



# 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 as Serras Gerais | Agosto 2019

PR-2027 | Projeto nº P121495



INNOVATIVE  
TOURISM  
ADVISORS



## Índice de Conteúdos

Sumário Executivo.....	1
1. Introdução.....	29
2. Metodologia de envolvimento de stakeholders .....	33
2.1. Introdução.....	33
2.2. Realização das consultas públicas.....	33
2.3. Missões efetuadas às regiões envolvidas.....	39
2.4. Meios utilizados para divulgação e comunicação.....	46
3. Diagnóstico Estratégico.....	49
3.1. Enquadramento.....	49
3.2. Pesquisa de Demanda Atual.....	51
3.3. Pesquisa de Demanda Potencial .....	71
3.4. Oferta turística .....	109
3.5. Análise da infraestrutura básica e dos serviços .....	159
3.6. Análise do quadro institucional.....	182
3.7. Análise dos aspectos socioambientais.....	192
3.8. Consolidação do Diagnóstico Estratégico .....	202
4. Estratégia de Desenvolvimento Turístico.....	232
4.1. Marco estratégico .....	232
4.2. Linhas estratégicas para o desenvolvimento turístico.....	236
5. Plano de Ação.....	262
5.1. Ações propostas para as Serras Gerais .....	263
5.2. Descrição das Ações Propostas .....	266
5.3. Dimensionamento do Investimento Total .....	292
5.4. Descrição das Ações Prioritárias .....	298
5.5. Avaliação dos Impactos Esperados .....	316

5.6. Definição de mecanismo de <i>feedback</i> .....	326
6. Anexos .....	332

## Índice de Figuras

Figura 1. Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos das Serras Gerais .....	9
Figura 2. Matriz de priorização de produtos turísticos nas Serras Gerais. ....	10
Figura 3. Posicionamento das Serras Gerais na matriz estratégica de mercado. ....	13
Figura 4. Divulgação de consulta pública sobre a Política Estadual de Turismo Sustentável .....	36
Figura 5. Divulgação de consulta pública sobre os Planos de Ação .....	38
Figura 6. Percurso realizado e municípios (total de 9) visitados durante a 1ª missão, .....	40
Figura 7. Percurso realizado e municípios (total de 21) visitados durante a 2ª missão, .....	42
Figura 8. Momentos de interação com representantes do trade turístico durante a terceira missão, nas Serras Gerais (Junho 2018) .....	45
Figura 9. Momentos de interação com representantes do trade turístico durante a quarta missão, nas Serras Gerais (Junho 2018) .....	46
Figura 10. Publicações na página de Facebook do PDITS.....	47
Figura 11. Gênero dos visitantes.....	52
Figura 12. Estado civil dos visitantes.....	52
Figura 13. Grau de instrução dos visitantes .....	53
Figura 14. Ocupação dos visitantes.....	53
Figura 15. Faixa etária dos visitantes .....	54
Figura 16. Renda familiar mensal dos visitantes.....	54
Figura 17. UF's de origem dos visitantes.....	55
Figura 18. Distância origem-destino .....	56
Figura 19. Meios de informação sobre o destino .....	56
Figura 20. Motivação da viagem .....	57
Figura 21. Número de pernoites no destino .....	57
Figura 22. Frequência de visita ao destino.....	58
Figura 23. Meios de transporte utilizados para chegar ao destino.....	58
Figura 24. Meios de hospedagem utilizados pelos visitantes .....	59

Figura 25. Hotéis e pousadas utilizados pelos visitantes .....	59
Figura 26. Configuração dos grupos de viagem .....	60
Figura 27. Locais visitados durante a estadia.....	62
Figura 28 - O melhor das Serras Gerais na opinião dos visitantes .....	63
Figura 29 - O pior das Serras Gerais na opinião dos visitantes .....	64
Figura 30. Intenção de visitar a região das Serras Gerais novamente .....	65
Figura 31. Potencial turístico por segmento .....	66
Figura 32. Turistas que já visitaram outras regiões do Tocantins.....	67
Figura 33. Visitantes que gostariam de visitar outras regiões do TO.....	68
Figura 34. Origem dos entrevistados .....	76
Figura 35. Faixa etária dos entrevistados.....	77
Figura 36. Estado civil dos entrevistados .....	77
Figura 37. Grau de instrução dos entrevistados .....	78
Figura 38. Renda familiar mensal dos entrevistados .....	78
Figura 39. Ocupação principal dos entrevistados .....	79
Figura 40. Frequência anual de viagens a lazer.....	80
Figura 41. Configuração dos grupos de viagem .....	81
Figura 42. Período do ano preferido para as viagens a lazer .....	82
Figura 43. Duração média das viagens de lazer .....	82
Figura 44. Forma de organização da viagem.....	83
Figura 45. Fontes de informação utilizadas na organização da viagem.....	84
Figura 46. Fatores de influência sobre a escolha do destino de viagem .....	85
Figura 47. Imagens do Cartão 1 – utilizado na pesquisa.....	87
Figura 48. Segmentos turísticos que motivam as viagens .....	88
Figura 49. Tempo de permanência no destino numa potencial viagem.....	89
Figura 50. Imagens do Cartão 2 – utilizado nas pesquisa .....	90
Figura 51. Atividades turísticas que agradam os potenciais visitantes.....	91
Figura 52. Potencial configuração dos grupos de viagem.....	92
Figura 53. Período do ano preferido para a viagem ao Tocantins .....	92
Figura 54. Preferência por categoria de meio de hospedagem .....	93
Figura 55. Preferência por sistema de alimentação nos meios de hospedagem .....	94
Figura 56. Disponibilidade de tempo para o deslocamento até o destino .....	94
Figura 57. Tempo máximo de viagem agregado .....	95

Figura 58. Estimativa do tempo de permanência no destino .....	97
Figura 59. Expectativa em relação ao preço do pacote de viagem (por pessoa).....	97
Figura 60. Potenciais turistas que relacionaram as fotos a algum destino turístico .....	98
Figura 61. Word Cloud – destinações .....	99
Figura 62. Principais destinos concorrentes de Tocantins .....	100
Figura 63. Entrevistados que já visitaram o Tocantins.....	101
Figura 64. Cidades e atrativos tocantinenses visitados pelos entrevistados .....	101
Figura 65. Regiões visitadas pelos entrevistados.....	102
Figura 66. Intenção de retornar ao destino Tocantins.....	102
Figura 67. Razões para não ter visitado o Tocantins.....	103
Figura 68. Potenciais turistas que já ouviram falar de Tocantins .....	104
Figura 69. WordCloud – o que ouviu falar – Tocantins.....	104
Figura 70. O que ouviu falar do destino Tocantins .....	105
Figura 71. Regiões apontadas .....	106
Figura 72. Atrativos turísticos das Serras Gerais (classificação de acordo com o volume turístico) .....	112
Figura 73. Atrativos turísticos das Serras Gerais.....	113
Figura 74. Cavalhada (Taguatinga) .....	117
Figura 75. Labirinto Espiritual de Natividade .....	118
Figura 76. Horta Cheiro Verde (Almas) .....	119
Figura 77. Centro Histórico (Arraias).....	120
Figura 78. Museu Histórico e Cultural de Arraias .....	121
Figura 79. Chapada dos Negros (Arraias) .....	122
Figura 80. Amor-perfeito da Tia Naninha (Natividade).....	123
Figura 81. Vida de Natividade .....	124
Figura 82. Técnica de Filigrana (Natividade) .....	125
Figura 83. Comunidade Quilombola de Campo Alegre (Paraná) .....	127
Figura 84. Edifício do Banco do Brasil (Taguatinga) .....	128
Figura 85. Vale do Encantado (Almas) .....	129
Figura 86. Vale dos Pássaros (Almas) .....	130
Figura 87. Cidade de Pedra (Almas) .....	131
Figura 88. Gruta da Lapa (Arraias).....	133
Figura 89. Rio Azuis (Aurora do Tocantins) .....	134

Figura 90. Vale Encantado (Dianópolis) .....	136
Figura 91. Fortaleza dos Guardiões (Dianópolis) .....	136
Figura 92. Temporada de Praia (Paraná).....	138
Figura 93. Cachoeira do Campo Alegre (Paraná) .....	139
Figura 94. Cachoeira do Cavalo Queimado (Rio da Conceição) .....	140
Figura 95. Rio Manoel Alves (Rio da Conceição) .....	141
Figura 96. Lagoa da Serra (Rio da Conceição) .....	142
Figura 97. Gruta dos Caldeirões (Rio da Conceição) .....	143
Figura 98. Cachoeira do Registro (Taguatinga) .....	143
Figura 99. Exemplos de sites de agências turísticas nas Serras Gerais .....	155
Figura 100. Centro de Atendimento aos Turistas em Taguatinga.....	157
Figura 101. Rede rodoviária das Serras Gerais.....	162
Figura 102. Mapa da condição das rodovias nas Serras Gerais .....	163
Figura 103. Leito do Rio Tocantins no município de Paraná .....	166
Figura 104. Gestão descentralizada do turismo.....	184
Figura 105. Mapa Estratégico do Estado (PPA 2016-2019).....	185
Figura 106. Política Federal – Plano Nacional de Turismo e Prodetur Nacional.....	187
Figura 107. Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos.....	238
Figura 108. Localização esquemática da priorização das áreas de desenvolvimento turístico nas Serras Gerais .....	241
Figura 109. Matriz de priorização de produtos turísticos nas Serras Gerais. ....	242
Figura 110. Esquema de proposta de priorização de áreas de desenvolvimento turístico nas Serras Gerais. ....	246
Figura 111. Posicionamento das Serras Gerais na matriz estratégica de mercado. ....	254
Figura 112. Avaliação de infraestruturas nas Serras Gerais.....	259
Figura 113. Consulta Pública relativa à Política Estadual de Turismo Sustentável .....	332
Figura 73. Consulta Pública relativa à Política Estadual de Turismo Sustentável .....	333

## Índice de Tabelas

Tabela 1. Estrutura do PDITS para as Serras Gerais .....	23
Tabela 2. Missões realizadas ao Estado do Tocantins.....	39
Tabela 3. Categorização dos municípios segundo o Mapa de Turismo Brasileiro .....	51

Tabela 4 – Gastos médios per capita dos visitantes das Serras Gerais .....	60
Tabela 5 – Gastos médios dos visitantes das Serras Gerais, por categoria de despesa .....	61
Tabela 6. Sugestões de melhoria do destino .....	64
Tabela 7. Locais do Tocantins já conhecidos pelos visitantes .....	67
Tabela 8. Locais turísticos do TO que os visitantes desejam conhecer .....	69
Tabela 9. Dados dos aeroportos utilizados na Pesquisa .....	73
Tabela 10. Formulários aplicados.....	76
Tabela 11. Atrativos presentes nas Serras Gerais .....	114
Tabela 12. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos nas Serras Gerais (Cadastur) .....	144
Tabela 13. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos nas Serras Gerais (Prefeituras e Sebrae) .....	145
Tabela 14. Total de Equipamentos de Hospedagem nas Serras Gerais .....	150
Tabela 15. Total de Estabelecimentos de Alimentação nas Serras Gerais.....	152
Tabela 16. Número de empresas de agenciamento turístico .....	154
Tabela 17. Agências turísticas de Serras Gerais .....	154
Tabela 18. Transportadoras turísticas em Serras Gerais.....	156
Tabela 19. Total de Centros de Atendimento ao Turista nas Serras Gerais.....	157
Tabela 20. Distâncias entre os municípios de Serras Gerais e Palmas.....	164
Tabela 21. Companhias aéreas que operam em Palmas .....	167
Tabela 22. Evolução de indicadores no Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues .....	167
Tabela 23. Situação do abastecimento de água nos municípios de Serras Gerais .....	169
Tabela 24. Formas de abastecimento de água segundo o IBGE .....	170
Tabela 25. Tipo de Esgotamento Sanitário Segundo o IBGE .....	172
Tabela 26. Tipo de Esgotamento Sanitário segundo as Prefeituras Municipais .....	173
Tabela 27. Destino do lixo dos domicílios particulares permanentes .....	174
Tabela 28. Distribuição de Energia Elétrica em Domicílios Particulares Permanentes.....	178
Tabela 29. Estabelecimentos de Saúde dos Municípios de Serras Gerais .....	179
Tabela 30. Equipamentos de Segurança presentes nas Serras Gerais.....	181
Tabela 31. Órgãos de coordenação do Turismo nas Serras Gerais.....	189
Tabela 32. Conselhos Municipais nas Serras Gerais .....	191
Tabela 33. Municípios com inventário turístico.....	192
Tabela 34. Existência de legislação sobre zonas ou áreas de interesse social ou especial, por tipo de área (2016).....	193

Tabela 35. Existência de outros instrumentos de planejamento municipal, por tipo (2016)...	194
Tabela 36. Itens contemplados nos diversos instrumentos de planejamento existentes.....	195
Tabela 37. Lista de ações propostas para as Serras Gerais.....	264
Tabela 38. Dimensionamento do Investimento Total no PDITS das Serras Gerais.....	293
Tabela 39. Ações priorizadas pela consultoria e pelo <i>trade</i> turístico .....	299
Tabela 40. Investimentos do PDITS – Primeiros 18 meses .....	300
Tabela 41. Linhas de Base para as Serras Gerais.....	329

## 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.

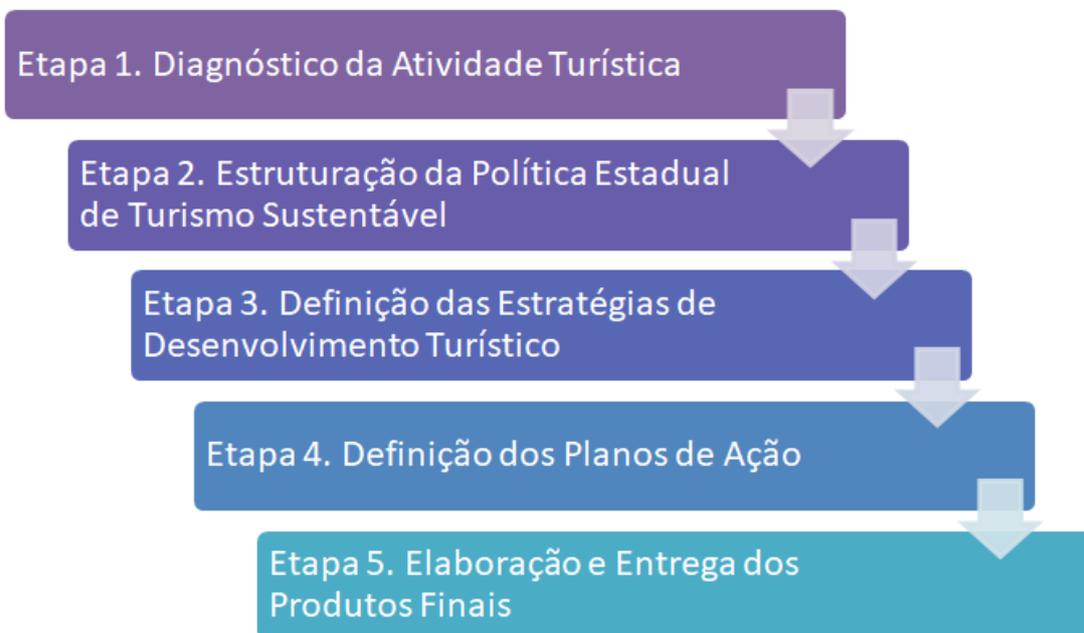


O Turismo Sustentável busca a compatibilização entre as expectativas dos turistas e os das regiões turísticas, garantindo a proteção do meio ambiente e estimulando o desenvolvimento da atividade em concordância com a sociedade local. Neste sentido, é vital a conscientização das comunidades locais sobre 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 a região das Serras Gerais 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 nas Serras Gerais.

#### OBJETIVO GERAL

Orientar o crescimento e o desenvolvimento do turismo sustentável na região das Serras Gerais ao promover ações de menor impacto socio ambiental, ampliar o papel do turismo na economia local e promover a melhoria da qualidade dos serviços.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Objetivos Específicos	Prazo
Aumentar o fluxo de turistas, o tempo de permanência e gasto médios dos turistas nas Serras Gerais	Médio
Ordenar, desenvolver e promover os segmentos turísticos das Serras Gerais em conjunto com as atividades do SEBRAE na região: ecoturismo, turismo de aventura, cultural e religioso	Curto
Identificar as necessidades de infraestrutura de serviços e equipamentos das Serras Gerais	Curto
Estruturar ações e instrumentos para a promoção, divulgação e comercialização das potencialidades turísticas das Serras Gerais	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
Impulsionar a prática do turismo sustentável, promovendo e incentivando a adoção de modelos de menor impacto socioambiental	Médio
Estruturar projetos e ações que facilitem a captação de recursos e investimentos para as atividades turísticas do Serras Gerais	Curto
Estimular a melhoria da gestão municipal para o turismo	Longo
Incentivar 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
Estimular a preservação da identidade cultural das comunidades e populações tradicionais envolvidas com a atividade turística	Médio



## OFERTA TURÍSTICA

As Serras Gerais compreendem a região sudeste do estado de Tocantins e são constituídas por um conjunto de cidades antigas e acolhedoras, ricas em tradições culturais e religiosas seculares, oferecendo a quem as visitam a oportunidade de disfrutar das suas igrejas, casario histórico, ruínas, cachoeiras, grutas, rios, lagos e dunas.

Região possuidora de uma **cultura popular preservada ao longo de séculos**, esta oferece aos seus visitantes um conjunto de vivências turísticas distintas, com particular destaque para aquelas relacionadas com a vertente cultural, nomeadamente aquela relacionada com a época da corrida ao ouro durante o século XVIII.

A presença de casario histórico de estilo colonial nos centros históricos, desde as igrejas do século XVIII aos casarões com influência portuguesa e francesa, é característico das cidades nas Serras Gerais, sendo este um elemento que transmite a história e cultura locais. Em Natividade, nos dias de hoje, é possível encontrar um conjunto de ruínas da igreja e da cidade velha, antigos casarões com influência portuguesa e francesa, assim como a tradição da fabricação de peças em filigrana. Em Arraiais, é possível a visita a um antigo local de exploração mineira em busca de ouro denominado de “Chapada dos Negros”.

A **religiosidade** é igualmente uma marca da região, na qual se destacam os municípios de Taguatinga e Natividade. Os cortejos, corridas de cavaleiros e a cavahada, assim como uma representação da batalha medieval entre cristãos e mouros são característicos em Taguatinga. A “Festa do Divino” em Natividade é um ritual com forte influência portuguesa e do período escravocrata, incluindo cantos, louvação e a missa solene dos Romeiros. As festas religiosas são um importante ponto de atração turística nas Serras Gerais, atraindo todos os dias milhares de turistas à região.

De ressaltar a **vertente mística** na região, através do Labirinto Místico da líder espiritual Dona Romana. Este santuário inclui diversas figuras humanas, pássaros gigantes, portais e seres cósmicos esculpidos em pedra como mensageiros do mundo espiritual.

O **turismo de base comunitária** apresenta elevada potencialidade na região, derivado da presença de comunidades quilombolas locais, com mais de 250 anos de história. A promoção

da história e cultura locais permitirá não só preservar a história e costumes destas comunidades como desenvolver uma nova tipologia de atividades turísticas.

As Serras Gerais apresentam ainda características naturais propícias ao desenvolvimento dos **segmentos de Aventura e Ecoturismo**. Situada entre ecossistemas de influência amazônica, o serrado, a mata singular do vale do rio Paranã e o maciço da Serra Geral, a região das Serras Gerais possui diversos locais propícios a estes segmentos. Destacam-se principalmente os municípios de Arraias, Dianópolis, Taguatinga e Almas. A região apresenta uma elevada riqueza traduzida em cachoeiras, lagoas, rios, balneários, grutas, cânions, dunas, entre outros. Taguatinga oferece ainda a oportunidade do desenvolvimento de **turismo arqueológico**, devido à presença de gravuras rupestres na gruta dos Caldeirões.

### 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 das Serras Gerais, 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 das Serras Gerais
- b. **Objetivos** de desenvolvimento turístico das Serras Gerais
- c. **Pilares** de trabalho do desenvolvimento turístico das Serras Gerais

### VISÃO

Serras Gerais é um destino de aventura e natureza de serras com património cultural único onde se pode disfrutar de diversas experiências e emoções, bem como tranquilidade, tradição, arquitetura e eventos culturais durante todo o ano, com família e amigos, é um ambiente seguro e de descanso.



### OBJETIVO DA DEFINIÇÃO ESTRATÉGICA

Posicionar, desenvolver e garantir de maneira sustentável e com a máxima qualidade, as experiências turísticas que leva os turistas a Serras Gerais, como um destino único de aventura e cultura em serras, num processo organizado 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 da região. As estratégias servirão, deste modo, para realizar a ligação destes elementos com os Planos de Ação a apresentar posteriormente no presente PDITS.

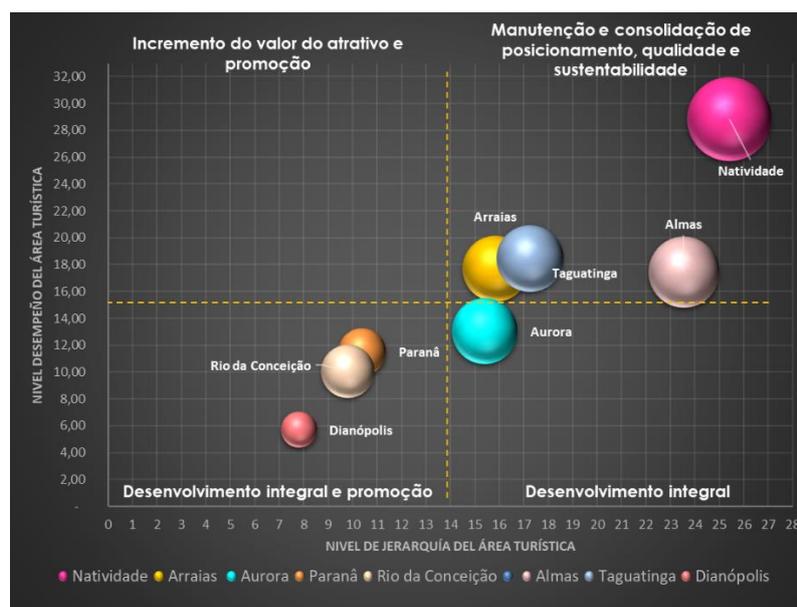
### ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO

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 as Serras Gerais foi realizado um estudo de aferição do estado atual da oferta turística de cada um dos oito municípios, cujo resultado se apresenta na figura seguinte.



\* Tamanho da bola: grau de desenvolvimento oferecido na área

Figura 1. Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos das Serras Gerais

Fonte: elaboração própria.

Estratégia de desenvolvimento dos destinos turísticos de Serras Gerais:

- a) **Manutenção e consolidação de posicionamento, qualidade e sustentabilidade: Arraias, Taguatinga, Almas e Natividade.** Arraias, Taguatinga e Almas têm uma situação semelhante à de Aurora: bom potencial e atratividade, mas necessidade de desenvolvimento e melhorias. No caso de Natividade, é o destino na melhor situação de toda a região, o que exige mais inovação de produtos e experiências no destino, além de melhorias em suas instalações turísticas.
- b) **Desenvolvimento integral: Aurora.** Aurora, apesar de possuir uma boa situação relativamente à sua atratividade e potencial, requer mais desenvolvimento para posicionar-se como destino definitivo e obrigatório da região das Serras Gerais.
- c) **Desenvolvimento integral e promoção: Rio da Conceição, Paraná e Dianópolis.** Apesar de receber uma demanda de visitantes interessante, o seu valor atual para o mercado é ainda baixo, e requer um desenvolvimento intensivo de fatores de valor que melhorem a sua posição e conhecimento de parte da demanda.

### 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 Serras Gerais.

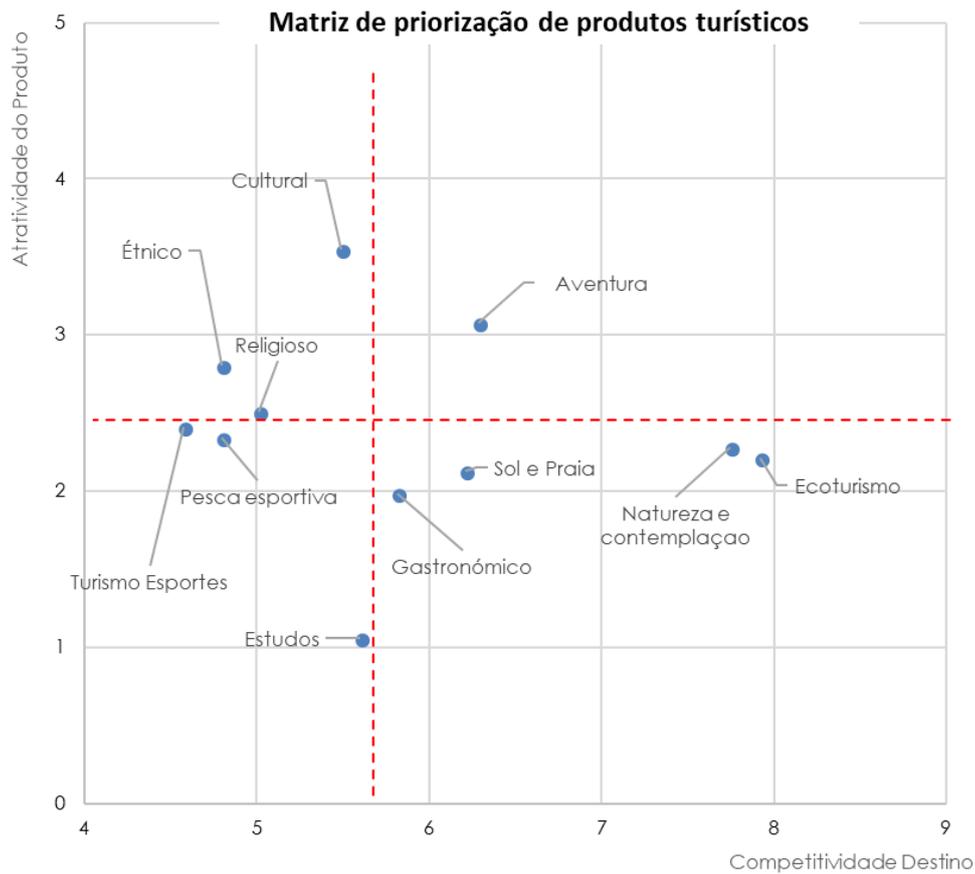


Figura 2. Matriz de priorização de produtos turísticos nas Serras Gerais.

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 as Serras Gerais é determinado a partir do posicionamento atual ou a percepção existente para Tocantins e para as Serras Gerais do ponto de vista do mercado atual e potencial. A partir dos estudos de demanda atual e potencial realizados nas Serras Gerais foram identificados as seguintes Estratégias de Posicionamento de mensagem a seguir:

- a) **Principais** elementos de **identificação** das Serras Gerais: **Azuis, Natureza, e proximidade com Jalapão e Palmas, circuito turístico.**
- b) **Benefício emocional** das Serras Gerais: **tranquilidade, calma, paz, beleza cénica, diversidade de emoções e aventuras.**
- c) **Benefício social** das Serras Gerais: lugar **tranquilo** na natureza de **serras** onde se podem realizar **atividades de aventura com amigos**; destino de **cultura colonial, de escravos e de história do Brasil.**

- d) **Símbolos/ícones: arquitetura típica de Natividade, pontos turísticos de observação da natureza (miradouros), espaços naturais emblemáticos; quilombolas.**

### **Mandamentos do posicionamento**

#### **Serras Gerais...**

- **É:** um circuito de aventura em paisagens de serras únicas, perto de Palmas e do destino mais conhecido de Tocantins, Jalapão.
- **Tem:** paisagens e belezas cénicas naturais nas Serras, com um espírito vivo e pleno de histórias e cultura, uma oferta turística completa com uma elevada diversidade de experiências acessíveis.
- **Experiências a viver no destino:** possibilidade de conhecer sobre a cultura dos quilombolas, da história do Brasil, sobre a arquitetura e a gastronomia; num ambiente seguro para o visitante, tranquilo e calmo, com a possibilidade de se conectar com Jalapão.

Apesar do Jalapão não ser um atrativo das Serras Gerais, pelo posicionamento inicial é importante conectar as mensagens promocionais da região das Serras Gerais 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:

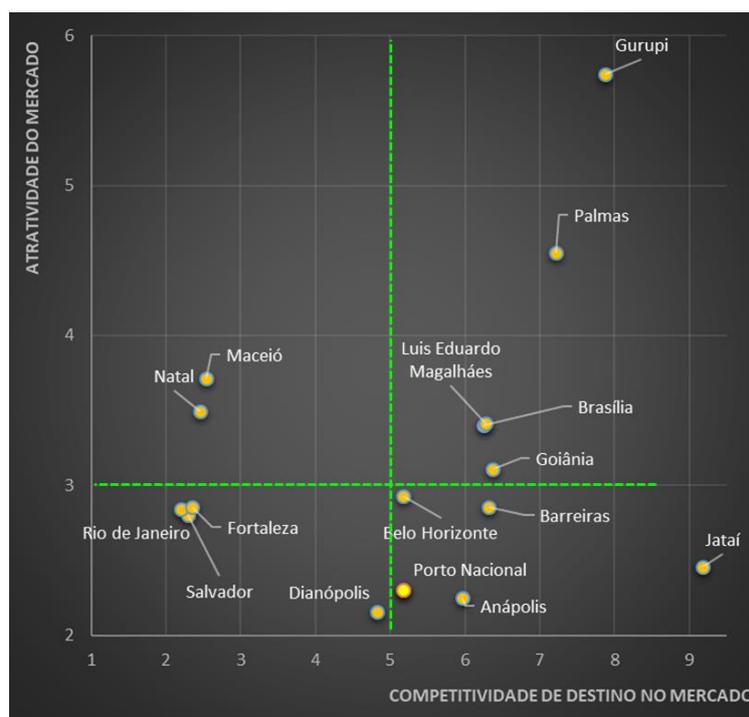


Figura 3. Posicionamento das Serras Gerais na matriz estratégica de mercado.

Fonte: elaboração própria

#### **Estratégia de mercado das Serras Gerais:**

- A. **Posicionamento estratégico:** os mercados chave aqui são Rio de Janeiro, São Paulo, Maceió e Natal.
- B. **Promoção e comercialização prioritária:** os mercados chave são os mercados próximos intraestaduais como Gurupi e Palmas. Brasília, Goiânia e Luis Eduardo Magalhães destacam-se bem como grandes mercados onde promover e comercializar as Serras Gerais de forma prioritária. Apesar de Goiânia estar no limite, pelo interesse do mercado é importante também o incluir neste trabalho de promoção e comercialização.
- C. **Promoção de manutenção:** os mercados chave são os intraestaduais como Porto Nacional ou Dianópolis (no limite do quadrante, mas pela sua proximidade deve ser incluído nesta estratégia), ou as grandes cidades dos estados vizinhos como Anápolis, Jataí, Barreira ou Luís Eduardo Magalhães. Também está aqui Belo Horizonte, um

mercado mais longínquo e que está no limite do quadrante, por isso será considerado na estratégia seguinte.

- D. **Promoção de oportunidade:** só em caso de uma rentabilidade clara de promoção nestes mercados, estes serão tidos em conta para a sua promoção e desenvolvimento. São mercados em “reserva”. Neste grupo estão os mercados de Belo Horizonte, Fortaleza, Salvador e outros onde não exista muita presença e não sejam muito atrativos.

### **Estratégia de Segmentos**

A estratégia dos segmentos de mercado das Serras Gerais é a seguinte:

- A. **Faixa etária mais atrativa:** pela quantidade de demanda e pela renda familiar, as faixas etárias de 18 a 50 anos são as prioritárias. Aventura e natureza concentram-se em segmentos de alta renda e mais jovens, e cultura é mais transversal em gerar produtos de interesse para as distintas faixas etárias.
- **Curto prazo:** foco de consolidação nos segmentos atuais (famílias, amigos, gasto meio-baixo); e foco estratégico nos segmentos jovens (nacionais e internacionais, *backpackers*). O objetivo com os segmentos jovens é duplo: que dinamizem os produtos e descubram novos destinos nas Serras Gerais como pioneiros e descobridores de destinos e experiências; e que gerem notoriedade e promoção do destino, para mobilizar segmentos sênior, e sofisticados que aumentem o nível de gasto no destino.
  - **Meio e Longo prazo:** foco na atração dos segmentos sênior 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 das Serras Gerais com outros destinos ou circuitos, e sua integração em roteiros turísticos internacionais (ex. Palmas-Peixe-Serras Gerais-Jalapão-Palmas).



## Estratégia de Comunicação e promoção

A estratégia de comunicação e promoção das Serras Gerais é a seguinte:

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

Campanhas de Recomendação: 51%	Campanhas de Intermediação 39%	Campanhas especializadas 9%
<p><b>Estratégia de canais e meios de promoção e comunicação turística para a Serras Gerais:</b></p> <p>A. <b>Campanhas de Recomendação:</b> 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. <b>Campanhas de intermediação - Agências de viagens:</b> 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. <b>Campanhas especializadas:</b> 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, se deverá empregar as palavras-chave que surgem do posicionamento turístico das Serras Gerais, considerando a seguinte estratégia:

- **Curto prazo:** foco na realização de promoção cooperada com regiões, Estados e destinos vizinhos bem posicionados (ex. Jalapão, Palmas).
- **Meio 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 da região 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 Serras Gerais:**

- **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 Serras Gerais:***

##### **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 de acesso, as estradas de acesso aos atrativos, a infraestrutura, meios de hospedagem, gastronomia, atendimento e sinalização.

#### ***Estratégia de Infraestruturas e Serviços para o turismo das Serras Gerais:***

##### **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 destinos prioritários das Serras Gerais, segundo a prioridade de desenvolvimento que indica a estratégia de destinos: Natividade-Almas, Arraias-Aurora-Taguatinga, e foco nas estradas do roteiro ou circuito circular das Serras Gerais.

### **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 as Serras Gerais 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 a região.

O presente capítulo apresenta as ações propostas para a região das Serras Gerais, 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 a região das Serras Gerais, agrupadas por eixo estratégico, relacionadas com os objetivos específicos e estratégias definidas para a região na elaboração da Estratégias de Desenvolvimento Turístico.

Eixo 1: Produto Turístico		
Área temática	Nº	Ação
Organização de informação de base	1.1	Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal nas Serras Gerais
	1.2	Definição e desenvolvimento de ZOITS nas Serras Gerais
Produtos e roteiros segundo a estratégia	1.3	Estruturação de Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)
	1.4	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos prioritários:

		Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora
	1.5	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos em desenvolvimento: Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis
	1.6	Elaboração de produtos turísticos complementares
	1.7	Incentivo à criação de alojamentos de excelência
	1.8	Elaboração de agendas culturais regionais
	1.9	Promoção de eventos de negócios
	1.10	Incentivo ao turismo educacional e de experiência
	1.11	Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola)
Desenvolvimento do destino turístico	1.12	Desenvolvimento integral e gestão de NUTS nas Serras Gerais
	1.13	Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos
<b>Eixo 2: Comercialização</b>		
Estratégia de Marketing	2.1	Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais
Promoção do destino turístico	2.2	Elaboração de um Plano de Promoção Operativa Anual (POA)
	2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Peixe e Palmas
	2.4	Implementação de Centros de Atendimento ao Turista (CAT)
Monitoramento da informação e marketing	2.5	Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) nas Serras Gerais
<b>Eixo 3: Infraestrutura</b>		
Acessibilidade, conectividade e comunicação	3.1	Implementação de sinalização indicativa e turística para os municípios das Serras Gerais
	3.2	Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos chave para as Serras Gerais
	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 sensibilização para a limpeza das praias das Serras Gerais
<b>Eixo 4: Fortalecimento Institucional</b>		

Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo	4.1	Criação de quadro normativo do turismo para as Serras Gerais
	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	Capacitação da Associação dos Moradores do Rio Azuis e Associação de Cavalhadas de Taguatinga
Fiscalização e certificação turística	4.6	Elaboração de certificação turística sustentável
	4.7	Capacitação de gestores públicos
Modelos de gestão dos destinos turísticos	4.8	Implementação de Conselhos Municipais de Turismo na totalidade dos municípios das Serras Gerais
	4.9	Criação de Organização de Gestão do Turismo
<b>Eixo 5: Gestão Ambiental</b>		
Manejo turístico socioambiental sustentável	5.1	Plano de manejo turístico geral (Serras Gerais) e para os atrativos turísticos
	5.2	Elaboração de capacitação para gestão dos fluxos turísticos no Rio Azuis (Aurora do Tocantins)
Monitoramento ambiental e comunitário	5.3	Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística
	5.4	Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação da comunidade Quilombola face à atividade turística

## ESTRUTURA DO PDITS PARA AS SERRAS GERAIS

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 as Serras Gerais

Componente	Diagnóstico Estratégico (P2)	Estratégias de Desenvolvimento Turístico (P4)	Áreas Temáticas (P5)	Ações (P5)
Produto Turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de inventário turístico nos municípios da região das Serras Gerais;</li> <li>- Acessos aos atrativos apresentam reduzidas condições de circulação;</li> </ul>	Desenvolvimento das ZOITS	Organização de informação de base	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal nas Serras Gerais</li> <li>1.2 Definição e desenvolvimento de ZOITS nas Serras Gerais</li> </ol>
Produto Turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proximidade a regiões com produtos complementares, e em alguns casos com maior notoriedade (p.e. Jalapão);</li> <li>- Inexistência de estudos sobre possíveis roteiros;</li> <li>- Forte vertente cultural secular</li> <li>- Produtos diferenciados relativamente a outras regiões do Estado;</li> <li>- Fluxo turístico nacional e internacional, caracterizados pelos níveis de renda mais elevados. Possibilidade de oferta de segmentos que atraem esse nicho de mercado (segmento de aventura e cultura);</li> <li>- Sensação de segurança;</li> <li>- Promoção dos segmentos turísticos de aventura, cultural e ecoturismo;</li> <li>- Intenção de atrair turistas nacionais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integração na Rota – Circuito Palmas-Peixe-Serras Gerais-Jalapão</li> <li>- Turismo Aventura como produto de consolidação</li> <li>- Estratégia desenvolvimento prioritário (Cultural, Étnico e Religioso)</li> <li>- Posicionamento + Consolidação de mercados e segmentos</li> </ul>	Produtos e roteiros segundo a estratégia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.3 Estruturação de Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)</li> <li>1.4 Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos prioritários: Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins</li> <li>1.5 Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos em desenvolvimento: Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis</li> <li>1.6 Elaboração de produtos turísticos complementares</li> </ol>

	<p>e internacionais;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessidade de diversificar a oferta hoteleira, adaptando-a para satisfazer um público nacional e internacional;</li> <li>- Potencial para a prática de turismo educacional e de experiência;</li> <li>- Presença de comunidades Quilombolas que carregam centenas de anos de história, tais como a comunidade de Campo Alegre (Paraná) e povoado da Lagoa da Pedra (Arraias);</li> </ul>			<p>1.7 Incentivo à criação de hospedagens de excelência</p> <p>1.8 Elaboração de calendários culturais regionais</p> <p>1.9 Promoção de eventos de negócios</p> <p>1.10 Incentivo ao turismo educacional e de experiência</p> <p>Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola)</p>
Produto Turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de capacitação para atendimento turístico;</li> <li>- Serviços turísticos informais e de qualidade reduzida;</li> <li>- Capacitar os agentes dos estabelecimentos turísticos</li> <li>- Processo de degradação ambiental;</li> <li>- Infraestrutura insuficiente nos atrativos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento do Quadro Normativo de Sustentabilidade</li> <li>- Planos de gestão ambiental dos espaços turísticos</li> <li>- Fortalecimento das Capacidades de Gestão</li> <li>- Desenvolvimento das NUTS</li> <li>- Gestão integral das NUTS</li> </ul>	Desenvolvimento do destino turístico	<p>1.11 Desenvolvimento integral e gestão de NUTS nas Serras Gerais</p> <p>1.12 Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos</p>
Comercialização	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessidade de desenvolver um plano de marketing que guie a promoção da região;</li> <li>- A maioria dos turistas visita a região pela primeira vez, por isso a promoção da região deve ser realizada no</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionamento;</li> <li>- Consolidação de mercados e segmentos;</li> <li>- Fortalecimento do Quadro</li> </ul>	Estratégia de Marketing	2.1 Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais
			Promoção do destino turístico	<p>2.2 Elaboração de um Plano de Promoção Operativa Anual (POA)</p> <p>2.3 Definição de ações de Marketing e</p>

	<p>sentido do ineditismo do destino frente aos outros destinos saturados do Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comercialização e fortalecimento do posicionamento das Serras Gerais como destino de aventura e cultura;</li> <li>- Proximidade a centros turísticos emissores (ex: Brasília);</li> <li>- Estabelecimento de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) na maioria dos municípios da região (replicar o modelo do CAT de Taguatinga);</li> <li>- Diminuta informação relativa a indicadores turísticos na região;</li> </ul>	<p>Normativo da Qualidade;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento das Capacidades de Gestão;</li> <li>- Fortalecimento das Capacidades de Gestão das Associações;</li> <li>- Turismo Aventura como produto prioritário, e cultural e religioso como complementares;</li> </ul>		<p>promoção conjunta com o Jalapão, Peixe e Palmas</p> <p>2.4 Implementação de Centros de Atendimento ao Turista (CAT)</p> <p>2.5 Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) nas Serras Gerais</p>
Infraestrutura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de sinalização turística</li> <li>- Acessos aos atrativos degradados</li> <li>- Necessidade de intervenção em rodovias que proporcionem uma realização de roteiros turísticos integrados com as regiões vizinhas;</li> <li>- Precariedade no acesso à internet e à telefonia móvel, mesmo em zonas urbanas;</li> <li>- Infraestruturas turísticas degradadas, nomeadamente as relacionadas com as praias na região.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolvimento de NUTS e ZOITS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acessibilidade, conectividade e comunicação</li> </ul>	<p>3.1 Implementação de sinalização indicativa e turística para os municípios das Serras Gerais</p> <p>3.2 Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos chave para as Serras Gerais</p> <p>3.3 Recuperação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)</p> <p>3.4 Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)</p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestão e proteção ambiental</li> </ul>	<p>3.5 Programa de sensibilização para a limpeza das praias das Serras Gerais</p>
Fortalecimento Institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessidade de realização de capacitação técnica e institucional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento das capacidades de gestão</li> </ul>	<p>Capacitação e apoio a empresas, ao</p>	<p>4.1 Criação de quadro normativo do turismo para as Serras Gerais</p>

	<p>visando o melhor investimento dos recursos turísticos;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existência de carências ao nível da capacitação do trade turístico;</li> <li>- Oportunidades para o desenvolvimento de micro negócios relacionados com o setor turístico;</li> <li>- Capacitar as associações das Serras Gerais (principalmente a Associação de Moradores do Rio Azuis, Serra Negra e Associação de Cavalhadas de Taguatinga) para a gestão dos fluxos elevados de turistas e o seu impacto no meio ambiente;</li> <li>- Promoção de uma certificação turística sustentável;</li> <li>- Necessidade de um maior fomento da organização pública e privada do turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento do quadro normativo (qualidade e sustentabilidade)</li> </ul>	<p>empreendedorismo e ao associativismo</p>	<p>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 Capacitação da Associação dos Moradores do Rio Azuis e Associação de Cavalhadas de Taguatinga</p>
			<p>Fiscalização e certificação turística</p>	<p>4.6 Elaboração de certificação turística sustentável 4.7 Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo</p>
			<p>Modelos de gestão dos destinos turísticos</p>	<p>4.8 Implementação de Conselhos Municipais de Turismo na totalidade dos municípios das Serras Gerais 4.9 Criação de Organização de Gestão do Turismo</p>
<p>Gestão Ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inexistência de planos de manejo e estudos de capacidade de carga para os atrativos;</li> <li>- Falta de sensibilização da população para a importância do meio ambiente;</li> <li>- Reduzida capacidade municipal na gestão do orçamento e de recursos para prevenir e reduzir a degradação ambiental;</li> <li>- Inexistência de instrumentos de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planos de gestão ambiental dos espaços turísticos;</li> <li>- Fortalecimento do Quadro Normativo de Sustentabilidade;</li> <li>- Comunicação e promoção.</li> </ul>	<p>Manejo turístico socioambiental sustentável</p>	<p>5.1 Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos 5.2 Elaboração de capacitação para gestão dos fluxos turísticos no Rio Azuis (Aurora do Tocantins)</p>
			<p>Monitoramento ambiental e comunitário</p>	<p>5.3 Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística 5.4 Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação da</p>

---

	gestão e planejamento (legislação) para as áreas ambiental, cultural, paisagística, histórica e arqueológica; - Necessidade de garantir a satisfação da população local, e em particular na comunidade Quilombola, face à atividade turística.			comunidade Quilombola 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 a região das Serras Gerais, 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 as Serras Gerais, 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 da região das Serras Gerais, 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 da região das Serras Gerais, 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 na região das Serras Gerais.

O capítulo 4 do presente relatório associa-se à elaboração de Estratégias que objetivem o desenvolvimento do setor do turismo nas Serras Gerais. Este estudo, originalmente descrito no Produto 4 – Estratégias para as Serras Gerais, 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 a região das Serras Gerais, 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, económico e culturais), trazendo ainda uma seleção de mecanismos de acompanhamento e avaliação, tanto para as ações definidas no âmbito do PDITS para as Serras Gerais (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 compõe a presente Proposta Final do PDITS para as Serras Gerais 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/](http://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.

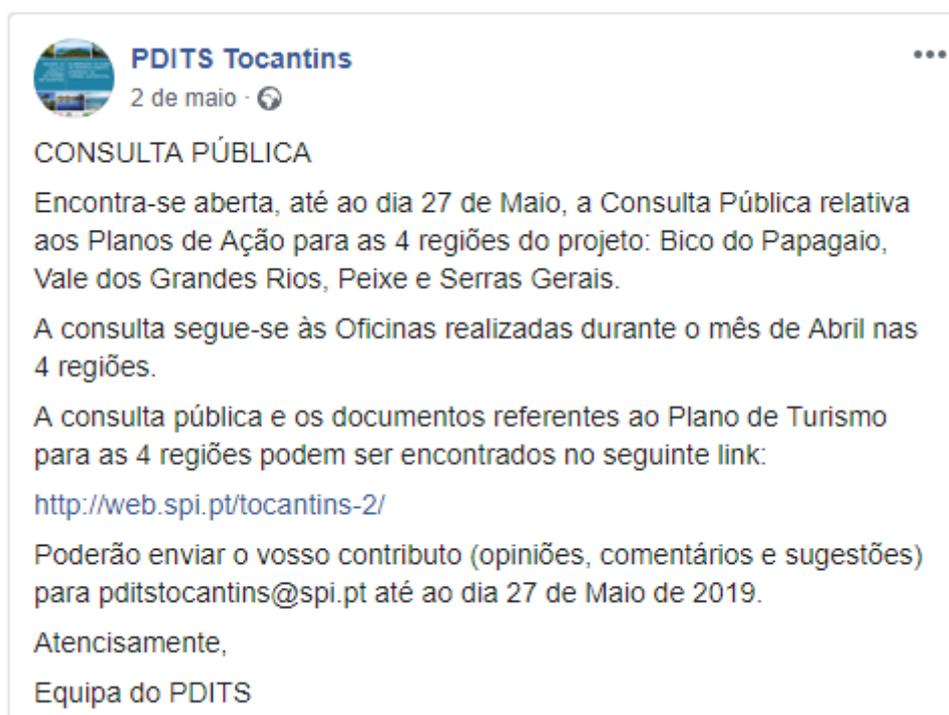


Figura 4. Divulgação de consulta pública sobre a Política Estadual de Turismo Sustentável

Fonte: [www.facebook.com/PDITSTO/](http://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, Araguañã, 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 na região das Serras Gerais, 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](mailto: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/](http://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.

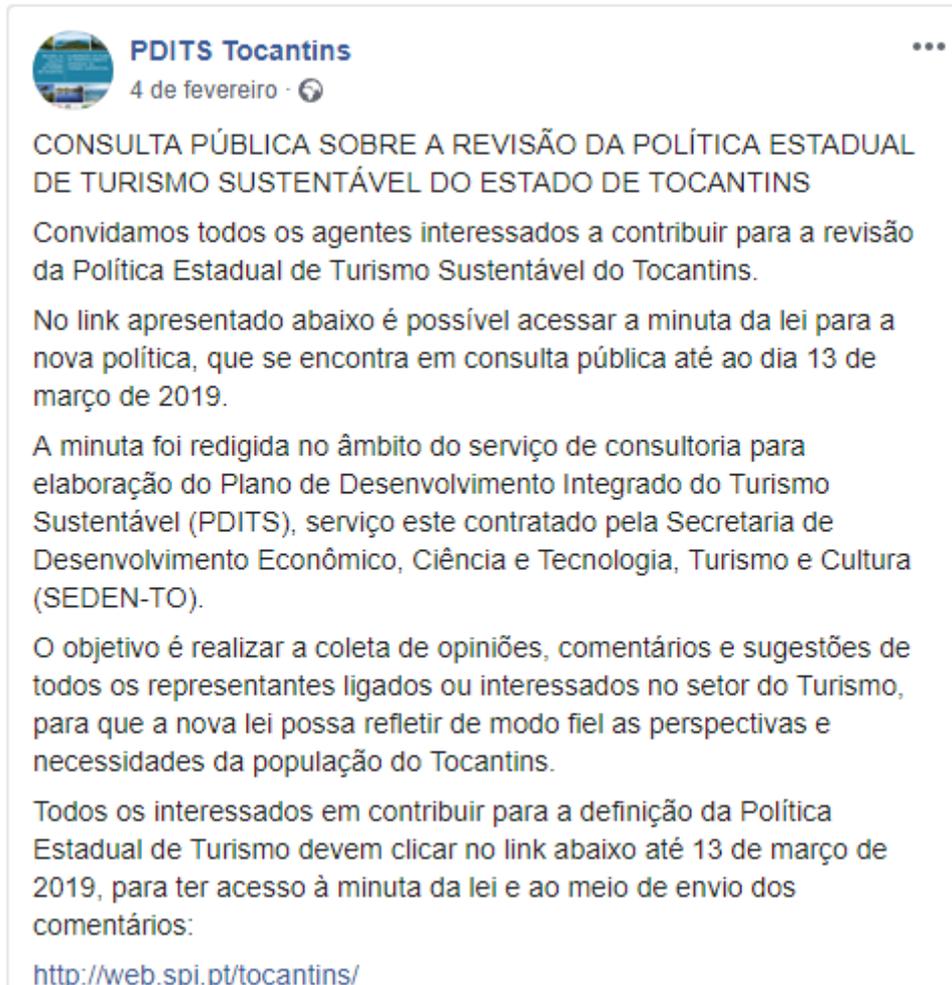


Figura 5. Divulgação de consulta pública sobre os Planos de Ação

Fonte: [www.facebook.com/PDITSTO/](http://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.

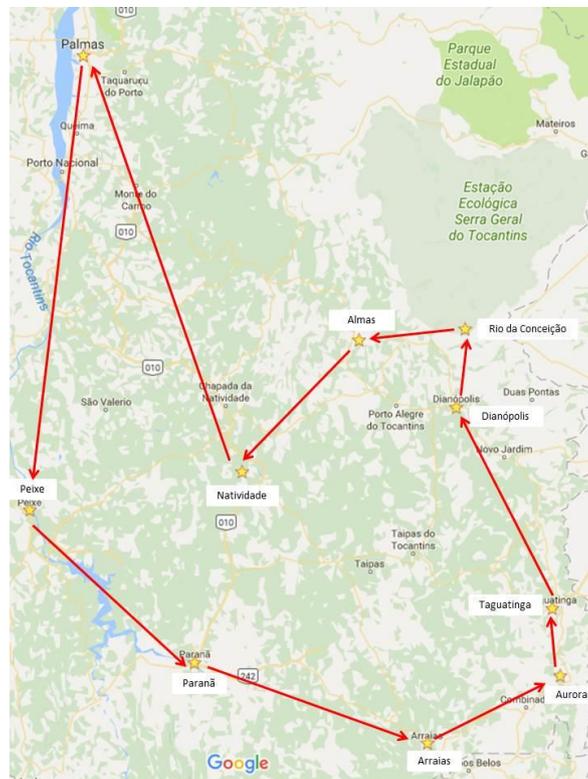


Figura 6. Percurso realizado e municípios (total de 9) visitados durante a 1ª missão, realizada em Outubro de 2017

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

- **Serras Gerais:** Almas, Arraias, Aurora, Dianópolis, Natividade, Paranã, 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 acontecera 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.

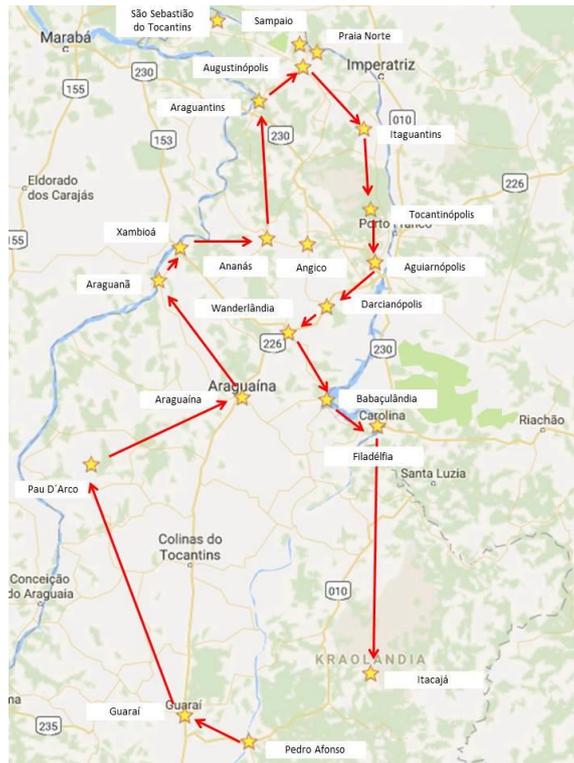


Figura 7. Percurso realizado e municípios (total de 21) visitados durante a 2ª missão, realizada em Janeiro de 2018

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, nas Serras Gerais, durante a terceira missão, são apresentados de seguida.





Figura 8. Momentos de interação com representantes do trade turístico durante a terceira missão, nas Serras Gerais (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, nas Serras Gerais, durante a quarta missão.



