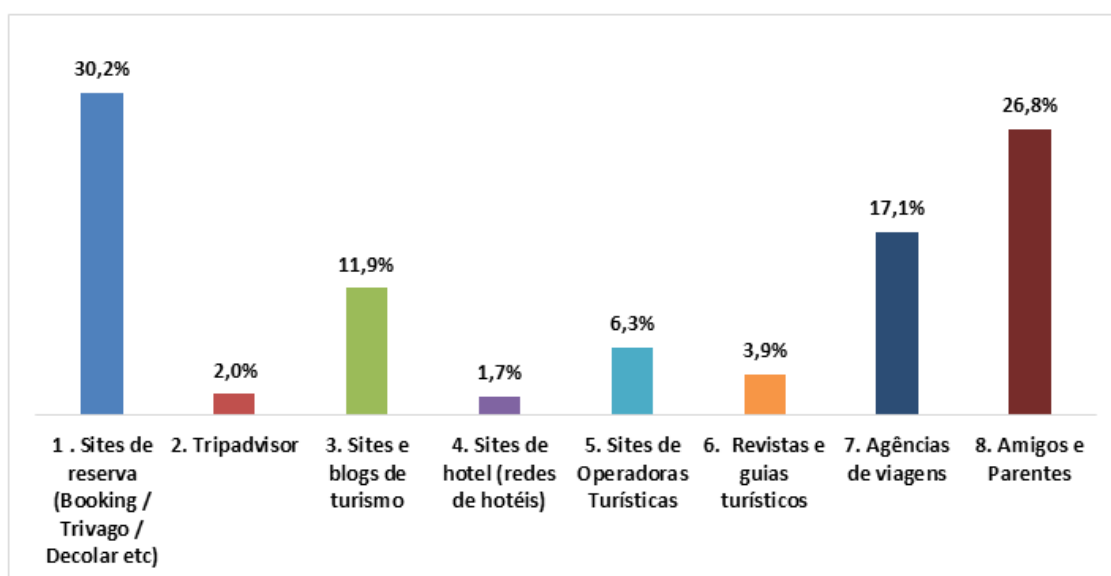


Figura 44. Fontes de informação utilizadas na organização da viagem

Tanto os sites de reservas quanto as redes sociais permitem um alto nível de interação entre os usuários e a indicação (ou não) de pontos de visitação e serviços turísticos disponíveis no destino.

O gráfico a seguir identifica os elementos que influenciam no processo de tomada de decisões de compra de viagens – distância, custos, nível do serviço, segurança, acessibilidade digital, atrativos existentes, material informativo. Com base nos fatores relevantes para escolha de destinos, tanto o poder público, como os empresários locais poderão direcionar esforços para estruturar o destino, os produtos formatados e os atrativos.

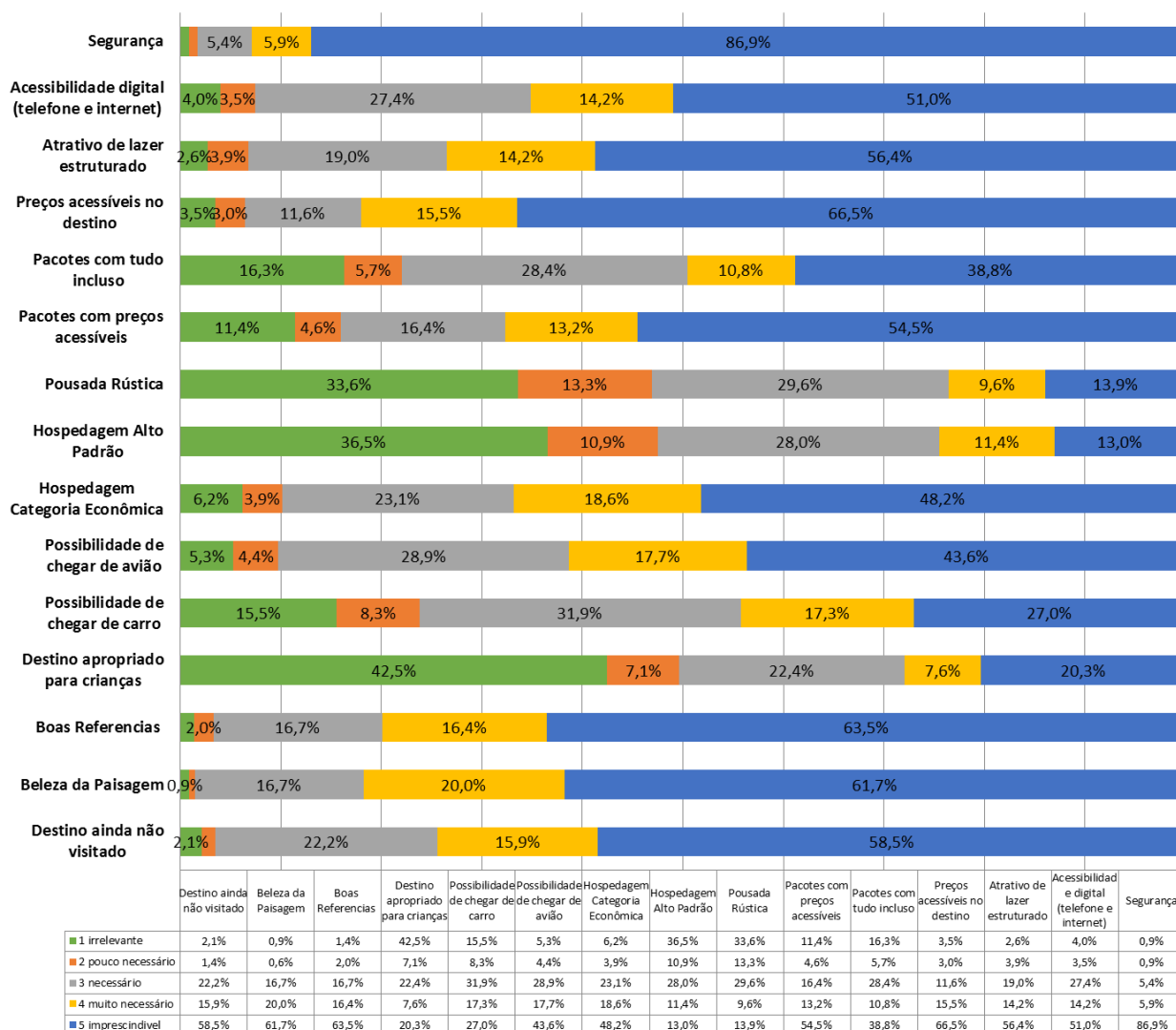


Figura 45. Fatores de influência sobre a escolha do destino de viagem

Para tomada de decisões, a segurança e acessibilidade digital (telefone e internet) são imprescindíveis para escolha de um destino. Assim como é muito importante um atrativo de lazer estruturado e boas referências da localidade, ou seja, a questão de comunicação e divulgação são essenciais para definir a destinação pelo consumidor.

O preço é um fator importante, tanto em relação aos preços no destino, como para aquisição de pacotes, fator este que é imprescindível para a maioria dos entrevistados. A hospedagem de categoria econômica foi apontada como necessária e, na maioria das vezes, como imprescindível para escolha do destino da viagem.

A acessibilidade ao destino por transporte aéreo é um fator imprescindível para a maioria dos entrevistados, haja vista o perfil definido pela pesquisa, sendo que a maioria está distante dos muitos destinos populares.

Tendo em vista que um dos principais elementos de atratividade do Estado do Tocantins é sua beleza cênica e, sabendo que o destino ainda é pouco conhecido pelos brasileiros (80% dos entrevistados ainda não visitou Tocantins), a pesquisa trouxe notícias auspiciosas ao indicar que a beleza da paisagem e a escolha de um local ainda não visitado são alguns dos fatores mais relevantes para a eleição do destino da próxima viagem.

Atratividade do Destino Tocantins

Sem revelar a identidade do destino sobre o qual a pesquisa tratava, investigou-se, através de questões específicas, quais eram as impressões dos entrevistados a respeito do destino, dos segmentos turísticos e das atividades com maior potencial de atratividade e quais seriam as características de uma possível viagem ao Tocantins. Foram apresentadas fotos que ilustram os segmentos turísticos do Estado, bem como as atividades que já são oferecidas no local.

Dessa forma, pode-se avaliar a atratividade do destino através de imagens reais, possibilitando captar a percepção dos entrevistados em relação a oferta turística do Estado do Tocantins.

Ao observar as imagens em um cartão impresso (ver figura a seguir), os entrevistados apontavam quais dos segmentos turísticos representados os motivariam a realizar uma viagem de lazer ou descanso.



Figura 46. Imagens do Cartão 1 – utilizado na pesquisa

De acordo com as respostas obtidas, os segmentos com maior atratividade para o público estudado são, nessa ordem: sol e praia, ecoturismo, turismo de contemplação e turismo de aventura. Vale ressaltar que os segmentos com maior atratividade identificados na pesquisa são complementares e, dessa forma, poderão ser trabalhados em conjunto, no momento de formatação e distribuição do produto turístico.

Os demais segmentos são, na verdade, nichos de mercado que, apesar de representarem uma fatia menor do interesse do público, são capazes de gerar fluxos turísticos significativos focados na oferta de experiências específicas e exclusivas, de interesse do público em questão.

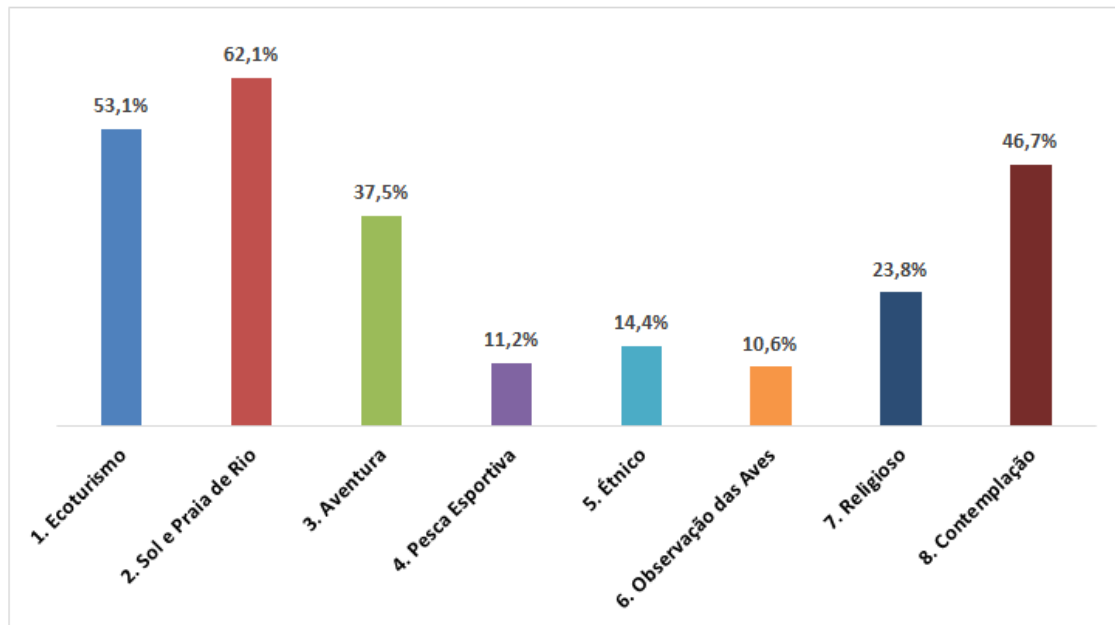


Figura 47. Segmentos turísticos que motivam as viagens

A oferta maior de possibilidades/atrativos/atividades implica diretamente em uma permanência maior no Estado, aumentando o gasto per capita do visitante. Um dia a mais de permanência na localidade é extremamente significativo financeiramente.

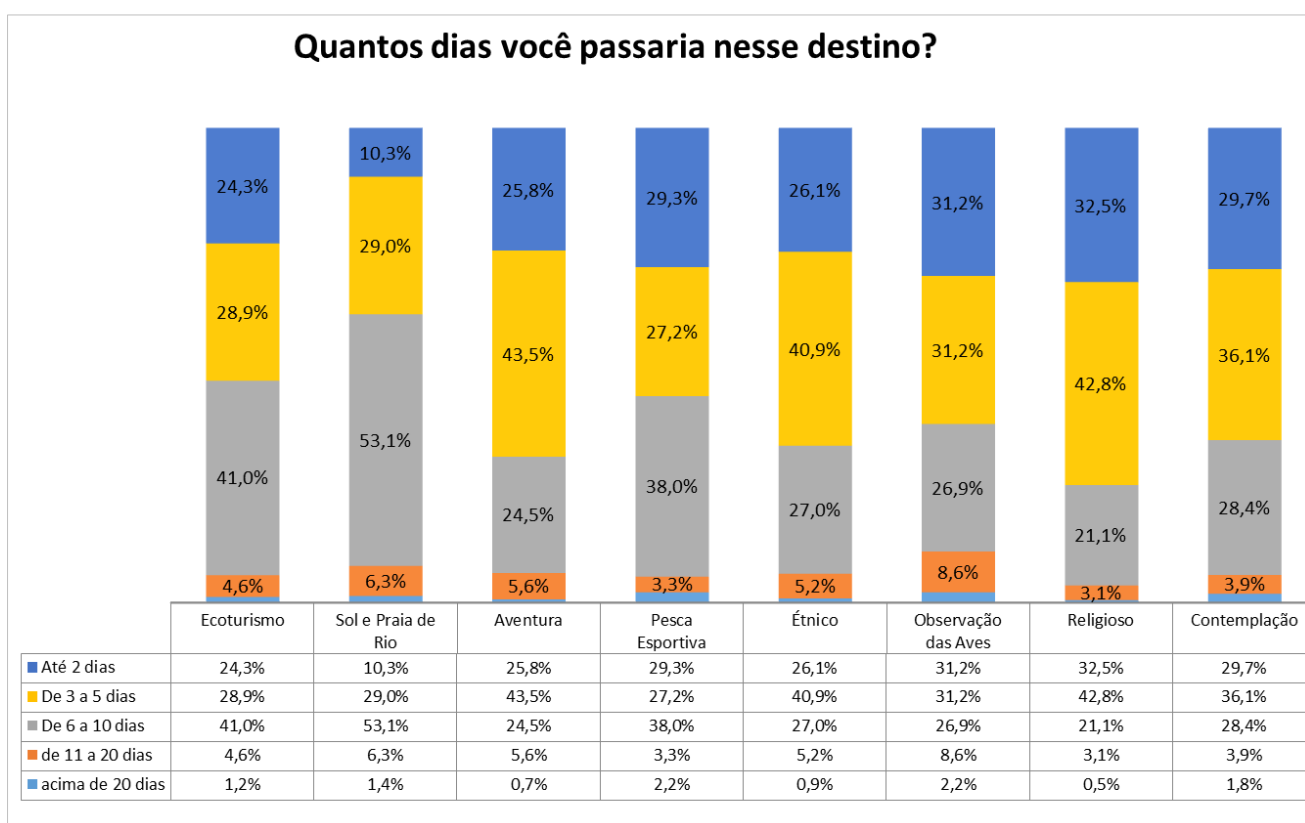


Figura 48. Tempo de permanência no destino numa potencial viagem

Embora as respostas dos entrevistados tenham sido variadas em relação ao tempo de permanência no destino, é possível destacar alguns dados para auxiliar nas estratégias de elaboração de produtos e pacotes turísticos.

Em primeiro lugar, vê-se que os programas de viagem propostos deverão ser flexíveis ou modulares a fim de atender todo o público potencial, conforme sua disponibilidade de tempo e orçamento, já que em cada segmento a ser explorado há turistas dispostos a permanecer tanto 2 dias, como 10 ou mais dias.

O segmento de sol e praia foi o único em que houve preferência clara do público pelas viagens com 6 a 10 dias de duração (53%), mas esse tempo de permanência também se destacou entre as respostas dos praticantes de ecoturismo (41%) e turismo de pesca (38%).

Para todos os outros segmentos, a permanência de até 5 dias foi a resposta predominante, ressaltando os segmentos de Turismo de Aventura e o Turismo Étnico que poderão ser trabalhados para que o turista permaneça pelo menos de 2 a 3 dias a mais no Estado, com o oferecimento de atividades complementares aos segmentos em tela.

As viagens com duração de 11 ou mais dias representaram a preferência de uma parcela muito pequena dos entrevistados, tendo seu ponto alto entre os adeptos da observação de aves, sendo que mais de 10% deles estariam dispostos a superar 10 pernoites no destino.

Viagem Potencial

As fotos a seguir contemplam as atividades que já existem e são realizadas no Estado do Tocantins, e foram apresentadas aos entrevistados para que eles indicassem as atividades que gostariam de fazer em um destino turístico.



Figura 49. Imagens do Cartão 2 – utilizado nas pesquisa

As respostas a essa pergunta não estavam vinculadas aos segmentos turísticos de interesse apontados a partir do outro cartão de imagens (Figura 1) e cada entrevistado deveria indicar todas as atividades que lhe agradassem.

Apesar disso, as escolhas do público mostraram-se coerentes com os segmentos turísticos de maior interesse, como se observa no gráfico a seguir.

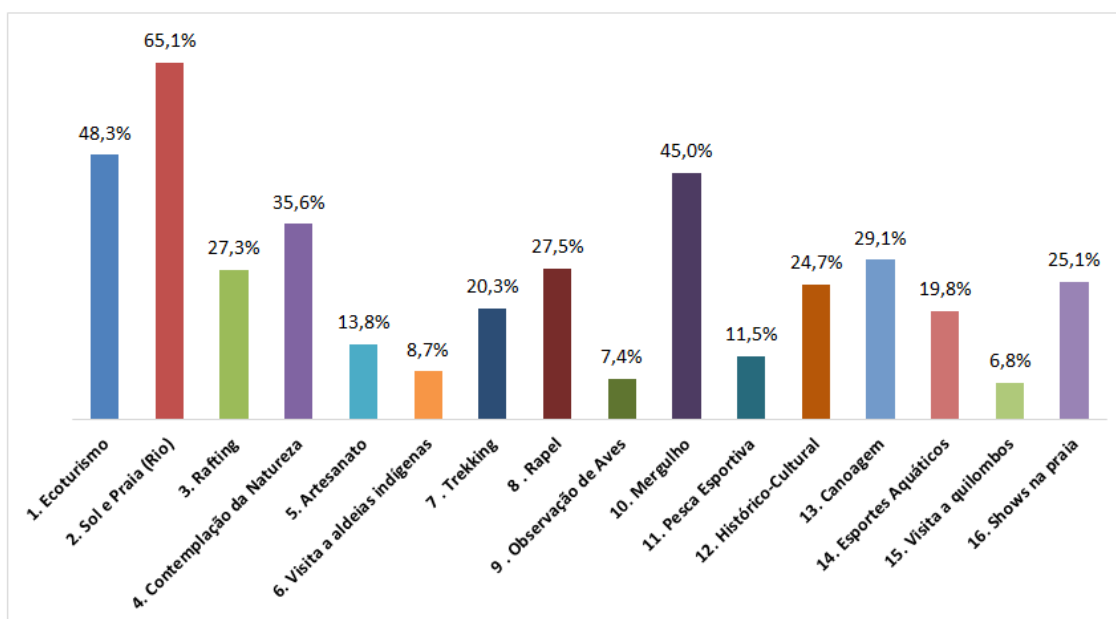


Figura 50. Atividades turísticas que agradam os potenciais visitantes

Dentre as 16 atividades sugeridas, houve preferência clara por aquelas diretamente relacionadas ao turismo de sol e praia (65,1%), ecoturismo (48,3%) e contemplação da natureza (35,6%). A atividade de mergulho, que também pode ser inserida no segmento do ecoturismo, foi apontada como agradável por 45% dos entrevistados.

Dado que essas quatro imagens foram as que mais chamaram a atenção dos potenciais visitantes, fica evidente que fotografias similares devem sempre estar presentes na propaganda institucional e comercial do destino.

O gráfico também mostra que entre 20% e 30% do público está disposto a praticar esportes de aventura, como canoagem, rafting, trekking e rapel, e esportes aquáticos. O turismo de aventura é um nicho de mercado, mas atividades desse tipo também podem ser oferecidas para turistas de outros segmentos, a fim de provê-los com entretenimento e incentivá-los a permanecer mais tempo no destino.

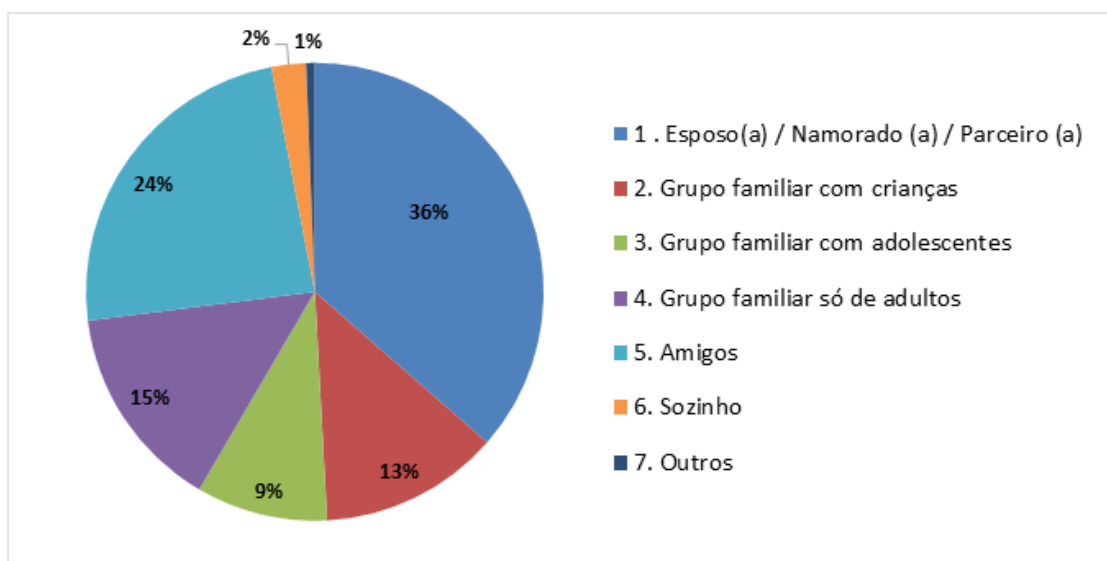


Figura 51. Potencial configuração dos grupos de viagem

Para a realização de uma possível viagem ao Tocantins, os entrevistados afirmaram que a escolha dos seus acompanhantes seria praticamente a mesma de suas viagens a lazer convencionais, ou seja: predominância de grupos formados por adultos apenas (75%), 36% viajariam em casais e 24% em grupos de amigos.

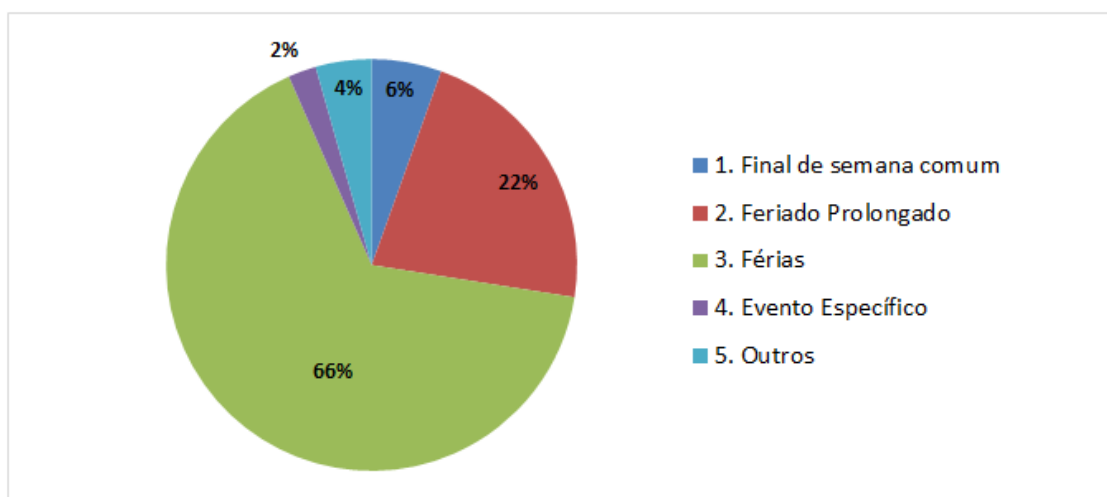


Figura 52. Período do ano preferido para a viagem ao Tocantins

A maior parte dos potenciais visitantes escolheria viajar nos meses de férias (66%), mas também há aqueles que prefeririam os feriados prolongados (22%). Tais escolhas derivam do

desejo de passar vários dias na localidade, evidenciando que os atrativos exibidos nas fotografias foram capazes de gerar encantamento nos entrevistados.

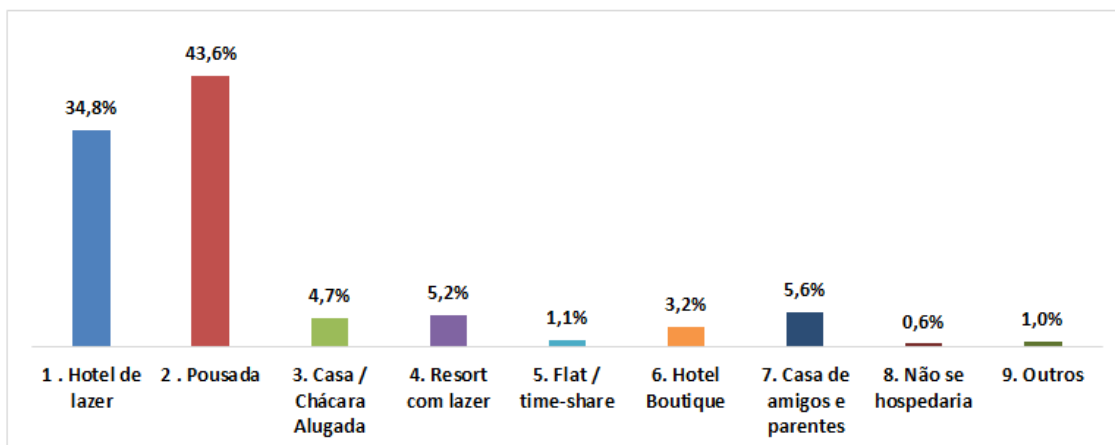


Figura 53. Preferência por categoria de meio de hospedagem

Para esse destino, os entrevistados em sua maioria se hospedariam em pousadas e hotéis de lazer, com algum tipo de alimentação incluída, sendo que preferencialmente o café da manhã (Figura 54).

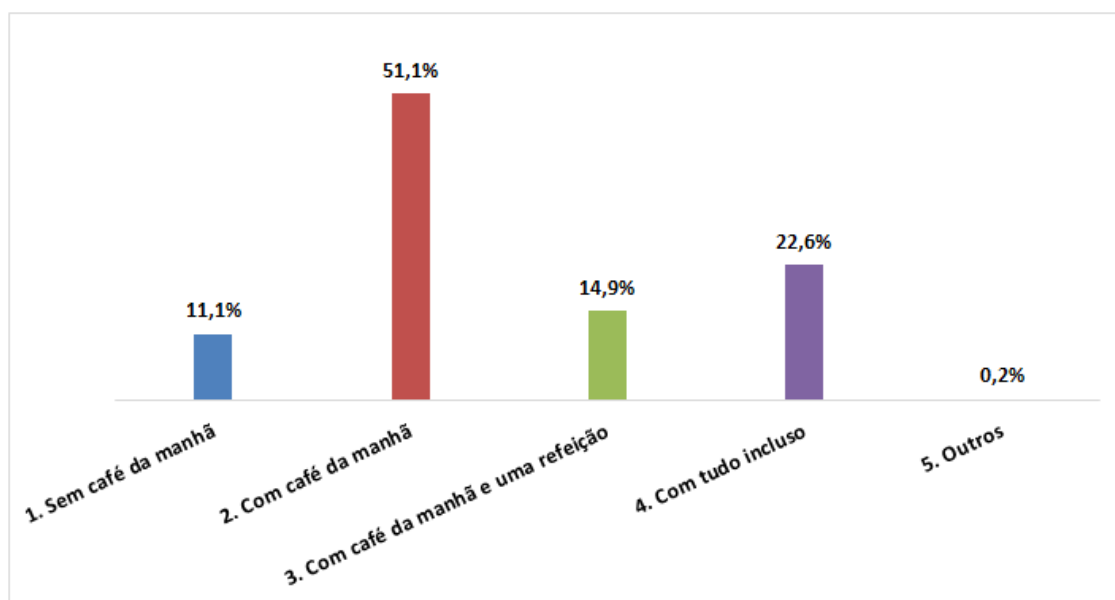


Figura 54. Preferência por sistema de alimentação nos meios de hospedagem

Vale ressaltar a oportunidade de oferecer um sistema de alimentação com tudo incluso ou com alguma refeição além do café da manhã, o que pode agregar um valor significativo ao *ticket* médio dos potenciais visitantes.

Os potenciais visitantes mostraram-se bastante tolerantes e flexíveis em relação ao tempo que teriam que dispendir para ir de sua residência até o destino turístico. A maior parte deles (80,5%) está disposta a gastar pelo menos cinco horas nesse trajeto.

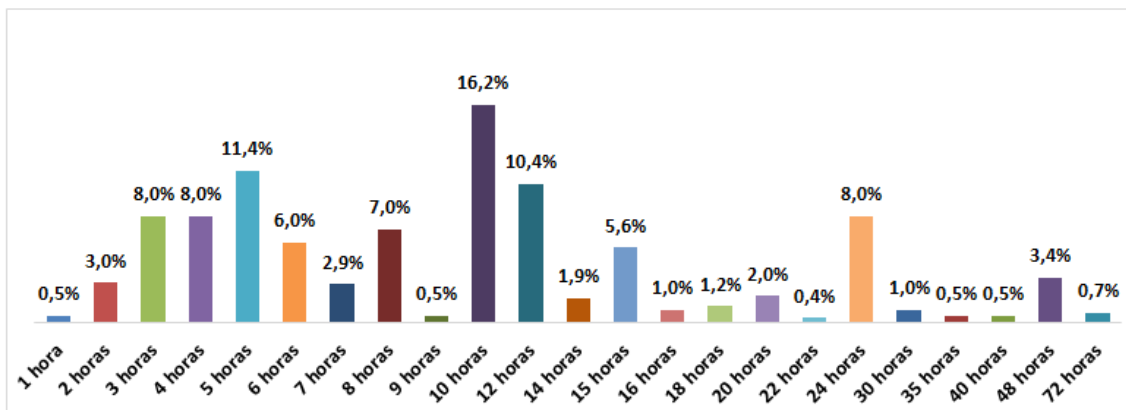


Figura 55. Disponibilidade de tempo para o deslocamento até o destino

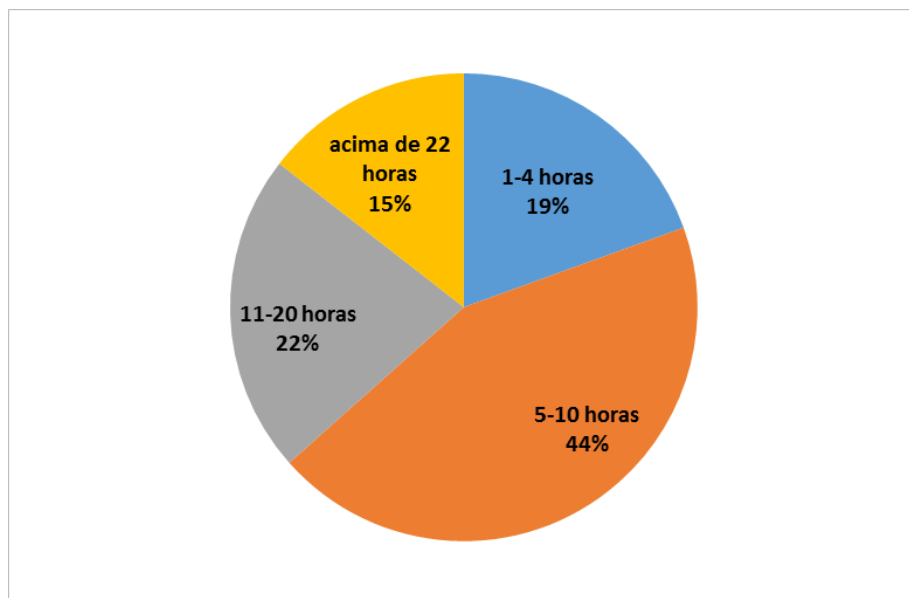


Figura 56. Tempo máximo de viagem agregado

A tabela a seguir demonstra a duração dos voos entre Palmas e os principais aeroportos localizados nos polos emissores de turistas que foram alvos desta pesquisa. Os voos diretos são mais comuns para os aeroportos de Congonhas e Guarulhos, no Estado de São Paulo, e para a capital Brasília. A situação mais crítica é a do Estado do Ceará, pois não há voos diretos entre Palmas e Fortaleza e os voos com apenas uma escala têm duração mínima de cinco horas.

Tabela de voos – Aeroporto de Palmas		
Trecho	Duração de voo	
Palmas – São Paulo	2h15	direto
Palmas – Guarulhos	2h25	direto
Palmas – Ribeirão Preto	3h35	escala
Palmas – Campinas	3h15	escala
Palmas – Brasília	1h20	direto
Palmas – Belo Horizonte	3h30	escala
Palmas – Fortaleza	5h00	escala

Fonte: Decolar.com

Portanto, apesar da escassez de voos diretos ligando a capital do Tocantins às capitais dos principais polos emissores de turistas, os serviços aéreos atualmente fornecidos são suficientes levar os visitantes até Palmas, atendendo suas expectativas em relação à duração máxima do trajeto.

O mesmo não pode ser dito do acesso terrestre, através de automóvel e ônibus, em virtude das grandes distâncias a serem percorridas. O menor trecho a ser percorrido seria entre Brasília e Palmas, totalizando 842 km em 10h de viagem. Sendo assim, o acesso terrestre atenderia a expectativa de uma pequena parcela dos potenciais turistas, devendo ficar limitado aos mais aventureiros e aos moradores dos Estados limítrofes.

Duração das viagens terrestres até Palmas		
Trecho	Km	Tempo
São Paulo - Palmas	1817	21h50
Brasília - Palmas	842	10h06
Belo Horizonte - Palmas	1541	18h16
Fortaleza - Palmas	1697	23h18

Fonte: Google Maps

Uma vez reveladas as atividades turísticas e de lazer disponíveis no destino apresentado, os entrevistados novamente responderam sobre a quantidade de dias que passariam nessa localidade em uma visita futura. O retorno obtido foi muito similar ao da primeira vez em que foram arguidos.

Como se observa no gráfico a seguir, a preferência é por viagens com duração de 5 a 10 dias (total de 75% dos entrevistados), com claro predomínio da opção por 7 dias (32,5%).

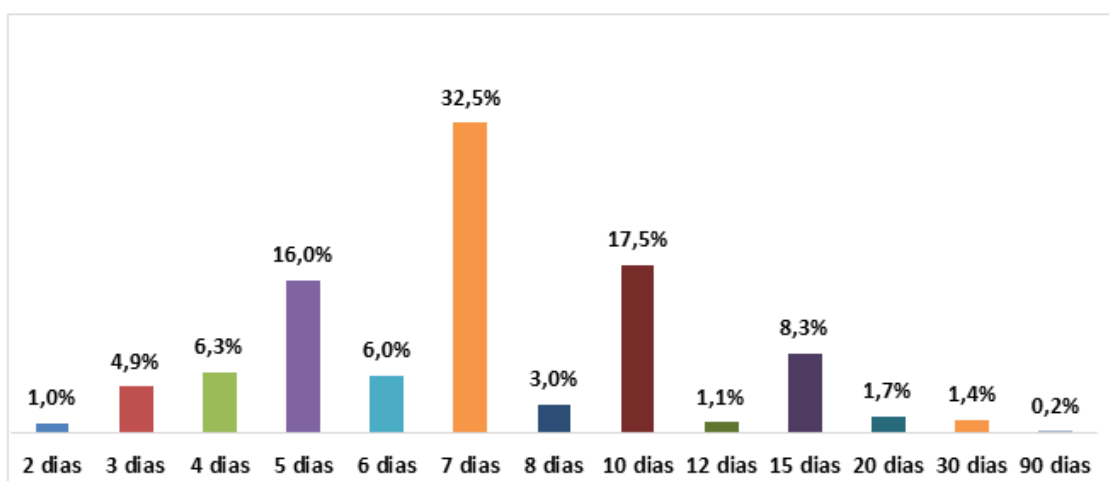


Figura 57. Estimativa do tempo de permanência no destino

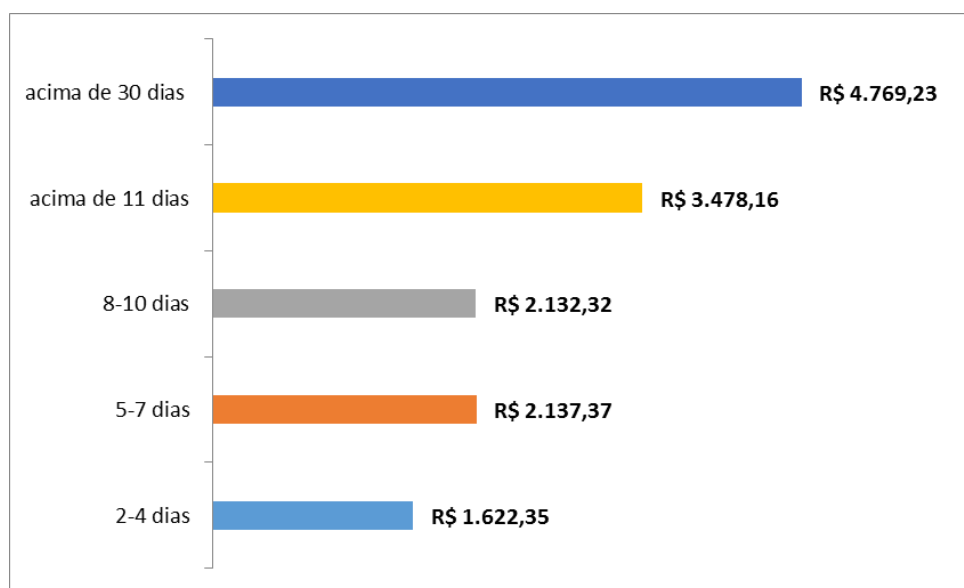


Figura 58. Expectativa em relação ao preço do pacote de viagem (por pessoa)

O gasto com a viagem é uma informação essencial para formatar o produto turístico de forma a atender as expectativas do potencial consumidor.

Como se observa no gráfico, a expectativa da demanda é de gastar cerca de R\$ 1600 por pessoa em uma viagem com duração de 2 a 4 dias. Já os que imaginam permanecer entre 5 a 7 dias, projetam despesas totais de R\$ 2100 por pessoa, em média. A mesma média foi calculada pelo grupo de pessoas que permaneceria entre 8 e 10 dias. Os valores declarados incluem o transporte entre origem e destino.

Concorrência

Como já foi dito, para a realização da pesquisa de demanda potencial, os entrevistados foram colocados em contato com diversas fotografias que traduziam a oferta turística tocantinense. Em determinado momento, ao olhar todas essas fotografias, essas pessoas respondiam a seguinte pergunta: “as fotos apresentadas fazem lembrar algum destino turístico?”.

Ao recorrer a esse artifício, foi possível constatar, através das percepções e experiências dos entrevistados, quais são os destinos turísticos com características similares às do Estado do Tocantins e que são mais conhecidos ou mais facilmente lembrados pelo público de interesse. Assim é identificada a concorrência.

Quase 80% dos entrevistados afirmaram que uma ou mais imagens os fizeram lembrar de destinos turísticos no Brasil e no mundo.

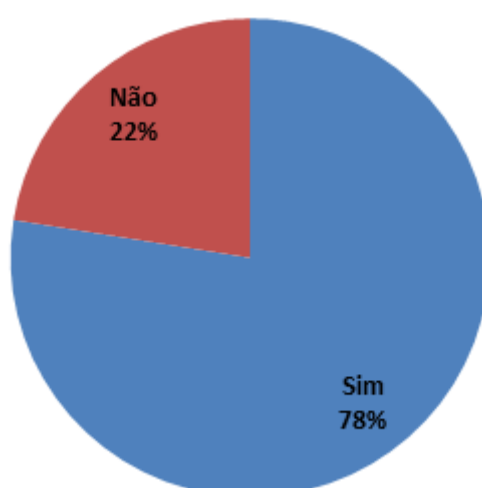


Figura 59. Potenciais turistas que relacionaram as fotos a algum destino turístico

A questão era aberta e, por isso, as pessoas podiam responder sobre qualquer uma das imagens do cartão referente aos segmentos do turismo encontrados no Estado, figura 1, o que resultou em respostas bem variadas (municípios, regiões, estados, países ou mesmo atrativos).



Figura 60 . Word Cloud – destinos

A figura acima demonstra a variedade de destinos apontados pelos entrevistados. Os tamanhos das fontes são proporcionais ao número de vezes em que os destinos foram mencionados. Quanto mais citações ocorrerem, maior a palavra aparece na figura.

Vale lembrar que, até esse momento, os entrevistados ainda não sabiam que a pesquisa se referia ao destino Tocantins, o que não impediu que muitas pessoas reconhecessem as imagens apresentadas.

O gráfico a seguir mostra os 20 destinos mais mencionados pelos entrevistados. As referências ao Estado do Tocantins ou a seus municípios, regiões e atrativos foram propositalmente eliminadas a fim de manter no gráfico apenas os destinos concorrentes.