Figura 9. Momentos de interação com representantes do trade turístico durante a quarta missão, nas Serras Gerais (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](mailto: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/](http://www.facebook.com/PDITSTO/)

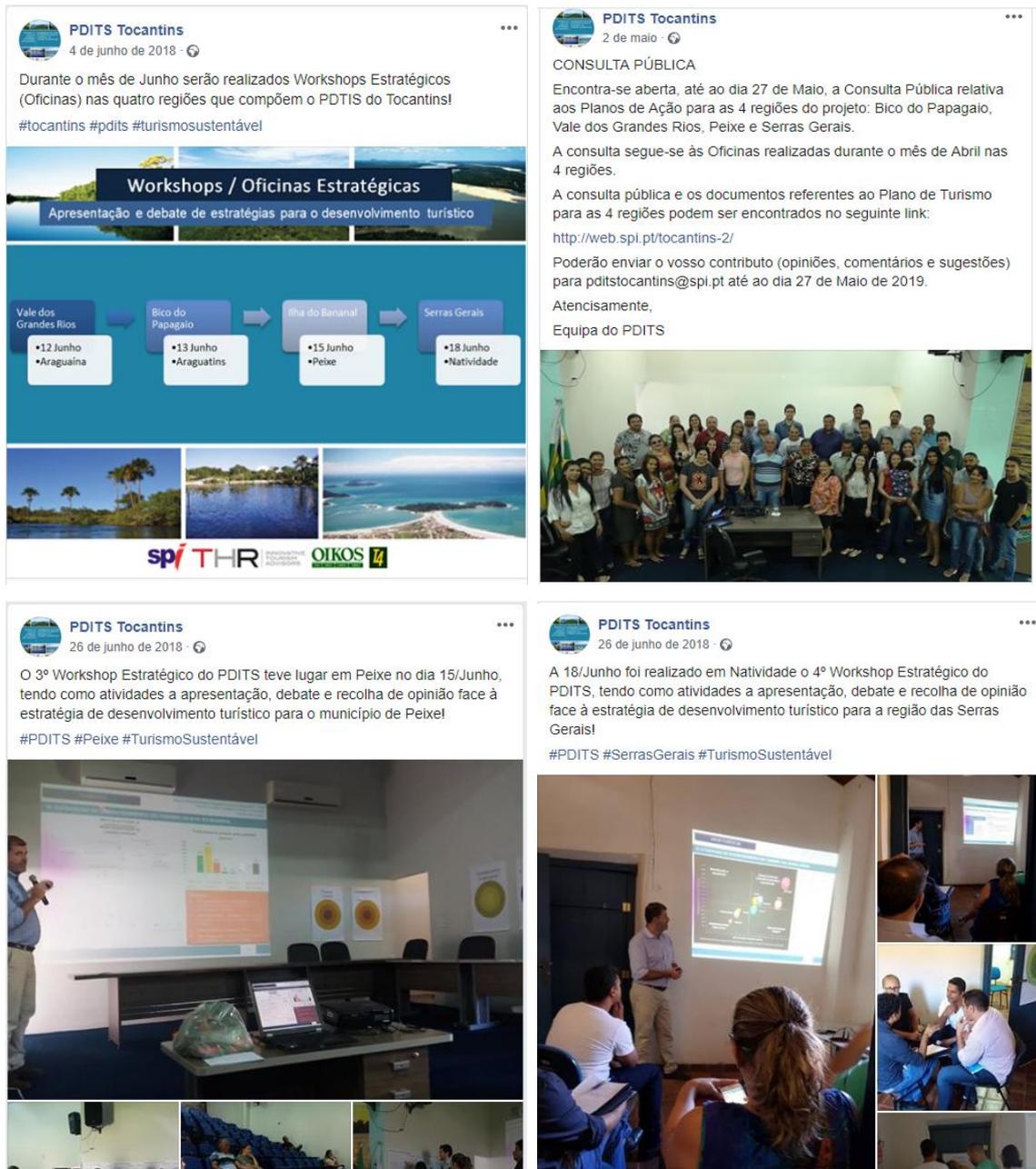


Figura 10. Publicações na página de Facebook do PDITS

### 3. Diagnóstico



## 3. Diagnóstico Estratégico

### 3.1. Enquadramento

Localizada no sudeste do estado de Tocantins, a região das Serras Gerais teve no século XVIII como motor do seu desenvolvimento o ciclo do ouro. A região apresenta atualmente um forte potencial em relação ao ecoturismo, turismo de aventura, cultural e religioso. A sua principal atividade econômica é a pecuária extensiva, realizada no próprio cerrado.

A região apresenta a peculiaridade de representar uma zona de contato entre ecossistemas de influência amazônica (as florestas ripárias localizadas nos vales dos rios), o cerrado, que em suas várias fisionomias domina a região, e a altamente singular mata seca do vale do rio Paranã, que se desenvolve sobre solos derivados do calcário Bambuí em uma faixa muito limitada no Nordeste de Goiás e sudeste do Tocantins, a oeste do maciço da Serra Geral, e no vale do São Francisco, a leste deste.

De modo geral, a área pode ser considerada como uma área de tensão ecológica por abrigar ecossistemas pertencentes a biomas como o Amazônico, o Atlântico e o Cerrado com diferentes graus e tipos de transição e integração. Historicamente, a ocupação antrópica intensificou-se na década de 1970, quando a exploração madeireira se desenvolveu de forma interligada à expansão da pecuária. A derrubada das matas deu-se de forma tão intensa que atualmente a extração comercial de toras praticamente desapareceu como atividade econômica na área, restando apenas o extrativismo da palmeira babaçu, como fonte de renda obtida diretamente da flora nativa local. Observa-se, via de regra, a desordenada exploração dos recursos vegetais na abertura de espaço para atividades agropecuárias, estabelecimento de aglomerados populacionais e demais formas de ocupação da terra.

Os municípios têm suas estruturas produtivas baseadas na pecuária de corte e na extração vegetal para a produção de carvão, madeira e lenha. Ainda assim mantém extensões preservadas. A região é esparsamente ocupada e a principal atividade econômica é 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, as Serras Gerais caracterizam-se pela distribuição da população por todo o seu território, sendo que os municípios que a compõem são de pequena dimensão. Dianópolis é a cidade com maior número de habitantes (19 mil). A tendência que se tem verificado é de urbanização dos municípios nas Serras Gerais, existindo apenas um destes (Paraná) em que ainda prevalece a população rural.

Os municípios pertencentes às Serras Gerais encontram-se categorizados 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.

A partir da conjugação dos dados obtidos para as quatro variáveis apresentadas os municípios são 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 das Serras Gerais que apresenta atualmente maior vigor turístico é Dianópolis (classificação de C), enquanto que Aurora do Tocantins e Rio da Conceição ainda se situa no segmento de municípios com classificação mais reduzida (classificação de E).

Tabela 3. Categorização dos municípios segundo o Mapa de Turismo Brasileiro

Classificação	Município
A	-
B	-
C	Dianópolis
D	Almas, Arraias, Natividade, Paranaíba, Taguatinga, Aurora do Tocantins
E	Rio da Conceição

Fonte: Mapa do Turismo (2017-2019)<sup>1</sup>

## 3.2. Pesquisa de Demanda Atual

### 3.2.1. 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, se aplicam também a outros membros do grupo de viagem, especialmente se esse grupo era formado por membros de uma mesma família.

---

<sup>1</sup> Mapa do Turismo Brasileiro, 2017-2019. Disponível em [www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home](http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home). Acessado em 14.11.2017

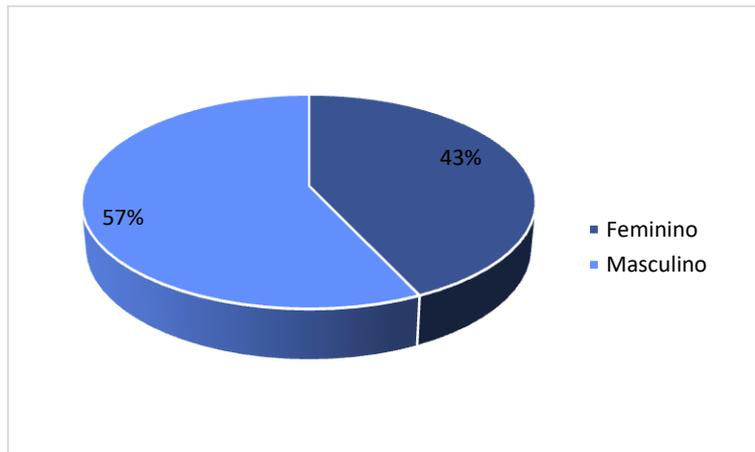


Figura 11. Gênero dos visitantes

Dentre os entrevistados, 43% eram mulheres e 57% homens.

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

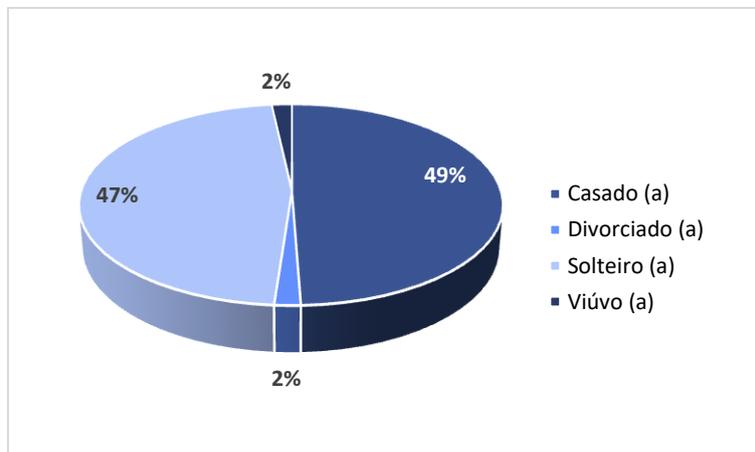


Figura 12. Estado civil dos visitantes

Quanto ao grau de instrução, observou-se que menos de 40% dos visitantes completaram o ensino superior e 50,6% concluíram o ensino médio ou iniciaram o superior.

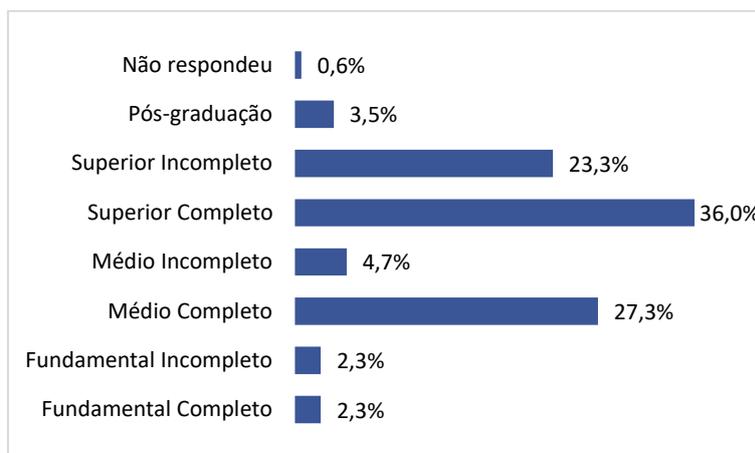


Figura 13. Grau de instrução dos visitantes

A maioria dos visitantes (54,7%) trabalham como assalariados em organizações públicas ou privadas e 27,9% são empresários ou profissionais liberais. Já os estudantes representaram 9,9% dos visitantes.

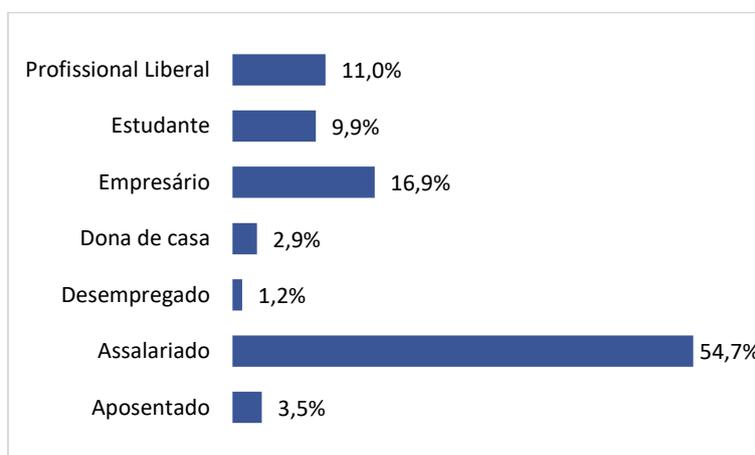


Figura 14. Ocupação dos visitantes

Em relação a idade, notou-se que o público é predominantemente jovem, sendo que 60,9% tinham idade inferior a 35 anos, isso considerando todos os membros dos grupos de viagem das pessoas entrevistadas.

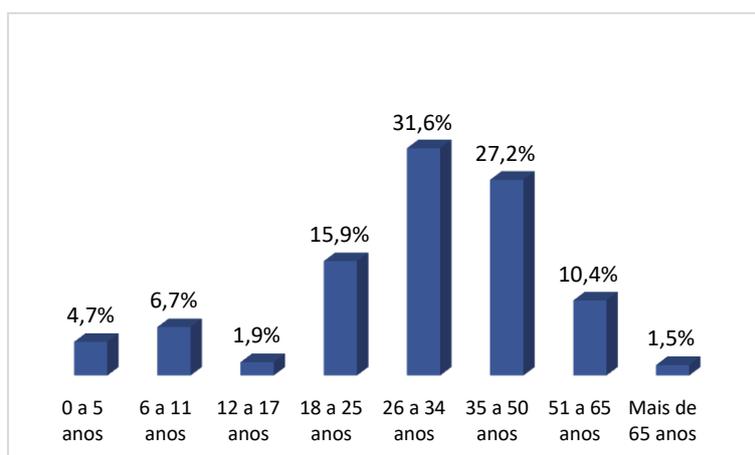


Figura 15. Faixa etária dos visitantes

O perfil jovem e o baixo nível de instrução da maioria dos visitantes justificam o perfil de renda também mais baixo do que em outras regiões do Estado, como Ilha do Bananal, por exemplo.

O gráfico a seguir demonstra que 59,9% dos turistas tinham renda igual ou inferior a R\$ 5.700 mensais. A faixa de renda com a maior concentração de respostas foi a de R\$ 3.800 a R\$ 5.700 por mês (32,6%).

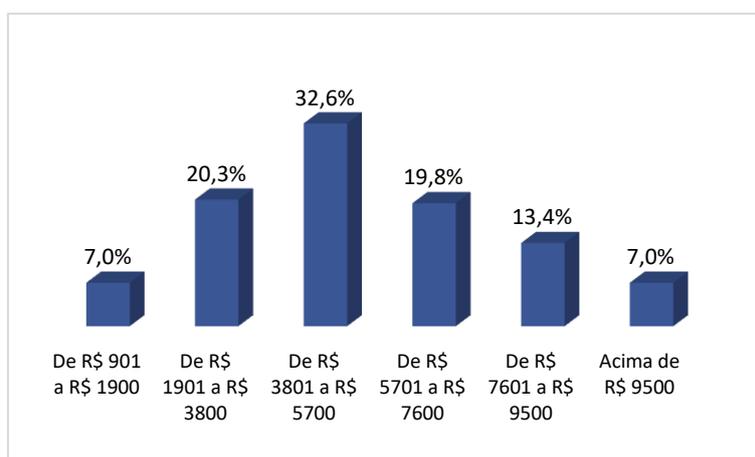


Figura 16. Renda familiar mensal dos visitantes

A maior parte dos turistas era oriunda de cidades do próprio Estado do Tocantins (59,9%), com forte presença também de visitantes dos Estados que fazem fronteira com a porção sudoeste do Tocantins, ou seja, Bahia, Goiás e Distrito Federal, que representaram 31,9% dos visitantes.

Apenas 7,1% dos visitantes tiveram origem nas regiões sul e sudeste do Brasil, sendo os Estados de Minas Gerais, São Paulo e Santa Catarina os únicos representados na amostra.

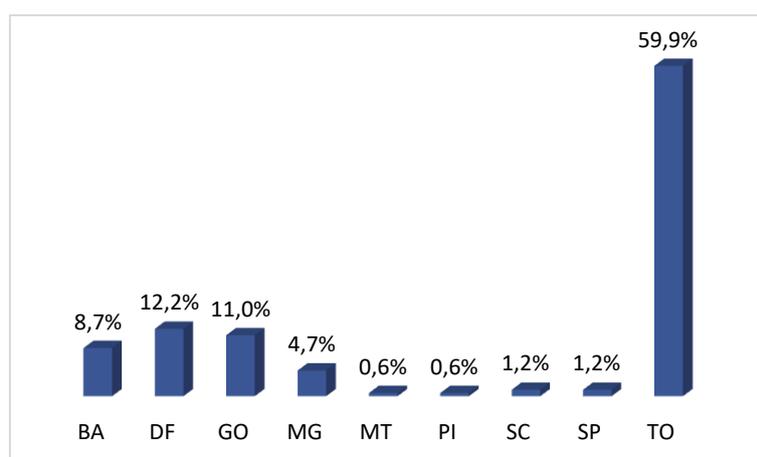


Figura 17. UF's de origem dos visitantes

Em virtude da predominância do fluxo regional, as distâncias totais percorridas pelos visitantes até chegar ao destino na maioria dos casos não superou os 450 km. A média entre todos os visitantes foi de 510 km. Ainda assim 32,5% dos turistas tiveram que percorrer mais de 600 km até chegar à região das Serras Gerais. Essas distâncias foram estimadas com base nas rotas mais curtas entre a cidade de origem e o destino (Dianópolis/TO), calculadas pelo Google Maps.

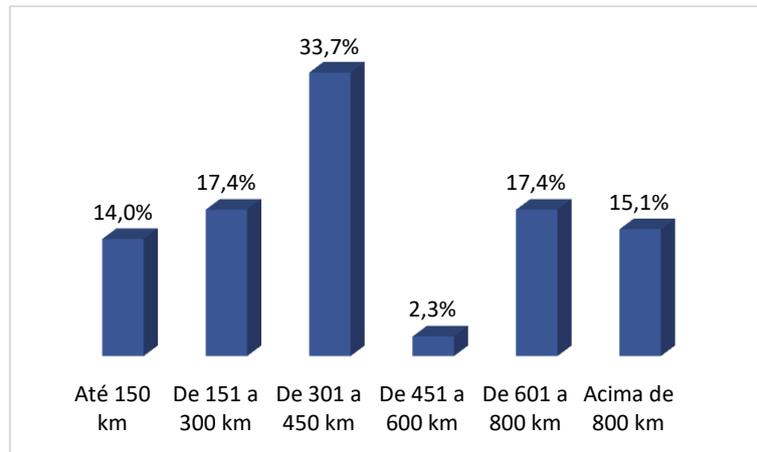


Figura 18. Distância origem-destino

### 3.2.2. Comportamento e hábitos de informação e compra de viagem

Com exceção de um único entrevistado que teve a viagem organizada pela empresa onde trabalha, os demais visitantes organizaram suas viagens por conta própria (99,4%), utilizando informações dadas por amigos e parentes em 76% dos casos. Apenas 10% dos turistas colheram informações na internet e 8% viram informes na TV ou no rádio. Guias turísticos impressos e revistas especializadas foram consultados por 6% dos visitantes apenas.

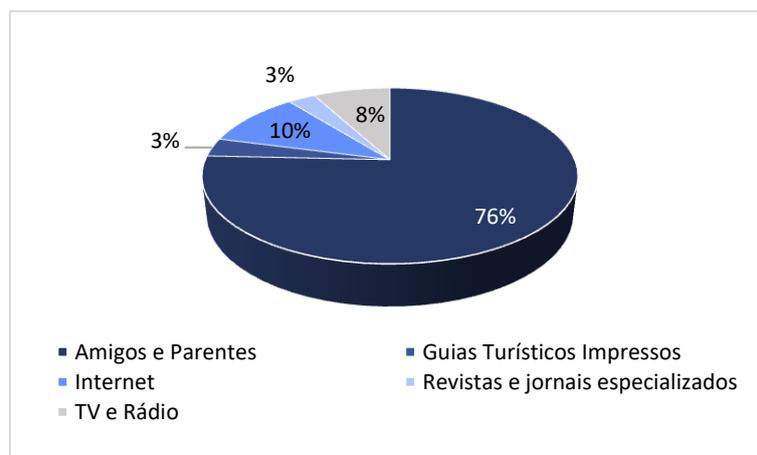


Figura 19. Meios de informação sobre o destino

A quase totalidade dos visitantes (95%) teve as viagens motivadas por lazer. Apenas 3% tinham a visita a amigos e parentes como principal motivação das viagens e 2% viajaram a trabalho.

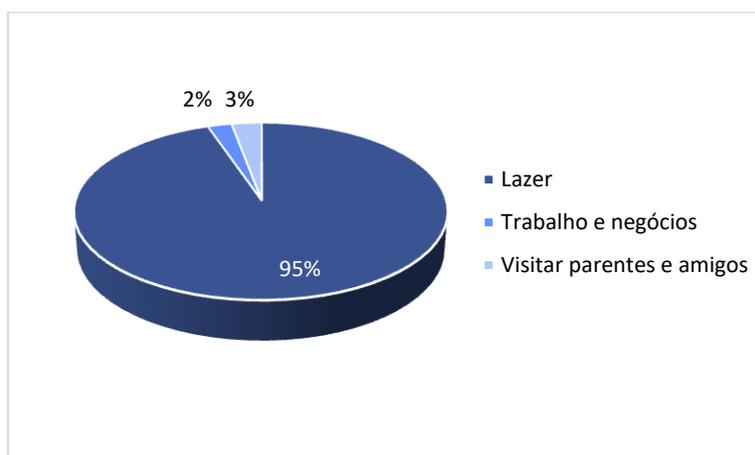


Figura 20. Motivação da viagem

Em média, os visitantes passaram 1,6 noite no destino, o que pode ser considerado pouco em relação às longas distâncias percorridas. A parcela de visitantes que não fez nenhum pernoite na região foi de apenas 4,7%. O mais comum foi encontrar turistas que fizeram um ou dois pernoites, respectivamente 43,0% e 40,7%. A permanência máxima dos turistas foi de 4 pernoites (1,7% dos entrevistados).

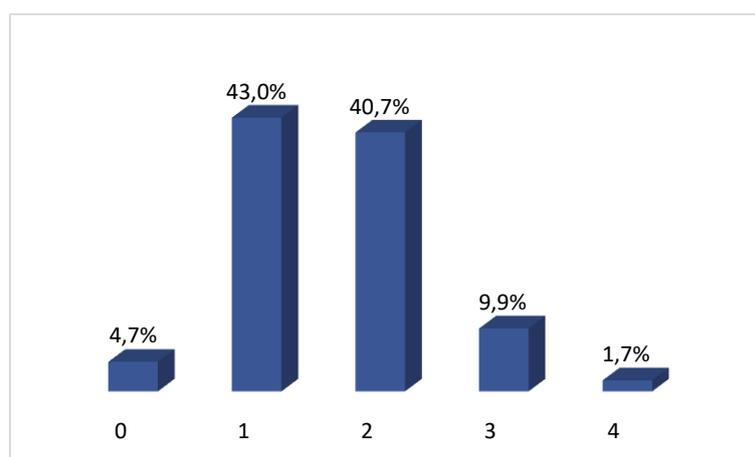


Figura 21. Número de pernoites no destino

Para 54,7% dos visitantes essa havia sido sua primeira viagem às Serras Gerais. Os demais 45,3% já conheciam a região, mas apenas 19,2% costumam frequentar o local com regularidade, ou seja, uma ou mais vezes ao ano.

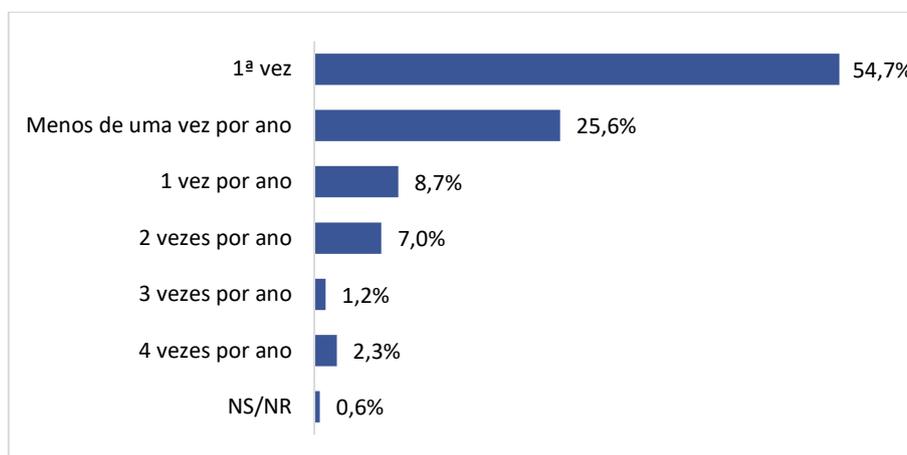


Figura 22. Frequência de visita ao destino

Devido à inexistência de aeroportos na região, todos os turistas entrevistados utilizaram meios de transporte terrestres em suas viagens, sendo o carro próprio o meio utilizado por 96% deles. Apenas 1% utilizou automóvel alugado e 3% viajaram em ônibus.

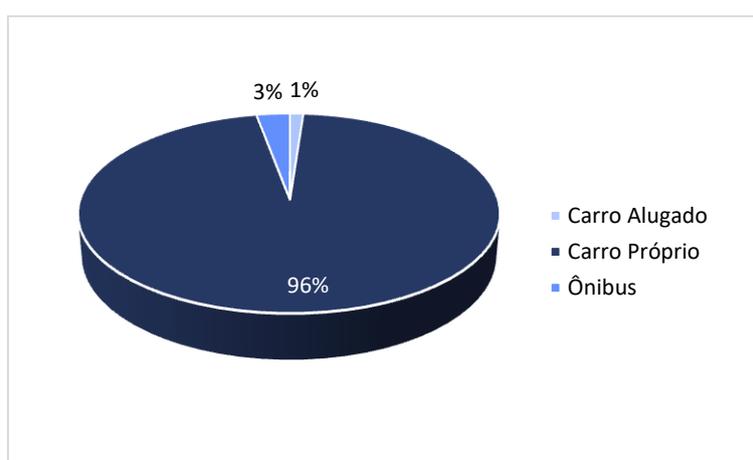


Figura 23. Meios de transporte utilizados para chegar ao destino

Dentre os turistas que pernoveram nas Serras Gerais, 71,1% ficaram alojados em hotéis ou pousadas, 10,7% em acampamentos e 3,8% em casas alugadas. Apenas 14,4% dos turistas utilizaram meios de hospedagem não pagos, que são casas próprias ou casas de amigos e parentes.

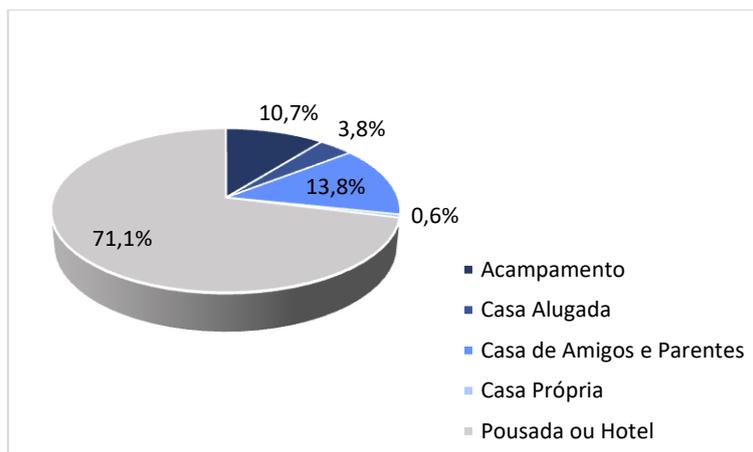


Figura 24. Meios de hospedagem utilizados pelos visitantes

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

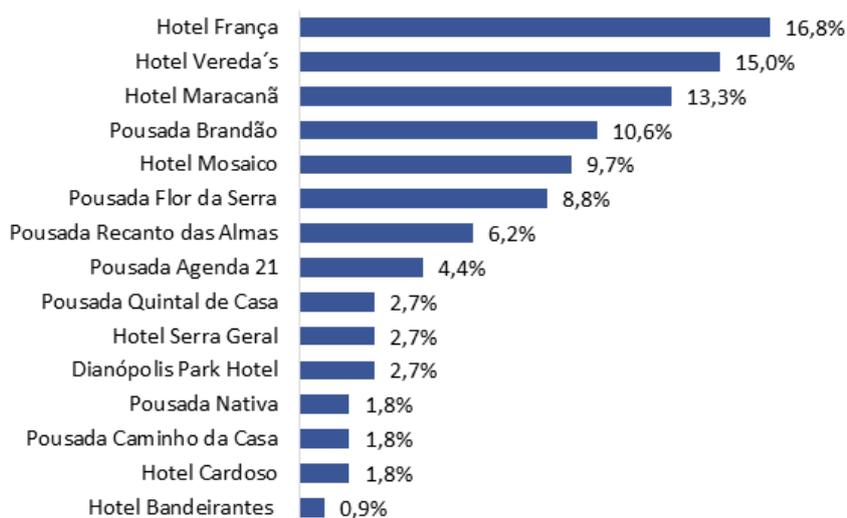


Figura 25. Hotéis e pousadas utilizados pelos visitantes

Apenas uma pequena parcela dos visitantes estavam sozinhos durante a viagem (4%). Os demais viajaram em grupos que variaram em tamanho, sendo os menores grupos formados por duas pessoas e o maior deles composto por 25 pessoas.

Os tipos de grupo mais comuns foram aqueles formados por amigos adultos (35%) e, em seguida, os grupos familiares com crianças (27%).

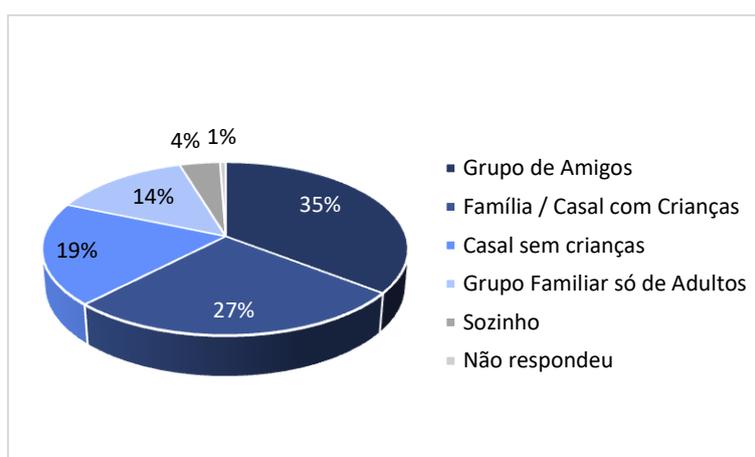


Figura 26. Configuração dos grupos de viagem

### 3.2.3. Estrutura do gasto turístico

Em média, cada visitante gastou R\$ 482,75 na viagem às Serras Gerais, 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\$ 187,58 em média foram gastos com o transporte entre a residência do visitante e seu destino final. Os demais R\$ 295,16 foram despendidos na região das Serras Gerais e representam a receita turística média gerada por cada visitante.

Tabela 4 – Gastos médios per capita dos visitantes das Serras Gerais

Gasto médio per capita nas Serras Gerais:	R\$ 295,16
Gasto médio per capita na viagem:	R\$ 482,75
Deslocamento origem-destino:	R\$ 187,58

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 declararam ter gasto algum valor na categoria correspondente. Na coluna da direita observam-se as médias dos gastos individuais em cada categoria.

Tabela 5 – Gastos médios dos visitantes das Serras Gerais, por categoria de despesa

<b>Categoria de despesa</b>	<b>Visitantes que gastaram</b>	<b>Gasto médio por pessoa</b>
Transporte interno	80,5%	R\$ 161,01
Hospedagem	72,7%	R\$ 116,72
Alimentação	94,2%	R\$ 118,96
Passeios	39,0%	R\$ 33,81
Compras	14,3%	R\$ 58,11
Outros	29,2%	R\$ 43,73

Dentre as despesas declaradas, as relativas ao transporte interno foram as que mais pesaram no gasto total, consumindo R\$ 161,01 em média, o que corresponde a um terço do total das despesas. Estão inclusas em transporte interno as despesas com aluguel de carros, combustível, estacionamento, táxis e traslados na Região das Serras Gerais. O dispêndio mais elevado com esta categoria se justifica pelo fato de que as atrações turísticas da região estão dispersas pelo território, o que obriga os visitantes a percorrer vários quilômetros para visitá-las.

Outras duas categorias que consumiram boa parte do orçamento de viagem foram: hospedagem, que fez parte das despesas de 72,7% dos visitantes e representou uma média de R\$ 116,72 por pessoa; e alimentação que absorveu R\$ 118,96 per capita de 94,2% dos visitantes.

Observa-se na tabela que 39,0% dos visitantes gastaram com passeios (inclui ingressos, guias de turismo, receptivo) e a média de despesas nesta categoria foi de apenas R\$ 33,81 por pessoa, menor inclusive que as despesas com compras ou outros itens. Isso demonstra a necessidade de estruturar melhor os serviços de receptivo, ampliando a oferta de passeios e atividades turísticas à disposição dos visitantes.

Os visitantes mencionaram a visita a dez diferentes cidades ou locais turísticos durante sua estadia na região das Serras Gerais. Conforme demonstrado no gráfico, o município de Aurora do Tocantins foi o mais visitado (55,8%) por ser o local onde se encontra um dos principais atrativos turísticos da região, o Rio Azuis. Na sequência aparecem Dianópolis (37,2%) e Rio da Conceição (34,3%). Também foram relevantes as menções dos municípios de Natividade, Almas e Taguatinga que foram visitados por 15% a 20% dos turistas.

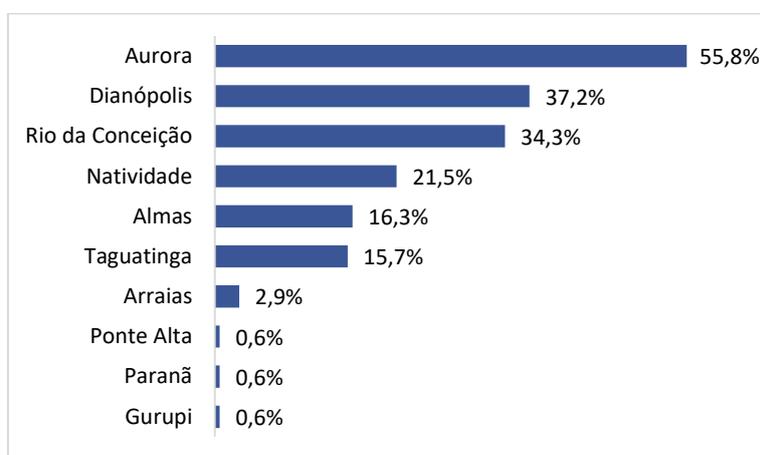


Figura 27. Locais visitados durante a estadia

### 3.2.4. Avaliação da oferta turística pelos visitantes

Para a análise dos pontos fortes e fracos da oferta turística atual da região das Serras Gerais, 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 das Serras Gerais na opinião dos visitantes



A nuvem azul, que trata dos pontos fortes, coloca o Rio Azuis como o melhor componente da oferta turística. Na sequência, aparecem em ordem decrescente: a ‘paisagem’ da região, o que inclui a beleza cênica das serras, da vegetação, dos rios e cachoeiras; ‘pontos turísticos’ não específicos ou a totalidade dos pontos turísticos visitados; a ‘água’ (dos rios, lagos e cachoeiras); o contato com a ‘natureza’; 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, a má qualidade e pouca diversidade dos restaurantes e lanchonetes, a má qualidade e pouca diversidade dos meios de hospedagem e o atendimento despreparado.

Figura 29 - O pior das Serras Gerais na opinião dos visitantes



Inqueridos sobre as melhorias que deveriam ser implementadas na região, os visitantes elencaram como prioritários: a necessidade de melhores estradas (mais largas, com melhor pavimentação); a necessidade de mais opções de hotéis e pousadas, bem como a melhoria das acomodações e dos serviços nos meios de hospedagem já existentes; a necessidade de mais opções de lanchonetes e restaurantes e da melhoria da qualidade dos estabelecimentos já existentes.

Tabela 6. Sugestões de melhoria do destino

Sugestão	Frequência	Sugestão	Frequência
Estradas melhores	22%	Mais atrativos	1%
Mais e melhores meios de hospedagem	22%	Mais restaurantes	1%
Mais e melhores restaurantes	18%	Melhor atendimento	1%
Melhor atendimento	10%	Preservação do ambiente	1%
Sinalização turística	10%	Aeroporto	1%
Infraestrutura	10%	Banheiros públicos	1%
Informação turística	8%	Possibilidade de praticar esporte	1%
Entretenimento noturno	3%	Passeios regulares com guias	1%
Eventos turísticos	2%	Preços menores	1%
Sinal de telefonia celular	2%	Ruas mais largas	1%

Apesar de todas as deficiências mencionadas, 98% dos visitantes afirmaram que visitariam a região novamente em outra oportunidade.



Figura 30. Intenção de visitar a região das Serras Gerais novamente

### 3.2.5. 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.

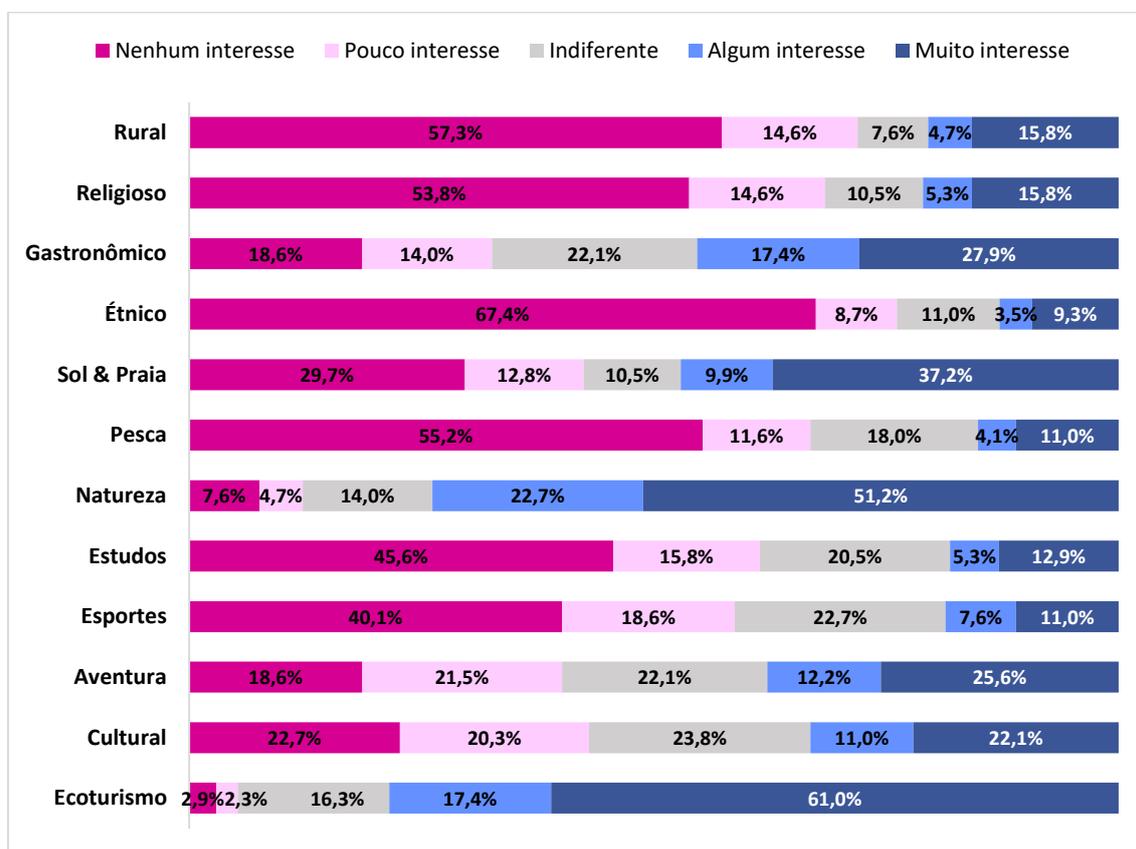


Figura 31. Potencial turístico por segmento

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

Dentre esses, destacam-se os segmentos de natureza e ecoturismo, que sintetizam bem a atual oferta turística da região e despertam o interesse de 73,9% e 78,4% dos visitantes, respectivamente.

Os segmentos considerados de baixo potencial foram: turismo rural, turismo religioso, turismo étnico, turismo de pesca e turismo de estudos. 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 (80%) conhece outras cidades e regiões do Estado do Tocantins, por isso é provável que tenham sido capazes de identificar nas fotografias destinos turísticos visitados anteriormente, passando a julgá-los não só pelas imagens que viram, mas também de acordo com suas próprias experiências de viagem.

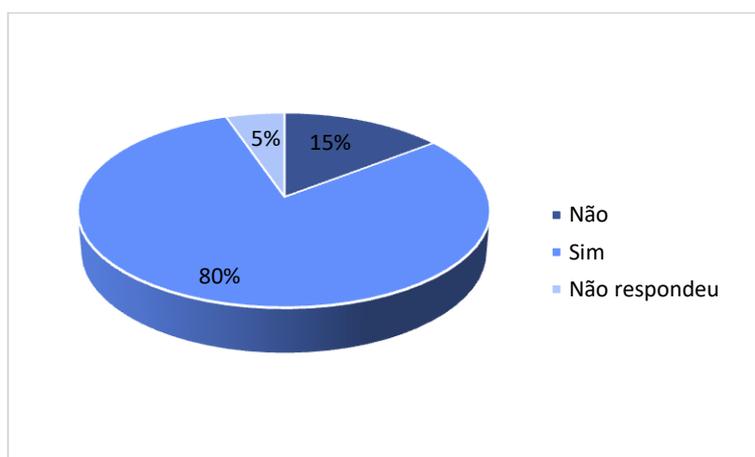


Figura 32. Turistas que já visitaram outras regiões do Tocantins

Tabela 7. Locais do Tocantins já conhecidos pelos visitantes

Local	Frequência	Local	Frequência
Palmas	20,3%	Lagoa da Confusão	1,4%
Jalapão	17,4%	Pindorama	1,4%
Lagoa do Japonês	11,6%	Praia da Tartaruga	1,4%
Peixe	10,9%	Taipas do Tocantins	1,4%
Araguacema	10,1%	Bico do Papagaio	0,7%
Gurupi	7,2%	Divinópolis	0,7%
Taquaruçu	7,2%	Formoso do Araguaia	0,7%
Ilha do Bananal	6,5%	Miracema	0,7%
Rio Azuis	6,5%	Monte do Carmo	0,7%
Paraná	3,6%	Monte Santo	0,7%

Aurora do Tocantins	2,9%	Natividade	0,7%
Dianópolis	2,9%	Noturnos	0,7%
Praias	2,9%	Paraíso	0,7%
Taguatinga	2,9%	Pq. Nac. do Araguaia	0,7%
Araguaína	1,4%	Praia da Graciosa	0,7%
Arraias	1,4%	Praia do Cantão	0,7%
Azuis	1,4%	Praia do Paredão	0,7%
Cantão	1,4%	Rio Araguaia	0,7%

Os visitantes mais uma vez confirmaram seu apreço pela oferta turística tocantinense ao manifestar seu desejo de visitar outras regiões turísticas além das Serras Gerais. Como se observa no gráfico a seguir, 98% afirmaram que gostariam de conhecer mais locais turísticos do Estado.

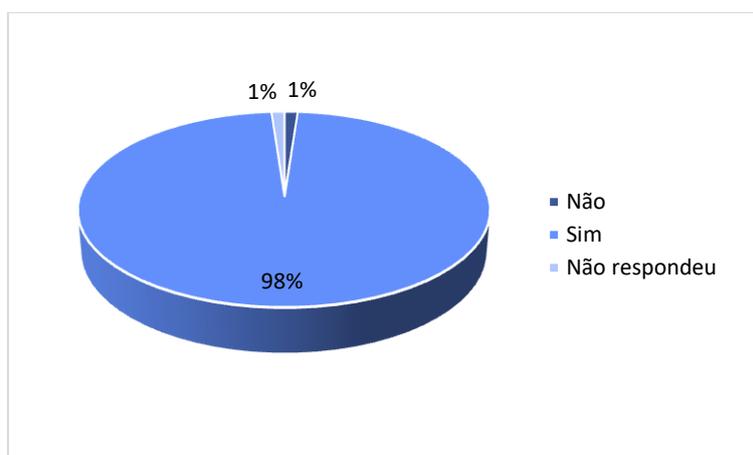


Figura 33. Visitantes que gostariam de visitar outras regiões do TO

Dentre os locais turísticos mencionados, o Jalapão aparece muito à frente de todos os outros, tendo sido indicado por 50,6% dos visitantes. Os demais locais foram lembrados por 10% ou menos dos entrevistados apenas.

Tabela 8. Locais turísticos do TO que os visitantes desejam conhecer

Local	Frequência	Local	Frequência
Jalapão	50,6%	Pindorama	1,2%
Lagoa do Japonês	9,5%	Aparecida do Rio Negro	0,6%
Rio Azuis	8,9%	Aurora do Tocantins	0,6%
Cantão	3,6%	Caseara	0,6%
Palmas	3,6%	Dianópolis	0,6%
Araguacema	3,0%	Formoso do Araguaia	0,6%
Peixe	3,0%	Miracema	0,6%
Praias	3,0%	Miracema do Tocantins	0,6%
Ilha do Bananal	2,4%	Natividade	0,6%
Arraias	1,8%	Pedro Afonso	0,6%
Taquaruçu	1,8%	Ponte Alta do Tocantins	0,6%
Araguaína	1,2%	Rio Araguaia	0,6%
Cachoeira da Luz	1,2%	Rio da Conceição	0,6%
Lagoa da Confusão	1,2%	São Félix	0,6%
Mateiros	1,2%	Taguatinga	0,6%

### 3.2.6. 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

Vale ressaltar que a principal origem dos entrevistados é do próprio estado do Tocantins, seguidos pelo Centro Oeste e pelos turistas oriundos do Nordeste

O principal meio de transporte para acessar o destino é o próprio veículo, e a maioria viaja acompanhado de amigos ou familiares.

Região de Origem	Centro Oeste	Nordeste	Tocantins
Representatividade	26% da demanda	11% da demanda	56% da demanda
<b>Distância origem-destino</b>			
(km)	765,61	339,65	347,07

Tempo de permanência			
(noite)	2	1,4	1,5
Frequência da visita			
1ª vez	58%	48%	47%
Menos de 1 vez por ano	20%	24%	32%
1 vez por ano	9%	17%	11%
2 vezes por ano	11%	3%	4%
3 ou mais vezes por ano	3%	7%	6%
Renda familiar mensal			
De R\$ 901 a R\$ 1.900,00	3%	3%	7%
De R\$ 1.901 a R\$ 3.800,00	6%	21%	19%
De R\$ 3.801 a R\$ 5.700,00	15%	10%	40%
De R\$ 5.701 a R\$ 7.600,00	33%	17%	17%
De R\$ 7.601 a R\$ 9.500,00	30%	28%	8%
Acima de R\$ 9.500,00	12%	21%	9%
Ocupação			
Assalariado	47%	45%	61%
Empresário	26%	24%	10%
Profissional Liberal	14%	10%	12%
Dona de casa	3%	0%	5%
Estudante	9%	14%	7%
Aposentado	2%	7%	2%
Desempregado	0%	0%	3%
Grupo de viagem			
Família / Casal com crianças	27%	34%	27%
Casal sem crianças	14%	17%	17%
Grupo de amigos	41%	31%	38%
Grupo familiar só de adultos	14%	17%	15%
Sozinho	5%	0%	3%
Faixa etária dos visitantes			
0 a 5 anos	1%	0%	7%
6 a 11 anos	8%	15%	8%
12 a 17 anos	5%	0%	4%
18 a 25 anos	22%	12%	14%
26 a 34 anos	20%	24%	32%
35 a 50 anos	40%	32%	21%
51 a 65 anos	3%	17%	12%
Mais de 65 anos	1%	0%	2%
Meio de transporte			
Carro alugado	0%	0%	1%
Carro próprio	100%	100%	95%

Ônibus	0%	0%	3%
<b>Gasto médio na viagem</b>			
<b>(por pessoa)</b>	R\$ 603,76	R\$ 348,53	R\$ 420,74
<b>Gasto médio no município</b>			
<b>(por pessoa)</b>	R\$ 448,63	R\$ 198,93	R\$ 298,72
<b>Já visitou outras regiões do TO</b>			
Sim	74%	76%	93%
Não	26%	24%	7%

### 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 9. 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 anualmente<sup>2</sup>.

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.

<sup>2</sup> Fonte: <http://www.bsb.aero/br/o-aeroporto/sobre-o-aeroporto-de-brasilia/>

### **Aeroporto de São Paulo - Guarulhos**

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 passageiros<sup>3</sup>. 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

---

<sup>3</sup> Fonte:

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



Z – variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p – verdadeira probabilidade do evento

e – erro amostral

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 10. 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
<b>Aeroporto de Fortaleza</b>	21/12/2018 24/12/2018	3	1	102
<b>Aeroporto de Confins - Belo Horizonte</b>	06/02/2019 10/02/2019	3	1	103
<b>Aeroporto de Cumbica Guarulhos São Paulo</b>	26/02/2019 29/02/2019	4	1	204
<b>Total da amostra coletada</b>				<b>817</b>

### 3.3.4. Análise dos Resultados Obtidos

#### Perfil socioeconômico dos entrevistados

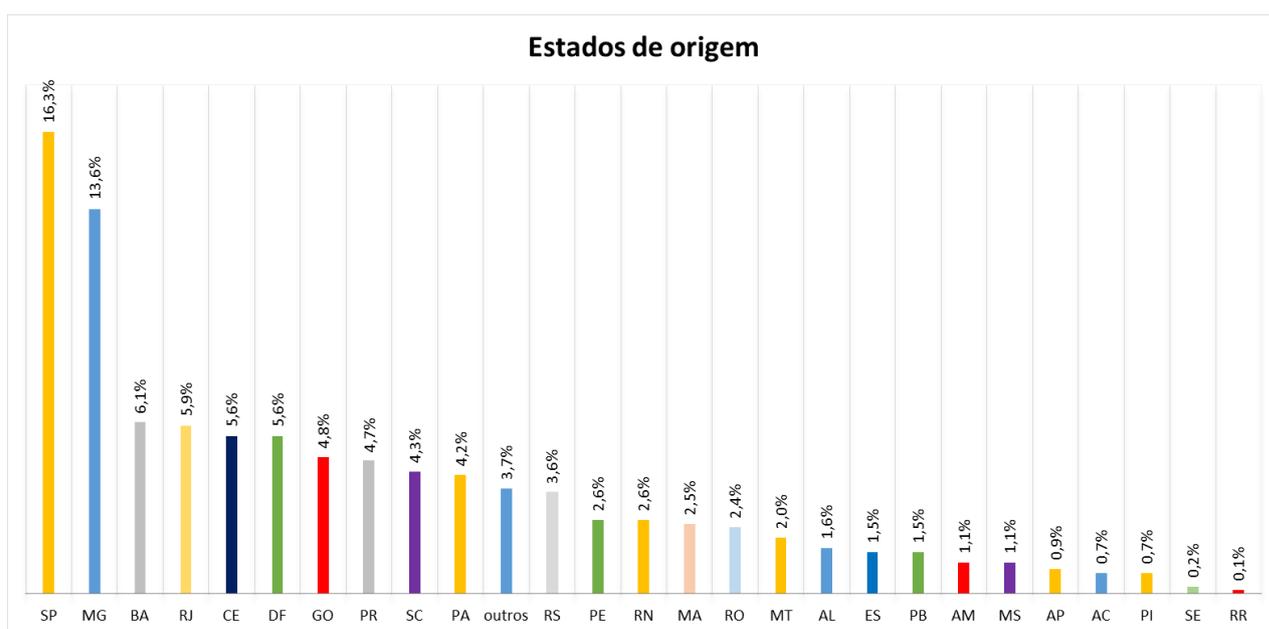


Figura 34. Origem dos entrevistados

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.

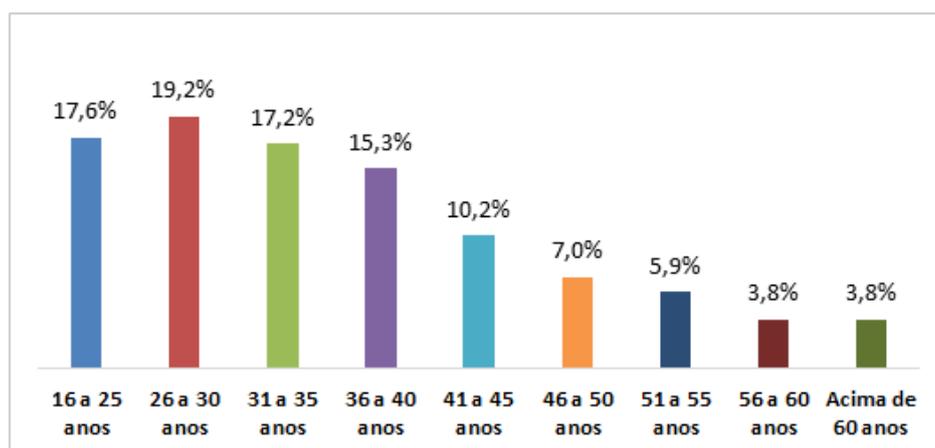


Figura 35. Faixa etária dos entrevistados

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%.

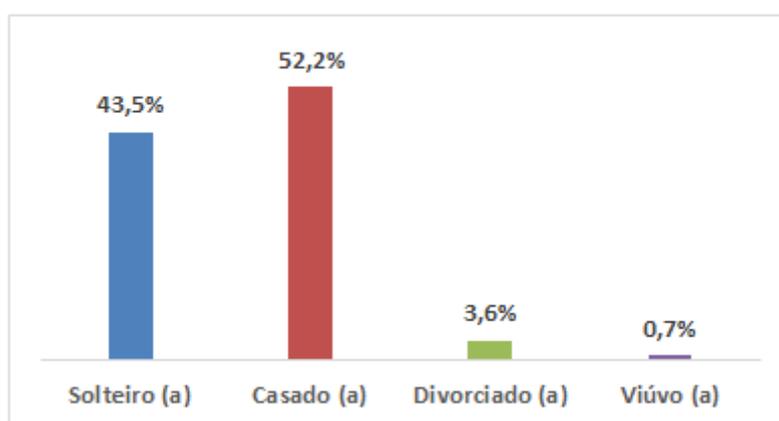


Figura 36. Estado civil dos entrevistados

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.