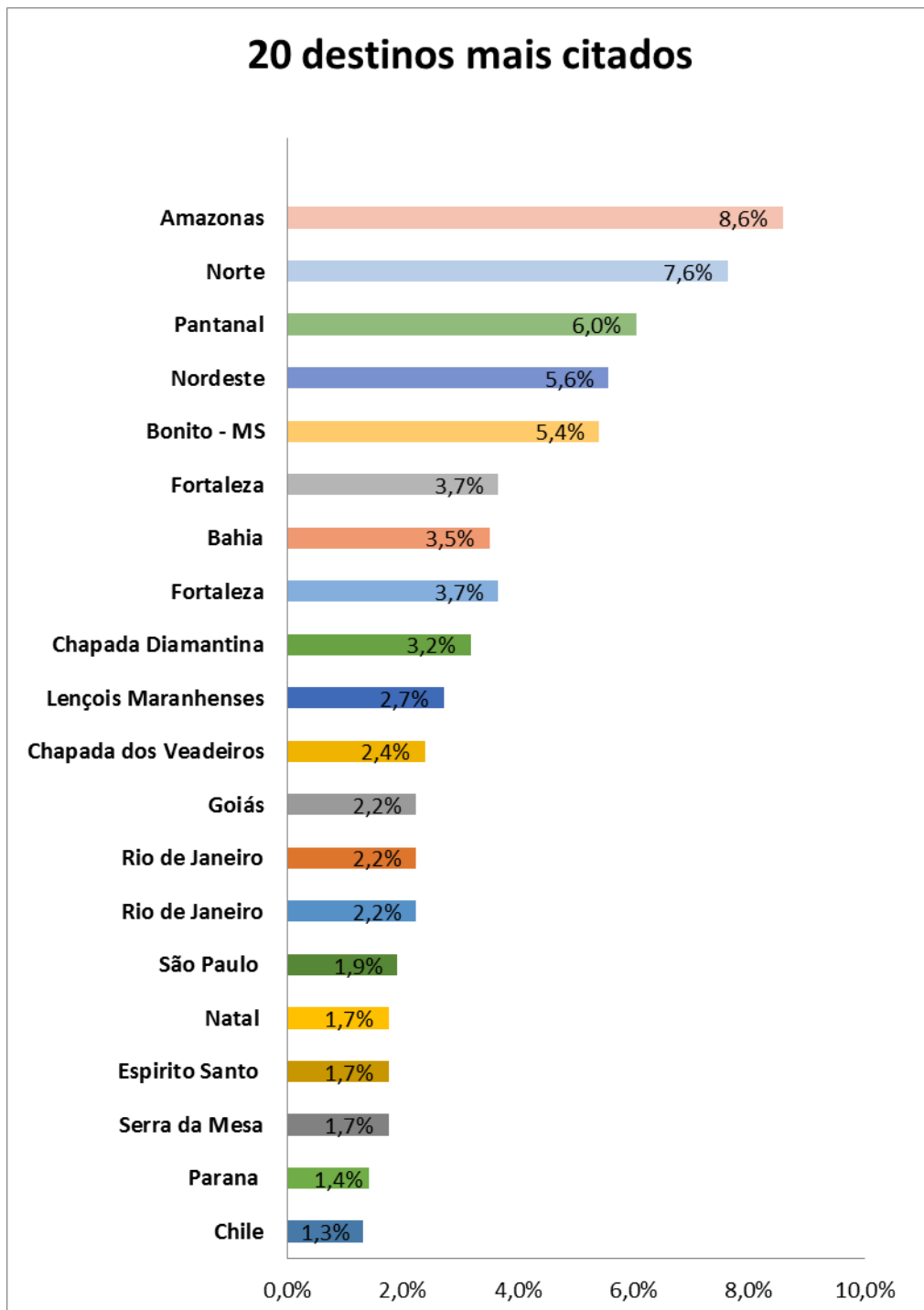


Figura 61. Principais destinos concorrentes de Tocantins

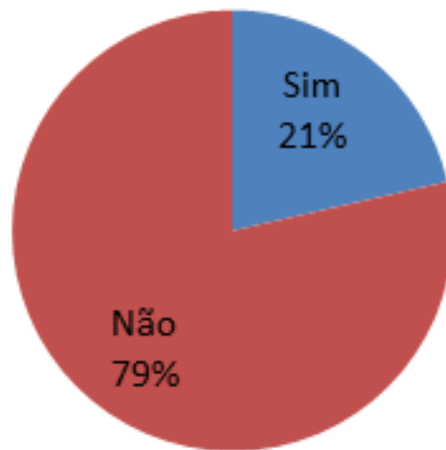


Figura 62. Entrevistados que já visitaram o Tocantins

Apenas 21% dos entrevistados já haviam visitado o Estado do Tocantins, sendo Palmas a cidade mais frequentemente mencionada por essas pessoas (42,1%) e, em seguida, a região do Jalapão (14,5%).

O gráfico a seguir contém todas as outras cidades ou atrativos conhecidos por essa parcela dos entrevistados.

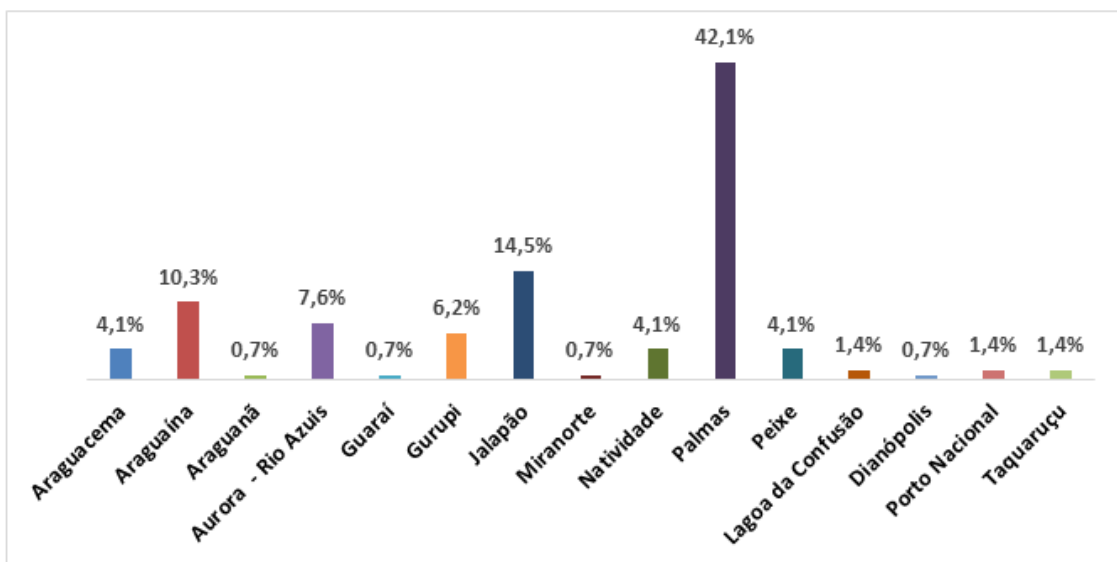


Figura 63 Cidades e atrativos tocantinenses visitados pelos entrevistados

Por fim, as mesmas respostas foram agrupadas de acordo com as regiões turísticas em que se encontram cada um desses municípios/atrativos e o resultado é exibido no gráfico a seguir.

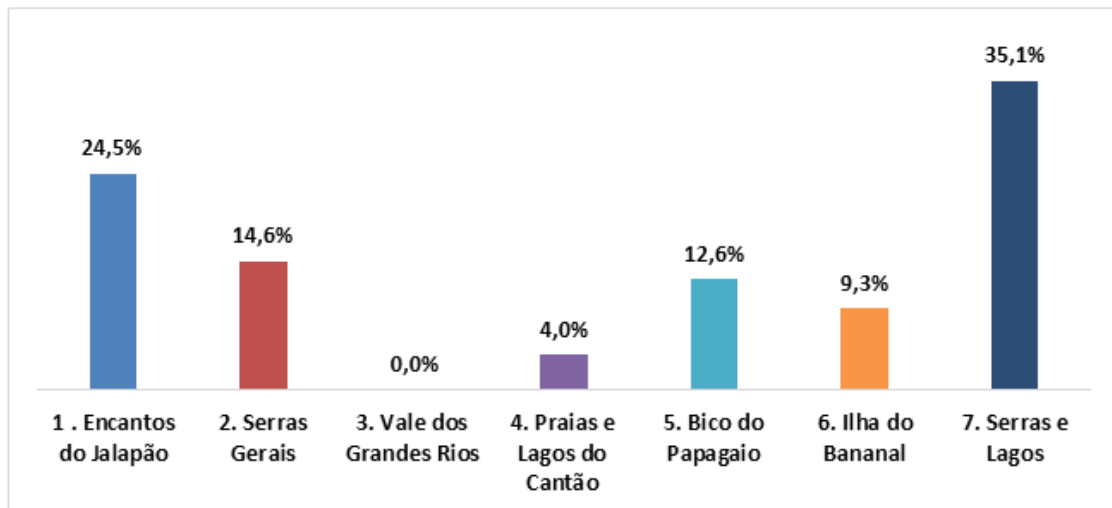


Figura 64. Regiões visitadas pelos entrevistados

Dentre a parcela dos entrevistados que já visitaram o Estado do Tocantins, 95% afirmaram seu interesse por uma nova visita.

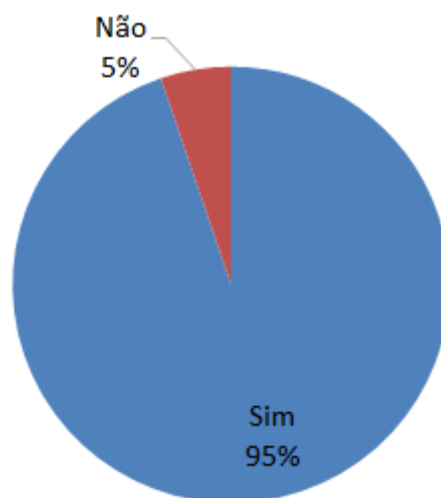


Figura 65 Intenção de retornar ao destino Tocantins

Não Visitantes

Lembrando que 79% dos entrevistados ainda não conheciam nenhum município ou região do Estado do Tocantins, esses foram questionados a respeito das razões que os mantinham afastados desse destino turístico.

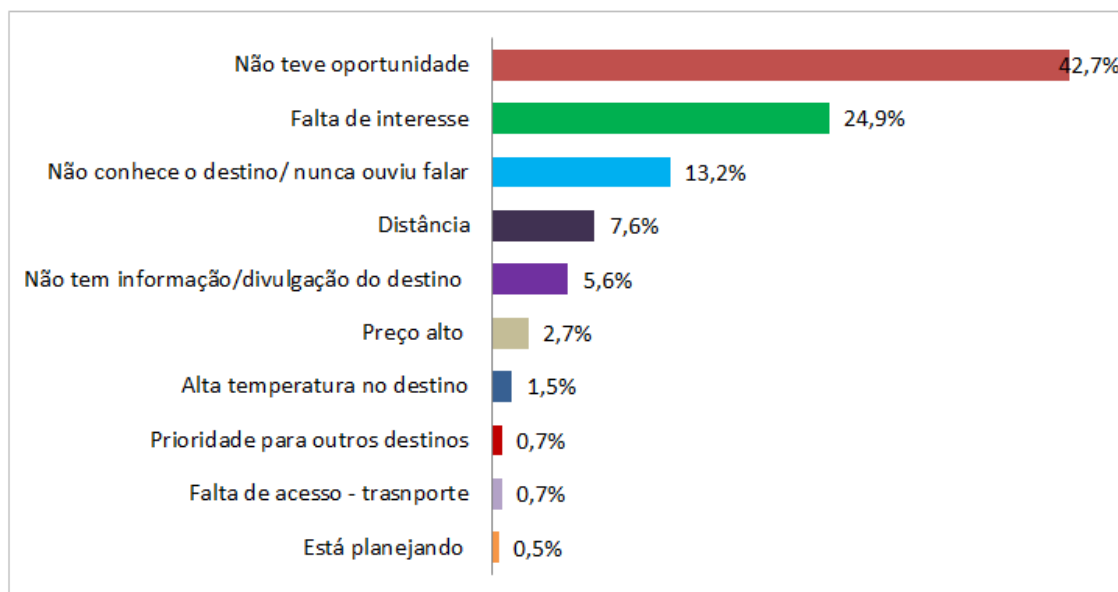


Figura 66. Razões para não ter visitado o Tocantins

A maioria dos entrevistados (42,7%) informou que não o fez por falta de oportunidade. Por outro lado, 24,9% revelou não possuir interesse em visitar o destino.

Chama a atenção o fato de que 13,2% dos entrevistados ainda não visitaram o Tocantins devido à ausência de informações, pois, até o momento da entrevista, nunca tinham ouvido falar da atratividade turística deste Estado. Esta é uma demanda reprimida que pode ser conquistada com um trabalho permanente de divulgação do destino.

Contudo, o gráfico a seguir demonstra que a parcela da população-alvo que nunca ouviu falar do destino Tocantins é bem maior que esses 13,2%. Apenas 58% das pessoas disseram ter obtido algum tipo de informação sobre o Estado.

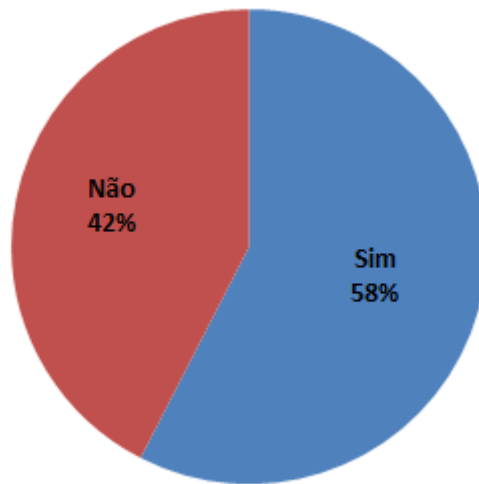


Figura 67. Potenciais turistas que já ouviram falar de Tocantins

A maioria dos entrevistados (58%) já ouviu falar do destino, porém o número de indivíduos que não ouviu falar do Estado de Tocantins é muito alto.



Figura 68 WordCloud – o que ouviu falar – Tocantins

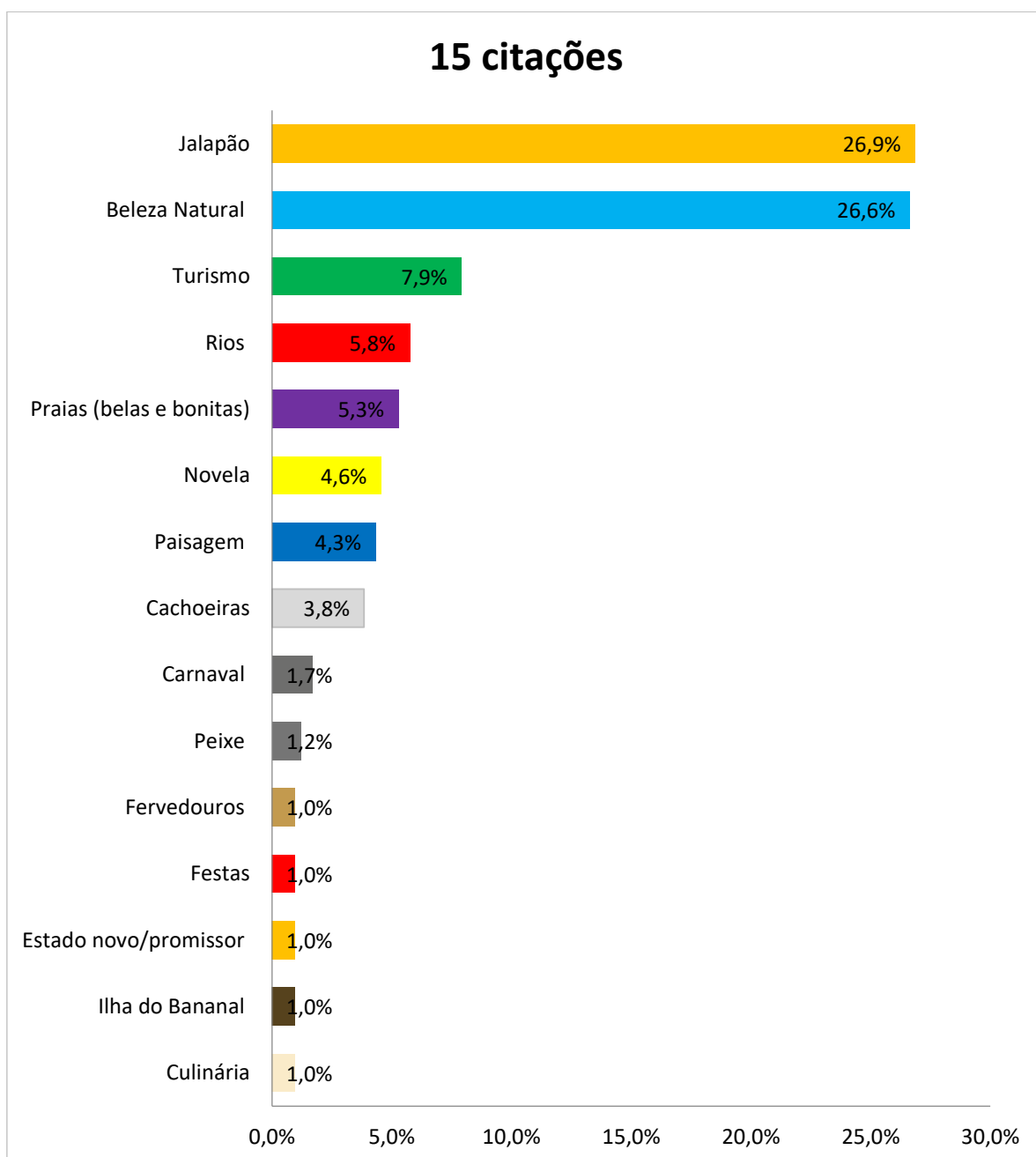


Figura 69 O que ouviu falar do destino Tocantins

A figura 4 apresenta várias indicações sobre o que as pessoas entrevistadas ouviram falar de Tocantins. Novamente o Jalapão é citado como referência de que é a imagem/marca do Estado na percepção dos entrevistados. Outro indicador importante que contempla a imagem de Tocantins são as belezas naturais.

A percepção de que Tocantins é um local turístico é bem representado nas respostas dos entrevistados, “Tocantins é um local turístico” ou “ouvi falar que o turismo é muito forte/bom” representa a percepção de muitos entrevistados.

Outro indicador interessante e expressivo, foi a indicação da novela, o “eu vi na novela” ou “a novela mostrou”, o que demonstra o impacto que a novela veiculada com cenário em Tocantins apresentou e fixou no imaginário das pessoas uma imagem interessante do Estado, que desperta a curiosidade de muitos entrevistados.

Apresentam-se no gráfico 33 os resultados compilados das respostas dos entrevistados que tem mais de 1% de indicação. Já na *wordcloud*, fica demonstrado a variedade das citações feitas pelos entrevistados.

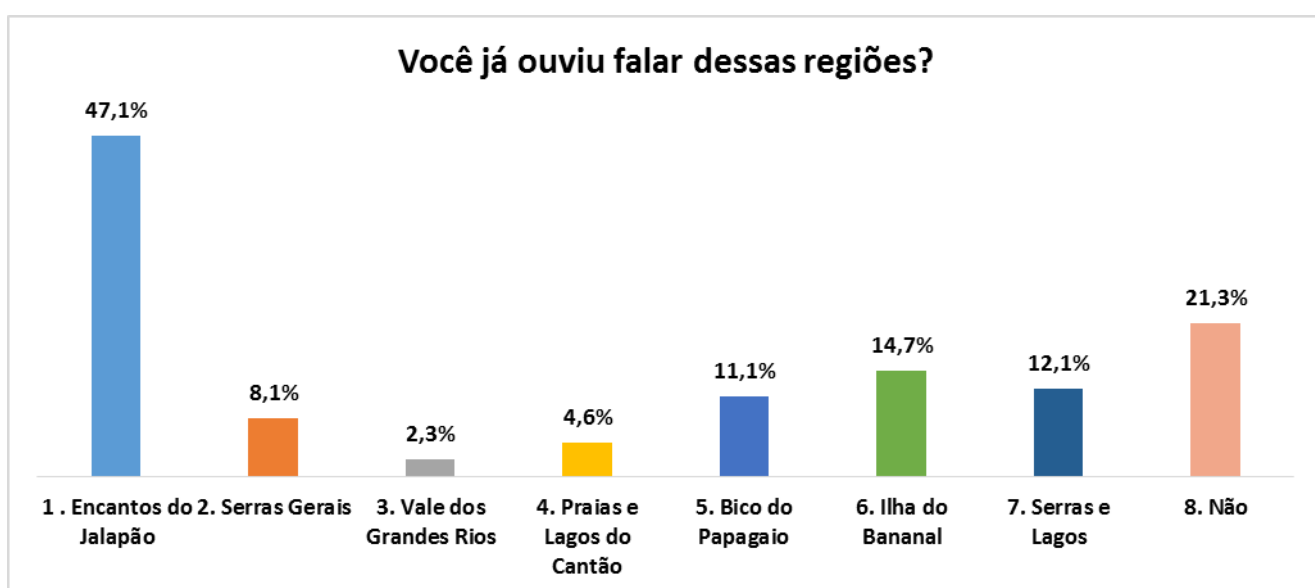


Figura 70. Regiões apontadas

Nessa questão foram mostrados os nomes das regiões para os entrevistados observarem quais regiões já tinham ouvido falar. E de acordo com o gráfico 33 o Jalapão também foi a principal referência citado pelos entrevistados.

3.3.5. Conclusões

A pesquisa de demanda potencial não deixa dúvidas em relação à atratividade do destino. Com base no retorno sobre as imagens dos atrativos turísticos, bem como, na intenção de visitar um destino com as características e atividades apresentadas.

Traçando-se um perfil médio da demanda turística potencial para o Estado do Tocantins, tem-se indivíduos adultos (68,9%), porém jovens (na faixa dos 26 aos 50 anos), profissionais assalariados em sua maioria (42,6%), com relevante participação de empresários e profissionais liberais. Possuem alto nível de escolaridade e, em sua maioria, pertencem à Classe C (47,3%). A participação das Classes A e B é de 30%.

Portanto, fica claramente demonstrando que os entrevistados são indivíduos com posse de recursos financeiros e tempo livre para realizar viagens.

Sobre seus hábitos de viagem, destaca-se que, em sua maioria, fazem uma a duas viagens ao ano, normalmente acompanhados de outros indivíduos adultos (companheiro, família ou amigos), de preferência nos meses de janeiro, julho, dezembro. Permanecem nos destinos por um período de 4 a 10 dias. A maioria deles prefere organizar a viagem por conta própria, pesquisando principalmente em sites especializados em turismo.

Sobre os segmentos e atividades do turismo indicados como preferidos pelos entrevistados a maioria estão relacionados com o Sol e Praia, Ecoturismo, Turismo de Contemplação e Turismo de aventura. São segmentos e atividades que podem ser complementares, possibilitando uma permanência maior do turista no destino.

Ao apresentar imagens do destino, sem mencionar que era o destino Tocantins, quase 20% dos entrevistados relacionaram as imagens aos atrativos do Estado, como Jalapão e Rio Araguaia e o próprio Tocantins.

Seus principais concorrentes foram destinações/regiões que possuem belas paisagens, beleza natural e atividades relacionadas ao segmento Sol e Praia, Ecoturismo, Turismo de aventura e contemplação, tais como o Amazonas, o Pantanal, as regiões Norte e Nordeste do País.

Apenas 21% dos entrevistados já haviam visitado o Estado do Tocantins, mas 95% desses entrevistados retornariam ao destino.

Cerca de 79% dos entrevistados ainda não visitaram nenhum município ou região do Estado do Tocantins e uma das principais razões de não terem visitado o destino foi a falta de

oportunidade (42,7%), ou seja, existe uma demanda reprimida bastante significativa que deve ser trabalhada na política estadual de turismo.

Por outro lado, para quase 20% dos entrevistados que nunca visitaram o Estado, o desconhecimento do destino e falta de informação/divulgação são os principais fatores de não o terem visitado ainda.

Com base nas informações apresentadas deverão ser realizados ajustes relativos à estratégia de comunicação e formatação de produto de modo a atrair e prospectar novos visitantes, dado que, cerca de 42% dos entrevistados que nunca foram ao Tocantins, nunca ouviu falar sobre o destino Tocantins.

Corrobora o fato de que a imagem do Estado está extremamente atrelada apenas à imagem do Jalapão, região apontada por muitos entrevistados ao serem questionados sobre o que ouviram falar do destino turístico.

Vale ressaltar que é extremamente necessária a manutenção de políticas públicas ambientais extremamente rigorosas, haja vista que, uma das principais percepções dos entrevistados e um dos principais fatores de atratividade é a beleza natural do Estado, “rios limpos, natureza bela, praias lindas”, foram citações fortemente relacionadas à preservação ambiental.

3.4. Oferta turística

A oferta turística de uma região é composta por um conjunto alargado de recursos turísticos que inclui os atrativos turísticos, equipamentos e serviços. Relativamente aos atrativos turísticos, estes podem ser naturais, culturais, tecnológicos, científicos, de eventos, entre outros. Já para os equipamentos e serviços destacam-se a hospedagem, alimentação, recreação, lazer e os de caráter artístico, cultural e social.

Para uma região se tornar competitiva turisticamente, estes recursos devem funcionar de forma integrada, de modo a oferecer um serviço fiável e de qualidade com o intuito de captar e manter fluxos turísticos de forma sustentada.

A cidade de Peixe, localizada na região Sul do Tocantins, caracteriza-se por uma história repleta de lendas, tradições e costumes desde a época em que chegaram os colonizadores à procura de ouro. Atualmente ainda existem marcas desta vivência através das tradições, lendas e costumes que é possível encontrar em Peixe. Reza a lenda que uma grande cheia provocada pelas águas do Rio Tocantins revelou um peixe cuja dimensão não tinha sido até então vista na localidade, dando assim origem ao nome do município.

O levantamento realizado no município de Peixe evidenciou a sua propensão e potencialidade para os segmentos de turismo natural e cultural, sem se observar no entanto uma implementação de infraestruturas e promoção adequadas. O município é atualmente procurado quase exclusivamente pelos seus atrativos naturais que se relacionam de alguma forma com as margens do Rio Tocantins.

O município de Peixe é rico em atrativos naturais que propiciam o ecoturismo e a pesca esportiva. Localizada à margem do Rio Tocantins, a cidade apresenta dentro dos seus limites territoriais o Arquipélago do Tropeço, composto por um conjunto de 366 ilhas espalhadas pelo rio. Considerado um dos mais belos trechos do Rio Tocantins, o local se destaca ainda pelas suas características que favorecem a pesca esportiva.

Para os turistas que procuram visuais paradisíacos existe em Peixe a Praia da Tartaruga. Situada numa ilha com o mesmo nome, a praia está avaliada como uma das melhores do estado, em avaliações turísticas. O complexo turístico da Praia da Tartaruga apresenta areias brancas e águas transparentes adequadas para a prática de banhos e esportes aquáticos. A Ilha do Sossego, localizada a 5 km do centro urbano e acessível apenas por barco, apesar de ainda não receber fluxos turísticos relevantes, apresenta elevado potencial para se tornar num dos principais atrativos naturais no município.

No âmbito cultural destaca-se o artesanato que é produzido na vila de Lagoa do Romão, localizada a cerca de 40 km de Peixe. Considerada uma relíquia do artesanato tocantinense, a produção das peças a partir de capim dourado é possibilitada pela riqueza e abundância desta matéria-prima na área em que se situa o vilarejo. A produção local não se limita no entanto a estes artigos. Diversas peças distintas apresentam a marca do município de Peixe, tais como cerâmicas, cabaças, bijuterias, bolsas, trabalhos em crochê e bordados.

Relativamente ao segmento de turismo religioso destacam-se no município de Peixe a Festa de Santos Reis e o Festejo do Divino Espírito Santo.

Em seguida são apresentados os principais atrativos turísticos que o município de Peixe tem para oferecer. As figuras seguintes representam os atrativos de acordo com o volume turístico que estes recebem na alta temporada (Figura 71), assim como com o seu estado de desenvolvimento turístico a nível de acesso, infraestrutura, desempenho turístico, entre outros (Figura 72). A Tabela 9 apresenta a numeração dos atrativos para as figuras 13 e 14.

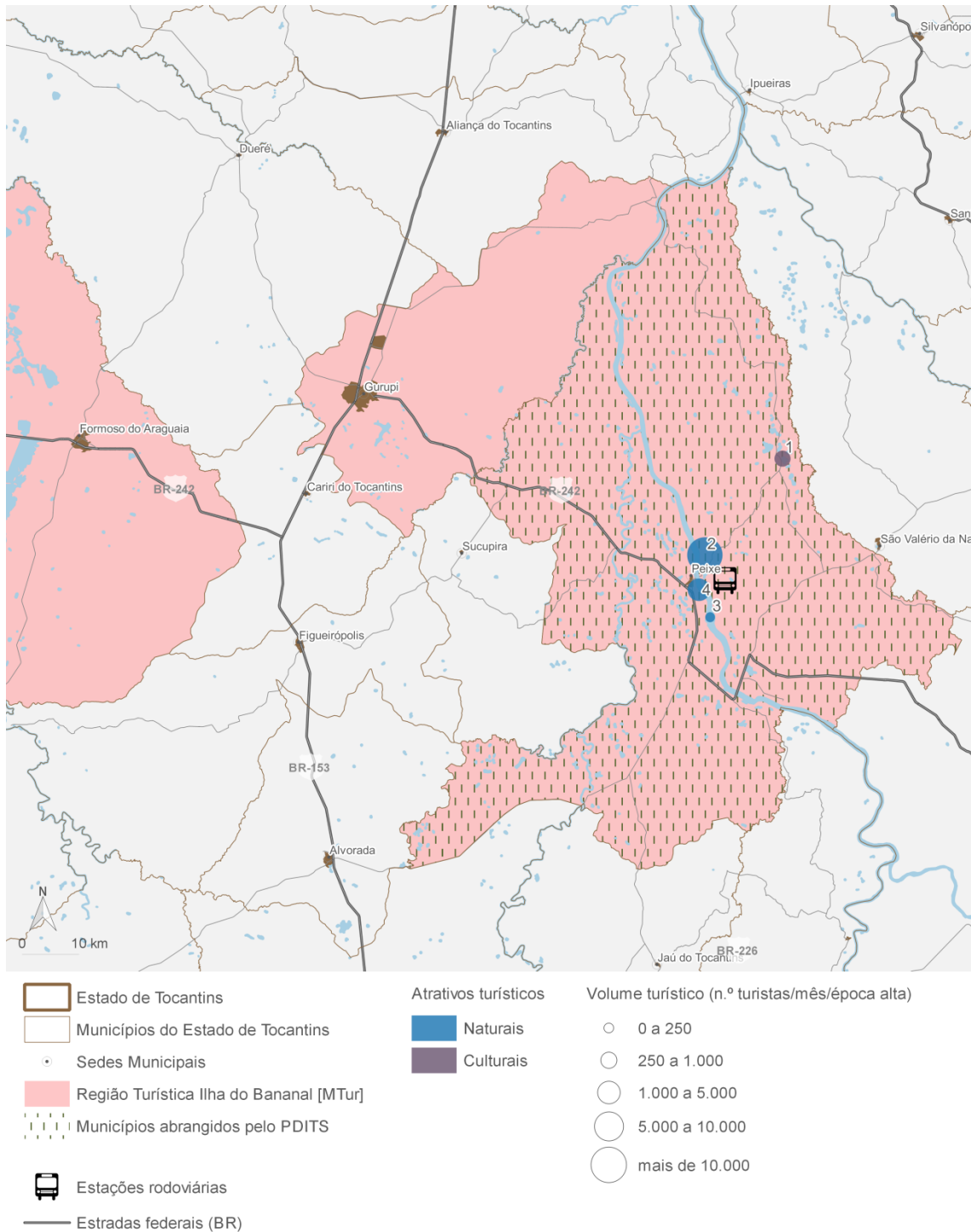


Figura 71. Atrativos turísticos de Peixe (classificação de acordo com o volume turístico)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

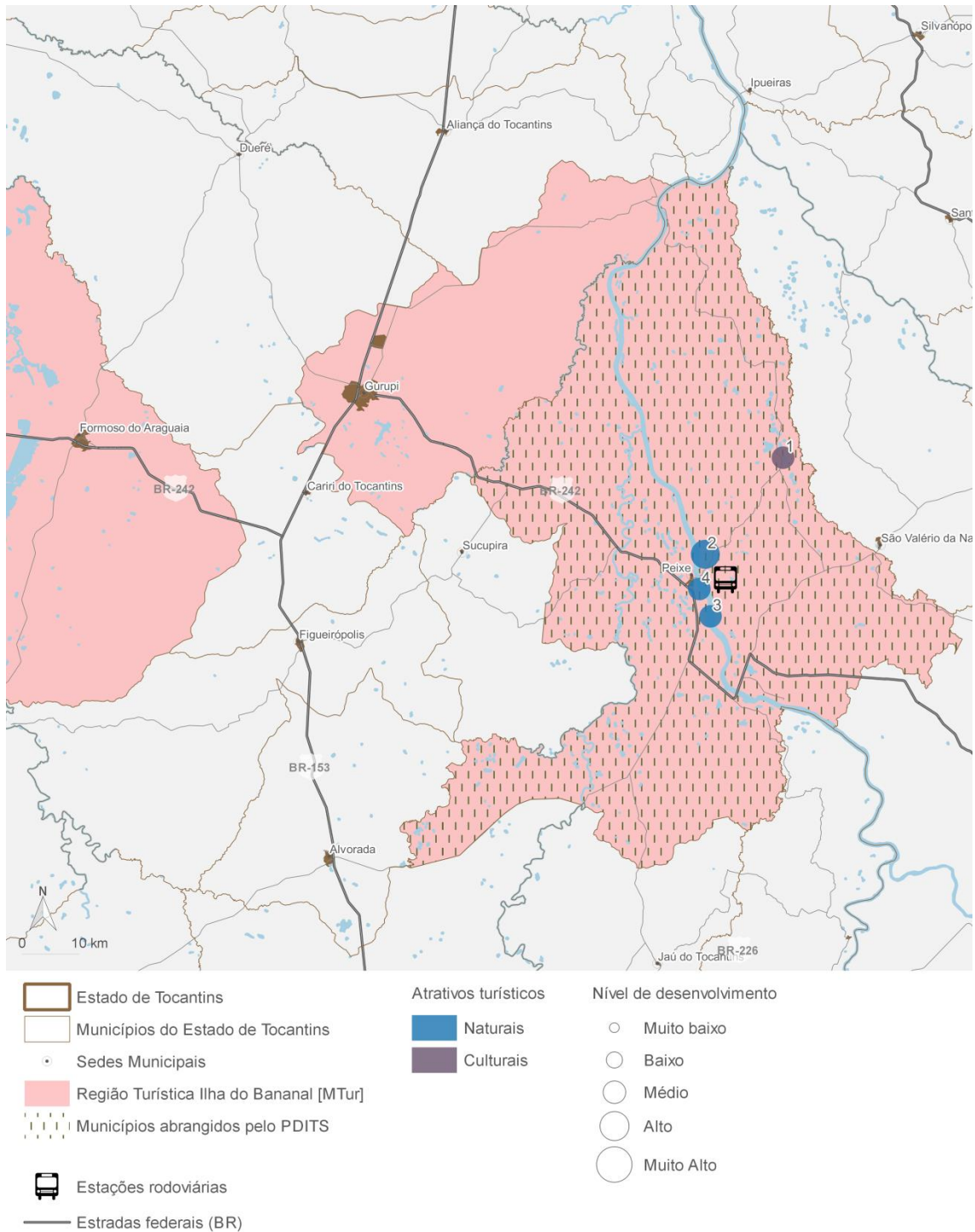


Figura 72. Atrativos turísticos de Peixe

(classificação de acordo com o desenvolvimento turístico)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

Tabela 9. Atrativos presentes em Peixe

Número	Tipologia	Atrativo	Volume Turístico	Class.
1	Cultural	Lagoa do Romão	2	3
2	Natural	Praia da Tartaruga	5	4
3	Natural	Arquipélago do Tropeço	1	3
4	Natural	Ilha do Sossego	3	3

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

3.4.1. Descrição e Avaliação dos Atrativos Turísticos mais Relevantes

- **Atrativos Culturais**

- **Lagoa do Romão:** Situada a 40 km do centro de Peixe, a vila de Lagoa do Romão é considerada uma relíquia do artesanato tocantinense. A área correspondente à vila é rica em capim dourado, matéria-prima a partir da qual se realiza o referido artesanato. Os artesãos locais produzem peças como cabaças, cerâmicas, bolsas, bijuterias, trabalhos em crochê e bordados, que transmitem a marca do município de Peixe.

- **Atrativos Naturais**

- **Praia da Tartaruga:** Situada numa Área de Proteção Permanente (APP) e avaliada pelos turistas como uma das melhores do Estado, a praia da Ilha da Tartaruga oferece aos seus visitantes um visual paradisíaco. Composta por uma faixa de 225 mil m² de areias brancas, juntamente com as suas águas transparentes, a praia é um convite para banhos e práticas de esportes aquáticos. Desta forma, fica constituído um complexo turístico e de lazer a céu aberto. Este é um produto turístico já consolidado que integra roteiros turísticos comercializados.

Além da beleza de suas areias, a praia é um ponto de concentração de tartarugas, daí a origem do seu nome. A presença de tartarugas no local é um fenômeno único, com grande potencialidade para o ecoturismo e estudos biológicos.

A temporada alta ocorre no mês de julho, quando é montada a infraestrutura para receber visitantes de todo o país, chegando este atrativo a receber 50 mil pessoas só nesse mês. No local é cobrada dos turistas uma taxa de R\$ 15 correspondente à travessia do rio e ao acesso aos espetáculos. A travessia do rio é realizada através de duas balsas da prefeitura com uma capacidade total de até 55 pessoas, auxiliadas por outros barcos pertencentes à associação de barqueiros.

A infraestrutura instalada inclui diversos serviços como postos de informação, ambulatório médico, internet, sinalização, minimercado, pousada, área de camping, bares, sorveterias, parque inflável, lojinhas, apresentações teatrais, oficinas de pinturas, espetáculos musicais, disputas de sinuca, entre outras opções. Os turistas podem ainda usufruir de comida típica da região, como carneiro assado na brasa, e o tradicional peixe frito (caranha, tucunaré e corvina).

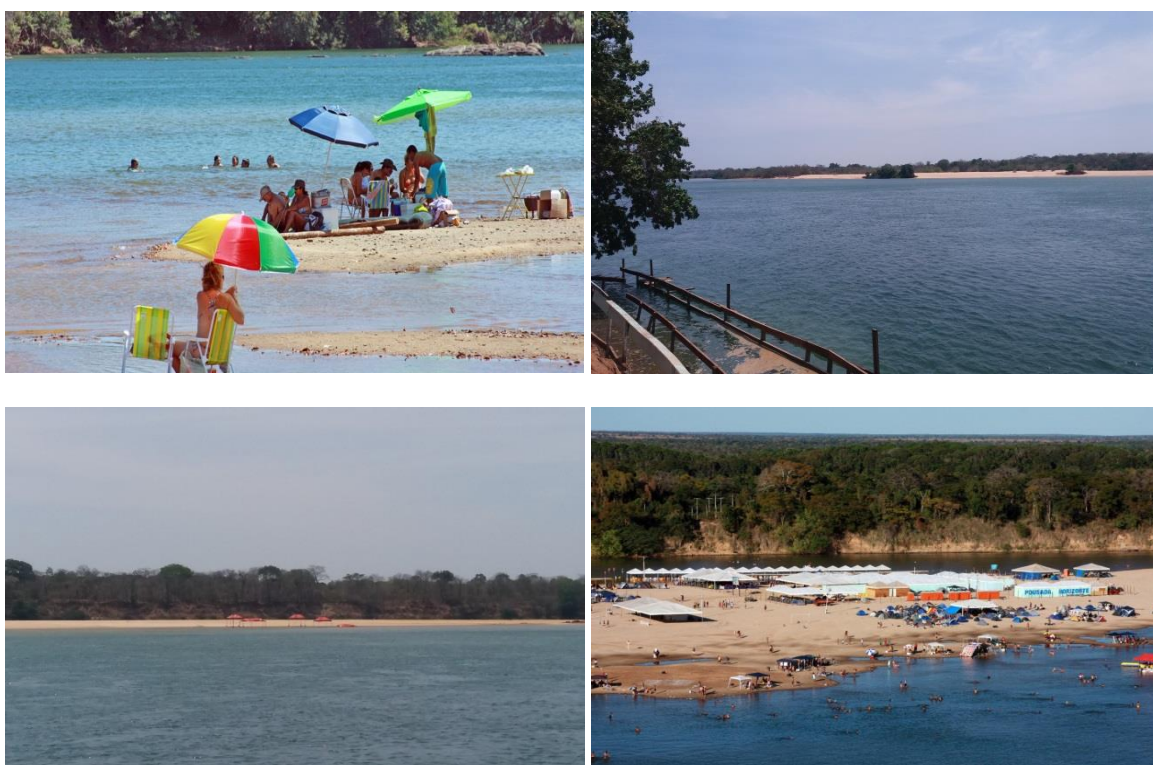


Figura 73. Praia da Tartaruga

Fonte: turismo.to.gov.br e consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Arquipélago do Tropeço:** Localizado no Rio Tocantins, o Arquipélago do Tropeço oferece aos seus visitantes uma beleza natural composta por águas multicores. A água pode apresentar cores verdes, azuis e prateadas, dependendo da combinação entre diversos fatores tais como

horário, luz e reflexo. A beleza da paisagem é completada pela exuberância da vegetação e das diversas espécies de pássaros existentes neste local.

O Arquipélago do Tropeço é reduto da pesca esportiva e terceiro maior arquipélago fluvial do mundo. São 366 ilhas no Rio Tocantins, em posições tais que fazem o rio correr em saltos sobre as pedras. O local impressiona pela beleza, porém, oferece muito perigo a quem não souber se guiar entre os canais convencionados a navegação. Um dos canais mais utilizados no verão é o Canal das Cuias. O Passeio é feito de canoa ou em pequenas lanchas a motor. Por entre os canais se pratica a pesca da caranha, abundante no local, e nas áreas de águas calmas, represadas naturalmente pelas rochas, pode-se pescar também tucunarés e jacundás. Com caiaques é possível explorar toda a região.

Este atrativo natural é procurado particularmente no verão por turistas de diversos estados brasileiros, apresentando uma média de 60 visitantes por ano. O Arquipélago do Tropeço é assim um atrativo que é visitado por diversos segmentos de turistas, desde os que procuram a praia, pesca, aventura ou uma experiência na natureza. As lagoas, canais e rios existentes permitem esta diversidade de oferta, tornando este lugar num importante foco turístico do município. Em particular, o segmento da pesca esportiva é bastante ativo neste local, já que oferece aos seus praticantes um elevada variedade de peixes disponíveis, em diversos pontos do arquipélago. No local é ainda possível montar acampamento.

Para chegar neste arquipélago é necessário utilizar a estrada TO-220, entre Gurupi e Peixe. Em seguida, no Porto de Peixe existe um barco que realiza o percurso fluvial até o atrativo, demorando cerca de 15 minutos. Sendo esta a única forma de chegar ao local, é necessário realizar agendamento e obter guias obrigatoriamente, que cobram uma taxa diária por pessoa de 300 Reais.





Figura 74. Arquipélago do Tropeço

Fonte: turismonotocantins.com.br, peixe.to.gov.br e consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Ilha do Sossego:** Situada a 5 km da zona urbana de Peixe, dos quais 3 km são realizados por estrada de chão, a Ilha do Sossego é um dos principais atrativos naturais do município. Localizada em zona rural e sendo de natureza privada, a visita a este local necessita de agendamento prévio. Não existe no entanto qualquer taxa de manutenção ou obrigatoriedade de contratação de um guia local. O acesso é feito por barcos, sendo que atualmente existem três barcos que oferecem este serviço. A ilha é visitada principalmente no mês de Julho, sendo os turistas majoritariamente oriundos do estado de Tocantins ou de Goiás. Este é um produto turístico que ainda não integra roteiros turísticos comercializados.

3.4.2. Avaliação dos Equipamentos e Serviços Turísticos Existentes

A análise à oferta de equipamentos e serviços turísticos no município de Peixe engloba diferentes aspectos, nomeadamente os meios de hospedagem, os equipamentos e serviços de alimentação, os prestadores de serviços de transporte e locação de veículos, as agências de turismo e os centros de atendimento ao turista.

O município de Peixe apresenta um total de sete equipamentos de hospedagem, um de alimentação, e nenhuma locadora de veículos ou agência de viagem, de acordo com dados do Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas (Cadastur).

Na tabela seguinte é apresentado o levantamento dos estabelecimentos e serviços turísticos existentes em Peixe, por município, realizado a partir do Cadastur.

Tabela 10. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos em Peixe

Município	Hospedagem	Alimentação	Agências de viagem	Locadoras de veículos
Peixe	7	1	-	-

Fonte: Cadastur (2018)⁵

No entanto, os dados apresentados pelo sistema Cadastur não refletem com exatidão a realidade encontrada no decorrer do levantamento realizado ao município, visto que a informalidade é comum em algumas tipologias de negócios no Tocantins. O município de Peixe não é exceção, existindo setores que se caracterizam pela elevada proporção de empresas que não se encontram registradas no Cadastur.