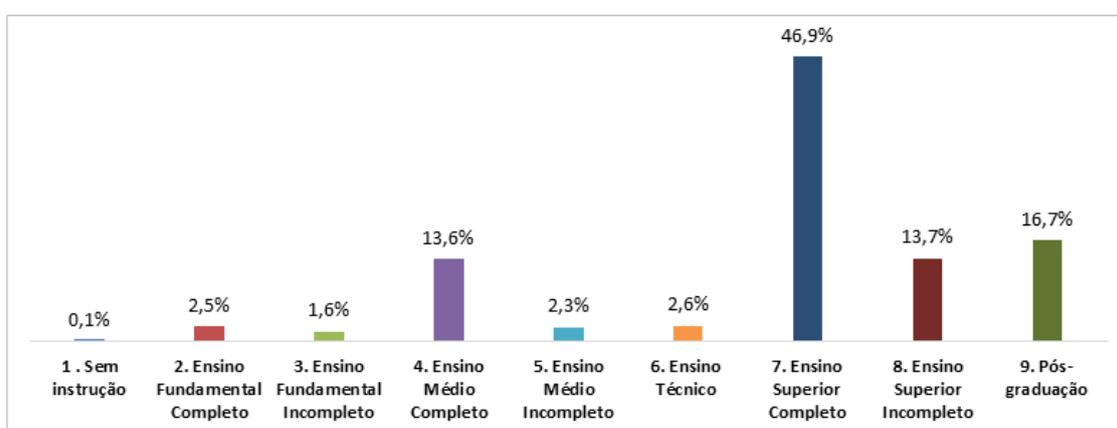


Figura 37. Grau de instrução dos entrevistados

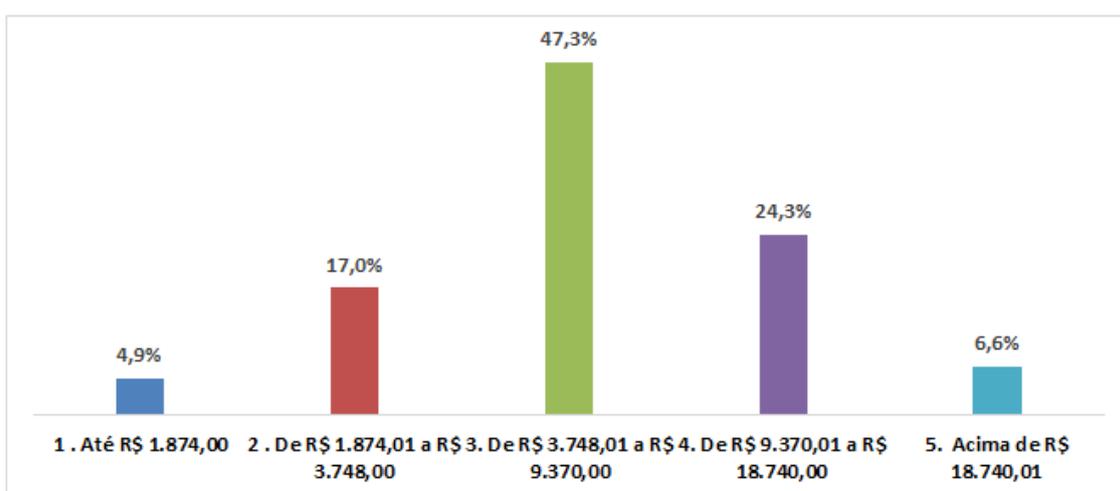


Figura 38. Renda familiar mensal dos entrevistados

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.

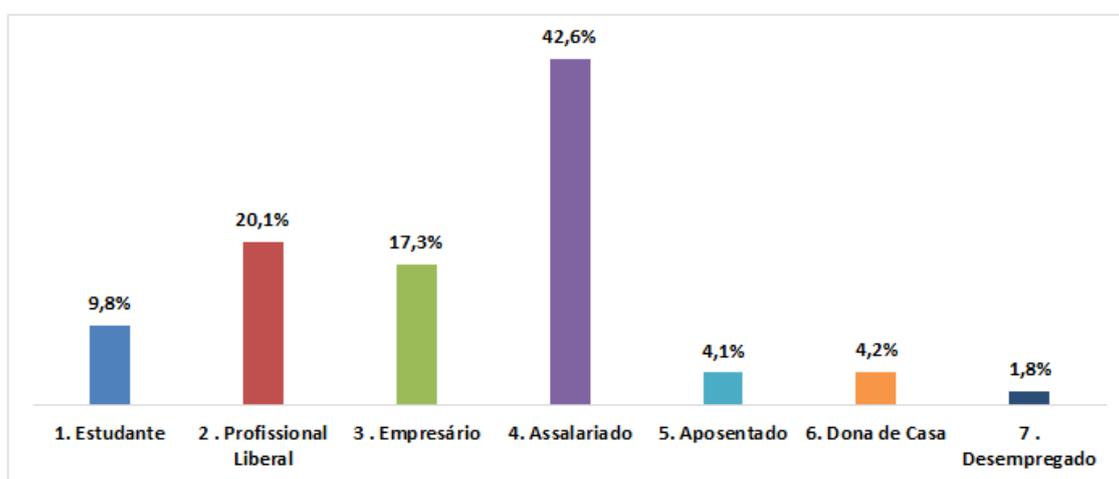


Figura 39. Ocupação principal dos entrevistados

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.

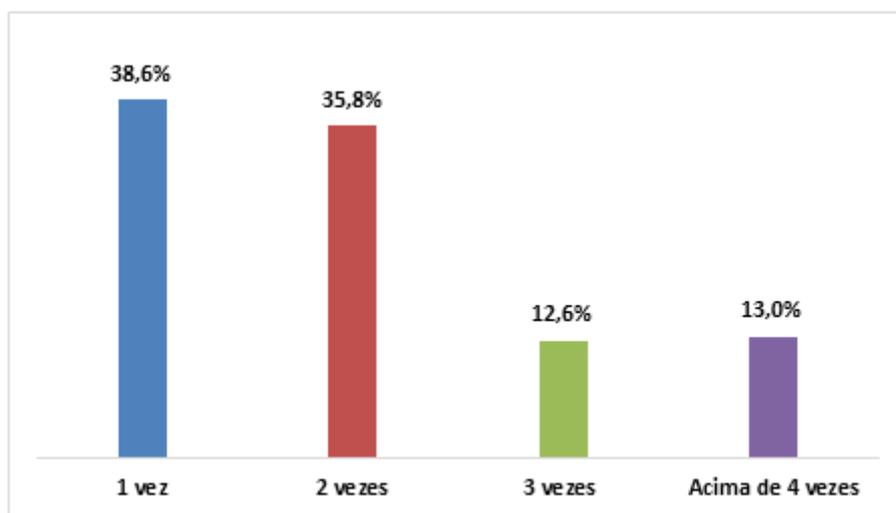


Figura 40. Frequência anual de viagens a lazer

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.

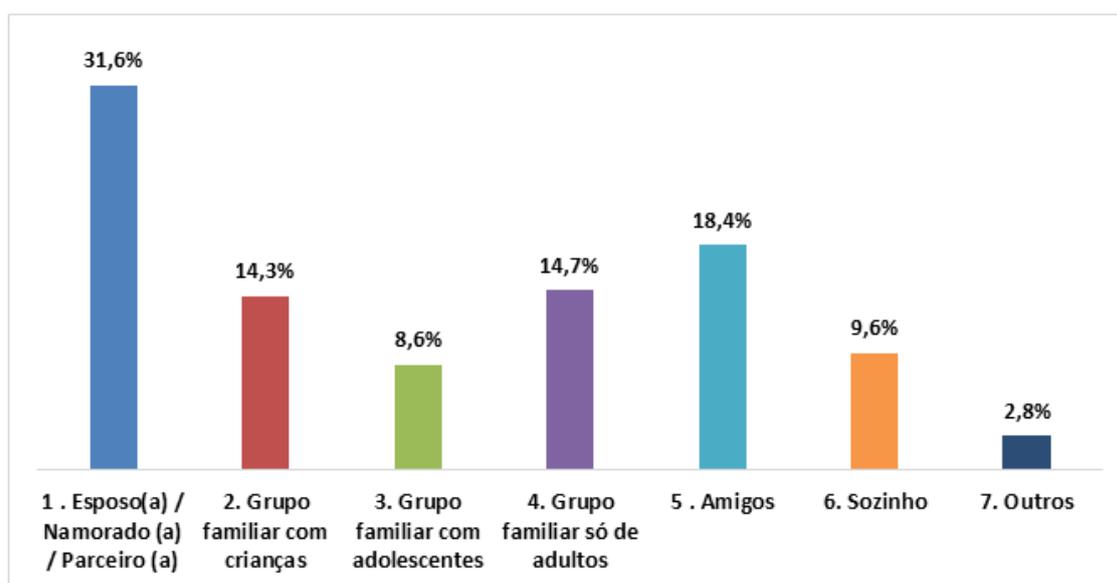


Figura 41. Configuração dos grupos de viagem

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.

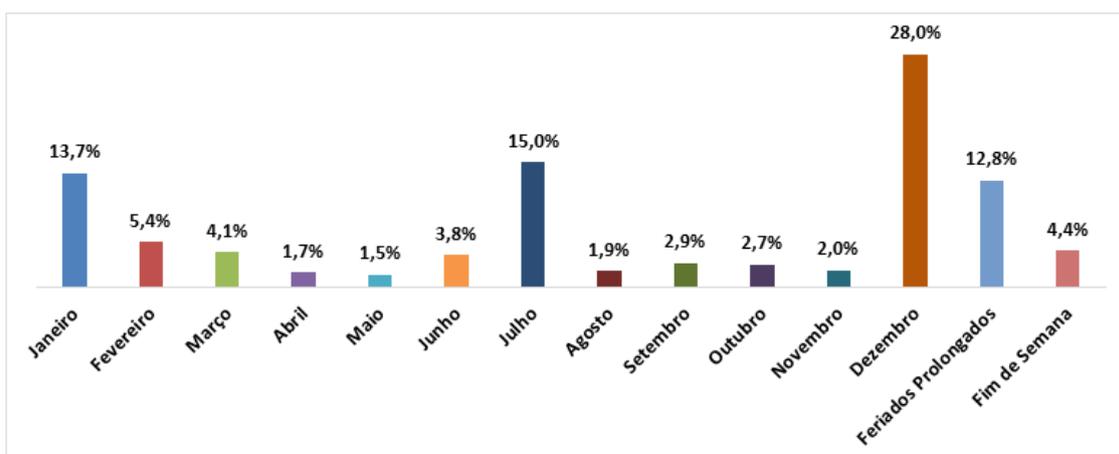


Figura 42. Período do ano preferido para as viagens a lazer

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.

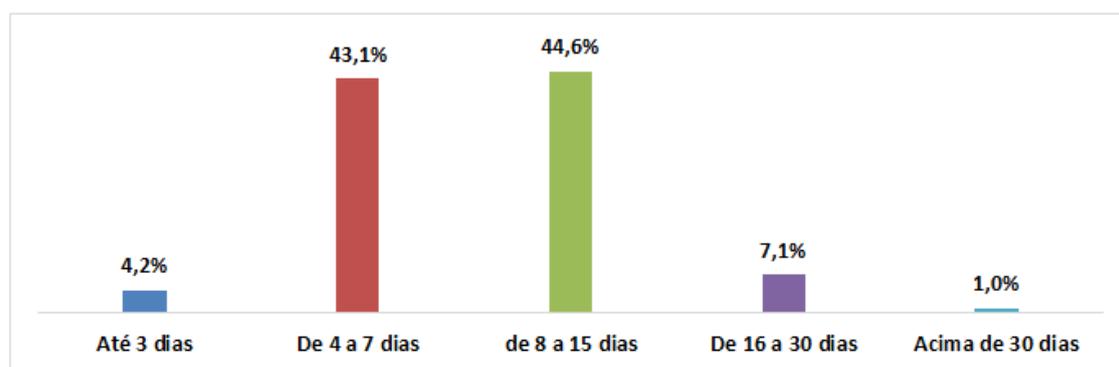


Figura 43. Duração média das viagens de lazer

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.

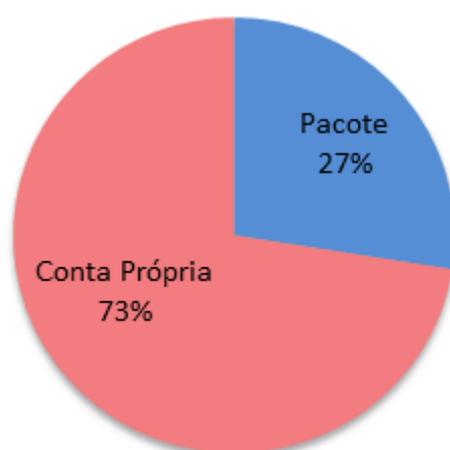


Figura 44. Forma de organização da viagem

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.

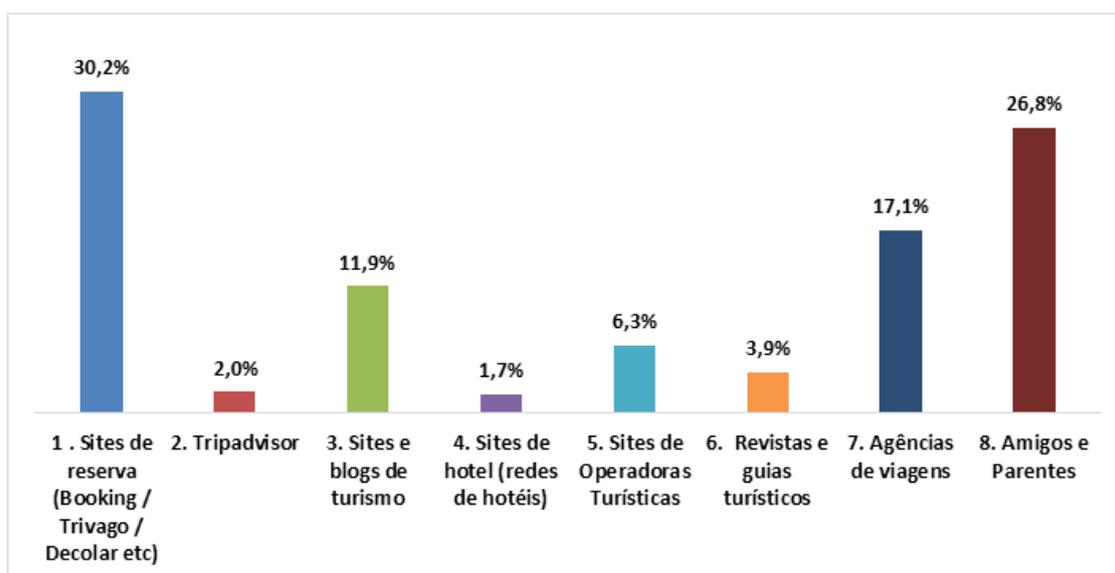


Figura 45. Fontes de informação utilizadas na organização da viagem

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 turisticos disponıveis no destino.

O gráfico a seguir identifica os elementos que influenciam no processo de tomada de decisões de compra de viagens – distância, custos, nıvel 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.

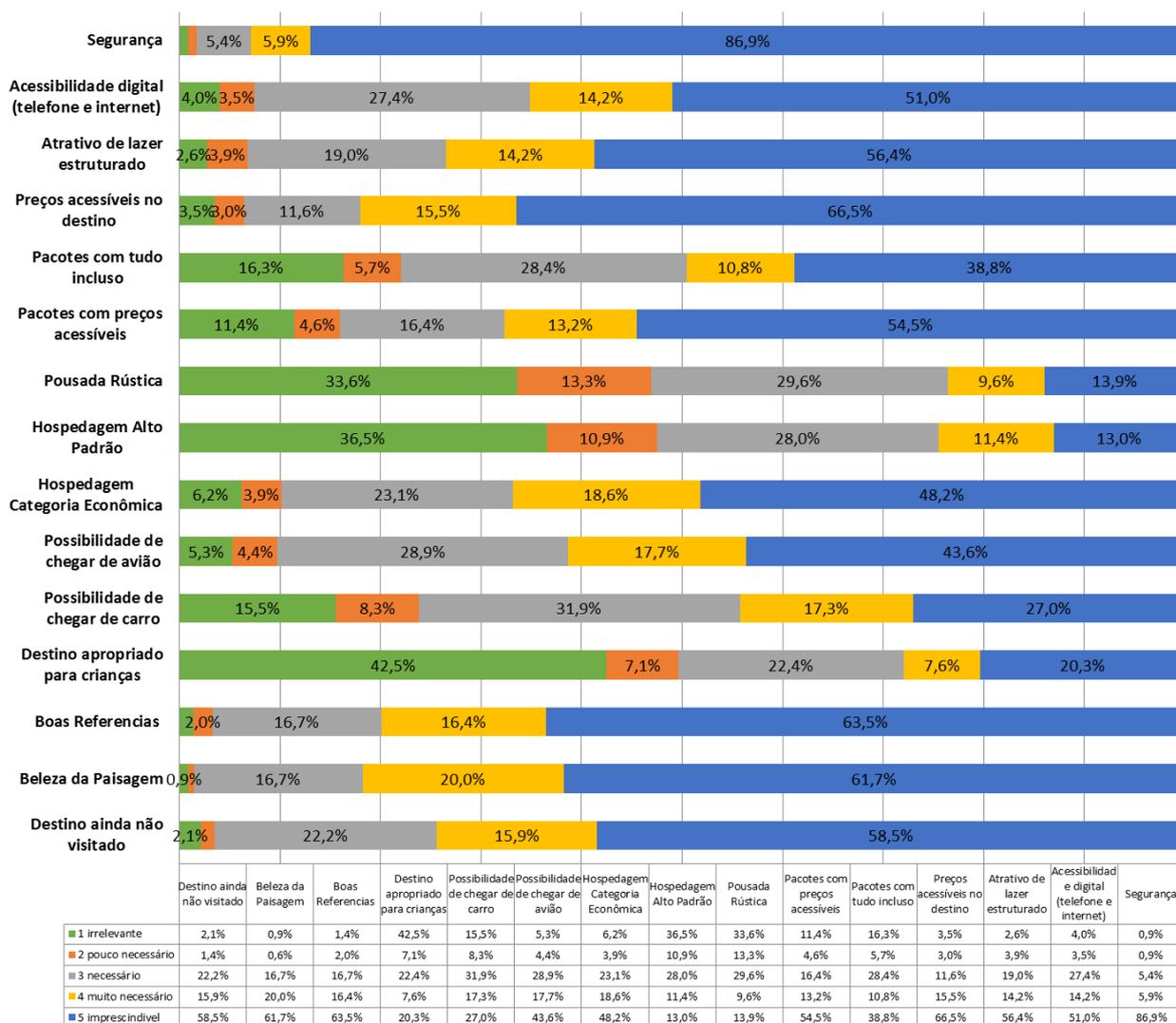


Figura 46. Fatores de influência sobre a escolha do destino de viagem

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 47. 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.

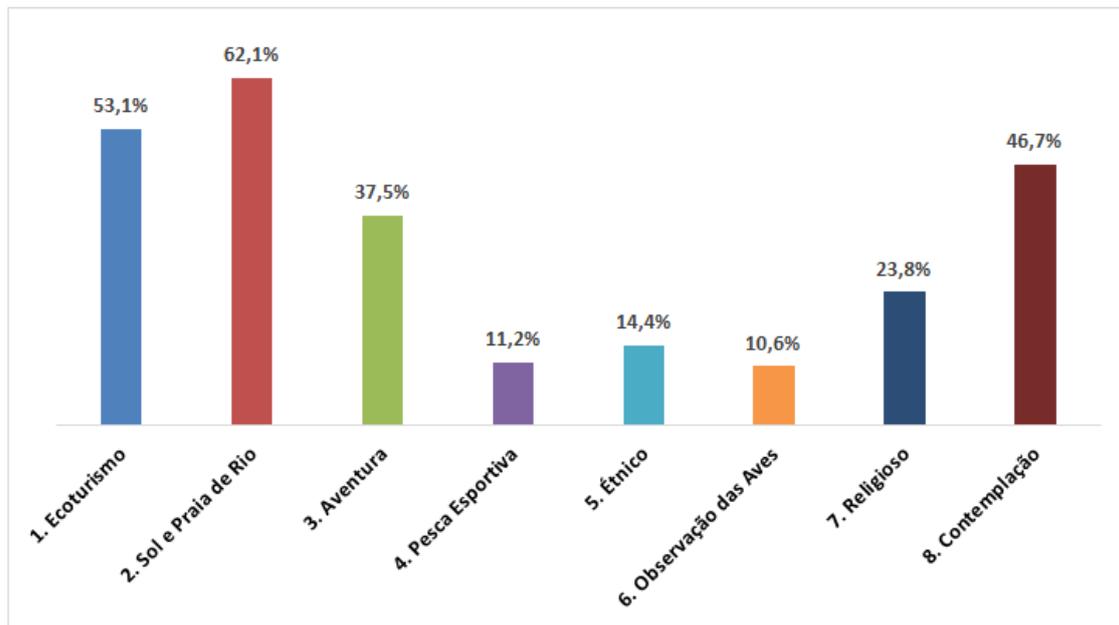


Figura 48. Segmentos turísticos que motivam as viagens

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.

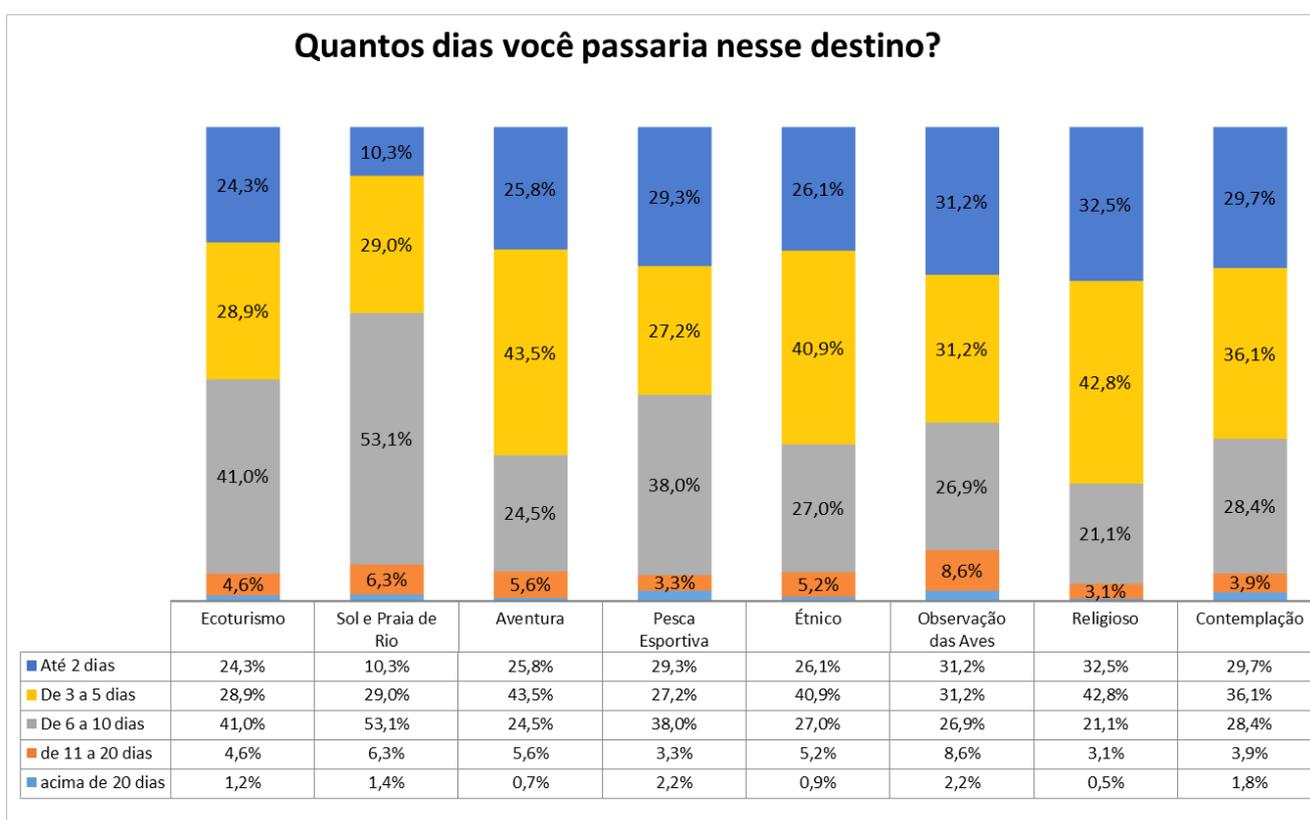


Figura 49. Tempo de permanência no destino numa potencial viagem

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 50. 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.

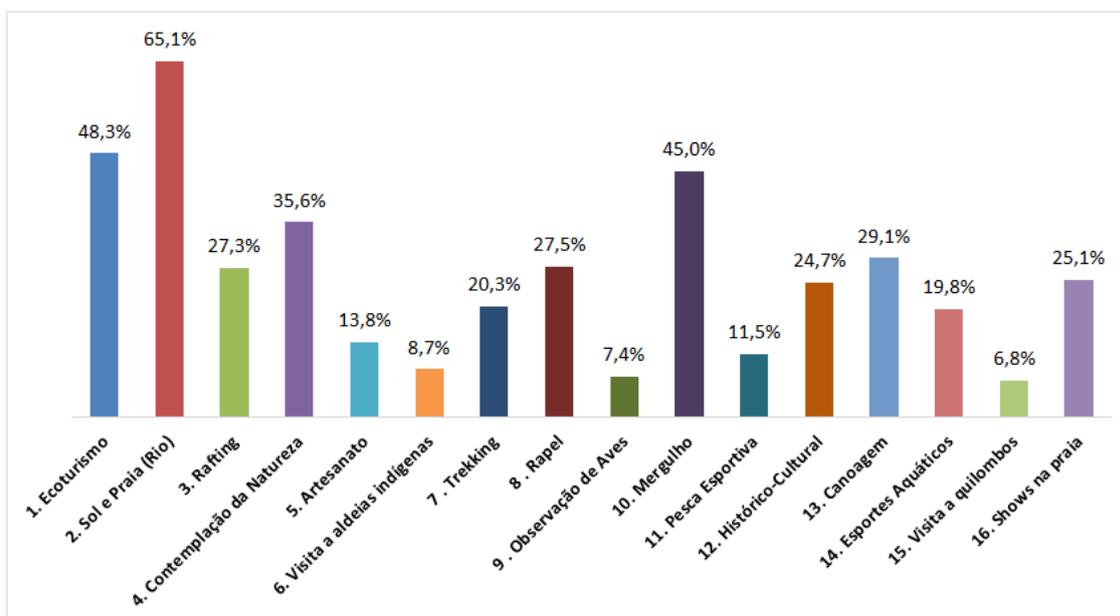


Figura 51. Atividades turísticas que agradam os potenciais visitantes

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.

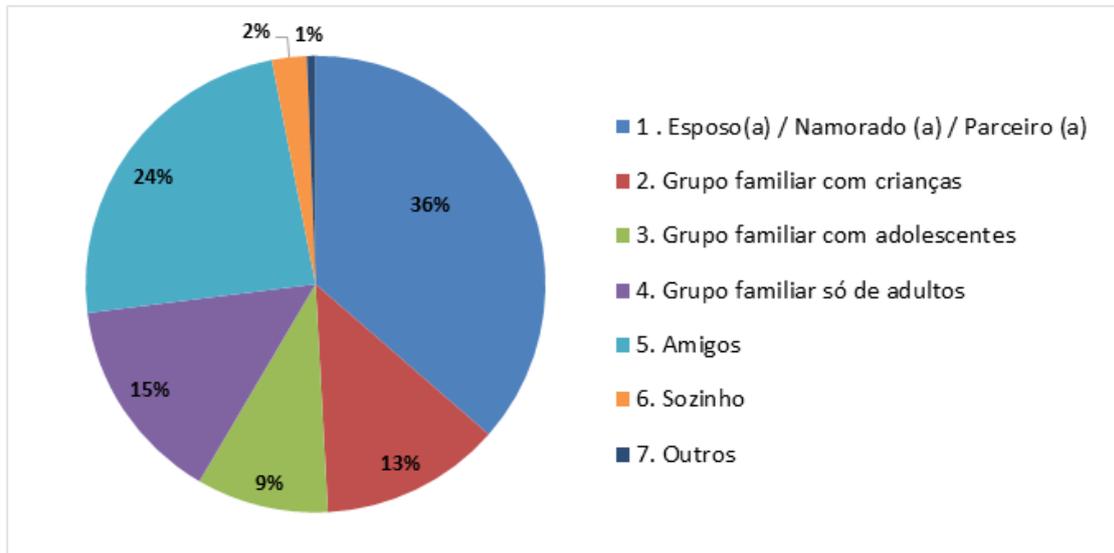


Figura 52. Potencial configuração dos grupos de viagem

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.

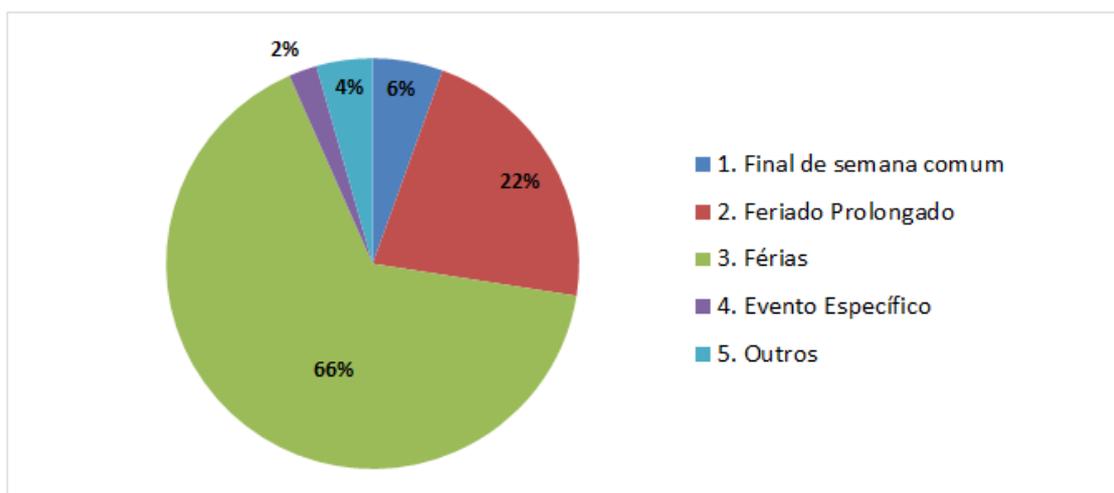


Figura 53. Período do ano preferido para a viagem ao Tocantins

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.

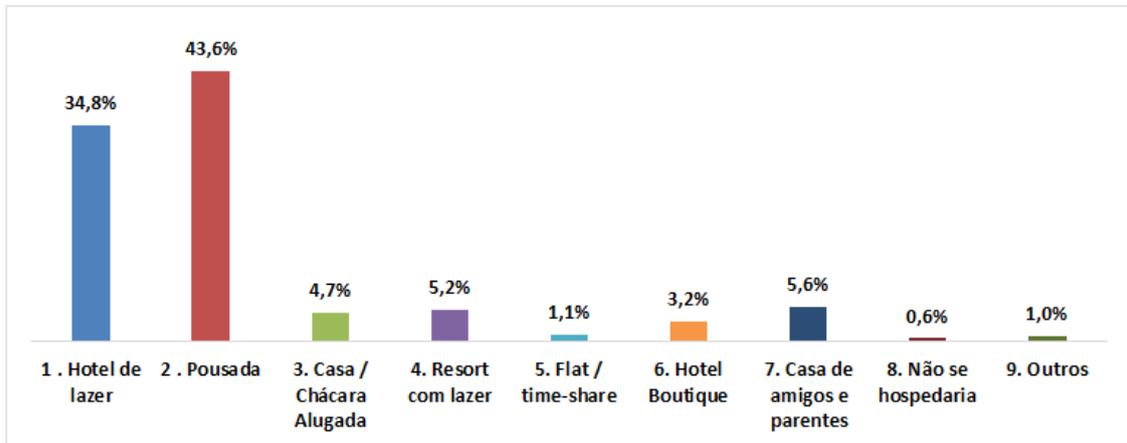


Figura 54. Preferência por categoria de meio de hospedagem

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 55).

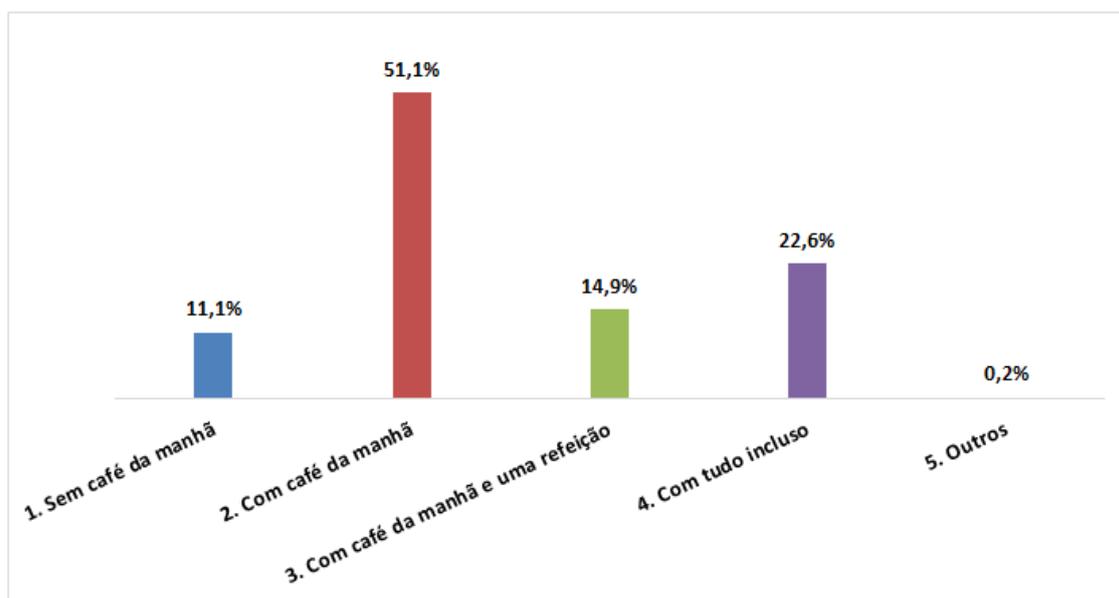


Figura 55. Preferência por sistema de alimentação nos meios de hospedagem

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.

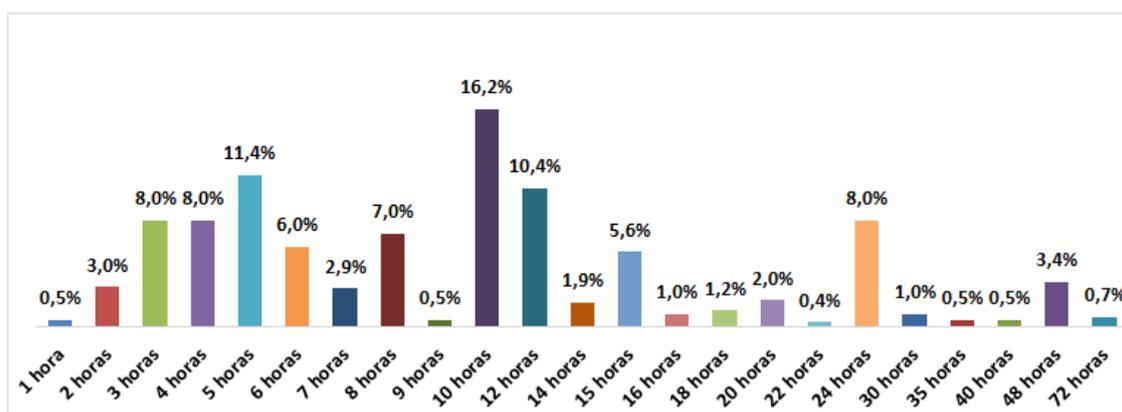


Figura 56. Disponibilidade de tempo para o deslocamento até o destino

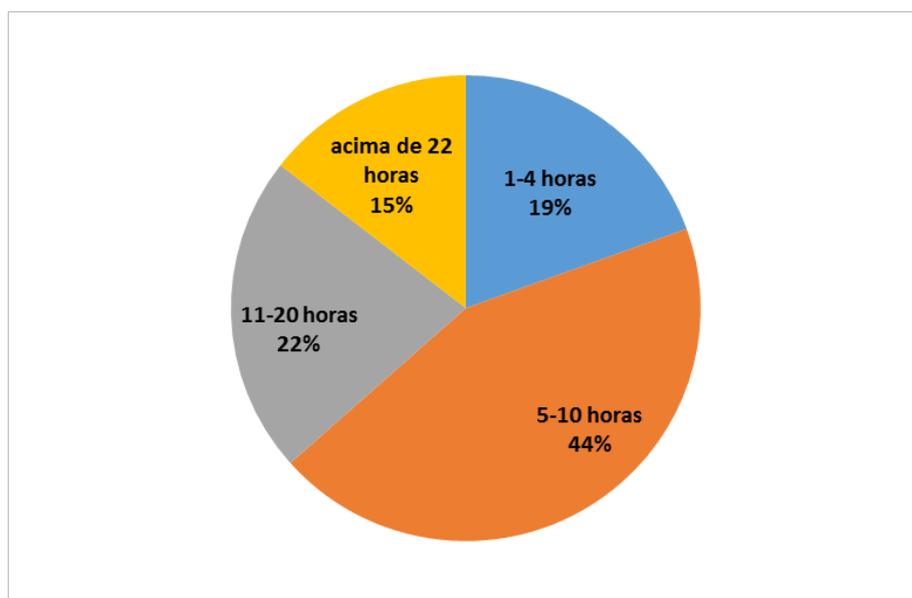


Figura 57. Tempo máximo de viagem agregado

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 para 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%).

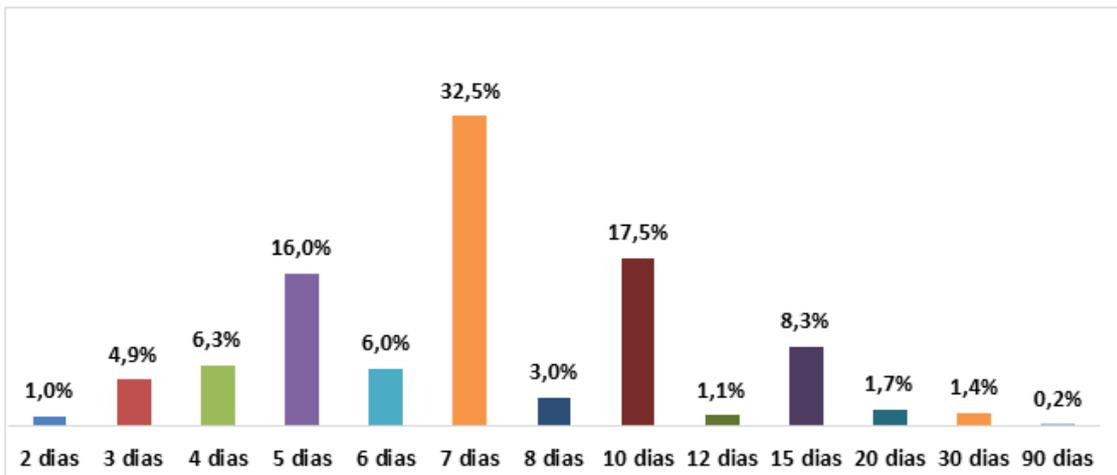


Figura 58. Estimativa do tempo de permanência no destino

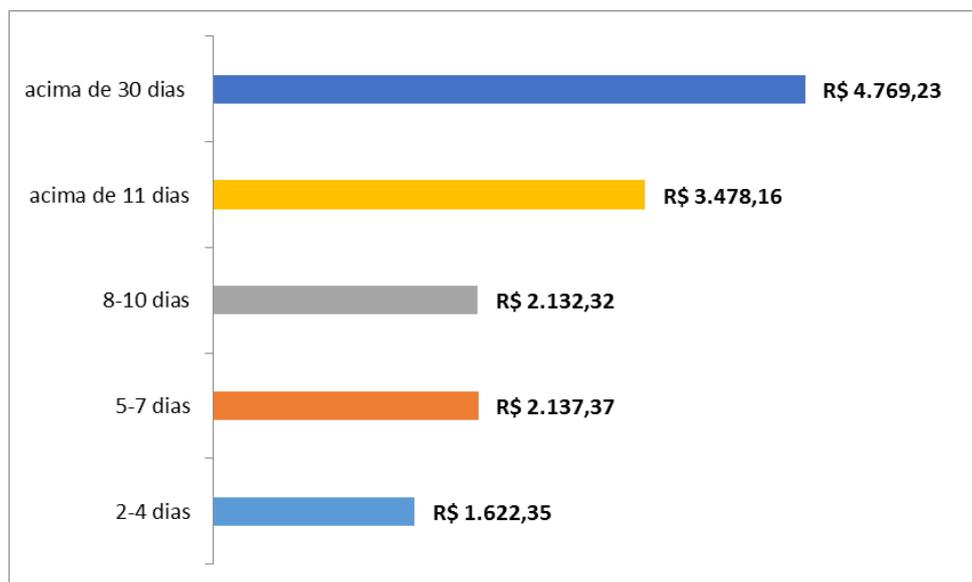


Figura 59. Expectativa em relação ao preço do pacote de viagem (por pessoa)

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.

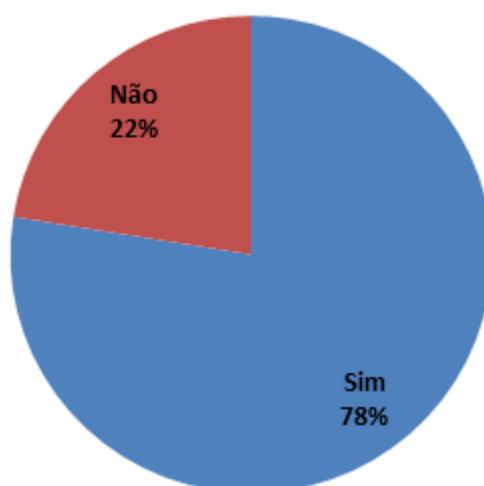


Figura 60. Potenciais turistas que relacionaram as fotos a algum destino turístico

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 61 . 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 ocorreram, 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.

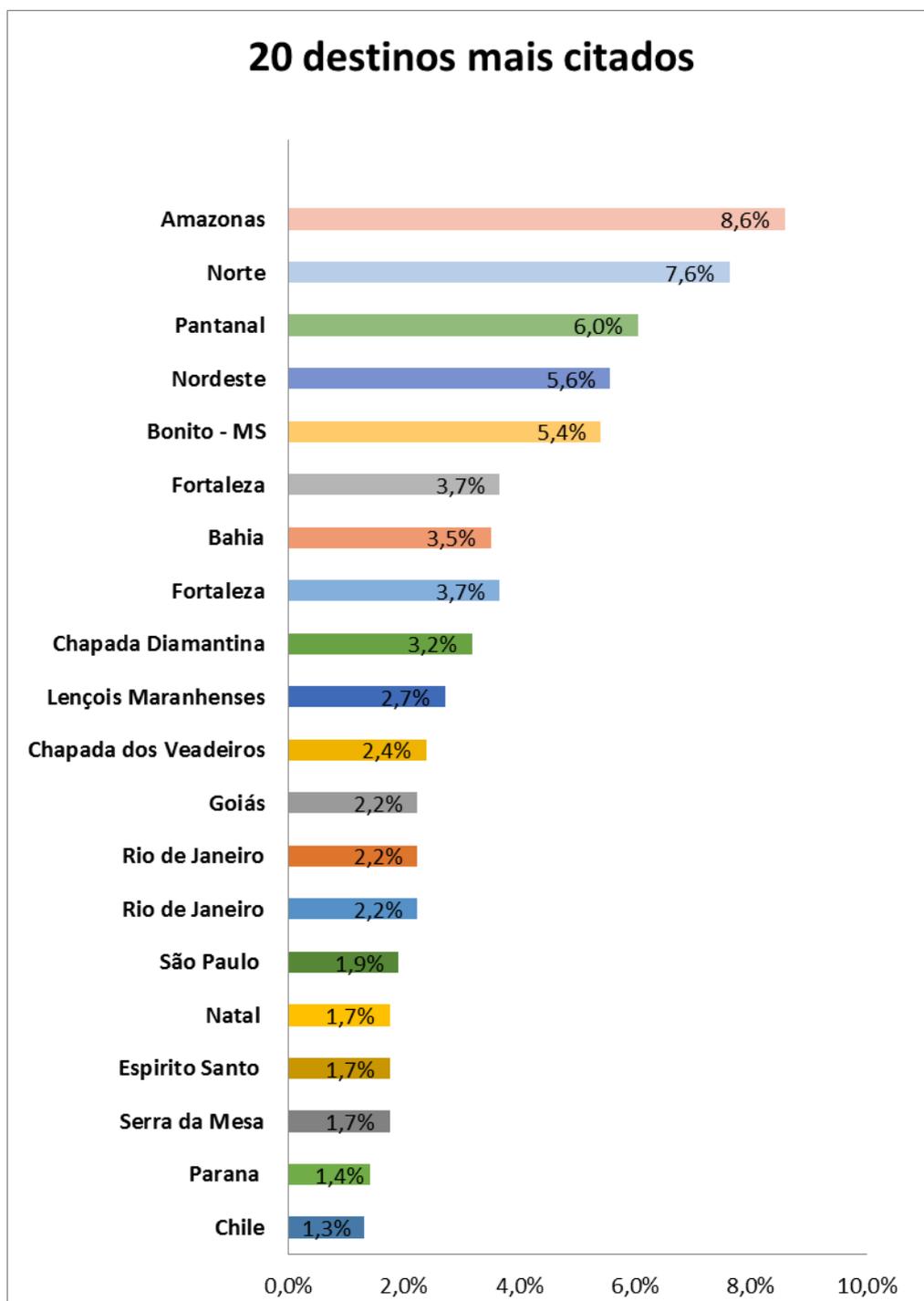


Figura 62. Principais destinos concorrentes de Tocantins

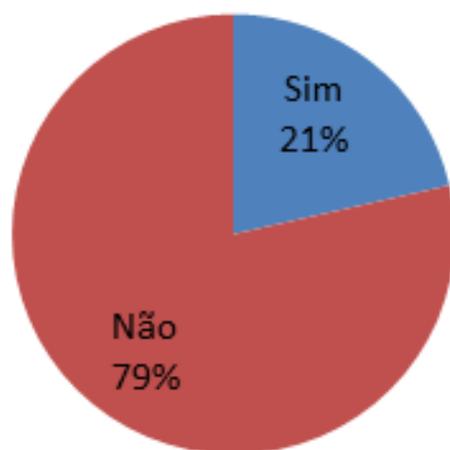


Figura 63. Entrevistados que já visitaram o Tocantins

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.

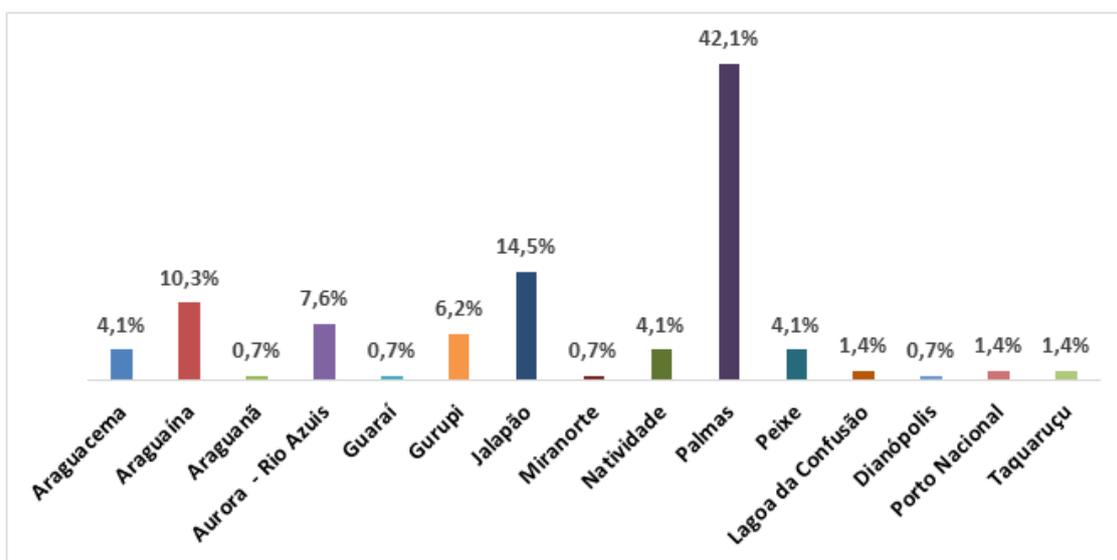


Figura 64 Cidades e atrativos tocantinsenses visitados pelos entrevistados

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.

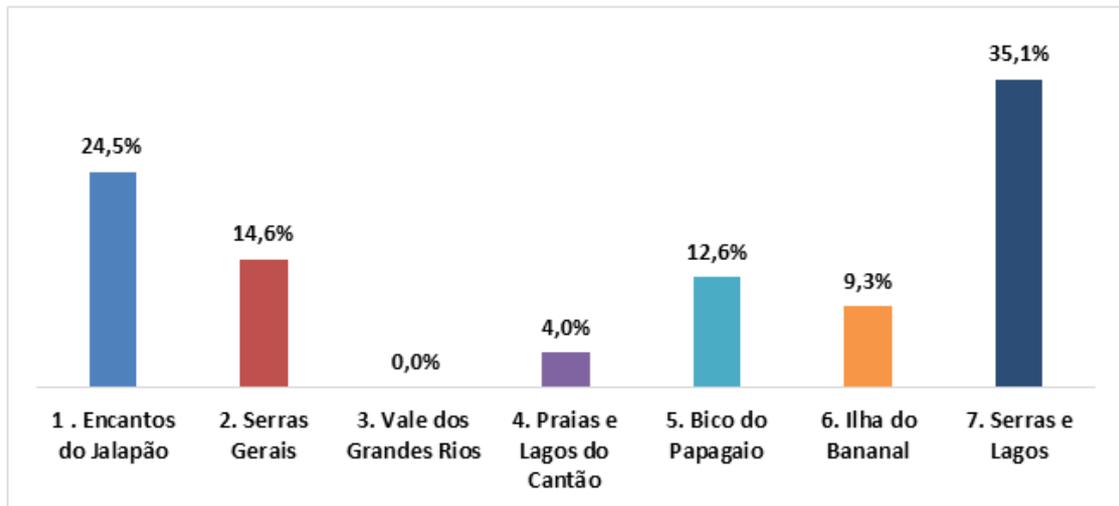


Figura 65. Regiões visitadas pelos entrevistados

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

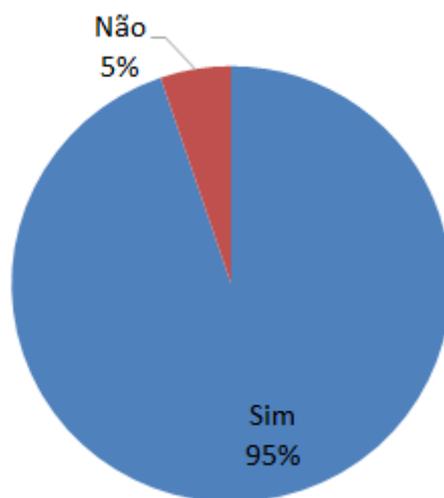


Figura 66 Intenção de retornar ao destino Tocantins

### 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.

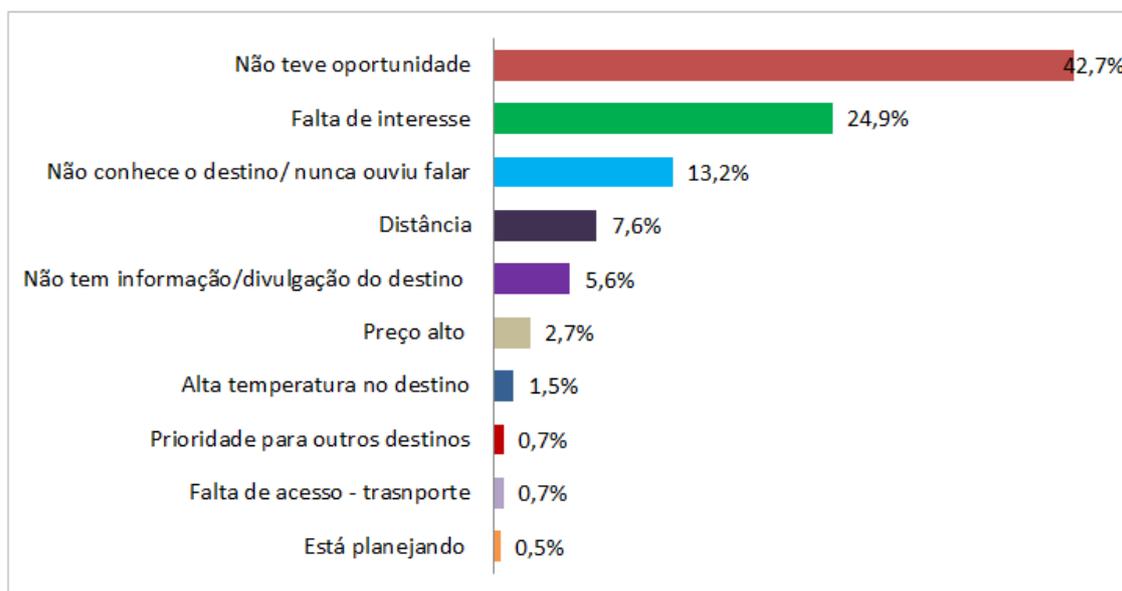


Figura 67. Razões para não ter visitado o Tocantins

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.