A missão realizada em campo permitiu assim observar alguma discrepância relativamente ao número de estabelecimentos e serviços turísticos instalados em Peixe. Segundo o levantamento efetuado com as prefeituras e entidades turísticas locais, existem 8 estabelecimentos de hospedagem, 10 de alimentação e 2 agências de viagem instaladas em Peixe.

Tabela 11. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos em Peixe de acordo com a Prefeitura e Sebrae

Município	Hospedagem	Alimentação	Agências de viagem	Locadoras de veículos
Peixe	9	10	2	-

Fonte: Secretaria do Turismo de Peixe (2017) e Diagnóstico Turístico de Peixe (2015)⁶

É assim possível concluir que existe um desfasamento entre a informação sobre a oferta turística oficial, via dados disponibilizados pelo Cadastur, e aquela observada na missão realizada no terreno.

O reduzido interesse dos empresários locais do setor turístico na sua inscrição naquele cadastro, derivado do seu diminuto conhecimento relativamente às vantagens de que

⁵ Cadastur, 2018. Disponível em www.cadastur.turismo.gov.br/hotsite/. Acedido a 11.01.2018

⁶ Diagnóstico Turístico (Relatório de 2015) disponibilizados pelo SEBRAE

poderiam usufruir se estivessem inscritos, poderá estar na base deste desfasamento de informação.

Ao realizarem o registro no sítio do Cadastur permitem que a informação sobre os estabelecimentos seja fornecida para qualquer turista que procure naquele cadastro sítios para pernoitar, comer e afins. Deste modo garantem uma maior visibilidade para o empreendimento.

Acresce ainda o fato de que apenas as empresas cadastradas podem participar em campanhas e eventos, ser citadas nas páginas da internet e nos diversos materiais promocionais do Ministério do Turismo do Brasil, obterem possibilidades de formação, informações e apoio *online*.

O Cadastur oferece ainda aos seus membros o acesso a uma área restrita com informações customizadas por região e tipo de atividade denominada de “Ambiente de negócios online”. Neste serviço, o prestador tem acesso a diversa informação estatística relativa ao número de cadastrados por atividade e região, para além de pesquisas e relatórios elaborados pelo próprio Cadastur.

O fato de constarem neste cadastro permite adicionalmente às empresas obter crédito em bancos oficiais, sendo-lhes apresentadas as linhas de apoio e os programas do Ministério do Turismo disponíveis para esta finalidade. É ainda oferecido o acesso a itens da legislação, calendário de eventos e dicas de relacionamento com o cliente.

O cadastro possui a validade de dois anos e é obrigatório para meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos, guias e acampamentos turísticos. É, de fato, um pré-requisito obrigatório para a obtenção da classificação de estrelas, para o caso da hospedagem. Para os restantes operadores turísticos, tais como restaurantes, transportadoras turísticas e outros, o registro é opcional.

O registro é, por isso, uma forma relativamente acessível dos estabelecimentos turísticos obterem divulgação, associada à garantia de qualidade transmitida e apercebida pelo turista ao tomar conhecimento que dado estabelecimento segue as obrigações exigidas pelo Cadastur.

De fato, a regulamentação e coordenação do setor torna-se fundamental para o sucesso do mercado turístico. Apenas com a imposição de um conjunto de regras que permitam oferecer ao turista um serviço de qualidade é possível fomentar o crescimento sustentado do setor.

3.4.2.1 Equipamentos de hospedagem

A oferta de serviços de hospedagem no município de Peixe é caracterizada pela simplicidade de equipamentos e serviços oferecidos. De fato, a tipologia de visitantes e o reduzido fluxo turístico que esta localidade registra faz com que não existam incentivos suficientes para que a oferta seja mais vocacionada para um turismo de elevada qualidade.

A maioria dos visitantes do município são trabalhadores e motoristas em viagem que precisam de um sitio para pernoitar ou turistas do entorno e do próprio estado de Tocantins. Como normalmente este tipo de viajantes não procura uma oferta turística de elevada qualidade, mas prefere sim obter preços reduzidos ainda que sacrificando as condições de comodidade, os empresários turísticos locais não investem num turismo diferenciado, mais procurado pelo turista nacional e internacional.

Estes fatores fazem com que a oferta de equipamentos de hospedagem seja reduzida, e esteja focada preferencialmente em viajantes em trabalho cujo objetivo principal é obter um preço reduzido. As acomodações existentes são, por isso, simples e oferecem por vezes qualidade reduzida das suas instalações, assim como nos serviços oferecidos, como é o caso da internet providenciada que é intermitente e apresenta um fraco sinal.

Observa-se que os equipamentos existentes não refletem o estilo arquitetônico da Ilha do Bananal, e do município de Peixe em particular. Tal é refletido nas fachadas, interiores e mobiliário que estes apresentam. A nível da divulgação dos atrativos do município de Peixe, observa-se que os estabelecimentos possuem, na sua maioria, muito pouca informação que possa ser fornecida aos turistas.

De acordo com o Cadastur estão registrados sete equipamentos de hospedagem no município de Peixe. No entanto, a informação recolhida na visita de campo em 2017 revelou existirem os seguintes estabelecimentos de hospedagem:

- **Hotel Mineirinho:** com 12 unidades habitacionais e 32 leitos
- **Hotel Clones:** com 28 unidades habitacionais e 52 leitos
- **Hotel e Restaurante da Filó:** com 7 unidades habitacionais e 16 leitos
- **Hotel Tocantins:** com 11 unidades habitacionais e 32 leitos
- **Hotel e Restaurante da Dona Júlia:** com 20 unidades habitacionais e 40 leitos
- **Hotel Tocantins Aventura:** com 14 unidades habitacionais e 42 leitos
- **Pousada do Marionzan:** com 12 unidades habitacionais e 36 leitos
- **Rancho do Kojak:** com 15 unidades habitacionais e 32 leitos

Em seguida apresenta-se uma tabela resumo da oferta relativa à hospedagem para o município de Peixe, de acordo com os dados do Cadastur e com o levantamento realizado em campo.

Tabela 12. Total de Equipamentos de Hospedagem em Peixe

Município	Hospedagem (Levantamento)	Hospedagem (Cadastur)	Unidades Habitacionais	Número de Leitos
Peixe	9	7	119	282

Fontes: Cadastur (2018) e consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

3.4.2.2 Equipamentos e serviços de alimentação

Tal como a hospedagem, a oferta de serviços de alimentação é uma das componentes essenciais da oferta turística. Este não é só um serviço turístico básico que contribui para a comodidade dos turistas, como um elemento integrado na cultura local, devido à transmissão da culinária típica da região. De fato, estes serviços são um elemento que transmite a hospitalidade de uma região, tornando-se em muitas das vezes nos próprios atrativos dos destinos.

O município de Peixe possui um número suficiente de serviços de alimentação para a sua dimensão, totalizando 10 estabelecimentos. Nestes são servidas refeições simples compostas por feijão, arroz, farinha, carne, mandioca ou abóbora. Observa-se assim que a oferta é muito limitada e restrita a comida que não distingue a região de outras no Tocantins ou até mesmo de outros estados brasileiros.

No que concerne à localização dos estabelecimentos propriamente ditos, estes encontram-se muitas das vezes nas próprias casas dos proprietários, sendo que a higiene e manipulação de alimentos não é sempre tida em atenção.

Em conclusão, verifica-se que a oferta de equipamentos e serviços de alimentação tem como principal público-alvo os visitantes do próprio município ou do entorno, cuja motivação é encontrar comida simples e reconfortante a um preço acessível.

Os resultados obtidos na visita a campo para o número de estabelecimentos existentes em Peixe superam os que são apresentados no Cadastur (Tabela 13). Tal deriva da informalidade

característica deste tipo de estabelecimentos, que leva a que os proprietários não os registrem naquele cadastro.

Observa-se, por isso, um elevado potencial de desenvolvimento de equipamentos e serviços de alimentação, visto que a oferta está direcionada atualmente para os habitantes locais e turistas regionais. Deste modo, o aumento do fluxo turístico iria trazer oportunidades para o aparecimento de novos estabelecimentos que estivessem mais focados nos turistas estaduais, nacionais e internacionais com uma oferta distintiva face a que existe atualmente, oferecendo pratos típicos da região da Ilha do Bananal.

A tabela seguinte apresenta o número de estabelecimentos de alimentação segundo o Cadastur, e de acordo com o levantamento em campo.

Tabela 13. Total de Estabelecimentos de Alimentação em Peixe

Município	Alimentação (Levantamento)	Alimentação (Cadastur)
Peixe	10	1

Fontes: Cadastur (2018) e consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

Os estabelecimentos e serviços de alimentação existentes (restaurantes e similares) no município de Peixe são os seguintes: Restaurante e Pousada Rosa de Fogo, Hotel e Restaurante da Filó, Help Grill, Espetinho do Sandro, Escritório Bar e Restaurante, Pigalle Pizzaria, Restaurante e Lanchonete Big Sabor, Restaurante do Buchada, Restaurante Beira Rio, Restaurante da Baiana.

3.4.2.3 Equipamentos e serviços de agenciamento e de transportadora turística

O agenciamento turístico traduz-se na produção, venda ou intermediação de diversos serviços de transporte, hospedagem, alimentação e produção de eventos com intuito turístico. Estes serviços, que podem assumir a forma de excursões, pacotes ou prestação individual são fornecidos por estabelecimentos comerciais constituídos e estruturados com este intuito específico.

De acordo com o Cadastur e com o levantamento realizado em campo, não existem instaladas no município de Peixe empresas de agenciamento turístico, transportadoras ou locadoras de veículos. No entanto, a visita a campo revelou que o Rancho Kojak e Pousada Rosa de Fogo oferecem passeios aos hóspedes.

3.4.2.4 Centros de atendimento ao turista

Os centros de atendimento ao turista fazem parte de uma estratégia de estruturação de uma promoção e divulgação eficazes dos diversos atrativos turísticos de uma região e engloba, entre outras vertentes, a disponibilização de informação adequada e de forma acessível aos turistas que visitam determinada região.

Para isso, e complementarmente a outras formas de divulgação informativa tal como a promoção *online* dos destinos, torna-se fundamental que as regiões possuam estas infraestruturas de apoio ao turista. Estes, para além de providenciarem informação, transmitem uma sensação de segurança e qualidade de organização aos turistas.

A missão levada a cabo no município permitiu constatar inexistência deste tipo de infraestrutura no município de Peixe, traduzida numa barreira ao desenvolvimento turístico no município.

3.4.2.5 Cadeia de Valor Turística

No município de Peixe, algumas das pousadas e hotéis também funcionam como operadoras turísticas e oferecem pacotes para pesca esportiva, tal como o Hotel Rancho do Kojak. Os pacotes oferecidos pela Kojak incluem almoço e hospedagem, tudo oferecido pelo Hotel.

Ainda, muitos dos hotéis e das pousadas do município tem contatos de barqueiros que fazem passeio pela Ilha do Tropeço.

A visita de campo revelou que, com exceção da operadora turística que oferece a pesca esportiva acima mencionada e o contato dos barqueiros repassado pelos hotéis, não existe a operação em rede de agentes turísticos.

3.5. Análise da infraestrutura básica e dos serviços

As condições de infraestrutura básica e serviços gerais são um pilar fundamental para o desenvolvimento do potencial turístico de uma região, assim como para o progresso social. São estruturas básicas sem as quais as entidades públicas conseguirão implementar uma estratégia eficaz que fomente o aparecimento de iniciativas privadas na área do turismo. Estas consistem, de fato, em condições de conforto cuja não existência limita fortemente o retorno dos turistas à região.

A reputação de um destino turístico dependerá deste modo não só dos diversos tipos de atrativos que este possa oferecer, como das infraestruturas que este apresenta. Esta qualidade é fundamental não só para a população flutuante, mas também para a população residente.

Um desenvolvimento coeso e integrado socialmente é crucial para uma estratégia de sucesso turística sustentável a longo prazo. Assim sendo, é necessário quantificar a infraestrutura e serviços existentes atualmente no município de Peixe. Isto servirá não só para identificar as insuficiências atuais, mas igualmente para prever eventuais alterações futuras na capacidade instalada, resultantes de uma eventual alteração dos fluxos turísticos.

3.5.1. Rede de Acesso ao Município – Sistemas de Transportes

Para aceder ao município de Peixe é necessário que os turistas utilizem rodovias majoritariamente estaduais, cuja condição de circulação é razoável, com exceção para o trecho entre Palmas e Gurupi. Esta dificuldade de circulação traduz-se numa barreira para o desenvolvimento da região, quer turística quer socialmente.

Para além da precariedade de algumas estradas na região, observa-se ainda a falta de sinalização viária indicativa e turística nos municípios. Tal fato configura uma falha no que diz respeito à promoção turística da região.

O acesso ao município de Peixe é realizado quase exclusivamente por rodovia, já que os restantes sistemas são bastante incipientes. O sistema ferroviário não existe na região, estando no entanto planejada uma linha que atravessará o sul da região da Ilha do Bananal na direção leste-oeste. A nível do sistema hidroviário este é utilizado esporadicamente no rio Tocantins, como é o caso no centro do município de Peixe, servindo para transporte de passageiros, mercadorias, automóveis e animais. Não existe no município qualquer pista de pouso de aviões.

Sistema Rodoviário

A análise da rede rodoviária realizada na presente seção pretende aferir e apresentar as condições de circulação e pavimentação das rodovias, a existência de sinalização turística e indicativa, assim como as demais condições encontradas nas vias de circulação. De fato, a segurança, comodidade e rapidez do acesso do turista às zonas turísticas é essencial para uma promoção eficaz do turismo.

A missão realizada revelou que, de forma geral, tanto as rodovias dentro do município de Peixe como as de acesso são asfaltadas e apresentam condições razoáveis de circulação. A exceção é o trecho entre Palmas e Gurupi onde a circulação é bastante dificultada pelas más condições de circulação na estrada, que apresenta piso irregular e diversos buracos. Adicionalmente, esta é ainda utilizada excessivamente por caminhões. Estes fatores combinados levam a que a circulação neste trecho seja não só morosa como apresente elevada periculosidade.

O acesso dos turistas ao município de Peixe é assim realizado por via rodoviária a partir da capital estadual Palmas, com a utilização de carros, ônibus e vans. A região da Ilha do Bananal possui rodovias estaduais e federais que interligam os diversos municípios entre si e à capital estadual. As rodovias estão na sua maioria pavimentadas e apresentam boas condições de tráfego. O município de Peixe dista 286 km da capital estadual Palmas, traduzindo-se em cerca de 3 horas e 40 minutos para realizar este percurso por automóvel⁷.

A nível das rodovias federais, existe na região da Ilha do Bananal a BR-242 que atravessa o sul do estado de Tocantins, fazendo a ligação aos estados vizinhos de Mato Grosso (Oeste) e Bahia (Leste). Existe ainda na região uma rodovia estadual (BR-153) que corta o estado no sentido norte-sul, ligando o estado de Goiás ao norte país.

A região da Ilha do Bananal possui adicionalmente uma série de rodovias estaduais que interligam os municípios entre si, à capital Palmas e aos estados vizinhos a Tocantins. De fato, é a existência dos acessos internos que permite a mobilidade dentro da região. A figura seguinte apresenta a rede rodoviária da região da Ilha do Bananal, incluindo o município de Peixe.

⁷ Elaboração própria com base no cálculo de distância do Google Maps

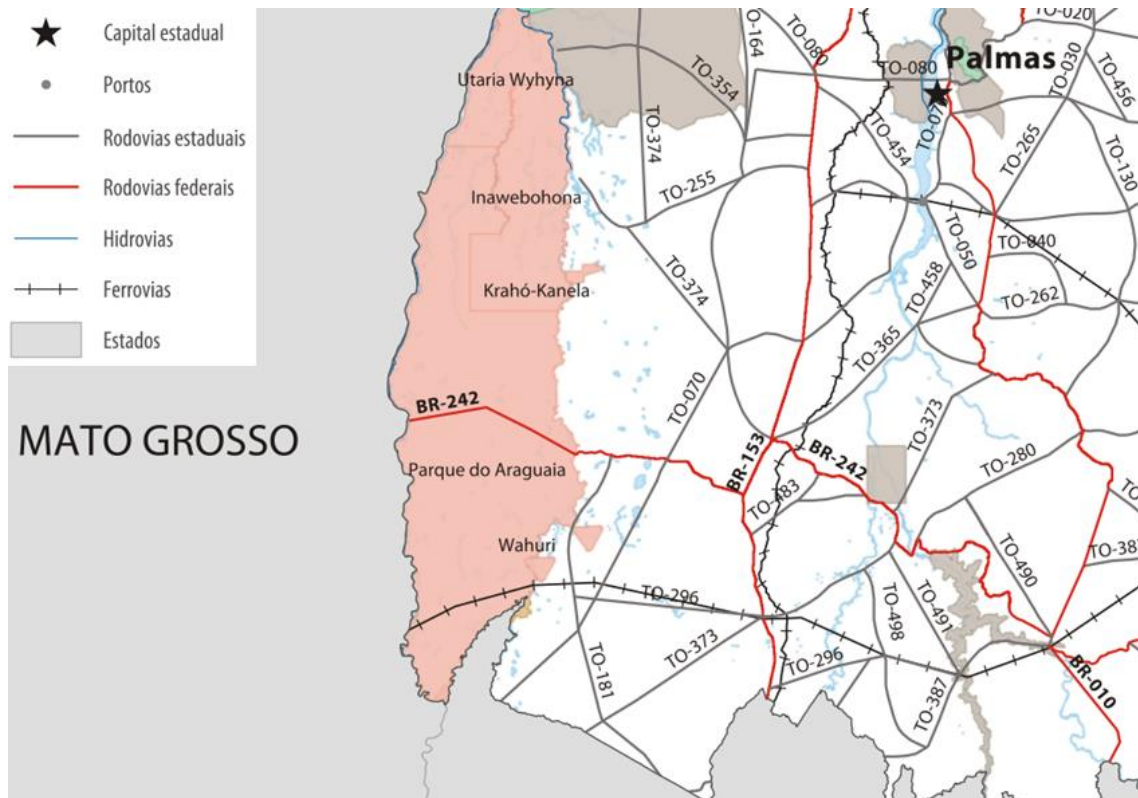


Figura 75. Rede rodoviária da Ilha do Bananal

Fonte: Atlas multimodal (DNIT), 2011⁸

O órgão responsável pela manutenção, ampliação, construção e fiscalização relativamente ao sistema federal de rodovias é o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT). Trata-se de um órgão federal vinculado ao Ministério dos Transportes e que fornece, via online, a condição de circulação das rodovias federais e as suas intersecções com as rodovias estaduais.

O turista poderá consultar esta ferramenta de modo a planejar as suas viagens mais eficazmente. Ao consultar a informação disponibilizada nesta ferramenta, constata-se que as rodovias federais na região da Ilha do Bananal apresentam segmentos em situações bastante distintas. Assim, enquanto que a BR-242 que atravessa a região da Ilha do Bananal no sentido oeste-leste encontra-se majoritariamente em boas condições, o mesmo não acontece com a BR-153. De acordo com o DNIT, para além de grande parte desta rodovia estar sob concessão, o trecho entre Paraíso do Tocantins e Aliança do Tocantins apresenta uma elevada alternância

⁸ Atlas multimodal (DNIT), 2011. Disponível em www.dnit.gov.br/download/mapas-multimodais/atlas-multimodal/atlas.pdf. Acedido em 12.12.2017

entre a classificação de bom (azul) e regular (amarelo), tal como é possível observar na figura seguinte.



Figura 76. Mapa da condição das rodovias na Ilha do Bananal

Fonte: Mapa de condição da manutenção de Tocantins, 2016⁹

A realização da missão de levantamento e as entrevistas com os atores locais revelaram que as estradas para o município de Peixe são majoritariamente asfaltadas. A qualidade das estradas e a sua circulabilidade são consideradas elevadas. As vias da região não apresentam pedágio e a sinalização indicativa é praticamente inexistente, dado que só em Gurupi existem placas de sinalização relativas a Peixe.

⁹ Mapa de condição da manutenção de Tocantins (DNIT), 2016. Disponível em www.dnit.gov.br/icm-1/indice-de-condicao-da-manutencao-2013-icm. Acedido a 11.12.2017

O município de Peixe conta com uma estação rodoviária, dotando esta localidade deste ponto de competitividade social e turística. Para além dos serviços de transporte, a rodoviária conta com sanitários, lanchonetes, assentos e iluminação. Como pontos negativos referidos pelas autoridades locais, destaca-se o horário inadequado e a má sinalização da estação.

Apesar da existência de alguns pontos negativos neste serviço apontados pelos atores públicos locais, a presença de linhas de ônibus que interligam Peixe com os restantes municípios da Ilha do Bananal e outras regiões do Tocantins é um elemento potencializador do desenvolvimento turístico daquela região.

A estação rodoviária está aberta todos os dias da semana, das 6h até as 21h, não apresentado, no entanto, qualquer informação impressa em língua estrangeira nem a opção de atendimento em alguma língua que não seja a portuguesa.

Para além da realização de ligações com o município vizinho de Gurupi, o serviço de ônibus oferece conexões a municípios fora da região da Ilha do Bananal e à capital estadual Palmas.

Sistema Hidroviário

O município de Peixe encontra-se na margem do rio Tocantins, que nasce na serra Dourada, situada no estado de Goiás, passando pelos estados de Tocantins, Maranhão e Pará. Trata-se do segundo maior rio totalmente brasileiro, apenas atrás do Rio São Francisco. O seu nome altera para Tocantins-Araguaia, após se juntar ao rio Araguaia na região do “Bico do Papagaio”. Apesar de existirem outros rios na Ilha da Bananal, como o Rio Jaburu, Rio Riozinho entre outros, é no município de Peixe que o sistema hidroviário é mais utilizado nesta região.

Isto se deve à dimensão e importância social e econômica do rio Tocantins, na margem do qual se situa Peixe. Neste município é utilizado o rio como modo de transporte de *passageiros, mercadorias, carros, caminhões e animais*.

Sistema Aeroportuário

No estado do Tocantins existem três aeroportos de dimensão elevada, sendo eles: aeroporto de Palmas, Araguaína e Porto Nacional, sendo que neste último apenas funciona o aeroclube. Em Peixe não existe qualquer aeroporto, sendo o mais próximo aquele localizado em Gurupi. Trata-se no entanto de uma simples pista de pouso de chão de terra. A sua utilização é quase exclusiva para transporte de fazendeiros, políticos ou em caso de urgência para o transporte

de pacientes a hospitais mais estruturados do que o de Peixe. Este meio de transporte não se traduz desta forma numa verdadeira forma de transporte utilizada com fins turísticos.

O Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues localizado na capital estadual Palmas é o que se situa mais próximo do município de Peixe, com capacidade suficiente para servir de porta de entrada para os turistas que visitam a região da Ilha do Bananal, distando 286 km de Peixe.

O número de passageiros tem aumentado fortemente desde a sua criação em 2001. Com uma taxa de crescimento média anual de 11% desde 2008, passaram por este aeroporto cerca de 654 mil pessoas em 2017, face às 259 mil em 2008. O aumento sustentado de visitantes em Tocantins deverá ser aproveitado pelo município de Peixe, no sentido de ampliar o seu desempenho turístico.

Na tabela seguinte são apresentados um conjunto de indicadores relativos ao aeroporto de Palmas.

Tabela 14. Evolução de indicadores no Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues

Ano	Aeronaves	Passageiros	%
2008	12.104	259.362	11%
2009	11.603	298.484	15%
2010	17.161	389.217	30%
2011	15.948	503.408	29%
2012	18.266	579.395	15%
2013	19.172	576.633	-0,5%
2014	17.242	634.128	10%
2015	14.916	644.199	2%
2016	12.219	617.703	-4%
2017	12.631	654.335	6%

Fonte: Infraero (2018)¹⁰

¹⁰ Infraero, 2018. Disponível em www4.infraero.gov.br/acesso-a-informacao/institucional/estatisticas/. Acedido a 22.01.2018

3.5.2. Sistema de abastecimento de água

O sistema de abastecimento de água na Ilha do Bananal e, em particular, no município de Peixe é realizado pela empresa estadual privada denominada de BRK Ambiental. Esta é responsável pelo fornecimento a cerca de 95% da população total de Tocantins que habita em 125 dos 139 municípios do Estado.

De acordo com o “Atlas Brasil – Abastecimento urbano de Água” elaborado pela Agência Nacional de Águas (ANA), as principais fontes de abastecimento são os rios Tocantins, Araguaia, Javaés, Formoso, Palma e Sono. Segundo a mesma instituição, a poluição destes rios devido à sua proximidade com áreas urbanas, têm vindo a degradar a qualidade da água oferecida. Adicionalmente, as captações realizadas em pequenos córregos levam a que a qualidade da água não esteja garantida.

Observa-se a existência de um sistema isolado em Peixe, isto é, o abastecimento através da rede geral de distribuição é realizado unicamente à sede municipal, correspondente à área urbana do município. A zona rural obtém deste modo água de outras fontes, tais como poço ou nascente. De acordo com o “Atlas Brasil – Abastecimento urbano de Água”¹¹, a situação de abastecimento de água no município de Peixe é satisfatória. Esta conclusão é corroborada pela opinião dos atores políticos locais que consideram que a qualidade da água é de elevada qualidade.

Segundo dados recolhidos pelo IBGE no âmbito do Censo Demográfico de 2010, verifica-se que cerca de 59% dos domicílios particulares permanentes¹² no município de Peixe são abastecidos pela rede geral de distribuição. Deste modo, uma elevada proporção dos domicílios ainda não possui acesso a água canalizada em Peixe, utilizando antes água proveniente de poço ou nascente.

Na tabela seguinte são apresentadas as formas de abastecimento de água no município de Peixe, de acordo com o Censo Demográfico de 2010.

¹¹ Atlas Brasil – Abastecimento urbano de Água (2015). Disponível em www.atlas.ana.gov.br. Acedido a 4.01.2018

¹² Segundo o IBGE, um domicílio particular permanente é aquele que serve exclusivamente para habitação.

Tabela 15. Formas de abastecimento de água segundo o IBGE

Municípios	Rede Geral de Distribuição		Poço ou nascente na propriedade		Outra		Total
	Número	%	Número	%	Número	%	
Peixe	1945	59%	1204	37%	140	4%	3289

Fonte: IBGE (2010)

As entrevistas realizadas durante a missão ao município confirmaram, de modo geral, os resultados obtidos por via do IBGE. Foi salientada a preponderância da água canalizada de poço como forma de abastecimento de água no município.

3.5.3. Sistema de esgotamento sanitário

A empresa BRK Ambiental é responsável pela gestão e operação do sistema de esgotamento sanitário, que inclui a coleta, o tratamento e destino do esgoto no estado do Tocantins.

O município de Peixe é caracterizado pela reduzida utilização da rede geral de esgoto ou fossa séptica como formas de tratamento de esgotamento sanitário. De fato, segundo o IBGE, a utilização de fossa rústica, vala ou outro sistema do género é utilizado por cerca de 75% dos domicílios no município. Estes sistemas caracterizam-se pela não existência de qualquer tipo de tratamento de esgoto, com as evidentes complicações na saúde pública daí decorrentes.

Observa-se, de fato, que apenas uma pequena parcela de domicílios em Peixe utiliza rede geral de esgoto ou pluvial (11%), sendo que o remanescente é relativo a domicílios que utilizam fossa séptica (14%).

A tipologia de esgotamento dos domicílios no município de Peixe é apresentada na tabela seguinte.

Tabela 16. Tipo de Esgotamento Sanitário segundo o IBGE

Municípios	Rede Geral de Esgoto ou pluvial ¹³		Fossa Séptica ¹⁴		Outro ¹⁵		Total
	Número	%	Número	%	Número	%	
Peixe	307	11%	391	14%	2 115	75%	2 813

Fonte: IBGE (2010)

A informação obtida no IBGE vem ao encontro dos dados obtidos na visita a campo, onde foi referida a reduzida proporção de habitações com sistema de esgoto.

Considera-se, desta forma, que o sistema de esgoto no município de Peixe é precário, devido à utilização predominante de fossa séptica ou outro sistema que não contempla qualquer tipo de tratamento de esgoto. Este fato é bastante prejudicial para a qualidade de vida da população e para o potencial turístico do município. De fato, a falta de tratamento dos esgotos leva à contaminação dos cursos hídricos, comprometendo a paisagem turística e a qualidade da água em rios e cachoeiras para a prática de banhos. Assim, os turistas e habitantes locais deixarão de conseguir utilizar determinados atrativos devido à poluição dos mesmos, se no futuro a situação não for revertida.

3.5.4. Limpeza urbana

A responsabilidade pela limpeza urbana em Peixe é do poder público por via da prefeitura que, através de meios próprios, assume as tarefas da recolha de lixo. Estas incluem a manutenção dos logradouros públicos e a coleta de resíduos sólidos.

Segundo informação recolhida no IBGE, a proporção de domicílios particulares permanentes no município de Peixe que depositam o seu lixo em terreno baldio, rio ou a céu aberto é de

¹³ 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

¹⁴ 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

¹⁵ Os outros referem-se a banheiro ou sanitário ligado a uma fossa rústica (fossa negra, poço, buraco, etc.), diretamente a uma vala a céu aberto, rio, lago ou mar

49%. São dados preocupantes tendo em conta que tais hábitos contaminam os recursos hídricos e potenciam a propagação de doenças.

O potencial turístico de uma região fica igualmente comprometido com o acúmulo de lixo a céu aberto, contribuindo para a degradação urbanística dos atrativos turísticos, além de passar uma imagem de degradação e falta de organização das localidades.

No que diz respeito ao lixo coletado, que corresponde a 51% do total, a sua coleta é da responsabilidade de serviços do próprio município, que fazem a sua recolha diária. A informação relativa à coleta de lixo no município de Peixe disponibilizada pelo IBGE é apresentada na tabela seguinte.

Tabela 17. Destino do lixo dos domicílios particulares permanentes

Municípios	Coletado diretamente por serviço de limpeza ¹⁶		Coletado em caçamba de serviço de limpeza ¹⁷		Total coletado ¹⁸	Total não coletado	
	Número	%	Número	%	%	Número	%
Peixe	1 648	50%	20	1%	51%	1 621	49%

Fonte: IBGE (2010)

A missão realizada no município de Peixe permitiu aferir as condições reais de limpeza urbana neste município. Verificou-se que existe um projeto-piloto de coleta seletiva, ou seja, de separação do lixo para posterior reciclagem de diversos materiais. Neste município é assim realizada a reciclagem de diversos metais, tais como aço, alumínio e ferro, cuja recolha e respectiva reciclagem é realizada por uma empresa do município vizinho de Gurupi.

Apesar do depósito de lixo ser feito atualmente a céu aberto, o local possui impermeabilização e tratamento do solo. Esta tipologia de deposição de lixo acarreta diversos problemas, tais como a contaminação dos solos e a poluição dos cursos de água. Existe assim um perigo latente de aparecimento de problemas relativos à saúde pública e à conservação ambiental.

¹⁶ Lixo coletado diretamente por serviço de limpeza - serviço de empresa pública ou privada.

¹⁷ 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.

¹⁸ Outros – o 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.

Encontra-se atualmente em construção um aterro sanitário que deverá substituir este local de depósito de lixos a céu aberto.

Relativamente à opinião da prefeitura face à limpeza das áreas turísticas no que diz respeito à coleta e manejo de resíduos, é considerado que esta é bastante satisfatória. Cabe destacar a iniciativa da sociedade civil existente nesta localidade denominada de “amigos do rio” que consiste na organização de grupos responsáveis pela remoção do lixo no rio Tocantins.

3.5.5. Rede de drenagem pluvial

A rede de drenagem pluvial composta de sarjetas e valas existente em Peixe cobre cerca de 20% do município, encontrando-se em boas condições de manutenção. A responsabilidade por sua limpeza é do município, não sendo registradas no entanto cheias decorrentes de falhas na sua manutenção. A reduzida taxa de cobertura desta rede é explicada pela inexistência de incidentes relacionados com o excesso de chuva neste território, pelo que não se observou a necessidade de investir neste sentido.

De acordo com a prefeitura, não existe o cadastro desta rede de drenagem pluvial, o que poderia se tornar um problema futuro no caso de se verificarem cheias e entupimentos na rede. Por outro lado, a forma como as estradas estão pavimentadas nos diversos municípios ajuda na drenagem da água das chuvas, pelo que conseqüentemente não existem habitualmente estradas cortadas ao trânsito devido ao excesso de água e ao fato de estas estarem alagadas.

3.5.6. Sistema de comunicação

A existência de meios de comunicação é fundamental não só para a qualidade de vida da população local, como para a vertente turística. Os meios de comunicação numa determinada área turística são assim fundamentais para o desenvolvimento da mesma, visto que estes tornam a estadia do turista mais cômoda.

Deste modo, a infraestrutura de comunicação contempla sistemas como a telefonia fixa e móvel, o acesso a jornais de circulação nacional, revistas, rádio, televisão nacional, correios, bancos e internet nas sedes municipais.

De referir que o município de Peixe possui agência de correios, canais de televisão por meio de torres ou antenas parabólicas e apanha sinal de rádio. Quanto à presença de jornais de

circulação nacional, este serviço não é oferecido na cidade. O acesso à internet é realizado por banda larga, *wireless* e 3G. A qualidade de acesso à internet não é no entanto satisfatória para os padrões de desenvolvimento turístico e social desejados, mesmo em zona urbana.

Relativamente às telefonias fixa e móvel, estas apresentam resultados diversos já que, apesar de estes serviços estarem disponíveis em todo o município, a sua taxa de cobertura apresenta-se distinta. Enquanto que os serviços de telefonia fixa são oferecidos em toda o município, já os serviços de telefonia móvel caracterizam-se por serem mais escassos em algumas áreas rurais do município. No que concerne às entidades bancárias existentes, apesar de não existir uma caixa de funcionamento de 24 horas, o município possui representações do Banco do Brasil, Bradesco e Caixa Econômica.

Em geral, o município é caracterizado pela precariedade relativa aos serviços de comunicação, em particular para os serviços de telefonia móvel e internet. De fato, o sinal das redes de telefonia móvel e internet apresenta falhas e intermitências que tornam o serviço lento e pouco fiável. Tal situação é uma forte limitação de desenvolvimento não só regional como turístico. Torna-se assim fundamental desenvolver a qualidade oferecida relativamente aos serviços de internet e telefonia móvel de modo a criar condições básicas de desenvolvimento turístico para o município de Peixe.

3.5.7. Energia Elétrica

A energia elétrica do município é fornecida pela Companhia de Energia Elétrica do Estado de Tocantins (Energisa), empresa responsável pelo fornecimento de energia elétrica nas diversas regiões e municípios de Tocantins. De modo a satisfazer as necessidades energéticas de Tocantins são utilizadas pequenas centrais hidroelétricas existentes no próprio Estado e pela subestação localizada em Miracema do Tocantins, assim como de subestações fora do estado de Tocantins.

Tal como é possível observar na Tabela 18, a taxa de cobertura de energia elétrica no município de Peixe é bastante elevada, atingindo os 93%. Quanto à proporção de domicílios sem fornecimento de energia elétrica, estes representam cerca de 6%.

Tabela 18. Distribuição de Energia Elétrica em Domicílios Particulares Permanentes

Município	Fornecimento por companhia distribuidora		Fornecimento por outra fonte		Sem fornecimento		Total
	Número	%	Número	%	Número	%	Número
Peixe	3 065	93%	42	1%	182	6%	3 289

Fonte: IBGE (2010)

Na missão de levantamento realizada em Peixe foi possível constatar que existem falhas no abastecimento e inconstâncias da tensão da rede elétrica, particularmente na época de chuvas. No entanto, não existe indicação por parte da prefeitura para a necessidade de ampliação da capacidade instalada, mesmo no caso do aumento da procura turística. De fato, as quebras no abastecimento registradas são devidas a fenômenos naturais decorrentes das chuvas intensas, tais como quedas de árvores e inundações, e não por falta de capacidade instalada. Apesar das falhas enunciadas a prefeitura de Peixe indicou considerar que o fornecimento de energia é bom.

3.5.8. Serviços de Saúde

O serviço de saúde existente em Peixe é considerado de qualidade pelos agentes políticos locais. De fato, a rede de pronto atendimento instalado tem sido capaz de responder às solicitações quer da população local como turística. Esta rede é composta por um hospital público e 7 postos de saúde que fazem a cobertura total da área do município. No entanto, as situações mais urgentes e complexas necessitam de ser encaminhadas para hospitais de maior dimensão, como é o caso da sede estadual Palmas.

Tabela 19. Estabelecimentos de Saúde no Município de Peixe

Municípios	Hospital	Posto de Saúde
Peixe	1	7

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

A missão levada a cabo em campo não revelou ser comum a existência de problemas de saúde relacionados com algum tipo de poluição ou exploração mineira, tais como complicações respiratórias, oftalmológicas, dermatológicas ou outras.

3.5.9. Segurança

A segurança é um dos pilares fundamentais para o desenvolvimento social e turístico de qualquer região. De fato, se esta dimensão não for devidamente acutelada, poderá tornar-se num forte fator limitador para o crescimento turístico. A missão realizada em campo permitiu concluir que, de modo geral, a sensação de segurança elevada em Peixe é elevada, seja no município como um todo ou nas áreas turísticas, tal como a beira rio. A única exceção relatada é o Arquipélago do Tropeço, onde foi relatado que o policiamento é manifestamente insuficiente para o fluxo turístico existente.

Na existência de um evento de maior dimensão cuja previsão de afluência turística seja elevada, é prática habitual os municípios vizinhos auxiliarem Peixe com o envio de meios humanos e outros para ajudar no policiamento e assistência ao turista.

Não existe corporação de bombeiros no município e a delegacia local é composta por um elemento, o que é manifestamente insuficiente para um policiamento efetivo e para o número de ocorrências registradas, relacionadas majoritariamente com assaltos a agências bancárias. De fato, estas agências deixaram de conter dinheiro em numerário devido à alta taxa ocorrência destes eventos. Tal fato obriga a população local a buscar dinheiro na cidade de Gurupi que, pela sua maior dimensão e policiamento mais efetivo, já fornece este serviço. Esta situação deverá ser tida em conta na promoção de uma estratégia turística futura, visto que a segurança é crucial e basilar para o desenvolvimento deste setor.

Tabela 20. Equipamentos de Segurança presentes no município de Peixe

Municípios	Delegacia	Bombeiros
Peixe	1	0

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

Quanto ao resgate nas zonas turísticas, este é realizado por norma pelos guias turísticos e salva vidas, quando estes existem, sendo solicitado o auxílio dos bombeiros se necessário. Os guias e salva vidas possuem usualmente treinamento especializado para prestar os primeiros socorros em situações de saúde menores, pelo que se apresentam como a primeira linha de socorro aos turistas que visitam a região.

3.6. Análise do quadro institucional

3.6.1. 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, estabeleceu a criação dos Polos para efeito do planejamento setorial do turismo, contribuindo 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, 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. Na esfera municipal a gestão do turismo nos municípios 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.

O Plano Nacional do Turismo 2013-2016 –PNT, construído de acordo com as orientações do Governo Federal, tem como premissa ainda 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.

Aliado ao PNT, merece destaque o Programa de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur, também de abrangência nacional, 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 nos seguintes componentes: estratégia de produto turístico; estratégia de comercialização; informação, distribuição e promoção; fortalecimento institucional; infraestrutura e serviços básicos; e gestão ambiental.

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

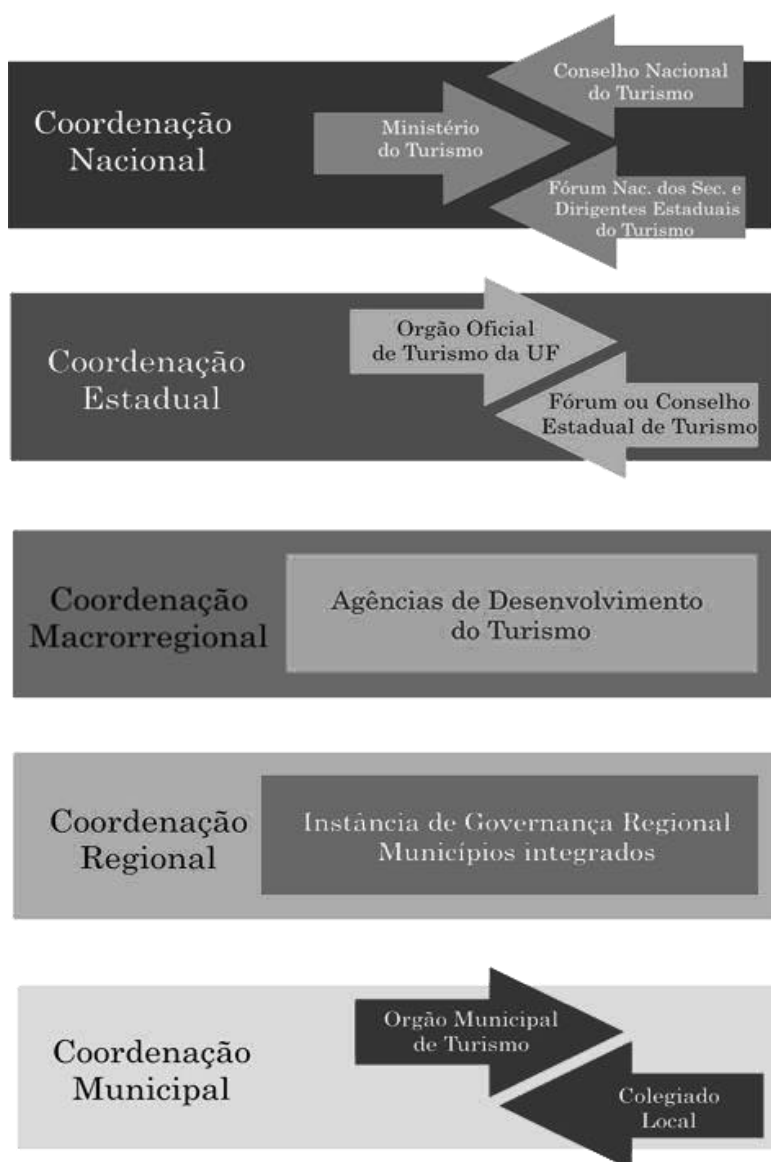


Figura 77. Gestão descentralizada do turismo

Fonte: MTur (2018)¹⁹

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

¹⁹ Ministério do Turismo do Brasil, 2018. Disponível em www.turismo.gov.br. Acedido a 29.01.18

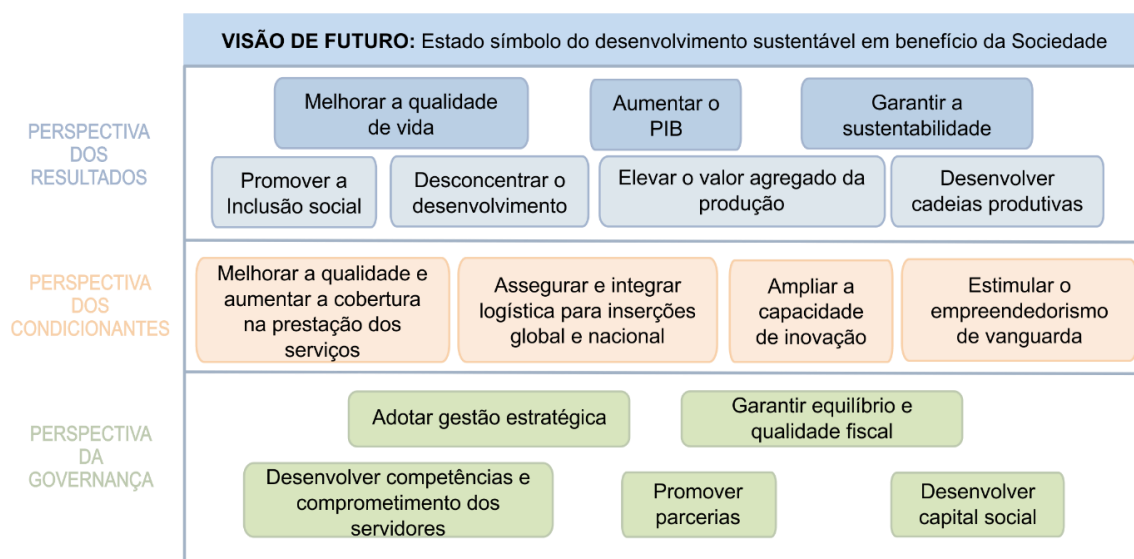


Figura 78. Mapa Estratégico do Estado (PPA 2016-2019)

Fonte: Seplan (2015)²⁰

Verifica-se que o mapa datado de dezembro de 2015 amplia a perspectiva dos resultados incorporando-os 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. Essa nova perspectiva trata 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, destaca-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 dessas perspectivas, a elaboração do PDITS implica no alinhamento e articulação com as esferas federal, estadual e municipal. Além disso, é importante 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, estes

²⁰ Seplan, 2015. Publicação no DOE de nº 4. 527, Suplemento em 23 de dezembro de 2015, disponível em www.seplan.to.gov.br. Acedido a em 8.03.2018.

devem ter por base o desenvolvimento sustentável e a melhoria da qualidade de vida da população.

A elaboração do PDITS do Bananal 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 79. Política Federal – Plano Nacional de Turismo e Prodetur Nacional

Fontes: PNT (2013-2016) e ROP (2008)²¹

²¹ Plano Nacional de Turismo 2013-2016 e Regulamento Operacional do PRODETUR NACIONAL – ROP (2008). Acedidos a 13.03.2018

O Contexto Institucional é constituído, em nível estadual, pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e Cultura (SEDEN). O Estado integra o Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas – CADASTUR – que atuam no setor do turismo executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo dos Estados do Brasil. A *Secretaria do Planejamento e da Modernização da Gestão Pública – SEPLAN* é coadjuvante na medida em que a instituição central para a definição e execução de planos e estratégias de desenvolvimento do Estado.

3.6.2. Impactos e limitações das Políticas Públicas

Para identificar os impactos e limitações das políticas públicas e a capacidade de gestão pública sobre o desenvolvimento do turismo do Bananal, serão indicados:

- (i) capacidade dos municípios para a captação de recursos;
- (ii) adequabilidade da estrutura administrativa de turismo; e
- (iii) capacitação para a gestão do turismo.

No que diz respeito à capacidade de captação de recursos, 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. Contudo, 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 voltados 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 Ministério do Turismo.

Dentre outros fatores, destacam-se os seguintes motivos que contribuem para a dificuldade de captação de recursos:

- ✓ Falta de planejamento e desconhecimento da realidade do turismo local;
- ✓ Ausência de informações organizadas;
- ✓ Perda recorrente de informação nas prefeituras relativa ao setor turístico, que ocorre quando da mudança dos gestores políticos como forma de prejudicar os seus sucessores;
- ✓ 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.

O município de Peixe conta com uma Secretaria de Cultura e Turismo. Para que o governo municipal consiga assumir o papel de gestor, é necessário não só uma mudança de mentalidade, mas também uma capacitação técnica e institucional, que permita melhorar sua eficiência na utilização dos recursos públicos, aproximando a oferta estatal com a demanda social específica do setor de turismo.

A Secretaria conta com pessoal extremamente reduzido, o que dificulta a ação efetiva dos gestores. São poucos profissionais para as diversas funções exigidas, além disso, muitos desses 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.

A nível de instâncias para gestão do turismo a nível regional e municipal destacam-se os fóruns e os conselhos municipais, respectivamente. Os fóruns são estabelecidos com o apoio da SEDEN e consistem em instâncias de governança regional, compostas pelos municípios das regiões a que se referem. Para o seu estabelecimento é necessário que os conselhos

municipais se encontrem ativos. Atualmente a SEDEN encontra-se a estruturar a implementação de três fóruns, previsivelmente referentes às regiões de Jalapão, Serras Gerais e Serras e Lago.

O conselho municipal é uma instância de governança a nível local, que é composta pela iniciativa privada, pelo terceiro setor e pelo poder público. A existência de conselho municipal é fundamental e obrigatória para a atribuição do fundo turístico.

Tabela 21. Conselho Municipal

Município	Conselho Municipal
Peixe	ATIVO

Fonte: SEDEN (2018)

Ressalta-se que não existe inventário turístico no município de Peixe. Estes documentos são um elemento basilar na construção de políticas públicas de desenvolvimento do setor turístico, já que, sem o conhecimento e a obtenção de uma imagem geral dos atrativos e infraestruturas turísticas existentes, o direcionamento de investimentos estratégicos fica bastante comprometido. A sua ausência é, por isso, uma forte lacuna atual para o desenvolvimento do turismo em Peixe.

O municípios tem baixa capacidade para a gestão do turismo – quer seja no âmbito público, como no 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.

3.7. Análise dos aspectos socioambientais

3.7.1. Qualidade dos Recursos e os Seus Usos Potenciais

O novo pacto federativo, decorrente da Constituição de 1988, previu a repartição de competências, de responsabilidades, de direitos e obrigações, entre as esferas de governo, o que permitiu, por exemplo, uma melhor repartição de recursos para atendimento às demandas da população e efetivação dos direitos da cidadania. Contudo, a velocidade com

que o processo de descentralização, ou seja, a transferência de competências para os governos locais, ocorreu no país, alcançando várias políticas públicas, e a própria diversidade da realidade dos estados e municípios brasileiros terminaram por limitar as condições para o exercício das competências municipais e compartilhadas com as demais esferas e aprofundaram as disparidades locais e regionais do país, em especial pela significativa ampliação do número de municípios. De fato, um elevado número de municípios, a maior parte constituída após a promulgação da Constituição, depende quase exclusivamente de transferências federais para sua sobrevivência, com baixa arrecadação própria. Portanto, não são capazes de exercer sua autonomia federativa, reconhecida na Constituição.

Peixe tem 94,0% de sua receita oriunda de transferências federais. Esta situação se reflete negativamente em todos os mecanismos de gestão municipal.

No que se refere à Legislação e Instrumentos de Planejamento, a Pesquisa IBGE Cidades (2016)²² informa sobre a existência de legislação sobre zonas / áreas de interesse especial ou social. Peixe apresenta, ainda, legislação específica sobre zona ou área de interesse social e/ou especial, Legislação sobre uso e ocupação do solo, legislação sobre zoneamento ambiental, legislação sobre unidade de conservação e legislação sobre estudo prévio de impacto ambiental.

3.7.1.1 *Clima*

O clima é subúmido com moderada deficiência hídrica (C2wA´a´´) que significa clima subúmido com moderada deficiência hídrica no inverno, evapotranspiração potencial média anual de 1.500 mm, distribuindo-se no verão em torno de 420 mm ao longo dos três meses consecutivos com temperatura mais elevada.

A temperatura média anual é de 27° C. O é verão úmido (outubro a abril, sendo janeiro, fevereiro e março os meses mais chuvosos) e inverno seco acentuado (período seco de 4 meses, de junho a setembro).

²² IBGE cidades, 2016. Disponível em www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1. Acedido a 5.02.2018

3.7.1.2 Recursos hídricos

O sistema hidrográfico da região compreende a bacia do rio Tocantins.

3.7.1.3 Relevo

O relevo da região pertence ao Planalto Central Brasileiro. Caracteriza-se, sobretudo, pelo solo sob cerrados, predominando, na sua maioria, superfícies tabulares e aplainadas, resultantes dos processos de pediplanação.

3.7.1.4 Unidades de Conservação e Áreas Protegidas

Para a promoção do turismo sustentável é necessário condicionar o desenvolvimento dessa atividade com a preservação das áreas ambientais, que são:

- ✓ APA Lago de Peixe / Angical: Paranã, Peixe e São Salvador do Tocantins;
- ✓ Corredor Jalapão-Chapada das Mangabeiras: Almas, Dianópolis, Lagoa do Tocantins, Lizarda, Mateiros, Novo Acordo, Ponte Alta do Tocantins, Porto Alegre do Tocantins, Recursolândia, Rio da Conceição, Rio Sono, São Félix do Tocantins;
- ✓ Corredor Paranã-Pirineus: Arraias, Aurora do Tocantins, Conceição do Tocantins, Lavandeira, Novo Alegre, Palmeirópolis, Paranã, Peixe, São Salvador do Tocantins, São Valério da Natividade e Taguatinga.

3.7.1.5 Fauna

Com relação aos outros habitats, é interessante notar que várias espécies amazônicas encontram seu limite sul nas florestas que acompanham os rios Araguaia, Tocantins e seus maiores tributários (como o Paranã), exatamente nos estados do Tocantins e Goiás, constituindo populações de alto interesse biogeográfico. Por outro lado, as mesmas matas podem constituir corredores de penetração para espécies cujo centro de distribuição está na Mata Atlântica, o que caracteriza bem o caráter transicional da região. O interflúvio Paranã-Tocantins se destaca como área potencialmente importante pelo fato de ainda abrigar remanescentes florestais importantes que, até certo ponto, mantem conexões com áreas de mata seca e cerrados.

Os cerrados densos que abrangem a maior parte do interflúvio Paranã-Tocantins são bastante representativos, abrangendo uma área extensa o suficiente para comportar a necessária

heterogeneidade de habitats (em sua maior parte ditada pelo regime de fogo), além de populações viáveis da maior parte das espécies animais.

Nestes cerrados estão presentes endemismos, como os comuns bico-de-pimenta *Saltator atricollis* e gralha-do-cerrado *Cyanocorax cristatellus*, o papagaio-galego *Salvatoria xanthops*, a localizada cigarrinha-azul *Porphyrospiza caerulescens* e o emblemático chifre-de-ouro *Heliactin bilopha*.

Outras espécies animais de interesse assinaladas são onça-pintada *Panthera onca*, tatu-canastra *Priodontes maximus*, lobo-guará *Chrysocyon jubatus*, veado-campeiro *Ozotocerus bezoarticus* e ema *Rhea americana*, *Tapirus terrestris*, capivaras *Hydrochaeris hydrochaeris* (ambas nas margens do rio Paranã), macacos-pregos *Cebus apella* e bugios *Alouatta caraya*.

3.7.1.6 Flora

Ao longo do vale do rio Tocantins (e especialmente nas margens deste), a vegetação adquire um caráter mais florestal, com maior influência amazônica, o que é visível na presença de babaçuais extensos nas áreas mais úmidas. É conhecido o fato de que as florestas marginais do rio Tocantins (condenadas pela construção de represas) e afluentes maiores como o Santa Isabel formam corredores que permitem a presença de aves amazônicas até o norte de Goiás.

Como formações dominantes ocorrem tipologias vegetais naturais da Região fitoecológica da Savana (Cerrado), com as formações Parque, Arborizada e Florestada ou Cerrado Ralo, Cerrado Típico, Cerrado Denso e Cerradão. De forma subordinada ocorrem ainda Florestas-de-Galeria, Formações Pioneiras de Influência Fluvial e/ou Lacustre e Refúgios Vegetacionais.

3.7.1.7 Cobertura e uso do solo

Apesar do relativo grau de antropismo da área, o uso da terra tem se dado de forma adequada, com pouquíssimas áreas em situação de subutilização ou uso conflitivo ou com restrição intensa. A área apresenta um processo de ocupação iniciado no período colonial, sendo mais intensificado após a década de 1960 e posteriormente, ao final da década de 1980 e início dos anos de 1990 com a criação e implantação do Estado do Tocantins.

3.7.2. Identificação e Avaliação dos Impactos no Meio Ambiente que já tenham sido causados por Atividades Turísticas

O município ainda necessita de infraestrutura adequada para o recebimento de turistas. Isso se reflete nos impactos ao meio ambiente causado pelas atividades relacionadas ao turismo. Dentre os problemas encontrados, podem-se citar a pesca e a caça predatórias. Além disso, observa-se ausência de campanhas voltadas à educação ambiental, que sensibilize os atores envolvidos no processo turístico como a comunidade, o trade turístico, o poder público e os turistas na promoção de um turismo sustentável.

O município apresenta problemas relacionados aos fatores que degradam o meio ambiente e que podem afetar as atividades turísticas:

- ✓ Destinação incorreta dos resíduos sólidos;
- ✓ Queima de lixo a céu aberto;
- ✓ Queimadas;
- ✓ Despejo de esgoto in natura nos cursos d'água;
- ✓ Supressão da vegetação nativa;
- ✓ Ocupações irregulares;

O esgotamento sanitário é precário alcançando 25% dos domicílios (SNIS, 2015)²³. No que diz respeito à relação entre as fragilidades ambientais e o desenvolvimento das atividades turísticas, destacam-se:

Riscos para os Recursos Hídricos

- ✓ Possibilidade de aumento no volume de esgoto in natura 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.
- ✓ Risco de assoreamento dos rios.

²³ SNIS - Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento, 2015. Aplicativo Série Histórica. Disponível em <http://www.snis.gov.br/PaginaCarrega.php?EWRErterterTERTer=29>. Acedido a 15.03.2018

Riscos para o 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.

Riscos para a 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.), erosão causada pelos animais, voçorocas devido a compactação das trilhas, entre outros.

Riscos para o 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 consequente perda dos valores cênicos.

3.8. Consolidação do Diagnóstico Estratégico

3.8.1. Segmentos Turísticos Atuais e Potenciais

A segmentação da oferta turística serve para estruturar a ação pública e privada, no que concerne ao planejamento, investimento e gestão da atividade turística de dado destino turístico. A identificação dos segmentos principais e complementares e de quais atrativos compõem cada segmento é fundamental para o correto direcionamento de recursos no planejamento do setor, a médio e longo prazo. Por outro lado, a construção da imagem turística do município de Peixe será baseada necessariamente nos segmentos turísticos com maior potencial distintivo desta região.

A partir da análise realizada no presente diagnóstico estratégico são considerados como principais segmentos de Peixe o “*Ecoturismo*”, “*Turismo de Aventura*” e “*Pesca Esportiva*”. Como segmentos complementares a região apresenta o “*Turismo Cultural*” e “*Sol e Praia*”.

A partir da segmentação e da identificação dos atrativos para cada segmento, assim como a avaliação do estado de desenvolvimento de cada atrativo (infraestrutura, acessos, promoção turística), é possível estruturar uma oferta integrada assim como novos produtos turísticos, em conjunto com as restantes dimensões da oferta turística (hospedagem, alimentação, infraestrutura, transporte, CAT, agências turísticas).

Segmentos principais

Ecoturismo, Turismo de Aventura e Pesca Esportiva

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> - Observação de flora - Observação de fauna (em particular aves) - Passeios de canoa ou barco a motor - Pesca Esportiva 	<ul style="list-style-type: none"> - Arquipélago do Tropeço - Ilha do Sossego - Pousada Rosa de Fogo 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecossistemas dos biomas da Floresta Amazônica e Cerrado - Rio Tocantins - Ilhas fluviais - Grande quantidade de peixe

Segmentos complementares

Turismo de Sol e Praia

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> - Temporada de praia 	<ul style="list-style-type: none"> - Praia da Tartaruga - Ilha do Sossego 	<ul style="list-style-type: none"> - Praias fluviais

Turismo Cultural

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> - Vilas históricas - Artesanato 	<ul style="list-style-type: none"> - Lagoa do Romão - “Cidade velha”: Igreja Nossa Senhora d'Abadia 	<ul style="list-style-type: none"> - Campos de capim dourado - Vila histórica

3.8.2. Principais Áreas Críticas de Intervenção

A presente seção enumera os principais pontos de melhoria que atualmente limitam o desenvolvimento de Peixe, agrupados por área de análise. Estes foram resumidos e obtidos a partir do trabalho realizado e apresentado no presente diagnóstico estratégico. A identificação das principais áreas críticas de intervenção é fundamental para a estruturação de uma estratégia eficaz de desenvolvimento turístico do município, ultrapassando os obstáculos que atualmente existem.

Deste modo, apresentam-se em seguida as áreas de intervenção agrupadas nos seguintes temas: marketing e promoção turística; fortalecimento institucional; infraestrutura básica e turística; aspectos socioambientais.

Marketing e promoção turística

O município de Peixe não possui qualquer agência de turismo, pelo que os turistas não têm apoio especializado para visitar os atrativos. Adicionalmente, existem as dificuldades próprias do município tais como a má acessibilidade aos atrativos e a falta de sinalização, que funcionam como fatores de entrave ao desenvolvimento turístico. Observa-se ainda que não existem Centros de Atendimento ao Turista (CAT). A existência destes serviços seria fundamental no apoio ao turista, tendo em conta a falta de agências, no sentido de orientar os visitantes e apresentar as opções turísticas existentes em Peixe.

Observa-se que o município apresenta uma operação em rede entre os agentes turísticos praticamente inexistente. Apenas o Hotel Rancho do Kojak e a Pousada Rosa de Fogo, localizados no município de Peixe, oferecem pacotes integrados que incluem atividades de pesca esportiva, para além do almoço e hospedagem.

O marketing turístico e a promoção da imagem de Peixe é muito incipiente, sendo realizada praticamente apenas a nível privado pelos próprios agentes turísticos. Neste sentido, torna-se fundamental a criação de um Plano de Marketing para o município de Peixe. Este plano permitirá estruturar uma política para o setor turístico, a nível público e privado. A partir dos principais segmentos turísticos existentes, seria possível construir uma estratégia de divulgação e promoção do município assim como desenhar cenários de evolução futura.

Fortalecimento Institucional

O principal órgão executor da política de turismo no Tocantins em geral, e para Peixe em particular, é a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e Cultura (SEDEN). A SEDEN opera em conjunto com a Secretaria do Planejamento e da Modernização da Gestão Pública (SEPLAN), instituição responsável pela definição e execução de planos e estratégias de desenvolvimento do Estado.

De ressaltar que o município de Peixe possui uma Secretaria de Cultura e Turismo, que funciona como principal promotor local do setor turístico.

No entanto, dada a falta de recursos da mesma para exercer estas funções, é necessário implementar capacitação técnica e institucional. Deste modo, o município apresente uma baixa capacidade para a gestão do turismo, tanto no âmbito público como privado. A ausência de instituições de ensino e formação (dada pelo SEBRAE por exemplo) em turismo contribuem para a reduzida preparação do município de Peixe para este setor.

Apresentam-se, de seguida, os fatores considerados como negativos na atração de recursos e para a promoção do turismo:

- ✓ Falta de planejamento e desconhecimento da realidade do turismo local;
- ✓ Ausência de informações organizadas;
- ✓ Perda recorrente de informação do setor turístico nas prefeituras, que ocorre quando da mudança dos gestores políticos como forma de prejudicar os seus sucessores;
- ✓ 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;
- ✓ Desconhecimento de outras fontes de recursos para subsidiar as atividades do turismo.

O fato da secretaria de turismo estar englobada com outras secretarias - Secretaria de Cultura e Turismo – leva a que haja uma dispersão de recursos, humanos e financeiros, por diversas pastas, não existindo uma dedicação exclusiva ao turismo.

De ressaltar que existe em Peixe um conselho municipal de turismo. Apenas possuindo esta instância de governança, é possível atribuir fundo turístico ao município. A implementação de um fórum de turismo para a região turística da qual Peixe pertence, a Ilha do Bananal, exige igualmente conselhos municipais ativos nos municípios da região.

Peixe não possui inventário turístico, o que se trata de uma forte limitação na definição de políticas públicas e direcionamento de investimentos estratégicos.

Infraestrutura básica e turística

Os turistas chegam a Peixe quase exclusivamente por via rodoviária, visto que sem ser este modo de circulação apenas existe o sistema hidroviário, mas que não serve ao propósito turístico. As estradas de acesso a Peixe desde os municípios vizinhos e desde Palmas apresentam uma condição razoável no que se refere à qualidade do asfalto e à facilidade de circulação. A exceção é o percurso entre Palmas e Gurupi cuja passagem é dificultada por diversos fatores. A combinação das irregularidades na rodovia traduzida nos inúmeros buracos com a excessiva utilização das mesmas por caminhões, leva a que este trecho seja não só moroso como perigoso para quem nele circula. A rodovia federal com acesso direto a Peixe (desde Gurupi) denomina-se BR-242 e encontra-se em boas condições.

A sinalização indicativa existente em Peixe é escassa, dado que os turistas com proveniência ou passagem por Palmas apenas encontram placas relativas a Peixe no município de Gurupi. A sinalização turística é inexistente no município.

O município de Peixe conta com uma estação rodoviária que serve como meio facilitador para o deslocamento dos turistas. Os pontos negativos apresentados são relativos ao horário inadequado, à má sinalização e à falta de informação e atendimento em língua estrangeira.

No que diz respeito ao abastecimento de água no município de Peixe, este é realizado unicamente à sede municipal correspondente à zona urbana (sistema isolado). Apesar dos atores políticos locais considerarem que o abastecimento de água é satisfatório, considera-se que a situação real é ainda bastante distinta. Os dados obtidos revelam que uma proporção significativa da população não tem acesso à rede geral de distribuição, visto que apenas 59% dos domicílios particulares permanentes no município de Peixe são abastecidos por esta rede.

A nível de esgotamento sanitário em Peixe, pode-se considerar que este é precário já que neste município os principais sistemas utilizados são a fossa séptica, rústica, vala ou outro sistema similar. Salienta-se que apenas 11% dos domicílios do município possuem ligação à rede geral de esgoto. Os sistemas majoritariamente utilizados em Peixe, associados à não existência de sistema de tratamento de esgoto, impactam negativamente no meio ambiente. Este fator é, por isso, negativo quer para a qualidade de vida da população como para a paisagem turística pela contaminação hídrica e dos solos.

O depósito de lixo em Peixe é realizado a céu aberto, apesar de existir impermeabilização e tratamento dos solos. Mesmo com estes métodos de proteção, ainda existem perigos no que concerne à poluição ambiental. No entanto, encontra-se em construção um aterro sanitário, que no futuro irá reduzir drasticamente os riscos de contaminação ambiental.

De salientar o projeto-piloto de coleta seletiva existente atualmente em Peixe, como forma de fomento à reciclagem neste município, sendo a responsabilidade pela recolha e reciclagem de uma empresa sediada no município vizinho de Gurupi.

O município de Peixe é rico em atrativos naturais, relacionados ao Rio Tocantins e suas margens. No entanto, estes não apresentam infraestrutura de apoio adequada ao volume turístico que recebem, em particular no Arquipélago do Tropeço e na Ilha do Sossego. A exceção é a Praia da Tartaruga que apresentam uma infraestrutura e serviços de apoio ao turista que é suficiente e condizente com o fluxo turístico que a visita.

Aspectos Socioambientais

O município de Peixe tem um património natural formado por ecossistemas dos biomas da floresta amazônica e cerrado, pelo rio Tocantins, assim como por ilhas e praias fluviais. Deste modo, o município apresenta potencial de atração de turistas que procurem os segmentos de ecoturismo, turismo de aventura e pesca esportiva.

A gestão ambiental nestes atrativos é fundamental para que o aumento do fluxo turístico não tenha como consequência uma degradação ambiental nos atrativos, com consequente redução de potencial de atração turística dos mesmos. É, por isso, necessário acautelar um desenvolvimento adequado de infraestruturas nos atrativos e à volta dos mesmos, que assegure um futuro sustentável ambiental e turisticamente.

Em particular no Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego é recomendável a realização de estudos de capacidade de carga, de modo a determinar a população máxima a visitar o atrativo sem comprometer a sua qualidade e capacidade no futuro.

É fundamental salvaguardar a riqueza natural do município de Peixe, através de medidas de proteção dos seus principais atrativos, assim como das unidades de conservação, nomeadamente da Área de Proteção Ambiental (APA) do Lago de Peixe / Angical e do Corredor Paranã-Pirineus, na parte correspondente ao município de Peixe.

3.8.3. Posição Atual e Potencial

A posição atual do município de Peixe relativamente ao setor turístico encontra-se detalhada ao longo de todo o diagnóstico estratégico apresentado no presente documento, através das diversas dimensões que compõem o mesmo. Nele se incluem a oferta turística, o mercado turístico, a infraestrutura básica e serviços, o quadro institucional, os aspectos socioambientais, entre outros.

A partir desta recolha de informação, e posterior análise, é possível identificar os pontos críticos de melhoria para os quais deverá ser direcionado o investimento prioritário para o desenvolvimento estratégico de Peixe.

Foram identificadas diversas áreas de melhoria, refletidas igualmente na análise SWOT, tais como a falta de infraestrutura nos atrativos e em geral, as dificuldades de acessibilidade no município, a simplicidade excessiva dos serviços de alojamento e alimentação, a falta de sinalização indicativa e turística, os sistemas rudimentares e precários de esgotamento e depósito de lixo, as ligações fracas de internet e telefonia móvel, a falta de qualificação em turismo dos agentes públicos e privados, a falta de instrumentos de planeamento e as práticas que prejudicam o ambiente (queimadas, ocupações irregulares, queima de lixo a céu aberto, etc).

O desempenho turístico de Peixe é atualmente satisfatório no contexto das quatro regiões que compõem o presente PDITS, apesar de ainda se encontrar longe de outras regiões estaduais (Serras Gerais e Jalapão) e nacionais.

O potencial turístico de Peixe relaciona-se com os segmentos turísticos de Ecoturismo, Pesca Esportiva e Turismo de Aventura, que assumem um papel de destaque. Como complemento existe ainda a vertente Cultural e de Sol e Praia.

O município de Peixe possui uma história que remonta à procura do ouro no século XVIII, englobando uma série de costumes, lendas e tradições. A riqueza de atrativos naturais potencializa a realização de atividades no Rio Tocantins, relacionadas com o ecoturismo e pesca esportiva. O Arquipélago do Tropeço, composto por 366 ilhas espalhadas pelo rio, é considerado um dos mais belos trechos do Rio Tocantins, apresentando adicionalmente potencial para a prática de pesca esportiva. A Praia da Tartaruga é considerada uma das melhores do estado, devido à areia branca e às suas águas transparentes, que propiciam a prática de banhos e esportes aquáticos.

O desenvolvimento turístico de Peixe terá obrigatoriamente de passar pelo incremento das condições de oferta turística. Estas são os pilares que suportarão o crescimento turístico do município. De modo a tornar o turismo numa atividade impulsionadora da economia local, é necessário realizar ações como a capacitação de agentes públicos e privados para o turismo, a melhoria das infraestruturas dos atrativos e dos meios de acesso e sensibilizar a população local para o papel do turismo como motor de desenvolvimento social e econômico.

As ações a serem implementadas seguirão a tipologia de investimentos preconizados no Prodetur, que segue as seguintes áreas estratégicas: Produto Turístico; Comercialização; Fortalecimento Institucional; Infraestrutura Básica e Serviços; Gestão Ambiental. A realização de investimentos nas áreas estratégicas apresentadas, cobrindo em particular as carências específicas de Peixe, de forma estratégica e continuada, será fundamental para atingir os resultados desejados.

Apenas com uma estratégia delineada de investimentos planejados será possível dotar o município de Peixe de condições para competir com outros destinos turísticos, quer dentro do Estado de Tocantins, na região Centro-Oeste e no Brasil. De modo a atingir o patamar desejado será necessário:

- Fortalecer a imagem de Peixe como destino de ecoturismo, aventura e pesca esportiva;
- Criar uma interligação com o destino Serras Gerais (através de produtos e roteiros integrados);

- Melhorar as condições de infraestrutura e acessibilidade dos atrativos;
- Sensibilizar e capacitar a população local (agentes públicos e privados) para a importância do turismo enquanto motor de desenvolvimento econômico e social.

Em seguida são apresentados os principais segmentos turísticos potenciais para Peixe, incluindo os atrativos, atividades realizadas atualmente e atividades potenciais para cada segmento.

Segmentos		Atrativos e Produtos
Ecoturismo e Pesca Esportiva	Atrativos Existentes	Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço, Ilha do Sossego
	Atividades Realizadas	- Observação de flora; - Observação de fauna (em particular aves e tartarugas); - Pesca esportiva
	Atividades Potenciais	- Caminhadas - Observação astronômica - Pesca esportiva especializada - Realização de cursos com a temática da pesca esportiva

Segmentos		Atrativos e Produtos
Turismo de Aventura	Atrativos Existentes	Arquipélago do Tropeço
	Atividades Realizadas	- Passeios de canoa ou barco a motor

	Atividades Potenciais	<ul style="list-style-type: none"> - Bóia-cross - Duck - Flutuação/Snorkeling - Rafting
--	-----------------------	---

Segmentos		Atrativos e Produtos
Sol e Praia	Atrativos Existentes	Praia da Tartaruga, Ilha do Sossego
	Atividades Realizadas	<ul style="list-style-type: none"> - Prática de banhos - Shows - Danças
	Atividades Potenciais	- Fortalecimento da oferta e da imagem dos atrativos, por via da adição de novos serviços turísticos

Segmentos		Atrativos e Produtos
Turismo Cultural	Atrativos Existentes	Lagoa do Romão
	Atividades Realizadas	- Artesanato (Capim Dourado e outros)
	Atividades Potenciais	- Criação de pacotes turísticos de experimentação e visitação aos locais de produção das diversas peças de artesanato (oficinas de fabrico e Vila Histórica)

3.8.4. Análise SWOT

Na presente seção será apresentada a matriz SWOT²⁴ - Forças / Oportunidades / Fragilidades / Ameaças. A análise SWOT consiste numa metodologia que permite analisar a dimensão interna, ou análise de forças e fraquezas, e a dimensão externa, representada nas tendências de evolução do ambiente envolvente e que se demonstra através de oportunidades e ameaças.

Deste modo, a partir da realidade observada no município de Peixe serão identificadas as forças e fraquezas/áreas de melhoria existentes atualmente, permitindo identificar o tipo de vantagem concorrencial de Peixe enquanto destino turístico.

Assim, serão ressaltados os trunfos e qualidades que distinguem e valorizam o município de Peixe, do ponto de vista dos consumidores e do mercado. Isso será fundamental na criação de uma estratégia de desenvolvimento regional e na definição de políticas de desenvolvimento turístico. No que concerne às fraquezas, estas dividem-se em pontos a corrigir e em características estruturais que não são suscetíveis de alteração ou melhoria.

Posteriormente, apresentam-se os fatores externos que podem tomar a forma de oportunidades e ameaças que decorrem das tendências de evolução existentes, e que impactam no desenvolvimento do turismo em Peixe. Pretende-se, desta forma, efetivar uma antecipação e atuação de acordo com os efeitos que poderão decorrer das principais transformações/alterações no ambiente externo.

A matriz SWOT apresenta um total de cinco dimensões ou temáticas²⁵ que pretendem dotar a análise de uma visão holística e integral do desenvolvimento turístico:

1. **Produto Turístico** – é o fator distintivo do lugar turístico e que serve como motivação para o deslocamento do turista. Baseia-se num atrativo (tangível ou intangível) de qualquer segmento, e inclui todos os equipamentos e serviços necessários na satisfação das necessidades do turista, levando ao consumo e ao estímulo da economia local/regional.

²⁴ Strengths / Weaknesses / Opportunities / Threats

²⁵ Prodetur Nacional – Modelo de Termo de Referência para Elaboração de Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS). Disponível em www.turismo.gov.br/images/pdf/Termo_Referencia_PDITS.pdf. Acedido a 3.01.2018

2. **Comercialização** – engloba o aumento da eficiência de todas as iniciativas/ações cujo objetivo seja promover e fortalecer a imagem de determinado destino turístico, por via da divulgação do seu caráter único e singularidades.
3. **Fortalecimento Institucional** – integra a consolidação e capacitação dos mecanismos da gestão turística realizada a diversos níveis (federal, estadual e local), tanto a nível público como privado, por via das representações associativas.
4. **Infraestrutura e Serviços Básicos** – esta componente relaciona-se com a integração das regiões turísticas, através de intervenções em áreas estruturantes que servem de base ao desenvolvimento turístico e à satisfação das necessidades do turista, incluindo a acessibilidade, saneamento, energia, telecomunicações, saúde, segurança e transporte.
5. **Gestão Ambiental** – serve para estabelecer regras de utilização e preservação dos recursos naturais e culturais que atuam como base à atividade turística, incluindo a preparação/requalificação dos mesmos para o recebimento dos fluxos turísticos, acautelando e minimizando os impactos decorrentes.

Segue-se a matriz SWOT segmentada a partir da identificação das cinco temáticas identificadas anteriormente.

Produto Turístico

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> - Município repleto de histórias, lendas, tradições e costumes inspirados e provenientes da época da procura do ouro; - Forte vocação e tradição na produção de diversas formas de artesanato, em particular o capim dourado na Lagoa do Romão; - A Praia da Tartaruga é um ponto de excelência para a observação daqueles animais em grande número; - O Arquipélago do Tropeço, composto por 366 ilhas, é considerado o terceiro maior arquipélago do mundo e um reduto da pesca esportiva; - Elevada riqueza e diversidade natural refletida em diversos atrativos deste tipo; - Grau de instrução e escolaridade dos turistas é elevado (maioria dos turistas possui instrução média ou superior); - Os turistas encontram-se majoritariamente numa faixa etária jovem e adulta (54% entre os 26 e 50 anos) - Possibilidade de visita a diferentes atrativos e locais durante a viagem ao município de Peixe, visto que estes se encontram a distâncias próximas; - As tipologias majoritárias são os “grupos de amigos” (47%) e famílias com crianças” (26%), o que comprova que o destino possui atividades diversificadas, sendo capaz de entreter diferentes tipos de visitantes; 	<ul style="list-style-type: none"> - As más condições de acessibilidade são referidas pelos turistas como um dos principais pontos de desagrado; - Falta de infraestrutura nos atrativos; - Reduzida infraestrutura geral e baixos fluxos turísticos refletem na classificação “D” de Peixe no Mapa de Turismo Brasileiro; - Demasiada simplicidade nos serviços de alojamento, direcionados particularmente para a população local e regional, ao invés da nacional e internacional que se caracteriza por uma exigência superior a nível da qualidade e variedade de serviços; - Os serviços de alimentação caracterizam-se por oferecer uma comida simples, sem exaltar os pratos típicos da região como peixe frito ou carneiro assado na brasa; - Falta de registro dos estabelecimentos turísticos (em particular no setor da alimentação) no Cadastur, dificultando a sua identificação e definição de políticas públicas; - Inexistência de centro de atendimento ao turista (CAT) em Peixe; - Policiamento insuficiente nas áreas turísticas, em particular no Arquipélago do Tropeço; - Reduzido número de efetivos de segurança; - Os assaltos constantes a entidades bancárias levam a que estas não disponibilizem dinheiro em numerário,

<ul style="list-style-type: none"> - O lazer é a principal motivação para os turistas em Peixe (88%), seguida de visita a amigos e parentes (7%) e negócios (5%), pelo que a motivação turística é bastante evidente; - Maioria dos turistas que visitam Peixe utiliza meios de alojamento pagos (90%), tais como hotéis e pousadas; 	<p>obrigando a população a deslocar-se a Gurupi;</p> <ul style="list-style-type: none"> - A infraestrutura, as estradas e acessos (nomeadamente aos atrativos) e a gastronomia são apontados pelos turistas atuais como pontos deficitários;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Implementação de infraestrutura e estruturas de apoio ao turismo (banheiros públicos, pontos de informação turística, etc); - Estabelecimento de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) em Peixe; - Oferta de atividades de aventura e ecoturismo: bóia cross, caiaque, canoagem, fly board, jet ski, esqui aquático, kite surf, parapente, rafting, rapel, stand up paddle, tirolesa, toboágua e trilhas; - Desenvolver uma maior integração com Palmas, de modo a beneficiar das infraestruturas que esta já possui; - Incremento da qualidade e diversificação dos estabelecimentos de alimentação, de modo a que estes possam transmitir a gastronomia local; - Atração de turistas nacionais e internacionais, com maior poder de compra, através do desenvolvimento de segmentos mais apelativos a estes (nomeadamente pesca esportiva, turismo de aventura e ecoturismo); 	<ul style="list-style-type: none"> - Existência de destinos mais desenvolvidos (com marcas fortes) mesmo dentro do Tocantins (p.e. Jalapão); - Desconhecimento do setor turístico (operadoras e agências) face ao destino “Peixe”; - O aumento do fluxo turístico poderá resultar num aumento da insegurança nas zonas turísticas, já que o número de elementos de segurança é considerado reduzido, podendo existir um aumento do número de ocorrências com os turistas; - Falta de conscientização da comunidade local para a proteção do meio ambiente, como forma de proteção da saúde pública e proteção da atividade turística;

Comercialização

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> - Perfil médio de renda elevado, nomeadamente face a outras regiões do Tocantins, como as Serras Gerais; - Elevada proporção de turistas (37,3%) que visita Peixe de forma recorrente (mais de 1 vez ao ano); - Gasto médio per capita no destino elevado (R\$ 419) comparativamente a outras regiões do Tocantins; - Os segmentos de aventura, pesca e ecoturismo em que Peixe apresentam elevado potencial, são das tipologias mais procuradas pela demanda atual; - A esmagadora maioria dos turistas (99%) afirma que visitaria o município de novo, o que demonstra uma elevada satisfação com o destino; 	<ul style="list-style-type: none"> - Excessiva proporção de turistas que são provenientes do próprio estado (42%), ou de estados limítrofes (Bahia, Goiás): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apenas 20% dos visitantes habitam a mais de 800 km do município de Peixe; - Número de pernoites relativamente reduzido (2,4 noites em média): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ainda assim superior ao valor de 1,6 noites, em média, registradas nas Serras Gerais; - A maioria dos turistas que visitam Peixe concentra os seus gastos turísticos em categorias consideradas básicas (transporte interno, hospedagem, alimentação): <ul style="list-style-type: none"> ✓ As compras de pacotes turísticos (50% dos turistas) e compras (10%) ainda apresentam valores longe do desejado; <p>Apesar disto, os gastos com passeios turísticos (em média R\$ 65 por pessoa) apresentam valores que dobram aqueles que ocorrem nas Serras Gerais)</p>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Imagem turística apercebida pelos turistas é positiva e relacionada com natureza (Rio Tocantins e pesca), ecoturismo e tranquilidade; - Comercialização e fortalecimento do posicionamento de Peixe como destino de aventura, pesca e ecoturismo; 	<ul style="list-style-type: none"> - Degradação dos atrativos naturais existentes em Peixe devido à excessiva procura turística; - Dado a região ser comercializada apenas com os atrativos de um único município (Peixe), poderão não existir atrativos em número suficiente que atraiam turistas

<ul style="list-style-type: none"> - Esmagadora proporção de turistas (99%) que têm a intenção de visitar o município novamente; - Comercialização dos atrativos de Peixe em agências turísticas de Palmas e da região das Serras Gerais; - Integração do destino Peixe com roteiros e pacotes turísticos das Serras Gerais; - Promoção da culinária típica da região, tal como o carneiro assado na brasa e o tradicional peixe frito (caranha, tucunaré e corvina). - Desenvolvimento de estabelecimentos de alimentação que transmitam a culinária típica da região, atraindo desde modo turistas nacionais e internacionais; - Atualmente a principal fonte de informação (73%) para quem visita Peixe é a propaganda “boca a boca” (amigos e parentes): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trata-se de uma forma de promoção sem custos para as entidades gestoras; 	<p>nacionais e internacionais;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade do município em rivalizar com destinos mais competitivos no Brasil que possuem marcas turísticas consolidadas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mesmo dentro de Tocantins, existe a concorrência de regiões como as Serras Gerais e o Jalapão; - Falta de conhecimento das operadoras turísticas nacionais e internacionais relativamente ao destino turístico Peixe;
--	---

Infraestrutura e Serviços Básicos

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> - Número considerável de estabelecimentos de alojamento (9) e alimentação (10), considerando a dimensão do município; - Existência de estação rodoviária em Peixe facilita a vinda de turistas, nomeadamente desde Palmas; - Utilização do sistema hidroviário para 	<ul style="list-style-type: none"> - Rodovia de acesso a Peixe em condições precárias de circulação, entre Palmas e Gurupi; - Falta de sinalização indicativa e turística; - Elevada proporção de domicílios (41%) que não recebem água por via da rede geral de distribuição;

<p>diversas tipologias de transporte, incluindo passageiros, mercadorias, carros, caminhões e animais;</p> <p>- Serviço de saúde de qualidade, composto por um hospital público e sete centros de saúde;</p>	<p>- Predominância dos sistemas de fossa séptica ou rudimentar (89%), em vez do sistema de esgoto;</p> <p>- Serviço de acesso à internet é limitado a algumas zonas do município, em particular à zona urbana;</p> <p>- Serviço de telefonia móvel é restrito quase que só à zona urbana;</p> <p>- Falhas e inconstâncias na rede de energia elétrica, que acontecem particularmente na época das chuvas;</p> <p>- A estação rodoviária de Peixe não está bem sinalizada e apresenta um horário inadequado face às necessidades existentes;</p>
Oportunidades	Ameaças
<p>- Realização de obras de pavimentação e recuperação de rodovias;</p> <p>- Concessão da gestão e exploração de alguns atrativos turísticos (e sua infraestrutura) à iniciativa privada;</p>	<p>- Contaminação dos solos devido à precariedade e insuficiência do sistema de esgoto;</p> <p>- Degradação dos recursos hídricos e respectiva inutilização turística dos mesmos, devido ao não tratamento dos esgotos;</p> <p>- Possibilidade de aparecimento de problemas de saúde pública e conservação ambiental, decorrentes do depósito de lixo a céu aberto;</p>

Quadro Institucional

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<p>- A SEDEN é um órgão estadual com estrutura e capacidade de investir no desenvolvimento turístico;</p> <p>- Existência de uma secretaria de Cultura e Turismo em Peixe;</p>	<p>- Ausência de instituições de ensino direcionadas ao turismo, pelo que a formação dos funcionários da secretaria é dificultada;</p> <p>- Falta de capacidade para a operação, gerenciamento e planejamento do turismo;</p> <p>- Fraca percepção dos agentes econômicos turísticos para o papel do turismo como forma de desenvolvimento econômico, social e de preservação do patrimônio e da natureza, devido à praticamente inexistente atuação de instituições que atuem neste sentido (p.e. SEBRAE);</p> <p>- Forte dependência transferências federais (via Ministério do Turismo): Peixe tem 94% da sua receita oriunda de transferências federais:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tal situação se reflete negativamente em todos os mecanismos de gestão municipal; <p>- Falta de recursos humanos capacitados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reduzido número de funcionários afetos ao turismo na prefeitura de Peixe; ✓ Qualificação em turismo dos principais agentes políticos ainda insuficiente para o potencial existente; <p>- Ausência de informações organizadas;</p> <p>- Falta de agilidade da administração pública;</p> <p>- Baixa capacidade para a gestão do turismo em geral (nível público e privado);</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de representatividade de entidades nacionais a nível municipal; - Não existe, no município de Peixe, um inventário turístico;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Realização de campanhas de sensibilização para a população em geral, relativamente à importância do setor turístico para o desenvolvimento e preservação do município de Peixe; - Utilizar parcerias público-privadas para o desenvolvimento da atividade econômica e turística; - Aplicar programas do governo federal e estadual para investimento em fortalecimento institucional e turístico; - Promoção de cursos de capacitação técnica e institucional com vista a melhor afetação de recursos turísticos; 	<ul style="list-style-type: none"> - A secretaria de turismo engloba outras áreas (cultura, esporte e juventude), o que poderá implicar uma dedicação reduzida à promoção da atividade turística; - Dependência de órgãos estaduais e federais para a obtenção de recursos e definição de políticas; - Falta de contribuição da população local para a definição das políticas públicas decorrente do seu reduzido envolvimento;

Aspectos Socioambientais

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> - Peixe apresenta legislação específica sobre zona ou área de interesse social e/ou especial, assim como legislação sobre: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso e ocupação do solo ✓ Zoneamento ambiental ✓ Unidade de conservação ✓ Estudo prévio de impacto ambiental - Peixe possui 3 áreas ambientais, divididas entre uma Área de Proteção Ambiental (APA) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de campanhas voltadas à educação ambiental: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Para os atores envolvidos no processo turístico como a comunidade, o trade turístico, o poder público e os turistas na promoção de um turismo sustentável; - Inexistência de instrumentos de gestão e planejamento (legislação) para as áreas

<p>e dois corredores;</p> <ul style="list-style-type: none"> - O uso da terra tem se dado de forma adequada: ✓ Com pouquíssimas áreas em situação de subutilização ou uso conflitivo ou com restrição intensa; 	<p>ambiental, cultural, paisagística, histórica e arqueológica;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de infraestrutura adequada para o recebimento de turistas; - O esgotamento sanitário é precário, existindo apenas em 25% dos domicílios em Peixe, o que representa um forte impacto permanente para os cursos de água; - Diversas práticas atuais prejudicam o meio ambiente: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Destinação incorreta dos resíduos sólidos; ✓ Queima de lixo a céu aberto; ✓ Queimadas; ✓ Despejo de esgoto in natura nos cursos d'água; ✓ Supressão da vegetação nativa; ✓ Ocupações irregulares; - Inexistência de planos de manejo e estudos de capacidade de carga para os atrativos; - Diminuta capacidade municipal a nível de orçamento e recursos para prevenir e reduzir a degradação ambiental;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Existência de unidades de conservação regulamentadas; - Direcionamento de verbas provenientes do setor turístico para a proteção do ambiente natural; - Sensibilização da população para a necessidade de proteção do meio ambiente: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Criação de ações de sensibilização temáticas, ensinando técnicas sustentáveis; 	<ul style="list-style-type: none"> - Possível degradação das condições ambientais no município, e em particular nos atrativos naturais (nomeadamente no Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego), como consequência do uso turístico excessivo; - Diminuto conhecimento da população local sobre as consequências da poluição do meio ambiente, quer para a saúde, quer para a economia (turismo);

	<ul style="list-style-type: none">- A falta de legislação em diversas áreas (ambiental, cultural, paisagística, histórica e arqueológica) poderá comprometer a proteção das mesmas;- Cerca de metade (49%) do lixo gerado em Peixe é depositado em terreno baldio, rio ou a céu aberto (total não coletado)<ul style="list-style-type: none">✓ Esta situação propicia a contaminação de recursos hídricos e a propagação de doenças;- A inexistência de uma estação de tratamento de esgotos e o conseqüente não tratamento dos mesmos levará à contaminação dos recursos hídricos e dos solos, comprometendo a qualidade dos atrativos para a prática turística;- Reduzida infraestrutura nos atrativos turísticos poderá, a curto e médio prazo, por em risco a sustentabilidade nos atrativos naturais;- A falta de fiscalização ambiental desincentiva a adoção de práticas sustentáveis;- Excessiva exploração da cobertura vegetal para a prática turística;- Acréscimo no volume de esgoto in natura lançado nos cursos d'água devido ao incremento do número de turistas;- Risco de assoreamento dos rios;
--	---

4. Estratégia



4. Estratégia de Desenvolvimento Turístico

4.1. Marco estratégico

O marco estratégico para o desenvolvimento turístico de Peixe mostra as linhas de trabalho de todo o plano. O que se define no marco estratégico são as razões que levaram à escolha das estratégias e as necessidades para a implementação dos projetos de desenvolvimento.