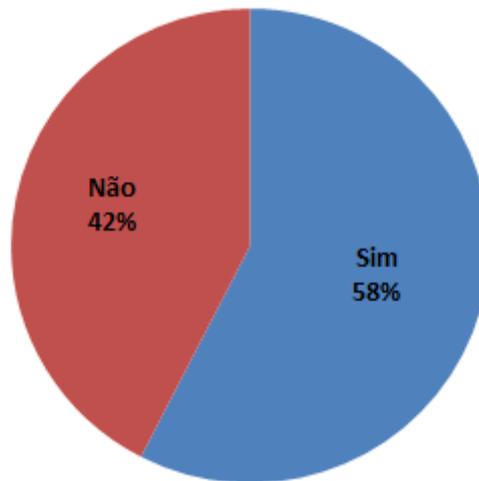


Figura 68. Potenciais turistas que já ouviram falar de Tocantins

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 69 WordCloud – o que ouviu falar – Tocantins

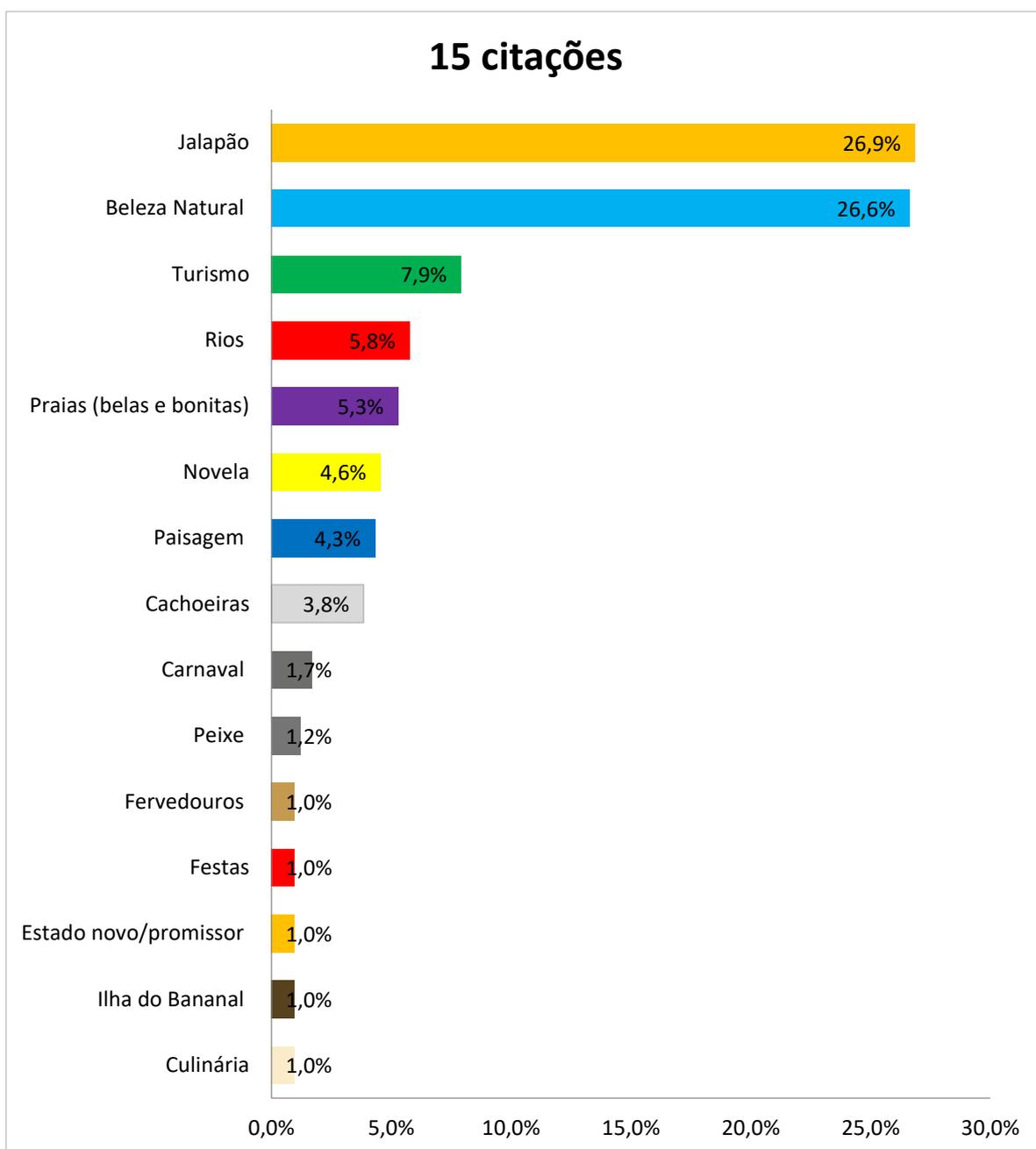


Figura 70 O que ouviu falar do destino Tocantins

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.

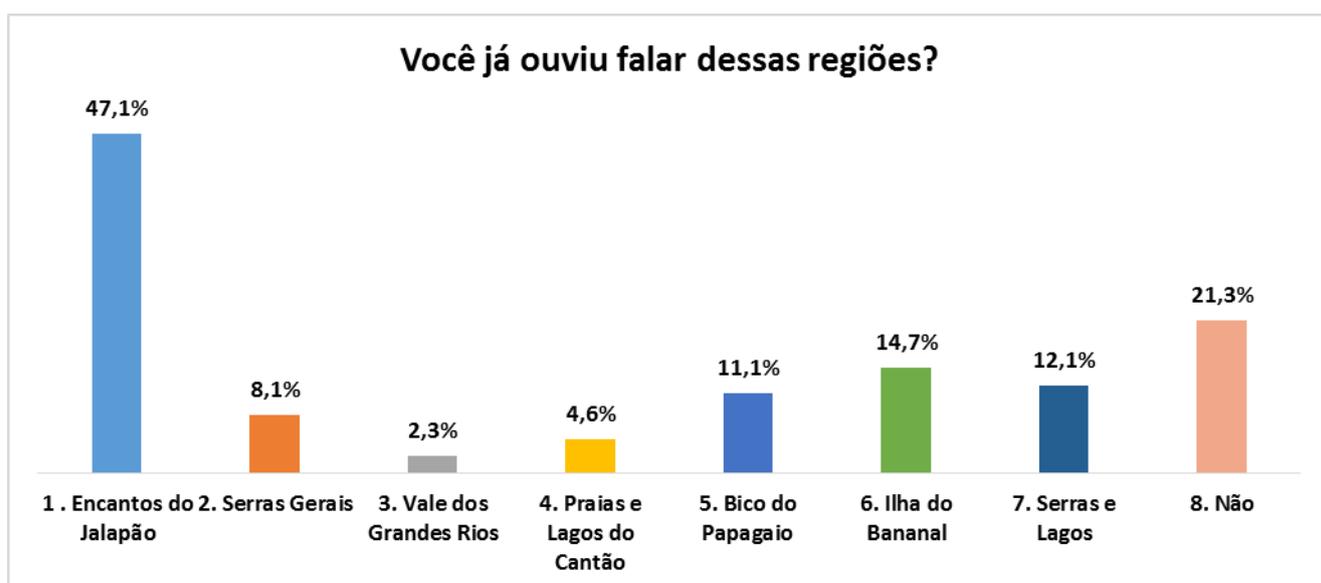


Figura 71. Regiões apontadas

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 compreende um conjunto alargado de recursos turísticos compostos pelos atrativos turísticos, equipamentos e serviços. Dentre os equipamentos e serviços destacam-se a hospedagem, alimentação, recreação, lazer e os de caráter artístico, cultural e social. No que concerne aos atrativos turísticos, estes podem ser naturais, culturais, tecnológicos, científicos, de eventos, entre outros. 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 para a região das Serras Gerais.

A oferta turística nas Serras Gerais evidencia a propensão desta região para uma diversidade de segmentos turísticos para os quais existe potencial, sem se observar no entanto uma implementação de infraestruturas e promoção adequadas.

As Serras Gerais compreendem a região sudeste do estado de Tocantins e são constituídas por um conjunto de cidades antigas e acolhedoras, ricas em tradições culturais e religiosas seculares, oferecendo a quem as visitam a oportunidade de disfrutar das suas igrejas, casario histórico, ruínas, cachoeiras, grutas, rios, lagos e dunas.

A sua cultura popular preservada ao longo de séculos oferece experiências interativas de vivência com as comunidades locais, que contribuem para o fortalecimento dos laços da população com o turismo. A cultura popular, revelada através de manifestações como as festas religiosas, o artesanato e a culinária é uma marca forte da região que poderá ser transmitida ao turista como uma experiência distintiva.

A corrida ao ouro na região, durante o século XVIII, ainda é marca de algumas cidades da região, como é o caso de Natividade. Naquele tempo, a cidade chegou a ter 40 mil escravos a trabalhar na exploração do referido metal. O que sobra hoje em dia é um conjunto de ruínas da igreja e da cidade velha, antigos casarões com influência portuguesa e francesa, assim como a tradição da fabricação de peças em filigrana. A sua elevada importância histórica levou a que este município seja o único na região com bens tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). No mesmo âmbito, é possível visitar em Arraias a Chapada dos Negros, antigo local de exploração mineira em busca de ouro situado a apenas 3 km do centro

A presença de casario histórico de estilo colonial nos centros históricos, desde as igrejas do século XVIII aos casarões com influência portuguesa e francesa, é característico das cidades nas Serras Gerais, sendo este um elemento que transmite a história e cultura locais. Neste sentido, destacam-se os municípios de Taguatinga, Arraias e Natividade, sendo organizados neste último diversos produtos turísticos relacionados com a realização de circuitos que permitem visitar inúmeros elementos arquitetônicos reveladores da história colonial.

A nível religioso destacam-se as festividades ocorridas nos municípios de Taguatinga e Dianópolis, ambas envolvendo toda a comunidade e atraindo milhares de turistas para participar dos eventos. Em Taguatinga a festividade inclui cortejos, corridas de cavaleiros e a cavalhada, uma representação da batalha medieval entre cristãos e mouros. Já em Dianópolis a Festa do Divino é um ritual com forte influência portuguesa e do período escravocrata, incluindo cantos, louvação e a missa solene dos Romeiros. Para além disso, evidenciam-se em Natividade as festas religiosas como a do Divino Espírito Santo, a Romaria do Senhor do Bonfim, as danças folclóricas como a sússia e a congada, além dos tambores e catireiros.

Experiências turísticas diferenciadas são atualmente oferecidas aos visitantes, relacionadas quer com a história, quer com o meio ambiente. Em Almas, a Horta Cheiro Verde transmite aos seus visitantes todo o conhecimento sobre a criação de uma horta semi orgânica, além de permitir a sua participação nos passos diários de gestão da mesma e oferecer a prova de produtos cultivados localmente. Na vertente gastronômica, a loja Amor Perfeito da Tia Naninha em Natividade tem o programa de visita à fábrica onde são confeccionados os seus famosos biscoitos, incluindo a participação no processo de confecção e uma degustação ao final da visita.

A vertente mística é também uma das componentes da oferta turística das Serras Gerais, em particular em Natividade, no Labirinto Místico da líder espiritual Dona Romana. Este santuário inclui diversas figuras humanas, pássaros gigantes, portais e seres cósmicos esculpidos em pedra como mensageiros do mundo espiritual.

A presença de comunidades quilombolas locais, com mais de 250 anos de história, é crucial no sentido de preservar a história e os costumes locais, podendo ainda ser utilizada na promoção de segmentos de turismo de base comunitária. De fato, a relação com a terra e com a natureza que estas comunidades apresentam deverão ser valorizadas e potenciadas turisticamente.

Neste campo, destacam-se a Comunidade Quilombola de Campo Alegre (Paraná) composta por 54 famílias, e o povoado da Lagoa da Pedra (Arraias), que inclui 35 famílias que vivem no local há 5 gerações.

Para além das vertentes turísticas apresentadas, as Serras Gerais apresentam características que a posicionam nos segmentos de ecoturismo e aventura. Para tal contribui a localização da região, situada entre ecossistemas de influência amazônica, o cerrado, a mata singular do vale do rio Paraná e o maciço da Serra Geral.

A abundância de calcário favorece o desenvolvimento do turismo de aventura na região, ao oferecer aos seus visitantes montanhas esculpidas pela ação das águas e ventos. Neste âmbito destacam-se a Gruta da Lapa (Arraias), o Vale Encantado (Dianópolis) e a Gruta dos Caldeirões (Taguatinga). A estas associam-se diversas cachoeiras, lagoas, rios, balneários, grutas, cânions, dunas, entre outros.

Destaca-se particularmente o município de Almas com potencial para o ecoturismo, já que se encontram no seu território um vale com quatro quedas de água (Vale do Encantado) e um vale onde é possível realizar trilhas, rappel, observar a natureza e o modo de vida dos nativos (Vale dos Pássaros). Este não é, no entanto, o único município com potencial para este segmento turístico, já que Dianópolis e Taguatinga são igualmente ricos neste tipo de atrativos. Taguatinga oferece ainda a oportunidade do desenvolvimento de turismo arqueológico, devido à presença de gravuras rupestres na gruta dos Caldeirões.

Para além disso, é ainda possível visitar nas Serras Gerais as corredeiras do rio Palmeiras e Palmas, e o já bastante visitado balneário do rio Azul, a cachoeira do Registro, as veredas e lagoas da margem esquerda do rio Palmeiras e as águas termais de Paraná.

Atualmente são já oferecidas pelas agências de turismo opções de turismo de aventura na região como o *rafting* e o *trekking*, para além de existir potencial para a prática do voo livre, rapel, escalada, tirolesa e espeleologismo.

Em seguida serão apresentados os atrativos mais representativos, por município, para a vertente religiosa, mística, natural e cultural da região das Serras Gerais. As figuras seguintes representam os atrativos de acordo com o volume turístico que estes recebem na alta temporada (Figura 72), assim como com o seu estado de desenvolvimento turístico a nível de

acesso, infraestrutura, desempenho turístico, entre outros na Figura 73. A Tabela 11 apresenta a numeração dos atrativos para a Figura 72 e Figura 73.

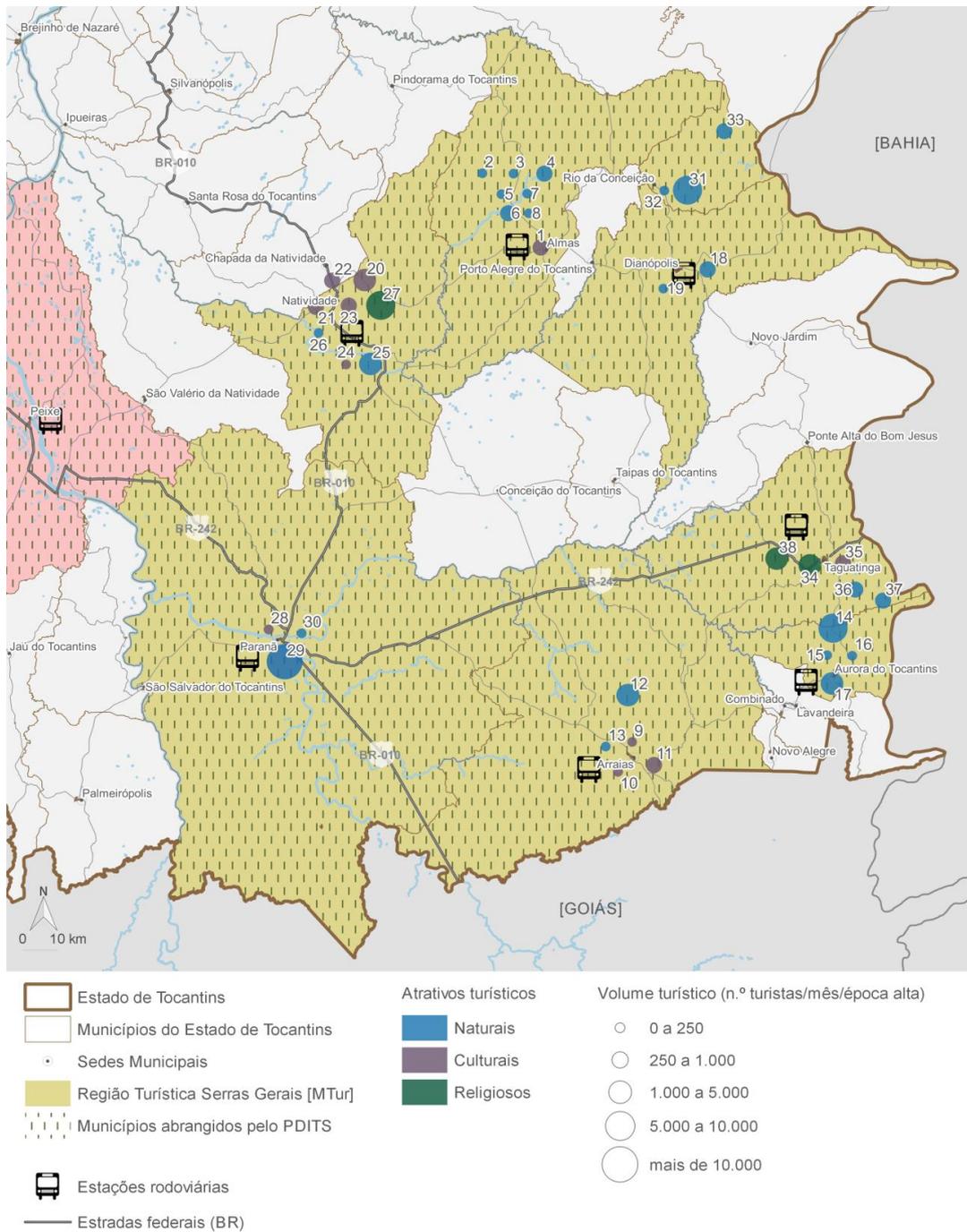


Figura 72. Atrativos turísticos das Serras Gerais (classificação de acordo com o volume turístico)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

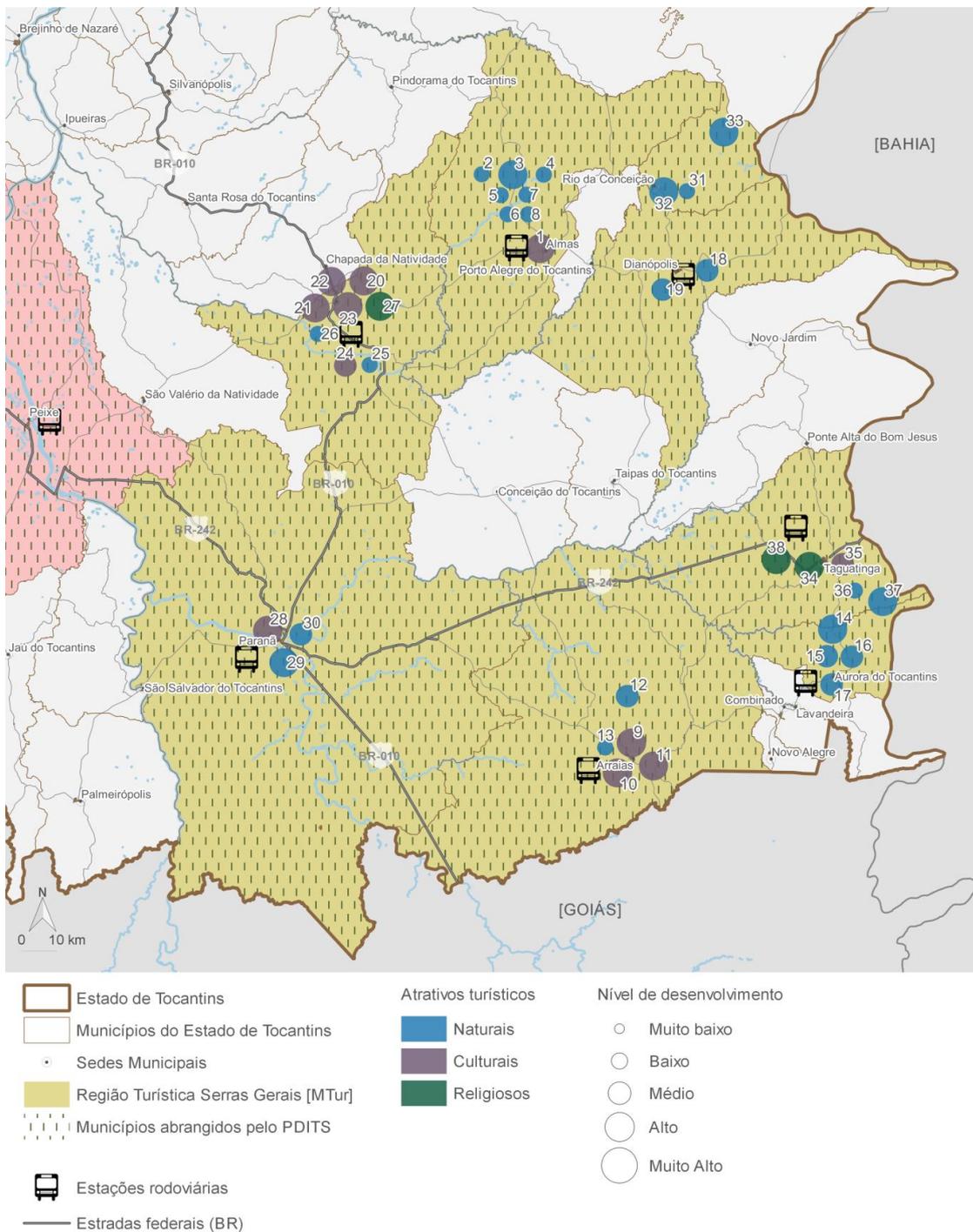


Figura 73. Atrativos turísticos das Serras Gerais  
(classificação de acordo com o desenvolvimento turístico)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

Tabela 11. Atrativos presentes nas Serras Gerais

Número	Tipologia	Atrativo	Município	Volume Turístico	Classificação
1	Cultural	Horta cheiro verde	Almas	2	4
2	Natural	Cânion Encantado/Vale do Encantado	Almas	1	2
3	Natural	Vale dos pássaros	Almas	1	4
4	Natural	Cânion do Chupé	Almas	2	2
5	Natural	Morros soltos	Almas	1	2
6	Natural	Cidade de pedra	Almas	2	2
7	Natural	Cachoeirinha	Almas	1	2
8	Natural	Arco do sol	Almas	1	2
9	Cultural	Centro histórico	Arraias	1	4
10	Cultural	Museu histórico e cultural de Arraias	Arraias	1	4
11	Cultural	Chapada dos negros	Arraias	2	4
12	Natural	Grupa da Lapa	Arraias	3	3
13	Natural	Cachoeira dos macacos	Arraias	1	2
14	Natural	Rio Azuis	Aurora do Tocantins	4	4
15	Natural	Duna de areia branca	Aurora do Tocantins	1	3
16	Natural	Duna da cidade dos Toten	Aurora do Tocantins	1	3
17	Natural	Balneário douradas	Aurora do Tocantins	3	3
18	Natural	Vale encantado	Dianópolis	2	3
19	Natural	Fortaleza dos guardiões	Dianópolis	1	3
20	Cultural	Amor Perfeito (Tia Naninha)	Natividade	3	4
21	Cultural	Vida de natividade	Natividade	2	4
22	Cultural	Filigrana	Natividade	2	4
23	Cultural	Tour histórico	Natividade	2	4
24	Cultural	Trilha do ouro	Natividade	1	3
25	Natural	Cachoeira do paraíso	Natividade	3	2
26	Natural	Poções	Natividade	1	2
27	Religioso	Festa do Divino Espirito Santo	Natividade	4	4
28	Cultural	Comunidade quilombola de Campo Alegre	Paraná	1	4
29	Natural	Praias municipais	Paraná	5	4
30	Natural	Cachoeira do Campo	Paraná	1	3

		alegre			
31	Natural	Cachoeira do cavalo queimado	Rio da Conceição	4	2
32	Natural	Rio Manoel Alves	Rio da Conceição	1	4
33	Natural	Lagoa da Serra	Rio da Conceição	2	4
34	Religioso	Festejos de Nossa Senhora d'Abadia	Taguatinga	3	4
35	Cultural	Casario histórico	Taguatinga	2	3
36	Natural	Gruta dos caldeirões	Taguatinga	2	2
37	Natural	Cachoeira do registro	Taguatinga	2	4
38	Místico/Religioso	Labirinto místico	Taguatinga	3	4

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

### 3.4.1. Descrição e Avaliação dos Atrativos Turísticos mais Relevantes

- **Atrativos Religiosos**

#### ***Município de Natividade***

- **Festa do Divino Espírito Santo:** Esta festividade de tradição secular está repleta de rituais e características do patrimônio cultural. Assim, a festividade apresenta como pontos fortes a música, dança, culinária, usos e costumes, crenças, artesanato, entre outros. A tradição gastronômica é particularmente importante para a festividade, existindo a tradição da distribuição gratuita de toda a produção pelos participantes (bolos, doces, licores e diversas comidas). O rico calendário cultural do evento leva a que este seja considerado uma das maiores manifestações culturais do estado, estando inserido no Calendário Cultural do Tocantins. A sua divulgação abrange a região das Serras Gerais e a capital Palmas.

Apesar da origem dos visitantes ser majoritariamente das cidades vizinhas a Natividade, esta é uma festa de abrangência estadual. A localização da festa estende-se para além do município de Natividade, incluindo os municípios vizinhos, através das três folias do divino. Em certas

edições a festividade inclui mesmo a passagem pela capital estadual Palmas, mais particularmente com a realização de visitas oficiais a órgãos do governo e ao Palácio Araguaia.

Os custos para sua realização estão cada vez mais altos e atualmente existe uma dificuldade para obter financiamento. Considerando sua relevância para o estado é fundamental garantir no futuro que existem parcerias que apoiem de forma sustentada e significativa a realização da Festa do Divino Espírito Santo. Tratando-se de um dos maiores eventos do Tocantins, atraindo um fluxo turístico considerável, é essencial a obtenção de apoio financeiro para garantir a continuidade da realização do evento.

A festividade é de elevada importância social e econômica para o município de Natividade, beneficiando direta ou indiretamente os moradores do município, tanto para os que vivem na zona urbana como para quem vive na zona rural.

### ***Município de Taguatinga***

- **Festejos de Nossa Senhora D'Abadia:** A festividade tem origem na lenda que conta que um casal de turistas que passou pela cidade deixou em Taguatinga a imagem da Nossa Senhora D'Abadia com o pressuposto de voltar para a buscar. Como tal não aconteceu, a imagem ficou na cidade tendo estado na origem da devoção à Nossa Senhora e, conseqüentemente, aos Festejos de Nossa Senhora D'Abadia.

É considerada uma das maiores festas religiosas a decorrer no estado de Tocantins, acontecendo no mês de Agosto. Os 10 dias de duração da festividade incluem um extenso programa religioso e cultural a partir do dia 6 do referido mês, incluindo missas, procissões, festas e as cavalhadas.

A cavalhada é a principal atração turística de Taguatinga no que diz respeito ao número de visitantes que ocorrem naquele município, tendo sido trazida ao Brasil pelos portugueses e espanhóis. A feira adjacente conta com bebidas típicas, espetáculos e rodeio para além do rico figurino, adereços e coreografias dos cavaleiros que atraem todos os anos milhares de pessoas. Consiste numa recriação medieval da luta entre cristãos, na representação do imperador cristão Carlos Magno, e os sarracenos islâmicos. No final, a festa acaba com a conversão dos mouros ao cristianismo.

A festividade conta ainda com a chamada “corrida das argolinhas” que consiste numa demonstração de técnica e agilidade dos cavaleiros no manejo da espada e na montaria. Nesta competição os cavaleiros têm como missão capturar uma argola colocada numa estaca no centro do campo.

A cavalhada inclui ainda um cortejo com a presença do Imperador e da Madrinha, assim como das rainhas moura e cristã e respectivas princesas, indo ao encontro dos cavaleiros mouros e cristãos. A partir daí seguem todos juntos até ao local da cavalhada, dando início aos festejos.



Figura 74. Cavahada (Taguatinga)

Fonte: [www.to.gov.br](http://www.to.gov.br) e [www.visiteobrasil.com.br](http://www.visiteobrasil.com.br)

- **Atrativos místicos/religiosos**

***Município de Natividade***

- **Labirinto Místico:** É um local de caráter espiritual e que representa o universo holístico da líder espiritual Dona Romana, do Centro Bom Jesus de Nazaré. Este santuário é composto por inúmeras estátuas revelando figuras humanas, pássaros gigantes, torres, portais e seres cósmicos construídos a partir de arames, madeira, cimento e pedra canga. Este local é representativo do turismo místico de Natividade que, segundo a Dona Romana, faz a ligação com “guias superiores” através das diversas figuras construídas no local pela própria, e cujo propósito é salvar a humanidade a um futuro de grandes transformações. Visitantes de todo o país visitam o labirinto místico em busca de orientação espiritual.



Figura 75. Labirinto Espiritual de Natividade

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Atrativos Culturais**

***Município de Almas***

- **Horta cheiro verde:** Igualmente conhecido como “amor em folhas”, este é um projeto de agricultura familiar sediado na cidade de Almas que visa promover a conscientização ambiental. Esta é realizada através da construção e manutenção de uma horta semi orgânica, acompanhada da realização de palestras sobre as diversas fases que envolve a plantação dos inúmeros produtos, desde a plantação até à colheita. A intenção é oferecer aos visitantes deste espaço natural a oportunidade de experienciar um jardim sensorial composto por ervas medicinais e diversos produtos hortícolas.

As apresentações acontecem uma vez por semana, às quartas-feiras, e são direcionadas particularmente para o público infantil ou pessoas com deficiência. Nestas experiências interativas é realizado um trabalho de sensibilização relativamente à necessidade de praticar uma agricultura sustentável. A experiência oferecida inclui não só as apresentações e o trabalho agrícola ao ar livre e nas cinco estufas existentes, como uma degustação final de

saladas com os produtos da horta. Para participar é obrigatório agendamento e o pagamento de uma taxa de 30 Reais. Para chegar à horta cheiro verde é utilizada a rodovia TO-474 e, como a horta se localiza em zona urbana onde as estradas oferecem melhores condições, qualquer veículo pode ser utilizado para chegar lá.



Figura 76. Horta Cheiro Verde (Almas)

Fonte: [www.extensaodealmas.blogspot.pt](http://www.extensaodealmas.blogspot.pt)

### ***Município de Arraias***

- **Centro Histórico:** O centro histórico é composto por um conjunto de edifícios antigos recuperados que fazem parte da vertente cultural da cidade, na medida em que transmitem a identidade e histórias locais. Este casario histórico encontra-se principalmente localizado na praça Dr. João de Abreu, situada no centro da cidade.

Igualmente no centro encontra-se um grande painel histórico realizado em 1969 pela artista plástica Maria Gilhermina. Pintada em azulejo, a obra retrata o ciclo evolutivo da cidade entre 1735 e 1940 incluindo a evolução econômica, social e histórica de Arraias. Estão recriados

nesta obra acontecimentos desde a corrida do ouro, a criação de gado, a presença das irmãs Dominicanas até à chegada da energia elétrica.



Figura 77. Centro Histórico (Arraias)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Museu Histórico e Cultural de Arraias:** O museu localizado no centro do município é uma salvaguarda para todo o acervo histórico desde a formação da cidade. O seu trabalho de recuperação e restauração do patrimônio é crucial para manter a história local e promover a vertente cultural da cidade. Apenas se encontra aberto alguns dias da semana, funcionando de terça a sexta feita no horário da manhã (9h às 12h).

Possui parcerias com a Universidade Federal do Tocantins (UFT), Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura (Seden) e com a Prefeitura Municipal de Arraias. É um polo cultural para o município, organizando diversas iniciativas, tais como a exposição “Caminhos de Arraias” e cursos em turismo patrimonial e socio ambiental.

Funciona ainda como difusor da atividade turística na região, visto que muitos dos turistas que passam no município procuram o museu com o intuito de obter informação acerca da oferta turística no município de Arraias e em seus arredores. A entrada é gratuita e existe a opção de realizar uma visita guiada. Registra como alta temporada o mês de setembro e durante o aniversário da cidade a 1 de Agosto (Festa de Nossa Senhora dos Remédios) e fevereiro, devido à realização do carnaval. O entrudo apresenta características distintas de outras localidades, sendo que este antigo folguedo carnavalesco consiste em sair pelas ruas ao som de marchinhas molhando os foliões.



Figura 78. Museu Histórico e Cultural de Arraias

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Chapada dos Negros:** Situada a 3 km do centro de Arraias, a Chapada dos Negros é um antigo local de exploração mineira em busca de ouro no início do século XVIII. Este local chegou a ter 10 mil garimpeiros, sendo a sua maioria negros. Após o declínio do garimpo, o remanescente atual resultante deste sítio histórico são ruínas de casas, muralhas e galerias de captação de água. É a marca de um passado rico da região, composto de escravos e seus senhores,

histórias, lendas, costumes e conflitos. É uma zona onde ainda predominam as lendas de tesouros escondidos e da existência de veios auríferos por explorar.

Situado em ambiente urbano e sendo de propriedade privada, este é um importante e crucial local que transmite a história do município de Arraias e das Serras Gerais. Não existe ingresso, no entanto o agendamento e a contratação de guias é obrigatória. Apesar de se tratar de um importante atrativo cultural representativo da história e culturas locais, a sua visita ainda apresenta fluxos mensais reduzidos. De fato, o local é majoritariamente visitado por estudantes da UFT e de escolas próximas.



Figura 79. Chapada dos Negros (Arraias)

Fonte: [www.turismo.to.gov.br](http://www.turismo.to.gov.br)

### ***Município de Natividade***

- **Amor-perfeito:** O biscoito Amor-perfeito da Tia Naninha é confeccionado artesanalmente em Natividade há mais de um século, por diversas gerações de doceiros especializados neste marco cultural da região. De fato, este biscoito em forma de coroa é muito tradicional em todo o sudeste do Tocantins. A fama da qualidade e sabor deste biscoito levou a que fosse comercializado não só em Natividade mas também noutros estados, nomeadamente nos municípios de Goiânia e Brasília.

A importância deste biscoito levou a que a fábrica em forno de lenha em que este é confeccionado, e que se encontra na mesma casa em que o biscoito é vendido ao público juntamente com outros doces e licores, fosse tombado pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1987, e reconhecido como patrimônio imaterial do Tocantins

em 2009. Para além da prova e compra dos oito tipos de biscoitos de Amor-perfeito existentes assim como de outros doces e licores, é ainda possível realizar a visita à fábrica onde estes são confeccionados, incluindo a demonstração e explicação de todo o processo de fabricação.

A fábrica e loja do Amor-perfeito da Tia Naninha situa-se no centro da cidade de Natividade, pelo que o seu acesso é bastante facilitado devido à sinalização existente e ao bom estado de circulação das estradas, dentro da cidade.



Figura 80. Amor-perfeito da Tia Naninha (Natividade)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Vida de Natividade:** Esta é uma experiência oferecida aos turistas que providencia uma vivência de diversas atividades que o município de Natividade tem para oferecer. Num total de 7 horas é possível o visitante ter acesso a um grande conjunto de atividades que lhe darão uma perspectiva global da história e cultura locais. Destacam-se os espetáculos de capoeira e da dança suça, também conhecida por sússia ou sussa. Esta dança que tem origem africana na época escravagista é caracterizada pelas músicas agitadas ao som de tambores e cuícas. Consiste num tipo de bailado composto por homens e mulheres a dançar em círculos que, através da utilização das mãos, simulam a remoção das formigas do seu corpo. A oferta inclui ainda a visita à Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos, ao museu, à loja Amor-perfeito com a confecção dos biscoitos, ao café colonial, a loja de artesanato, entre outros.



Figura 81. Vida de Natividade

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Filigrana:** Caracterizado pela história da procura do ouro no século XVIII, o município de Natividade apresenta uma forte tradição do trabalho de peças de filigrana. É uma técnica que utiliza fios de ouro ou de prata, com a espessura de fios de cabelo que, ao ser entrelaçados e soldados em forma de renda formam objetos representativos da região. Desenvolvida por civilizações mediterrâneas, a técnica chegou a Portugal por colonizadores fenícios, tendo de seguida passado para o Brasil. Estima-se que tenha alcançado Natividade ainda durante a corrida ao ouro no século XVIII.

As jóias, que podem ser de ouro, prata ou chapa, são ainda trabalhadas atualmente com ferramentas antigas e de acordo com técnicas portuguesas. O trabalho artesanal é realizado graças à habilidade dos ourives locais que produzem diversos produtos, tais como pulseiras, anéis, brincos, crucifixos, corações e pombas do Divino, e pingentes (tais como, crucifixos, corações, pombas do Divino).





Figura 82. Técnica de Filigrana (Natividade)

Fontes: [www.joiasdenatividade.com](http://www.joiasdenatividade.com) e [www.portal.iphan.gov.br](http://www.portal.iphan.gov.br)

- **Tour Histórico:** Trata-se de um programa de interpretação com a duração de 4 horas que inclui a visitação pelo centro histórico de Natividade. Nesta visita pelos principais atrativos do município, é contada aos turistas a história local que começa com o ciclo do ouro por volta de 1734. Inclui a visita a exemplos de arquitetura colonial e a pontos de festas religiosas, folclore e gastronomia.

É um produto particularmente procurado por alunos de escolas e faculdades provenientes de todo o estado de Tocantins, que pretendem saber mais sobre a história e arquitetura local. Deste modo a alta temporada é o período de aulas. Existem duas operadoras que oferecem este produto, havendo a necessidade prévia de agendamento.

- **Trilha do Ouro:** Consiste na subida da serra de Natividade, percorrendo a pé um total de 7,5 km por entre antigos caminhos utilizados na exploração do ouro. Esta é a trilha do ouro que passa por ruínas do século XVIII (Ruínas de São Luís), onde 40 mil escravos trabalharam na região na extração do ouro. O passeio e a visita às ruínas são uma viagem histórica e cultural no tempo, sendo os turistas convidados a vivenciar o estilo e modo de vida dos antigos escravos.

A trilha localiza-se em zona rural de natureza pública, encontrando-se este produto turístico a funcionar todos os dias da semana, desde que com agendamento prévio. No caminho de volta das ruínas é possível os visitantes tomarem banho no poço do moinho, que oferece piscinas naturais das quais os turistas podem disfrutar.

### **Município de Paranã**

- **Comunidade Quilombola de Campo Alegre:** A comunidade é formada num antigo local de refúgio de escravos africanos, que fugiam das difíceis condições de vida impostas pelos seus senhores e que tinham de suportar. Ao criar uma comunidade sua, os antigos escravos necessitaram de criar uma cultura de subsistência e com fortes raízes ao passado. Esta comunidade é, na verdade, resultante de três comunidades quilombolas denominadas de Claro, Prata e Ouro fino que vivem atualmente na mesma região.

A comunidade de Campo Alegre é reconhecida e certificada pelo Ministério da Cultura como Remanescentes de Quilombo. A certificação foi obtida em 2014 após o levantamento histórico realizado pela Secretaria de Defesa Social (Seds) que datou o aparecimento destas comunidades de há mais de 250 anos. O fato das 54 famílias destas comunidades residirem no mesmo local e pertencerem ao mesmo tronco familiar (Kalunga) conduziu à criação da Associação Quilombola das Comunidades do Claro, do Prata e Ouro Fino (Asquiccapo).

A comunidade de Campo Alegre enfrenta diversas dificuldades, nomeadamente no acesso à eletricidade e à água potável. De fato, apesar de estar localizada numa região banhada pelos rios Paranã, Prata e Claro, os proprietários rurais de terras perto destes rios dificultam o acesso dos quilombolas a este recurso. Esta população sobrevive à base da plantação de produtos tais como a mandioca, cana de açúcar, feijão, arroz e fava. Parte desta produção, em particular a relativa à produção de farinha de mandioca, é destinada à venda para fora da comunidade.

A nível turístico a comunidade é visitada por turistas provenientes de municípios próximos, do estado de Tocantins e de outros estados brasileiros como Distrito Federal, Goiás e São Paulo. O período compreendido entre os meses de Maio a Outubro é aquele que registra uma afluência superior de turistas em contraste com o espaço temporal entre Novembro e Março.

Localizado numa área onde a natureza se encontra bem preservada, o local apresenta elevado potencial para a realização de diversos tipos de turismo que permitam desenvolver a comunidade e a região como um todo, envolvendo a vertente natural e cultural. É deste modo possível estruturar o ecoturismo e o turismo de base comunitária (TBC) nesta comunidade.

O TBC propõe o desenvolvimento do turismo a uma escala local e centrado nos recursos endógenos das comunidades, sendo os próprios moradores a articular as suas atividades do

dia-a-dia com o recebimento de turistas. O objetivo é promover a conservação ambiental, a valorização da identidade cultural e a geração de benefícios para as comunidades receptoras. Esta tipologia turística seria fundamental para que a comunidade de Campo Alegre conseguisse prosperar de forma sustentável e integrada na região envolvente.



Figura 83. Comunidade Quilombola de Campo Alegre (Paraná)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

### ***Município de Taguatinga***

- **Casario Histórico:** A cidade de Taguatinga possui um conjunto de casas antigas em bom estado de conservação, em particular no seu centro histórico. Este conjunto de edifícios de estilo colonial é representativo do período correspondente ao século XIX. Um perfeito exemplo do casario histórico é o sobrado onde está instalada atualmente uma agência do Banco do Brasil, localizada no centro da cidade. De fato, a sua importância levou ao tombamento do edifício pelo Patrimônio Histórico.



Figura 84. Edifício do Banco do Brasil (Taguatinga)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Atrativos Naturais**

#### **Município de Almas**

- **Vale do Encantado:** Igualmente conhecido como Cânion Encantado, trata-se de um dos mais interessantes atrativos naturais presentes no município de Almas. Situado a 70 km do centro do município, é ainda necessário realizar uma caminhada com duração superior a duas horas para lá chegar, de modo a percorrer uma distância adicional de cerca de 3 km. Composto por quatro quedas de água no mesmo local com mais de 70 metros de altura, apresenta ainda na sua base um pequeno lago. No local é possível disfrutar de uma praia formada ao redor do referido lago. A água que sai das veredas forma ainda um córrego que alimenta a vegetação.

A contemplação do Vale pode ser através da realização de trilha aquática ou terrestre, passando por praias naturais e cachoeiras. A Associação Serra Negra, localizada na comunidade com o mesmo nome, é a responsável pela preservação e gestão do espaço, fazendo igualmente a gestão das marcações necessárias para a sua visita. Para chegar ao atrativo é necessário utilizar a rodovia TO-474, podendo os visitantes usufruir de uma estrutura de estacionamento descoberta.

Existe um ingresso no valor 15 Reais que, com o almoço, fica por 45 Reais. Trata-se de um atrativo de natureza privada, estando ainda integrado em roteiros turísticos comercializados. A média mensal de visitantes é de 50 pessoas na alta temporada (Janeiro e Fevereiro) e de 25 visitantes no resto do ano. Os turistas são principalmente estaduais e nacionais.



Figura 85. Vale do Encantado (Almas)

Fonte: [www.guiaturismobrasil.eco.br](http://www.guiaturismobrasil.eco.br)

- **Vale dos Pássaros:** Situado num ambiente totalmente preservado, este atrativo privado oferece aos seus visitantes a possibilidade de realizar *rappel* e trilhas ecológicas que incluem não só tomar banho em diversas cachoeiras como conhecer o modo de vida das comunidades locais. Aqui poderão observar o forte compromisso destes com a preservação ambiental, por via da utilização de técnicas de bio construção e produção em horta orgânica.

Para tal, é necessário realizar marcação com guia de forma a vivenciar totalmente a experiência. Trata-se de um atrativo integrado em diversos roteiros turísticos de Almas e Dianópolis. A taxa de 50 Reais por pessoas inclui as diversas atividades enumeradas, assim como o almoço. A via de acesso ao atrativo é a TO-474 e é possível estacionar no local, sendo no entanto aconselhável um veículo adequado a estradas de terra, com reduzidas condições de circulação.

O atrativo é visitado principalmente nos meses de Dezembro e Julho, onde recebe uma média mensal de 70 turistas, aproximadamente, sendo que no resto do ano a média por mês fica em cerca de 30 visitantes. Relativamente à origem dos mesmos, verifica-se uma forte vertente de turistas internacionais (Espanha, Alemanha, Estados Unidos), assim como turistas nacionais.



Figura 86. Vale dos Pássaros (Almas)

Fonte: [www.turismo.to.gov.br](http://www.turismo.to.gov.br)

- **Cânion do Chupé:** Situado no ponto mais elevado da região, a 700 metros de altitude e a cerca de 65 km de Almas, o Cânion do Chupé é o exemplo de um atrativo de aventura. Ao deslizar em cascata sobre os paredões de rochas negras, a água forma no seu percurso poços de água cristalina. Existe no alto do cânion um mirante onde é possível observar a paisagem e o precipício.

É obrigatório o agendamento com guia e o pagamento de uma taxa de entrada de 15 Reais, que poderá incluir almoço por um valor total de 45 Reais, visto tratar-se de um atrativo privado, não se encontrando ainda integrado em roteiros turísticos comercializados. O atrativo está acessível para meios de transporte que não estejam preparados para um terreno difícil, tal como os micro-ônibus e os carros de passeio, oferecendo para tal possibilidade de estacionamento descoberto.

- **Morros Soltos:** O atrativo de morros soltos consiste num monte situado num vale em que é possível observar um conjunto de morros localizados na área rural. De natureza privada, a visita a este local obriga à marcação de guia. Utilizando a rodovia TO-474, é possível chegar ao destino por carro de passeio e veículo do tipo 4x4. Através da utilização de micro ônibus é também possível chegar relativamente perto do local, que possui um total de 10 lugares de estacionamento descoberto. O atrativo dista cerca de 80 km do centro urbano do município e registra a sua alta temporada entre os meses de Novembro e Maio, estando ainda integrado em roteiros turísticos comercializados.

- **Cidade de Pedra:** Para chegar a este atrativo natural é necessário percorrer os 70 km que o distanciam da cidade de Almas. Ocupando uma extensa área de 15 km<sup>2</sup>, consiste numa concentração de formações rochosas esculpidas ao longo do tempo e possuindo uma altura de até 4 metros, assemelhando-se a uma cidade com prédios de diversos tamanhos. É de natureza privada e a sua gestão está a cargo da Associação Serra Negra. É acessível pelos diversos meios de transporte rodoviário através da rodovia TO-474, oferecendo a possibilidade de estacionamento descoberto até 30 lugares. Integra roteiros turísticos comercializados e tem como alta temporada o período compreendido entre Novembro e Maio.



Figura 87. Cidade de Pedra (Almas)

Fonte: [www.turismo.to.gov.br](http://www.turismo.to.gov.br)

- **Cachoeirinha:** Esta cachoeira privada de pequena dimensão situa-se numa área de proteção ambiental na zona rural de Almas. Apesar de não exigir ingresso ou taxa de manutenção, o agendamento da sua visita é obrigatório. Tal como os restantes atrativos apresentados anteriormente, a sua via de acesso é a TO-474 através de todos os transportes rodoviários, incluindo ônibus e micro-ônibus. Possui estacionamento para 5 lugares, recebendo uma média mensal de cerca de 30 pessoas, sendo os meses de alta temporada os compreendidos entre Novembro e Maio. O atrativo integra roteiros turísticos comercializados e dista 65 km da sede do município.

- **Arco do Sol:** É uma pedra que possui 3 furos, com 35 metros de altura. Está localizada em área rural privada e o acesso à mesma é feita pela TO-474, distando 84 km de Almas. A sua visita é gratuita e necessita obrigatoriamente de agendamento e visita guiada. Possui

estacionamento para 12 lugares descobertos e o seu acesso é possível por carro de passeio, micro-ônibus e 4x4. Apresenta uma média mensal de visitantes de 15 turistas provenientes do Estado de Tocantins, de outros estados e do exterior (Japão e Espanha).

### **Município de Arraias**

- **Gruta da Lapa:** A gruta é de propriedade privada e encontra-se em zona rural, estando disponível para visita em qualquer dia da semana. Não existe taxa de manutenção ou ingresso, mas o agendamento e a visita com guia é obrigatória, decorrente do difícil acesso e da caminhada necessária para lá chegar. Atualmente, a gruta encontra-se interdita pelo proprietário.

Para chegar à gruta é utilizada a rodovia TO-050 num percurso dividido entre estrada asfaltada e de terra com uma totalidade de cerca de 45 km. Existe a opção de estacionamento no início da trilha, sendo necessária a utilização de carro de passeio ou automóvel 4x4 para atingir este ponto.

A gruta calcária oferece a possibilidade de observar, no seu interior, formações espeleológicas diversas como estalactites e estalagmites, entre outras formações rochosas. O salão principal da gruta apresenta dimensões consideráveis, com aproximadamente 40 metros de extensão e 20 metros de largura.

O mês de Fevereiro, que coincide com a época do Carnaval, é a altura do ano em que o atrativo recebe mais turistas. Igualmente, durante a Festa do Bonfim durante o mês de Agosto, é realizada uma procissão a este atrativo com a realização de ofertas e colocação de velas em homenagem à Nossa Senhora do Bonfim no interior da caverna. Este é um produto turístico que integra atualmente roteiros turísticos comercializados.



Figura 88. Gruta da Lapa (Arraias)

Fonte: [www.revelandoosbrasis.com.br/blog](http://www.revelandoosbrasis.com.br/blog)

- **Cachoeira dos Macacos:** Trata-se de uma descoberta recente para o município de Arraias, e por isso o seu acesso é ainda bastante difícil. Está localizada em zona urbana e, apesar de estar disponível para visitação, é necessária a autorização do proprietário. Não sendo ainda um produto turístico desenvolvido, o agendamento para a sua visita é obrigatório, assim como a presença de um guia. Para chegar ao atrativo é necessário utilizar carro de passeio ou 4x4. Como a exploração turística é recente, o produto turístico está ainda em formação pelo que apresenta poucas visitas de turistas, rondando uma média de 20 pessoas por mês.

### **Município de Aurora do Tocantins**

- **Rio Azuis:** Este curso de água está localizado dentro do município de Aurora do Tocantins, distando 22 km da sede do município. Obteve o seu nome devido às águas transparentes com uma tonalidade azul-esverdeada, tornando-o no atrativo mais visitado de Aurora do Tocantins. Ao possuir uma extensão de apenas 147 metros, tal faz dele o menor rio da América Latina e o terceiro menor do mundo. A sua manutenção e preservação são da responsabilidade da Associação Azuis, composta pelas pousadas e restaurantes localizados na margem do rio.

Situado numa Área de Proteção Ambiental (APA), o Rio Azuis apresenta atualmente um fluxo turístico muito significativo, revelado pelos inúmeros estabelecimentos instalados nas suas margens e pelo número de turistas. De fato, este local registra uma média mensal de 5 mil turistas na alta temporada (Janeiro e Julho) e mil visitantes por mês para o resto do ano.

Devido ao seu fluxo turístico, este atrativo integra roteiros turísticos comercializados assim como guias turísticos.



Figura 89. Rio Azuis (Aurora do Tocantins)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Duna de Areia Branca:** A duna de areia branca situa-se a 14 km da sede Aurora do Tocantins, estando inserida numa área de proteção ambiental. A sua visita tem de ser realizada por agendamento e com guia, obrigatoriamente. Devido ao seu difícil acesso só é possível chegar a este atrativo com a utilização de veículos preparados para a circulação em estradas com péssimas condições (4x4).

- **Duna da Cidade dos Totens:** Situada a 23 km de Aurora do Tocantins, esta duna inclui ainda uma caminhada de 5 km para a alcançar, daí que a presença de guias seja obrigatória. Para além da caminhada, o resto do percurso é realizado facilmente com carro de passeio e ônibus. Não existe estrutura de estacionamento no local, que recebe uma média de 100 pessoa por mês ao longo do ano.

- **Balneário Douradas:** Este balneário, situado numa área de proteção ambiental, não tem taxa de ingresso e não necessita de agendamento para a sua visita. O acesso é realizado por 12 km de estrada sem pavimentação com a possibilidade de receber ônibus, micro-ônibus e carro de passeio. Adicionalmente existe também uma estrutura de estacionamento descoberto. O atrativo tem turistas oriundos não apenas do próprio estado de Tocantins, mas também de outros estados brasileiros, e inclusive de outros países.

**Outros:** Gruta dos Moura, Gruta do sabiá, Cachoeira do Torno d'agua, Escurregado Betim, Cachoeira do Sombra, Poção do Escurrega.

### Município de Dianópolis

- **Vale Encantado:** O Vale Encantado é um grande portal de calcário esculpido na montanha que permite atravessá-la como se fosse um túnel, tendo uma altura de cerca de 30 metros. No seu interior é possível observar formações calcárias como estalactites e estalagmites. Para chegar a este atrativo é necessário realizar uma trilha no meio da mata de cerca de 5 km, passando por rochas ásperas, riachos e cachoeiras que correm para trás (Cachoeira da Ré). As atividades oferecidas são, por isso, relacionadas com a observação da mata e das formações rochosas do próprio vale, para além da realização da trilha e da possibilidade de tomar banho na Cachoeira da Ré.

O atrativo, que é de natureza privada e se encontra em área rural a 73 km do centro de Dianópolis, insere-se no turismo de aventura. É necessário o agendamento assim como acompanhamento obrigatório por guia, devido à periculosidade do terreno e ao difícil acesso ao vale. O valor por pessoa cobrado pelas agências que tratam da visitação a este atrativo (BCA - Brasil Central Aventuras e WS Turismo) é de 140 Reais por pessoa. Quanto à forma de acesso ao atrativo, é possível chegar ao início da trilha por micro-ônibus, carro de passeio e carro da tipologia de 4x4, utilizando para tal a rodovia TO-378. Existe uma estrutura de estacionamento descoberto no início da trilha para cerca de 5 carros





Figura 90. Vale Encantado (Dianópolis)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4 e [www.turismo.to.gov.br](http://www.turismo.to.gov.br)

- **Fortaleza dos Guardiões:** No cimo da Serra de Dianópolis encontra-se um conjunto significativo de pedras que se assemelham a uma cidade de pedra, a partir de onde é possível contemplar uma vasta área pertencente ao município de Dianópolis. A sua potencialidade relaciona-se assim não só com a visita das formações rochosas propriamente ditas, mas também com a vista deslumbrante e pela tipologia de passeio que proporciona. Para chegar ao atrativo é necessário passar por uma trilha natural, construída naturalmente por entre formações rochosas e caminhos utilizados por animais.

É possível chegar ao local através de micro-ônibus, carro de passeio e automóvel do tipo 4x4. Apesar de não ser exigido ingresso ou taxa de manutenção, para visita ao atrativo é necessário agendamento e acompanhamento de guia obrigatoriamente. Este produto turístico integra roteiros turísticos comercializados, nomeadamente na agência BCA – Brasil Central Aventuras, e não tem uma alta temporada, já que recebe fluxos turísticos homogêneos durante todo o ano.



Figura 91. Fortaleza dos Guardiões (Dianópolis)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

### **Município de Natividade**

- **Cachoeira do Paraíso:** A cachoeira encontra-se numa zona rural e é de natureza privada, estando a sua utilização limitada à época das chuvas (Novembro a Abril), visto que no resto do ano a reduzida quantidade de água na nascente do rio não é suficiente para que esta possua interesse turístico. É um produto turístico que se encontra em formatação, sendo que a possibilidade de cobrança de ingresso está sendo estudado pelo proprietário da cachoeira. A sua visitação é apenas possível através da contratação de guias turísticos, devido ao seu difícil acesso e pela falta de sinalização indicativa.