O marco estratégico está dividido em três partes:

- d. Visão de desenvolvimento turístico de Peixe
- e. Objetivos de desenvolvimento turístico de Peixe
- f. Pilares de trabalho do desenvolvimento turístico de Peixe.

Conforme a situação da região identificada no diagnóstico, estima-se que o trabalho tenha a duração de oito anos, considerando o curto prazo nos próximos 2 anos, médio prazo entre dois e cinco anos, e longo prazo de cinco anos para frente.

4.1.1. Visão para o desenvolvimento turístico

A visão pode se traduzir como o estado em que ficará a região, passados os oito anos de execução do plano. Neste sentido, propõe-se como visão de destino turístico de Peixe:

Visão

Peixe é um destino de natureza entorno do Rio Tocantins, onde se pode desfrutar de praias e rios de pesca especializada, com eventos culturais durante todo o ano, com a família e amigos, num ambiente tradicional, seguro e de descanso.

4.1.2. Objetivos para o desenvolvimento turístico

O objetivo geral para o desenvolvimento turístico de Peixe é:

Posicionar, desenvolver e garantir de forma **sustentável** e com máxima **qualidade** as experiências turísticas que os visitantes procuram em Peixe como destino único de rios e natureza, de um **processo** gradual e **otimizando recursos**

4.1.3. Pilares do Plano

Os pilares de trabalho denotam as linhas gerais, princípios e valores que fazem parte de todo o plano, que marcam a maneira como se deve pensar e implementar cada projeto e ação do plano.

Para o desenvolvimento turístico de Peixe, preveem-se três grandes pilares que devem guiar o trabalho:

- A. Sustentabilidade integral do turismo
- B. Desenvolvimento progressivo e priorizado
- C. Visão conjunta de desenvolvimento e implementação local

Explicação adicional de cada um dos três pilares acima mencionados, detalhados abaixo.

4.1.3.1 Sustentabilidade integral do turismo

Todo o desenvolvimento turístico de Peixe terá como princípio fundamental a sustentabilidade com três eixos: social, ambiental e econômico. Este pilar implica:

- **Sustentabilidade social:** todo o plano e respectivos projetos terão como princípio a inclusão das comunidades menos favorecidas para que se associem ao desenvolvimento turístico. Isto inclui a premissa fundamental da inclusão social e o turismo de base comunitária, com especial foco nas comunidades indígenas e comunidades afrodescendentes dentro da região, ou existentes nas regiões limítrofes que possam participar no negócio turístico que se vai desenvolver. Isto implica que as comunidades desenvolvam competências que as permita incluir na cadeia de valor do turismo (*e.g.*, guias, restaurantes, alojamentos, artesanato, alimentação, etc.).
- **Sustentabilidade ambiental:** todo o desenvolvimento, investimento e intervenção no município de Peixe tem como base o desenvolvimento de condições de sustentabilidade ambiental, desde o planejamento territorial à construção de espaços e infraestruturas e a operação turística. Nenhum projeto de planejamento, investimento, construção e operação nos vários destinos turísticos de Peixe pode ser aprovado se tiver impactos ambientais negativos sem mitigações. Especificamente, as estratégias de desenvolvimento de destinos e de gestão ambiental implicam planos de manejo das áreas turísticas (desde a construção à operação), de maneira que cada

zona e atrativo garantam uma atividade turística que não comprometa a sustentabilidade ambiental (mínimo de impacto ambiental).

- **Sustentabilidade econômica:** todo o desenvolvimento do turismo em Peixe terá como premissa de trabalho um enfoque na demanda e a busca pela garantia da viabilidade das intervenções e negócios turísticos, que possam se desenvolver nos vários destinos e atrações turísticas. Isto se traduz em priorizar os investimentos que assegurem a capacidade de captar e responder ao volume de visitantes (*e.g.*, investir primeiro em melhores acessos às atrações capazes de aguentar com o volume de visitantes, e só depois investir nos atrativos).

4.1.3.2 *Desenvolvimento progressivo e priorizado*

O princípio do desenvolvimento progressivo e priorizado surge da premissa que nem todos os produtos, nem todos os destinos turísticos, se encontram no mesmo nível de maturidade turística para alcançar o desenvolvimento ótimo. Por outro lado, nem todos têm o mesmo impacto na atração de demanda turística, daí a diferença de prioridade. Isto implica priorizar os atrativos e produtos que têm maior importância no turismo no município, mais viáveis para a sua implementação e que necessitem de uma intervenção mais urgente.

Adicionalmente cada atrativo e produto têm bases de partida distintas, estando alguns mais desenvolvidos, e outros que necessitam de melhorar as suas condições para poder oferecer serviços turísticos (faltam acessos, falta de reputação, sem serviços, sem infraestruturas):

Este pilar, traduzir-se-á em duas grandes estratégias:

- **Desenvolvimento progressivo:** primeiro consolidar o que se tem atualmente (melhorando a qualidade, oferta, aumentando a demanda, etc.), para se poder inovar turisticamente (novas ofertas, novos mercados);
- **Desenvolvimento priorizado:** começar com alguns atrativos, produtos e municípios para o curto prazo, outro para o médio prazo e finalmente outro grupo para o longo prazo.

4.1.3.3 *Visão conjunta entre destinos e implementação local*

Este pilar estabelece as ações e desenvolvimentos que devem possuir uma dupla visão estratégica:

- a. **Visão coletiva ou conjunta:** entre destinos do estado do Tocantins, ou com estados vizinhos que favoreçam o turismo das regiões turísticas do Tocantins. Implicará que na execução de projetos e sua promoção se considere as sinergias de desenvolvimento entre os vários destinos do Tocantins mais desenvolvidos ou complementares (*e.g.*, Jalapão), assim como o aproveitamento das infraestruturas próximas, ligar o turismo de cidades e estados vizinhos (*e.g.*, Barreiras no estado da Bahia para Ilha do Bananal, etc.), aproveitando assim o volume de visitantes que possam chegar a estas regiões.
- b. **Implementação local:** destacar as particularidades de cada atrativo e valorizá-las com elementos que reflitam as características locais de desenvolvimento (*e.g.*, estilos arquitetônicos de infraestruturas, incentivo ao artesanato típico, fomento de eventos locais, gastronomia local, etc.) e que permitam uma gestão específica local e uma ligação com as comunidades que estejam de alguma forma relacionadas com os atrativos e o turismo.

Este pilar surge das premissas abaixo:

- **Colaboração entre destinos do Tocantins:** dentro do estado do Tocantins existem vários destinos já bem posicionados, dos quais se podem reorientar visitantes para outros destinos menos conhecidos.
- **Colaboração com destinos fora do Tocantins:** dada a amplitude do estado, as regiões que podem ser favorecidas pela proximidade de outras cidades que tenham infraestruturas de acesso (*e.g.*, aeroporto de Imperatriz), de capacitação (*e.g.*, universidades para turismo e hotelaria, chefes de cozinha, etc.) ou volume de população (*e.g.*, para atrair mercados excursionistas, para atrair grandes mercados como Brasília, etc.). A colaboração com estas cidades melhora as condições do desenvolvimento turístico em geral.
- **As experiências de viagem não têm limites políticos:** os visitantes procuram experiências turísticas que ocorrem nos territórios onde se encontram os atrativos, sem se importar com a divisão política que haja entre eles (só afeta na travessia de fronteiras entre países e trâmites migratórios). Neste sentido, se a promoção conjunta com atrativos e destinos fora da região atrai mais demanda, a prioridade será trabalhar em conjunto.
- **As experiências de viagem procuram genuinidade e o valor local:** por exemplo, embora as regiões tenham uma oferta semelhante (*e.g.*, turismo de sol e praia de rio),

cada uma deverá, por um lado, salientar os elementos únicos que os diferenciam e, por outro, os que complementam.

4.2. Linhas estratégicas para o desenvolvimento turístico

O PDITS é um instrumento de planejamento turístico numa área geográfica selecionada que tem por objetivo principal orientar o crescimento do setor de forma sustentável, no curto, médio e longo prazos, estabelecendo bases para a definição de ações, prioridades e tomada de decisão.

Neste contexto, as estratégias dão visibilidade as prioridades de desenvolvimento e as formas como serão executadas. As estratégias de desenvolvimento estão divididas em cinco grupos temáticos estratégicos:

1. Estratégias de Produto Turístico
2. Estratégias de Comercialização
3. Estratégias de Fortalecimento Institucional
4. Estratégias de Gestão Ambiental
5. Estratégias de Infraestruturas e Serviços

Cada uma destas estratégias dá resposta à visão, objetivos de desenvolvimento e assumem na sua execução todos os pilares estratégicos definidos para o turismo do município. Por sua vez, as estratégias definem o rumo da implementação que se faça posteriormente com os planos de ação.

4.2.1. Estratégias de Produto Turístico

A estratégia de produto turístico é segmentada em três distintas dimensões de modo a definir onde investir, em que tipo de turismo investir e como investir:

- a. **Estratégia de destinos:** que espaços geográficos desenvolver turisticamente e como implementar.
- b. **Estratégia de tipos de turismo ou produtos em si:** referem-se aos tipos de turismo que são mais adequados para ser desenvolvidos e de que maneira, nesses destinos

turísticos, de acordo com as capacidades do destino e os interesses da demanda atual e potencial.

- c. **Estratégia de intervenção:** indica a forma e o processo de investimento nos destinos e produtos acima mencionados, no curto, médio e longo prazo.

4.2.1.1 Estratégia de Destinos Turísticos

No âmbito da definição da “Estratégia de Destinos Turísticos” para Peixe, foi realizado um estudo de aferição do estado atual da oferta turística, cujo resultado se apresenta na figura seguinte.



Figura 80. Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos de Peixe
Fonte: elaboração própria.

Estratégia de desenvolvimento dos atrativos turísticos de Peixe:

- a) **Incremento do valor do atrativo e promoção:** *Praia da Tartaruga*
- b) **Desenvolvimento integral:** *Lagoa do Romão e Ilha do Sossego*. Embora a Lagoa do Romão não se encontre totalmente no Desenvolvimento Integral, considera-se importante trabalhar no seu desenvolvimento a fim de melhorar o seu posicionamento na questão do desempenho. No caso da Ilha do Sossego o desenvolvimento passa por gerar mais valor e melhorar a visibilidade no mercado, além de melhorar os serviços, acessos e infraestruturas para reforce o turismo em Peixe.

- c) **Desenvolvimento sustentável e de promoção: Arquipélago do Tropeço.** Ainda que seja procurado pelos visitantes, o nível de valor para o mercado é o mais baixo dos quatro atrativos e requiere um desenvolvimento intensivo do seu valor para melhorar a sua posição.

4.2.1.2 Estratégia de Produtos Turísticos

A Estratégia de Produtos Turísticos permite posicionar cada segmento turístico numa matriz que combina a atratividade do turístico enquanto produto turístico com a competitividade que esse dado segmento apresenta atualmente no destino Peixe.

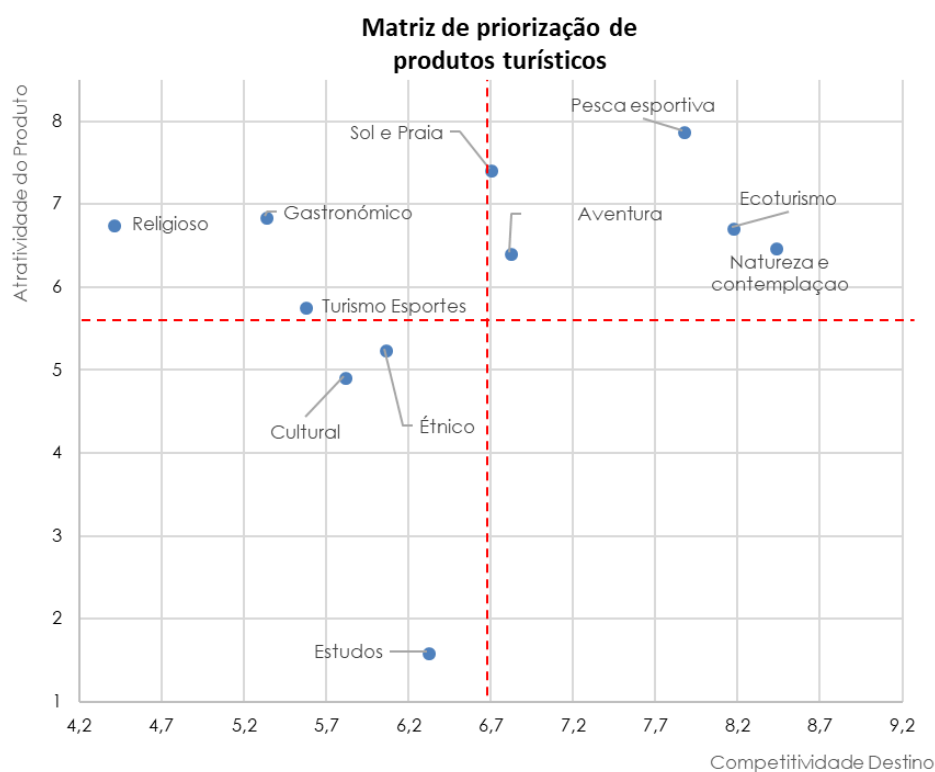


Figura 81. Matriz de priorização de produtos turísticos em Peixe.
Fonte: elaboração própria.

Estratégias:

- A. **Foco na consolidação e qualidade:** Pesca Esportiva, Ecoturismo, Natureza e contemplação e Aventura. A Pesca Esportiva é, de todos neste quadrante, o produto-chave a desenvolver. A gastronomia é um produto complementar que se deve desenvolver com mais opções e qualidade, que agregue valor para a gastronomia local

e com esta, todos os demais produtos no município. O turismo religioso, ainda que atrativo para o destino, não se apresenta como uma alternativa sólida para o turismo de Peixe.

- B. **Desenvolvimento prioritário:** Sol e Praia, Gastronômico, Turismo Esportivo e Turismo Religiosos. Ainda que o Sol e Praia esteja no quadrante das estratégias A, pela sua importância para Peixe, considera-se importante defini-lo como um produto fundamental a desenvolver de forma prioritária. Quanto ao Turismo Esportivo, é interessante ligar com eventos e atividades de aventura que ajudem Peixe a desenvolver este tipo de turismo.
- C. **Oportunidade competitiva:** não se aplica a nenhum produto.
- D. **Revisão do desenvolvimento no futuro:** Turismo Étnico, Turismo Cultural/Rural e Turismo de Estudos. No caso do Turismo Étnico, é importante definir que não há nenhum tipo de interesse por parte da demanda em visitar Peixe pelo Turismo Étnico. Isto não significa que as comunidades étnicas presentes, ou perto de Peixe, não podem ter um papel maior na cadeia de valor do turismo, sendo possível integrar estes grupos sociais no setor produtivo do turismo. Por outro lado, a proximidade de Peixe com a região de Serras Gerais e a oferta cultural e étnica desta, não se recomenda nenhum tipo de desenvolvimento atual ou de médio prazo nestes tipos de turismo.

4.2.1.3 *Estratégia de Trabalho de Destinos e Produtos*

A estratégia de trabalho e investimento nos destinos e produtos selecionados, divide-se em dois grandes momentos:

- Curto prazo: até 2/3 anos.
- Médio/longo prazos: 3 anos até 8 anos.

A. Intervenção nos destinos

Estratégia de intervenção a Curto Prazo

A estratégia a curto prazo para os atrativos selecionados, é:

- **Definição e desenvolvimento de ZOITS:**

Além da identificação dos atrativos e destinos principais a desenvolver e a respectiva estratégia a seguir em cada um, de acordo com o indicado anteriormente, a estratégia de intervenção procura otimizar o investimento e criar destinos. Para isso, propõem-se a definição de Zonas de Interesse Turístico Sustentável (ZOITS). Estas ZOITS não só incluirão o lugar do atrativo, mas também zonas amplas que incluem acesso a espaços vizinhos onde hajam atrativos menores ou complementares ao atrativo principal. Para as ZOITS o processo estratégico é o seguinte:

- a) Definição das ZOITS
- b) Planejamento dos investimentos das ZOITS
- c) Implementação das ZOITS

No caso do desenvolvimento das ZOITS, numa primeira fase, se trabalhará com Peixe somente como ZOITS principal. Depois, à medida que se amplie as zonas de atuação do desenvolvimento turístico, deve-se continuar com a estratégia da definição das ZOITS, seu investimento, desenvolvimento e gestão.

O principal objetivo do trabalho de curto prazo das ZOITS é o acondicionamento preliminar de atrativos e do investimento em acessos. O primeiro passo para a implementação das ZOITS é construir/renovar, com níveis mínimos de qualidade, a zona dos atrativos de uso atual, para agregar um valor imediato a estes locais e assim consolidar de forma preliminar o seu poder de atração da demanda. Por outro lado, a priorização do investimento nos acessos aos atrativos garante a chegada de turistas por via terrestre, atraindo mais visitantes do que o volume atual, favorecendo assim as condições necessárias para incentivar o investimento público e privado no destino, resultando numa maior atratividade e viabilidade do local.

- **Integração na Rota – Circuito Palmas-Peixe-Serras Gerais-Jalapão-Palmas:**

No caso de Peixe, este encontra-se dentro da Rota turística estadual que propõe ligar o circuito Palmas-Gurupi-Peixe-Serras Gerais (Natividade, Dianópolis)-Jalapão-Palmas. A oferta de Peixe como espaço de Sol e Praia do rio, Pesca, Natureza e aventura complementa a oferta de Serras Gerais e depois Jalapão, o único destino bem posicionado turisticamente no mercado.

Estratégia de intervenção a meio e longo prazo

- **Desenvolvimento integral de NUTS:**

Dentro das ZOITS podem existir vários atrativos turísticos, vários locais de interesse que constituem Núcleos de Turismo Sustentável (NUTS). Os Núcleos de Turismo Sustentável são espaços de visitação turística, que normalmente concentram um ou vários atrativos, ou atrativos turísticos a partir dos quais se realizam atividades turísticas relacionadas. Normalmente se espera que contenham serviços disponíveis para a visitação, que podem ser mais ou menos amplos, segundo as condições de mercado (*e.g.*, banheiros, quiosques, sinalização, informação, segurança, gastronomia, alojamento, etc.). Uma praia (balneário) bem identificada pode ser um NUTS, assim como uma cachoeira, ou uma trilha cênica, ou um centro histórico. Normalmente contam com um acesso, espaço e equipamentos para lazer, estacionamento, etc. Os NUTS podem estar mais ou menos desenvolvidos, podem ter gestão pública ou gestão privada atualmente, ou podem somente ser um espaço muito atrativo sem nenhum tipo de desenvolvimento e serviço atual, porém com grande potencial.

Os NUTS podem ter funções distintas dentro de cada ZOITS, por exemplo: centros de distribuição de turistas, centros de estadia para turistas, atrativos de visita principal, percursos de ligação, percursos panorâmicos, etc. Os NUTS devem estar identificados nos planejamentos das ZOITS e a estratégia indica, uma vez que assegurada a procura para os diferentes atrativos principais (através de acesso e construção preliminar), as condições necessárias devem estar asseguradas para se fazer o planejamento detalhado de cada NUTS, com o investimento, desenvolvimento e posterior gestão (através do setor público ou concessões ao setor privado).

Nesta etapa, os investimentos devem estar concentrados em consolidar a sinalização de acesso, planejar o uso do espaço dos NUTS, definir serviços básicos, definir que outros serviços estarão disponíveis (*e.g.*, alojamento, gastronomia, comércio, passeios turísticos, serviços de praia, etc.), etc. Com base nesta informação, serão realizados os investimentos e o trabalho, manutenção e operação dos serviços nos NUTS, assim otimizando a experiência turística do visitante nestes espaços.

Os NUTS identificados *a priori* dentro da ZOITS de Peixe, que requerem de uma confirmação posterior para a elaboração de planos de investimentos detalhados, são os seguintes:

- Arquipélago do Tropeço
- Ilha do Sossego

- Lagoa do Romão
- Praia da Tartaruga

- **Gestão integral dos NUTS:**

Estrategicamente os modelos de gestão e operação dos NUTS devem ser fixados, através de modelos de gestão, de concessões ao setor privado, etc. Para ser viável é necessário fixar as normas, regulamentação de operação e de licitação de concessões, as condições económicas, de qualidade, etc.

Entre os modelos de gestão deve-se selecionar um para cada NUTS, de acordo com as necessidades e características de cada NUTS (situação de demanda, situação de propriedade do terreno, situação de logística, de interesse político de desenvolvimento, interesse social, etc.). A Adetuc deverá definir o modelo de gestão para cada NUTS, definir seu plano específico de implementação (como uma consequência imediata de implementação deste Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável - PDTIS). Entre os modelos de gestão mais comuns pode-se encontrar os seguintes:

- A. Propriedade da área NUTS é pública: quando a propriedade da área NUTs é pública, podem haver alguns destes casos
 - i. Desenvolvimento integral e gestão pública: todo o planejamento, desenvolvimento, investimento em equipes e infraestrutura, e a gestão posterior de todos os serviços do NUTS é realizado pelo setor público (município, estado, etc.).
 - ii. Investimento e Desenvolvimento público + gestão privada: o planejamento, investimento e o desenvolvimento é feito pelo setor público, que por concessão passa a gestão dos equipamentos e infraestruturas ao setor privado. Essa concessão pode ser de todos os serviços em seu conjunto, ou por partes, segundo as necessidades e situação de mercado dos NUTS. As concessões são por temporada ou até médio prazo, sempre com tempo limitado. Em ocasiões, os setores privados pode fazer um investimento de equipes operativas segundo a atividade a realizar.
 - iii. Investimento, desenvolvimento e gestão privada: neste modelo todo o desenvolvimento, investimento e gestão são privados. Se faz por um modelo de concessão a longo prazo. O concessionário pode, posteriormente, alugar ou sub-concessionar serviços menores dentro dos NUTS (segundo o tamanho e situação de cada NUTS).

B. Propriedade da área NUTS é privada: neste caso, todo o desenvolvimento e gestão pode ser a nível privado, e o setor público pode intervir para incentivar esse desenvolvimento com o privado. Caso o privado não queira fazer o investimento no turismo, pode-se fazer um arrendamento da área ao setor público para sua utilidade turística. Daí, o sistema de gestão pode ser algum dos modelos anteriores indicados.

A Adetuc deverá definir os NUTS a serem trabalhados, e o modelo de desenvolvimento e gestão a ser aplicado em cada um, segundo um dos casos citados anteriormente.

B. Intervenção nos produtos turísticos

Estratégia de intervenção a Curto Prazo

- **Melhora da oferta atual**

Os níveis de qualidade e de serviço da oferta atual nos destinos e produtos turísticos podem ainda ser melhorados. O objetivo é reforçar os produtos turísticos e proporcionar experiências nos produtos-chave (*e.g.*, turismo de sol e praia de rio, de natureza e contemplação, pesca, etc.).

O objetivo é agregar em valor em termos de infraestrutura, alojamento, serviços básicos nas atrações, capacitação, certificação de qualidade, etc. Esta estratégia responde ao princípio de começar por consolidar o que é atualmente chave para o turismo da região e depois desenvolver produtos mais complexos.

- **Inovação focada na repetição de visitas de curta estadia**

Sendo a estratégia de consolidar a oferta atual assegurando a qualidade dos produtos turísticos, há somente uma inovação que se tem de começar a desenvolver, de forma pontual, que ajude a cimentar novas dinâmicas no turismo a Peixe. Esta estratégia é de fazer inovação focada em produtos turísticos que atraiam pelo menos o mesmo número de visitantes atual, mas em diferentes momentos do ano, incentivando as visitas de curta duração. Neste sentido, vai-se em busca do desenvolvimento excursões, festas, feiras, produtos para fins de semana prolongados, etc.

Estratégia de intervenção a médio e longo prazos

- **Diversificação de produtos turísticos**

Uma vez melhorada a oferta atual e a continuidade de visitas e disponibilidade da oferta durante todo o ano, o próximo passo é a diversificação de produtos e otimização dos mesmos com padrões mais elaborados. Neste sentido, deve-se procurar o desenvolvimento integral de novos produtos turísticos e que complementem os produtos-chave atuais, já consolidados. O objetivo será desenvolver produtos que vão contra a sazonalidade da demanda (*e.g.*, turismo de reuniões, feiras, eventos, congressos, etc.) que consigam a extensão da estadia das visitas.

- **Otimização de produtos turísticos: sustentabilidade**

Finalmente, a médio e longo prazos, dado que os produtos-chave já estão consolidados em qualidade, o próximo passo é otimizar a operação e sustentabilidade. Para isso, esta estratégia se complementará com as estratégias de reforço institucional que proporcionem um quadro normativo que apoie as certificações de sustentabilidade ou os requisitos obrigatórios de operação sustentável. Também será complementado com as estratégias de gestão em termos de fixar as condições de capacitação de recursos humanos e, o planejamento e operação sustentáveis do turismo.

4.2.2. Estratégias de Comercialização

A estratégia de comercialização é composta por quatro grandes vertentes que orientam a forma de chegar aos mercados, definir os mercados alvo, os segmentos e com que mensagens. Estas quatro grandes estratégias de comercialização são:



Estratégia de Posicionamento e Mensagens

O posicionamento a adotar no mercado para Peixe é determinado a partir do posicionamento atual ou a percepção existente para Tocantins e para o município de Peixe do ponto de vista do mercado atual e potencial. A partir dos estudos de demanda atual e potencial realizados em Peixe foram identificados as seguintes Estratégias de Posicionamento de mensagem a seguir:

- a) **Principais elementos de identificação de Peixe: Natureza, Pesca e Praias, e proximidade com Jalapão e Palmas**
- b) **Benefício emocional** do Peixe: **tranquilidade, calma, lazer**
- c) **Benefício social** de Peixe: **lugar tranquilo** onde se pode encontrar **praias ótimas e excelente pesca.**
- d) **Símbolos/ícones: Rios, Pesca, Praias**

Mandamentos do posicionamento

Peixe...

- **É:** um destino de natureza de grande beleza de paisagens de rio e natureza única, perto de Palmas e do destino mais conhecido de Tocantins, Jalapão.
- **Tem:** praias de rio de beleza inigualável, um dos melhores lugares de pesca esportiva do Brasil, uma oferta turística completa e a preços acessíveis.

- **Experiências a viver no destino:** ambiente seguro para ao visitante, experiência de tranquilidade e calma, com a possibilidade de conectar e conhecer o Jalapão.

Apesar de Jalapão ser uma região distinta de Peixe, pelo posicionamento inicial é importante ligar as mensagens promocionais do município de Peixe com o Jalapão.

Estratégia de Mercados

A partir das pesquisas de demanda atual e potencial, os mercados para trabalhar estrategicamente de acordo com sua localização são:

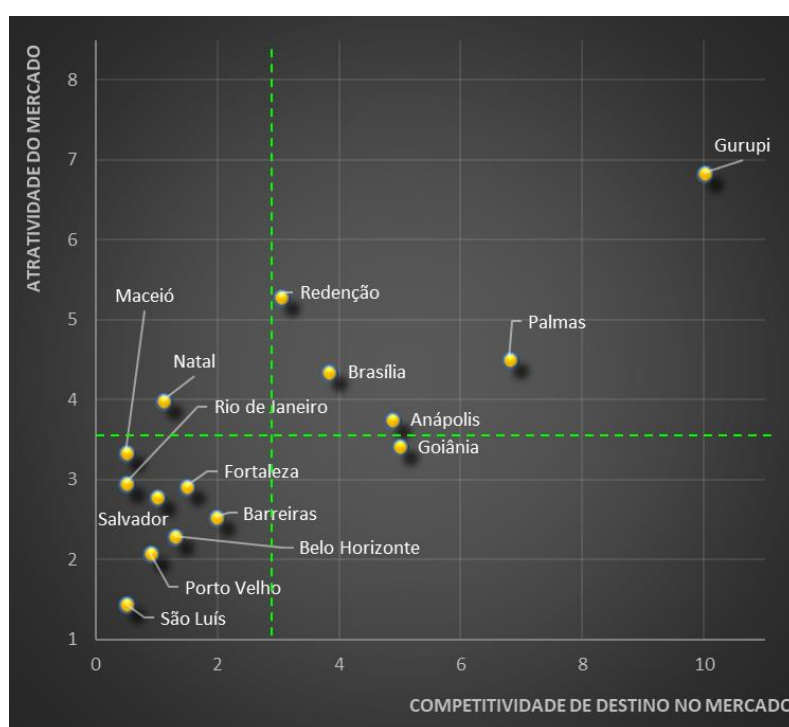


Figura 82. Posicionamento de Peixe na matriz estratégica de mercado.
Fonte: elaboração própria

Estratégia de mercado de Peixe:

- Posicionamento estratégico:** os mercados chave aqui são Redenção e Natal, seguramente Rio de Janeiro, Maceió e São Paulo. Em termos de níveis de fluxo turístico, os mercados de Piracicaba, Magalhães e Aparecida de Goiânia também poderiam ser incluídos neste grupo de trabalho.

- B. **Promoção e comercialização prioritária:** os mercados chave são os mercados intraestaduais como Gurupi, Palmas e Anápolis. Brasília destaca-se bem como um mercado onde promover e comercializar Peixe de forma prioritária. Ainda que Goiânia esteja no limite, pelo interesse do mercado, é importante também incluir neste trabalho de promoção e comercialização. Redenção também está no limite e a recomendação é o seu posicionamento.
- C. **Promoção de manutenção:** o mercado chave é Goiânia, mas por razões estratégicas este agrupa-se no grupo anterior de promoção e comercialização prioritária.
- D. **Promoção de oportunidade:** só em caso de uma rentabilidade clara de promoção, neste grupo estão os mercados de Fortaleza, Salvador, Belo Horizonte, Porto Velho e São Luís.

Estratégia de Segmentos

A estratégia dos segmentos de mercado de Peixe é a seguinte:

A. Faixa etária mais atrativa: pela quantidade de demanda e rendimento familiar, as faixas etárias de 26 a 50 anos são as prioritárias. Lazer, pesca e natureza concentram-se em segmentos altos e aventura e ecoturismo em segmentos mais jovens.

- **Curto prazo:** foco de consolidação nos segmentos atuais (famílias, amigos, baixo gasto); e foco estratégico nos segmentos jovens (nacionais e internacionais, backpackers). O objetivo com os segmentos jovens é duplo: que dinamizem outros produtos além de sol e praia e pesca (e.g. Aventura, eventos); que, como pioneiros e descobridores de destinos e experiências, possam gerar notoriedade e promoção do destino, para mobilizar segmentos mais seniores e sofisticados que aumentem o nível de gastos no destino.
- **Médio e Longo prazo:** foco na atração dos segmentos seniores de maior gasto no destino (a partir de geração de notoriedade online com os segmentos jovens); e foco na atração dos segmentos internacionais. Neste ponto, é importante a combinação de Peixe com outros destinos, e sua integração em roteiros turísticos internacionais (e.g. Palmas-Peixe-Serras Gerais-Jalapão-Palmas).

B. Faixa etária por produto chave:

- **Pesca esportiva:** as faixas etárias mais altas têm mais interesse no produto, especialmente entre 35 a 50 anos.
- **Aventura:** faixas etárias mais jovens são os segmentos objetivos de este produto.
- **Restantes produtos:** segmentos entre 26 a 50 anos são os segmentos objetivos.

Estratégia de Comunicação e promoção

A estratégia de comunicação e promoção de Peixe é a seguinte:

A. Campanhas promocionais: para o caso de Peixe, a estratégia de comunicação e promoção é:

Campanhas de Recomendação: 51%	Campanhas de Intermediação 39%	Campanhas especializadas 9%
<p>Estratégia de canais e meios de promoção e comunicação turística para a Ilha do Bananal:</p> <p>A. Campanhas de Recomendação: focadas a estratégias comerciais de fidelidade e recomendação de visitantes e de marketing online (melhoria de web, uso de blogs, redes sociais, etc.).</p> <p>B. Campanhas de intermediação - Agências de viagens: trabalho intensivo com agências de viagens e tour operadores on e off line para o posicionamento e comercialização de pacotes turísticos na região.</p> <p>C. Campanhas especializadas: foco especializado no turismo de pesca esportiva e possivelmente no turismo de aventura. Trabalho com meios e agências de viagens especializados</p>		

B. Mensagens: em todos os conteúdos das campanhas, deve-se empregar as palavras-chave que surgem do posicionamento turístico de Peixe, considerando as seguintes estratégias:

- **Curto prazo:** foco na realização de promoção conjunta com regiões, Estados e destinos vizinhos bem posicionados (e.g. Jalapão, Serras Gerais).
- **Médio e Longo prazo:** foco na realização de promoção do destino novo, de posicionamento do destino de forma independente e ressaltando os elementos únicos que possui.

4.2.3. Estratégia de Fortalecimento Institucional

O foco do reforço institucional para o desenvolvimento turístico do município está em gerar estruturas básicas institucionais que garantam a oferta e demanda com condições mínimas, para ser possível profissionalizar os recursos humanos e as instituições na gestão, oferecendo deste modo uma oferta melhorada o que permite atrair novos destinos de origem dos turistas.

Neste sentido, a estratégia tem dois grandes focos: (i) Por um lado, o quadro normativo institucional que forneça suporte ao desenvolvimento da oferta; (ii) por outro lado, o reforço das instituições para a gestão da oferta e do marketing nas diferentes etapas de desenvolvimento.

Neste sentido, a estratégia é:

A. Fortalecimento do quadro normativo institucional para a oferta turística de Peixe:

- **Curto prazo: *foco na qualidade turística***. Desenvolvimento de quadros normativos que levem à melhoria da qualidade da experiência turística na oferta atual. Normas obrigatórias que garantam uma experiência turística muito positiva em toda a cadeia de valor do turismo: transporte de chegada, alojamento, gastronomia, guias turísticos, transporte nos destinos (veículos, barcos, portos, etc.). Este quadro normativo inclui também a estruturação de normas para a concessão dos principais atrativos a atores públicos e privados que garantam altos níveis de qualidade na prestação de serviços nos núcleos turísticos em volta dos atrativos.
- **Médio e Longo prazo: *foco na sustentabilidade turística***. A qualidade é o primeiro passo para alcançar uma oferta turística sustentável. Numa primeira fase, no médio prazo podem-se desenvolver certificações voluntárias de sustentabilidade, que passarão a certificações obrigatórias no longo prazo (em 3 a 4 anos).

B. Fortalecimento das capacidades de gestão turística do destino:

- **Curto prazo: *foco no desenvolvimento do associativismo para ganhar escala***, de forma a que a oferta possa melhorar em conjunto, com custos e recursos menores, ganhando mercado e qualidade. O associativismo também se destina ao desenvolvimento de novos produtos, atividades que dinamizem o destino e trabalho em conjunto para objetivos comuns.
- **Médio e Longo prazo: *foco na profissionalização da gestão turística do destino***. Uma vez atingido um nível maior de associativismo, com atores mais representativos do setor turístico do destino e com esquemas de gestão mais complexos, está-se na posição para **criar uma Oficina de Gestão do Destino (OGD)**, composta pelo setor público e privado que se encarrega de **profissionalizar ao máximo a gestão do destino e a promoção turística do mesmo**.

4.2.4. *Estratégia de Gestão Ambiental*

O principal desafio relativamente à gestão ambiental é manter as condições socioambientais ótimas dos atrativos, de maneira a que estes conservem o seu valor turístico e possam perdurar no tempo.

De acordo com o diagnóstico, a estratégia de gestão ambiental no curto-médio prazo é organizar os locais onde estão os atrativos, assegurar uma boa gestão e uso do território, de forma a otimizar o turismo e minimizar os impactos negativos que possam existir. A estratégia geralmente tem como grande foco as zonas turísticas onde se encontram os atrativos, primeiro numa perspectiva ecossistêmica (local do atrativo, relação com outros espaços, outras espécies, possíveis impactos diretos e indiretos, etc.) e depois os locais específicos onde se realizam as visitas (núcleos turísticos).

Estratégia de Gestão Ambiental para o turismo de Peixe:

A. Planos de gestão ambiental dos espaços turísticos do destino:

- **Curto prazo: *foco em planificar a gestão socioambiental das zonas turísticas principais.*** O objetivo é definir os espaços destinados ao turismo, os de uso intensivo, espaços sem uso, etc., identificar o zoneamento do território, a capacidade de carga, a gestão de resíduos (lixo, águas sujas, etc.), relação com a fauna, espaços de campismo e picnic, etc. Definir a importância de declarar zonas de uso turístico que considerem e incluam elementos de tipo social e ambiental. As ZOITS definitivas devem ser definidas a partir deste plano de desenvolvimento integrado, e considerando o indicado nas estratégias para o desenvolvimento de destinos.
- **Médio e Longo prazo: *foco na gestão socioambiental dos núcleos turísticos principais do destino.*** Depois de assegurada a gestão socioambiental das principais zonas turísticas, deve-se trabalhar no sentido de assegurar a gestão sócio ambiental dos locais com maior intensidade turística, onde estão os atrativos turísticos. As NUTS definitivas devem ser definidas a partir deste plano de desenvolvimento integrado, e considerando o indicado nas estratégias para o desenvolvimento de destinos.

4.2.5. Estratégias de Infraestrutura e Serviços

A estratégia de desenvolvimento de infraestrutura e serviços baseia-se no diagnóstico, onde foi identificada a necessidade de melhorar os acessos/estradas para os atrativos turísticos, assim como na necessidade de garantir a promoção e venda da oferta do destino. Existe ainda a necessidade específica de assegurar os serviços relacionados com a gestão dos núcleos turísticos e o desenvolvimento sustentável.

Como observado anteriormente, o menos valorizado pela demanda atual no destino é a infraestrutura, os acessos, as estradas de acesso aos locais/atrativos, e a gastronomia.



Figura 83. Principais ativos turísticos valorizados em Peixe.

Fonte: elaboração própria.

Estratégia de Infraestruturas e Serviços para o turismo de Peixe

Curto prazo

A. Consolidar a acessibilidade e conectividade dos núcleos turísticos

- **Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos:** estradas de acesso aos atrativos turísticos com sinalização adequada e suficiente. O objetivo é alcançar condições ótimas de acesso aos atrativos, que assegurem a chegada dos turistas aos atrativos e assim gerar os volumes necessários e massa crítica de visitantes que permita a gestão sustentável dos serviços nos núcleos turísticos. Se, são garantidos os volumes de demanda para a viabilidade económica dos negócios e da gestão dos núcleos

turísticos, então estarão reunidas as condições de organizar concessões e investimentos de melhor qualidade e serviços nesses locais.

- **Consolidação de Comunicação sem-fios (internet).** Para a estratégia de comercialização e campanhas de recomendação *online*, além das necessidades de gestão de reservas, informação de oferta, promoção de experiências dos visitantes em tempo real, etc. é necessário contar com a melhor conectividade sem-fios e sinal de internet possíveis.

B. Consolidar o fornecimento de serviços de experiência atual

- **Consolidação de serviços de experiência atual:** refere-se a todos os serviços prestados atualmente ou que deveriam ser prestados para assegurar que a experiência do visitante nos destinos e atrativos é ótima. Refere-se a garantir os níveis de qualidade dos serviços relacionados com a gestão das praias e pontos turísticos (*e.g.*, limpeza, atenção, saúde, segurança, etc.)

No curto prazo, destacam-se as intervenções relacionadas com os quatro atrativos no destino de Peixe, segundo a prioridade de desenvolvimento que indica a estratégia de destinos: Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego.

Longo Prazo

Suporte geral dos destinos turísticos sustentáveis: consiste na implementação da infraestrutura de serviços básicos nos núcleos turísticos e padrões de operação sustentável.

5. Plano de Ação



5. Plano de Ação

O presente capítulo consiste no Plano de Ação para o município de Peixe, e decorre do Diagnóstico e das Estratégias de Desenvolvimento Turístico apresentadas anteriormente no âmbito do PDTIS. Tal como preconizado nos Termos de Referência, o Plano de Ação apresenta uma visão geral das atividades e investimentos, cuja execução irá permitir cumprir os objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável definidos no PDTIS para Peixe.