- **Poções:** Este atrativo consiste numa formação rochosa localizada na saída da área urbana de Natividade. O seu acesso é feito por via de estrada de terra e é possível utilizar qualquer transporte rodoviário incluindo ônibus, micro-ônibus, carro de passeio e automóvel da tipologia 4x4. Sendo um atrativo de natureza pública, não é necessário o agendamento ou a contratação de um guia turístico, tratando-se por isso de um produto que não está formatado e, por isso, não é comercializado. Deste modo, é possível visitar o atrativo em qualquer dia da semana já que as restrições para a sua visitação são praticamente inexistentes. Existe no local uma estrutura de estacionamento para cerca de 40 lugares. Como se encontra nas proximidades da zona urbana de Natividade, é um local de fácil acesso e com oferta de meios de alimentação e alimentação nas suas proximidades.

### **Município de Paranã**

- **Temporada de Praia:** Apesar de estarem localizadas em área urbana, as praias do município de Paranã encontram-se protegidas por ser uma área de proteção ambiental. A época com maior fluxo turístico do ano é o mês de julho, em particular nos fins de semana, mês em que o fluxo turístico total chega a aproximadamente 12 mil pessoas. Igualmente em fevereiro, por altura do carnaval, é registrado um número elevado de visitantes às praias do município.

De fato, é durante os fins de semana de julho em que são montadas diversas infraestruturas, incluindo uma tenda, palco, sistema de som, iluminação, banheiros, camping, ambulatório

médico, serviços de informação, entre outros. Estas estruturas são fundamentais no apoio aos inúmeros espetáculos musicais que acontecem naquele local por esta altura.

O local das praias está bem sinalizado, dada a existência de placas indicativas e turísticas, e oferece ainda uma estrutura de estacionamento descoberto. Assim sendo, este é um produto bem estruturado e organizado na oferta turística do município de Paranã.



Figura 92. Temporada de Praia (Paraná)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Cachoeira do Campo Alegre:** Igualmente conhecida como Cachoeira do Engenho, este atrativo situa-se em território da Comunidade Quilombola de Campo Alegre, pelo que existe uma integração da vertente cultural e natural. Apesar da sua gestão e manutenção ser da responsabilidade da Associação Quilombola de Campo Alegre (ASICAP), esta não cobra qualquer taxa de acesso, obtendo o seu rendimento turístico a partir da venda de produtos locais.

Para chegar à comunidade existe uma estrada de terra desde Paranã, com cerca de 70 km, que apresenta boas condições de circulação. Desde a comunidade à cachoeira o percurso realiza-se a partir da Comunidade Quilombola, sendo no entanto necessário circular por uma estrada que apresenta condições adversas devido à presença de inúmeras irregularidades e buracos, e por isso o acesso só é possível com um carro de passeio ou um automóvel 4x4.

A alta temporada é no mês de julho, quando costuma receber cerca de 200 turistas, sendo que para os restantes meses do ano a média ronda os 30 visitantes/mês. A origem destes turistas é diversa, desde os estados nacionais até turistas de outros países, onde se destacam os

italianos que habitualmente visitam a comunidade em função do voluntariado que realizam na comunidade.

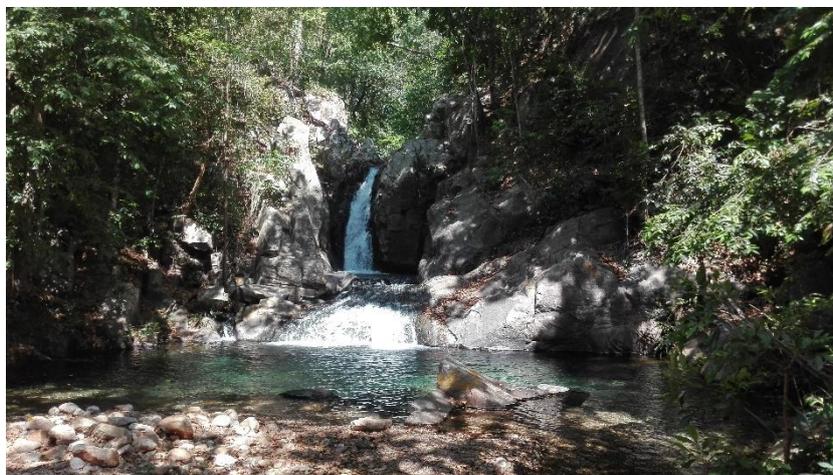


Figura 93. Cachoeira do Campo Alegre (Paraná)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

### Município de Rio da Conceição

- **Cachoeira do Cavalo Queimado:** A Cachoeira do Cavalo Queimado é um dos principais atrativos turísticos naturais do município de Rio da Conceição. Esse fato é traduzido na elevada afluência de visitantes em particular nos fins de semana, e com proveniência maioritária do próprio município. A prefeitura de Rio da Conceição é a entidade responsável pela gestão e manutenção da cachoeira. No entanto, o aumento do fluxo de turistas tem conduzido a relatos de que esta cachoeira se apresenta muitas vezes suja devido ao comportamento pouco cívico dos seus visitantes. Seria assim fundamental que a prefeitura tomasse medidas que impedissem a contaminação do rio, o que poderia comprometer a sua vocação turística.

A cachoeira encontra-se numa região rural e é de natureza pública, não sendo cobrado nenhum ingresso ou taxa de manutenção. Apesar do aumento do fluxo turístico, não existe no local nenhum serviço de apoio tal como banheiros ou lanchonetes. O acesso ao atrativo é feito pela rodovia TO-476, existindo no local uma estrutura de estacionamento descoberto para cerca de 20 carros. Este é um produto turístico já implementado e que integra roteiros

turísticos comercializados. Para além da funcionalidade da prática de banhos, é ainda possível praticar neste local a atividade de descida do rio em cima de boias (boia cross).



Figura 94. Cachoeira do Cavalo Queimado (Rio da Conceição)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Rio Manoel Alves:** O rio oferece diversas oportunidades para lazer, desde a tomada de banhos até à realização de desportos radicais, como a descida do rio em cima de boias (boia cross). Destaca-se o percurso das “17 travessias” em que é possível realizar um plano de turismo de aventura composto pela descida do Rio Manoel Alves, tendo de ultrapassar 17 obstáculos (cachoeiras). Para praticar esta modalidade é necessário agendar um dia antes com as agências locais Turismo e Aventura e Seriema Ecoturismo para a devida contratação do seguro de vida e acidentes. Esse percurso compreende um conjunto de trilha seca e trilha aquática no Brejo Limpo, afluente do Rio Peixinho, composto por 17 piscinas naturais, cânions e cachoeiras, oferecendo um ambiente naturalmente lindo, com um fantástico contato com a natureza. Esta é uma atividade vocacionada para grupos que procurem turismo de aventura, e está organizada em dois níveis de acordo com a dificuldade e duração do percurso. O custo individual é de R\$ 60,00, para grupos acima de 6 pessoas o custo é de R\$ 50,00 por pessoa. As

agências que comercializam esse produto são: agências JB Turismo e Aventura, Seriema Ecoturismo e Cobra D' água Turismo.

Este atrativo está próximo da estação ecológica Serras Gerais e dista 4 km do centro do município. O acesso ao local é feito pela rodovia TO-476 que se encontra em boas condições de circulação, sendo possível ser acessado por qualquer tipo de veículo automotor. A época de alta temporada está concentrada no mês de Julho com uma média de 100 visitantes, enquanto que nos restantes meses apenas 5 turistas, em média, experimentam este atrativo. Deste modo, a oferta de boia cross no Rio Manoel Alves é um produto desenvolvido e implementado no município.



Figura 95. Rio Manoel Alves (Rio da Conceição)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

#### - Lagoa da Serra:

Apesar da Lagoa da Serra se encontrar em local de difícil acesso, é um dos atrativos com maior potencial de desenvolvimento turístico do município e da região das Serras Gerais, a 26km da cidade. De natureza privada e situada em zona rural, possui banheiros e não oferece vendas de bebidas e alimentação. O ingresso custa R\$ 20,00 por pessoa e, apesar de não ser obrigatória, existe a opção de realizar visita guiada a partir da contratação.

O acesso ao atrativo apresenta dificuldade para veículos baixos, visto que parte da estrada é composta unicamente por areia, e por isso é altamente recomendável a utilização de veículos 4x4. A origem dos turistas é predominantemente do entorno e do estado de Tocantins, apesar de existir já algum fluxo de turistas nacionais, sendo esta uma região com maior volume de turistas nos meses de julho a setembro.



Figura 96. Lagoa da Serra (Rio da Conceição)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

### Município de Taguatinga

- **Gruta dos Caldeirões:** A gruta encontra-se a 17 km do centro de Taguatinga em zona rural e tem um proprietário privado. A sua visitação pode ser feita sem custos para os turistas, já que não exige entrada nem a contratação de guias. O seu acesso é pela TO-110, por carro de passeio ou automóvel 4x4, e inclui uma estrutura de estacionamento bastante reduzida. É um produto turístico ainda em formatação, não estando integrado em roteiros turísticos comercializados. A grande maioria dos seus visitantes é de Taguatinga e de municípios limítrofes, concentrados nos meses de Junho a Agosto, altura em que decorrem os Festejos e Nossa Senhora d'Abadia.

Este não é por isso ainda um atrativo muito desenvolvido turisticamente face às potencialidades que apresenta. De fato, podem ser encontradas gravuras rupestres nesta gruta com elevado interesse arqueológico, tendo estas já motivado visitas esporádicas ao local com este intuito.



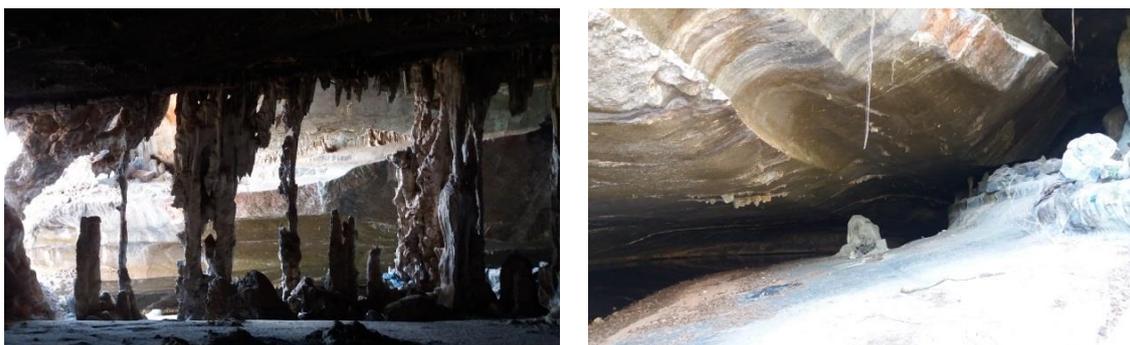


Figura 97. Gruta dos Caldeirões (Rio da Conceição)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

- **Cachoeira do Registro:** Com uma altura de 70 metros, a cachoeira situada no Rio Ribeirão Sobrado é considerada a mais alta do estado de Tocantins, incluindo ainda um lago na sua base com 10 a 15 metros de profundidade. Trata-se da cachoeira mais importante do estado do Tocantins, quer em volume de água, quer em altura. No seu alto existe um miradouro construído com o intuito de possibilitar a observação e percepção da magnitude da cachoeira.

Localizada a cerca de 22 km da cidade de Taguatinga, a cachoeira encontra-se em localidade privada mas com o acesso permitido pelo proprietário, a hidroelétrica PCH. Para chegar lá é necessário atravessar algumas fazendas, sem no entanto se tornar um obstáculo, sendo ainda utilizada a rodovia TO-110. O local dispõe de cerca de 30 lugares de estacionamento descoberto e é acessível com carro de passeio ou com veículo 4x4.



Figura 98. Cachoeira do Registro (Taguatinga)

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

### 3.4.2. Avaliação dos Equipamentos e Serviços Turísticos Existentes

A análise à oferta de equipamentos e serviços turísticos na região das Serras Gerais engloba diferentes aspectos, 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.

Segundo dados do Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no Setor do Turismo (Cadastur) existe nas Serras Gerais um total de trinta equipamentos de hospedagem, seis de alimentação, cinco agências de viagem e nenhuma locadora de veículos.

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

Tabela 12. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos nas Serras Gerais (Cadastur)

Municípios	Hospedagem	Alimentação	Agências de viagem	Locadoras de veículos
Almas	2	1	-	-
Arraias	1	1	-	-
Aurora do Tocantins	1	1	1	-
Dianópolis	11	-	1	-
Natividade	5	3	1	-
Paraná	3	-	1	-
Rio da Conceição	1	-	1	-
Taguatinga	7	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>0</b>

Fonte: Cadastur (2018)<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Cadastur, 2018. Disponível em [www.cadastur.turismo.gov.br/hotsite/](http://www.cadastur.turismo.gov.br/hotsite/). Acedido a 10.01.2018

No entanto, os dados apresentados pelo sistema Cadastur não refletem com exatidão a realidade encontrada no decorrer da missão realizada à região, visto que a informalidade é comum em algumas tipologias de negócios no Tocantins. A região das Serras Gerais 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 nos diversos municípios das Serras Gerais. Deste modo foi possível verificar que existem, segundo o levantamento efetuado com as prefeituras e entidades turísticas locais, um total de 34 estabelecimentos de hospedagem, 35 de alimentação e 13 agências de viagem instaladas nas Serras Gerais. Vale notar que nenhum dos municípios oferece serviços de locação de veículos.

Tabela 13. Total de Equipamentos e Serviços Turísticos nas Serras Gerais (Prefeituras e Sebrae)

Município	Hospedagem	Alimentação	Agências de viagem	Locadoras de veículos
Almas	3	4	3	-
Arraias	3	9	-	-
Aurora do Tocantins	7	8	2	-
Dianópolis	12	7	4	-
Natividade	2	5	3	-
Pacadasturrã	3	7	-	-
Rio da Conceição	3	2	3	-
Taguatinga	3	4	-	-
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>46</b>	<b>15</b>	<b>0</b>

Fontes: Prefeituras e Secretarias do Turismo das Serras Gerais (2017) e Diagnósticos Turísticos de Almas, Dianópolis, Natividade e Rio da Conceição (2015)<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Diagnósticos Turísticos (Relatório de 2015), disponibilizados pelo SEBRAE

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.

Tal resulta do reduzido interesse dos empresários locais do setor turístico na sua inscrição naquele cadastro, derivado do seu diminuto conhecimento relativamente às vantagens de que estes poderiam usufruir se estivessem inscritos.

Por um lado, ao aparecerem como registrados no site do Cadastur, a informação sobre os estabelecimentos é fornecida para qualquer turista que procure naquele cadastro sítios para pernoitar, comer e afins, o que se traduz numa maior visibilidade para o empreendimento.

Por outro lado, 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 acesso à ferramenta “Ambiente de negócios *online*”, área restrita com informações customizadas por região e tipo de atividade, é igualmente exclusiva a cadastrados. 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

Os equipamentos de hospedagem disponíveis nas Serras Gerais caracterizam-se pela simplicidade no que se refere à estrutura, aos serviços oferecidos e ao conforto das acomodações. Os portes dos estabelecimentos variam de pequenas pousadas com apenas 4 unidades habitacionais até hotéis com 30 apartamentos.

Os estabelecimentos recebem hóspedes provenientes majoritariamente do estado de Tocantins ou mesmo da própria região de Serras Gerais, além de motoristas ou trabalhadores

Tendo em vista que o fluxo de turistas ainda é muito pequeno, não há incentivo para investimentos na melhoria das instalações existentes ou inauguração de novos meios de hospedagem que ofereçam um padrão mínimo de qualidade compatível com a exigência do turista nacional e internacional.

No que tange às características estéticas dos meios de hospedagem, observou-se que não houve preocupação dos proprietários em conectar elementos da fachada, interiores e mobiliário com os elementos naturais e culturais que identificam a região das Serras Gerais. Notou-se também grande desfasagem no que tange à divulgação dos estabelecimentos e ao fornecimento de informações turísticas aos hóspedes

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

- **Hotel do Gaúcho:** com 29 unidades habitacionais e 58 leitos é a maior unidade hoteleira do município de Almas
- **Hotel Cardoso:** com 25 unidades habitacionais e 39 leitos

- **Hotel Bandeirantes:** com 15 unidades habitacionais e 38 leitos

No que concerne ao município de Arraias, o Cadastur possui registro de uma unidade hoteleira. Todavia, a pesquisa de campo revelou existirem três hotéis, totalizando 47 UH's e 111 leitos:

- **Havari Hotel:** com 16 unidades habitacionais e 48 leitos
- **Hotel Tavares:** com 4 unidades habitacionais e 8 leitos
- **Hotel Tropical:** com 27 unidades habitacionais e 55 leitos

Já no município de Aurora foram identificados sete alojamentos, ao invés de apenas um constante no Cadastur. A cidade oferece 58 unidades habitacionais e 152 leitos distribuídos entre pequenos hotéis, pousadas e campings listados a seguir:

- **Hotel França:** com 10 unidades habitacionais e 16 leitos
- **Pousada Pallas Santana:** com 10 unidades habitacionais e 30 leitos
- **Pousada Flor da Serra:** com 10 unidades habitacionais e 30 leitos
- **Pousada Recanto dos Azuis:** com 6 unidades habitacionais e 18 leitos
- **Pousada e Camping Joelino:** com 2 unidades habitacionais e 6 leitos
- **Pousada Agenda 21:** com 10 unidades habitacionais e 30 leitos
- **Estância Jackeline:** com 10 unidades habitacionais e 22 leitos

No município de Dianópolis o Cadastur indica a existência de onze estabelecimentos, sendo que na missão foram identificadas um total de doze unidades hoteleiras. É o município com a maior oferta hoteleira da região, totalizando 217 unidades habitacionais e 483 leitos, distribuídos da seguinte forma:

- **Hotel Tocaia:** com 10 unidades habitacionais e 20 leitos
- **Hotel Metrópole:** com 15 unidades habitacionais e 30 leitos
- **Hotel Maracanã:** com 20 unidades habitacionais e 56 leitos
- **Dianópolis Park Hotel:** com 30 unidades habitacionais e 68 leitos
- **Mosaico Hotel:** com 20 unidades habitacionais e 46 leitos
- **Hotel Santo Luiza:** com 16 unidades habitacionais e 30 leitos
- **Hotel Itália:** com 21 unidades habitacionais e 55 leitos
- **Hotel dos Baianos:** com 20 unidades habitacionais e 50 leitos
- **Hotel Fazenda:** com 15 unidades habitacionais e 31 leitos



- **Hotel Rio Verde:** com 25 unidades habitacionais e 47 leitos
- **Hotel Veneto:** com 9 unidades habitacionais e 18 leitos
- **Hotel da Sabedoria:** com 16 unidades habitacionais e 32 leitos

No município de Natividade encontram-se registrados no Cadastur apenas cinco das sete unidades hoteleiras existentes. No total, a cidade possui 125 unidades habitacionais e 265 leitos:

- **Vereda's Hotel:** com 28 unidades habitacionais e 72 leitos
- **Hotel Nova Esperança:** com 19 unidades habitacionais e 25 leitos
- **Pousada do Cesar:** com 14 unidades habitacionais e 30 leitos
- **Hotel July:** com 13 unidades habitacionais e 16 leitos
- **Pousada dos Sertões:** com 14 unidades habitacionais e 30 leitos
- **Hotel Serra Geral:** com 24 unidades habitacionais e 56 leitos
- **Pousada das Nações:** com 13 unidades habitacionais e 36 leitos

No município de Paranã a missão realizada identificou um total de três meios de hospedagem, coincidindo com quantidade inscrita no Cadastur. Essas pousadas somam 51 unidades habitacionais e 93 leitos assim distribuídos:

- **Palace hotel Ferreira:** com 20 unidades habitacionais e 43 leitos
- **Pousada Confluência:** com 20 unidades habitacionais e 34 leitos
- **Pousada Vitoria:** com 11 unidades habitacionais e 16 leitos

Relativamente ao município de Rio da Conceição o Cadastur indica que existe um estabelecimento de hospedagem, sendo que foram indicados os seguintes estabelecimentos na visita à região:

- **Pousada Brandão:** com 10 unidades habitacionais e 13 leitos
- **Hostel Sol e Praia:** com 3 unidades habitacionais e 6 leitos
- **Restaurante e hospedaria Quintal de Casa:** com 2 unidades habitacionais e 5 leitos

Finalmente, para o município de Taguatinga existem no Cadastur um total de seis estabelecimentos. Já na missão em campo identificaram-se sete unidades hoteleiras com uma capacidade total de 128 leitos distribuídos pelos seguintes estabelecimentos de hospedagem:

- **Vitor's Hotel:** com 28 unidades habitacionais e 40 leitos

- **Hotel Brasão:** com 15 unidades habitacionais e 31 leitos

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

Tabela 14. Total de Equipamentos de Hospedagem nas Serras Gerais

Município	Hospedagem (Cadastur)	Hospedagem (Levantamento)	Unidades Habitacionais	Número de Leitos
Almas	2	3	69	135
Arraias	1	3	47	111
Aurora do Tocantins	1	7	58	152
Dianópolis	11	12	217	483
Natividade	5	2	125	265
Paranã	3	3	51	93
Rio da Conceição	1	3	15	24
Taguatinga	6	3	43	71
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>34</b>	<b>625</b>	<b>1334</b>

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

### 3.4.2.2 Equipamentos e serviços de alimentação

A oferta de serviços de alimentação é um dos componentes essenciais da oferta turística pois, além de ser um serviço básico para o bem-estar dos visitantes, agrega valor à experiência turística ao revelar aspectos da cultura local através da culinária típica da região. De fato, quando um estabelecimento se destaca na qualidade e no sabor dos pratos preparados, ele próprio se torna um atrativo turístico.

A região das Serras Gerais é caracterizada pela reduzida oferta dos serviços de alimentação, quer em quantidade de estabelecimentos existentes (em alguns municípios a oferta se resume

a quatro estabelecimentos), como na diversidade da culinária oferecida (churrasco, caldos, pizzas e lanches). Em alguns locais a oferta se resume a refeições simples compostas por feijão, arroz, farinha, carne, mandioca ou abóbora.

No que tange às instalações dos estabelecimentos, constatou-se que são estabelecimentos bem simples e que muitos deles funcionam nas residências dos proprietários, com limitada quantidade de mesas, sendo comum a necessidade de fazer reservas antecipadamente para garantir a refeição. Infelizmente, alguns deles não têm o devido cuidado com a higiene na manipulação dos alimentos.

A informalidade destes serviços contribui para a desfasagem dos dados do Cadastur, de tal modo que a visita realizada em campo revelou a existência de 60 estabelecimentos de alimentação na região, dentre os quais apenas seis estão inscritos no Cadastur (vide Tabela 15).

Observa-se, portanto, que há espaço e oportunidade para o fornecimento de pratos típicos da culinária local, que tem influência das culturas indígena, portuguesa, negra, paulista e mineira. Visto que a oferta atual está mais direcionada aos habitantes locais do que aos turistas, o aumento do fluxo turístico deverá ser acompanhado pelo aperfeiçoamento dos estabelecimentos existentes, bem como pela instalação de novos restaurantes mais focados nas necessidades e desejos dos turistas nacionais e internacionais, com uma oferta distintiva face a que existe atualmente, oferecendo preferencialmente pratos típicos da região de Serras Gerais.

A tabela abaixo apresenta o número de estabelecimentos de alimentação segundo o Cadastur e de acordo com o levantamento em campo. Na sequência são listados pelos nomes os estabelecimentos existentes em cada município da região.

Tabela 15. Total de Estabelecimentos de Alimentação nas Serras Gerais

Município	Alimentação (Levantamento)	Alimentação (Cadastro)
Almas	4	1
Arraias	9	1
Aurora do Tocantins	2	1
Dianópolis	7	0
Natividade	7	3
Paranã	7	0
Rio da Conceição	2	0
Taguatinga	4	0
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>6</b>

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

Seguem-se os estabelecimentos e serviços de alimentação (restaurantes e similares) que existem nas Serras Gerais, agrupados por município.

- **Almas:** Brasileirinho, Sorvete e Pizzaria Tropical, Sorvete e Pizzaria Quero Mais, Restaurante Novo Sabor
- **Arraias:** Restaurante e Lanchonete Dom Kaique, Restaurante Tavares, Panificadora Central, Bar e Lanchonete Redondo, Bar e lanchonete Noturnos; Restaurante Dona Neide e duas Pizzarias: a Flor do Cerrado e a Tio Patinhas.
- **Aurora do Tocantins:** Restaurante França, Pizzaria Laporcella Forno a Lenha
- **Dianópolis:** Dom Filipe Restaurante e Churrascaria, La Boca Pizzaria e Restaurante, Tarantas, Restaurante Bom Sabor, Restaurante Maracanã, Tradicional Galinhada do Bento, Cantão Restaurante & Companhia
- **Natividade:** Churrascaria Potiguá, Caldos & Caldos Serra Linda, Churrascaria do Cesar, Churrasqueira do Gordinho, Celeiro Bistro, Restaurante Casarão, Restaurante Cerrados

- **Paraná:** Restaurante Confluência, Praião Bar e Restaurante, Praião Bar e Restaurante II, Restaurante Tocantins, Sorveteria Família, Caldos & Caldos da Gorethe, Espetinho do Arlindo
- **Rio da Conceição:** Restaurante do Clube Rio Balneário, Quiosque Beira Rio
- **Taguatinga:** Nativo, Abadia, Restaurante e dormitório Neura, Hotel e Restaurante Bela

### 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, existe um total de três agências turísticas relacionadas com o turismo receptivo, que se encontram numa situação cadastral regular. Deste modo, estão registradas naquele organismo empresas em Aurora do Tocantins (Natur Ecotrip), Natividade (Serra Geral) e Rio da Conceição (JB Turismo). Além das agências enumeradas, apresentam-se ainda no Cadastur as seguintes empresas numa situação cadastral vencida: Stella Tur (Dianópolis) e Vou Agência de Viagens e Turismo (Paraná).

A tabela seguinte apresenta o número total de empresas de agenciamento, por município, de acordo com o registro no Cadastur e com o levantamento realizado pela consultoria. Os dados apresentados para o Cadastur são referentes às empresas que se encontram em situação cadastral regular e vencida, por se considerar que apenas aquelas que cancelaram o seu registro é que efetivamente cessaram a sua atividade.

Tabela 16. Número de empresas de agenciamento turístico

Município	Empresas de agenciamento (Cadastur)	Empresas de agenciamento (Levantamento 2017)
Almas	0	3
Arraias	0	0
Aurora do Tocantins	1	2
Dianópolis	1	4
Natividade	1	3
Paranã	1	0
Rio da Conceição	1	3
Taguatinga	0	0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>15</b>

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

Como é possível observar na tabela anterior, a real quantidade de operadoras de turismo receptivo locais é bem maior que aquela encontrada no Cadastur. A viagem de campo realizada à região das Serras Gerais permitiu constatar a existência de 13 agências, distribuídas em quatro municípios da região, conforme descrito na tabela a seguir.

Tabela 17. Agências turísticas de Serras Gerais

Município	Agências turísticas
Almas	Aventura Geral Ecoturismo, Cânion Ecoturismo e Aventura, Serra Negra Adventure nas Serras Gerais
Arraias	Não existem
Aurora do Tocantins	Desbrava, Tiriba Ecotur

Dianópolis	Brasil Central Aventuras, Serras Gerais Cicloturismo, Tocantins Eco Tour, WS Turismo
Natividade	Agência Paraíso, Agência Serra Geral, Cavalera Turismo
Paranã	Não existem
Rio da Conceição	JB Turismo e Aventura, Seriema Ecoturismo, Cobra D'Água Turismo
Taguatinga	Não existem

Fontes: SEBRAE e consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

De acordo com o levantamento realizado, a presença da maioria das agências na internet está restrita às redes sociais (poucas possuem site). Por essa razão, a informação relativa aos diversos pacotes e produtos turísticos é, por vezes escassa, sendo necessário o contato direto com as agências para conhecer os detalhes dos pacotes oferecidos, bem como os preços cobrados.



Figura 99. Exemplos de sites de agências turísticas nas Serras Gerais

Fontes: seriemaecoturismo.com.br e brasilcentralaventuras.tumblr.com

No que concerne às empresas transportadoras existem, de acordo com o Cadastur, três empresas desta tipologia nos municípios em análise em Serras Gerais (

Tabela 18).

Tabela 18. Transportadoras turísticas em Serras Gerais

Município	Nome da Transportadora
Almas	Transporte VM
Dianópolis	Mega Audio System
Paraná	Transudeste viagens e turismo

Fonte: Cadastur (2018)

Contudo, nenhuma das empresas listadas atua como locadora de veículos, sendo constatado também em campo que não há prestação deste tipo de serviços na região.

#### 3.4.2.4 Centros de atendimento ao turista

A estruturação de uma promoção e divulgação eficaz dos diversos atrativos turísticos de uma região engloba, entre outras vertentes, a disponibilização de informação adequada e de forma acessível aos visitantes. Para isso, e complementarmente a outras formas de divulgação informativa tal como a promoção *online* dos destinos, torna-se fundamental que as regiões possuam Centros de Atendimento aos Turistas (CAT). Estes, para além de providenciarem informação, transmitem uma sensação de segurança e qualidade de organização aos turistas.

Na região das Serras Gerais o município de Taguatinga é o único que possui um CAT permanente localizado em seu centro histórico (Praça Alexandre José Freire) onde o visitante consegue obter não só informação especializada e pormenorizada sobre cada atrativo, mas também percebe a dimensão e diversidade turística do local, tendo em vista que cada atrativo tem um quiosque dedicado a ele.



Figura 100. Centro de Atendimento aos Turistas em Taguatinga

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

Na ocasião deste estudo, estava em fase de estruturação um centro de atendimento ao turista no município de Natividade, localizado no centro histórico. Além disso, como mencionado anteriormente, a prefeitura de Paranã mantém serviços de informação ao turista temporários durante o período do Carnaval, época de maior fluxo turístico no município.

Tabela 19. Total de Centros de Atendimento ao Turista nas Serras Gerais

Município	Centros de Atendimento ao Turista
Almas	0
Arraias	0
Aurora do	0

<b>Tocantins</b>	
<b>Dianópolis</b>	0
<b>Natividade</b>	Em estruturação
<b>Paraná</b>	0
<b>Rio da Conceição</b>	0
<b>Taguatinga</b>	1

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

#### 3.4.2.5 Cadeia de Valor turística

A estrutura turística apresentada na região das Serras Gerais e o trabalho de campo realizado pela consultoria permitiram perceber qual o grau de integração entre os atores turísticos locais.

As reuniões com os atores locais permitiram identificar algumas associações que trabalham com turismo na região sobretudo na prestação de serviços turísticos. Neste sentido, destacam-se a Associação de Moradores do Rio Azuis que congrega restaurantes e pousadas que trabalham em conjunto na prestação de serviços turísticos no local, a Associação Serra Negra formada pela comunidade localizada em Almas que se organiza para a prestação de serviços turísticos nos atrativos localizados no seu território e, por fim, a Associação da Cavalhadas de Taguatinga que também tem um papel importante na organização anual das cavalhadas que atraem muitos turistas para o município.

Além disso, é importante mencionar o trabalho de formatação de produtos turísticos que tem sido realizado pelo SEBRAE Nacional nas Serras Gerais. Este trabalho, além de capacitar a população local para o turismo, incluindo a instituição de guias turísticos, tem sido de extrema importância para a integração dos diferentes agentes turísticos das Serras Gerais.

O SEBRAE trabalhou na criação de agências e operadoras turísticas para trabalharem na região, elaborou planos municipais de turismo para estruturar e planejar a atividade turística na região, elaborar produtos turísticos que fazem uso dos atrativos locais, além de desenvolver

documentos de divulgação dos destinos e tem apoiado os atores locais na promoção e comercialização das Serras Gerais como um destino relevante no Tocantins.

Desta forma, o trabalho do SEBRAE tem sido capaz de aproximar as operadoras e agências turísticas dos guias locais, dos hotéis e dos restaurantes. Destacam-se neste sentido as agências de Dianópolis e Rio da Conceição (listadas na página 51) que trabalham com os hotéis dos dois municípios para a comercialização dos seus produtos turísticos.

É importante ainda destacar que as agências de Dianópolis, Rio da Conceição, Almas e Natividade trabalham em cadeia na comercialização dos seus produtos turísticos. O trabalho do SEBRAE foi importante ao deixar enraizado a percepção dos atores locais de que a atuação em cadeia para a comercialização da região como um todo é de extrema importância na atração de turistas nacionais para as Serras Gerais.

Importa destacar que o trabalho do SEBRAE aconteceu apenas nos municípios de Almas, Natividade, Dianópolis e Rio da Conceição. Os outros destinos das Serras Gerais serão trabalhados nos próximos anos.

Por isso, é possível afirmar que os municípios de Paranã, Arraias, Aurora do Tocantins e Taguatinga ainda não contam com atuação integrada no turismo e que ainda não chegaram a formatar produtos turísticos comercializáveis, apesar da imensa quantidade de atrativos turísticos naturais.

No entanto, é importante destacar a presença da Universidade Federal do Tocantins em Arraias e da existência de um curso de turismo na região, o que tem contribuído para o início de uma conscientização das oportunidades que estão disponíveis na região e na compreensão dos atores locais da necessidade de instituição de produtos turísticos e do estabelecimento de uma cadeia de turismo de valor.

### **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. De fato, sem condições básicas de infraestrutura e serviços, dificilmente um território conseguirá fomentar o aparecimento de

iniciativas privadas na área do turismo, como oferecerá condições de conforto suficientes aos turistas que façam com que estes queiram voltar a região.

A reputação de um destino turístico dependerá deste modo não só dos diversos tipos de atrativos que este possa oferecer, como das condições das infraestruturas que este apresenta. A infraestrutura básica 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 nas Serras Gerais. Isto servirá não só para identificar as insuficiências atuais, mas igualmente para prever eventuais alterações futuras na capacidade instalada, resultantes de uma alteração dos fluxos turísticos.

### ***3.5.1. Rede de Acesso a Região – Sistemas de Transportes***

O acesso à região de Serras Gerais é realizado exclusivamente por rodovias que, na sua maioria são estaduais. De forma geral, estas encontram-se em condições regulares de pavimentação e apresentam boas condições de tráfego. No entanto, alguns trechos possuem uma qualidade inferior, apresentando buracos e irregularidades que dificultam a circulação automóvel. 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 às Serras Gerais é, por isso, 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 a região na direção este-oeste. As Serras Gerais são atravessadas pelo rio Tocantins que é utilizado para o transporte de pessoas e ocasionalmente de mercadorias, em particular no município de Paranã. Trata-se, no entanto, de um transporte vocacionado para a deslocação da população local entre margens no seu percurso diário. Apesar de existirem pistas de pouso nos municípios de Paranã, Arraias e

Dianópolis, estas são para uso de pequenos aviões particulares, utilizadas por fazendeiros, políticos e em casos de emergência médica.

### **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 a campo revelou que, de forma geral, as rodovias intra municipais são asfaltadas e apresentam condições razoáveis de circulação.

Relativamente ao acesso aos municípios na região das Serras Gerais, este é realizado quase exclusivamente por via rodoviária a partir da capital estadual Palmas, com a utilização de carros, ônibus e vans. A região possui rodovias estaduais e federais que interligam os diversos municípios entre si e à capital estadual.

Em relação às rodovias federais, existe na região de Serras Gerais a BR-242 que atravessa o sul do estado de Tocantins, fazendo a ligação aos estados vizinhos de Mato Grosso (Oeste) e Bahia (Este). De acordo com a Secretaria de Planejamento e Orçamento do Estado de Tocantins (SEPLAN), o trecho da BR-242 da região das Serras Gerais ainda se encontra em fase de realização de obras de pavimentação. Existe ainda na região uma rodovia estadual que liga a capital Palmas ao estado de Goiás, a sul do estado de Tocantins, denominada de BR-010.

A região das Serras Gerais apresenta ainda 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 interna da região, além da utilização das rodovias federais. A figura seguinte apresenta a rede rodoviária das Serras Gerais.

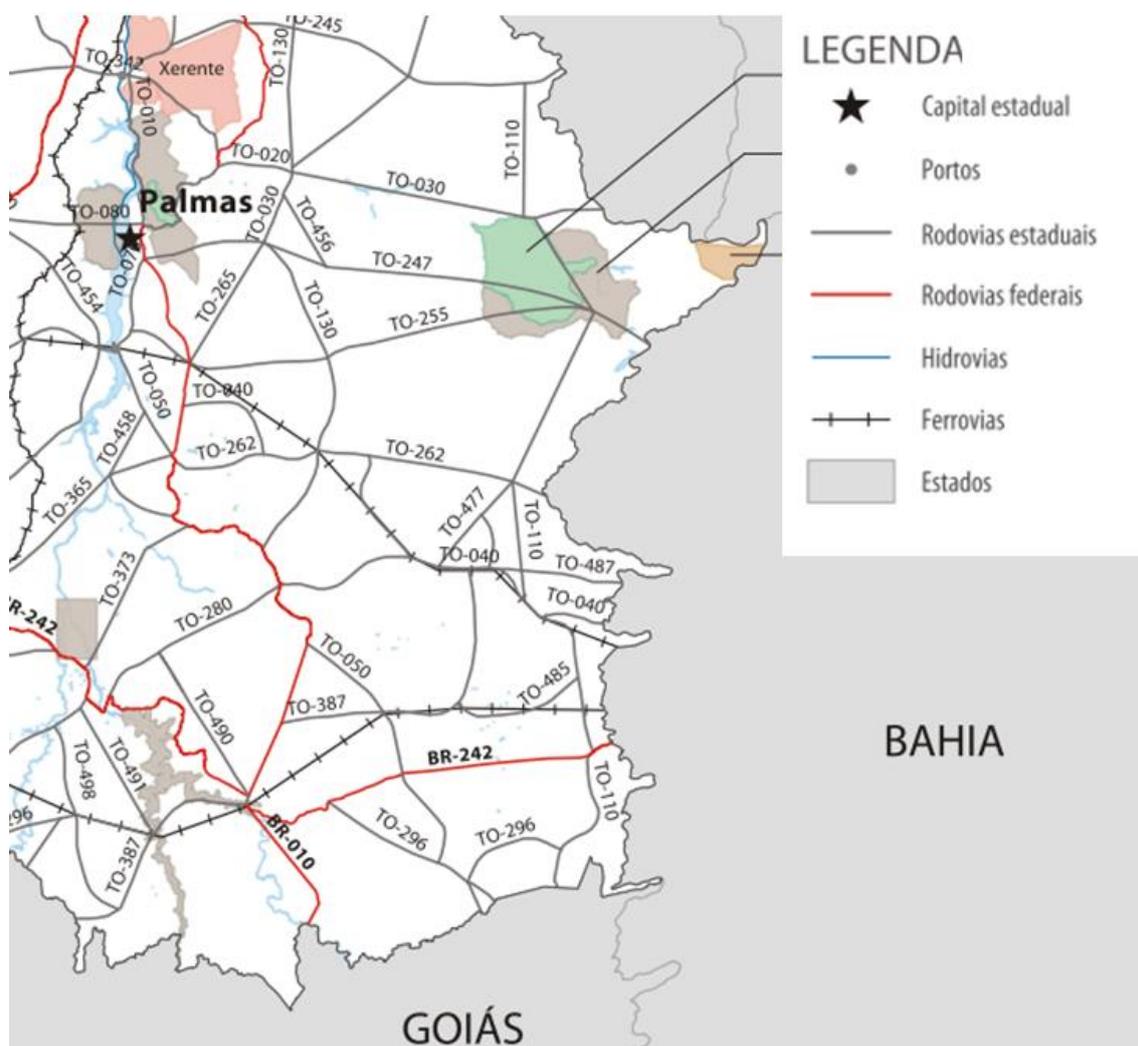


Figura 101. Rede rodoviária das Serras Gerais

Fonte: Atlas multimodal (DNIT), 2011<sup>6</sup>

O órgão responsável pela manutenção, ampliação, construção e fiscalização relativamente ao sistema federal de rodovias no Tocantins 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 interseções com as rodovias estaduais.

<sup>6</sup> Atlas multimodal (DNIT), 2011. Disponível em [www.dnit.gov.br/download/mapas-multimodais/atlas-multimodal/atlas.pdf](http://www.dnit.gov.br/download/mapas-multimodais/atlas-multimodal/atlas.pdf). Acedido em 12.12.2017

Este é por isso um importante instrumento que o turista poderá consultar de modo a escolher o melhor percurso para as suas viagens. Após consulta de informação disponibilizada por este órgão, é possível constatar que a qualidade da rodovia federal das Serras Gerais denominada BR-010 oscila entre a classificação de “bom” (azul) e “regular” (amarelo), tal como é possível observar na figura seguinte.



Figura 102. Mapa da condição das rodovias nas Serras Gerais  
 Fonte: Mapa de condição da manutenção de Tocantins, 2016<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Mapa de condição da manutenção de Tocantins (DNIT), 2016. Disponível em [www.dnit.gov.br/icm-1/indice-de-condicao-da-manutencao-2013-icm](http://www.dnit.gov.br/icm-1/indice-de-condicao-da-manutencao-2013-icm). Acedido a 11.12.2017

A missão realizada a campo permitiu concluir que, apesar das vias rodoviárias nos municípios serem majoritariamente asfaltadas, ainda existem dentro das próprias localidades estradas em chão batido. No que concerne à qualidade das mesmas, apenas os municípios de Dianópolis e Aurora do Tocantins apresentam carências na qualidade oferecida, devido à existência de irregularidades nas mesmas que dificultam a circulação.

Não existe qualquer pedágio nas Serras Gerais e a sinalização indicativa é muito escassa e normalmente só existe dentro dos próprios municípios. A sinalização turística é, de igual modo, praticamente inexistente e, quando existe, é já na proximidade dos atrativos turísticos.

Em seguida é apresentada uma tabela com as distâncias entre os municípios pertencentes às Serras Gerais e a capital estadual Palmas, em quilômetros e tempo despendido.

Tabela 20. Distâncias entre os municípios de Serras Gerais e Palmas

Município	Distância a Palmas (km)	Distância a Palmas (horas)
Almas	276	3h 43min
Arraias	414	4h 41min
Aurora do Tocantins	495	5h 58min
Dianópolis	339	3h 48min
Natividade	230	3h 00min
Paranã	349	4h 10min
Rio da Conceição	362	4h 46min
Taguatinga	457	5h 27min

Fonte: Elaboração própria com base no cálculo de distância do Google Maps

Com exceção de Rio da Conceição, todos os municípios das Serras Gerais possuem estações rodoviárias, o que se traduz num forte elemento de competitividade social e turística. Apesar da existência de alguns pontos negativos neste serviço apontados pelos atores públicos locais,

a presença de linhas de ônibus que interligam os diversos municípios das Serras Gerais é um elemento potenciador do desenvolvimento turístico daquela região.

Estes serviços estão abertos todos os dias da semana para todos os municípios da região e são caracterizados pela inexistência de atendimento ou informação impressa em língua estrangeira. Possuem habitualmente uma tipologia de oferta de serviços simplificada, incluindo sanitários, iluminação, assentos, lanchonetes e por vezes pequenos estabelecimentos comerciais.

Assim sendo, os fatores que necessitam de melhoria constatados nestas estações são relativos aos horários inadequados (pouca frequência), ao reduzido número de linhas, à má sinalização e à falta de informação disponibilizada. Os agentes políticos têm a percepção que o serviço é de alta qualidade face às necessidades locais.

Em relação à realização de ligações entre os diversos municípios dentro da própria região, o serviço de ônibus fornece ainda a ligação à capital estadual Palmas, à capital nacional Brasília e aos estados vizinhos a Tocantins, nomeadamente a Bahia (Leste) e Goiás (Sul).

### **Sistema Hidroviário**

A região das Serras Gerais é atravessada em parte pelo Rio Tocantins. Este curso de água 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 de juntar ao rio Araguaia na região do “Bico do Papagaio”. No entanto, este curso navegável apenas abrange a região sudoeste das Serras Gerais, sendo que somente o município de Paranã utiliza-o como meio de transporte.

A missão realizada à região e as entrevistas efetuadas revelaram que, de fato, o Rio Tocantins é utilizado na região pertencente ao município de Paranã para diversos tipos de transporte. Apesar do seu potencial para transporte e para o seu aproveitamento turístico, de fato este é apenas usado para o transporte de população que necessita se deslocar entre as duas margens, sendo os restantes usos pouco significativos. A figura seguinte apresenta o Rio Tocantins dentro dos limites do município de Paranã.



Figura 103. Leito do Rio Tocantins no município de Paranã

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

### Sistema Aeroportuário

A região das Serras Gerais possui três pistas de pouso, sendo que duas são em chão de terra situadas nos municípios de Paranã e Arraias, e outra em pista pavimentada localizada em Dianópolis. Todavia, tratam-se de pistas particulares vocacionadas para aviões de pequeno porte. Deste modo estas não servem para o propósito turístico, já que não apresentam condições suficientes para receber fluxos turísticos significativos. A sua utilização é realizada por fazendeiros, políticos ou como forma de transporte de doentes a hospitais de maior dimensão.

O aeroporto mais próximo das Serras Gerais, e que serve como porta de entrada para os turistas que visitam a região, é o da capital estadual Palmas. Esta infraestrutura dista ente 276km e 495km dos diversos municípios pertencentes à região das Serras Gerais.

Fundado em Outubro de 2001 com o nome de Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues, serve de homenagem à memória do heroico piloto desbravador da região e responsável pela fundação do primeiro aeroporto do estado, o Porto Nacional. Tendo uma área construída total de 12.300km<sup>2</sup>, dispõe de uma praça de alimentação para 200 pessoas, espaço cultural, 25 lojas, 12 balcões de *check-in*, terraço panorâmico e ambiente climatizado. Oferece diversos serviços entre os quais bancos, caixas eletrônicos, locadoras de veículos, linhas de ônibus urbanos, correios, balcão de informações turísticas, entre outros. As companhias aéreas que operam neste aeroporto são apresentadas de seguida.

Tabela 21. Companhias aéreas que operam em Palmas

Companhias aéreas	Website
Azul	voeazul.com.br
Gol	voegol.com.br
Passaredo	voepassaredo.com.br
Latam Airlines	latam.com

Fonte: Infraero (2018)<sup>8</sup>

O Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues tem registrado uma tendência crescente em relação ao número de passageiros e aeronaves que o utilizam. A partir da Tabela 22 é possível constatar que, desde 2008 o número de passageiros vem aumentando a uma taxa anual média de 11%. Apenas nos anos de 2013 e 2016 se registraram quedas no número de passageiros transportados. Deste modo, o aeroporto aumentou o número de passageiros de cerca de 259 mil em 2008 para cerca de 654 mil em 2017, o que ultrapassa largamente a capacidade máxima à data da sua construção de 370 mil pessoas por ano.

Os resultados positivos apresentados para os indicadores do aeroporto situado em Palmas indicam um aumento significativo de passageiros, dos quais uma significativa proporção será relativa a turistas, pelo que as Serras Gerais deverão posicionar-se como um destino forte e competitivo para este fluxo crescente de turistas.

Tabela 22. 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%

<sup>8</sup> Infraero, 2018. Disponível em [www4.infraero.gov.br/acesso-a-informacao/institucional/estatisticas/](http://www4.infraero.gov.br/acesso-a-informacao/institucional/estatisticas/). Acedido a 22.01.2018

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)

### 3.5.2. Sistema de abastecimento de água

O abastecimento de água no Tocantins é realizado pela empresa estadual privada denominada de BRK Ambiental. Esta empresa é responsável pelo fornecimento de água em 125 dos 139 municípios do Estado, o que corresponde a cerca de 95% da população total.

Como fontes de abastecimento são utilizados principalmente os rios Tocantins, Araguaia, Javaés, Formoso, Palma e Sono. No entanto, segundo o “Atlas Brasil – Abastecimento urbano de Água” elaborado pela Agência Nacional de Águas (ANA), a fiabilidade destes mananciais de água é reduzida. Segundo a ANA, estes rios estão sujeitos à poluição devido à proximidade das áreas urbanas, ou são de pequeno porte e não possuem garantia hídrica.

Em geral, as captações estão situadas em pequenos córregos que, em muitos dos casos, não apresentam garantia suficiente para o abastecimento urbano. Relativamente ao tipo de abastecimento utilizado, o sistema isolado é aquele que é utilizado pela maioria dos municípios de Serras Gerais. Neste sistema, o fornecimento de água é realizado somente à sede municipal, sendo que a zona rural obtêm a sua água por outras fontes (poço, nascente ou outras). A tabela que se segue apresenta a adequação do abastecimento da água para os diversos municípios de Serras Gerais.

Tabela 23. Situação do abastecimento de água nos municípios de Serras Gerais

Município	Sistema de Abastecimento de Água	Situação do Abastecimento (2015)
Almas	Poços	Requer ampliação do sistema
Arraias	Isolado	Satisfatório
Aurora do Tocantins	Isolado	Satisfatório
Dianópolis	Isolado	Requer ampliação do sistema
Natividade	Isolado e Poços	Satisfatório <sup>9</sup>
Paraná	Isolado	Requer ampliação do sistema
Rio da Conceição	Poços	Requer ampliação do sistema
Taguatinga	Isolado	Satisfatório

Fonte: Atlas Brasil – Abastecimento urbano de Água (2015)<sup>10</sup>

Segundo dados recolhidos pelo IBGE no âmbito do Censo Demográfico de 2010, verifica-se que cerca de 73% dos domicílios particulares permanentes<sup>11</sup> nos municípios de Serras Gerais são abastecidos pela rede geral de distribuição. Isso significa que ainda existe uma parcela

<sup>9</sup> Apesar deste resultado do Atlas Brasil, a população local não considera satisfatório relativamente à captação e à qualidade da água oferecida, tendo inclusive apresentado várias reclamações no Ministério Público.

<sup>10</sup> Atlas Brasil – Abastecimento urbano de Água (2015). Disponível em [www.atlas.ana.gov.br](http://www.atlas.ana.gov.br). Acedido a 4.01.2018

<sup>11</sup> Segundo o IBGE, um domicílio particular permanente é aquele que serve exclusivamente para habitação.

substancial correspondente a cerca de um quarto da população que ainda não recebe água por esta via.

Todavia, os municípios encontram-se em situações distintas. Enquanto que os municípios de Dianópolis (84%) e Rio da Conceição (84%) possuem uma parte substancial da população abastecida pela rede geral de distribuição, superior a 80%, já noutros municípios o resultado é bastante inferior. De fato, no município de Paranã existe um grave déficit na rede geral de distribuição de água, visto que apenas 47% da população daquele município obtém água por esta via.

Quanto à forma de abastecimento por poço ou nascente esta é relativamente pouco utilizada, já que apenas 12% dos municípios de Serras Gerais usam este meio para obter água. Os municípios de Almas (22%) e Paranã (20%) são os que se destacam como sendo aqueles que mais utilizam este meio. Relativamente a outros meios de obtenção de água que não a rede geral de distribuição e os poços ou nascentes, a sua representatividade é de cerca de 15% do total.

Na tabela seguinte são apresentadas as formas de abastecimento de água nos municípios particulares permanentes de Serras Gerais, de acordo com o Censo Demográfico de 2010.

Tabela 24. Formas de abastecimento de água segundo o IBGE

Municípios	Rede Geral de Distribuição		Poço ou nascente na propriedade		Outra		Total
	Número	%	Número	%	Número	%	
Almas	1 479	71%	463	22%	137	7%	2 079
Arraias	2 131	67%	407	13%	621	20%	3 159
Aurora do Tocantins	802	73%	185	17%	118	11%	1 105
Dianópolis	4 450	86%	392	8%	312	6%	5 154
Natividade	1 998	77%	317	12%	290	11%	2 605
Paraná	1 357	47%	566	20%	951	33%	2 874

Rio da Conceição	379	84%	20	4%	54	12%	453
Taguatinga	3 192	74%	282	6%	866	20%	4 340
<b>Total</b>	<b>15 788</b>	<b>73%</b>	<b>2 632</b>	<b>12%</b>	<b>3 349</b>	<b>15%</b>	<b>21 769</b>

Fonte: IBGE (2010)

As entrevistas realizadas durante a missão às Serras Gerais confirmaram, de modo geral, os resultados obtidos por via do IBGE. Os municípios participantes revelaram obter água canalizada por via da rede geral de distribuição, por via de poço, nascente ou curso de água. O abastecimento por via de água canalizada é realizado sempre apenas na sede do município, ficando fora da rede de distribuição a zona rural.

As entidades responsáveis da prefeitura indicaram que a qualidade da água é elevada ou ótima, com exceção dos municípios de Natividade, Rio da Conceição e Almas que revelaram a existência de falta de água ou alterações na mesma (cor escura ou mau sabor).

### 3.5.3. Sistema de esgotamento sanitário

A gestão e operação do sistema de esgotamento sanitário é, tal como no caso do sistema de abastecimento de água, da responsabilidade da empresa BRK Ambiental. Assim sendo, é da sua responsabilidade a coleta, tratamento e destino do esgoto no Estado de Tocantins.

Na região das Serras Gerais observa-se que a proporção de domicílios ligados a rede de esgoto é muito reduzida (cerca de 3%). De igual modo, a proporção de municípios que utiliza uma ligação a fosse séptica é também diminuta (20%). De fato, segundo o IBGE, a grande maioria dos domicílios não possui qualquer tratamento dos seus esgotos, utilizando antes um sistema de fossa rústica que está diretamente ligada a uma vala a céu aberto, rio ou lago.

Neste âmbito, destacam-se negativamente os municípios de Aurora do Tocantins (97%) e Paranã (98%), como sendo aqueles em que a utilização de sistemas de esgoto ou fossa séptica é praticamente inexistente. A tipologia de esgotamento dos domicílios nas Serras Gerais é apresentada na tabela seguinte.

Tabela 25. Tipo de Esgotamento Sanitário Segundo o IBGE

Municípios	Rede Geral de Esgoto ou pluvial <sup>12</sup>		Fossa Séptica <sup>13</sup>		Outro <sup>14</sup>		Total
	Número	%	Número	%	Número	%	
Almas	19	1%	625	35%	1 117	63%	1 761
Arraias	18	1%	797	32%	1 664	67%	2 479
Aurora do Tocantins	7	1%	18	2%	930	97%	955
Dianópolis	37	1%	755	16%	3 877	83%	4 669
Natividade	6	0%	902	41%	1 290	59%	2 198
Paranã	2	0%	30	2%	1 791	98%	1 823
Rio da Conceição	1	0%	184	42%	255	58%	440
Taguatinga	372	11%	178	5%	2 970	84%	3 520
<b>Total</b>	<b>462</b>	<b>3%</b>	<b>3 489</b>	<b>19%</b>	<b>13 894</b>	<b>78%</b>	<b>17 845</b>

Fonte: IBGE (2010)

A informação obtida no IBGE parece no entanto contradizer os resultados da pesquisa efetuada em campo, visto que os municípios indicaram nas entrevistas realizadas que o sistema utilizado é, na maioria dos casos, a fossa séptica. Além disso, estes indicam que este sistema é praticamente utilizado a 100%. Isso indica que, desde a realização do Censo Demográfico de 2010, o poder público por via dos municípios e a população em geral têm vindo a investir na implementação do sistema de fossa séptica em detrimento da rudimentar.

<sup>12</sup> 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

<sup>13</sup> 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

<sup>14</sup> 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

Tabela 26. Tipo de Esgotamento Sanitário segundo as Prefeituras Municipais

Municípios	Rede de Esgoto	Fossa Séptica	Fossa Rudimentar	Vala
Almas	-	100%	-	-
Arraias	-	100%	-	-
Aurora do Tocantins	-	100%	-	-
Dianópolis	-	60%	40%	-
Natividade	-	100%	-	-
Paranã	-	100%	-	-
Rio da Conceição	-	100%	-	-
Taguatinga	-	90%	10%	-

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

O sistema de esgotamento sanitário nas Serras Gerais pode ser considerado precário, devido à utilização maioritária de fossa (séptica e rudimentar), ou outros sistemas que não a rede de esgoto. Tal situação é bastante nociva para a qualidade de vida da população local, assim como para o potencial turístico nas Serras Gerais. Os atores políticos locais indicaram ainda na sua totalidade que nenhum dos municípios possui sistema de tratamento de esgotos.

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 não conseguirão utilizar determinados atrativos devido à poluição dos mesmos, se no futuro a situação não for revertida.

#### 3.5.4. Limpeza urbana

A limpeza urbana dos municípios compreende a manutenção dos logradouros públicos e a coleta de resíduos sólidos, geralmente nas áreas urbanas dos municípios. A responsabilidade desta limpeza urbana é do poder público por via das prefeituras que, através de meios próprios ou da contratação de empresas terceiras, assumem esta tarefa.

De acordo com dados do IBGE, cerca de 33% dos domicílios particulares permanentes nas Serras Gerais depositam o seu lixo em terreno baldio, rio ou a céu aberto. Tal situação é nociva à saúde pública devido à contaminação dos recursos hídricos e a propagação de doenças.

Além disso, o potencial turístico de uma região é também afetado, visto que a presença de lixo a céu aberto contribui para a degradação urbanística das regiões turísticas, transmitindo uma imagem de degradação e falta de organização local. Já a proporção do lixo que é coletado, correspondente a 67% da totalidade do lixo total, esta coleta é feita majoritariamente pelos serviços de limpeza do município.

A informação relativa à coleta de lixo nos municípios nas Serras Gerais disponibilizada pelo IBGE é apresentada na tabela seguinte.

Tabela 27. Destino do lixo dos domicílios particulares permanentes

Municípios	Coletado diretamente por serviço de limpeza <sup>15</sup>		Coletado em caçamba de serviço de limpeza <sup>16</sup>		Total coletado <sup>17</sup>	Total não coletado	
	Número	%	Número	%	%	Número	%
Almas	1 209	58%	6	1%	59%	864	41%
Arraias	1 498	47%	471	15%	62%	1 190	38%
Aurora do Tocantins	691	63%	-	0%	63%	414	37%
Dianópolis	4 282	83%	71	1%	84%	801	16%
Natividade	1 721	66%	170	7%	73%	714	27%
Paraná	460	16%	942	33%	49%	1 472	51%
Rio da Conceição	414	91%	-	0%	91%	39	9%

<sup>15</sup> Lixo coletado diretamente por serviço de limpeza - serviço de empresa pública ou privada.

<sup>16</sup> 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.

<sup>17</sup> 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.

Taguatinga	2 526	58%	199	5%	63%	1 615	37%
<b>Total</b>	<b>12 801</b>	<b>59%</b>	<b>1 859</b>	<b>8%</b>	<b>67%</b>	<b>7 109</b>	<b>33%</b>

Fonte: IBGE (2010)

A missão realizada a campo nas Serras Gerais permitiu aferir as condições reais de limpeza urbana nestes municípios. Verifica-se que ainda não existem meios suficientes de coleta seletiva, visto que apenas o município de Almas indicou que realiza a separação de lixos. No caso de Almas existe a reciclagem de aço, alumínio, ferro, baterias, embalagens longa vida, papel, plástico, vidro e óleo de cozinha.

A frequência da coleta de lixo varia entre três vezes até todos os dias por semana, sendo que os municípios cuja recolha é diária são Natividade, Paranã, Rio da Conceição e Almas. Quanto à deposição de lixo, esta é realizada preferencialmente a céu aberto, nos usualmente denominados de lixões. Estas áreas caracterizam-se pela inexistência de tratamento adequado como a impermeabilização do solo, drenagem do chorume ou cercamento. Esta tipologia de deposição de lixo acarreta diversos problemas, tais como a contaminação dos solos e a poluição dos cursos de água. São deste modo potencializados problemas relativos à saúde pública, e à conservação ambiental.

Por outro lado, observa-se uma degradação paisagística, ambiental e social destes lugares. Os aspectos negativos evidenciados são agravados em áreas com atividade turística, derivado do incremento de resíduos provocado pelo aumento da população flutuante.

Relativamente à opinião das prefeituras face à limpeza das áreas turísticas no que diz respeito à coleta e manejo de resíduos, a maioria dos agentes políticos considera que esta é bastante satisfatória. Apenas os municípios de Dianópolis e Aurora do Tocantins relataram considerar que esta não é adequada.

### **3.5.5. Rede de drenagem pluvial**

Nas Serras Gerais observa-se que apenas os municípios de Paranã e Aurora do Tocantins não possuem uma rede de drenagem pluvial no município (sarjetas e valas). Nos restantes dos

municípios, estas redes encontram-se normalmente em boas condições, sendo a limpeza das mesmas efetuada por meios próprios dos municípios antes das épocas das chuvas ou quando existe algum entupimento provocado pela acumulação de lixo. As únicas exceções são o município de Rio da Conceição que indicou que em sua rede não existe manutenção apropriada e em Natividade só existe na Praça Leopoldo de Bulhões e na Praça da Bandeira.

No entanto, a cobertura da rede de drenagem pluvial é diminuta face à dimensão dos diversos municípios. De fato, os municípios analisados indicaram que esta rede não excede os 25% da dimensão dos mesmos e encontra-se circunscrita à zona urbana das localidades, deixando mais uma vez a zona rural com menos meios para lidar com situações adversas, relacionadas neste caso com as chuvas fortes.

Verifica-se que os municípios não possuem cadastros ou informação sistematizada relativamente às redes subterrâneas de drenagem das chuvas, o que poderá ser um fator limitador para a resolução de eventuais problemas relacionados com cheias que possam existir em alturas de chuva mais intensa. No entanto, o contacto com os agentes locais revelou que em nenhum município das Serras Gerais tem sido fustigado, nos últimos anos, por problemas relacionados com cheias. 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**

Os meios de comunicação numa determinada área turística são fundamentais para o desenvolvimento da mesma, visto que estes tornam não só a estadia turística mais cómoda como melhoram a vida da população local. 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 qualidade da internet nas sedes municipais.

Em todos os municípios existem agência de correios, canais de televisão por meio de torres ou antenas parabólicas e recebe sinal de rádio. Quanto à presença de jornais de circulação

nacional, apenas o município de Dianópolis referiu não ter este serviço. O acesso à internet é realizado majoritariamente por banda larga, *wireless* e 3G. Salienta-se a precariedade na qualidade do acesso à internet para os diversos municípios, mesmo nas zonas urbanas onde seria de esperar uma qualidade de oferta superior para este serviço.

No que diz respeito às telefonias fixas e móveis, estas apresentam resultados diversos já que, apesar de estes serviços estarem disponíveis em toda a região, a sua taxa de cobertura apresenta-se distinta. Observa-se, por norma, que os serviços de telefonia fixa são oferecidos em toda a região, para cada município. Já os serviços de telefonia móvel caracterizam-se por ser mais escassos em algumas áreas das Serras Gerais, em particular nas regiões rurais.

Quanto à presença de entidades bancárias que operam na região, verifica-se que a maioria dos municípios possui representações locais. A única exceção é Rio da Conceição, que não possui sequer caixa eletrônico. Assim, destaca-se na região a presença de representações do Banco do Brasil, Bradesco, Banco da Amazônia, Caixa Econômica e Lotérica.

Em conclusão, observa-se de uma forma geral que a região das Serras Gerais caracteriza-se por alguma precariedade relativamente aos serviços de comunicação. Em particular os serviços de telefonia móvel e internet apresentam algumas limitações, nomeadamente falhas e intermitências que tornam o serviço lento e pouco fiável. Isto decorre do fato da rede celular estar limitada a algumas regiões, mesmo em zonas urbanas das sedes dos municípios, acontecendo o mesmo com a rede de internet.

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 as Serras Gerais. De fato, estes tratam-se de serviços muito valorizados pelos turistas na visita a determinada região.

### **3.5.7. Energia Elétrica**

A Companhia de Energia Elétrica do Estado de Tocantins (Energisa) é a empresa responsável pelo fornecimento de energia elétrica nas diversas regiões e municípios de Tocantins. Esta empresa não só é distribuidora como é igualmente geradora de energia. A energia necessária

no Estado de Tocantins é gerada quer dentro do próprio Estado, como fora deste. Assim, para satisfazer as necessidades energéticas de Tocantins são utilizadas pequenas centrais hidroelétricas existentes no próprio Estado e pela subestação localizada em Miracema do Tocantins. Para além destas fontes, Tocantins recebe ainda energia elétrica oriunda das subestações de Porto Franco (MA) e Imperatriz (MA), para além Usina Hidrelétrica de Peixe Angical e da subestação da CELG localizada em Porangatu (GO).

Tal como é possível observar na Tabela 28, a taxa de cobertura de energia elétrica nas Serras Gerais é relativamente elevada, rondando os 86%. Ao analisar os municípios individualmente, é possível constatar que apenas o município de Paranã apresenta um resultado acentuadamente inferior (59%) face aos demais. Assim, os restantes municípios apresentam boa cobertura da distribuição de energia elétrica na sua área urbana, oscilando entre 83% e 96%.

Tabela 28. Distribuição de Energia Elétrica em Domicílios Particulares Permanentes

Municípios	Fornecimento por companhia distribuidora		Fornecimento por outra fonte		Sem fornecimento		Total
	Número	%	Número	%	Número	%	Número
Almas	1 789	86%	20	1%	270	13%	2 079
Arraias	2 610	83%	18	1%	531	17%	3 159
Aurora do Tocantins	1 043	94%	1	0%	61	6%	1 105
Dianópolis	4 880	95%	6	0%	268	5%	5 154
Natividade	2 304	88%	25	1%	276	11%	2 605
Paraná	1 696	59%	78	3%	1 100	38%	2 874
Rio da Conceição	435	96%	1	0%	17	4%	453
Taguatinga	3 924	90%	10	0%	406	9%	4 340
<b>Total</b>	<b>18 681</b>	<b>86%</b>	<b>159</b>	<b>1%</b>	<b>2 929</b>	<b>13%</b>	<b>21 769</b>

Fonte: IBGE (2010)

Na missão de levantamento de campo foi possível constatar que, em metade dos municípios da região existem falhas no abastecimento e inconstâncias da tensão da rede elétrica, particularmente na época de chuvas. No entanto, não existe indicação por parte das prefeituras 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 totalidade dos municípios indicou considerar que o fornecimento de energia é bom.

### 3.5.8. Serviços de Saúde

Os municípios das Serras Gerais possuem uma rede de pronto atendimento capaz de dar resposta à população local e aos turistas. Trata-se de uma rede de tratamento composta por postos de saúde e hospitais capazes de atender a maioria das situações clínicas. 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.

A região das Serras Gerais possui um total de 25 estabelecimentos de saúde, divididos por 5 hospitais e 20 postos de saúde. Os municípios de Dianópolis e Natividade destacam-se claramente face aos demais, registrando sete e cinco estabelecimentos respectivamente. De salientar que todos os municípios apresentam pelo menos um estabelecimento de saúde, como é o caso de Almas, Aurora do Tocantins e Rio da Conceição com um posto de saúde cada. Os estabelecimentos de saúde dos municípios pertencentes às Serras Gerais são apresentados na tabela seguinte.

Tabela 29. Estabelecimentos de Saúde dos Municípios de Serras Gerais

Municípios	Hospital	Posto de Saúde
Almas	0	1
Arraias	1	2

Aurora do Tocantins	0	1
Dianópolis	1	6
Natividade	1	4
Paranã	1	2
Rio da Conceição	0	1
Taguatinga	1	3
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>20</b>

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

O levantamento de campo não revelou ser comum a existência de problemas de saúde relacionados com algum tipo poluição ou exploração mineral, tais como complicações respiratórias, oftalmológicas, dermatológicas ou outras. A exceção é a localidade de Taguatinga, onde o lixo a céu aberto e as queimadas lá existentes têm tido como consequência o aparecimento de problemas respiratórios na população que vive lá perto.

A percepção dos atores políticos locais é a de que a qualidade e atendimento nos serviços de saúde da região das Serras Gerais é satisfatória ou elevada. No entanto, considerando a distância entre os diferentes municípios e o aumento futuro dos fluxos turísticos, será necessário reforçar meios, humanos e técnicos, dedicados à área da saúde. De fato, o elevado potencial da região para ecoturismo e turismo de aventura exigirá, a curto e médio prazo, o desenvolvimento de estruturas básicas de suporte, de entre as quais se destaca a dimensão da saúde.

### 3.5.9. Segurança

A segurança é considerada um dos pilares não só para o desenvolvimento social como turístico de qualquer região. De fato, se esta dimensão não for devidamente acautelada, poderá tornar-se um forte fator limitador para o crescimento turístico. A missão realizada em campo permitiu

concluir que, de modo geral, a segurança nos municípios das Serras Gerais é satisfatória ou elevada.

Observa-se que tanto a segurança geral nos municípios, como o policiamento e segurança nas zonas turísticas é adequada ou elevada face à realidade local, de acordo com os atores políticos locais. Apenas o município de Aurora do Tocantins indicou existirem problemas de segurança geral e nas áreas turísticas, de entre todos os municípios da região. Relativamente à segurança em áreas turísticas é habitual as prefeituras aumentarem o policiamento com a contratação adicional de policiais e/ou seguranças, solicitando, em muitos casos, o auxílio de municípios vizinhos para mitigar a insuficiência de meios decorrente de uma afluência anormal de pessoas a certos eventos específicos. É o caso das temporadas de praia, festas religiosas ou outros eventos de natureza cultural.

Verifica-se que todos os municípios de Serras Gerais contam com a presença de uma delegacia, apesar de habitualmente esta ser composta por um número reduzido de membros. Tal situação é derivada das baixas taxas de criminalidade na região, o que não obriga a instalar contingentes elevados. No entanto, no futuro esta situação poderá ter de ser revista, visto que o aumento do fluxo turístico possibilitará o aparecimento de mais ocorrências relacionadas com a insegurança. A tabela seguinte apresenta as forças de segurança presentes nas Serras Gerais.

Tabela 30. Equipamentos de Segurança presentes nas Serras Gerais

Municípios	Delegacia	Bombeiros
Almas	1	0
Arraias	1	0
Aurora do Tocantins	1	0
Dianópolis	1	1
Natividade	1	0
Paraná	1	0

Rio da Conceição	0	0
Taguatinga	1	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>1</b>

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

O resgate nas zonas turísticas 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 de menor gravidade, pelo que se apresentam como a primeira linha de socorro aos turistas que visitam a região.

Observa-se que não existe em nenhum dos municípios das Serras Gerais um órgão específico voltado para a segurança do turista nem um registro de ocorrências específicas com os turistas. Isso deriva do fato de o fluxo turístico na região ser ainda reduzido por um lado, e pelo reduzido número de ocorrências de segurança relacionadas com o turismo.

### 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, estabelecendo a criação dos Polos para efeito do planejamento setorial do turismo contribuiu para definir e agregar os diferentes atores. Conforme o Plano Nacional do Turismo 2013-2016, o modelo de gestão descentralizada integra as diversas instâncias da gestão pública e da iniciativa privada por meio da criação de ambientes de reflexão, discussão e definição das diretrizes gerais para o desenvolvimento da atividade nas diversas escalas territoriais e de gestão do País. Na ponta, onde a atividade turística se realiza, estão as instâncias de representação municipal.

Conforme disposto pelo Ministério do Turismo, 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.



Figura 104. Gestão descentralizada do turismo

Fonte: MTur (2018)<sup>18</sup>

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.

De acordo com informações obtidas junto a SEDEN, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura (atual gestão do turismo no Estado), foi

<sup>18</sup> Ministério do Turismo do Brasil, 2018. Disponível em [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br). Acedido a 29.01.18

publicado em 23 de dezembro de 2015 o novo Mapa Estratégico do Estado – PPA 2016- 2019 que pode ser verificado na imagem a seguir.

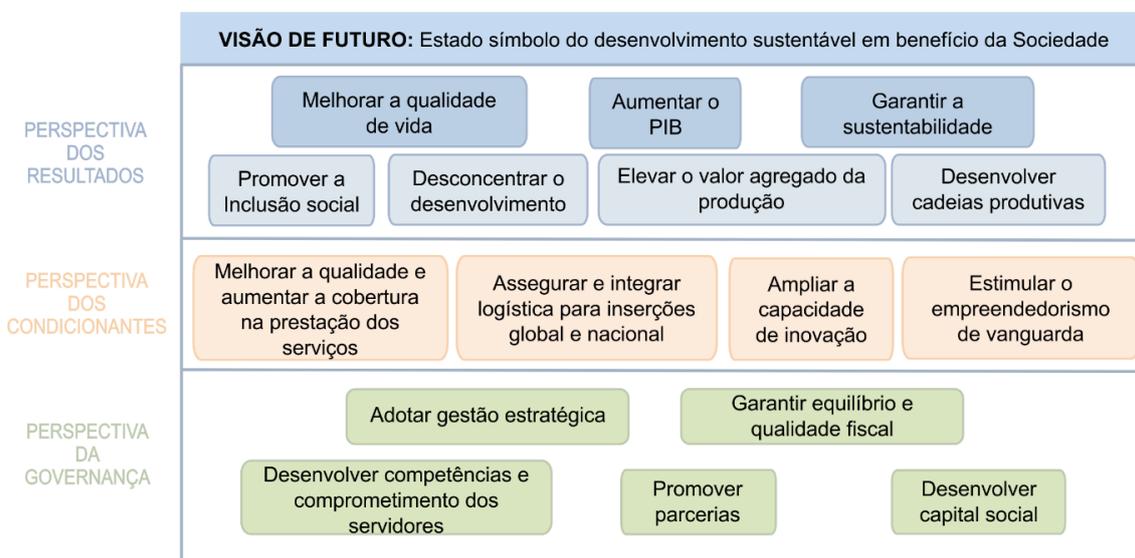


Figura 105. Mapa Estratégico do Estado (PPA 2016-2019)

Fonte: Seplan (2015)<sup>19</sup>

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;

<sup>19</sup> Seplan, 2015. Publicação no DOE de nº 4. 527, Suplemento em 23 de dezembro de 2015, disponível em [www.seplan.to.gov.br](http://www.seplan.to.gov.br). Acedido a em 8.03.2018.

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

A elaboração do PDITS dos municípios das Serras Gerais 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 106. Política Federal – Plano Nacional de Turismo e Prodetur Nacional

Fontes: PNT (2013-2016) e ROP (2008)<sup>20</sup>

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.

<sup>20</sup> Plano Nacional de Turismo 2013-2016 e Regulamento Operacional do PRODETUR NACIONAL – ROP (2008). Acedidos a 13.03.2018

### 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 dos municípios das Serras Gerais, 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 voltadas à promoção do desenvolvimento turístico. No entanto, a operação dessas estruturas é ainda dificultada pela falta de outros mecanismo e instrumentos necessários, tais como o Fundo Municipal de Turismo.

Os recursos mais utilizados continuam sendo os de procedência federal, tendo como fonte principal o Ministério do Turismo.

Dentre outros fatores, destaca-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 setor turístico, que ocorre aquando de uma 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.

Sobre a capacidade da estrutura administrativa do turismo pode-se observar que todos os municípios contam com órgãos específicos com atribuições de coordenação ou promoção do turismo, quer seja através de secretarias específicas para o turismo, secretarias que incluem essa secretaria, ou em secretarias que assumem esse papel.

Tabela 31. Órgãos de coordenação do Turismo nas Serras Gerais

Municípios	Órgãos de coordenação do Turismo
Almas	Secretaria de Turismo e Meio Ambiente
Arraias	Secretaria de Cultura e Turismo
Aurora do Tocantins	Secretaria de Meio Ambiente e Turismo
Dianópolis	Secretaria de Cultura, Turismo e Meio Ambiente
Natividade	Secretaria de Cultura e Turismo
Paraná	Secretaria de Turismo
Rio da Conceição	Secretaria de Turismo

Taguatinga	Secretaria de Educação, Cultura e Esporte <sup>21</sup>
------------	---

Fonte: Consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

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.

As Secretarias contam 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 região tem baixa capacidade para a gestão do turismo – quer seja no âmbito público, como no privado. No entanto, o curso de turismo oferecido pela Universidade Federal do Tocantins (UFT) em Arrais tem contribuído para solucionar esta questão.

De salientar, no entanto, o papel do SEBRAE na região das Serras Gerais. Esta instituição tem vindo a instituir guias turísticos, capacitar a população local para o turismo através da realização de cursos, criação de agências e operadoras turísticas, elaboração de planos municipais de turismo para estruturar e planejar a atividade turística na região, entre outras iniciativas. Apesar do SEBRAE ainda só trabalhar o turismo nos municípios de Almas, Natividade, Dianópolis e Rio da Conceição, começa já a haver na região um trabalho de fundo para a estruturação turística através das ações desta instituição.

Em relação às instâncias para gestão do turismo no nível regional e municipal destacam-se os fóruns e os conselhos municipais, respetivamente. 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

---

<sup>21</sup> Trata-se da secretaria responsável pela pasta do Turismo, apesar de não incluir essa indicação no seu nome

municipais se encontrarem ativos. Atualmente a SEDEN está estruturando 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 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. A tabela seguinte apresenta quais os municípios das Serras Gerais que possuem conselhos municipais ativos.

Tabela 32. Conselhos Municipais nas Serras Gerais

Municípios	Conselhos Municipais
Almas	<b>ATIVO</b>
Arraias	NÃO ATIVO
Aurora do Tocantins	EM ESTRUTURAÇÃO
Dianópolis	NÃO ATIVO
Natividade	<b>ATIVO</b>
Paraná	NÃO ATIVO
Rio da Conceição	<b>ATIVO</b>
Taguatinga	NÃO ATIVO

Fonte: SEDEN (2018)

Vale ressaltar que os municípios pertencentes à região turística das Serras Gerais não possuem inventários turísticos. 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 nas Serras Gerais.

Tabela 33. Municípios com inventário turístico<sup>22</sup>

Municípios	Número de municípios
Com inventário turístico	-
Sem inventário turístico	Almas, Arraias, Aurora do Tocantins, Dianópolis, Natividade, Paranã, Rio da Conceição, Taguatinga

Fonte: consórcio SPI/THR/OIKOS/T4

Como pontos de entrave ao desenvolvimento da atividade cita-se ainda deficiências da infraestrutura básica (coleta e tratamento de lixo e esgoto) na maior parte dos municípios; o processo de degradação ambiental, ocasionado pela ocupação desordenada da área, que promoveu, dentre uma série de impactos, a perda de parte substancial da cobertura vegetal nativa, ameaçando pontos de interesse ecoturístico; falta de estudos que viabilizem roteiros interpretativos dos eventos históricos, inscrições rupestres, etc; inexistência de infraestrutura na maioria dos atrativos potenciais; baixa oferta de equipamentos de hospedagem e alimentação na maior parte dos municípios e falta de capacitação da população local para a operação, gerenciamento e planejamento do turismo.

### 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

<sup>22</sup> Consideram-se os municípios que possuem inventário turístico aqueles que o disponibilizaram ou informaram da sua existência a quando da visita da consultora aos municípios

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.

Na região das Serras Gerais todos os municípios, a exceção de Dianópolis (75,1%) tem mais de 90,0% 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)<sup>23</sup> Informa sobre a existência de legislação sobre zonas/áreas de interesse especial ou social. Na Tabela 34, abaixo, estão apresentados o conjunto dos municípios e as respectivas legislações específicas sobre zona ou área de interesse social e/ou especial. Apenas dois deles, Arraias e Paranã apresentam legislação específica sobre áreas de interesse social. Como se pode concluir são muitos poucos os instrumentos de gestão e planejamento.

Tabela 34. Existência de legislação sobre zonas ou áreas de interesse social ou especial, por tipo de área (2016)

Municípios	Existência de Legislação sobre Zona e/ou Área		Tipo de Área de Interesse Especial com Legislação				
	De Interesse Social	De Interesse Especial	Ambiental	Cultural	Paisagística	Histórica	Arqueol.
Almas	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Arraias	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Aurora do Tocantins	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Dianópolis	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Natividade	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Paraná	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não

<sup>23</sup> IBGE cidades, 2016. Disponível em [www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1](http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1). Acedido a 5.02.2018

Municípios	Existência de Legislação sobre Zona e/ou Área		Tipo de Área de Interesse Especial com Legislação				
	De Interesse Social	De Interesse Especial	Ambiental	Cultural	Paisagística	Histórica	Arqueol.
Rio da Conceição	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Taguatinga	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte: IBGE (2016)<sup>24</sup>

Observando ainda os instrumentos de planejamento, a Tabela abaixo apresenta a existência de outros instrumentos legais de planejamento nos municípios. Como se nota, apenas dois municípios dispunham de Plano Diretor. Paranã apresenta lei específica para tombamento e para estudo prévio de impacto ambiental.

Tabela 35. Existência de outros instrumentos de planejamento municipal, por tipo (2016)

Municípios	Plano Diretor/Ano	Lei de Parcelamento do Uso do Solo	Lei de Zoneamento ou Equivalente	Código de Obras
Almas	Sim/2003	Sim	Sim	Não
Arraias	Não	Sim	Não	Sim
Aurora do Tocantins	Não	Sim	Não	Não
Dianópolis	Não	Não	Não	Não
Natividade	Não	Não	Não	Não
Paranã	Sim/2012	Sim	Sim	Sim
Rio da Conceição	Não	Não	Não	Não
Taguatinga	Não	Sim	Não	Não

Fonte: IBGE, (2016)

Observando os instrumentos de política urbana, em especial os planos diretores, a tabela seguinte apresenta algumas características dos mesmos, ou seja, os itens que estavam contemplados nos planos e em outros instrumentos existentes.

<sup>24</sup> IBGE. Pesquisa de Informações Básicas Municipais. MUNIC, 2016. Disponível em [www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2009/default.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2009/default.shtm). Acedido a 6.02.2018

Tabela 36. Itens contemplados nos diversos instrumentos de planejamento existentes

Itens Contemplados	Almas	Arraías	Aurora do Tocantins	Dianópolis	Natividade	Paraná	Rio da Conceição	Taguatinga
Parcelamento do solo	S	S	N	S	N	N	N	N
Zoneamento ou equivalente	N	S	N	N	N	N	N	N
Código de obras	N	S	N	N	N	S	N	N
Contribuição de melhoria	N	N	N	N	N	N	N	N
Operação urbana consorciada	N	N	N	N	N	N	N	N
Lei específica de Solo criado	N	N	N	N	N	N	N	N
Estudo impacto de vizinhança	N	N	N	N	N	N	N	N
Código de Posturas	N	N	N	N	N	N	N	N
Zonas esp. de interesse social	N	S	N	S	N	S	N	N
Outras Zonas Especiais	N	N	N	N	N	N	N	S

Fonte: IBGE (2016)

### 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).

### 3.7.1.2 Recursos hídricos

O sistema hidrográfico da região compreende as bacias do rio Tocantins e suas sub bacias – do Rio Santa Tereza; do Rio Paranã, do Rio Palma; do Rio Manuel Alves da Natividade.

### 3.7.1.3 Relevô

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. A Serra Geral de Goiás; Planalto do Tocantins, tem altitude médias de 700 metros. O ponto culminante do estado fica localizado na nascente do Rio Claro, no extremo sul do município de Paranã, numa serra conhecida como Serra das Traíras. O local possui uma altitude aproximada de 1.340 metros.

### 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 São Salvador do Tocantins: Paranã, Palmeirópolis, São Salvador do Tocantins
- ✓ 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.
- ✓ Reserva Particular do Patrimônio Natural MINEHAHA: Almas
- ✓ Estação Ecológica Serra Geral do Tocantins: Almas, Mateiros, Ponte Alta do Tocantins, Rio da Conceição, Formosa do Rio Preto - BA

### 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 do cerrado, 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*.

Entre as espécies de interesse, registra-se o jacu-de-barriga-vermelha *Penelope ochrogaster*, espécie globalmente ameaçada, e vários grupos numerosos de aves aquáticas migratórias. Há várias lagoas marginais do rio Paranã que marcam seu antigo curso. Estas lagoas abrigam populações significativas de aves aquáticas migratórias, incluindo grandes grupos de marrecas *Dendrocygna viduata* e *D. autumnalis*, cabeças-secas *Mycteria americana* e colhereiros *Platalea ajaja*. As praias formadas ao longo do Paranã constituem sítio de nidificação para talha-mares *Rynchops niger* e, provavelmente, as gaivotas *Phaetusa simplex* e *Sterna superciliaris*, além da mexeriqueira *Vanellus cayanus*.

O rio Paranã também abriga populações de botos *Inia geoffroyi*, e jacarés-açu *Melanosuchus niger*. Além de jacarés-tinga *Caiman crocodilus* e tracajás *Podocnemis unifilis* em bom número naquele rio e suas lagoas.

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 *Hydrochaerus hydrochaeris* (ambas nas margens do rio Paranã), macacos-pregos *Cebus apella* e bugios *Alouatta caraya*. Araras-azuis *Anodorhynchus hyacinthinus* são encontradas na Serra da Contenda.

### 3.7.1.6 Flora

Além da extensão e geomorfologia particular, a região abrange a maior diversidade de habitats registrada, indo de habitats ripários a campos sujos e cerrados rupestres no alto das elevações. Boa parte da área a leste da Serra das Caldas, entre esta e o rio Paranã, é plana e apresenta um mosaico de vegetação dominada por cerrados sensu *stricto*, cerrados densos e alguns cerradões, com espaçadas veredas de buritis e manchas de babaçu. A leste da Serra, 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.

A sul, ao longo da fronteira com Goiás, a encosta da Serra da Contenda é recoberta por florestas semidecíduas afins do “Mato Grosso de Goiás”. Estas podem apresentar um denso sub-bosque de taquaras.

Ao longo dos anos, essa área vem sendo submetida a um processo de ocupação, semelhante ao do resto da Amazônia Legal, que tem gerado degradação ambiental relacionada a desmatamentos e exploração madeireira sem a adoção de técnicas adequadas e sem o cumprimento da Legislação Ambiental. Este processo reduziu os estoques naturais de madeira e, talvez, boa parte da diversidade das formações savânicas e florestais.

Como formações dominantes ocorrem tipologias vegetais naturais de três Regiões fitoecológicas: (i) Floresta Ombrófila Densa, com a Formação Aluvial e Submontana; (ii) Floresta Ombrófila Aberta, com as formações Aluvial e Submontana e (iii) Savana (Cerrado), com as formações Parque, Arborizada e Florestada ou Cerrado Ralo, Cerrado Típico, Cerrado Denso e Cerradão. Também ocorrem Áreas de Contato ou de Tensão Ecológica envolvendo encaves de formações de Savana (Cerrado) com Floresta Ombrófila; de Savana (Cerrado) com Floresta Estacional e de Floresta Ombrófila com Floresta Estacional, envolvendo ou destacando, além das mesmas formações as das Florestas Estacionais Semidecidual e Decidual. De forma subordinada ocorrem ainda Florestas-de-Galeria, Formações Pioneiras de Influência Fluvial e/ou Lacustre e Refúgios Vegetacionais.

Destaca-se ainda no interflúvio Tocantins-Paraná a presença de um remanescente significativo de matas secas (incluindo afloramentos de calcário) que ainda guardam sua relação original com o cerrado adjacente, além da baixa densidade populacional da área. Os cerrados do vale do rio Palmeiras também apresentam bom estado de conservação e baixa densidade humana. Alguns trechos, como o complexo de lagoas isoladas em área de cerrado sobre solo de areia branca presente na região conhecida como “Lagoa Grande” são de alta singularidade.

As matas secas representam uma ecoregião própria (as “Atlantic Dry Forests”, veja <http://www.nationalgeographic.com/wildworld/terrestrial.html>), caracterizada por uma vegetação florestal quase totalmente decídua que pode atingir grande porte (árvores com mais de 25 m) em solos mais profundos, e que apresenta afinidades florísticas com a caatinga. É interessante ressaltar que há diferenças entre as matas secas a leste e oeste da Serra Geral, com espécies próprias de cada região.

### 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***

A região 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 as queimadas, 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 conjunto dos municípios apresentam 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;
- ✓ Expansão da agricultura;

O esgotamento sanitário é precário, atingindo no máximo 43,7% em Rio da Conceição, Natividade 36,1%, Almas 32,9% e Arraias 25,6%. Em Dianópolis e Taguatinga 14,9% e 12,3%, respectivamente. O pior desempenho foi encontrado em Paranã onde apenas 0,9% dos domicílios possuem esgotamento sanitário adequado (SNIS, 2015)<sup>25</sup>. Tal fato representa um impacto permanente para os cursos de água e para a transmissão de doenças de veiculação hídrica.

No que diz respeito à relação entre as fragilidades ambientais e o desenvolvimento das atividades turísticas, destacam-se:

---

<sup>25</sup> 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 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.

### 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

Na presente seção serão apresentadas as principais conclusões e pontos de análise, a partir da informação apresentada anteriormente. Após esta seção estará completo o diagnóstico estratégico que servirá de base para as próximas etapas do PDITS, nomeadamente a estruturação da estratégia e dos planos de ação.

Serão apresentados de seguida os segmentos turísticos principais e complementares, as principais áreas críticas de intervenção para diversas temáticas identificadas como primordiais para o desenvolvimento da região, a posição atual e potencial das Serras Gerais enquanto destino turístico e, por fim, a matriz SWOT estruturada em cinco áreas chave de desenvolvimento (*Produto Turístico, Comercialização, Fortalecimento Institucional, Infraestrutura e Serviços Básicos e Gestão Ambiental*).

#### 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 planeamento, investimento e gestão da atividade turística de dado destino turístico. A identificação dos segmentos principais e complementares, e de quais os atrativos que compõem cada segmento é fundamental para o correto direcionamento de recursos no planeamento do setor, a médio e longo prazo. Por outro lado, a construção da imagem turística da região das Serras Gerais 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 das Serras Gerais o “*Ecoturismo*” e “*Turismo de Aventura*”. Como segmentos complementares a região apresenta o “*Turismo Cultural*”, “*Turismo Religioso*” 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

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Observação de flora;</li> <li>- Observação de fauna (em particular aves);</li> <li>- Bóia-cross</li> <li>- Visitas a cavernas (Espeleoturismo)</li> <li>- Observação de formações geológicas</li> <li>- Mergulho livre</li> <li>- Pesca Esportiva</li> <li>- Caminhada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vale do Encantado (Almas)</li> <li>- Vale dos Pássaros (Almas)</li> <li>- Cânion do Chupé (Almas)</li> <li>- Morros Soltos (Almas)</li> <li>- Cidade de Pedra (Almas)</li> <li>- Cachoeirinha (Almas)</li> <li>- Arco do Sol (Almas)</li> <li>- Gruta da Lapa (Arraias)</li> <li>- Cachoeira dos Macacos (Arraias)</li> <li>- Rio Azuis (Aurora do Tocantins)</li> <li>- Duna de Areia Branca (Aurora do Tocantins)</li> <li>- Duna da Cidade dos Totens (Aurora do Tocantins)</li> <li>- Balneário Douradas (Aurora do Tocantins)</li> <li>- Vale Encantado (Dianópolis)</li> <li>- Fortaleza dos Guardiões (Dianópolis)</li> <li>- Cachoeira do Paraíso (Natividade)</li> <li>- Poções (Natividade)</li> <li>- Cachoeira do Campo Alegre (Paranã)</li> <li>- Cachoeira do Cavalo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecossistemas dos biomas da Floresta Amazônica e Cerrado</li> <li>- Trilhas</li> <li>- Rios (Tocantins, Manoel Alves)</li> <li>- Cachoeiras</li> <li>- Ribeirões</li> <li>- Lagos</li> <li>- Grutas</li> <li>- Cavernas</li> </ul>

	<p>Queimado (Rio da Conceição)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rio Manoel Alves (Rio da Conceição)</li> <li>- Lagoa da Serra (Rio da Conceição)</li> <li>- Gruta dos Caldeirões (Taguatinga)</li> <li>- Cachoeira do Registro (Taguatinga)</li> </ul>	
--	--	--

Turismo de Aventura

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bóia-cross</li> <li>- Cachoeirismo</li> <li>- Canionismo</li> <li>- Caminhada</li> <li>- Espeleoturismo</li> <li>- Visita a cavernas</li> <li>- Mergulho autônomo livre</li> <li>- Esportes aquáticos</li> <li>- Montanhismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vale do Encantado (Almas)</li> <li>- Cânion do Chupé (Almas)</li> <li>- Gruta da Lapa (Arraias)</li> <li>- Duna de Areia Branca (Aurora)</li> <li>- Duna da Cidade dos Totens (Aurora)</li> <li>- Vale Encantado (Dianópolis)</li> <li>- Rio Manoel Alves (Rio da Conceição)</li> <li>- Gruta dos Caldeirões (Taguatinga)</li> <li>- Cachoeira do Registro (Taguatinga)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rios (Tocantins, Manoel Alves)</li> <li>- Cachoeiras</li> <li>- Cânions</li> <li>- Ribeirões</li> <li>- Quedas de água</li> <li>- Lagos</li> <li>- Grutas</li> <li>- Cavernas</li> <li>- Formações rochosas</li> <li>- Dunas</li> </ul>

## Segmentos complementares

### Turismo cultural

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitas a comunidades tradicionais e/ou étnicas – quilombolas;</li> <li>- Visitas a sítios históricos;</li> <li>- Visita a lugares místicos e esotéricos;</li> <li>- Festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares</li> <li>- Turismo de vivência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vivência da Tia Aninha - Amor-perfeito (Natividade)</li> <li>- Horta Cheiro Verde (Almas);</li> <li>- Vida de Natividade</li> <li>- Centro Histórico (Arraias)</li> <li>- Museu Histórico e Cultural de Arraias</li> <li>- Chapada dos Negros (Arraias)</li> <li>- Tour Histórico (Natividade)</li> <li>- Trilha do Ouro (Natividade)</li> <li>- Casario Histórico (Taguatinga)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Danças folclóricas como a sússia e a congada (Arraias)</li> <li>- Comunidades quilombolas;</li> <li>- Casarios históricos</li> <li>- Filigrana</li> <li>- Comunidade Quilombola de Campo Alegre (Paraná)</li> </ul>

### Turismo Religioso

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestações religiosas</li> <li>- Atividades Místicas</li> <li>- Cavalgadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Festa do Divino Espírito Santo (Natividade)</li> <li>- Festejos de Nossa Senhora D'Abadia (Taguatinga)</li> <li>- Cavalhada (Taguatinga)</li> <li>- Labirinto Místico (Natividade)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Municípios históricos</li> <li>- Festividades seculares</li> <li>- Locais de interesse histórico a nível religioso e místico</li> </ul>



Sol e Praia

Atividades Realizadas	Atrativos	Recursos
- Prática de banhos - Shows - Danças	- Temporada de Praia de Paraná	- Praias

### 3.8.2. Principais Áreas Críticas de Intervenção

A presente seção enumera os principais pontos de melhoria que atualmente limitam o desenvolvimento da região das Serras Gerais, 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 da região, ultrapassando os obstáculos que atualmente existem.

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

#### Marketing e promoção turística

A região das Serras Gerais possui um total de 13 agências de turismo, sediadas nas cidades de Almas, Dianópolis, Natividade e Rio da Conceição. São estas agências especializadas e os guias existentes que fazem a divulgação da região e permitem que os turistas visitem os atrativos. Deste modo, os turistas ficam limitados à contratação destes serviços para conhecerem os locais turísticos, sendo muito difícil a visita aos mesmos por conta própria.

A única exceção neste âmbito é o município de Taguatinga que possui um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) no centro do município. Dividido em várias infraestruturas, de acordo com os diversos atrativos, o CAT oferece toda a informação e apoio para os turistas visitarem os atrativos daquele município.

A integração da oferta turística entre os diversos agentes do setor salienta-se as associações existentes na região, nomeadamente a Associação de Moradores do Rio Azuis em Aurora do Tocantins, a Associação Serra Negra formada pela comunidade localizada em Almas e a Associação da Cavalhadas de Taguatinga.

O marketing turístico e a imagem da região são, desta forma, majoritariamente criados pelos agentes turísticos privados que fazem a comercialização dos produtos turísticos existentes. A criação de um Plano de Marketing seria fundamental para criar a estrutura pública e privada que fizesse a promoção, divulgação e comercialização do destino “Serras Gerais”. A partir deste plano, seria possível construir cenários futuros, além de estruturar a oferta para o público-alvo, de acordo com os segmentos turísticos com maior potencial.

### **Fortalecimento institucional**

O principal órgão executor da política de turismo no Tocantins em geral, e para as Serras Gerais em particular, é a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e Cultura (SEDEN), sendo o principal órgão promotor e gestor do turismo no Tocantins. 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, funciona em conjunto com a SEDEN para a estruturação de políticas turísticas.

A dificuldade de captação de recursos para a atividade turística e para o desenvolvimento da mesma está assente nos seguintes fatores/entraves:

- ✓ 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 constantemente com a mudança dos gestores políticos como forma de prejudicar os seus sucessores;
- ✓ Pessoal sem a qualificação necessária para 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.

A implementação de secretarias de turismo na região ainda é realizada em sua maioria, em conjunto com outras secretarias, preferencialmente de meio ambiente e cultura, pelo qual a disponibilização de recursos humanos e financeiros ainda não é a ideal. Apenas os municípios de Paranã e Rio da Conceição apresentam secretarias em que a única pasta é a de turismo.

Destaque para a presença da Universidade Federal do Tocantins em Arraias e da existência de um curso de turismo na região, o que potencializa o desenvolvimento deste setor nas Serras Gerais.

O SEBRAE tem trabalhado para implementar um importante papel na promoção turística das Serras Gerais, sendo a sua presença na região consideravelmente superior quando comparada a outras regiões do Tocantins.

Apesar de neste momento o SEBRAE trabalhar apenas com quatro municípios das Serras Gerais, nomeadamente Almas, Natividade, Dianópolis e Rio da Conceição, o seu papel nestas localidades já produziu efeitos no sucesso turístico das mesmas. As iniciativas desta instituição centram-se na capacitação da população local para o turismo, instituição de guias turísticos, criação de agências e operadoras turísticas, elaboração de planos municipais de turismo para estruturar e planejar a atividade turística na região, entre outras.

Salienta-se a existência de conselhos municipais de turismo, apenas em Almas, Natividade e Rio da Conceição. Trata-se de uma limitação para a região das Serras Gerais visto que a existência de um conselho de turismo é condição obrigatória para a atribuição do fundo turístico. Por outro lado, para a constituição de um fórum turístico nas Serras Gerais é igualmente necessário que existam conselhos municipais ativos nos municípios da região.

Vale ressaltar que nenhum dos municípios das Serras Gerais 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**

O acesso dos turistas à região das Serras Gerais é realizado principalmente por via rodoviária, a partir da capital estadual Palmas. A rede de estradas na região apresenta, de modo geral, condições aceitáveis de circulação sendo que, em alguns pontos, necessita de melhorias de modo a ser uma facilitadora de circulação de pessoas. São exemplo disto as estradas em terra batida com condições irregulares existentes dentro dos limites urbanos dos municípios da região. Em particular, as rodovias municipais nos municípios de Dianópolis e Aurora do Tocantins apresentam irregularidades nas rodovias que causam dificuldades na circulação.

No que concerne às rodovias estaduais, a região possui no seu território a BR-242 e a BR-010. No entanto, ambas as rodovias federais não apresentam ótimas condições. A BR-242 ainda possui trechos em que se realizam obras de pavimentação, enquanto que a BR-010 apresenta uma qualidade irregular no que diz respeito à pavimentação e respetiva circulação.

A sinalização indicativa é muito escassa e encontra-se quase sempre já dentro dos próprios municípios. De igual modo, a sinalização turística é bastante incipiente, estando restrita quase exclusivamente às temporadas de praia nas zonas urbanas dos diversos municípios.

Destaca-se o fato de, com exceção do município de Rio da Conceição, todos os municípios contarem com estação rodoviária, traduzindo-se num fator a favor do desenvolvimento turístico. No entanto estas infraestruturas necessitam de melhorias relativamente à má sinalização, à falta de informação disponibilizada, ao reduzido número de linhas e aos horários inadequados (pouco frequência).

O abastecimento de água aos municípios das Serras Gerais apresenta algumas carências, visto que as áreas rurais dos mesmos são, em muitos casos, negligenciados. De fato, cerca de um quarto da população não tem acesso a água da rede geral de distribuição. Paranã é o município que apresenta um resultado mais insatisfatório, já que apenas 47% dos seus domicílios tem acesso a este serviço.

O sistema de esgotamento sanitário apresenta várias insuficiências, visto que os sistemas preferenciais são a fossa séptica, rústica ou outros sistemas. A rede geral de esgoto apresenta uma taxa de cobertura muito diminuta, rondando os 3%. Observa-se ainda uma falta de tratamento de esgotos, dado que o escoamento dos mesmos é realizado a céu aberto. Isso

tem consequências bastante negativas para o meio ambiente, visto que a contaminação dos recursos hídricos e dos solos compromete a qualidade de vida da população, assim como a paisagem turística.

O depósito do lixo nas Serras Gerais é realizado majoritariamente a céu aberto, nos denominados lixões. A falta de tratamento dos solos, nomeadamente a impermeabilização dos mesmos, a drenagem do chorume ou cercamento, implicando em risco ambiental elevado no que concerne à propagação de doenças e à contaminação dos recursos.

A qualidade das infraestruturas dos atrativos das Serras Gerais depende consoante a tipologia dos mesmos. Assim, os atrativos culturais e religiosos possuem, em norma, uma infraestrutura consolidada para atender às necessidades dos turistas, e que consistem em banheiros, serviços de alimentação e hospedagem, segurança, apoio médico, entre outros. É o caso das festas do Divino Espírito Santo (Natividade) e da Nossa Senhora D'Abadia (Taguatinga). Já os atrativos naturais são usualmente de difícil acesso, não possuindo qualquer tipo de sinalização ou infraestrutura, ou sendo esta muito reduzida. São exemplos o Vale Encantado (Dianópolis) e a Lagoa da Serra (Rio da Conceição).

### **Aspectos Socioambientais**

A região das Serras Gerais é caracterizada pela existência de um elevado conjunto de recursos naturais tais como rios (Tocantins e Manoel Alves), cachoeiras, ribeirões, lagos, grutas e cavernas. A tipologia de atrativos existentes na região potencializa tanto o ecoturismo como o turismo de aventura.

Visto que os atrativos existentes nas Serras Gerais possuem um volume considerável de turistas no contexto do setor no Tocantins, é necessário ações preventivas para garantir o futuro da conservação ambiental da região, assim como do sucesso turístico dos seus atrativos. A estruturação de planos de manejo e estudos de capacidade de carga, em particular para os atrativos que apresentem maior risco e suscetibilidade à ação humana, deverá ser uma prioridade estruturante no curto e médio prazo.

Neste sentido, merece particular destaque a Comunidade Quilombola de Campo Alegre com a respectiva Cachoeira do Campo Alegre (Paranã), o Vale dos Pássaros (Almas), a Gruta da Lapa

(Arraias), o Rio Azuis (Aurora do Tocantins), o Vale Encantado (Dianópolis), a Cachoeira do Cavalo Queimado (Rio da Conceição), Lagoa da Serra (Rio da Conceição) e Cachoeira do Registro (Taguatinga).

Para garantir a sustentabilidade ambiental a longo prazo na região das Serras Gerais é necessário preservar as áreas de conservação e áreas protegidas existentes. Neste âmbito destacam-se a APA Lago de São Salvador do Tocantins, a APA Lago de Peixe / Angical, o Corredor Jalapão-Chapada das Mangabeiras, o Corredor Paranã-Pirineus, a Reserva Particular do Patrimônio Natural MINEHAHA e a Estação Ecológica Serra Geral do Tocantins.

### **3.8.3. Posição Atual e Potencial**

A posição atual da região das Serras Gerais 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 das Serras Gerais.

A análise realizada identificou diversas áreas com necessidades prioritárias, tal como a infraestrutura de apoio aos atrativos turísticos, a falta de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) capazes de disponibilizar informação útil e suficiente, a falta de formação adequada para receber os turistas, os precários sistemas de saneamento, coleta e tratamento de lixo, a falta de sinalização, a precariedade no acesso à internet e telefonia móvel, a carência na qualidade e diversificação dos serviços de alimentação e alojamento.

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



As Serras Gerais apresentam um forte potencial, que começa a ser explorado atualmente, para os segmentos turísticos principais de Ecoturismo e Aventura, assim como os complementares de Cultura, Religioso e Sol e Praia. Para tal, contribuem os 24 atrativos naturais e 11 culturais que a região oferece.

A região possui uma cultura popular preservada ao longo de séculos de história, que remontam ao período de exploração do ouro no século XVIII. As festas religiosas, o artesanato e a culinária completam a oferta turística regional.

No entanto, o desenvolvimento das Serras Gerais passará necessariamente pela melhoria das condições de oferta turística que servem de base para o desenvolvimento do turismo. A melhoria da formação dos agentes turísticos por via da capacitação, a estruturação de produtos e roteiros turísticos integrados dentro e com outras regiões, assim como a sensibilização de todos os agentes, públicos e privados, para a importância do turismo como meio de desenvolvimento local e regional, serão fundamentais para tornar o turismo uma atividade impulsionadora do desenvolvimento das Serras Gerais.

As ações a ser 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 das Serras Gerais, de forma estratégica e continuada, será fundamental para atingir os resultados desejados.

Apenas com uma estratégia delineada de investimentos planejados será possível dotar as Serras Gerais 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 das Serras Gerais como destino de ecoturismo, aventura e cultural, em complemento com o destino do Jalapão (através de produtos e roteiros integrados)
- Comercializar as vertentes de cultura e história que caracterizam a região
- Dotar os atrativos de melhores condições de acessibilidade e infraestrutura básica de recepção aos turistas

- Capacitar agentes públicos e privados para a temática turística

De seguida são apresentados os principais segmentos turísticos potenciais para as Serras Gerais, incluindo os atrativos, atividades realizadas atualmente e atividades potenciais para cada segmento.

Segmentos		Atrativos e Produtos
Ecoturismo	Atrativos Existentes	<p><b>Almas:</b> Vale do Encantado, Vale dos Pássaros, Cânion do Chupé, Morros Soltos, Cidade de Pedra, Cachoeirinha, Arco do Sol</p> <p><b>Arraias:</b> Gruta da Lapa, Cachoeira dos Macacos, Comunidade Quilombola Lagoa da Pedra</p> <p><b>Aurora do Tocantins:</b> Rio Azuis, Duna de Areia Branca, Duna da Cidade dos Totens, Balneário Douradas</p> <p><b>Dianópolis:</b> Vale Encantado, Fortaleza dos Guardiões</p> <p><b>Natividade:</b> Cachoeira do Paraíso, Poções</p> <p><b>Paranã:</b> Cachoeira do Campo Alegre</p> <p><b>Rio da Conceição:</b> Cachoeira do Cavalo Queimado, Rio Manoel Alves, Lagoa da Serra</p> <p><b>Taguatinga:</b> Gruta dos Caldeirões, Cachoeira do Registro</p>
	Atividades Realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Observação de flora</li> <li>- Observação de fauna (em particular aves)</li> <li>- Bóia-cross</li> <li>- Visitas a cavernas (Espeleoturismo)</li> <li>- Observação de formações geológicas</li> <li>- Mergulho livre</li> <li>- Pesca Esportiva</li> <li>- Caminhada</li> </ul>

	Atividades Potenciais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues</li> <li>- Espeleoturismo vertical</li> <li>- Trilhas interpretativas</li> <li>- Safaris ecológicos</li> <li>- Observação astrológica</li> </ul>
--	-----------------------	---

Segmentos	Atrativos e Produtos	
Turismo de Aventura	Atrativos Existentes	<p><b>Almas:</b> Vale do Encantado, Cânion do Chupé</p> <p><b>Arraias:</b> Gruta da Lapa</p> <p><b>Aurora do Tocantins:</b> Duna de Areia Branca, Duna da Cidade dos Totens</p> <p><b>Dianópolis:</b> Vale Encantado</p> <p><b>Rio da Conceição:</b> Rio Manoel Alves</p> <p><b>Taguatinga:</b> Gruta dos Caldeirões, Cachoeira do Registro</p>
	Atividades Realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bóia-cross</li> <li>- Cachoeirismo</li> <li>- Canionismo</li> <li>- Caminhada</li> <li>- Espeleoturismo</li> <li>- Visita a cavernas</li> <li>- Mergulho autônomo livre</li> <li>- Esportes aquáticos</li> <li>- Montanhismo</li> </ul>

	Atividades Potenciais	<p><u>Atividades na terra</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caminhada sem pernoite (hiking)</li> <li>- Caminhada de longo curso (trekking)</li> <li>- Bungee jump</li> <li>- Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues</li> <li>- Cavalgadas (turismo equestre)</li> <li>- Cicloturismo</li> <li>- Espeleoturismo vertical</li> <li>- Escalada</li> <li>- Montanhismo</li> <li>- Tirolesa</li> </ul> <p><u>Atividades na água</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Canoagem</li> <li>- Duck</li> <li>- Flutuação/snorkeling</li> <li>- Kitesurfe</li> <li>- Rafting</li> </ul>
--	-----------------------	---

Segmentos		Atrativos e Produtos
Turismo Cultural	Atrativos Existentes	<p><b>Almas:</b> Horta Cheiro Verde</p> <p><b>Arraiais:</b> Centro Histórico, Museu Histórico e Cultural de Arraiais, Chapada dos Negros</p> <p><b>Natividade:</b> Vivência da Tia Aninha - Amor Perfeito, Vida de Natividade, Tour Histórico, Trilha do Ouro</p> <p><b>Taguatinga:</b> Casario Histórico</p>
	Atividades Realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitas a comunidades tradicionais e/ou étnicas – quilombolas;</li> <li>- Visitas a sítios históricos;</li> <li>- Visita a lugares místicos e esotéricos;</li> <li>- Festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares</li> <li>- Turismo de vivência</li> </ul>

	Atividades Potenciais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento da oferta e características de cada atrativo</li> <li>- Comercialização de roteiros integrados entre os diversos municípios</li> </ul>
--	-----------------------	--

Segmentos		Atrativos e Produtos
Turismo Religioso	Atividades Existentes	<p><b>Natividade:</b> Festa do Divino Espírito Santo, Labirinto Místico</p> <p><b>Taguatinga:</b> Festejos de Nossa Senhora D´Abadia, Cavalhada</p>
	Atividades Realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestações religiosas</li> <li>- Atividades Místicas</li> <li>- Cavalgadas</li> </ul>
	Atividades Potenciais	- Criação de circuitos com atividades integradas com outros segmentos turísticos, nomeadamente o cultural. Tal irá fortalecer a oferta turística do segmento religioso, criando sinergias que beneficiarão, em último caso, a região das Serras Gerais

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

### 3.8.4. Análise SWOT

Na presente seção será apresentada a matriz SWOT<sup>26</sup> - 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 na região das Serras Gerais serão identificadas as forças e fraquezas/áreas de melhoria existentes atualmente, permitindo identificar o tipo de vantagem concorrencial das Serras Gerais enquanto destino turístico.