O Plano de Ação apresenta apresentada as ações propostas para Peixe, agrupadas por componentes, e classificadas por áreas temáticas (AT), conforme pode ser observado na Tabela 22 – Lista de ações propostas. Para cada um dos cinco grandes componentes, foi primeiramente destacado o vínculo deste com o que havia sido anteriormente apresentado, as Estratégias de Desenvolvimento Turístico do PDITS, assim como estão evidenciados os Produtos e Resultados que se espera alcançar com o desenvolvimento de cada um dos componentes.

Segue-se o dimensionamento dos investimentos, que traz os custos estimados de cada ação apresentados em três níveis distintos: a nível global, destacado por componente e específico para cada ação. Os valores estão dispostos nas moedas Real do Brasil e Dólar norte-americano, e ainda é apresentada uma sequência de gráficos que objetivam propiciar uma compreensão visual e esquematizada da dimensão do investimento levantado.

Em seguida, é apresentada a descrição de cada uma das ações prioritárias, onde é possível verificar seus objetivos, justificativas e a área geográfica abrangida por cada uma destas ações. Estas ações foram ensejadas a partir do que foi definido e validado não somente nas Estratégias de Desenvolvimento Turístico do PDITS, mas também com as contribuições de *stakeholders* e atores que compõem o *trade* turístico no município, e gestores públicos envolvidos no setor, colhidas *in loco* quando da realização de *workshops* presenciais realizados no município para apresentação das estratégias turísticas.

A avaliação dos impactos potenciais esperados a partir da implementação de tais ações priorizadas, tanto os positivos quanto os negativos, analisados a partir de quatro parâmetros sob os quais seus efeitos poderão desdobrar-se: ambiental, social, econômico e cultural, é apresentada no ponto 4.4.

Por fim, a última seção traz uma seleção de mecanismos de acompanhamento e avaliação, tanto para as ações definidas no âmbito do PDITS para Peixe (Indicadores de Impacto) como

para o PDITS (Indicadores de Realização), os quais possuem o objetivo de possibilitar a execução de um detalhado monitoramento da evolução do turismo no município.

5.1. Ações propostas para Peixe

O Plano de Ação foi desenvolvido individualmente para cada uma das quatro regiões abrangidas pelo PDITS – Serras Gerais, Peixe, Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio, apresentando no entanto uma estrutura comum. Isto é refletido nos componentes e áreas temáticas, a partir dos quais derivam as ações do Plano. É proposto um conjunto de ações em todas as áreas temáticas que é comum a todas regiões (identificadas a azul na Tabela 22). O objetivo é desenvolver, de forma homogênea, todas as áreas temáticas, numa intervenção que se pretende que seja global a todas as regiões. É importante referir que, apesar de algumas ações propostas serem comuns a todas as regiões, estas são adaptadas à realidade local. Para além disso, existe um conjunto de ações dentro de cada área temática que são específicas e únicas para cada região.

A intervenção comum a todas as regiões permite, por um lado, desenvolver todas as regiões do PDITS de uma forma integrada, garantindo ao turista que vai encontrar um nível de serviço e uma oferta em nível semelhante ao visitar as mesmas. Por outro lado, a tarefa de obtenção de verbas junto do PRODETUR, e de outras entidades financiadoras, por parte das entidades competentes (ADETUC), fica facilitada. A apresentação de uma estrutura comum de ações propostas torna a apresentação do Plano de Ação mais clara para a obtenção de fundos.

A elaboração de um conjunto de ações estruturantes para o desenvolvimento do turismo em Peixe tem como premissa a ênfase no planeamento e organização de políticas públicas, traduzidas num conjunto alargado de ações imateriais (tais como planos, quadros normativos e organizações de gestão do turismo). Tal deriva do baixo nível de desenvolvimento e maturidade apresentado em Peixe, nomeadamente em equipamentos e serviços dedicados à atividade turística. Assim sendo, torna-se crucial realizar em primeiro lugar um trabalho de planeamento e organização, a nível público e privado, pautado complementarmente com iniciativas direcionadas para o setor privado.

Considera-se assim que o setor público servirá como principal investidor no setor turístico para Peixe, devido ao reduzido desenvolvimento atual do setor privado. Deste modo, o conjunto de ações propostas pretendem dotar o município de fortes condições a nível público e a nível

estrutural, que servirão a base para o desenvolvimento de iniciativas privadas estruturantes e duradouras.

Apesar deste foco geral no fortalecimento da dimensão pública do setor turístico em Peixe, o conjunto de ações propostas de seguida inclui diversas iniciativas orientadas para a iniciativa privada (ações materiais). Em particular, a Área Temática “Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo” encontra-se direcionada para a iniciativa privada. Para além disso, todas as componentes apresentam iniciativas focadas no setor privado (e.g., promoção de incentivo ao segmento turístico educacional e de experiência, capacitação de associações, capacitação para o *trade* turístico, entre outras).

A Tabela 22 apresenta o conjunto global de ações propostas para o município de Peixe. É importante notar que os projetos em azul são os comuns a todas as quatro regiões do PDITS.

Tabela 22. Lista de ações propostas para Peixe

Componente 1: Produto Turístico		
Área temática	Nº	Ação
Organização de informação de base	1.1	Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal em Peixe
	1.2	Definição e desenvolvimento de ZOITS em Peixe
Produtos e roteiros segundo a estratégia	1.3	Criação e estruturação de Roteiro Turístico Integrado com Serras Gerais, Palmas e Jalapão
	1.4	Criação do produto turístico “Tocantins Aventura”
	1.5	Criação do produto turístico “Conhecendo o Tropeço”
	1.6	Desenvolvimento dos segmentos turísticos prioritários para Peixe
	1.7	Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego
	1.8	Incentivo à criação de hospedagens de excelência
	1.9	Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico
Desenvolvimento do destino turístico	1.10	Desenvolvimento integral e gestão de NUTS em Peixe
	1.11	Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos
Componente 2: Comercialização		
Estratégia de Marketing	2.1	Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para Peixe
Promoção do destino	2.2	Elaboração de uma Promoção Operativa Anual (POA)

turístico	2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Serras Gerais e Palmas
	2.4	Implementação de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) em Peixe
Monitoramento da informação e marketing	2.5	Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) em Peixe
Componente 3: Infraestrutura		
Acessibilidade, conectividade e comunicação	3.1	Implementação de sinalização indicativa e turística em Peixe
	3.2	Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos chave para Peixe
	3.3	Renovação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)
	3.4	Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)
Gestão e proteção ambiental	3.5	Programa de limpeza das praias e ilhas de Peixe
Componente 4: Fortalecimento Institucional		
Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo	4.1	Criação de quadro normativo do turismo para Peixe
	4.2	Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico
	4.3	Apoio ao desenvolvimento do associativismo
	4.4	Criação de medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual
	4.5	Implementação de protocolo de cooperação com o Polo da Universidade Federal do Tocantins (UFT) existente em Arraias
Fiscalização e certificação turística	4.6	Elaboração de certificação turística sustentável
	4.7	Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo
Modelos de gestão dos destinos turísticos	4.8	Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe
	4.9	Criação de Organização de Gestão do Turismo
Componente 5: Gestão Ambiental		
Manejo turístico socioambiental sustentável	5.1	Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos
Monitoramento ambiental e comunitário	5.2	Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística

5.2. Descrição das Ações Propostas

O capítulo apresenta as ações propostas para o município de Peixe, agrupadas por componente estratégico, numa estrutura comum a todas as fases e produtos do PDTIS, e que se apresenta de seguida:

- 1. Produto Turístico** – ações relacionadas com a promoção dos produtos turísticos na região, por via da promoção daqueles já existentes ou pela criação de novos que contribuam para a competitividade turística da região;
- 2. Comercialização** – relacionadas com o aumento da visibilidade turística da região, fortalecendo a imagem-identidade e singularidades da mesma, possibilitando a correta promoção e comercialização dos produtos existentes ou a criar;
- 3. Fortalecimento Institucional** – são as ações que visam a consolidação e capacitação dos mecanismos da gestão turística realizada a diversos níveis (federal, estadual e local), tanto a nível público como privado (organizações do *trade* turístico);
- 4. Infraestrutura e Serviços Básicos** – relacionam-se às ações que preconizam intervenções em áreas cirúrgicas e estruturantes que servem de base ao desenvolvimento turístico e à satisfação das necessidades do turista, tendo em vista o uso sustentável dos atrativos;
- 5. Gestão Ambiental** – referem-se às ações de promoção dos atrativos e da atividade turística como meio de preservação e conservação do meio ambiente, fomentando a sustentabilidade, através de preservação de recursos naturais e culturais, acautelando potenciais impactos do turismo nos mesmos.

Seguem-se as ações elaboradas para o município de Peixe, agrupadas por componente estratégico, relacionadas com os objetivos específicos e estratégias definidas para a região na elaboração das Estratégias de Desenvolvimento Turístico (Produto 4).

São ainda apresentados a justificativa geral das ações, a descrição de cada ação, o custo global por componente, assim como os resultados esperados pela execução das ações propostas.

5.2.1. Componente 1: Produto Turístico

Vínculo com a Estratégia:

AT1 - Organização de informação de base: Promoção da organização da informação de base relativa ao setor turístico, por via da instituição da inventariação turística e pela definição de Zonas de Interesse Turístico Sustentável (ZOITS).

AT2 - Produtos e roteiros segundo a estratégia: Desenvolvimento de produtos e roteiros turísticos que contribuam para ampliar, diversificar e fortalecer o setor turístico em Peixe, resultando num aumento dos indicadores de performance turística (volume, número médio de estadia, gasto médio)

AT3 - Desenvolvimento do destino turístico: Implementação de um reforço institucional que reflita a necessidade de promover a sustentabilidade de recursos naturais presentes na região

Produtos e Resultados:

Possibilitar um progresso qualitativo e quantitativo do quadro de produtos turísticos existentes, através das seguintes premissas:

- Expansão do leque da oferta atual em estímulo a novas iniciativas, parcerias, empreendimentos e atividades que viabilizem o desenvolvimento do setor e envolvam a população da região, produzindo benefícios e inclusões social e econômica.
- Promoção da melhoria geral do padrão dos serviços e ações oferecidos no âmbito destes produtos turísticos, em alinhamento à componente de capacitação.

Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal em Peixe

O modelo detalhado de inventário turístico a ser elaborado funcionará como um farol para nortear todo um leque de futuras iniciativas a serem desenvolvidas dentro do Turismo no município.

A elaboração de um modelo de inventário turístico permitirá ao município realizar uma mais pormenorizada avaliação da realidade atual, tirando proveito e fortalecendo subsectores melhor estruturados, bem como definir políticas públicas e construir ações futuras mais bem embasadas e focadas em áreas-chave, que efetivamente necessitem de reforço. Assim, o

inventário turístico permitirá a mobilização de diversos setores e atores ligados à cadeia turística e servirá como base para iniciativas e parcerias públicas e privadas, e ainda irá configurar um instrumento norteador de políticas e legislações que beneficiem o Turismo.

Para tal, deverá ser utilizado pelos municípios o modelo disponibilizado pelo Ministério do Turismo (Mtur) denominado de “Inventário de Oferta Turística”. Este documento consiste num instrumento de base para o planejamento e gestão da atividade turística, através da recolha de informação acerca dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo.

Área de abrangência: Peixe

Definição e desenvolvimento de ZOITS em Peixe

Na ação é proposta a criação e desenvolvimentos de ZOITS (Zonas de Interesse Turístico Sustentável), numa lógica de curto prazo. Pretende-se que as ZOITS incluam não só os próprios atrativos, mas igualmente os espaços vizinhos, de modo a englobar acessos e outros atrativos complementares ao atrativo principal.

Ao implementar as ZOITS em regiões prioritárias o objetivo é que estas englobem atrativos que possuam padrões mínimos de infraestrutura e qualidade, de modo a alavancar o valor destas zonas, funcionando como um polo que atraia demanda turística. Neste âmbito serão priorizados os acessos aos atrativos, sendo deste modo garantida a chegada dos turistas aos atrativos por via terrestre, conduzindo ao aumento do volume atual de turistas. Esta estratégia favorecerá a visibilidade e atratividade dos atrativos, criando as condições necessárias para que haja incentivo ao investimento privado nos mesmos.

A intervenção pública deverá, deste modo, concentrar-se na melhoria de condições que permitam que o volume de turistas seja suficiente. Pretende-se que a partir deste momento a gestão dos atrativos possa vir a ser realizada por privados, reduzindo custos para o setor público.

Área de abrangência: Peixe

Criação e estruturação de Roteiro Turístico Integrado com Serras Gerais, Palmas e Jalapão

A região de Peixe caracteriza-se por possuir um circuito circular em si mesma. O Roteiro Turístico Integrado utiliza esta rota natural circular já existente à qual se junta a região das Serras Gerais, Palmas e Jalapão. Peixe apresenta uma vertente do turismo de aventura que será complementada com a oferta de Serras Gerais e Jalapão, sendo que este último consiste no único destino do Tocantins com um forte posicionamento turístico.

Nesse sentido, a presente ação serve para a estruturação de um roteiro global (Peixe, Serras Gerais, Palmas e Jalapão), assim como para a elaboração de outros subroteiros para férias de curta duração: Peixe-Serras Gerais-Palmas, Peixe-Serras Gerais e Peixe-Palmas.

Área de abrangência: Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Palmas e Peixe (Município)

Criação do produto turístico "Tocantins Aventura"

Com o intuito de promover um maior desenvolvimento dos segmentos de turismo esportivo e de aventura na região da Ilha do Bananal, esta ação propõe a criação, comercialização e promoção de um produto turístico denominado "Tocantins Aventura", que terá foco em pesca esportiva e atividades aquáticas fluviais, tais como boia-cross, *rafting*, caiaque, canoagem, *floating*, entre outras. A intenção é consolidar a região como destino preferencial para turistas que busquem o aproveitamento de rios para a prática de esportes, aventura e lazer, com investimento em infraestrutura e serviços turísticos de qualidade, envolvendo agentes, operadoras, hospedagem e alimentos e bebidas.

Área de abrangência: Peixe

Criação do produto turístico "Conhecendo o Tropeço"

O objetivo é promover a consolidação do segmento de turismo fluvial a partir da utilização dos recursos naturais oferecidos pelo arquipélago do Tropeço. A intenção é que haja investimento em infraestruturas e serviços básicos para embasar o desenvolvimento, promoção e comercialização deste produto turístico, que possibilitará aos turistas uma experiência de aproveitamento do rio Tocantins ou lago da UHE Peixe-Angical através de passeios em

diferentes tipos de embarcações. Assim, haverá a necessidade de cadastramento de barqueiros e guias turísticos, e constante interface com as associações de barqueiros.

Área de abrangência: Peixe

Desenvolvimento dos segmentos turísticos prioritários para Peixe

O foco é gerar atividades que aumentem a qualidade e inovação das experiências e produtos turísticos para os segmentos enquadrados nas tipologias de consolidação e desenvolvimento prioritário para o município de Peixe, definidas na etapa da estratégia para o PDITS. Deste modo, a ação contempla a combinação dos segmentos de Sol e Praia, Aventura, Cultural, Eventos e Pesca Esportiva. O desenvolvimento integrado desses segmentos que é preconizado nesta ação será fundamental para o desenvolvimento do turismo no município.

A ação pretende realizar intervenções nos atrativos prioritários para a estratégia, em segmentos considerados chave. As intervenções são:

- a. Renovação de infraestrutura básica (banheiros, bares, estruturas de apoio à atividade turística)
- b. Elaboração de material promocional de divulgação da oferta turística (campanhas *online*, distribuição de folhetos, etc.)
- c. Apoio à iniciativa privada que pretenda investir/explorar os segmentos turísticos priorizados

Área de abrangência: Peixe

Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego

A ação refere-se a inicialmente uma série de iniciativas de curto prazo a serem implantadas no sentido de consolidar a experiência turística atualmente verificada nas localidades da Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego, enquanto atrativos turísticos prioritários na região de Peixe. Deste modo, os serviços turísticos prestados na atualidade, relacionados à gestão das praias e dos atrativos turísticos, devem sofrer melhorias

de modo a assegurar uma experiência de qualidade pelos visitantes, *e.g.*, limpeza, conservação, segurança, etc.

A ação também apresenta um elemento de longo prazo, onde a ideia é que haja investimentos para a implementação de infraestrutura, serviços básicos e acessos nos núcleos turísticos e padrões de operação sustentável, possibilitando o desenvolvimento dos atrativos e gerando maior visibilidade.

Área de abrangência: Peixe

Incentivo à criação de hospedagens de excelência

Com o objetivo de criar uma qualificação na oferta turística em relação à hospedagem, esta ação visa gerar estímulo para que seja desenvolvida uma malha de hospedagens competitivas, com padrão de excelência. A cadeia de valor do turismo será, por consequência, dinamizada, resultando na geração de empregos e agregação de valor. Esta ação irá desenvolver estratégias que culminem em uma maior oferta de incentivos à criação de hospedagens no município, e expandirá o diálogo entre setores públicos e privados.

A ideia é que o tecido empresarial tenha acesso facilitado a mecanismos de apoio financeiro, *e.g.*, linhas de crédito, a fim de que sejam geradas condições de desenvolvimento de projetos de investimento para a criação e/ou recuperação de estabelecimentos e empreendimentos (novos ou já existentes) associados ao setor de hospedagens de excelência.

Área de abrangência: Peixe

Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico

O turismo náutico é um segmento em expansão, e encontra na região de Peixe um cenário ideal para seu desenvolvimento, em termos de atrativos naturais, clima e localização geográfica. A qualidade do turismo náutico está justamente aliada ao desenvolvimento do ecoturismo, ancorado em práticas sustentáveis. Esta ação ambiciona estimular a iniciativa privada ao empreendedorismo no segmento do turismo náutico, através de uma estratégia conjunta, para investimento em infraestruturas e equipamentos náuticos de boa qualidade,

possibilitando abertura inclusive para receber turistas estrangeiros, com promoção internacional.

Área de abrangência: Peixe

Desenvolvimento integral e gestão de NUTS em Peixe

Os Núcleos de Turismo Sustentável (NUTS) estão inseridos dentro das ZOITS, e podem ter diferentes funções e atribuições. Na etapa de planejamento das ZOITS, são identificados e definidos núcleos que servirão como centros que irão desempenhar tarefas específicas, tais como: centros de distribuição de turistas, centros de estadia para turistas, atrativos de visita principal, percursos de ligação, percursos panorâmicos, etc. Esses NUTS, após serem identificados e estabelecidos, precisarão ser desenvolvidos por meio de investimentos com esta finalidade.

O desenvolvimento abrangerá melhorias em termos de acessos aos mesmos, planejamento sobre o uso destes espaços, definição do modelo de gestão, definição de quais serviços serão disponibilizados dentro destes espaços (hospedagem, alimentação, recreação e lazer, passeios, vendas, etc.), tudo isto com o objetivo de propiciar uma experiência turística de qualidade aos usuários.

Após o desenvolvimento, é necessário que estes sejam geridos de forma eficiente e eficaz. Deste modo, a estratégia de gestão deverá ser estruturada, onde serão definidos os responsáveis pela execução da mesma (*e.g.*, através do próprio setor público ou concessões ao setor privado), além de uma regulamentação das atividades operacionais e serviços especializados de cada núcleo.

Área de abrangência: Peixe

Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos

Dentro do universo de ações de médio a longo prazo, e considerando-se que a gama de atrativos e produtos considerados prioritários já se encontrem em nível satisfatório e estável em termos de qualidade, as ações seguintes gravitarão no sentido de promover a otimização destes produtos, bem como sua sustentabilidade. As atividades englobarão investimento em

maior capacitação de pessoal especializado (recursos humanos), desenvolvimento de operações de turismo sustentável, alcançar certificações de sustentabilidade, obedecer a padrões internacionais de sustentabilidade, entre outros.

Área de abrangência: Peixe

5.2.2. Componente 2: Comercialização

Vínculo com a Estratégia:

AT4 - Estratégia de Marketing: Desenvolvimento e implementação de uma estratégia de comunicação e promoção, que seja específica para cada tipologia de turista e segmento turístico

AT5 - Promoção do destino turístico: Promoção de Peixe como destino turístico, nomeadamente por via da realização de ações conjuntas de promoção com outras regiões do estado, contribuindo para o fortalecimento da imagem do município

AT6 - Monitoramento da informação e marketing: Criação de mecanismos de aquisição de informação turística útil em tempo real, com o propósito de apoiar das decisões para o setor turístico

Produtos e Resultados:

Especialização das práticas de marketing, promoção e comercialização dos produtos e atrativos turísticos da região, visando estrategicamente um melhor aproveitamento dos mesmos e um aumento das atividades comerciais ligadas ao setor, bem como a implementação de um padrão de excelência na interface dos atores envolvidos em toda a cadeia do setor turístico com os turistas, possibilitando melhores experiências e uma disseminação dirigida.

Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para Peixe

O Plano de Marketing consistirá em três campanhas claramente definidas e que incidirão nas seguintes temáticas: recomendação, intermediação e especialização. As campanhas de recomendação terão o foco em programas de fidelização no destino, trabalhando essencialmente o mercado *online*. A vertente de intermediação destina-se a reforçar o papel dos agentes de comercialização de reservas tanto *online* como *offline*. Por fim, as campanhas

especializadas pretendem chegar a segmentos de mercado específicos, utilizando para tal canais próprios.

O Plano servirá para definir estratégias e questões relativamente ao posicionamento de mercado, mercados atuais e potenciais, mercados prioritários e secundários, ações de marketing (níveis municipal, regional e estadual), imagem a ser divulgada, os meios de comunicação mais adequados para atingir os objetivos propostos e fortalecer a identidade turística da região. A Estratégia de Comercialização definida no PDITS servirá como base para a definição do plano.

Área de abrangência: Peixe

Elaboração de uma Promoção Operativa Anual (POA)

A presente ação servirá para executar as estratégias de marketing definidas no Plano de Marketing Estratégico para a região de Peixe (ação 2.1). Estas estratégias encontram-se descritas no PDITS e servirão para fortalecer a imagem da região, ampliando e fortalecendo a oferta turística da mesma. As entidades responsáveis, assim como, o cronograma de execução do plano estarão igualmente incluídos no mesmo.

Deste modo, o Plano de Promoção Operativa Anual (POA) decorre do Plano de Marketing Estratégico, sendo portanto o meio de operacionalização do Plano de Marketing para o curto prazo (duração de um ano). No POA estará contemplada a participação em feiras, criação de material promocional, promoção na internet (blogs, influenciadores), convite a jornalistas especializados (ecoturismo, pesca esportiva,..).

Área de abrangência: Peixe

Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Serras Gerais e Palmas

No seguimento da ação 1.3 - Estruturação de Roteiro Turístico Integrado com Serras Gerais, Palmas e Jalapão, surge a ação da definição das ações de marketing e promoção do Roteiro Turístico Integrado. Neste ponto serão indicados todos os elementos necessários para que o

roteiro ganhe visibilidade junto a potenciais turistas, criando um volume turístico suficiente para que se torne economicamente viável.

Área de abrangência: Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Palmas e Peixe (Municípios)

Implementação de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) em Peixe

A implementação do CAT visa a realização de uma promoção e divulgação eficaz dos atrativos turísticos da região de Peixe. Este deverá ser dotado de condições físicas e de recursos humanos para que sejam capazes de transmitir aos turistas uma informação especializada e pormenorizada sobre cada atrativo.

A intenção é que o CAT faça parte de uma estratégia de estruturação de promoção e divulgação eficazes dos diversos atrativos turísticos da região, e que possa oferecer informação adequada e de forma acessível aos turistas que visitam Peixe, transmitindo também uma sensação de segurança e qualidade de organização aos turistas. O horário de funcionamento dos centros deverá adaptar-se às necessidades dos turistas abrangendo o período noturno e o fim de semana.

A implementação do CAT poderá ser realizada em parceria com entidades privadas, de modo a potenciar um serviço de qualidade.

Área de abrangência: Peixe

Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) em Peixe

A ação tem como intuito criar um sistema (SIM) que faça a aquisição de informação turística útil e em tempo real. Assim, o sistema SIM funcionará como um meio de registro de estatísticas do setor turístico (taxas de ocupação de hotéis, origem dos turistas, preços, etc.).

A informação adquirida será útil para a tomada de decisões de marketing. Adicionalmente, o sistema coletará informação relativa à satisfação do turista. A informação será coletada por meios eletrônicos, instalados em pontos turísticos (como hotéis, restaurantes, locais de apoio aos atrativos, CAT, etc.).

Área de abrangência: Peixe

5.2.3. Componente 3: Infraestrutura

Vínculo com a Estratégia:

AT7 - Acessibilidade, conectividade e comunicação: Consolidação da acessibilidade e conectividade dos núcleos turísticos, otimizando o tempo de deslocamento e a comodidade na realização de viagens dentro da região

AT8 - Gestão e proteção ambiental: Promoção da adoção de boas práticas relacionadas com a limpeza das praias

Produtos e Resultados:

Viabilizar a implementação de condições físicas que possibilitem um melhor uso e aproveitamento dos atrativos turísticos, bem como promover a constante manutenção destas condições estruturais e a conscientização da população no que se refere à preservação destas e aos benefícios por elas gerados.

Implementação de sinalização indicativa e turística em Peixe

A ação visa a melhoria da sinalização (indicativa e turística) que é bastante escassa por toda a região. A sinalização turística seguirá um modelo padronizado e incluirá os atrativos pertencentes à região, independentemente de este atrativo ser prioritário ou não. As placas possuirão diferentes cores, para indicar o segmento turístico (aventura, cultura, ecoturismo, etc.) ao qual o atrativo pertence.

Área de abrangência: Peixe

Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos-chave para Peixe

A condição dos acessos aos atrativos em Peixe é, na sua maioria, precária. Tal condição dificulta o acesso dos turistas aos mesmos, limitando o seu desenvolvimento. Deste modo, na ação serão recuperados os acessos aos atrativos correspondentes aos segmentos, cuja consolidação e desenvolvimento são prioritários (esportivo, de aventura, náutico, cultural). Importa aqui referir que a responsabilidade pelas estradas de acesso aos atrativos é dos

municípios e proprietários, e não estadual. Apesar disso, o município poderá obter financiamento proveniente da ADETUC.

Área de abrangência: Peixe

Renovação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)

Esta ação objetiva a melhoria das rodovias que fazem parte do roteiro turístico integrado de Peixe com as regiões de Serras Gerais, Palmas e Jalapão. O acesso dos turistas à região de Peixe é realizado principalmente por via rodoviária, a partir da capital Palmas, já que os outros sistemas são incipientes.

As rodovias são majoritariamente estaduais, cuja condição de circulação é razoável, com exceção para o trecho entre Palmas e Gurupi. Esta dificuldade de circulação traduz-se numa barreira para o desenvolvimento da região. A combinação das irregularidades na rodovia traduzida nos inúmeros buracos com a excessiva utilização da mesma por caminhões, leva a que este trecho seja não só moroso como perigoso para quem nele circula. A rodovia federal com acesso direto a Peixe (desde Gurupi) denomina-se BR-242 e encontra-se em boas condições.

Esta ação visa a realização de obras de pavimentação e recuperação das rodovias da região de Peixe, bem como das demais que compõem o roteiro integrado, pertencentes a outras regiões do estado do Tocantins. É importante referir que ter melhores estradas foi apontado no Diagnóstico Estratégico de Peixe dentre as sugestões dos turistas para melhoria do destino.

Área de abrangência: Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Palmas e Peixe (Municípios)

Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)

A melhoria das infraestruturas de comunicação na região de Peixe é de extrema importância para o desenvolvimento de múltiplos aspectos relacionados à promoção turística.

A região apresenta padrões pouco eficientes quando trata-se de sinal de internet e telefonia celular. A importância da consolidação de uma infraestrutura confiável de comunicação sem fios é relevante em todas as etapas que compõem o *trade* turístico, desde a estratégia de

comercialização e campanhas de recomendação *online*, passando pelas necessidades de gestão de reservas, informação de oferta, promoção de experiências dos visitantes em tempo real, etc., e culminando com a necessidade para uso em hospedagens, sistemas de informação e máquinas de cartão de crédito. Deste modo, há a necessidade de desenvolver uma ação específica para este fim.

Área de abrangência: Peixe

Programa de limpeza das praias e ilhas de Peixe

No contexto da implementação das ações voltadas à infraestrutura relacionadas à gestão ambiental, e como desdobramento das regras e restrições estabelecidas pelos planos de manejo turísticos voltados à preservação ambiental, será lançado um programa objetivando a sensibilização da população local e dos turistas quanto à limpeza, preservação, manutenção, coleta de lixo, retirada de entulhos e de rasteio e gestão de resíduos nas praias e ilhas da região de Peixe.

O programa ainda contará com uma vertente educacional, com vistas a conscientizar a população e os turistas sobre a importância da preservação das praias, enquanto recursos naturais e atrativos a serem utilizados e sobre os danos causados pelo lixo lançado em praias e rios. A ideia é desenvolver uma consciência ecológica na população que frequenta as praias e ilhas, possibilitando melhoria nas condições de limpeza das mesmas, tendo em vista que são um recurso natural e espaços coletivos de lazer e de desenvolvimento do turismo.

Área de abrangência: Peixe

5.2.4. Componente 4: Fortalecimento Institucional

Vínculo com a Estratégia:**AT9 - Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo:**

Fortalecimento do quadro normativo institucional para a oferta turística de Peixe, que levem à melhoria da qualidade da experiência turística na oferta atual, aliado ao incremento do associativismo e ao estabelecimento de parcerias com Universidades de regiões vizinhas.

AT10 - Fiscalização e certificação turística: Estruturação de normas obrigatórias que garantam uma experiência turística muito positiva em toda a cadeia de valor do turismo: transporte de chegada, hospedagem, gastronomia, guias turísticos, transporte nos destinos (veículos, barcos, portos, etc.). Para o aumento pretendido da qualidade do serviço turístico será ainda necessária a aposta na capacitação dos agentes pertencentes ao *trade* turístico.

AT11 - Modelos de gestão dos destinos turísticos: Foco na profissionalização da gestão e promoção turística do destino.

Produtos e Resultados:

Consolidar um envolvimento coeso e robusto dos mais variados atores públicos e privados que compõem o *trade* turístico na região, possibilitando um forte e transparente diálogo entre as esferas estadual e municipais, que possibilitará a ordenação das diretrizes para o setor e a estruturação de órgãos, conselhos e associações capacitados para atuar em consonância com o critério da sustentabilidade. É esperada a disponibilização de ferramentas que possibilitem a qualificação estratégica destes agentes envolvidos, fortalecendo as parcerias e o empreendedorismo.

Criação de quadro normativo do turismo para Peixe

O desenvolvimento de um quadro normativo tem como propósito a melhoria da qualidade da experiência turística atual. A proposta é a do estabelecimento de um quadro normativo que vise duas dimensões: (i) conjunto de normas que pretendem incrementar o nível da oferta, nas diversas etapas da cadeia de valor do turismo (transporte de chegada, hospedagem, gastronomia, guias turísticos, transporte nos destinos - veículos, barcos, portos, etc.); e (ii) estruturação de normas para a concessão dos principais atrativos a atores públicos e

privados que garantam altos níveis de qualidade na prestação de serviços nos núcleos turísticos em volta dos atrativos.

Área de abrangência: Peixe

Elaboração de capacitação transversal do trade turístico

O foco na capacitação do turismo pretende incrementar a vivência turística de quem visita a região. Se esta experiência é composta pela visita aos atrativos e às experiências que a região tem para oferecer, existem diversos fatores que influenciam decisivamente a experiência. O atendimento, a agilidade de processos e resposta de todos aqueles com quem o turista contata são igualmente um fator decisivo na experiência turística global.

A própria experiência percebida pelo turista decorre, deste modo, em grande parte do modo como este é recebido, não estando restrita aos locais e experiências que vivencia. A ação 4.2 pretende assim realizar capacitação para os diversos subsetores que compõem o *trade* turístico, fornecendo-lhes as ferramentas necessárias, para que estes possam aumentar a qualidade do serviço oferecido. As temáticas a tratar serão diversas, sendo agrupadas num plano de capacitação especializada para o setor. As temáticas a abordar deverão passar pela formação de preços, marketing (logos), promoção, hospitalidade, plataformas digitais, entre outras.

Área de abrangência: Peixe

Apoio ao desenvolvimento do associativismo

O suporte ao associativismo é uma forma de fortalecer os agentes turísticos, levando a que estes se tornem coletivamente mais fortes. A presente ação vem, por isso, fomentar o desenvolvimento do associativismo através do estabelecimento de medidas de apoio ao mesmo. Tal poderá passar pela cessão de instalações públicas para a realização das atividades das associações, por incentivos fiscais, pela realização de sessões de esclarecimento, entre outras.

O associativismo é um meio que promove a cooperação entre agentes com interesses comuns que, através da conjugação de esforços, promovem os seus interesses de forma mais eficaz do que aconteceria se o realizassem individualmente.

Deste modo, será promovido o recurso ao associativismo, contribuindo para a diminuição de custos e redução de utilização de recursos. Por outro lado, o associativismo permite a oferta de um produto ou serviço de melhor qualidade, assim como abranger um mercado de dimensão superior. Ao trabalhar em conjunto para objetivos comuns, surgirão novas atividades dinamizadoras do destino. Além disso, são desenvolvidos novos produtos que separadamente os agentes não teriam condições para criar. Assim, a presente ação preconiza a tomada de medidas de suporte às organizações já estabelecidas, assim como a novas (regras, apoios existentes, etc.).

De modo a criar condições para o crescimento do associativismo na região, e além das medidas já enunciadas anteriormente, a presente ação prevê o estabelecimento de incentivos para que diversas associações nacionais relacionadas com o setor turístico instalem polos ou representações locais na região. Isto irá permitir aumentar o nível de conhecimento e preparação destes agentes com uma ligação direta ou indireta ao setor. O projeto visa promover um contato mais próximo e constante entre todos os agentes que atuam no setor turístico. Por outro lado, a implementação do mesmo irá aumentar o conhecimento existente acerca das problemáticas e formas de funcionamento de todos os subsectores. Deste modo, tal projeto preconiza a atração de entidades e organismos tais como:

- ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
- ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
- ABETA – Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura
- BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo

Área de abrangência: Peixe

Criação de medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual

O empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento turístico, visto que é a iniciativa privada que é a grande impulsionadora do setor. O setor turístico necessita da iniciativa

privada para o seu desenvolvimento, e em particular de um sistema de empreendedorismo que crie condições para o surgimento de novas iniciativas que aportem dinamismo ao turismo da região.

Assim, o presente projeto tem como foco o fomento de uma cultura de iniciativa privada para as diversas áreas de apoio ao turismo. Para tal deverá ser estruturado um pacote de medidas de suporte às novas empresas que se dediquem à atividade turística, além de medidas de sustentabilidade para aquelas empresas que já se encontram em atividade atualmente.

As medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual poderão ser de natureza diversa, nomeadamente pela aplicação de benefícios fiscais (redução dos impostos a pagar, em particular nos primeiros anos de funcionamento da empresa), programas de capacitação, entre outros.

Para tal, será fundamental o papel que o SEBRAE, pela sua capacidade em capacitação, criação de agências e operadoras, elaboração produtos turísticos, entre outras atividades. Assim sendo, é proposta na presente ação a implementação de um polo do SEBRAE direcionado à promoção da atividade turística” de modo a realizar apoio ao microempresário na estruturação de produtos turísticos, marketing e comercialização. O SEBRAE tem realizado este tipo de iniciativas com bastante sucesso em algumas regiões do Tocantins.

Área de abrangência: Peixe

Implementação de protocolo de cooperação com o Polo da Universidade Federal do Tocantins (UFT) existente em Arraias

Com vistas a desenvolver a região de Peixe, esta ação deve implementar um acordo de cooperação entre o município de Peixe e a Universidade Federal do Tocantins (Polo de Arraias), que inclusive possui o curso tecnológico em Turismo Patrimonial e Socioambiental. Desta forma, os atores que compõem o *trade* turístico de Peixe poderão ser favorecidos pela proximidade de Arraias, cidade que possui tal infraestrutura de capacitação. Esta colaboração será um grande incentivo à melhores condições de desenvolvimento turístico, em geral, na região de Peixe.

Área de abrangência: Peixe

Elaboração de certificação turística sustentável

A certificação das atividades que fazem parte do *trade* turístico é o objetivo deste projeto, visto que só assim é possível garantir a qualidade e sustentabilidade das mesmas, bem como um controle regular sobre o do cumprimento das regras estabelecidas no Plano de Manejo, por exemplo. É assim proposta a criação de um “selo sustentável” que comprove o cumprimento dos requisitos para o desenvolvimento de atividades turísticas que estejam em conformidade com a preservação ambiental e com a boa utilização do potencial turístico dos recursos naturais, bem como com a qualidade das experiências oferecidas aos turistas.

O selo turístico proposto poderá abranger uma diversidade de atividades (hotelaria, restaurantes, transportadoras, operadoras e agências de viagem, entre outras) que se relacionem diretamente com a exploração turística de recursos naturais. O selo incluirá critérios de atribuição que medirão a sustentabilidade e a qualidade da oferta ao turista.

Área de abrangência: Peixe

Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo

Será necessário estruturar ações de capacitação para os gestores públicos responsáveis pelo Cadastur na região de Peixe. O propósito será fornecer-lhes novas ferramentas e conhecimento em relação às temáticas correntes na promoção do setor turístico, assim como a temáticas que sejam emergentes para o setor. Assim, tal como para a capacitação proposta para os agentes do *trade* turístico, as temáticas presentes na capacitação para os gestores públicos passará pela formação de preços, marketing (logos), promoção, hospitalidade, plataformas digitais, entre outras. Deste modo os agentes possuirão conhecimento para estabelecer estratégias eficazes de inclusão da dimensão inovadora na prática turística.

Área de abrangência: Peixe

Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe

Conforme orientação do Ministério do Turismo, os municípios brasileiros são incentivados a criar 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, e complementando, assim, o sistema nacional de gestão do turismo. O conselho municipal é uma instância de governança a nível local, que é composta pela iniciativa privada, pelo terceiro setor e pelo poder público.

Na esfera municipal, a gestão do turismo nos municípios 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 as esferas estadual e federal.

É com este intuito que a presente ação propõe a incentivar a implementação de um Conselho Municipal de Turismo em Peixe, onde este nível de organização local ainda não está ativo.

Área de abrangência: Peixe

Criação de Organização de Gestão do Turismo

A criação de uma Organização de Gestão do Turismo (OGT) tem como objetivo facilitar o desenvolvimento do setor, via redução ou eliminação de barreiras existentes. Trata-se de uma entidade gestora que possui poder executivo, tendo por isso capacidade de tomar decisões estratégicas que levem o turismo para patamares mais elevados de qualidade. Pretende-se que esta organização consiga ultrapassar obstáculos e criar condições que de outra forma não seria possível, ou seja, que os agentes individualmente não conseguiriam implementar. Assim sendo, a OGT tem poderes para:

- (i) Definir responsabilidade de outras entidades relacionadas ao turismo
- (ii) Eliminar burocracia (procedimentos desnecessários)
- (iii) Criação de produtos turísticos
- (iv) Elaboração e implementação de campanhas de promoção turística

Área de abrangência: Peixe

5.2.5. Componente 5: Gestão Ambiental

Vínculo com a Estratégia:

AT12 - Manejo turístico socioambiental sustentável: Foco em planejar a gestão socioambiental das zonas turísticas principais.

AT13 - Monitoramento ambiental e comunitário: Implementação de sistemas de aferição de satisfação da população face à atividade turística

Produtos e Resultados:

Planejamento e estruturação de dispositivos de coordenação das atividades que envolvam o meio ambiente e os recursos naturais, tendo como critério primordial a transparência, a sustentabilidade, a integração e o bem-estar da população local.

Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos

Serão desenvolvidos planos de manejos específicos para os atrativos turísticos que ensejem as necessidades de proteção e gestão ambiental. O objetivo do desenvolvimento dos planos de manejo é primordialmente promover um planejamento estratégico e dirigido da gestão socioambiental da região de Peixe e de seus principais atrativos turísticos e os recursos ambientais a estes associados.

Deste modo, será possível instituir princípios norteadores para o uso sustentável destes produtos, estabelecer limitações à exploração e utilização dos recursos naturais ali contidos, alcançando assim a mitigação de impactos negativos e prevenção socioambiental.

As regras estabelecidas definirão detalhamentos como diferentes níveis de proteção dentro da área abrangida pelo plano de manejo, a delimitação dos espaços destinados a utilização por turistas, áreas que deverão ter acesso restrito, infraestruturas físicas construídas ou mantidas, gestão dos resíduos naquela zona (águas e esgotos, lixo, etc.), entre outros.

Área de abrangência: Peixe

Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística

A satisfação da população local diante das atividades desenvolvidas pelo *trade* turístico na região devem ser objeto de observação e monitoramento comunitário, enquanto atores envolvidos na cadeia produtiva.

É essencial que o desenvolvimento do turismo na região reverta-se em benefícios para a comunidade, através da implementação de melhorias às quais eles tenham acesso, preservação da qualidade da vida da população e do ambiente em que vivem, valorização da cultura local, promoção de maior segurança, participação da população local em programas de capacitação e conscientização, geração de emprego e renda, e inserção da população local na cadeia produtiva do turismo, entre outros.

Neste sentido, esta ação prevê a implementação e execução de um sistema de medição da satisfação dos moradores locais em relação às atividades turísticas, de modo a aferir como tem decorrido o impacto socioambiental relacionado às atividades turísticas, e como a comunidade local tem sido afetada.

Área de abrangência: Peixe

5.3. Dimensionamento do Investimento Total

O dimensionamento do investimento total necessário para concretizar as diferentes ações de desenvolvimento turístico para o município de Peixe foi realizado tendo em atenção a implementação de projetos similares em outros contextos (no estado ou no país), bem como a experiência do consórcio na projeção de custos para projetos da natureza e da complexidade como os que aqui se propõem.

O dimensionamento do investimento foi feito por ação, sendo posteriormente agrupado por área temática e, finalmente, por componente, permitindo assim a visualização de subtotaís por componente do PDITS. A estimativa de investimento é apresentada em duas moedas – real e dólar – assumindo US\$ 1 = R\$ 3,6552 como taxa de câmbio para efeitos de conversão. Esta taxa representa o valor médio da taxa de câmbio para compra de dólar dos EUA em 2018, segundo dados do Banco Central do Brasil.²⁶

O investimento total para a execução dos projetos de desenvolvimento turístico previstos no PDITS de Peixe é de **R\$ 35,5 milhões**. Trata-se da região (entre as quatro que compõem o objeto deste trabalho) que menos recursos receberá, o que está em consonância com o fato de todo o investimento concentrar-se num único município, uma vez que os demais municípios da região, em virtude de salvaguardas ambientais (relacionadas com áreas de preservação ambiental e reservas indígenas) ficaram de fora do escopo do projeto.

A Tabela 23 apresenta o investimento necessário para a implementação de cada projeto. Os projetos que estão destacados em negrito correspondem aos considerados prioritários para implementação (o processo de priorização será explicitado no capítulo seguinte).

²⁶<https://www3.bcb.gov.br/sgspub/consultarvalores/consultarValoresSeries.do?method=consultarValores>

Tabela 23. Dimensionamento do Investimento Total no PDITS de Peixe.

Componente 1: Produto Turístico					
Área temática	Nº	Ação	Área de Abrangência	Custo	
				RS	US\$
Organização de informação de base	1.1	Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal em Peixe	Peixe	45.000,00	12.311,23
	1.2	Definição e desenvolvimento de ZOITS em Peixe	Peixe	35.000,00	9.575,40
	Organização de informação de base			80.000,00	21.886,63
Produtos e roteiros segundo a estratégia	1.3	Criação e estruturação de Roteiro Turístico Integrado com Serras Gerais, Palmas e Jalapão	Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Palmas e Peixe (Municípios)	220.000,00	60.188,22
	1.4	Criação do produto turístico "Tocantins Aventura"	Peixe	135.000,00	36.933,68
	1.5	Criação do produto turístico "Conhecendo o Tropeço"	Peixe	135.000,00	36.933,68
	1.6	Desenvolvimento dos segmentos turísticos prioritários para Peixe	Peixe	205.000,00	56.084,48
	1.7	Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego	Peixe	1.350.000,00	369.336,84
	1.8	Incentivo à criação de hospedagens de excelência	Peixe	750.000,00	205.187,13
	1.9	Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico	Peixe	335.000,00	91.650,25
	Produtos e roteiros segundo a estratégia			3.130.000,00	856.314,29

Desenvolvimento do destino turístico	1.10	Desenvolvimento integral e gestão de NUTS em Peixe	Peixe	150.000,00	41.037,43
	1.11	Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos	Peixe	120.000,00	32.829,94
	Desenvolvimento do destino turístico			270.000,00	73.867,37
Componente 1: Produto Turístico				3.480.000,00	952.068,29
Componente 2: Comercialização					
Estratégia de Marketing	2.1	Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para Peixe	Peixe	750.000,00	205.187,13
	Estratégia de Marketing			750.000,00	205.187,13
Promoção do destino turístico	2.2	Elaboração de uma Promoção Operativa Anual (POA)	Peixe	45.000,00	12.311,23
	2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Serras Gerais e Palmas	Jalapão e Serras Gerais (Regiões), Palmas e Peixe (Municípios)	356.000,00	97.395,49
	2.4	Implementação de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) em Peixe	Peixe	250.000,00	68.395,71
	Promoção do destino turístico			651.000,00	178.102,43
Monitoramento da informação e marketing	2.5	Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) em Peixe	Peixe	50.000,00	13.679,14
	Monitoramento da informação e marketing			50.000,00	13.679,14
Componente 2: Comercialização				1.451.000,00	396.968,70
Componente 3: Infraestrutura					
Acessibilidade, conectividade e comunicação	3.1	Implementação de sinalização indicativa e turística em Peixe	Peixe	335.000,00	91.650,25

	3.2	Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos-chave para Peixe	Peixe	235.000,00	64.291,97
	3.3	Recuperação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)	Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Peixe e Palmas (Municípios)	28.750.000,00	7.865.506,68
	3.4	Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)	Peixe	100.000,00	27.358,28
	Acessibilidade, conectividade e comunicação			29.420.000,00	8.048.807,18
Gestão e proteção ambiental	3.5	Programa de limpeza das praias e ilhas de Peixe	Peixe	350.000,00	95.753,99
	Gestão e proteção ambiental			350.000,00	95.753,99
Componente 3: Infraestrutura				29.770.000,00	8.144.561,17
Componente 4: Fortalecimento Institucional					
Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo	4.1	Criação de quadro normativo do turismo para Peixe	Peixe	50.000,00	13.679,14
	4.2	Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico	Peixe	84.000,00	22.980,96
	4.3	Apoio ao desenvolvimento do associativismo	Peixe	73.000,00	19.971,55
	4.4	Criação de medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual	Peixe	53.000,00	14.499,89
	4.5	Implementação de protocolo de cooperação com o Polo da Universidade Federal do Tocantins (UFT) existente em Arraias	Peixe	50.000,00	13.679,14
	Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo			310.000,00	84.810,68
Fiscalização e certificação turística	4.6	Elaboração de certificação turística sustentável	Peixe	85.000,00	23.254,54

	4.7	Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo	Peixe	85.000,00	23.254,54
		Fiscalização e certificação turística		170.000,00	46.509,08
Modelos de gestão dos destinos turísticos	4.8	Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe	Peixe	35.000,00	9.575,40
	4.9	Criação de Organização de Gestão do Turismo	Peixe	45.000,00	12.311,23
		Modelos de gestão dos destinos turísticos		80.000,00	21.886,63
Componente 4: Fortalecimento Institucional				560.000,00	153.206,39
Componente 5: Gestão Ambiental					
Manejo turístico socioambiental sustentável	5.1	Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos	Peixe	200.000,00	54.716,57
		Manejo turístico socioambiental sustentável		200.000,00	54.716,57
Monitoramento ambiental e comunitário	5.2	Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística	Peixe	120.000,00	32.829,94
		Monitoramento ambiental e comunitário		120.000,00	32.829,94
Componente 5: Gestão Ambiental				320.000,00	87.546,51
TOTAL				35.581.000,00	9.734.351,06

5.4. Descrição das Ações Prioritárias

O capítulo serve para apresentar as fichas das ações que foram definidas como prioritárias pela Consultoria, às quais foram adicionadas as ações identificadas como prioritárias pelos agentes do *trade* turístico em oficina realizada no município durante o mês de Junho de 2018.

As fichas apresentadas são correspondentes a ações a implementar no curto prazo, nos primeiros 18 meses de implementação do PDITS, e servirão como base para as ações restantes. As fichas foram elaboradas de acordo com os termos de referência do PDITS, incluindo os seguintes itens:

- Objetivo;
- Justificativa;
- Área de abrangência;
- Efeito esperado no desenvolvimento turístico;
- Benefícios e beneficiários;
- Descrição da ação;
- Responsáveis pela execução;
- Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço (se procede) e custo estimado;
- Custo estimado e fonte de financiamento;
- Gastos estimados de operação;
- Normas de legislação ambiental exigida por lei;
- Indicadores de acompanhamento e fontes de verificação destes indicadores;
- Relação com outras ações quanto ao cronograma;
- Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referências ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.

Seleção das ações

As ações selecionadas como prioritárias para o desenvolvimento do município de Peixe, no âmbito do presente PDITS (P5 e P6), foram escolhidas de forma articulada entre a consultoria e os atores locais. O envolvimento do *trade* turístico é fundamental por duas razões. Por um lado, os agentes que lidam diariamente com o setor turístico possuem um conhecimento e visões próprias sobre a realidade local. Assim, a sua opinião é crucial no desenhar de uma nova estratégia turística para Peixe. Por outro lado, ao fazerem parte de todo o processo de desenho e escolha das ações previstas para o turismo no seu município, os atores locais vão-se sentir envolvidos no processo e motivados no contexto do seu papel na execução das ações propostas.

A metodologia de seleção envolveu assim uma missão realizada durante o mês de Abril de 2019 ao município de Peixe, e às restantes regiões que compõem o PDITS, de modo a realizar uma sessão de priorização a curto prazo de um conjunto total de 32 ações definidas para o município. Este conjunto total de ações foi proposto pela Consultoria, assim como pelos agentes locais durante a missão prévia que ocorreu em Junho de 2018. Na Tabela 24 é possível observar, para cada ação definida como prioritária para Peixe, quais foram selecionadas pela consultoria e as que foram indicadas nas oficinas realizadas junto do *trade* turístico.

Tabela 24. Ações priorizadas pela consultoria e pelo *trade* turístico

Ação	Consultoria	Trade Turístico
1.1	Sim	
1.4	Sim	Sim
1.5		Sim
1.7	Sim	
1.9	Sim	
2.1		Sim
2.3	Sim	
3.1	Sim	Sim
4.2	Sim	Sim
4.8	Sim	Sim
5.1	Sim	Sim

Tabela 25. Investimentos do PDITS – Primeiros 18 meses

COMPONENTE E AÇÃO		ÁREA DE ABRANGÊNCIA	CUSTO	
			R\$	U\$
Componente 1: Produto Turístico				
1.1	Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal em Peixe	Peixe	45.000,00	12.311,23
1.4	Criação do produto turístico "Tocantins Aventura"	Peixe	135.000,00	36.933,68
1.5	Criação do produto turístico "Conhecendo o Tropeço"	Peixe	135.000,00	36.933,68
1.7	Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego	Peixe	1.350.000,00	369.336,84
1.9	Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico	Peixe	335.000,00	91.650,25
Subtotal Componente Produto Turístico			2.000.000,00	547.165,68
Componente 2: Comercialização				
2.1	Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para Peixe	Peixe	750.000,00	205.187,13
2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com Jalapão, Serras Gerais e Palmas	Jalapão e Serras Gerais (Regiões), Palmas e Peixe (Municípios)	356.000,00	97.395,49
Subtotal Componente Comercialização			1.106.000,00	302.582,62
Componente 3: Infraestrutura				
3.1	Implementação de sinalizações indicativa e turística em Peixe	Peixe	335.000,00	91.650,25
Subtotal Componente Infraestrutura			335.000,00	91.650,25
Componente 4: Fortalecimento Institucional				
4.2	Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico	Peixe	84.000,00	22.980,96
4.8	Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe	Peixe	35.000,00	9.575,40
Subtotal Componente Fortalecimento Institucional			119.000,00	32.556,36
Componente 5: Gestão Ambiental				
5.1	Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos	Peixe	200.000,00	54.716,57
Subtotal Componente Gestão Ambiental			200.000,00	54.716,57
TOTAL			3.760.000,00	1.028.671,48

A estimativa de investimento é apresentada em duas moedas – real e dólar – assumindo US\$ 1 = R\$ 3,6552 como taxa de câmbio para efeitos de conversão. Esta taxa representa o valor médio da taxa de câmbio para compra de dólar dos EUA em 2018, segundo dados do Banco Central do Brasil.

COMPONENTE 1 – Produto Turístico

Título da Ação					
Componente	Produto Turístico	Área Temática:		Organização de informação de base	
Objetivo	Dotar o município de Peixe de um instrumento básico na gestão turística: Inventário Turístico				
Justificativa	O município de Peixe não possui atualmente inventário turístico. Tal situação consiste numa lacuna básica e evidente de um instrumento basilar tanto para a gestão estratégica a longo prazo como a diária da atividade turística. Deste modo, da presente ação resultará que o município passe a deter um inventário atualizado, com informação útil e suficiente, que sirva como mapa geral da oferta turística local.				
Área de abrangência	Município de Peixe				
Efeito esperado	Aumento da informação existente no município acerca da sua oferta turística e ao estado de conservação da mesma.				
Benefícios	Maior informação de base por parte da prefeitura para a definição de <i>estratégias</i> turísticas.	Beneficiários		Prefeitura	
Descrição	<p>O modelo detalhado de inventário turístico a ser elaborado pela presente ação servirá como elemento basilar na construção de políticas públicas de desenvolvimento do setor turístico para Peixe, funcionando como um farol para nortear todo um leque de futuras iniciativas a serem desenvolvidas dentro do Turismo no município. O inventário permitirá aos agentes públicos locais obter uma imagem geral e atualizada dos atrativos e infraestruturas turísticas existentes, ultrapassando deste modo uma forte lacuna existente na gestão do turismo.</p> <p>A elaboração de um modelo de inventário turístico permitirá assim que Peixe realize uma avaliação mais detalhada da realidade atual, tirando proveito e fortalecendo subsetores melhores estruturados, bem como definir políticas públicas e construir ações futuras mais bem embasadas e focadas em áreas-chave, que efetivamente necessitem de reforço. Assim, o inventário turístico permitirá a mobilização de diversos setores e atores ligados à cadeia turística e servirá como base para iniciativas e parcerias públicas e privadas, e ainda irá configurar um instrumento norteador de políticas e legislações que beneficiem o Turismo.</p> <p>Deverá ser utilizado pelo município o modelo disponibilizado pelo Ministério do Turismo (Mtur) denominado de “Inventário de Oferta Turística”. Este documento consiste num instrumento de base para o planejamento e gestão da atividade turística, através da coleta de informação acerca dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo.</p>				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção		Prefeitura	
Fonte de financiamento	Fundo Estadual de Desenvolvimento do	Custo estimado	US\$ 12.311	Custo estimado operação	Não se aplica

	Turismo / Prodetur			
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	Não se aplica			
Indicadores de acompanhamento	Existência de inventário turístico em Peixe	Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Ação inicial			
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo
	Sim	Sim	Sim	Sim
	Não	Não	Não	Não

Título da Ação	Criação do produto turístico "Tocantins Aventura"			
Componente	Produto Turístico	Área Temática:	Produtos e roteiros segundo a estratégia	
Objetivo	Promover a prática de diversas atividades aquáticas no município de Peixe			
Justificativa	Sendo que Peixe possui atrativos turísticos naturais com uma forte vertente aquática, a presente ação visa promover o desenvolvimento de atividades que potencializem a utilização do rio Tocantins, suas praias e ilhas.			
Área de abrangência	Município de Peixe			
Efeito esperado	Aumento da diversidade dos segmentos turísticos praticados em Peixe			
Benefícios	Incremento da prática de diversas atividades turísticas ligadas ao rio Tocantins resultará uma maior notoriedade de Peixe como destino turístico	Beneficiários	Atividades e população relacionada com a atividade turística, e turistas pelo aumento da oferta disponível	
Descrição	A existência de recursos naturais tais como rio, praias, ilhas e arquipélagos, propicia a prática de um conjunto de atividades que consigam tirar proveito dos recursos naturais existentes em Peixe. Deste modo, a presente ação tem como objetivo promover um maior desenvolvimento dos segmentos de turismo esportivo e de aventura na região da Ilha do Bananal. Para tal, é proposta a criação e comercialização do produto turístico "Tocantins Aventura", cujo intuito é dotar o município de condições para o desenvolvimento do			

	segmento de pesca esportiva e atividades aquáticas fluviais, tais como boia-cross, <i>rafting</i> , caiaque, canoagem, <i>floating</i> , entre outras. Pretende-se, deste modo, tornar o município de Peixe numa referência na prática de atividades de lazer (pesca) e radicais (aventura) de rio.				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	Prefeitura		
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal	Custo estimado	US\$ 36.934	Custo estimado operação	Não se aplica
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	NATURATINS				
Indicadores de acompanhamento	Número de atividades esportivas relacionadas com o rio Tocantins		Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Ação inicial				
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

Título da Ação	Criação do produto turístico "Conhecendo o Tropeço"		
Componente	Produto Turístico	Área Temática:	Produtos e roteiros segundo a estratégia
Objetivo	Promover o atrativo turístico de Peixe denominado de Arquipélago do Tropeço		
Justificativa	O município de Peixe possui um atrativo distintivo a nível estadual e nacional, já que o Arquipélago do Tropeço com as suas 366 ilhas trata-se de um dos maiores do mundo. Este atrativo deverá tornar-se na imagem característica do município, potenciando o turismo.		
Área de abrangência	Município de Peixe		
Efeito esperado	Desenvolvimento de um maior número de atividades turísticas decorridas no Arquipélago do Tropeço		

Benefícios	Aumento do fluxo turístico no Arquipélago do Tropeço e no município de Peixe em geral		Beneficiários	Agentes do <i>trade</i> turístico e população local	
Descrição	<p>O Arquipélago do Tropeço apresenta condições únicas e diferenciadoras para se tornar na imagem de marca do município de Peixe, e mesmo da região da Ilha do Bananal. Possuindo um total de 366 ilhas, o arquipélago apresenta condições particulares para a prática de diversas atividades turísticas, nomeadamente nos segmentos de aventura, natureza, ecoturismo, e pesca esportiva, entre outros. As condições únicas que apresenta, tornam este atrativo o maior arquipélago tropical do mundo, e terceiro em geral. Fica deste modo evidenciado o potencial diferenciador aos níveis municipal, estadual e até nacional para tornar o Arquipélago do Tropeço numa forte imagem de marca turística.</p> <p>Deste modo, a presente ação prevê a consolidação dos segmentos turísticos do Arquipélago do Tropeço a partir da utilização dos seus recursos naturais. A intenção é que haja investimento em infraestrutura e serviços básicos para embasar o desenvolvimento, promoção e comercialização destes produtos turísticos, o que possibilitará aos turistas uma experiência de aproveitamento do rio através de passeios em diferentes tipos de embarcações. Assim, haverá a necessidade de cadastramento de barqueiros e guias turísticos, em constante interface com as associações de barqueiros. Fica assim evidente a necessidade de uma estreita cooperação entre todos os intervenientes que compõem o <i>trade</i> turístico local.</p>				
Responsáveis pela execução	ADETUC, Prefeitura de Peixe	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	Prefeitura		
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal	Custo estimado	US\$ 36.934	Custo estimado operação	Não se aplica
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	NATURATINS				
Indicadores de acompanhamento	Número de produtos turísticos existentes no Arquipélago do Tropeço, volume turístico anual no atrativo		Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Ação inicial				
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

Título da Ação	Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego				
Componente	Produto Turístico	Área Temática:	Produtos e roteiros segundo a estratégia		
Objetivo	Dotar os principais atrativos de Peixe de condições ótimas para recebimento de fluxos turísticos				
Justificativa	Visto que os atrativos turísticos de Peixe apresentam, na sua maioria, condições precárias no que concerne à oferta de infraestrutura turística, torna-se necessário o investimento para a promoção de um turismo de qualidade e que possa atrair um número suficiente de turistas. Para tal, é imperativo que as condições apresentadas que os atrativos estejam de acordo com as expectativas dos visitantes.				
Área de abrangência	Município de Peixe				
Efeito esperado	Maior notoriedade do município de Peixe enquanto destino turístico				
Benefícios	Incremento da satisfação dos visitantes e consequente registro de um maior número de turistas	Beneficiários	Turistas e população local		
Descrição	<p>A melhoria da infraestrutura turística para os atrativos prioritários (Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego) tem como objetivo, a curto prazo, a execução de uma série de iniciativas a serem implantadas no sentido de primeiramente consolidar a experiência turística já atualmente verificada nestes atrativos, enquanto pontos turísticos prioritários na região de Peixe. Tal melhoria servirá para alterar significativamente o modo como os serviços turísticos são prestados atualmente em diversas áreas (limpeza, conservação, segurança, diversidade de atividades oferecidas, etc.). O objetivo é melhorar significativamente a experiência do turista, aumentando a sensação de qualidade do serviço prestado, fazendo com que o turista repita a visita à região e a recomenda a outros potenciais visitantes.</p> <p>A longo prazo, pretende-se que os investimentos alterem o modo como é realizada a gestão dos atrativos turísticos em Peixe. As mudanças efetuadas devem assegurar que existe uma visão a longo prazo que ofereça garantias de que as estratégias definidas são implementadas de forma eficiente e ambientalmente sustentável. A obtenção de uma maior visibilidade é, por isso, o grande objetivo a longo prazo, a ser obtida pelo investimento em infraestrutura nos atrativos que atualmente funcionam como elementos de atração de fluxos turísticos.</p>				
Responsáveis pela execução	ADETUC, Prefeitura de Peixe	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	Prefeitura		
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal	Custo estimado	US\$ 369.337	Custo estimado operação	Não se aplica
Normas de Legislação	NATURATINS				

Ambiental exigidas por lei				
Indicadores de acompanhamento	Volume turístico e tempo médio de permanência do turista; Maior arrecadação de impostos devido ao desempenho turístico	Fontes de verificação		Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Ação inicial			
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo
	Sim	Sim	Sim	Sim
	Não	Não	Não	Não

Título da Ação	Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico			
Componente	Produto Turístico	Área Temática:		Produtos e roteiros segundo a estratégia
Objetivo	Tornar o município de Peixe um destino de excelência para a prática de atividades náuticas			
Justificativa	O município de Peixe possui um conjunto de atrativos turísticos relacionados de algum modo com o Rio Tocantins, que dotam Peixe de condições naturais que potencializam a prática de diversas atividades náuticas.			
Área de abrangência	Município de Peixe			
Efeito esperado	Maiores volume turístico e tempo de permanência médio dos turistas			
Benefícios	Incremento no número de turistas que visitam o município de Peixe. Instalação de condições favoráveis ao desenvolvimento do turismo náutico	Beneficiários		População local, <i>trade</i> turístico e turistas
Descrição	O segmento de turismo náutico tem vindo a expandir-se a nível global, e no Brasil, em particular. O município de Peixe apresenta condições ótimas para o desenvolvimento de diversas tipologias de atividades relacionadas com o segmento náutico. Torna-se, deste modo, fundamental implementar as condições propícias para que surjam iniciativas do foro privado que explorem novas oportunidades de atividades turísticas relacionadas como o Rio Tocantins, no âmbito dos segmentos de aventura e ecoturismo: boia <i>cross</i> , caiaque, canoagem, <i>fly board</i> , <i>jet ski</i> , esqui aquático, <i>kite surf</i> , parapente, <i>rafting</i> , rapel, <i>stand up paddle</i> , tirolesa, toboágua e trilhas. O apoio ao empreendedorismo nestas atividades deverá respeitar a prática de turismo sustentável, contribuindo para a sustentabilidade. A nível			

	<p>público, a presente ação prevê investimentos direcionados ao reforço da infraestrutura e equipamentos náuticos de qualidade elevada, tornando-se um fator diferenciador face a destinos competidores. Deste modo, o município possuirá condições para aumentar consideravelmente os seus indicadores turísticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) Volume turístico; (ii) Tempo médio de permanência turística; (iii) Gasto médio turístico; (iv) Número de turistas internacionais. <p>O investimento público nas infraestruturas existentes nos atrativos indicados servirá para melhorar as condições destes, e criar condições para que a iniciativa privada apresente projetos que providenciem as práticas turísticas de rio evidenciadas anteriormente. O fomento ao empreendedorismo local é assim igualmente um dos propósitos da presente ação.</p>			
Responsáveis pela execução	ADETUC, Prefeitura de Peixe	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	Prefeitura	
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal	Custo estimado	US\$ 91.650	Custo estimado operação Não se aplica
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	NATURATINS			
Indicadores de acompanhamento	Aumento da oferta no número de atividades turísticas relacionadas com o segmento náutico, maior volume turístico e tempo médio de permanência		Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Ação inicial			
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo
	Sim	Sim	Sim	Sim
	Não	Não	Não	Não

COMPONENTE 2 – Comercialização

Título da Ação					
Componente		Comercialização		Área Temática: Estratégia de Marketing	
Objetivo		Desenvolver uma ferramenta norteadora do setor turístico em Peixe			
Justificativa		A estruturação de um Plano de Marketing para Peixe torna-se fundamental para estabelecer uma estratégia clara e bem definida a longo prazo, que guie o crescimento do turismo na região.			
Área de abrangência		Município de Peixe			
Efeito esperado		Dotar os agentes relacionados com o <i>trade</i> turístico (públicos e privados) de um documento norteador a curto, médio e longo prazos. É esperado que os agentes turísticos se beneficiem das indicações e propostas presentes no mesmo, utilizando a informação contida no documento para decidirem sobre o futuro do setor turístico na região.			
Benefícios		Dotar os agentes turísticos de um documento norteador		Beneficiários Agentes do <i>trade</i> turístico (público e privado)	
Descrição		<p>O Plano de Marketing deverá estar assente em três áreas bem definidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recomendação; • Intermediação; • Especialização. <p>As campanhas de recomendação terão o foco em programas de fidelização no destino, trabalhando essencialmente o mercado <i>online</i>. A vertente de intermediação destina-se a reforçar o papel dos agentes de comercialização de reservas tanto <i>online</i> como <i>offline</i>. Por fim, as campanhas especializadas pretendem chegar a segmentos de mercado específicos, utilizando para tal canais próprios.</p> <p>No Plano de Marketing estarão definidas diversas questões relativamente à promoção do turismo em Peixe. Assim sendo, que , o plano irá conter o posicionamento de mercado, mercados atuais e potenciais, mercados prioritários e secundários, ações de marketing (níveis municipal, regional e estadual), imagem a ser divulgada, os meios de comunicação mais adequados para atingir os objetivos propostos e fortalecer a identidade turística do município.</p> <p>Na definição do Plano de Marketing será fundamental a Estratégia de Comercialização estabelecida no âmbito do PDITS para o município de Peixe.</p>			
Responsáveis pela execução		ADETUC		Responsáveis pela implementação/operação/manutenção ADETUC, Prefeitura	
Fonte de		BIRD / Fundo Estadual de		Custo estimado US\$ 205.187	
				Custo estimado Não se aplica	

financiamento	Desenvolvimento do Turismo			operação	
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	NATURATINS e Secretaria de Meio Ambiente				
Indicadores de acompanhamento	Execução do Plano de Marketing		Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Não se aplica				
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

Título da Ação	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com Jalapão, Serras Gerais e Palmas				
Componente	Comercialização	Área Temática:	Promoção do destino turístico		
Objetivo	Aumentar a visibilidade do município de Peixe				
Justificativa	A existência de destinos mais consolidados e conhecidos nas proximidade de Peixe (Jalapão, Serras Gerais e Palmas) oferece a possibilidade de uma associação com estas regiões, de modo a Peixe aproveitar o reconhecimento que estas já detêm.				
Área de abrangência	Peixe, Palmas, Serras Gerais e Jalapão				
Efeito esperado	Aumento do reconhecimento de Peixe enquanto destino turístico				
Benefícios	Incremento do fluxo de turistas que visitam Peixe, como consequência de um maior reconhecimento do município	Beneficiários	Agentes turísticos de Peixe		
Descrição	A ação de definição de ações de marketing e promoção conjunta entre as Serras Gerais, Jalapão, Peixe e Palmas encontra-se relacionada com aquela destinada à estruturação de um Roteiro Turístico Integrado entre estas regiões. Na fase da estratégia do PDITS foi realizado um estudo de demanda potencial, onde os destinos Jalapão e Palmas sobressaíram como os mais reconhecidos. Nesse sentido, surgiu como estratégia a tomada de ações conjuntas de Peixe com estes destinos. A região das Serras Gerais foi igualmente incluída na estratégia devido não só à proximidade geográfica com Peixe, mas igualmente pela sua oferta turística complementar com este				

	<p>município.</p> <p>As ações de marketing conjuntas a definir entre as diversas regiões englobarão a:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) Promoção conjunta das regiões em feiras e eventos nacionais e internacionais; (ii) Criação de roteiros que incluam municípios pertencentes às regiões integrantes na ação; (iii) Estruturação de pacotes de incentivos (descontos em alojamento, restaurantes, ingressos para atrativos,...) para os turistas que visitem as regiões do roteiro; (iv) Implementação do “cartão do roteiro” que divulgue e premie a utilização de infraestruturas turísticas por todos os municípios pertencentes ao roteiro <p>A estruturação de ações de marketing conjuntas entre as Serras Gerais, Jalapão, Palmas e Peixe deverá ser realizada com o <i>trade</i> turístico local, de modo a definir os produtos turísticos, atrativos e atividades comercializadas no âmbito do roteiro. Este deverá ser um processo interativo entre todos os agentes do setor para definir uma estratégia para estas regiões. Apenas a partir da definição conjunta acerca dos elementos a inserir nas ações de marketing, é que deverão ser realizadas as ações definidas previamente (promoção conjunta, roteiros, pacotes de incentivos,...). A implementação dos roteiros deve ser precedida da elaboração dos documentos técnicos e instrumentos adequados para a sua comercialização.</p>				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	ADETUC		
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal	Custo estimado	US\$ 97.395	Custo estimado operação	Não se aplica
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	Não se aplica				
Indicadores de acompanhamento	Número de produtos turísticos criados em conjunto pelas Serras Gerais, Jalapão, Palmas e Peixe	Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)		
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Não se aplica				
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

COMPONENTE 3 – Infraestrutura

Título da Ação					
Componente	Infraestrutura	Área Temática:		Acessibilidade, conectividade e comunicação	
Objetivo	Promover a qualificação dos acessos dos turistas aos atrativos turísticos de Peixe, bem como aos equipamentos e serviços turísticos a eles associados, possibilitando experiências turísticas mais seguras, padronizadas e organizadas, e o aumento do grau de autonomia dos turistas que, a partir de uma sinalização turística consistente, poderão optar por roteiros mais extensos.				
Justificativa	A partir do relatório do diagnóstico estratégico da atividade turística no município de Peixe, concluiu-se que as sinalizações indicativa e turística é insuficiente e, quando existente, encontra-se apenas na proximidade do atrativo. Em relação à análise da demanda turística atual, a pesquisa indicou que a divulgação de muitos atrativos (sobretudo os naturais) é feita verbalmente, e os visitantes se queixam da falta de sinalização turística e de informações sobre os atrativos existentes na região. A existência de uma sinalização turística mais eficiente foi indicada com um ponto de melhoria, durante entrevistas com turistas sobre quais as melhorias que deveriam ser implementadas na região.				
Área de abrangência	Município de Peixe				
Efeito esperado	Maior satisfação do turista face a uma experiência de melhor qualidade decorrente da facilitação do acesso aos atrativos.				
Benefícios	Acesso facilitado e mais seguro e rápido, gerando maior satisfação do turista	Beneficiários		Turistas, atores envolvidos no setor turístico e população local	
Descrição	Será realizado um estudo de campo objetivando um diagnóstico detalhado do atual cenário das sinalizações para acesso aos atrativos turísticos selecionados em todo o município de Peixe. A informação coletada em campo constará de um relatório com um projeto indicativo dos atrativos a serem favorecidos por esta ação, bem como indicações para a fabricação e instalação de placas e sinalizações. Uma vez realizado este levantamento, e tendo como diretriz as normas e definições internacionais da Organização Mundial do Turismo, será implementada uma série de sinalizações indicativas e turísticas nos locais de acesso, pontos estratégicos e atrativos turísticos pré-estabelecidos a partir do supramencionado projeto.				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	ADETUC		
Fonte de financiamento	CAF / Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo	Custo estimado	US\$ 91.650	Custo estimado operação	Não se aplica

Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	Não se aplica			
Indicadores de acompanhamento	Contabilização do número de turistas visitantes em atrativos selecionados, para medição do fluxo.	Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Não se aplica			
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo
	Sim	Sim	Sim	Sim
	Não	Não	Não	Não

COMPONENTE 4 – Fortalecimento Institucional

Título da Ação		Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico			
Componente	Fortalecimento Institucional	Área Temática:	Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo		
Objetivo	Dotar os agentes turísticos da região de ferramentas para que possam prestar um serviço de elevada qualidade.				
Justificativa	Há uma relação direta entre a qualidade dos serviços prestados e a percepção positiva das experiências por parte dos turistas. No Diagnóstico Estratégico do município de Peixe, verificou-se uma ainda escassa existência de capacitação da população local para a operação, gerenciamento e planejamento do turismo. Esta ação visa suprir esta lacuna.				
Área de abrangência	Município de Peixe				
Efeito esperado	Desenvolvimento do setor turístico na região, que contará com mão-de-obra especializada e profissionais capacitados para promover o progresso do setor, além de processos mais ágeis. Com isto, o esperado é que os turistas possuam uma avaliação mais positiva da globalidade da experiência turística.				
Benefícios	Aumento do nível de excelência e profissionalismo ligado ao setor. Maior valor agregado às funções desempenhadas, com geração de renda.	Beneficiários	Turistas e todos os atores e agentes (pessoas físicas e jurídicas) que compõem o <i>trade</i> turístico de Peixe, sejam entidades públicas ou privadas.		
Descrição	Estruturação de um plano de capacitação que abranja os empregados e empregadores de empreendimentos, órgãos e instituições ligados a subsetores pré-definidos do <i>trade</i> turístico. Propõe-se a realização de capacitação para os diversos subsetores que compõem o <i>trade</i> turístico através da elaboração de um plano de capacitação especializada para o setor do turismo. Pretende-se alcançar um aprimoramento profissional para que estes possam aumentar a qualidade do serviço ofertado, de modo a contribuir para que a experiência vivenciada por turistas seja incrementada, elevando o nível de satisfação dos mesmos. Para tal será fundamental a colaboração de organizações como o SEBRAE e Universidades (UFT), com experiência comprovada em capacitação nas diversas temáticas relacionadas com o setor turístico.				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	SEBRAE, UFT, Prefeitura		
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal / Fundo Estadual de Desenvolvimento do	Custo estimado	US\$ 22.981	Custo estimado operação	Não se aplica

	Turismo			
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	Não se aplica			
Indicadores de acompanhamento	Contabilização do número de turistas visitantes em localidades selecionadas, para medição do tempo médio de permanência.	Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Não se aplica			
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo
	Sim	Sim	Sim	Sim
	Não	Não	Não	Não

Título da Ação	Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe		
Componente	Fortalecimento Institucional	Área Temática:	Modelos de gestão dos destinos turísticos
Objetivo	Estabelecer uma estratégia direcionada para o turismo no município através da implementação de um modelo de gestão que integre os diversos setores públicos e privados locais, visando o desenvolvimento do turismo através de ações estratégicas planejadas e executadas em parceria com órgãos dos níveis estadual e federal.		
Justificativa	O Ministério do Turismo possui uma postura muito clara em relação à importância de que os municípios possuam Conselhos Municipais de Turismo ativos e operantes, de modo a dar prosseguimento às políticas desenhadas no âmbito público, garantindo continuidade às mesmas, independentemente da mudança dos gestores. Deste modo, esta ação visa preencher esta lacuna, uma vez que este órgão de vital importância para o turismo não se encontra em atividade em Peixe.		
Área abrangência de	Município de Peixe		
Efeito esperado	O desenvolvimento do setor do turismo e a consolidação de atividades turísticas através da construção de um espaço para diálogo acerca de políticas públicas e ações estratégicas voltadas ao setor, de modo a promover uma forte integração entre os atores que compõem o <i>trade</i> turístico e a população local.		

Benefícios	Melhor articulação do setor, possibilitando maior interface com a esfera pública e a população local. Desenvolvimento do turismo e consolidação das atividades turísticas, através de ações estratégicas pensadas conjuntamente.		Beneficiários	Agentes (pessoas físicas e jurídicas) que compõem o <i>trade</i> turístico da região, sejam entidades públicas ou privadas.	
Descrição	Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe, a partir das orientações técnicas fornecidas pelo Ministério do Turismo. A constituição dos conselhos permitirá fomentar de forma efetiva e constante, a criação e apoio de associações em Peixe.				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	Prefeitura		
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal / Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo	Custo estimado	US\$ 9.575	Custo estimado operação	Não se aplica
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	Não se aplica				
Indicadores de acompanhamento	Número de Conselhos Municipais de Turismo ativos na região	Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)		
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Não se aplica				
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

COMPONENTE 5 – Gestão Ambiental

Título da Ação		Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos			
Componente	Gestão Ambiental	Área Temática:	Manejo turístico socioambiental sustentável		
Objetivo	O objetivo do desenvolvimento dos planos de manejo é primordialmente promover um planejamento estratégico e dirigido da gestão socioambiental do município de Peixe e de seus principais atrativos turísticos e os recursos ambientais a estes associados.				
Justificativa	Quando da realização do Diagnóstico Estratégico da atividade turística em Peixe, verificou-se a inexistência de um plano de manejo turístico geral para o município, bem como planos específicos e estudos de capacidade de carga para atrativos mais suscetíveis à degradação ambiental pela ação humana. Assim, a elaboração de tal plano de manejo foi considerada uma ação prioritária de melhoria.				
Área abrangência de	Município de Peixe				
Efeito esperado	Promover a exploração sustentável dos atrativos turísticos e dos recursos ambientais a este associados, objetivando a diminuição de impactos negativos gerados pela ação humana e a prevenção socioambiental.				
Benefícios	Preservação das áreas e atrativos mais vulneráveis do município, com mitigação dos impactos negativos gerado pela ação antrópica, garantia da manutenção dos processos ecológicos e prevenção da fragilização dos sistemas naturais.	Beneficiários	População em geral, turistas e todos os atores e agentes (pessoas físicas e jurídicas) que compõem o <i>trade</i> turístico da região, sejam entidades públicas ou privadas.		
Descrição	Elaboração de planos de manejo e estudos de capacidade de carga específicos para os atrativos turísticos que ensejem as necessidades de proteção e gestão ambiental. Deste modo, será possível instituir princípios norteadores para o uso sustentável destes produtos, estabelecer regras de visitação e limitações à exploração e utilização dos recursos naturais ali contidos, alcançando assim a mitigação de impactos negativos e prevenção socioambiental. As regras estabelecidas definirão detalhamentos como diferentes níveis de proteção dentro da área abrangida pelo plano de manejo, a delimitação dos espaços destinados a utilização por turistas, áreas que deverão ter acesso restrito, infraestruturas físicas construídas ou mantidas, gestão dos resíduos naquela zona (águas e esgotos, lixo, etc.), entre outros.				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	ADETUC, Prefeitura		
Fonte de financiamento	Prodetur / BIRD / Governo Federal / Fundo Estadual de Desenvolvimento do	Custo estimado	US\$ 54.717	Custo estimado operação	Não se aplica

	Turismo			
Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei	NATURATINS e Secretaria de Meio Ambiente			
Indicadores de acompanhamento	Questionários de monitoria e avaliação da efetividade do planejamento	Fontes de verificação	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
Relação com outras ações quanto ao cronograma	Não se aplica			
Nível de avanço	Projeto Básico	Projeto Executivo	Termo Referência	Reconhecimento Retroativo
	Sim	Sim	Sim	Sim
	Não	Não	Não	Não

5.5. Avaliação dos Impactos Esperados

Este capítulo apresenta os impactos estratégicos esperados com a implementação das ações elencadas como prioritárias nos Produtos 5 e 6. Tais impactos foram analisados e sistematizados a partir dos seus efeitos sobre o município, a região e a população local, sob quatro diferentes aspectos: ambiental, social, econômico e cultural.

Respeitando-se tais parâmetros, para cada uma das ações são apresentados impactos negativos e positivos, tomando como base o diagnóstico previamente realizado acerca do município de Peixe. O objetivo desta avaliação é propiciar uma abrangente visão em relação aos efeitos potencialmente benéficos ou negativos que as ações prioritárias para desenvolvimento do turismo poderão acarretar nos domínios supracitados.

A importância de optar-se pela sistematização dos indicadores de acordo com tais fatores socioeconômicos deve-se ao fato de que, desta forma, é possível entender a real dos desdobramentos da implementação das ações selecionadas no que tange a componentes de suma importância, tais como a qualidade de vida das populações, o meio ambiente, o patrimônio cultural e imaterial, dentre outros.

Deste modo, tais indicadores encontram-se a seguir detalhados para cada uma das ações propostas:

Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal em Peixe

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Criação de políticas públicas de proteção ao meio ambiente; - Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais; - Modificação de atrativos e paisagens naturais;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior conhecimento das realidades locais, possibilitando ações de melhoria; - Inclusão social através de políticas públicas direcionadas; - Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações; 	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado; - Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Maior envolvimento dos setores públicos e privados na região; - Ampliação dos empreendimentos e infraestruturas, dinamizando a economia local; - Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de aproveitamento da população local nos empreendimentos e práticas econômicas;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial; - Melhor utilização da cultura, esporte e festividades como atrativos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;

Criação do produto turístico “Tocantins Aventura”

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Implementação de ações estratégicas com foco na proteção do meio ambiente; - Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos; - Criação de infraestruturas de redução de impacto ambiental, como destinação de resíduos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais; - Modificação de atrativos e paisagens naturais; - Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura adequada;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorias nas infraestruturas, paisagem e serviços em geral, beneficiando a população; - Inclusão social através de ações de integração; - Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações, para que sejam aproveitadas pelo segmento; 	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado; - Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Geração de valor com a criação de um novo produto turístico; - Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo; - Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento desordenado da população em decorrência da atração de pessoas por conta de oportunidades econômicas; - Crescimento econômico que não beneficie a população local;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial; - Possibilidade de associação do produto com tradições e folclore locais; - Desenvolvimento do esporte na região; - Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais; 	<ul style="list-style-type: none"> - Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;

Criação do produto turístico "Conhecendo o Tropeço"

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Preservação do Arquipélago do Tropeço, devido à tomada de consciência da população local; 	<ul style="list-style-type: none"> - A excessiva procura turística poderá danificar as condições naturais que existem atualmente; - O elevado número de ilhas (366 ao total) que o atrativo apresenta, aumenta a possibilidade da prática de atividades irregulares que aumentem a quantidade de lixo nas ilhas;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior consciencialização para o carácter único e distintivo do Arquipélago do Tropeço; - Tomada de medidas de proteção do atrativo (níveis público e privado); 	<ul style="list-style-type: none"> - Atração de um número elevado de turistas ao município de Peixe que interfira negativamente com o dia-a-dia da população local;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Dinamização da economia local, em geral para todo o município de Peixe; - Criação de novos produtos turísticos associados diretamente ao Arquipélago do Tropeço; - Aumento no número de agências, emprego e renda decorrente do aumento do fluxo de turistas direcionados para o Arquipélago do Tropeço; 	<p>Não se aplica</p>
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Promoção de novas atividades culturais no município de Peixe, decorrente de um maior fluxo de turistas, cujo motivo principal de visita seja conhecer o Arquipélago do Tropeço 	<p>Não se aplica</p>

Investimento e recuperação de infraestrutura turística na Lagoa do Romão, Praia da Tartaruga, Arquipélago do Tropeço e Ilha do Sossego

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Implementação de ações estratégicas com foco na proteção do meio ambiente; - Recuperação e conservação de aspectos ambientais e recursos naturais; - Criação de políticas públicas de proteção ao meio ambiente; - Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos; - Criação de infraestruturas de redução de impacto ambiental, como destinação de resíduos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais; - Modificação de atrativos e paisagens naturais; - Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura adequada;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorias nas infraestruturas, paisagem e serviços em geral, beneficiando a população; - Inclusão social através de ações de integração; - Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações, para que sejam aproveitadas nas ações; 	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado; - Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Geração de valor com a recuperação de atrativos turísticos; - Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo; - Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento desordenado da população em decorrência da atração de pessoas por conta de oportunidades econômicas; - Crescimento econômico que não beneficie a população local;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial; - Possibilidade de associação da exploração dos atrativos com tradições e folclore locais; - Desenvolvimento de esportes na região e resgate de tradições e folclore locais; - Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais; 	<ul style="list-style-type: none"> - Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;

Estímulo ao empreendedorismo no segmento náutico

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Implementação de ações estratégicas com foco na proteção do meio ambiente; - Recuperação e conservação de aspectos ambientais e recursos naturais; - Criação de políticas públicas de proteção do meio ambiente; - Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos; - Criação de infraestruturas de redução de impacto ambiental, como destinação de resíduos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais; - Modificação de atrativos e paisagens naturais; - Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura necessária;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorias nas infraestruturas, paisagem e serviços em geral, beneficiando a população; - Inclusão social através de ações de integração; - Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações, para que sejam aproveitadas pelo segmento; 	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado; - Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Geração de valor com a criação de um novo produto turístico; - Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo; - Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento desordenado da população em decorrência da atração de pessoas por conta de oportunidades econômicas; - Crescimento econômico que não beneficie a população local;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior valorização da cultura e patrimônio imaterial; - Desenvolvimento do esporte na região; - Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais; 	<ul style="list-style-type: none"> - Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;

Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para Peixe

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Promoção de um maior conhecimento por parte da população turística e local acerca da riqueza ambiental de Peixe; 	<ul style="list-style-type: none"> - Deterioração da condição ambiental de alguns atrativos;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Envolvimento dos diversos segmentos da população (<i>trade</i> turístico – público e privado - e população em geral) na definição de estratégias para o município; 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento da desigualdade entre população envolvida com o turismo e aquela que não beneficia ou participa no mesmo;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento da imagem do destino; - Promoção de um posicionamento mais eficaz no mercado, no que concerne à atração dos mercados definidos e pretendidos para o município; - Obtenção de uma maior eficiência na comunicação para os mercados alvos; - Promoção de um maior número de oportunidades de negócio; - Aumento da arrecadação, do PIB, de emprego e renda; - Redução de efeitos da sazonalidade; 	<ul style="list-style-type: none"> - Crescimento turístico desregulado; - Desenvolvimento desigual dentro do município;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento na divulgação da história e cultura locais; 	<ul style="list-style-type: none"> - Deterioração da infraestrutura relativa com os atrativos culturais em Peixe, decorrente de um volume excessivo de visitantes nos mesmos;

Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com Jalapão, Serras Gerais e Palmas

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos; - Criação de infraestruturas de redução de impacto ambiental, como destinação de resíduos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais; - Modificação de atrativos e paisagens naturais; - Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura adequada;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população; - Inclusão social através de políticas públicas direcionadas; - Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações; 	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado; - Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social; - Descaracterização da sociedade por influências externas;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Melhor posicionamento do agrupamento face ao mercado; - Redução de dependência da sazonalidade; - Aumento da arrecadação e do PIB; - Criação de novos produtos turísticos; - Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo; - Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de aproveitamento da população local nos empreendimentos e práticas econômicas; - Aumento desordenado da população em decorrência da atração de pessoas por conta de oportunidades econômicas; - Crescimento econômico que não beneficie a população local;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de divulgação conjunta da cultura regional; - Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial; - Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais; 	<ul style="list-style-type: none"> - Introdução de novos costumes à população tradicional, ensejando conflitos;

Implementação de sinalizações indicativa e turística em Peixe

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior conhecimento do município; - Ordenamento e classificação dos atrativos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais; - Modificação de atrativos e paisagens naturais; - Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura adequada;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população; - Maior segurança para a população; 	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos sociais decorrentes de aumento desordenado do fluxo turístico;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado; - Aumento do fluxo turístico e da receita gerada pelas atividades turísticas; 	Não se aplica
Culturais	Não se aplica	Não se aplica

Elaboração de capacitação transversal do *trade* turístico

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Construção de um conhecimento acerca da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteada pela sustentabilidade dos mesmos; - Melhorias na gestão ambiental devido à capacitação de gestores e atores locais; - Maior conhecimento do município e de leis ambientais; 	Não se aplica
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusão social; - Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade; - Melhorias na gestão devido à capacitação de gestores e atores locais, trazendo benefícios a toda a população; 	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidades direcionadas apenas a quem atende a qualificações, excluindo parte da população;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos; - Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado, devido ao incremento na qualidade dos serviços; - Dinamização da economia local, com potencial criação de novas atividades turísticas e serviços; - Incentivo ao empreendedorismo: <ul style="list-style-type: none"> - Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e ao associativismo; 	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidades direcionadas apenas a quem atende a qualificações, excluindo parte da população;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais; - Transmissão de conhecimentos e valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial; - Melhorias na gestão da cultura e patrimônio devido à capacitação de gestores e atores locais; 	<ul style="list-style-type: none"> - Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;

Implementação de Conselho Municipal de Turismo em Peixe

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Criação de políticas públicas de proteção ao meio ambiente; - Implementação de ações estratégicas com maior reflexão e foco na proteção do meio ambiente; - Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos; - Melhorias na gestão ambiental, que se torna mais estratégica; 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de consenso entre os membros em relação às questões ambientais; - Falta de representatividade de alguns setores no Conselho;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusão social através de políticas públicas direcionadas; - Participação de diversos setores da sociedade na formulação de políticas; - Maior conhecimento das realidades locais, possibilitando ações de melhoria; 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de representatividade de alguns setores no Conselho; - Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Integração entre os diversos setores locais; - Maior integração entre as esferas pública e privada; - Formulação de estratégias para o desenvolvimento econômico do município; - Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado, devido à estratégias e integrações; 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de representatividade de alguns setores no Conselho;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboração de políticas direcionadas à valorização da cultura e do patrimônio; 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de representatividade de alguns setores no Conselho;

Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> - Estabelecer limitações à exploração e utilização dos recursos naturais; - Conservação de aspectos ambientais e culturais; - Maior conhecimento do município e de leis ambientais; - Criação de políticas públicas de proteção ao meio ambiente; - Divulgação da importância da exploração responsável dos recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos; - Criação de infraestruturas de redução de impacto ambiental, como destinação de resíduos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência da contribuição de alguns grupos e segmentos da sociedade na elaboração dos planos de manejo;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Maior conhecimento das realidades locais, possibilitando ações de melhoria; - Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população; 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de representatividade de alguns setores na elaboração dos planos, resultando em algum tipo de exclusão; - Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> - Maior integração entre as esferas pública e privada; - Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado, devido ao avanço na qualidade ambiental; 	<p>Não se aplica</p>
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> - Conservação de aspectos ambientais e culturais; - Transmissão de conhecimentos e valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial; - Melhorias na gestão da cultura e patrimônio devido à capacitação de gestores e atores locais; 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de representatividade de alguns setores na elaboração dos planos, resultando em algum tipo de exclusão;

5.6. Definição de mecanismo de *feedback*

Neste capítulo apresentam-se as diretrizes gerais que irão balizar a estruturação do sistema de acompanhamento e avaliação do PDITS.