Assim, serão ressaltados os trunfos e qualidades que distinguem e valorizam a região, do ponto de vista dos consumidores e do mercado. Tal 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 nas Serras Gerais. 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 temáticas<sup>27</sup> 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

---

<sup>26</sup> Strengths / Weaknesses / Opportunities / Threats

<sup>27</sup> 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](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/Termo_Referencia_PDITS.pdf). Acedido a 3.01.2018

satisfação das necessidades do turista, levando ao consumo e ao estímulo da economia local/regional.

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 carácter 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 cirúrgicas e 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
<p>- Cultura popular rica e preservada ao longo dos séculos;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Locais de interesse histórico e turístico relacionados com a exploração do ouro no século XVIII em bom estado de conservação;</li> <li>2. Patrimônio material cultural diversificado, do período colonial, constituído por edifícios de distintas tipologias (igrejas, casario histórico);</li> <li>3. Patrimônio imaterial rico refletido nas em manifestações culturais (cavalhadas, cantos);</li> <li>4. Festividades de grande dimensão que atraem anualmente milhares de turistas (Taguatinga e Dianópolis);</li> </ol> <p>- Caráter hospitaleiro da população, resultando em cidades acolhedoras para os visitantes;</p> <p>- Oferta de produtos turísticos diferenciados, no âmbito da experimentação, tais como a confeção de biscoitos (Natividade) ou a participação nas atividades diárias em hortas comunitárias (Almas);</p> <p>- Existência de uma figura ligada ao misticismo (Dona Romana), que permite abranger uma tipologia distinta de visitantes (Mística);</p> <p>- Comunidades Quilombolas que carregam centenas de anos de história, tais como a comunidade de Campo Alegre (Paraná) e povoado da Lagoa da Pedra (Arraias);</p> <p>- Elevado grau de instrução e escolaridade</p>	<p>- Meios de transporte alternativos ao carro não oferecem qualidade suficiente para se constituírem como uma opção viável e de qualidade;</p> <p>- Ausência de infraestrutura de apoio nas zonas turísticas, e nos atrativos em particular:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inexistência de infraestrutura na maioria dos atrativos potenciais;</li> </ul> <p>- Acessos aos atrativos em mau estado de conservação;</p> <p>- Os serviços turísticos caracterizam-se pela informalidade, o que dificulta o estabelecimento e controle de critérios de qualidade na oferta:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baixa qualidade e pouca e diversificação dos meios de alimentação;</li> <li>2. Equipamentos de hospedagem extremamente simples;</li> <li>3. Estabelecimentos turísticos concentram-se nos serviços básicos e apresentam algumas falhas (p.e. qualidade do serviço de internet);</li> <li>4. Falta de atendimento capacitado para receber turistas, incapaz de prover informação suficiente e adequada;</li> </ol> <p>- Elevada proporção de estabelecimentos que não se encontram registrados no Cadastur (com exceção do alojamento), o que dificulta o recolhimento de informações e conseqüentemente o planeamento e a definição de estratégias turísticas;</p>

<p>dos turistas (maioria com nível de instrução do ensino médio ou superior);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A organização da viagem majoritariamente por conta própria (99%), demonstra elevado interesse em visitar a região;</li> <li>- Maioria dos turistas (59%) possui entre 26 e 50 anos, consistindo este um segmento da população com alto nível de renda;</li> <li>- Principal motivo da viagem é o lazer (95%), ao invés de negócios ou visita de amigos ou parentes, o que se traduz numa intenção clara de conhecer as Serras Gerais por causa e através do turismo;</li> <li>- Proporção elevada de turistas que ficam hospedados em meios de hospedagem pagos (86%), tais como hotéis e pousadas (face a outras regiões do Tocantins);</li> <li>- Os principais grupos de companhia para realização da viagem são “grupos de amigos” (35%) e famílias com crianças” (27%), o que demonstra que o destino tem atividades diversificadas, para toda a família;</li> <li>- Elevado número de registros no cadastur para estabelecimentos de hospedagem (cerca de 88% dos estabelecimentos estão registrados);</li> <li>- Sensação geral de segurança nas áreas turísticas, devido ao investimento das prefeituras no reforço policial e/ou pedido de auxílio a municípios vizinhos em períodos de elevado fluxo turístico;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de sinalização turística;</li> <li>- Pouca disponibilidade de informação turística e número reduzido e insuficiente de centros de atendimento ao turista (CAT) – apenas Taguatinga possui esta infraestrutura;</li> </ul>
---	--

<p>Reduzido número de incidências de insegurança relacionadas com turistas;</p>	
<p>Oportunidades</p>	<p>Ameaças</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fluxo turístico nacional e internacional, caracterizados pelos níveis de renda mais elevados. Oferta de segmentos que atraem esse nicho de mercado (segmento de aventura e cultura);</li> <li>- A faixa etária - jovem e adulto (entre 18 e 50 anos) é maioritária, sendo este caracterizado pela procura de tipos de turismo associado ao risco (aventura), segmento muito forte das Serras Gerais;</li> <li>- Definir a promoção da região através de atrativos/municípios que já são mais desenvolvidos (p.e. Rio Azuis – Aurora do Tocantins);</li> <li>- Estabelecimento de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) na maioria dos municípios da região (replicar o modelo do CAT de Taguatinga);</li> <li>- Estruturação de uma oferta turística em conjunto com o destino Jalapão; Trabalhar e fomentar produtos turísticos regionais</li> <li>- Elevado interesse da demanda atual nos segmentos de turismo de aventura, cultural e ecoturismo;</li> <li>- Promoção do destino Serras Gerais como um local tranquilo e seguro;</li> <li>- Criação de uma marca local diferenciada baseada na hospitalidade, história e cultura;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reduzido número de membros nas delegacias poderá criar sensação de insegurança no futuro: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atualmente já se verifica um sentimento de insegurança em Aurora do Tocantins, tanto a nível geral como nas áreas turísticas</li> </ul> </li> <li>- O processo de degradação ambiental aliado à falta de sensibilização da população para a temática da proteção ambiental pode comprometer a sustentabilidade dos atrativos turísticos;</li> <li>- Perda de parte substancial da cobertura vegetal nativa, ameaçando pontos de interesse ecoturístico;</li> <li>- Falta de estudos que viabilizem roteiros interpretativos de eventos históricos e de inscrições rupestres na Gruta dos Caldeirões (Rio da Conceição);</li> <li>- Falta ou inadequação dos equipamentos existentes no segmento de ecoturismo;</li> <li>- Inexistência de capacitação da população local para a operação, gerenciamento e planejamento do turismo;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconhecimento do turista estadual e nacional da potencialidade em ecoturismo das Serras Gerais;</li> <li>- Capacitação para os estabelecimentos turísticos no sentido de prestar um melhor atendimento que satisfaça as necessidades do turista;</li> </ul>	
--	--

### Comercialização

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os visitantes percorrem diversos municípios da região, não se concentrando excessivamente em algumas localidades em particular;</li> <li>- Elevada satisfação com o destino, já que a esmagadora maioria dos turistas (98%) afirma que visitaria a região novamente;</li> <li>- A percepção sobre a região é de um destino seguro, o que fica evidente pela elevada proporção de famílias com crianças (27%);</li> <li>- A Imagem da região pela ótica do turista é relacionada à natureza e às belas paisagens;</li> <li>- As Serras Gerais possuem um número elevado de agências turísticas (total de 13);</li> <li>- Em Taguatinga existe um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) bem estruturado e segmentado por atrativo turístico;</li> <li>- Trabalho conjunto entre agências e hotéis (integração da oferta) em Dianópolis e Rio da</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A grande maioria dos turistas são oriundos da própria região e do estado – reduzida proporção de turistas (15%) percorrem distância superior a 800 km;</li> <li>- A estadia tem pouca duração (84% dos turistas fica 1 ou 2 dias);</li> <li>- O nível de renda do turista que visita a região é menor face a outras regiões do Tocantins (p.e. município de Peixe);</li> <li>- O gasto médio per capita no destino é reduzido (R\$ 295) comparativamente a outras regiões do Tocantins;</li> <li>- Elevada proporção de turistas que apenas realiza gastos em categorias básicas (transporte interno, hospedagem, alimentação), não realizando compras e/ou gastos em pacotes ou atividades turísticas;</li> <li>- Gasto reduzido com passeios turísticos (R\$ 32 por pessoa, em média), sendo que apenas 39% dos turistas realiza algum gasto deste</li> </ul>

<p>Conceição, levando a disponibilidade de informação sobre os pacotes turísticos nos próprios hotéis;</p> <p>- Os dois segmentos mais fortes das Serras Gerais – Turismo de Aventura e Turismo Cultural são os mais procurados pela demanda atual;</p>	<p>tipo;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgação dos atrativos nos hotéis da região ainda é limitada aos principais municípios (p.e. Natividade);</li> <li>- Oferta pouco vocacionada para o turista nacional e internacional;</li> <li>- Ausência de atendimento em idioma estrangeiro nos diversos estabelecimentos turísticos e nos serviços públicos (p.e. estações rodoviárias);</li> <li>- A visita é motivada por um número reduzido de atrativos, com maior notoriedade/reconhecimento;</li> <li>- A taxa de retorno de quem esteve na região é baixa</li> <li>- A sazonalidade da região é muito grande Fica excessivamente concentrada em períodos muito específicos do ano (Julho e Novembro);</li> <li>- Poucos eventos e atividades destinadas especificamente ao turismo;</li> <li>- Baixa demanda internacional;</li> <li>- Baixa comercialização da região Serras Gerais em operadoras nacionais e internacionais;</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A maioria dos turistas visita a região pela primeira vez, por isso a promoção da região deve ser realizada no sentido do ineditismo do destino frente aos outros destinos saturados do Brasil</li> <li>- Comercialização e fortalecimento do posicionamento das Serras Gerais como</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reduzido interesse da demanda atual em segmentos turísticos com potencial na região: étnico (quilombolas) e religioso;</li> <li>- Diminuição do fluxo turístico resultante da degradação dos atrativos naturais, em resultado da falta de conscientização e conservação ambiental;</li> </ul>

<p>destino de aventura e cultura;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proximidade a centros turísticos emissores (ex: Brasília);</li> <li>- Possibilidade de crescimento na oferta das agências locadoras de veículos, visto que os turistas circulam majoritariamente em carro próprio;</li> <li>- Estruturação de roteiros que envolvam todos os municípios da região:             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Criação de um circuito na região que englobe os municípios das Serras Gerais como complemento ao Jalapão;</li> </ul> </li> <li>- Diminuição da sazonalidade - Criação de campanhas de atração de demanda fora da alta temporada:             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promoção de pacotes específicos para fins de semana prolongados;</li> </ul> </li> <li>- Estruturação de férias de longa duração tendo como alvo os grupos de amigos;</li> <li>- Propaganda “boca a boca” (amigos e parentes) é atualmente a principal fonte de informação (76%) para quem visita as Serras Gerais, sendo esta uma forma de promoção sem custos para as entidades gestoras;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificuldade em concorrer com destinos mais competitivos no Brasil, e mesmo dentro do próprio Tocantins (Jalapão), que já possuem marcas turísticas fortes e consolidadas;</li> <li>- Desconhecimento das operadoras turísticas nacionais e internacionais, em relação ao produto Tocantins e às suas regiões/atrativos;</li> <li>- Alto risco de impactos ambientais negativos - Riscos de degradação ambiental nos atrativos naturais decorrente de fluxos turísticos excessivos – ;</li> <li>- Os atrativos são distantes entre si, o que implica em alto custo com transporte interno.</li> </ul>
--	---

### Infraestrutura e Serviços Básicos

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A maioria dos municípios da região possui estações rodoviárias;</li> <li>- Serviços de saúde em quantidade e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metade dos municípios (Almas, Dianópolis, Paranã e Rio da Conceição) necessita de ampliação do sistema de abastecimento de</li> </ul>

<p>qualidade situados em todos os municípios das Serras Gerais, capazes de responder eficazmente às solicitações existentes;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taxa de cobertura de energia elétrica elevada praticamente em todos os municípios da região (menos em Paranã)</li> </ul>	<p>água pela rede geral de distribuição;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Os municípios de Natividade, Rio da Conceição e Almas apresentam alteração na qualidade da água (cor escura e mau sabor) ou falta da mesma;</li> <li>- Deficiências e insuficiências na infraestrutura básica: coleta e tratamento de lixo e esgoto, e abastecimento de água;</li> <li>- Reduzida cobertura da rede de esgoto (apenas 3% dos domicílios possui este sistema de esgotamento): prevalência de fossa séptica ou rudimentar</li> <li>- As vias de circulação rodoviária, principal modo de deslocamento da região, apresentam uma qualidade irregular;</li> <li>- Falta de sinalização indicativa;</li> <li>- Reduzida utilização dos rios navegáveis para práticas turísticas;</li> <li>- Precariedade no acesso à internet e à telefonia móvel, mesmo em zonas urbanas;</li> <li>- Falhas e inconstâncias no abastecimento de energia elétrica, em particular nas épocas de chuva;</li> <li>- Condição irregular da rodovia federal BR-010, concretamente entre Silvanópolis e Paranã;</li> <li>- Os municípios de Aurora do Tocantins e Dianópolis apresentam carências nas rodovias dentro da zona urbana dos municípios;</li> <li>- Simplicidade excessiva na infraestrutura e</li> </ul>
--	--

	serviços oferecidos (frequência e número de linhas) pelas estações rodoviárias;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realização de obras de pavimentação e recuperação de rodovias;</li> <li>- Cessão da gestão e exploração de alguns atrativos turísticos (e sua infraestrutura) à iniciativa privada;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reduzidos meios de circulação para os turistas (sistema rodoviário é o único com utilização efetiva) <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poderá limitar o desenvolvimento turístico nas Serras Gerais;</li> </ul> </li> <li>- Infraestrutura aeroportuária insuficiente (as pistas de pouso existentes são de terra e para uso particular);</li> </ul>

#### Quadro Institucional

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atuação do SEBRAE em alguns municípios das Serras Gerais (Almas, Natividade, Dianópolis e Rio da Conceição) em diversas atividades: formação de guias turísticos, realização de cursos, criação de agências, elaboração de planos municipais de turismo, etc;</li> <li>- Forte percepção dos agentes econômicos turísticos para o papel do turismo como forma de desenvolvimento econômico, social e de preservação do patrimônio e da natureza (em função da atuação do SEBRAE);</li> <li>- Existência de Secretarias Municipais de Turismo na grande maioria dos municípios, isoladamente ou em conjunto com outros departamentos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevada dependência de transferências federais (via Ministério do Turismo): maioria dos municípios com mais de 90% de receita por via federal;</li> <li>- Baixa capacidade para a gestão do turismo (nível público e privado);</li> <li>- Ausência de representatividade de entidades nacionais nos municípios;</li> <li>- Falta de instrumentos e mecanismos como o Fundo Municipal do Turismo <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apenas Almas, Natividade e Rio da Conceição possuem conselho de turismo e, conseqüentemente, fundo turístico;</li> </ul> </li> <li>- Carência/Ausência de informações organizadas (inventário turístico municipal) <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nenhum dos municípios da região</li> </ul> </li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existência de um órgão estadual com estrutura e capacidade de investir no desenvolvimento turístico (SEDEN);</li> <li>- Impacto positivo da Universidade Federal do Tocantins (UFT) no setor turístico da região, pela existência de um curso de turismo em Arraias;</li> </ul>	<p>possui inventário turístico;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perda sistemática de informações relevantes nas secretarias de turismo, nas mudanças de governo;</li> <li>- Reduzido número de funcionários direcionados ao turismo nas prefeituras, face às ações desejadas;</li> <li>- Baixa qualificação em turismo dos principais agentes políticos - ainda insuficiente para o potencial existente;</li> <li>- Falta de agilidade da administração pública;</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realização de capacitação técnica e institucional visando o melhor investimento dos recursos turísticos;</li> <li>- Utilização de programas do governo federal e estadual para investimento em fortalecimento institucional e turístico;</li> <li>- Crescente utilização de parcerias público-privadas para o desenvolvimento da atividade econômica;</li> <li>- Capacitar as associações das Serras Gerais (principalmente a Associação de Moradores do Rio Azuis, Serra Negra e Associação de Cavalhadas de Taguatinga) para a gestão dos fluxos elevados de turistas e o seu impacto no meio ambiente;</li> <li>- Sensibilização da população em geral relativamente à importância do setor turístico para o desenvolvimento e preservação das Serras Gerais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de continuidade das políticas públicas para o setor do turismo devido à perda de informação com as transições entre gestões políticas;</li> <li>- Dependência de órgãos estaduais e federais para a obtenção de recursos e definição de políticas;</li> <li>- Reduzido envolvimento das populações na definição das políticas públicas, o que implica na falta de participação e contribuição para o sucesso do setor turístico;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expansão da oferta de formação turística na Universidade Federal do Tocantins (UFT) em Arraias, relacionada com o segmento de turismo cultural;</li> <li>- Replicar o trabalho que o SEBRAE já realiza em alguns municípios nas Serras Gerais (Almas, Dianópolis, Natividade e Rio da Conceição) para os restantes municípios, no sentido de fomentar e capacitar para o turismo;</li> </ul>	
---	--

### Aspectos Socioambientais

Pontos Fortes	Áreas de Melhoria
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevado número de áreas ambientais (6 no total), nomeadamente reservas, corredores e APA;</li> <li>- Riqueza ambiental refletida na elevada diversidade da fauna e flora;</li> <li>- As áreas turísticas (atrativos) apresentam-se limpas, à exceção de Dianópolis e Aurora do Tocantins;</li> <li>- A maioria dos municípios das Serras Gerais conta com redes de drenagem pluvial (à exceção de Paranã e Aurora do Tocantins) em boas condições;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Número reduzido de municípios com legislação e/ou instrumentos de planeamento:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existência de legislação sobre legislação específica de áreas de interesse social: unicamente para Arraias e Paranã;</li> <li>2. Plano Diretor: apenas Almas e Paranã;</li> </ol> </li> <li>- Reduzida capacidade municipal na gestão do orçamento e de recursos para prevenir e reduzir a degradação ambiental;</li> <li>- Inexistência de instrumentos de gestão e planeamento (legislação) para as áreas ambiental, cultural, paisagística, histórica e arqueológica;</li> <li>- Existência de práticas recorrentes que ameaçam a condição ambiental: queimadas, depósito incorreto de resíduos sólidos,</li> </ul>

	<p>ocupações irregulares, expansão da agricultura, etc;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Os desmatamentos e a exploração madeireira são realizados sem a adoção de técnicas adequadas e sem o cumprimento da legislação ambiental;</li> <li>- A rede de esgotos é precária para a maioria dos municípios da região;</li> <li>- Falta de prática de reciclagem (à exceção de Almas);</li> <li>- Inexistência de planos de manejo e estudos de capacidade de carga para os atrativos;</li> <li>- Falta de sensibilização da população para a importância do meio ambiente;</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Execução de ações de sensibilização da população, relativas a proteção ambiental, resultando na diminuição da degradação ambiental;</li> <li>- Existência de unidades de conservação regulamentadas;</li> <li>- Utilização dos recursos do setor turístico e das receitas dele provenientes para a tomada de medidas de proteção ambiental;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A falta de tratamento de esgotos existente (em todos os municípios das Serras Gerais) levará à contaminação dos recursos hídricos e dos solos, comprometendo a qualidade dos atrativos para a prática turística;</li> <li>- Depósito de lixo em terreno baldio, rio ou céu aberto para 33% dos domicílios (total não coletado). Isto é nocivo para a saúde pública devido à contaminação de recursos hídricos e à propagação de doenças;</li> <li>- As queimadas e o lixo a céu aberto existente em Taguatinga poderão provocar problemas respiratórios à população</li> <li>- Falta de instrumentos de regulamentação ambiental, nomeadamente de Planos Diretores;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ocupação desordenada do território;</li><li>- Ausência de campanhas voltadas à sensibilização ambiental, que envolvam a comunidade, o trade turístico e o poder público na promoção de um turismo sustentável;</li><li>- Aumento do volume de esgoto in natura lançado nos cursos d'água devido ao incremento do número de turistas;</li><li>- Risco de assoreamento dos rios;</li><li>- Exploração descontrolada da cobertura vegetal para a atividade turística, nomadamente para a construção de trilhas e construção civil;</li><li>- A falta de ações de fiscalização em conjunto com o aumento do volume turístico pode contribuir para a degradação dos recursos naturais;</li><li>- A reduzida infraestrutura turística para receber visitantes poderá por em causa a sustentabilidade ambiental dos atrativos naturais;</li></ul>
--	--

## 4. Estratégia



## 4. Estratégia de Desenvolvimento Turístico

### 4.1. Marco estratégico

O marco estratégico para o desenvolvimento turístico das Serras Gerais 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:

- a. Visão de desenvolvimento turístico das Serras Gerais
- b. Objetivos de desenvolvimento turístico das Serras Gerais
- c. Pilares de trabalho do desenvolvimento turístico das Serras Gerais

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 dois 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 das Serras Gerais:

##### *Visão*

**Serras Gerais é um destino de aventura e natureza de serras com património cultural único onde se pode desfrutar de diversas experiências e emoções, bem como tranquilidade, tradição, arquitetura e eventos culturais durante todo o ano, com família e amigos, é um ambiente seguro e de descanso.**

#### 4.1.2. Objetivos para o desenvolvimento turístico

O objetivo geral para o desenvolvimento turístico das Serras Gerais é:

**Posicionar, desenvolver e garantir** de maneira **sustentável** e com a máxima **qualidade**, as **experiências turísticas que leva os turistas** a Serras Gerais, como um **destino único de aventura e cultura em serras**, num **processo** organizado 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 das Serras Gerais, 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 das Serras Gerais terá como princípio fundamental a sustentabilidade com três eixos: social, ambiental e econômica. Este pilar implica:

- **Sustentabilidade social:** todo o plano e respetivos 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 território das Serras Gerais 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 das Serras Gerais 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 a que cada zona e atrativo garantam uma atividade turística que não comprometa a sustentabilidade ambiental (mínimo de impacto ambiental).

- **Sustentabilidade económica:** todo o desenvolvimento do turismo nas Serras Gerais terá como premissa de trabalho um enfoque na demanda e a busca pela garantia da viabilidade das intervenções e negócios turísticos, que se possam desenvolver nos vários destinos e atrações turísticas. Isto traduz-se 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, produtos e municípios que têm maior importância no turismo da região, mais viáveis para a sua implementação e que necessitem de uma intervenção mais urgente.

Adicionalmente cada atrativo, produto e município 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 divulgação, 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. Nem todos os municípios possuirão desenvolvimento turístico, e para os que possuem, este será em etapas e momentos distintos.

#### 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 Serras Gerais, 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 arquitetónicos 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 planeamento 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 a conhecer 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 da região. 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**

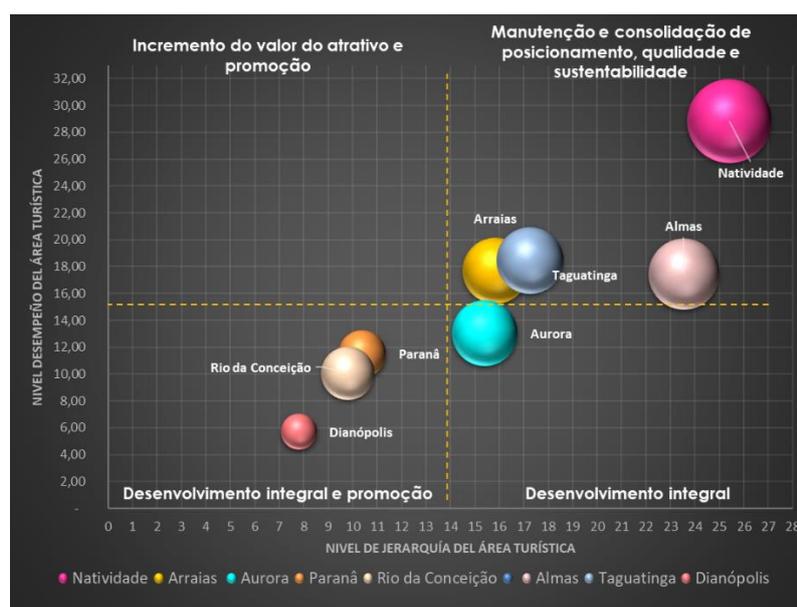
Segundo o objetivo geral dos PDTIS, pretende-se orientar o desenvolvimento e crescimento sustentável do turismo nos municípios das Serras Gerais, preservando os ecossistemas socioambientais, proporcionando às comunidades locais a participação na atividade turística, gerando empregos e promovendo o incremento da renda. Para tal, os produtos a desenvolver devem responder a uma demanda específica que garanta a viabilidade e sustentabilidade à região, criando a necessidade fundamental de conhecer as preferências do mercado.

A estratégia de produto turístico divide-se em três grandes focos que permitem dar resposta a 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 prazos.

##### **4.2.1.1 Estratégia de Destinos Turísticos**

No âmbito da definição da “Estratégia de Destinos Turísticos” para as Serras Gerais foi realizado um estudo de aferição do estado atual da oferta turística de cada um dos oito municípios, cujo resultado se apresenta na figura seguinte.



\* Tamanho da bola: grau de desenvolvimento oferecido na área

Figura 107. Posicionamento na matriz de desenvolvimento de destinos turísticos.

Fonte: elaboração própria.

Estratégia de desenvolvimento dos destinos turísticos das Serras Gerais:

- a) **Manutenção e consolidação de posicionamento, qualidade e sustentabilidade: Arraias, Taguatinga, Almas e Natividade.** Arraias, Taguatinga e Almas têm uma situação semelhante à de Aurora do Tocantins: bom potencial e atratividade, mas necessidade de desenvolvimento e melhorias. No caso de Natividade, é o destino na melhor situação de toda a região, o que exige mais inovação de produtos e experiências no destino, além de melhorias em suas instalações turísticas.
- b) **Desenvolvimento integral: Aurora do Tocantins.** Aurora do Tocantins, apesar de possuir uma boa situação relativamente à sua atratividade e potencial, requer mais desenvolvimento para posicionar-se como destino definitivo e obrigatório da região das Serras Gerais.
- c) **Desenvolvimento integral e promoção: Rio da Conceição, Paranã e Dianópolis.** Apesar de receber uma demanda de visitantes interessante, o seu valor atual para o mercado é ainda baixo, e requer um desenvolvimento intensivo de fatores de valor que melhorem a sua posição e conhecimento de parte da demanda.

Em geral, a estrutura de localização espacial dos destinos turísticos da região das Serras Gerais, mostra um circuito turístico circular: Natividade, Paranã, Arraias, Aurora do Tocantins, Taguatinga, Dianópolis, Rio da Conceição, Almas e Natividade. Além disso, antes de fechar o circuito, a partir de Almas é possível desviar os visitantes para o norte para se conectar com Jalapão-Palmas. Nesse sentido, essa forma de circuito turístico circular e as estratégias de desenvolvimento para a região permitem duas coisas de alto valor estratégico para o estado do Tocantins, por um lado, e para a região Serras Gerais, por outro:

- **Integração de um circuito turístico estadual de alto atrativo:** além do circuito circular das Serras Gerais, e seguindo os pilares e princípios estratégicos do plano, toda a região pode se conectar e complementar com o destino Jalapão, e com a capital do estado, Palmas. Esta conexão resulta da alta complementaridade de turismo de natureza, aventura (Jalapão e vários destinos das Serras Gerais) e cultural (Natividade e vários destinos históricos da região); com uma excelente conexão aérea a Palmas, o que permitiria atrair mercados mais longínquos do Brasil e estrangeiros no curto prazo.
- **Desenvolvimento da região com sinergias entre destinos para a geração de fluxos turísticos no circuito:** os destinos de desenvolvimento prioritário têm uma localização estratégica que permitirá um desenvolvimento complementar, aproveitando as sinergias. Natividade e Almas estão no noroeste do circuito turístico circular das Serras Gerais, e Arraias, Aurora do Tocantins e Taguatinga no sudeste (Figura 8). Se esses dois extremos, altamente atrativos, forem convenientemente desenvolvidos, eles estimularão o fluxo de visitantes entre eles. Isso exigirá que, para visitar ambas as pontas do circuito turístico, os turistas devem passar por Paranã, Dianópolis e Rio da Conceição, o que permitirá aumentar o fluxo de visitantes, cruzando os destinos a serem desenvolvidos no longo prazo. Esse aumento de visitantes gera fluxos e massa crítica que incentivarão o investimento e o desenvolvimento em destinos de longo prazo, permitindo a consolidação de todo o circuito. Na Figura 8, pode-se ver o circuito e as áreas prioritárias.

Em geral, a estrutura de localização espacial dos destinos turísticos da região das Serras Gerais, mostra um circuito turístico circular: Natividade, Paranã, Arraias, Aurora do Tocantins,

Taguatinga, Dianópolis, Rio da Conceição, Almas e Natividade. Além disso, antes de fechar o circuito, a partir de Almas é possível desviar os visitantes para o norte para se conectar com Jalapão-Palmas. Nesse sentido, essa forma de circuito turístico circular e as estratégias de desenvolvimento para a região permitem duas coisas de alto valor estratégico para o estado do Tocantins, por um lado, e para a região Serras Gerais, por outro:

- **Integração de um circuito turístico estadual de alto atrativo:** além do circuito circular das Serras Gerais, e seguindo os pilares e princípios estratégicos do plano, toda a região pode se conectar e complementar com o destino Jalapão, e com a capital do estado, Palmas. Esta conexão resulta da alta complementaridade de turismo de natureza, aventura (Jalapão e vários destinos das Serras Gerais) e cultural (Natividade e vários destinos históricos da região); com uma excelente conexão aérea a Palmas, o que permitiria atrair mercados mais longínquos do Brasil e estrangeiros no curto prazo.
- **Desenvolvimento da região com sinergias entre destinos para a geração de fluxos turísticos no circuito:** os destinos de desenvolvimento prioritário têm uma localização estratégica que permitirá um desenvolvimento complementar, aproveitando as sinergias. Natividade e Almas estão no noroeste do circuito turístico circular das Serras Gerais, e Arraias, Aurora do Tocantins e Taguatinga no sudeste (Figura 8). Se esses dois extremos, altamente atrativos, forem convenientemente desenvolvidos, eles estimularão o fluxo de visitantes entre eles. Isso exigirá que, para visitar ambas as pontas do circuito turístico, os turistas devem passar por Paranã, Dianópolis e Rio da Conceição, o que permitirá aumentar o fluxo de visitantes, cruzando os destinos a serem desenvolvidos no longo prazo. Esse aumento de visitantes gera fluxos e massa crítica que incentivarão o investimento e o desenvolvimento em destinos de longo prazo, permitindo a consolidação de todo o circuito. Na Figura 8, pode-se ver o circuito e as áreas prioritárias.

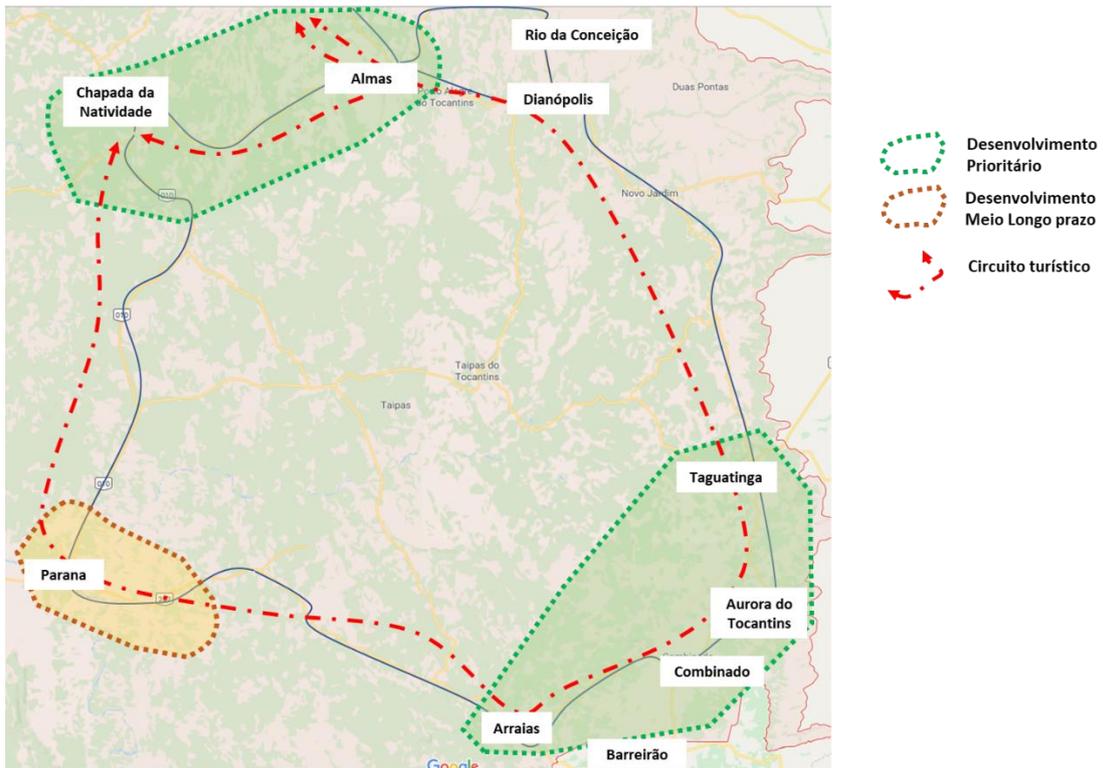


Figura 108. Localização esquemática da priorização das áreas de desenvolvimento turístico nas Serras Gerais

Fonte: elaboração própria.

#### 4.2.1.2 Estratégia de Produtos Turísticos

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

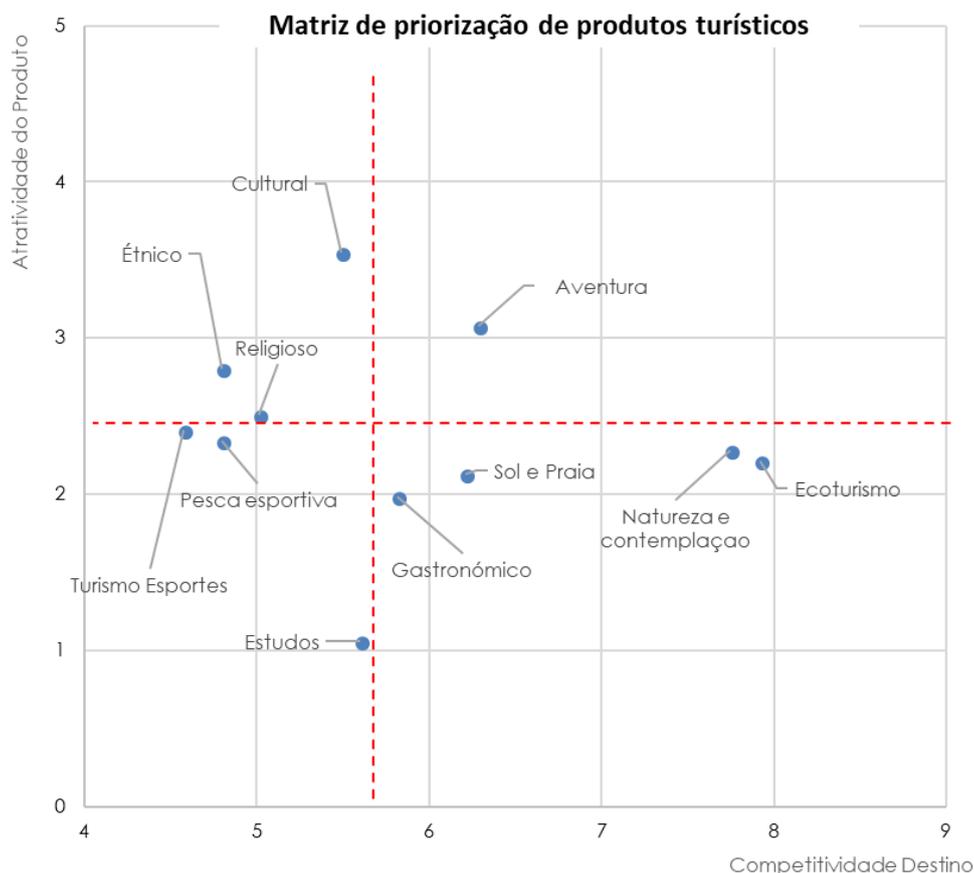


Figura 109. Matriz de priorização de produtos turísticos nas Serras Gerais.  
Fonte: elaboração própria.

#### **Estratégias:**

- A. **Foco consolidação e qualidade:** Turismo Aventura. O segmento de aventura surge como o único produto-chave do trabalho a nível da sua consolidação e otimização atual da sua qualidade na região. Embora seja o único neste quadrante, o Ecoturismo e o Turismo de Natureza são mais competitivos na região. No caso do Turismo de Aventura, permite a perfeita combinação de atividades na natureza, com maior grau de sofisticação e mais renda para a região, e que também podem ser combinadas num

circuito de aventura e cultura da região, em conjunto com uma integração do turismo de aventura no Jalapão. Esse tipo de turismo gera atração suficiente para oferta e demanda (de modo a gerar mais renda, visitar diferentes destinos dentro da região), o que o torna estratégico no seu desenvolvimento para as Serras Gerais.

- B. **Desenvolvimento prioritário:** Turismo Cultural, Turismo Étnico e Turismo Religioso. O Turismo Cultural, embora conte com alta competição de outras regiões do Brasil, nas Serras Gerais adquire características de interesse para a demanda e de alto valor para a oferta, fazendo com que a oferta seja estruturalmente distinta na região. Este tipo de turismo deve ser desenvolvido prioritariamente, para agregar valor ao turismo das Serras Gerais e de todo o estado do Tocantins. O Turismo Religioso deve ser desenvolvido a partir do Turismo Cultural, como complemento que agrega elementos culturais aos destinos. O mesmo para o Turismo Étnico, resgatando uma agenda de atividades tradicionais, comunitárias e religiosas que agreguem valor à parte cultural das Serras Gerais.
- C. **Oportunidade competitiva:** Ecoturismo, Natureza e contemplação, Sol e Praia de rio, Gastronômico. O desenvolvimento de estas tipologias de turismo deve se desenvolver como complementos a os outros tipos de turismo prioritários-chave (cultural, aventura), que aportam mais valor ao destino Serras Gerais a ao Tocantins, em geral. No caso específico da gastronomia, deve se desenvolver considerando-se tratar de uma amostra da cultura local de uma comunidade, e deve acompanhar as manifestações e produtos turísticos culturais que se desenvolvam nas Serras Gerais (agenda cultural de festas, feiras, celebrações, etc.).
- D. **Revisão do desenvolvimento no futuro:** Turismo de Esporte, Pesca Esportiva e Estudos. Atualmente, apesar de terem algum tipo de manifestação turística na região, não são produtos-chave para o desenvolvimento turístico da região. Por isso, num futuro a meio prazo (quatro ou cinco anos), deve-se revisar a situação de cada uma destas tipologias e redefinir se é necessário ou conveniente antecipar o seu desenvolvimento.

#### 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 respetiva 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) Planeamento dos investimentos das ZOITS
- c) Implementação das ZOITS

Dentro do ponto da definição das ZOITS, preliminarmente, identificam-se como ZOITS de desenvolvimentos prioritário e de médio/longo prazos:

#### **Desenvolvimento prioritário**

- ZOITS Norte: com foco em desenvolvimento prioritário de Chapada de Natividade e Almas
- ZOITS Sul: com foco em desenvolvimento de Taguatinga, Aurora do Tocantins, Combinado, Barreirão e Arraias.

#### **Desenvolvimento a meio e longo prazo:**

- ZOITS Nordeste: incluindo Rio da Conceição e Dianópolis.
- ZOITS Sudoeste: incluindo Paranã.

Estas ZOITS indicadas não são definitivas, e requerem uma definição posterior detalhada, para o planejamento dos seus investimentos e desenvolvimento interno, a partir do planejamento de intervenção das NUTS.

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**

Para o caso das Serras Gerais, onde a região já possui um circuito circular em si mesma, seria interessante complementar-se dentro de uma rota turística estadual que se propõe estruturar. Esta rota conecta o circuito Palmas-Gurupi-Peixe-Serras Gerais (circuito circular)-Jalapão-Palmas na figura seguinte.

A oferta das Serras Gerais como destino cultural e de aventura em paisagens naturais de serras, é complementar a oferta de Peixe e Jalapão, o único destino-atrativo bem posicionado turisticamente no mercado.

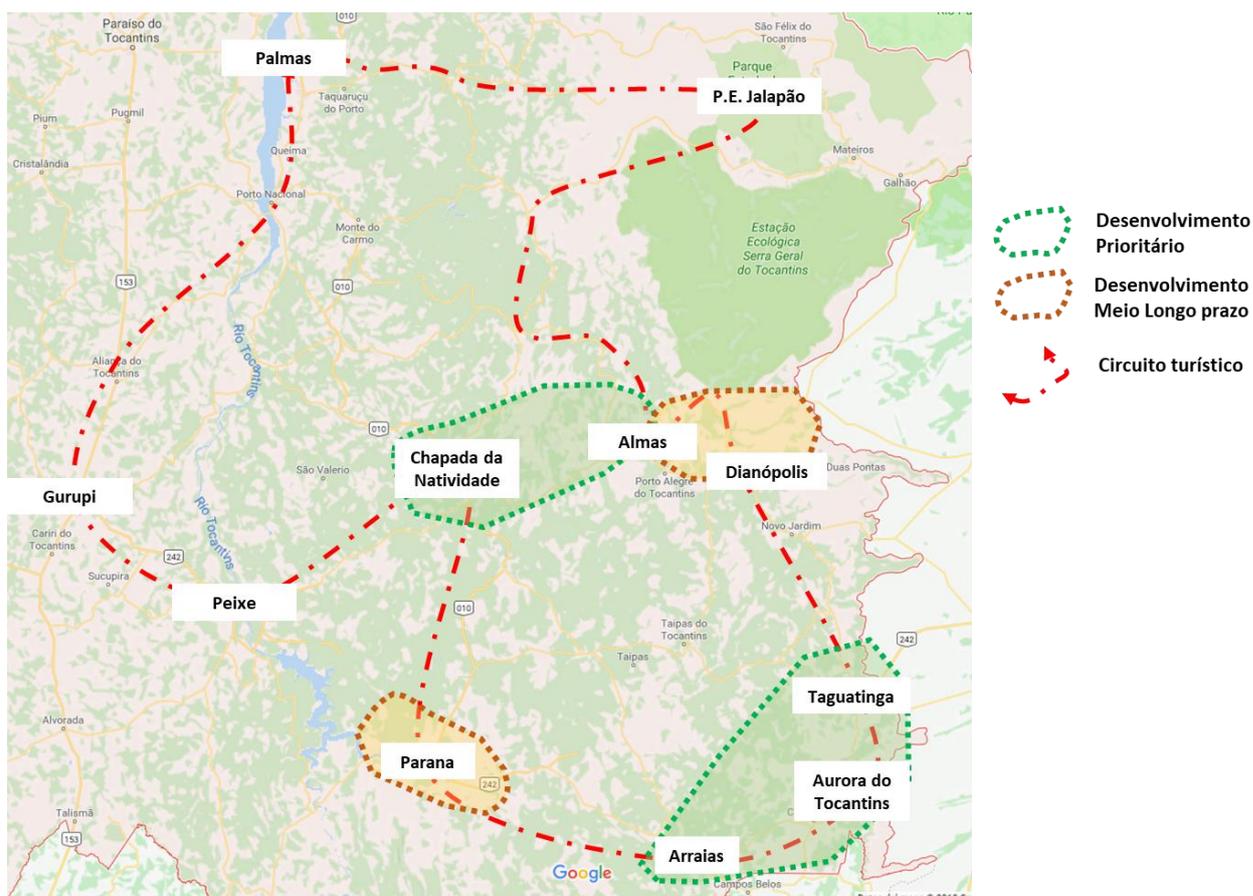


Figura 110. Esquema de proposta de priorização de áreas de desenvolvimento turístico nas Serras Gerais.

Fonte: elaboração própria.

### 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 região das Serras Gerais, que requerem de uma confirmação posterior para a elaboração de planos de investimentos detalhados, são os seguintes:

### **Desenvolvimento prioritário**

- ZOITS Norte:
  - Centro de Natividade (centro histórico, Amor Perfeito Tia Naninha)
  - Cachoeira do Paraíso
  - Poções
  - Trilha do Ouro
  - Arco do Sol
  - Cachoeirinha
  - Cânion do Chupé
  - Cânion Encantado/Vale do Encantado

- Cidade de Pedra
- Horta Cheiro Verde
- Morros Soltos
- Vale dos Pássaros
- ZOITS Sul: com foco em desenvolvimento da Taguatinga, Aurora do Tocantins, Combinado, Barreirão e Arraias.
  - Cachoeira do Registro
  - Centros Históricos das Cidades
  - Gruta dos Caldeirões
  - Labirinto Místico
  - Cachoeira dos Macacos
  - Chapada dos Negros
  - Grupa da Lapa
  - Museu Histórico e Cultural de Arraias e seus arredores
  - Balneário Douradas
  - Duna da Cidade dos Totens
  - Duna de Areia Branca
  - Rio Azuis

### **Desenvolvimento a meio e longo prazo:**

- ZOITS Nordeste: incluindo Rio da Conceição e Dianópolis.
  - Fortaleza dos Guardiões
  - Vale Encantado
  - Cachoeira do Cavalo Queimado
  - Lagoa da Serra
  - Rio Manoel Alves
- ZOITS Sudoeste: incluindo Paranã.
  - Cachoeira do Campo Alegre
  - Comunidade Quilombola de Campo Alegre
  - Praias Municipais

- **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 aventura, de natureza, cultural, 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 nas Serras Gerais. 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. Pontualmente para Natividade, um produto cultural focado para escolas e jovens estudantes com elevado valor para o mercado e facilmente implementável no destino.



### **Estratégia de intervenção a médio e longo prazo**

- **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 as Serras Gerais é determinado a partir do posicionamento atual ou a percepção existente para Tocantins e para as Serras Gerais do ponto de vista do mercado atual e potencial. A partir dos estudos de demanda atual e potencial realizados nas Serras Gerais foram identificados as seguintes Estratégias de Posicionamento de mensagem a seguir:

- a) **Principais** elementos de **identificação** das Serras Gerais: **Azuis, Natureza, e proximidade com Jalapão e Palmas, circuito turístico.**
- b) **Benefício emocional** das Serras Gerais: **tranquilidade, calma, paz, beleza cénica, diversidade de emoções e aventuras.**
- c) **Benefício social** das Serras Gerais: lugar **tranquilo** na natureza de **serras** onde se podem realizar **atividades de aventura com amigos**; destino de **cultura colonial, de escravos e de história do Brasil.**

- d) **Símbolos/ícones: arquitetura típica de Natividade, pontos turísticos de observação da natureza (miradouros), espaços naturais emblemáticos; quilombolas.**

### **Mandamentos do posicionamento**

#### **Serras Gerais...**

- **É:** um circuito de aventura em paisagens de serras únicas, perto de Palmas e do destino mais conhecido de Tocantins, Jalapão.
- **Tem:** paisagens e belezas cénicas naturais nas Serras, com um espírito vivo e pleno de histórias e cultura, uma oferta turística completa com uma elevada diversidade de experiências acessíveis.
- **Experiências a viver no destino:** possibilidade de conhecer sobre a cultura dos quilombolas, da história do Brasil, sobre a arquitetura e a gastronomia; num ambiente seguro para o visitante, tranquilo e calmo, com a possibilidade de se conectar com Jalapão.

Apesar do Jalapão não ser um atrativo das Serras Gerais, pelo posicionamento inicial é importante conectar as mensagens promocionais da região das Serras Gerais 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:

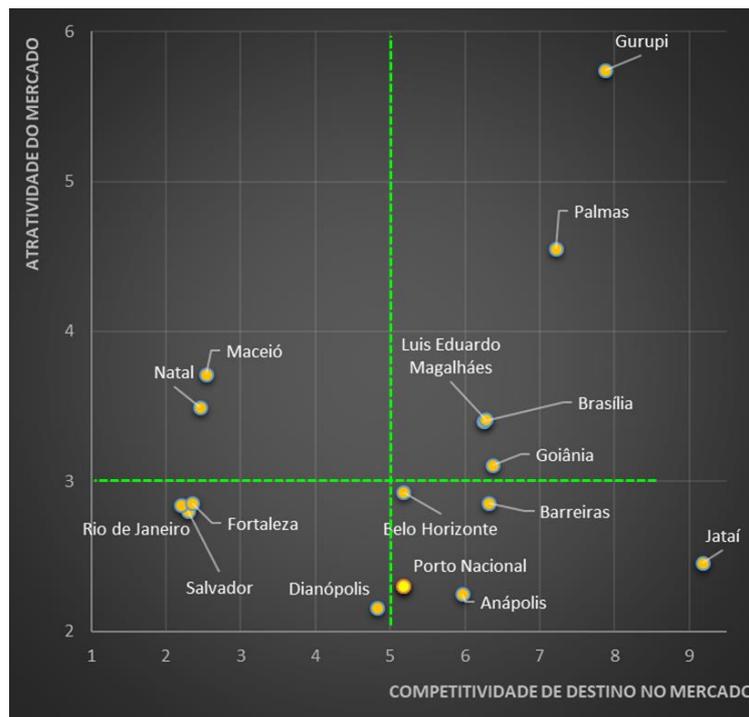


Figura 111. Posicionamento das Serras Gerais na matriz estratégica de mercado.

Fonte: elaboração própria

**Estratégia de mercado das Serras Gerais:**

- A. **Posicionamento estratégico:** os mercados chave aqui são Rio de Janeiro, São Paulo, Maceió e Natal.
- B. **Promoção e comercialização prioritária:** os mercados chave são os mercados próximos intraestaduais como Gurupi e Palmas. Brasília, Goiânia e Luis Eduardo Magalhães destacam-se bem como grandes mercados onde promover e comercializar as Serras Gerais de forma prioritária. Apesar de Goiânia estar no limite, pelo interesse do mercado é importante também o incluir neste trabalho de promoção e comercialização.
- C. **Promoção de manutenção:** os mercados chave são os intraestaduais como Porto Nacional ou Dianópolis (no limite do quadrante, mas pela sua proximidade deve ser incluído nesta estratégia), ou as grandes cidades dos estados vizinhos como Anápolis, Jataí, Barreira ou Luís Eduardo Magalhães. Também está aqui Belo Horizonte, um

mercado mais longínquo e que está no limite do quadrante, por isso será considerado na estratégia seguinte.

- D. **Promoção de oportunidade:** só em caso de uma rentabilidade clara de promoção nestes mercados, estes serão tidos em conta para a sua promoção e desenvolvimento. São mercados em “reserva”. Neste grupo estão os mercados de Belo Horizonte, Fortaleza, Salvador e outros onde não exista muita presença e não sejam muito atrativos.

### **Estratégia de Segmentos**

A estratégia dos segmentos de mercado das Serras Gerais é a seguinte:

**A. Faixa etária mais atrativa:** pela quantidade de demanda e pela renda familiar, as faixas etárias de 18 a 50 anos são as prioritárias. Aventura e natureza concentram-se em segmentos de alta renda e mais jovens, e cultura é mais transversal em gerar produtos de interesse para as distintas faixas etárias.

- **Curto prazo:** foco de consolidação nos segmentos atuais (famílias, amigos, gasto meio-baixo); e foco estratégico nos segmentos jovens (nacionais e internacionais, backpackers). O objetivo com os segmentos jovens é duplo: que dinamizem os produtos e descubram novos destinos nas Serras Gerais como pioneiros e descobridores de destinos e experiências; e que gerem notoriedade e promoção do destino, para mobilizar segmentos sênior, e sofisticados que aumentem o nível de gasto no destino.
- **Meio e Longo prazo:** foco na atração dos segmentos sênior 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 das Serras Gerais com outros destinos ou circuitos, e sua integração em roteiros turísticos internacionais (ex. Palmas-Peixe-Serras Gerais-Jalapão-Palmas).

### Estratégia de Comunicação e promoção

A estratégia de comunicação e promoção das Serras Gerais é a seguinte:

**A. Campanhas promocionais:** para o caso das Serras Gerais, a estratégia de comunicação e promoção é:

Campanhas de Recomendação: 51%	Campanhas de Intermediação 39%	Campanhas especializadas 9%
<p><b>Estratégia de canais e meios de promoção e comunicação turística para a Serras Gerais:</b></p> <p>A. <b>Campanhas de Recomendação:</b> 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. <b>Campanhas de intermediação - Agências de viagens:</b> 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. <b>Campanhas especializadas:</b> 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, se deverá empregar as palavras-chave que surgem do posicionamento turístico das Serras Gerais, considerando a seguinte estratégia:

- **Curto prazo:** foco na realização de promoção cooperada com regiões, Estados e destinos vizinhos bem posicionados (ex. Jalapão, Palmas).
- **Meio 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 da região 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 Serras Gerais:**

- **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 Serras Gerais:**

###### **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 referido anteriormente, o menos valorizado pela demanda atual no destino é a infraestrutura de acesso, as estradas de acesso aos atrativos, a infraestrutura, meios de hospedagem, gastronomia, atendimento e sinalização.