5.6.1. *Objetivos*

O processo de monitoramento e avaliação tem como objetivos:

- Garantir a execução do PDITS de acordo com o proposto;
- Monitorar o andamento dos trabalhos e o seu grau de sucesso;
- Avaliar os impactos e resultados da implementação do PDITS na dinâmica do setor do turismo na região e no estado do Tocantins;
- Estimular a constante análise crítica sobre o trabalho desenvolvido, criando condições para a formulação de medidas corretivas e ajustes às metodologias adotadas;
- Promover o envolvimento e a responsabilização de instituições chave locais.

5.6.2. *Procedimentos*

O processo de monitoramento e avaliação será de natureza quantitativa e qualitativa, envolvendo a coleta e análise de informação primária e secundária, utilizando-se, para o efeito, das seguintes ferramentas:

- Fontes oficiais estatísticas em nível local (municípios), regional (região turística ou micro/mesorregião) sobre atividade econômica e sobre turismo – Mtur, EMBRATUR, ADETUC/TO, Conta-Satélite, etc.
- Estudos setoriais na área do turismo, estaduais, nacionais ou internacionais – tais como da ADETUC, MTur, EMBRATUR, WTO, WTTC, etc.
- Entrevistas e focus-grupo com administradores de atividades-chave e atividades de apoio ao turismo (hospedagem, alimentação, etc.);
- Entrevistas e focus-grupo com agentes com competências de gestão sobre a atividade turística e sua cadeia de valor – incluindo conselhos e fóruns estaduais e regionais de turismo;
- Aplicação de questionários a turistas, agências de viagem e operadores turísticos.

5.6.3. Agentes envolvidos

Atendendo à transversalidade da atividade turística, diferentes tipologias de atores deverão ser envolvidos no processo de monitoramento e avaliação da implementação do PDITS e dos seus impactos, de modo a se poder construir, de maneira coletiva, uma perspectiva abrangente e integral sobre o desenvolvimento da atividade turística nesta região.

Os principais atores que serão envolvidos no mecanismo de *feedback* incluem (sem prejuízo de um posterior refinamento da lista que é apresentada a título preliminar por agora):

- **Atores políticos:** ADETUC, SECOM, governo do estado do Tocantins, prefeituras municipais, secretarias municipais de turismo (quando aplicável);
- **Trade turístico:** representantes das diferentes atividades produtivas-chave do turismo – hospedagem, alimentação, operadoras de emissivo e receptivo, agências de viagem;
- **Associações setoriais:** representantes locais de associações que atuam em nome dos diferentes segmentos que compõem a cadeia produtiva do turismo, tais como ABIH, ABRASEL, ABETA, ABAV, etc.;
- **Sociedade civil:** representantes de organizações não-governamentais das mais variadas índoles – proteção ambiental, proteção indígena, promoção do artesanato, promoção da cultura e da arte, etc.;
- **Entidades financiadoras:** representantes de entidades financeiras e gestores de programas que representem potenciais fontes de financiamento aos projetos priorizados no âmbito do PDITS – aqui se incluem desde organizações nacionais até internacionais (como BID, Banco Mundial e Comissão Europeia), incluindo igualmente BASA, BNDES, SUDAM, entre outros.

5.3.1. Modelo de gestão

O modelo de gestão do sistema de monitoramento e avaliação deste PDITS (bem como dos demais) deverá ser capitaneado pela ADETUC e sua equipe técnica.

Um Comitê Técnico de Avaliação do PDITS deverá ser constituído, no seio da estrutura organizacional, da ADETUC. Este Comitê Técnico, coordenado pela ADETUC, deverá ser a instância máxima de análise dos dados e informações coletadas pela ADETUC e sua equipe técnica em matéria de execução do PDITS. Será o Comitê que irá preparar e divulgar

informação de avaliação sobre a implementação do PDITS e seus impactos, sendo igualmente responsável por propor ações de melhoria e ações corretivas no rumo de execução do Plano.

O Comitê Técnico deverá ser composto por representantes do Fórum Estadual de Turismo (FOESTUR), propondo-se igualmente que se reúna periodicamente, no âmbito das reuniões previstas para o FOESTUR. Do ponto de vista operacional, o comitê técnico poderá estar incluído como grupo de trabalho dentro do FOESTUR, tendo uma estrutura mista, incluindo elementos do FOESTUR e ADETUC.

5.3.2. Tipologia de indicadores

Esta seção tem como propósito apresentar os mecanismos de acompanhamento e avaliação, tanto para as ações definidas no âmbito do PDITS para o município de Peixe (Indicadores de Impacto) como para o PDITS (Indicadores de Realização):

- **Indicadores de impacto** - servem para aferir o efeito da implementação das ações definidas no PDITS, quer o impacto mais imediato quer os efeitos e implicações que decorrerão a longo prazo. Estes indicadores têm o objetivo de fornecer uma visão global da evolução preconizada para a atividade turística nesta região do estado do Tocantins.
- **Indicadores de realização** – pretendem medir o nível de execução do PDITS propriamente dito, nomeadamente no que concerne ao correto alinhamento com a estratégia definida, assim como o cumprimento das linhas de orientação e objetivos definidos;

Os indicadores de realização referem-se à realização de ações periódicas de verificação de uma correta implementação do PDITS, garantindo uma ampla participação de agentes públicos e privados.

Para tal, é proposta no âmbito do PDITS a realização de duas consultas públicas com coordenação do ADETUC, sendo realizadas: (i) no terceiro ano da execução do PDITS, de modo a apresentar os resultados parciais das ações já realizadas e aferir junto da população em geral e dos agentes pertencentes ao *trade* turístico dos impactos parciais da implementação do mesmo (através de aplicação de questionários aos participantes); (ii) no quinto ano e último

ano de execução do PDITS, a realização de uma audiência pública final para avaliação geral do PDITS, com o intuito de apresentar as ações efetuadas no âmbito do PDITS.

A efetivação de reuniões periódicas com a participação dos conselhos municipais de turismo, a serem efetivados como resultado do PDITS é, de igual modo, uma medida proposta para medir o grau de impacto que é expectável que a implementação do plano seja eficaz.

Deste modo, os mecanismos de *feedback*, compostos pela dupla tipologia de indicadores apresentada, permitirão efetuar um monitoramento da evolução do turismo na região. Para cada indicador serão apresentados os atores envolvidos, assim como a linha de base (Tabela 26) e a meta proposta, quando aplicável.

Tabela 26. Linhas de Base para o município de Peixe

Indicadores	Meta	Unidade de Medida	Fonte	Linha de Base	Atores
Indicadores de Impacto					
Existência de inventário turístico municipal completo	1	Unidade	Fonte: Prefeitura e Secretaria de Turismo de Peixe	Inexistente	ADETUC
Classificação de “C” ou superior no Mapa de Turismo Brasileiro para Peixe	1	Unidade	Fonte: Mapa do Turismo Brasileiro	0	ADETUC
Gasto médio por turista	604 (+25%)	Reais	Fonte: Pesquisa de demanda	483	ADETUC
Número médio de pernoites no destino	4,8 (+100%)	Unidade	Fonte: Pesquisa de demanda	2,4	ADETUC
Total de equipamentos e serviços turísticos registrados no CADASTUR	20 (+250%)	Unidade	Fonte: serviços do Cadastur (website)	8	ADETUC
Total de equipamentos e serviços turísticos existentes	32 (+50%)	Unidade	Fonte: Prefeitura e Secretaria de Turismo de Peixe	21	ADETUC
Total de leitos disponíveis	423 (+50%)	Unidade	Fonte: Entrevistas aos estabelecimentos	282	ADETUC
Existência de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) em Peixe	1	Unidade	Fonte: Prefeitura e Secretaria de Turismo de Peixe	Inexistente	ADETUC
Existência de conselho municipal de turismo em Peixe	1	Unidade	Fonte: Prefeitura e Secretaria de Turismo de Peixe	Inexistente	ADETUC
Sistema de Informação e Marketing (SIM)	Irá coletar informação estatística turística e relevante em tempo real (incluindo dados sobre satisfação do turista), por via eletrônica			Inexistente	ADETUC

Indicadores de Realização		
Indicador	Ano Inicial	Ano Final
Realização de reuniões periódicas (duas vezes por ano), com a participação dos conselhos municipais de turismo, para avaliação da implementação do PDITS	2	5
Realização de audiência pública para aferição de resultados parciais e finais da execução do PDITS	3	5

Fontes: Diversas, indicadas no P2 – Diagnóstico para o município de Peixe

6. Anexos



6. Anexos

Anexo 1 – Página da Consulta Pública relativa à Revisão da Política Estadual de Turismo Sustentável



CONSULTA PÚBLICA SOBRE A REVISÃO DA POLÍTICA ESTADUAL DE TURISMO SUSTENTÁVEL DO ESTADO DE TOCANTINS

A Minuta de Lei para uma nova Política Estadual de Turismo Sustentável do Tocantins apresentada em anexo representa um novo marco regulatório para o ordenamento e desenvolvimento da atividade turística no Estado.

Esta Minuta de Lei foi redigida no contexto do serviço de consultoria para elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) para quatro regiões do Estado do Tocantins: Serras Gerais, Ilha do Bananal (Peixe), Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio – serviço este contratado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e Cultura (SEDEN-TO) ao consórcio liderado pela Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI).

Este serviço e, em particular, a revisão da Política Estadual de Turismo Sustentável do Estado, teve como intuito instituir uma política eficiente, em conformidade com as diretrizes nacionais estabelecidas pelo Ministério do Turismo. Assim, espera-se que a revisão possa ampliar e aprimorar as atividades turísticas em Tocantins.

A Minuta de Lei aqui apresentada serve como revisão da atualmente vigente Lei da Política Estadual do Turismo Sustentável (Lei 2.820 de 30 de dezembro de 2013).

A presente consulta pública pretende coletar opiniões, comentários e sugestões de atores ligados à cadeia produtiva do turismo, num processo que se pretende interativo e participativo. O envolvimento da população, atores governamentais, agentes turísticos, atores privados, e comunidade local, entre outros, torna-se fundamental para que a Minuta de Lei da Política Estadual de Turismo Sustentável reflita de forma fiel a realidade, perspectivas e desejos dos agentes pertencentes ao *trade* turístico no Tocantins.

A consulta pública estará disponível até ao dia 13 de Março de 2019. Os contributos (opiniões, comentários e sugestões) deverão ser enviados para pditstocantins@spi.pt, indicando explicitamente a que parte da Lei se referem (artigo e número).

A Minuta da Política Estadual de Turismo do Tocantins apresenta-se no documento em anexo. ([Download](#)).



Figura 84. Consulta Pública relativa à Política Estadual de Turismo Sustentável

Fonte: <http://web.spi.pt/tocantins/>

Anexo 2 – Página da Consulta Pública relativa aos Planos de Ação



CONSULTA PÚBLICA SOBRE A PROPOSTA PRELIMINAR DOS PLANOS POR REGIÃO TURÍSTICA

Serve a presente consulta pública para coletar opiniões, comentários e sugestões de atores ligados à cadeia produtiva do turismo, relativamente à Proposta Preliminar dos Planos por região turística no âmbito do Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável (PDITS) para quatro regiões do Estado do Tocantins: Serras Gerais, Ilha do Bananal (Peixe), Vale dos Grandes Rios e Bico do Papagaio – serviço este contratado pela Agência do Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa (ADETUC) ao consórcio liderado pela Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI).

Os Planos correspondem à Etapa 5 do PDITS, e seguem-se às fases de diagnóstico estratégico e definição de estratégias de desenvolvimento turístico:

- Etapa 1 – Plano de Trabalho
- Etapa 2 – Diagnóstico Estratégico da Atividade Turística
- Etapa 3 – Estruturação da Política Estadual de Turismo Sustentável
- Etapa 4 – Definição de Estratégias de Desenvolvimento Turístico
- Etapa 5 – Definição dos Planos de Ação
- Etapa 6 – Elaboração e Entrega dos Produtos Finais

Deste modo, e pretendendo que o processo seja interativo e participativo, é lançada a presente consulta pública, disponível até ao dia 29 de Maio de 2019.

Os contributos (opiniões, comentários e sugestões) deverão ser enviados para pditstocantins@spi.pt, indicando explicitamente a que parte do documento se referem (capítulo e número de página).

A Proposta Preliminar dos Planos para as 4 regiões pertencentes ao PDITS apresenta-se no documento em anexo.

Anexos:

1. P6- Bico do Papagaio ([Download](#))
2. P6- Peixe ([Download](#))
3. P6- Serras Gerais ([Download](#))
4. P6- Vale dos Grandes Rios ([Download](#))



Figura 85. Consulta Pública relativa à Política Estadual de Turismo Sustentável

Fonte: <http://web.spi.pt/tocantins-2/>

Anexo 3 - Formulário de diagnóstico da infraestrutura básica e dos serviços

Formulário de diagnóstico da infraestrutura básica e dos serviços

Município

1. Nome oficial:
2. Principais atividades econômicas:

1. Sistemas de Transportes

Rodoviário

1. Pavimentação dos meios de acesso ao município:

Asfalto	
Concreto	
Paralelepípedo	
Saibro	
Asfalto ecológico	
Chão batido	
Outros	

2. Pedágio

Sim	
Não	

3. Sinalização

De acesso

Sim	
Não	

Turística

Sim	
Não	

4. Estado geral de conservação das vias

Muito Bom	<input type="checkbox"/>
Bom	<input type="checkbox"/>
Ruim	<input type="checkbox"/>

5. Comentários acerca dos meios de acesso (condição geral, dificuldades de circulação em alturas específicas do ano devido a formação de bancos de areia ou inundações, por exemplo):

Estação rodoviária

6. Existe?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

7. Se sim, que serviços oferece

Sanitários	<input type="checkbox"/>
Lanchonetes	<input type="checkbox"/>
Assentos	<input type="checkbox"/>
Iluminação nas áreas de embarque/desembarque	<input type="checkbox"/>
Lojas	<input type="checkbox"/>
Cyber café	<input type="checkbox"/>
Banco ou caixa eletrônico	<input type="checkbox"/>
Banca de jornais e revistas	<input type="checkbox"/>
Serviço de informações turísticas	<input type="checkbox"/>
Guarda volumes	<input type="checkbox"/>
Outros. Quais?	<input type="checkbox"/>

8. As linhas de ônibus ligam o município a que outras cidades/localidades/atrativos?

9. Existem pontos negativos no serviço de ônibus?

Horário desadequado (pouca frequência)	
Reduzido número de linhas	
Atrasos	
Mau estado de conservação dos veículos	
Falta de ar condicionado nos veículos	
Má sinalização da estação	
Falta de informação disponibilizada	
Outros. Quais?	

10. Como classifica a qualidade dos serviços de transporte rodoviário de passageiros (linhas, ônibus)?

Inexistente	
Inadequado	
Adequado	
Bom	
Ótimo	

11. Atendimento ao público

Atendimento em língua estrangeira

Não	
Inglês	
Espanhol	
Outras	

Informativos impressos

Não	
Português	
Inglês	
Espanhol	
Outras	

12. Horário de funcionamento:

Dias da semana	Horário
_____ a _____	__ : __ às __ : __

Sistema Hidroviário

13. Existem cursos navegáveis no município ou nas suas proximidades?

Sim	
Não	

14. Se sim, qual é a sua função?

Transporte	
Lazer (pesca, banho e esportes)	
Outros. Quais?	

15. No caso de transporte, o que transporta?

Passageiros	
Mercadorias	
Carros/camiões	
Animais	
Outros. Quais?	

Sistema Ferroviário

16. Existe ferrovia no município ou nas suas proximidades?

Sim	
Não	

17. Se sim, as condições que oferece (serviços, horários, capacidade de transporte, ...) satisfaz as necessidades da população e turistas? Que comentários têm acerca deste serviço?

Sistema Aeroportuário

18. Existe algum aeroporto no município ou nas suas proximidades?

Sim	
Não	

19. Se sim, as condições que oferece (serviços, horários, capacidade de transporte, ...) satisfaz as necessidades da população e turistas? Que comentários tem acerca deste serviço?

20. Quais são os destinos oferecidos e proveniências de voos por companhia

Companhia	Destinos	Proveniências

21. Como classifica a situação dos aeroportos (capacidade operacional, localização, oferta de destinos)?

Inexistente	
Inadequado	
Adequado	
Bom	
Ótimo	

2. Sistema de abastecimento de água

22. Tipo de abastecimento

	Sim/Não	%
Água não canalizada		
Canalizada de poço		
Canalizada de nascente		
Canalizada de curso de água/barragem		
Outros. Quais?		

23. O abastecimento é realizado somente à sede municipal (sistema isolado) ou a todo o município?

24. Domicílios atendidos (%)

25. Como avalia a qualidade da água: abastecimento de água potável, manejo das águas pluviais, coleta e tratamento de esgoto?

Inexistente	
Inadequado	
Adequado	
Bom	
Ótimo	

26. Comentários adicionais (cobertura do sistema de abastecimento de água, necessidade de ampliar a rede de distribuição no futuro).

3. Sistema de esgotamento sanitário

27. Existem os seguintes serviços relativos aos serviços de esgoto?

Serviços	Sim	Não	% cobertura no município
Rede de Esgoto			
Fossa séptica			
Fossa rudimentar			
Vala			
Estação de tratamento			
Esgotos tratados			
Outros. Quais?			

28. Comentários adicionais.

4. Limpeza urbana

29. Que meios são utilizados para a limpeza urbana?

Meios próprios município	
Terceiros	
Ambos	

30. Relativamente aos serviços de lixo, existem os seguintes serviços?

Coleta	Sim	Não	%
Seletiva			
Não seletiva			
Sem coleta			
Outros. Quais?			

31. Qual é a frequência da coleta de lixo no município (nº de vezes por semana)?

32. No que diz respeito à deposição e tratamento de lixo, como é realizada?

Deposição e tratamento	Sim	Não	%
Aterro Sanitário			
Compostagem			
A céu aberto			
Outros. Quais?			

33. Para o caso do depósito a céu aberto, existe tratamento adequado como impermeabilização do solo, drenagem do chorume ou cercamento?

Sim	
Não	

34. Reciclagem

Materiais	Sim	Não	%
Aço			
Alumínio			
Ferro			
Outro metal. Qual?			
Baterias e pilhas			
Borracha			
Eletrônicos			
Embalagens longa vida			
Entulho			
Madeira			
Papel			
Plástico e embalagens			
Vidro			
Óleo de cozinha			
Outros. Quais?			

35. Como classifica a limpeza urbana nas áreas turísticas: coleta e manejo dos resíduos sólidos (lixo), controle de pragas e outras doenças?

Inexistente	
Inadequado	
Adequado	
Bom	
Ótimo	

36. Comentários adicionais.

--

5. Rede de drenagem pluvial

37. Existe rede de drenagem pluvial no município (sarjetas, valas)? Qual é a taxa de cobertura deste serviço no município (%)?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

%	<input type="checkbox"/>
---	--------------------------

38. Se sim, esta encontra-se em boas condições (boa manutenção)?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

39. A pavimentação das estradas permite uma fácil drenagem das águas?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

40. É habitual a existência de inundações que interfiram com as atividades turísticas (comprometendo o acesso aos atrativos), ou nos próprios atrativos?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

41. Existe cadastro ou informação sistematizada sobre as redes subterrâneas em funcionamento nos municípios?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

42. Comentários adicionais.

--

6. Sistemas de Comunicação

43. Meios de comunicação existentes

Agências de correios	
Emissoras de rádio	
Canais de televisão por meio de torres e antenas parabólicas	
Jornais de circulação nacional	
Outros. Quais?	

44. Tipo de acesso à internet

A rádio	
A cabo	
Banda larga	
Discada	
Wireless	
3G	

45. Telefonia Móvel

Sim	
Não	

Se sim, em que parte do município?

Em todo o município	
Em parte do município	

46. Telefonia Fixa

Sim	
Não	

Se sim, em que parte do município?

Em todo o município	
Em parte do município	

47. Entidades bancárias existentes

--

48. Comentários adicionais (nomeadamente relativos à rede bancária, e ao funcionamento dos terminais de atendimento 24 horas, à qualidade de acesso à internet e à cobertura da refeção móvel).

--

7. Energia elétrica

49. Existem falhas no abastecimento de energia e inconstâncias da tensão da rede elétrica, em particular na época de chuvas?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

50. Prevê-se a necessidade de ampliar a capacidade instalada, nomeadamente para lidar com o aumento da demanda turística?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

51. Como classifica o fornecimento de energia?

Inexistente	<input type="checkbox"/>
Inadequado	<input type="checkbox"/>
Adequado	<input type="checkbox"/>
Bom	<input type="checkbox"/>
Ótimo	<input type="checkbox"/>

52. Comentários adicionais.

--

8. Serviços de saúde

53. Qual é a percepção face à qualidade e atendimento nos serviços de saúde?

Inexistente	
Inadequado	
Adequado	
Bom	
Ótimo	

54. Relativamente às unidades de saúde existentes no município.

	Sim/Não	Nº Médicos	Nº Enfermeiros	Auxiliares
Hospitais Públicos				
Hospitais Privados				
Posto de Saúde				
Outros. Quais?				

55. Existem alguns problemas de saúde no município causados pela poluição, exploração mineira ou outros?

56. Comentários adicionais.

9. Segurança

57. Existe registro com ocorrências específicas para os turistas?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

58. Existe um órgão específico voltado à segurança do turista?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

59. Nos atrativos turísticos como é feito o socorro aos turistas? (Autoridades, Guias turísticos, ...).

60. Quais são as forças de segurança presentes no município:

	Sim/Não	Nº funcionários
Delegacia	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Bombeiros	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Outros.Quais?	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

61. Como classifica a segurança no município?

Inexistente	<input type="checkbox"/>
Inadequado	<input type="checkbox"/>
Adequado	<input type="checkbox"/>
Bom	<input type="checkbox"/>
Ótimo	<input type="checkbox"/>

62. Como classifica a segurança do turista e a efetividade do policiamento em áreas turísticas?

Inexistente	<input type="checkbox"/>
Inadequado	<input type="checkbox"/>
Adequado	<input type="checkbox"/>
Bom	<input type="checkbox"/>
Ótimo	<input type="checkbox"/>

66. Relativamente aos serviços de restauração (restaurantes/lanchonetes) indique o nome:

67. Relativamente às agências turísticas existem no município, indique os seus nomes:

68. Existe algum Centro de Atendimento ao Turista (CAT), onde este possa ir procurar informação sobre a oferta turística na região?

Tabela de Informação Turística

Principais Atrativos	Potenciais Atrativos	Roteiros Turísticos	Investimentos e Necessidades	Infraestrutura Turística (hotéis, restaurantes, bares)	Guias Locais	Agências Turismo Recetivo	Agências Turismo Emissivo

Anexo 4 - Formulário de diagnóstico para atrativos naturais

Formulário de diagnóstico do recurso/atrativo natural

1. Empreendimento

A. Nome oficial:

B. Nome fantasia:

2. Localidade:

A. Localização : GPS ou (nº KM do centro do município) e direção (Norte/Sul):

B. Município:

3. Entidade mantenedora

C. Nome:

D. Website:

4. Ocorrências naturais

Áreas de mata com diversidade de fauna e flora	
Arquipélago	
Baía	
Cachoeiras	
Cascata	
Catarata	
Cavernas	
Chapada	
Corredeira	
Córrego	
Depressão	
Dolina	
Fonte	
Furna	
Grutas	

Ilha	
Lagos/ Lagoa	
Matacão	
Matas	
Mirante de observação	
Monte/morro	
Parques	
Patamar	
Pico/cume	
Piscina natural	
Planalto	
Planície	
Praias	
Recursos climáticos, termais ou hidrominerais	
Represa	
Rio	
Rochas ou Montanhas	
Salto	
Serra	
Tabuleiro	
Trilhas e ou roteiros internos	
Vale	

Área de proteção ambiental	
Área de interesse ecológico	
Estação ecológica	
Floresta	
Monumento Natural	
Parque	
Refúgio de vida silvestre	
Reserva biológica	
Reserva extractivista	
Reserva de desenvolvimento sustentável	
Reserva de fauna	
Reserva particular do património natural	
Zoológico	
Jardim Botânico	

Comentários:

--

5. Diferencial do recurso/atrativo

--

6. Localização

Urbana	<input type="checkbox"/>
Rural	<input type="checkbox"/>

7. Natureza

Público	<input type="checkbox"/>
Privado	<input type="checkbox"/>

8. Tipo de organização /instituição

Associação	<input type="checkbox"/>
Sindicato	<input type="checkbox"/>
Cooperativa	<input type="checkbox"/>
Sistema S	<input type="checkbox"/>
Empresa	<input type="checkbox"/>

Outros

--



9. Horário de funcionamento:

A. Dias da semana	B. Horário
_____ a _____	__ : __ às __ : __
_____ a _____	__ : __ às __ : __

10. Restrições

Crianças	<input type="checkbox"/>
Fumantes	<input type="checkbox"/>
Animais	<input type="checkbox"/>

Outros

11. Estrutura de funcionamento

A. Ingresso ou taxa de manutenção	Sim	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
	A. Valor	<input type="checkbox"/>
B. Visitação	Sim	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
C. Finalidade	Passeio	<input type="checkbox"/>
	Aventura	<input type="checkbox"/>
	Religiosidade	<input type="checkbox"/>
	Pesquisa	<input type="checkbox"/>
D. Agendada	Outras	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
	Opcional	<input type="checkbox"/>
E. Autoguiada	Obrigatória	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
	Opcional	<input type="checkbox"/>
F. Guiada	Obrigatória	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
	Opcional	<input type="checkbox"/>

12. Instalações de Entrada

A. Centro de recepção	Sim	
	Não	
B. Posto de Informação	Sim	
	Não	
C. Portaria principal	Sim	
	Não	
D. Guarita	Sim	
	Não	
E. Bilheteria	Sim	
	Não	

13. Tipos de acesso

Terrestre pavimentado	
Sem pavimentação	
Fluvial	
Aéreo	
Marítimo	

Rodovias	
Transporte Público	
Fretados	

14. Possibilidade de receber

Ônibus	
Micro-ônibus	
Carro de passeio	
4x4	
Barco	
Mobilidade reduzida	

15. Estrutura de estacionamento

Sim	
Não	

Coberto	
Descoberto	
Acessibilidade	

Total lugares	Lugares para autocarro	Tarifas

16. Sinalização

Entrada	Sim	
	Não	
Turística	Sim	
	Não	

Indicação de locais públicos	
Postos de informação	
Mapas turísticos	
Sinalização nas trilhas	

17. Pontencialidade do recurso para produto turístico atractivo do tipo natural na especialidade

Aventura	
Ecológico	
Saúde/Beleza	
Aquático/náutico	
Ecoturismo	
Pesca	
Sol e praia	

Outros

18. Estágio de desenvolvimento do produto

Pronto	
Formatação	
Readequação	

19. A propriedade tem condições de receber turistas neste momento?

Sim	
Não	

20. Quantas pessoas recebe

Média mensal	
Média Anual	

21. Origem dos visitantes

Entorno	
Estaduais	
Nacionais	
Internacionais	

22. Qual a altura de alta temporada / quantas pessoas recebe

Temporada	Meses	# Média de visitantes
Alta		
Baixa		

23. Serviços de apoio

Achados e perdidos	
Loja de artesanato /souvenirs	
Feiras	
Caixa eletrônico	
Banheiros	
Restaurante	
Recepção	

Hospedagem	
Serviço de informação	
Bebedouros	
Ambulatório médico	
Espaço para eventos	
Sinalização interna	
Museu	
Iluminação	
Guarda-volumes	
Telefones públicos	

Outros:

24. Outras instalações

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

25. Proximidades

Restaurante	
Bar/lancheonete	
Meio de hospedagem	
Shopping	
Galeria/ rua comercial	
Centro de convenções/exposições	
Posto de combustível	

Outros

26. Distâncias

A. Aeroporto	
B. Estação rodoviária	
C. Estação ferroviária	
D. Estação Marítima/Fluvial	
E. Ponto de táxi	
F. Ponto de ônibus	
G. Sede do município	
H. Localidade mais próxima	

Outros

27. Integra roteiros turísticos comercializados

Sim	
Não	

Nome	Sites

28. Integra Guias turísticos

Sim	
Não	

Nome	Sites

29. Lista de atividades

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Anexo 5 - Formulário de diagnóstico para atrativos culturais, religiosos ou outros

Formulário de diagnóstico do recurso/atrativo

C. Empreendimento

A. Nome oficial:

B. Nome fantasia:

D. Localidade:

A. Localização: GPS ou (nº KM do centro do município) e direção (Norte/Sul):

B. Município

E. Entidade gestora

A. Nome:

B. Website:

F. Ocorrências Histórico-culturais

Acervo arqueológico	
Acontecimento histórico	
Alambique/vinicola	
Arquitetura funerária	
Arquitetura militar	
Artesanato	
Asilo	
Atividades tradicionais de trabalho	
Bibliotecas	
Casa de fundição	
Casa de intendência	
Cadeia	
Casa de alfândega	
Casa de chacará/sítio/fazenda/engenho	
Casa de comércio	

Casa de operários	
Casarões, senzala e/ou similares	
Celeiro	
Centros culturais/casa de cultura/galerias	
Chafariz/fonte/bica	
Chalé	
Cines clubes	
Comunidades tradicionais - De imigração	
Comunidades tradicionais - Extrativista	
Comunidades tradicionais - Indígena	
Comunidades tradicionais - Quilombola	
Comunidades tradicionais - Ribeirinha	
Coreto	
Culto	
Edificações de valor histórico	
Educandário/ colégio/ escola	
Encontro para manifestação de fé	
Engenho	
Equipamentos, maquinário e/ou similares	
Fábrica	
Fatos históricos	
Fazenda	
Fórum/tribunal	
Gastronomia típica	
Hospital	
Liceu	
Manifestações culturais (dança, teatro, grupos folclóricos e contadores de Histórias)	
Manifestações religiosas materiais e imateriais	
Moinho/usina	
Obras de arte	
Obras de interesse artístico	
Orfanato/ creche	
Paço Municipal	
Palácio/palacete	
Personalidades	
Pesquisas ou estudos científicos	
Processo de produção industrial	
Produção agro-pecuária	
Quinta	
Referencial para mitos e narrativas de fé	
Referencial para narrativa mítica	
Registro de personalidades	
Residência oficial	
Ritual e celebração	
Romaria e procissão	

Ruínas	
Sede do poder executivo/legislativo/judiciário	
Sensala	
Teatros	
Universidade	
Visitação de cunho religioso	

Comentários:

G. Diferencial do recurso/atrativo

H. Descrição

Centro histórico	
Cidade histórica	
Bairro histórico	
Vila	
Fazenda	
Chacarã/ Sítio	

I. Estilo arquitectónico

Colonial	
Barroco	
Neoclássico	

Neogótico	
Art-nouveau	
Neocolonial	
Moderno	
Art-deco	
Arquitetura da imigração	
Eclético	
Contemporâneo	

8. Estado Geral de conservação

Muito bom	
Bom	
Ruim	

9. Os bens são tombados?

Sim	
Não	

10. Localização

Urbana	
Rural	

11. Natureza

Público	
Privado	

12. Tipo de organização /instituição

Associação	
Sindicato	
Cooperativa	
Sistema S	
Empresa	

Outros



13. A propriedade tem condições de receber turistas neste momento?

Sim	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

14. Horário de funcionamento:

Dias da semana	Horário
_____ a _____	__ : __ às __ : __
_____ a _____	__ : __ às __ : __

15. Restrições

Crianças	<input type="checkbox"/>
Fumantes	<input type="checkbox"/>
Animais	<input type="checkbox"/>

Outros

16. Estrutura de funcionamento

A. Ingresso ou taxa de manutenção	Sim	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
	A. Valor	<input type="checkbox"/>
B. Visitação	Sim	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
C. Finalidade	Passeio	<input type="checkbox"/>
	Aventura	<input type="checkbox"/>
	Religiosidade	<input type="checkbox"/>
	Pesquisa	<input type="checkbox"/>
D. Agendada	Outras	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
	Opcional	<input type="checkbox"/>
E. Autoguiada	Obrigatória	<input type="checkbox"/>
	Não	<input type="checkbox"/>
	Opcional	<input type="checkbox"/>
	Obrigatória	<input type="checkbox"/>

F. Guia	Não	
	Opcional	
	Obrigatória	

17. Instalações de Entrada

A. Centro de recepção	Sim	
	Não	
B. Posto de Informação	Sim	
	Não	
C. Portaria principal	Sim	
	Não	
D. Guarita	Sim	
	Não	
E. Bilheteria	Sim	
	Não	

18. Tipos de acesso

Terrestre pavimentado	
Sem pavimentação	
Fluvial	
Aéreo	
Marítimo	

Rodovias	
Transporte Público	
Fretados	

19. Possibilidade de receber

A. Ônibus	
B. Micro-ônibus	
C. Carro de passeio	
D. 4x4	
E. Barco	
F. Mobilidade reduzida	

20. Estrutura de estacionamento

Sim	
Não	

Coberto	
Descoberto	
Acessibilidade	

C. Total lugares	D. Lugares para autocarro	E. Tarifas

21. Sinalização

A. Entrada	Sim	
	Não	
B. Turística	Sim	
	Não	

Indicação de locais públicos	
Postos de informação	
Mapas turísticos	
Sinalização nas trilhas	

22. Pontencialidade do recurso para produto turístico atractivo do tipo natural na especialidade

Histórico	
Religioso	
Cultural	
Agroturismo	
Negócios	
Produção artesanal	
Rural	
Gastronómico	
Produção industrial	

Outros

23. Estágio de desenvolvimento do produto

Pronto	
Formatação	
Readequação	

24. Ingresso ou taxa de manutenção

Sim	
Não	

B. Valor: _____

25. Quantas pessoas recebe

Média mensal	
Média Anual	

26. Origem dos visitantes

Entorno	
Estaduais	
Nacionais	
Internacionais	

27. Qual a altura de alta temporada / quantas pessoas recebe

Temporada	Meses	# Média de visitantes
Alta		
Baixa		

28. Serviços de apoio

Achados e perdidos	
Loja de artesanato /souvenirs	
Feiras	
Caixa eletrônico	

Banheiros	
Restaurante	
Recepção	
Hospedagem	
Serviço de informação	
Bebedouros	
Ambulatório médico	
Espaço para eventos	
Sinalização interna	
Museu	
Iluminação	
Guarda-volumes	
Telefones públicos	

Outros:

29. Outras instalações

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

30. Proximidades

Restaurante	
Bar/lanchonete	
Meio de hospedagem	
Shopping	
Galeria/ rua comercial	
Centro de convenções/exposições	
Posto de combustível	

Outros

31. Distâncias

A. Aeroporto	
B. Estação rodoviária	
C. Estação ferroviária	
D. Estação Marítima/Fluvial	
E. Ponto de táxi	
F. Ponto de ônibus	
G. Sede do município	
H. Localidade mais próxima	

Outros

32. Integra roteiros turísticos comercializados

Sim	
Não	

B. Nome	C. Sites

33. Integra Guias turísticos

Sim	
Não	

Nome	Sites

34. Lista de atividades

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

35. Atividades atuais

Cultural	
Esportiva	
Educativa	
Religiosa	
Comercial	
Promocional	
Aventura	

Anexo 6 – Material utilizado no Exercício de priorização da Estratégia (3ª Missão)

Atividade workshop PEIXE

	- Grau de acordo +										Observações	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Estratégias de infraestrutura												
<ul style="list-style-type: none"> CP: Acessibilidade e conectividade: Foco rodovias, conectividade, sinalização, comunicação 												
<ul style="list-style-type: none"> CP: Fornecimento de serviços de experiência turística atual: Serviços de gestão de praias e pontos turísticos 												
<ul style="list-style-type: none"> MP: Suporte geral de destinos turísticos sustentáveis: serviços básicos assegurados nos núcleos turísticos e desenvolvimento e fomento de infraestrutura sustentável 												
Estratégias de Produto Turístico												
<ul style="list-style-type: none"> CP: Priorização de desenvolvimento: áreas turísticas chave (Praia da Tartaruga, Lagoa Romao, Ilha do Sossego, Arquipélago do Tropeço.) 												
<ul style="list-style-type: none"> CP: Melhoria da oferta atual: agregação de valor a oferta atual (sol e praia, gastronomia) e desenvolvimento de oferta curta estadia não sazonal 												
<ul style="list-style-type: none"> MP: Desenvolvimento seletivo: desenvolvimento de núcleos turísticos nos atrativos chave 												
<ul style="list-style-type: none"> MP: Diversificação de produtos turísticos: desenvolvimento de produtos turísticos novos complementares. Ex: Pesca Esportiva, Natureza, Aventura (para evitar - sazonalidade, aumento ingressos, etc.) 												

Atividade workshop PEIXE

<u>Estratégias de Mercado</u>	- Grau de acordo										+ Observações
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<ul style="list-style-type: none"> • CP: Tratamento estratégico de segmentos turísticos: Foco nos segmentos atuais (famílias, amigos, baixo gasto, 25 a 50 anos); Foco estratégico nos segmentos jovens (nacioanis e internac, backpackers) 											
<ul style="list-style-type: none"> • CP: Promoção cooperada: Promoção conjunta com Estados e destinos vizinhos bem posicionados (ex. Jalapão) 											
<ul style="list-style-type: none"> • MP: Diversificação de mercados e segmentos turísticos: Foco nos segmentos seniors (idade avançada), e Foco nos segmentos internacionais, promoção especializada. 											
<ul style="list-style-type: none"> • MP: Promoção de posicionamento: promoção de Peixe como destino de novidade - Em Natal, Brasília, Goiania, Rio, Fortaleza, Salvador, Sao Paulo, Belo Horizonte, Sao Luís. 											
<ul style="list-style-type: none"> • Mercados estrangeiros? Escreva na tabela mais a direita 											

Estratégias de Gestão Ambiental

<ul style="list-style-type: none"> • CP: Planejamento sustentável do turismo: Planos de manejo de áreas turísticas atuais 											
<ul style="list-style-type: none"> • MP: Planejamento sustentável do turismo: Planos de manejo de núcleos turísticos 											

Atividade workshop PEIXE

<u>Estratégias de Fortalecimento Institucional</u>	- Grau de acordo										+ Observações
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
• CP: Qualidade turística: Certificação de qualidade turística											
• CP: Associativismo: Fortalecimento de associativismo para ganhar escala											
• MP: Sustentabilidade turística: Certificação de sustentabilidade											
• MP: Profissionalização da Gestão turística: Criação de Organização de Gestão de Destino Tocantins											

Posicionamento turístico

<ul style="list-style-type: none"> Qual é o benefício principal pelo visitante quando visita Peixe? O que de melhor oferece Peixe? 	
<ul style="list-style-type: none"> O que é único em Peixe, diferente de outras regiões e estados do Brasil? 	
<ul style="list-style-type: none"> Que símbolos representam melhor o Bico do Papagaio? (cores, coisas, ícones, atrativos, etc.) 	