Figura 112. Avaliação de infraestruturas nas Serras Gerais

Fonte: elaboração própria

#### Estratégia de Infraestruturas e Serviços para o turismo

##### 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 destinos prioritários das Serras Gerais, segundo a prioridade de desenvolvimento que indica a estratégia de destinos: Natividade-Almas, Arraias-Aurora-Taguatinga, e foco nas estradas do roteiro ou circuito circular das Serras Gerais.

#### **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 a região das Serras Gerais, 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 a região.

O Plano de Ação apresenta apresentada as ações propostas para a região, agrupadas por componentes, e classificadas por áreas temáticas (AT), conforme pode ser observado na Tabela 37 – 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 na região, e gestores públicos envolvidos no setor, colhidas *in loco* quando da realização de *workshops* presenciais realizados na região 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 as Serras Gerais (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.

### 5.1. Ações propostas para as Serras Gerais

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 37). 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 nas Serras Gerais 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 na maioria dos municípios da região, 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 as Serras Gerais, devido ao reduzido desenvolvimento atual do setor privado. Deste modo, o conjunto de ações propostas pretendem dotar a região 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 nas Serras Gerais, 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 37 apresenta o conjunto global de ações propostas para a região das Serras Gerais. É importante notar que os projetos em azul são os comuns a todas as quatro regiões do PDITS.

Tabela 37. Lista de ações propostas para as Serras Gerais

Componente 1: Produto Turístico		
Área temática	Nº	Ação
Organização de informação de base	1.1	Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal nas Serras Gerais
	1.2	Definição e desenvolvimento de ZOITS nas Serras Gerais
Produtos e roteiros segundo a estratégia	1.3	Estruturação de Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)
	1.4	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos prioritários: Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins
	1.5	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos em

		desenvolvimento: Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis
	1.6	Elaboração de produtos turísticos complementares
	1.7	<b>Incentivo à criação de hospedagens de excelência</b>
	1.8	Elaboração de calendários culturais regionais
	1.9	Promoção de eventos de negócios
	1.10	Incentivo ao turismo educacional e de experiência
	1.11	Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola)
Desenvolvimento do destino turístico	1.12	<b>Desenvolvimento integral e gestão de NUTS nas Serras Gerais</b>
	1.13	<b>Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos</b>
<b>Componente 2: Comercialização</b>		
Estratégia de Marketing	2.1	<b>Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais</b>
Promoção do destino turístico	2.2	<b>Elaboração de um Plano de Promoção Operativa Anual (POA)</b>
	2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Peixe e Palmas
	2.4	<b>Implementação de Centros de Atendimento ao Turista (CAT)</b>
Monitoramento da informação e marketing	2.5	<b>Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) nas Serras Gerais</b>
<b>Componente 3: Infraestrutura</b>		
Acessibilidade, conectividade e comunicação	3.1	<b>Implementação de sinalização indicativa e turística para os municípios das Serras Gerais</b>
	3.2	<b>Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos chave para as Serras Gerais</b>
	3.3	Recuperação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)
	3.4	<b>Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)</b>
Gestão e proteção ambiental	3.5	Programa de sensibilização para a limpeza das praias das Serras Gerais
<b>Componente 4: Fortalecimento Institucional</b>		
Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo	4.1	<b>Criação de quadro normativo do turismo para as Serras Gerais</b>
	4.2	<b>Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico</b>
	4.3	<b>Apoio ao desenvolvimento do associativismo</b>
	4.4	<b>Criação de medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual</b>

	4.5	Capacitação da Associação dos Moradores do Rio Azuis e Associação de Cavalhadas de Taguatinga
Fiscalização e certificação turística	4.6	<b>Elaboração de certificação turística sustentável</b>
	4.7	<b>Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo</b>
Modelos de gestão dos destinos turísticos	4.8	<b>Implementação de Conselhos Municipais de Turismo na totalidade dos municípios das Serras Gerais</b>
	4.9	<b>Criação de Organização de Gestão do Turismo</b>
<b>Componente 5: Gestão Ambiental</b>		
Manejo turístico socioambiental sustentável	5.1	<b>Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos</b>
	5.2	Elaboração de capacitação para gestão dos fluxos turísticos no Rio Azuis (Aurora do Tocantins)
Monitoramento ambiental e comunitário	5.3	<b>Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística</b>
	5.4	Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação da comunidade Quilombola face à atividade turística

## 5.2. Descrição das Ações Propostas

O capítulo apresenta as ações propostas para a região das Serras Gerias, 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 a região das Serras Gerais, agrupadas por componente estratégico, relacionadas com os objetivos específicos e estratégias definidas para a região na elaboração da Estratégicas 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 nas Serras Gerais, 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 destas seguintes premissas basilares:

- 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 nas Serras Gerais*

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.

**Área de abrangência:** Região das Serras Gerais

### *Definição e desenvolvimento de ZOITS nas Serras Gerais*

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.

Para o médio e longo prazo, e após o desenvolvimento das ZOITS referentes aos municípios prioritários, decorrente da priorização elaborada na Estratégia definida pelo PDITS para as Serras Gerais, seguem-se as ZOITS para os restantes municípios da região – Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis (municípios em desenvolvimento).

Ao implementar as ZOITS em municípios prioritários 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:** Região das Serras Gerais

### ***Estruturação de Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)***

A região das Serras Gerais 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 Peixe, Palmas e Jalapão. As Serras Gerais apresentam uma vertente cultural e de aventura que será complementada com a oferta de Peixe 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 (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão), assim como para a elaboração de outros subroteiros para férias de curta duração: Serras Gerais-Palmas-Peixe e Serras Gerais-Jalapão.

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

### ***Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos prioritários: Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins***

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, definidas na etapa da estratégia no PDITS para as Serras Gerais.

A combinação do segmento de aventura com outras tipologias, *e.g.*, a cultural, contribuirá para tornar o destino mais competitivo turisticamente, aumentando o volume de turistas. A ação pretende desenvolver os segmentos com maior potencialidade nos municípios definidos como prioritários na fase de estratégia.

A ação pretende realizar intervenções nos municípios 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:** Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins (Municípios)

***Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos em desenvolvimento: Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis***

Sendo que os municípios englobados no projeto são considerados na etapa da estratégia como sendo a desenvolver a médio e longo prazo, o objetivo é que numa fase inicial seja privilegiado o investimento na melhoria das características básicas de qualidade e infraestrutura. Após os atrativos dos municípios identificados apresentarem as melhorias esperadas a nível de infraestrutura, deverão ser desenvolvidos produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico.

**Área de abrangência:** Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis (Municípios)

***Elaboração de produtos turísticos complementares***

Após o investimento ser realizado para os produtos turísticos consolidados e prioritários, segue-se a aposta nos segmentos complementares, definidos na estratégia para as Serras Gerais: gastronomia, natureza, sol e praia e ecoturismo.

Numa primeira fase, o investimento será concentrado nos destinos prioritários e em consolidação (Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias e Aurora do Tocantins). Após este momento, será concentrado o investimento nos restantes municípios da região.

**Área de abrangência:** Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias e Aurora do Tocantins (Municípios)



### *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 hospedagem competitivos, 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 hospedagem na região, 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 hospedagem de excelência.

**Área de abrangência:** Região das Serras Gerais

### *Elaboração de calendários culturais regionais*

A estruturação de calendários culturais, resgatando uma agenda de atividades tradicionais, comunitárias e religiosas e que englobem diversos segmentos turísticos distintos, mas complementares, permitirá agregar valor à vertente cultural das Serras Gerais. Tal estratégia contribuirá para combater a sazonalidade da região, ao permitir que os turistas realizem opções de pacotes turísticos mais prologados.

**Área de abrangência:** Região das Serras Gerais

### *Promoção de eventos de negócios*

De modo a atenuar a sazonalidade da demanda na região, a ação de promoção de eventos de negócios (turismo de reuniões, feiras, eventos, congressos, etc.) visa complementar a oferta turística atual. Deste modo, pretende-se estender o número médio de dias de permanência dos turistas.

**Área de abrangência:** Região das Serras Gerais

### ***Incentivo ao turismo educacional e de experiência***

O município de Natividade apresenta condições favoráveis à prática de turismo educacional e de experiência, que de fato já é realizado pontualmente naquela cidade.

A oferta de programas para escolas e universidades permitirá divulgar a história de Natividade e da região, ao mesmo tempo que diversifica os segmentos turísticos praticados.

**Área de abrangência:** Natividade

### ***Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola) na comunidade Quilombola de Campo Alegre e no povoado da Lagoa da Pedra***

A sustentabilidade social do turismo é um dos pilares elaborados para as Serras Gerais no momento da elaboração da Estratégia para a região. O projeto visa, por isso, a inclusão das comunidades menos favorecidas, para que possam não só contribuir para o desenvolvimento turístico, como beneficiar do mesmo. Isto implica em que as comunidades possam desenvolver competências, permitindo-lhes ser incluídas na cadeia de valor do turismo (guias, restaurantes, hospedagens, artesanato, alimentação, etc.).

O projeto prevê a inclusão da Comunidade Quilombola de Campo Alegre (Paraná) e o povoado da Lagoa da Pedra (Arraias), sem prejuízo que outras comunidades na região ou nas regiões limítrofes possam ser incluídas no projeto turístico a desenvolver. Respeitando todas as normas de sustentabilidade, a ideia é a estruturação de roteiros para desenvolver o turismo de base comunitária, no qual a própria população quilombola desenvolverá as atividades e receberá turistas em sua comunidade.

**Área de abrangência:** Paraná e Arraias (Municípios)

### ***Desenvolvimento e gestão integral de NUTS nas Serras Gerais***

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 através 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 (hospedagens, 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:** Região das Serras Gerais

### *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 encontrem-se 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:** Região das Serras Gerais

### 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 das Serras Gerais como destino turístico, nomeadamente por via da realização de ações conjuntas de promoção com outras regiões do Estado, contribuindo para o fortalecimento da imagem das Serras Gerais

**AT6 - Monitoramento da informação e marketing:** Criação de mecanismos de recolha 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 do Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais*

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:** Região das Serras Gerais

### ***Elaboração de um Plano de Promoção Operativa Anual (POA)***

A presente ação servirá para executar as estratégias de marketing definidas no Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais (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:** Região das Serras Gerais

### ***Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Peixe e Palmas***

No seguimento da ação 1.4 - Estruturação de Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, 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 (Região), Peixe e Palmas (Municípios)



### **Implementação de Centros de Atendimento ao Turista (CAT)**

A implementação dos CAT visa a realização de uma promoção e divulgação eficaz dos atrativos turísticos das Serras Gerais. Estes deverão ser dotados de condições físicas e de recursos humanos para que sejam capazes de transmitir aos turistas uma informação especializada e pormenorizada sobre cada atrativo.

A presente ação apresenta duas tipologias de implementação dos Centros de Atendimento ao Turista (CAT), conforme estes são definidos na estratégia do PDITS como prioritários ou em desenvolvimento.

Deste modo, o que se propõe é que para os municípios identificados como prioritários (Natividade - em estruturação, Almas, Arraias e Aurora do Tocantins) sejam implementados os CAT tradicionais, com uma infraestrutura física própria no centro do município, e que seja dedicada exclusivamente para o efeito. Para tal, pode ser tomado como exemplo, o CAT já existente em Taguatinga, em que cada atrativo dispõe de uma banca própria para promoção e divulgação do mesmo. O horário de funcionamento dos centros deverá adaptar-se às necessidades dos turistas abrangendo o período noturno e o fim de semana.

Para os restantes municípios considerados em desenvolvimento (Paraná, Rio da Conceição e Dianópolis), o que se propõe é que os serviços prestados pelos CAT (nomeadamente fornecimento de informação turística sobre produtos turísticos e atrativos) sejam prestados por entidades privadas. Tal será realizado através do estabelecimento de parcerias com entidades privadas (hotéis, restaurantes, lojas), que disponibilizarão toda a informação promocional relativa ao turismo no município e região.

A capacitação necessária para o efeito está assegurada pela ação correspondente na Componente 4 - “Elaboração de capacitação transversal do *trade* turístico”. Deste modo não será necessário realizar investimento na construção de CAT nestes municípios, sendo utilizadas para tal, as infraestruturas que os turistas já frequentam atualmente.

**Área de abrangência:** Natividade, Almas, Arraias, Aurora do Tocantins, Paraná, Rio da Conceição e Dianópolis (Municípios)

### ***Criação e implementação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) nas Serras Gerais***

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:** Região das Serras Gerais

### 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 para os municípios das Serras Gerais*

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 todos os municípios pertencentes à região, independentemente de o município e/ou 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:** Região das Serras Gerais

### *Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos-chave para as Serras Gerais*

A condição dos acessos aos atrativos nas Serras Gerais 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 (aventura, cultural, étnico, religioso).

A lógica a seguir e a comum a todo o Plano de Ação para as Serras Gerais: iniciar o investimento pelos municípios definidos como prioritários na Estratégia do PDITS, seguindo posteriormente para os restantes. Importa aqui referir que a responsabilidade pelas estradas de acesso aos atrativos é dos municípios e proprietários, e não estadual. Apesar disso, os municípios poderão obter financiamento proveniente da ADETUC.

**Área de abrangência:** Região das Serras Gerais

### ***Recuperação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)***

Esta ambiciosa ação objetiva a melhoria das rodovias que fazem parte do roteiro turístico integrado das Serras Gerais com Peixe, Palmas e Jalapão. O acesso dos turistas à região das Serras Gerais é realizado principalmente por via rodoviária, a partir da capital estadual Palmas.

A rede de estradas na região apresenta, de modo geral, condições regulares de circulação sendo que, em alguns pontos, necessitam de melhorias para facilitar a circulação de pessoas. São exemplos disto, as estradas em leito natural com condições irregulares existentes dentro dos limites urbanos dos municípios da região. Em particular, as rodovias municipais em Dianópolis e Aurora do Tocantins apresentam irregularidades nas rodovias, o que causa dificuldade na circulação. No que concerne às rodovias federais, a região possui no seu território a BR-242 e a BR-010. No entanto, ambas as rodovias federais não apresentam condições ótimas.

Esta ação visa a realização de obras de pavimentação e recuperação das rodovias da região das Serras Gerais, 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 da região das Serras Gerais como a primeira sugestão 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 das Serras Gerais é de extrema importância para o desenvolvimento de múltiplos aspectos relacionados à promoção turística.

Os municípios da região ainda apresentam 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:** Região das Serras Gerais

### ***Programa de sensibilização para a limpeza das praias das Serras Gerais***

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 da região das Serras Gerais.

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, 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:** Região das Serras Gerais

#### 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 das Serras Gerais, que levem à melhoria da qualidade da experiência turística na oferta atual, aliado ao incremento do associativismo.

**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, hospedagens, 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 as Serras Gerais**

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, hospedagens, gastronomia, guias turísticos, transporte nos destinos - veículos, barcos, portos, etc.); (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:** Região das Serras Gerais

### *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:** Região das Serras Gerais

### *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, o presente 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:** Região das Serras Gerais

### *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 tem exercido na região das Serras Gerais. Em particular, o SEBRAE tem realizado ações de capacitação, criado agências e operadoras, elaborados produtos turísticos, entre outras atividades. No entanto, a atuação tem sido exclusiva nos municípios de Almas, Natividade, Dianópolis e Rio da Conceição. Deste modo, a ação preconiza a extensão da atuação do SEBRAE para os restantes municípios das Serras Gerais: Paranã, Arraias, Aurora do Tocantins e Taguatinga.

**Área de abrangência:** Região das Serras Gerais

### *Capacitação da Associação dos Moradores do Rio Azuis e Associação de Cavalhadas de Taguatinga*

Do mesmo modo como estão aqui propostas ações para a capacitação dos agentes envolvidos nos diversos subsetores que compõem a cadeia produtiva do turismo, os programas de capacitação deverão ser estendidos à população local, com ênfase nas associações já



estabelecidas, dentre as quais podemos citar a Associação dos Moradores do Rio Azuis e a Associação de Cavalhadas de Taguatinga.

A ideia aqui é fortalecer o associativismo local já existente, fomentar a participação da população local em programas de capacitação e conscientização, promover uma forte valorização da cultura local e dos patrimônios natural, material e imaterial da região, auxiliando na geração de emprego e renda, e na inserção da população local na cadeia produtiva do turismo, entre outros.

**Área de abrangência:** Aurora do Tocantins e Taguatinga (Municípios)

### ***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:** Região das Serras Gerais

### ***Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo***

Será necessário estruturar ações de capacitação para os gestores públicos responsáveis pelo Cadastur na região das Serras Gerais. O propósito será fornecer-lhes novas ferramentas e conhecimento em relação a 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:** Região das Serras Gerais

### *Implementação de Conselhos Municipais de Turismo na totalidade dos municípios das Serras Gerais*

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 Conselhos Municipais de Turismo na região de Serras Gerais que ainda não contam com este nível de organização local. Na atualidade, apenas os municípios de Almas, Natividade e Rio da Conceição possuem estas instâncias de governança.

**Área de abrangência:** Arraias, Aurora do Tocantins, Dianópolis, Paranã, Taguatinga (Municípios)

### *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:** Região das Serras Gerais

### 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 e distintas comunidades locais 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 das Serra Gerais 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:** Região das Serras Gerais

### ***Elaboração de capacitação para gestão dos fluxos turísticos no Rio Azuis (Aurora do Tocantins)***

Será elaborado um plano de capacitação para promover o treinamento de profissionais ligados ao *trade* turístico que de alguma forma estejam envolvidos na utilização e exploração de produtos ligados ao Rio Azuis (Aurora do Tocantins) – promotores dos fluxos turísticos.

A capacitação se dará no sentido de qualificar estes profissionais para atuarem de acordo com as regras de utilização e preservação dos recursos naturais e culturais associadas a este importante atrativo, com o objetivo de mitigar e reduzir os danos causados ao atrativos em decorrência de fluxo turístico excessivo, que acaba por produzir impactos ao meio ambiente.

Com a implementação deste plano de capacitação, os profissionais estarão aptos a assegurarem a redução do risco de degradação do Rio Azuis, enquanto atrativo natural, em consequência de elevados fluxos turísticos.

**Área de abrangência:** Aurora do Tocantins

### ***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:** Região das Serras Gerais

### *Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação da comunidade Quilombola face à atividade turística*

Intrinsecamente relacionada à ação anterior, onde é refletida a importância da avaliação do nível de satisfação da população local em relação às atividades turísticas desenvolvidas no ambiente em que vivem, a presente ação visa justamente implementar tal sistema de medição e monitoramento na Comunidade Quilombola.

Enquanto população mais vulnerável a possíveis impactos negativos decorrentes da exploração do turismo na região, é de suma importância que a comunidade quilombola não seja negativamente afetada pelo desenvolvimento do setor na região. Assim, será concretizado um sistema transparente e pormenorizado com o objetivo de garantir que a comunidade esteja inserida na cadeia produtiva do turismo local e dela se beneficie, nos moldes descritos na ação anterior.

**Área de abrangência:** Paranã e Arraiais (Municípios)

### 5.3. Dimensionamento do Investimento Total

O dimensionamento do investimento total necessário para concretizar as diferentes ações de desenvolvimento turístico para a região das Serras Gerais 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<sup>28</sup>.

Para as Serras Gerais, o investimento total previsto é de cerca de R\$ 168 milhões. Trata-se do maior volume de investimento por região turística dentre os quatro PDITS elaborados e corresponde a mais de 50% do total de investimento previsto no cômputo geral para Serras Gerais, Bico do Papagaio, Peixe e Vale dos Grandes Rios.

Esta concentração de recursos financeiros nesta região turística justifica-se em virtude da sua potencialidade de expansão e desenvolvimento, a partir de uma base já diversificada de atrativos e segmentos turísticos ofertados. Nesse sentido, Serras Gerais é a região turística que apresenta maior potencial para atuar como “carro-chefe” ou “âncora” de uma estratégia integrada de desenvolvimento turístico para as quatro regiões turísticas - Serras Gerais, Bico do Papagaio, Peixe e Vale dos Grandes Rios; o seu desenvolvimento turístico é capaz de gerar efeitos positivos indiretos nas demais regiões turísticas.

A Tabela 38 apresenta o investimento necessário para a implementação de cada projeto. Os projetos que estão destacados em negrito correspondem aos considerados prioritários para implementação.

---

<sup>28</sup> <https://www3.bcb.gov.br/sgspub/consultarvalores/consultarValoresSeries.do?method=consultarValores>.



Tabela 38. Dimensionamento do Investimento Total no PDITS das Serras Gerais.

Componente 1: Produto Turístico					
Área temática	Nº	Ação	Área de Abrangência	Custo	
				RS	US\$
Organização de informação de base	1.1	<b>Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal nas Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	167.000,00	45.688,33
	1.2	<b>Definição e desenvolvimento de ZOITS nas Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	133.000,00	36.386,52
	Organização de informação de base			300.000,00	82.074,85
Produtos e roteiros segundo a estratégia	1.3	Estruturação de Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)	Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Palmas e Peixe (Municípios)	870.000,00	238.017,07
	1.4	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos prioritários: Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins	Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins (Municípios)	1.150.000,00	314.620,27
	1.5	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico para destinos em desenvolvimento: Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis	Paraná, Rio da Conceição e Dianópolis (Municípios)	850.000,00	232.545,41
	1.6	Elaboração de produtos turísticos complementares	Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias e Aurora do Tocantins (Municípios)	530.000,00	144.998,91

	1.7	<b>Incentivo à criação de hospedagens de excelência</b>	Região das Serras Gerais	2.150.000,00	588.203,11
	1.8	Elaboração de calendários culturais regionais	Região das Serras Gerais	210.000,00	57.452,40
	1.9	Promoção de eventos de negócios	Região das Serras Gerais	280.000,00	76.603,20
	1.10	Incentivo ao turismo educacional e de experiência	Natividade	140.000,00	38.301,60
	1.11	Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola)	Paraná e Arraias (Municípios)	340.000,00	93.018,17
	Produtos e roteiros segundo a estratégia			6.520.000,00	1.783.760,12
Desenvolvimento do destino turístico	1.12	<b>Desenvolvimento integral e gestão de NUTS nas Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	600.000,00	164.149,70
	1.13	<b>Promoção da otimização e sustentabilidade dos produtos turísticos</b>	Região das Serras Gerais	500.000,00	136.791,42
	Desenvolvimento do destino turístico			1.100.000,00	300.941,12
<b>Componente 1: Produto Turístico</b>				<b>7.920.000,00</b>	<b>2.166.776,10</b>
<b>Componente 2: Comercialização</b>					
Estratégia de Marketing	2.1	<b>Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	2.745.000,00	750.984,90
	Estratégia de Marketing			2.745.000,00	750.984,90
Promoção do destino turístico	2.2	<b>Elaboração de um Plano de Promoção Operativa Anual (POA)</b>	Região das Serras Gerais	158.000,00	43.226,09
	2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com o Jalapão, Peixe e Palmas	Serras Gerais (Região), Peixe e Palmas (Municípios)	391.000,00	106.970,89
	2.4	<b>Implementação de Centros de Atendimento ao Turista (CAT)</b>	Natividade, Almas, Arraias, Aurora do Tocantins, Paraná, Rio da	250.000,00	68.395,71

			Conceição e Dianópolis (Municípios)		
		Promoção do destino turístico		799.000,00	218.592,69
Monitoramento da informação e marketing	2.5	<b>Criação de um Sistema de Informação e Marketing (SIM) nas Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	135.000,00	36.933,68
		Monitoramento da informação e marketing		135.000,00	36.933,68
<b>Componente 2: Comercialização</b>				<b>3.679.000,00</b>	<b>1.006.511,27</b>
<b>Componente 3: Infraestrutura</b>					
Acessibilidade, conectividade e comunicação	3.1	<b>Implementação de sinalização indicativa e turística para os municípios das Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	1.500.000,00	410.374,26
	3.2	<b>Consolidação dos acessos nos atrativos turísticos-chave para as Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	1.150.000,00	314.620,27
	3.3	Recuperação das rodovias que integram o Roteiro Turístico Integrado (Serras Gerais, Peixe, Palmas e Jalapão)	Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Palmas e Peixe (Municípios)	150.000.000,00	41.037.426,13
	3.4	<b>Consolidação de Comunicação sem-fios (internet)</b>	Região das Serras Gerais	326.000,00	89.188,01
		Acessibilidade, conectividade e comunicação		152.976.000,00	41.851.608,67
Gestão e proteção ambiental	3.5	Programa de sensibilização para a limpeza das praias das Serras Gerais	Região das Serras Gerais	1.375.000,00	376.176,41
		Gestão e proteção ambiental		1.375.000,00	376.176,41
<b>Componente 3: Infraestrutura</b>				<b>154.351.000,00</b>	<b>42.227.785,07</b>
<b>Componente 4: Fortalecimento Institucional</b>					

Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo	4.1	<b>Criação de quadro normativo do turismo para as Serras Gerais</b>	Região das Serras Gerais	100.000,00	27.358,28
	4.2	<b>Elaboração de capacitação transversal do trade turístico</b>	Região das Serras Gerais	250.000,00	68.395,71
	4.3	<b>Apoio ao desenvolvimento do associativismo</b>	Região das Serras Gerais	185.000,00	50.612,83
	4.4	<b>Criação de medidas de apoio à microempresa e ao microempresário individual</b>	Região das Serras Gerais	120.000,00	32.829,94
	4.5	Capacitação da Associação dos Moradores do Rio Azuis e Associação de Cavalhadas de Taguatinga	Aurora do Tocantins e Taguatinga (Municípios)	75.000,00	20.518,71
	Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo			730.000,00	199.715,47
Fiscalização e certificação turística	4.6	<b>Elaboração de certificação turística sustentável</b>	Região das Serras Gerais	235.000,00	64.291,97
	4.7	<b>Capacitação de gestores públicos responsáveis pelo turismo</b>	Região das Serras Gerais	255.000,00	69.763,62
	Fiscalização e certificação turística			490.000,00	134.055,59
Modelos de gestão dos destinos turísticos	4.8	<b>Implementação de Conselhos Municipais de Turismo na totalidade dos municípios das Serras Gerais</b>	Arraias, Aurora do Tocantins, Dianópolis, Paranã, Taguatinga (Municípios)	120.000,00	32.829,94
	4.9	<b>Criação de Organização de Gestão do Turismo</b>	Região das Serras Gerais	125.000,00	34.197,86
	Modelos de gestão dos destinos turísticos			245.000,00	67.027,80
<b>Componente 4: Fortalecimento Institucional</b>				1.465.000,00	400.798,86
<b>Componente 5: Gestão Ambiental</b>					

Manejo turístico socioambiental sustentável	5.1	<b>Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos</b>	Região das Serras Gerais	615.000,00	168.253,45
	5.2	Elaboração de capacitação para gestão dos fluxos turísticos no Rio Azuis (Aurora do Tocantins)	Aurora do Tocantins	175.000,00	47.877,00
Manejo turístico socioambiental sustentável				790.000,00	216.130,44
Monitoramento ambiental e comunitário	5.3	<b>Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação local face à atividade turística</b>	Região das Serras Gerais	120.000,00	32.829,94
	5.4	Execução de sistema de monitoramento de grau de satisfação da comunidade Quilombola face à atividade turística	Paraná e Arraias (Municípios)	75.000,00	20.518,71
	Monitoramento ambiental e comunitário				195.000,00
<b>Componente 5: Gestão Ambiental</b>				985.000,00	269.479,10
<b>TOTAL</b>				<b>168.400.000,00</b>	<b>46.071.350,40</b>

## 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 durante em oficina realizada na região 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 da região das Serras Gerais, 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 as Serras Gerais. Por outro lado, ao fazerem parte de todo o processo de desenho e escolha das ações previstas para o turismo na sua região, 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 à região das Serras Gerais, e às restantes regiões que compõem o PDITS, de modo a realizar uma sessão de priorização a curto prazo de um conjunto total de 36 ações definidas para a região. 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 seguinte é possível observar, para cada ação definida como prioritária para as Serras Gerais, quais foram selecionadas pela consultoria e as que foram indicadas nas oficinas realizadas junto do *trade* turístico.

Tabela 39. Ações priorizadas pela consultoria e pelo *trade* turístico

Ação	Consultoria	Trade Turístico
1.1	Sim	
1.4	Sim	Sim
1.11	Sim	
2.1		Sim
2.3	Sim	
3.1	Sim	Sim
4.2	Sim	Sim
4.8	Sim	
5.1	Sim	Sim

Tabela 40. Investimentos do PDITS – Primeiros 18 meses

COMPONENTE E AÇÃO		ÁREA DE ABRANGÊNCIA	CUSTO	
			R\$	U\$
<b>Componente 1: Produto Turístico</b>				
1.1	Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal nas Serras Gerais	Região das Serras Gerais	167.000,00	45.688,33
1.4	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, cultural, religioso e étnico para destinos prioritários: Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins	Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins (Municípios)	1.150.000,00	314.620,27
1.11	Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola)	Paraná e Arraias (Municípios)	340.000,00	93.018,17
<b>Subtotal Componente Produto Turístico</b>			<b>1.657.000,00</b>	<b>453.326,77</b>
<b>Componente 2: Comercialização</b>				
2.1	Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais	Região das Serras Gerais	2.745.000,00	750.984,90
2.3	Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com Jalapão, Peixe e Palmas	Serras Gerais (Região), Peixe e Palmas (Municípios)	391.000,00	106.970,89
<b>Subtotal Componente Comercialização</b>			<b>3.136.000,00</b>	<b>857.955,79</b>
<b>Componente 3: Infraestrutura</b>				
3.1	Implementação de sinalizações indicativa e turística para os municípios das Serras Gerais	Região das Serras Gerais	1.500.000,00	410.374,26
<b>Subtotal Componente Infraestrutura</b>			<b>1.500.000,00</b>	<b>410.374,26</b>
<b>Componente 4: Fortalecimento Institucional</b>				
4.2	Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico	Região das Serras Gerais	250.000,00	68.395,71
4.8	Implementação de Conselhos Municipais de Turismo nas Serras Gerais	Arraias, Aurora do Tocantins, Dianópolis, Paraná, Taguatinga (Municípios)	120.000,00	32.829,94
<b>Subtotal Componente Fortalecimento Institucional</b>			<b>370.000,00</b>	<b>101.225,65</b>
<b>Componente 5: Gestão Ambiental</b>				
5.1	Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos	Região das Serras Gerais	615.000,00	168.253,45
<b>Subtotal Componente Gestão Ambiental</b>			<b>615.000,00</b>	<b>168.253,45</b>
<b>TOTAL</b>			<b>7.278.000,00</b>	<b>1.991.135,92</b>

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.

FICHAS DAS AÇÕES PRIORITÁRIAS

COMPONENTE 1 – Produto Turístico

Título da Ação			
<b>Elaboração de modelo detalhado de inventário turístico municipal nas Serras Gerais</b>			
<b>Componente</b>	Produto Turístico	<b>Área Temática:</b>	Organização de informação de base
<b>Objetivo</b>	Dotar a totalidade dos municípios das Serras Gerais de um instrumento básico na gestão turística: Inventário Turístico		
<b>Justificativa</b>	Atualmente nenhum dos municípios pertencentes à região turística das Serras Gerais possui 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 os municípios passem a deter um inventário atualizado, com informação útil e suficiente, que sirva como mapa geral da oferta turística local.		
<b>Área de abrangência</b>	Região das Serras Gerais		
<b>Efeito esperado</b>	Aumento da informação de cada município acerca da sua oferta turística e ao estado de conservação da mesma.		
<b>Benefícios</b>	Maior informação de base por parte das prefeituras para a definição de estratégias turísticas.	<b>Beneficiários</b>	Prefeituras
<b>Descrição</b>	<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 todos os municípios pertencentes às Serras Gerais, funcionando como um farol para nortear todo um leque de futuras iniciativas a serem desenvolvidas dentro do Turismo nos municípios. 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 os municípios realizem 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>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 coleta de informação acerca dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo.</p>		
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC	<b>Responsáveis pela implementação/operação/</b>	Prefeituras

		<b>manutenção</b>			
<b>Fonte de financiamento</b>	Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo / Prodetur	<b>Custo estimado</b>	US\$ 45.688	<b>Custo estimado operação</b>	Não se aplica
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	Não se aplica				
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Número de inventários turísticos nas Serras Gerais		<b>Fontes de verificação</b>	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Ação inicial				
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>	
	Sim	<b>Sim</b>	Sim	Sim	
	<b>Não</b>	Não	<b>Não</b>	<b>Não</b>	

<b>Título da Ação</b>	Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, cultural, religioso e étnico para destinos prioritários: Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins				
<b>Componente</b>	Produto Turístico	<b>Área Temática:</b>	Produtos e roteiros segundo a estratégia		
<b>Objetivo</b>	Consolidar os destinos e segmentos turísticos identificados como prioritários na fase de Estratégia do PDITS				
<b>Justificativa</b>	A região das Serras Gerais possui um conjunto de municípios e segmentos que apresentam atualmente um desempenho elevado. No entanto, apresentam algumas carências, nos níveis da infraestrutura e promoção dos mesmos. A presente ação contribuirá assim para consolidar e fortalecer os destinos e segmentos que apresentam maior potencial de crescimento nas Serras Gerais.				
<b>Área de abrangência</b>	Natividade, Almas, Taguatinga, Arraias, Aurora do Tocantins (Municípios)				
<b>Efeito esperado</b>	Consolidação dos destinos prioritários das Serras Gerais nos segmentos com maior potencial				
<b>Benefícios</b>	Melhoria das condições da oferta turística (infraestrutura e promoção) nos municípios prioritários	<b>Beneficiários</b>	População local e turistas		

<b>Descrição</b>	<p>A presente ação pretende criar e fomentar atividades que aumentem a qualidade e inovação das experiências e produtos turísticos para os segmentos enquadrados nas tipologias de consolidação e desenvolvimento prioritário, definidas na etapa da estratégia no PDITS para as Serras Gerais. Nesta etapa foi selecionado um conjunto de segmentos/produtos turísticos definidos como prioritários (aventura, cultural, religioso, étnico), assim como os municípios prioritários para o desenvolvimento do turismo nas Serras Gerais. É nesse sentido que surge a presente ação, de modo a fortalecer os municípios e segmentos que apresentam já condições suficientes para atrair fluxos significativos de turistas. Esta estratégia permitirá que, num momento posterior, estes turistas se direcionem igualmente para outros municípios menos desenvolvidos turisticamente nas Serras Gerais, assim como para segmentos emergentes (não consolidados). A presente ação pretende assim realizar intervenções nos municípios prioritários para a estratégia, em segmentos considerados chave. As intervenções são:</p> <p>a. Renovação de infraestrutura básica (banheiros, bares, estruturas de apoio à atividade turística)</p> <p>b. Elaboração de material promocional de divulgação da oferta turística (campanhas <i>online</i>, distribuição de folhetos, etc.)</p> <p>c. Apoio à iniciativa privada que pretenda investir/explorar os segmentos turísticos priorizados</p>				
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC	<b>Responsáveis pela implementação/operação/manutenção</b>	Prefeituras		
<b>Fonte de financiamento</b>	Prodetur / BIRD / Governo Federal	<b>Custo estimado</b>	US\$ 314.620	<b>Custo estimado operação</b>	Não se aplica
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	NATURATINS e Secretarias de meio ambiente de cada município				
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Variação no fluxo de turistas, no gasto médio e tempo médio de estadia		<b>Fontes de verificação</b>	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica				
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

Título da Ação			
<b>Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola)</b>			
<b>Componente</b>	Produto turístico	<b>Área Temática:</b>	Produtos e roteiros segundo a estratégia
<b>Objetivo</b>	Incentivar a participação de comunidades, como a indígena e quilombola, na prestação de serviços turísticos, numa lógica de preservação da sua identidade e do seu ecossistema.		
<b>Justificativa</b>	As comunidades quilombolas locais possuem uma história e costumes locais enraizados nos seus mais de 250 anos de história. Este rico patrimônio cultural poderá ser utilizado em duas vertentes. Por um lado, permitindo a estas comunidades uma maior integração com a restante população dos municípios onde se encontram. Por outro lado, o turismo de base comunitária deverá ser promovido com estas comunidades, não só para aumentar a diversificação da matriz turística das Serras Gerais, mas igualmente como meio de incremento de renda e qualidade de vida das mesmas.		
<b>Área de abrangência</b>	Paraná e Arraias (Municípios)		
<b>Efeito esperado</b>	Diversificação da matriz turística das Serras Gerais e maior integração das comunidades quilombolas		
<b>Benefícios</b>	Desenvolvimento do segmento turístico de Base Comunitária, maior envolvimento da comunidade quilombola, aumento da oferta turística das Serras Gerais	<b>Beneficiários</b>	Comunidades Quilombolas, desempenho turístico global das Serras Gerais
<b>Descrição</b>	<p>A existência de comunidades quilombola nas Serras Gerais com mais de 250 anos de história consiste num patrimônio cultural de elevado valor, que poderá ser utilizado em benefício do setor turístico da região. A ação prevê a inclusão da Comunidade Quilombola de Campo Alegre (Paraná) e o povoado da Lagoa da Pedra (Arraias), sem prejuízo que outras comunidades nas regiões limítrofes. Estas comunidades possuem uma forte ligação com a terra e com a natureza, expressa através dos seus costumes e modos de vida. A vivência de diferentes modos de funcionamento em comunidade, em particular a vivência com comunidades que preservam as suas tradições antigas é um segmento com maior crescimento de procura a nível de turismo a nível global.</p> <p>É neste sentido que surge a presente ação, no âmbito da sustentabilidade social do turismo, definida como um dos pilares elaborados para as Serras Gerais, no momento da elaboração da Estratégia para a região. A inclusão das comunidades menos favorecidas no processo turístico, permitindo-lhes igualmente obter uma nova fonte de renda, contribui decisivamente para este propósito. Isto implica que as comunidades possam desenvolver competências, permitindo-lhes ser incluídas na cadeia de valor do turismo (guias, restaurantes, alojamento, artesanato, alimentação, etc.). Respeitando todas as normas de sustentabilidade, a ideia é a estruturação de roteiros para desenvolver o turismo de base comunitária, no qual a própria população quilombola desenvolverá as atividades e receberá turistas em sua comunidade.</p>		
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC, Prefeituras	<b>Responsáveis pela implementação/operação/manutenção</b>	Prefeituras de Paraná e Arraias, FUNASA, INCRA, Fundação Palmares

<b>Fonte de financiamento</b>	Prodetur / BIRD / Governo Federal	<b>Custo estimado</b>	US\$ 93.018	<b>Custo estimado operação</b>	
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	NATURATINS e Secretarias de meio ambiente de cada município				
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Número atividades turísticas e visitantes nas Comunidades Quilombolas	<b>Fontes de verificação</b>	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)		
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica				
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>	
	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 nas Serras Gerais				
Justificativa	A estruturação de um Plano de Marketing para as Serras Gerais 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	Região das Serras Gerais				
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: Recomendação; Intermediação; Especialização.</p> <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 nas Serras Gerais. Assim sendo, o plano irá conter o posicionamento de mercado, mercados atuais e potenciais, mercados prioritários e secundários, ações de marketing (<i>níveis</i> 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.</p> <p>Na definição do Plano de Marketing será fundamental a Estratégia de Comercialização estabelecida no âmbito do PDITS para a região.</p>				
Responsáveis pela execução	ADETUC	Responsáveis pela implementação/operação/manutenção	ADETUC, Prefeituras		
Fonte de financiamento	BIRD / Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo	Custo estimado	US\$ 750.985	Custo estimado operação	Não se aplica
Normas de Legislação	NATURATINS e Secretarias de meio ambiente de cada município				

<b>Ambiental exigidas por lei</b>				
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Execução do Plano de Marketing	<b>Fontes de verificação</b>		Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica			
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>
	Sim	Sim	Sim	Sim
	Não	Não	Não	Não

<b>Título da Ação</b>	<b>Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com Jalapão, Peixe e Palmas</b>		
<b>Componente</b>	Comercialização	<b>Área Temática:</b>	Promoção do destino turístico
<b>Objetivo</b>	Aumentar a visibilidade da região das Serras Gerais		
<b>Justificativa</b>	A existência de destinos mais consolidados e conhecidos nas proximidades das Serras Gerais (Jalapão e Palmas) oferece a possibilidade de uma associação com estas regiões, de modo às Serras Gerais aproveitarem o reconhecimento que estas apresentam.		
<b>Área de abrangência</b>	Serras Gerais e Jalapão (Regiões), Peixe e Palmas (Municípios)		
<b>Efeito esperado</b>	Aumento do reconhecimento das Serras Gerais enquanto destino turístico		
<b>Benefícios</b>	Incremento dos fluxos de turistas que visitam as Serras Gerais, como consequência de um maior reconhecimento da região	<b>Beneficiários</b>	Agentes turísticos das Serras Gerais
<b>Descrição</b>	<p>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 das Serras Gerais com estes destinos. O município de Peixe foi igualmente incluído na estratégia devido não só à proximidade geográfica com as Serras Gerais, mas igualmente pela sua oferta turística complementar com as Serras Gerais.</p> <p>As ações de marketing conjuntas a definir entre as diversas regiões englobarão a:</p> <p>(i) Promoção conjunta das regiões em feiras e eventos nacionais e internacionais;</p>		

	<p>(ii) Criação de roteiros que incluam municípios pertencentes às regiões integrantes na ação;</p> <p>(iii) Estruturação de pacotes de incentivos (descontos em alojamento, restaurantes, ingressos para atrativos,..) para os turistas que visitem as regiões do roteiro;</p> <p>(iv) Implementação do “cartão do roteiro” que divulgue e premie a utilização de infraestruturas turísticas por todos os municípios pertencentes ao roteiro</p> <p>A estruturação de ações de marketing conjuntas entre as Serras Gerais, Jalapão, Palmas e Peixe deverá ser realizada juntamente 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>				
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC	<b>Responsáveis pela implementação/operação/manutenção</b>	ADETUC		
<b>Fonte de financiamento</b>	Prodetur / BIRD / Governo Federal	<b>Custo estimado</b>	US\$ 106.971	<b>Custo estimado operação</b>	Não se aplica
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	Não se aplica				
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Número de produtos turísticos criados em conjunto pelas Serras Gerais, Jalapão, Palmas e Peixe		<b>Fontes de verificação</b>	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica				
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

## COMPONENTE 3 – Infraestrutura

Título da Ação					
<b>Título da Ação</b>	Implementação de sinalizações indicativa e turística para os municípios das Serras Gerais				
<b>Componente</b>	Infraestrutura	<b>Área Temática:</b>	Acessibilidade, conectividade e comunicação		
<b>Objetivo</b>	Promover a qualificação dos acessos dos turistas aos atrativos turísticos dos municípios da região das Serras Gerais, 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.				
<b>Justificativa</b>	A partir do relatório do diagnóstico estratégico da atividade turística na região turística das Serras Gerais, concluiu-se que as sinalizações indicativa e turística na região 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. Entrevistados sobre as melhorias que deveriam ser implementadas na região, 10% dos visitantes entrevistados apontaram como sugestão uma sinalização turística mais eficiente.				
<b>Área de abrangência</b>	Totalidade da região das Serras Gerais				
<b>Efeito esperado</b>	Maior satisfação do turista face a uma experiência de melhor qualidade decorrente da facilitação de acesso aos atrativos.				
<b>Benefícios</b>	Acesso facilitado e mais seguro e rápido, gerando maior satisfação do turista	<b>Beneficiários</b>	Turistas, atores envolvidos no setor turístico e população local		
<b>Descrição</b>	Será realizado um estudo de campo objetivando um diagnóstico detalhado do atual cenário das sinalizações para acesso aos atrativos turísticos selecionados em toda as Serras Gerais. 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.				
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC	<b>Responsáveis pela implementação/operação/manutenção</b>	ADETUC		
<b>Fonte de financiamento</b>	CAF / Fundo Estadual de Desenvolvimento do	<b>Custo estimado</b>	US\$ 410.374	<b>Custo estimado operação</b>	Não se aplica

	Turismo			
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	Não se aplica			
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Contabilização do número de turistas visitantes em atrativos selecionados, para medição do fluxo.	<b>Fontes de verificação</b>	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica			
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>
	<b>Sim</b>	Sim	<b>Sim</b>	<b>Sim</b>
	<b>Não</b>	<b>Não</b>	Não	Não

## COMPONENTE 4 – Fortalecimento Institucional

Título da Ação		Elaboração de capacitação transversal do <i>trade</i> turístico			
<b>Componente</b>	Fortalecimento Institucional	<b>Área Temática:</b>	Capacitação e apoio a empresas, ao empreendedorismo e ao associativismo		
<b>Objetivo</b>	Dotar os agentes turísticos da região de ferramentas para que possam prestar um serviço de elevada qualidade.				
<b>Justificativa</b>	Há uma relação direta entre a qualidade dos serviços prestados e a percepção positiva das experiências por parte dos turistas. No Diagnóstico Estratégico da Região das Serras Gerais, 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.				
<b>Área de abrangência</b>	Totalidade da região das Serras Gerais				
<b>Efeito esperado</b>	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.				
<b>Benefícios</b>	Aumento do nível de excelência e profissionalismo ligado ao setor. Maior valor agregado às funções desempenhadas, com geração de renda.	<b>Beneficiários</b>	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.		
<b>Descrição</b>	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 a Universidade Federal do Tocantins (UFT - Polo Arraias), com experiência comprovada em capacitação nas diversas temáticas relacionadas com o setor turístico. De salientar a existência do curso de gestor de turismo no polo da UFT em Arraias.				
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC	<b>Responsáveis pela implementação/operação/manutenção</b>	SEBRAE, UFT (Polo Arraias), Prefeituras		
<b>Fonte de financiamento</b>	Prodetur / BIRD / Governo Federal / Fundo Estadual	<b>Custo estimado</b>	US\$ 68.396	<b>Custo estimado operação</b>	Não se aplica

	de Desenvolvimento do Turismo				
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	Não se aplica				
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Contabilização do número de turistas visitantes em localidades selecionadas, para medição do tempo médio de permanência.	<b>Fontes de verificação</b>		Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica				
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

<b>Título da Ação</b>	<b>Implementação de Conselhos Municipais de Turismo nas Serras Gerais</b>				
<b>Componente</b>	Fortalecimento Institucional	<b>Área Temática:</b>		Modelos de gestão dos destinos turísticos	
<b>Objetivo</b>	Estabelecer uma estratégia direcionada para o turismo na região 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.				
<b>Justificativa</b>	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 nem todos os municípios da região contam com tais Conselhos em atividade.				
<b>Área abrangência de</b>	Municípios de Arraias, Aurora do Tocantins, Dianópolis, Paranã, Taguatinga				
<b>Efeito esperado</b>	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				

	trade turístico e a população local.				
<b>Benefícios</b>	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.	<b>Beneficiários</b>		Agentes (pessoas físicas e jurídicas) que compõem o <i>trade</i> turístico da região, sejam entidades públicas ou privadas.	
<b>Descrição</b>	Implementação de Conselhos Municipais de Turismo na região das Serras Gerais que ainda não o possuem, 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 na região.				
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC	<b>Responsáveis pela implementação/operação/manutenção</b>	Prefeituras		
<b>Fonte de financiamento</b>	Prodetur / BIRD / Governo Federal / Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo	<b>Custo estimado</b>	US\$ 32.830	<b>Custo estimado operação</b>	Não se aplica
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	Não se aplica				
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Número de Conselhos Municipais de Turismo ativos na região	<b>Fontes de verificação</b>		Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica				
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>	
	Sim	Sim	Sim	Sim	
	Não	Não	Não	Não	

**COMPONENTE 5 – Gestão Ambiental**

<b>Título da Ação</b>	<b>Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos</b>				
<b>Componente</b>	Gestão Ambiental	<b>Área Temática:</b>	Manejo turístico socioambiental sustentável		
<b>Objetivo</b>	O objetivo do desenvolvimento dos planos de manejo é primordialmente promover um planejamento estratégico e dirigido da gestão socioambiental da região das Serra Gerais e de seus principais atrativos turísticos e os recursos ambientais a estes associados.				
<b>Justificativa</b>	Quando da realização do Diagnóstico Estratégico da atividade turística nas Serras Gerais, verificou-se a inexistência de um plano de manejo turístico geral para a região, 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.				
<b>Área de abrangência</b>	A totalidade da região das Serras Gerais, com especial destaque para atrativos e áreas que apresentem maior risco e suscetibilidade à ação humana.				
<b>Efeito esperado</b>	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.				
<b>Benefícios</b>	Preservação das áreas e atrativos mais vulneráveis da região, com mitigação dos impactos negativos gerado pela ação antrópica, garantia da manutenção dos processos ecológicos e prevenção da fragilização dos sistemas naturais.	<b>Beneficiários</b>	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.		
<b>Descrição</b>	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.				
<b>Responsáveis pela execução</b>	ADETUC	<b>Responsáveis pela implementação/operação/manutenção</b>	ADETUC, Prefeituras		
<b>Fonte de financiamento</b>	Prodetur / BIRD / Governo Federal / Fundo Estadual de Desenvolvimento do	<b>Custo estimado</b>	US\$ 168.253	<b>Custo estimado operação</b>	Não se aplica

	Turismo			
<b>Normas de Legislação Ambiental exigidas por lei</b>	NATURATINS e Secretarias de meio ambiente de cada município			
<b>Indicadores de acompanhamento</b>	Questionários de monitoria e avaliação da efetividade do planejamento	<b>Fontes de verificação</b>	Centro de Atendimento ao Turista (CAT) e Sistema de Informação e Marketing (SIM)	
<b>Relação com outras ações quanto ao cronograma</b>	Não se aplica			
<b>Nível de avanço</b>	<b>Projeto Básico</b>	<b>Projeto Executivo</b>	<b>Termo Referência</b>	<b>Reconhecimento Retroativo</b>
	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 da região das Serras Gerais. 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 nas Serras Gerais

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de políticas públicas de proteção ao meio ambiente;</li> <li>- Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais;</li> <li>- Modificação de atrativos e paisagens naturais</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior conhecimento das realidades locais, possibilitando ações de melhoria;</li> <li>- Inclusão social através de políticas públicas direcionadas;</li> <li>- Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado;</li> <li>- Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior envolvimento dos setores públicos e privados na região;</li> <li>- Ampliação dos empreendimentos e infraestruturas, dinamizando a economia local;</li> <li>- Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência de aproveitamento da população local nos empreendimentos e práticas econômicas;</li> </ul>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial;</li> <li>- Melhor utilização da cultura, esporte e festividades como atrativos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;</li> </ul>

## Desenvolvimento de produtos turísticos de turismo de aventura, cultural, religioso e étnico para destinos em desenvolvimento: Paranã, Rio da Conceição e Dianópolis

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementação de ações estratégicas com foco na proteção do meio ambiente;</li> <li>- Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos;</li> <li>- Criação de infraestruturas de impacto ambiental, como destinação de resíduos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais;</li> <li>- Modificação de atrativos e paisagens naturais;</li> <li>- Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura necessária;</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população;</li> <li>- Inclusão social através de políticas públicas direcionadas;</li> <li>- Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado;</li> <li>- Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de novos produtos turísticos;</li> <li>- Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo;</li> <li>- Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento desordenado da população em decorrência da atração de pessoas por conta de oportunidades econômicas;</li> <li>- Crescimento econômico que não beneficie a população local;</li> </ul>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial;</li> <li>- Resgate de tradições e folclore locais;</li> <li>- Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;</li> <li>- Introdução de novos costumes à população tradicional, ensejando conflitos;</li> </ul>

## Estruturação do segmento turístico de Base Comunitária (Quilombola)

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior conhecimento da região;</li> <li>- Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos;</li> <li>- Criação de infraestruturas de redução de impacto ambiental, como destinação de resíduos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais;</li> <li>- Modificação de atrativos e paisagens naturais;</li> <li>- Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura adequada;</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população;</li> <li>- Inclusão social através de políticas públicas direcionadas;</li> <li>- Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações;"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado;</li> <li>- Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;</li> <li>- Descaracterização da sociedade por influências externas;"</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de novos produtos turísticos;</li> <li>- Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo;</li> <li>- Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento desordenado da população em decorrência da atração de pessoas por conta de oportunidades econômicas;</li> <li>- Crescimento econômico que não beneficie a população local;</li> </ul>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial;</li> <li>- Resgate de tradições e folclore locais;</li> <li>- Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;</li> <li>- Introdução de novos costumes à população tradicional, ensejando conflitos;</li> </ul>

## Desenvolvimento e implementação do Plano de Marketing Estratégico para as Serras Gerais

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoção de um maior conhecimento por parte da população turística e local acerca da riqueza ambiental da região;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deterioração da condição ambiental de alguns atrativos;</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Envolvimento dos diversos segmentos da população (<i>trade</i> turístico – público e privado - e população em geral) na definição de estratégias para a região;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento da desigualdade entre população envolvida com o turismo e aquela que não beneficia ou participa no mesmo;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento da imagem do destino;</li> <li>- Promoção de um posicionamento mais eficaz no mercado, no que concerne à atração dos mercados definidos e pretendidos para a região;</li> <li>- Obtenção de uma maior eficiência na comunicação para os mercados alvos;</li> <li>- Promoção de um maior número de oportunidades de negócio;</li> <li>- Aumento da arrecadação, do PIB, de emprego e renda;</li> <li>- Redução de efeitos da sazonalidade;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crescimento turístico desregulado;</li> <li>- Desenvolvimento desigual para os municípios da região;</li> </ul>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento na divulgação da história e cultura locais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deterioração da infraestrutura relativa aos atrativos culturais na região, decorrente de um volume excessivo de visitantes nos mesmos;</li> </ul>

## Definição de ações de Marketing e promoção conjunta com Jalapão, Peixe e Palmas

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos;</li> <li>- Criação de infraestruturas de impacto ambiental, como destinação de resíduos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais;</li> <li>- Modificação de atrativos e paisagens naturais;</li> <li>- Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura necessária;</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população;</li> <li>- Inclusão social através de políticas públicas direcionadas;</li> <li>- Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade, através de capacitações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impactos sociais decorrentes de um crescimento desordenado;</li> <li>- Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;</li> <li>- Descaracterização da sociedade por influências externas;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhor posicionamento do agrupamento face ao mercado;</li> <li>- Redução de dependência da sazonalidade;</li> <li>- Aumento da arrecadação e do PIB;</li> <li>- Criação de novos produtos turísticos;</li> <li>- Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo;</li> <li>- Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência de aproveitamento da população local nos empreendimentos e práticas econômicas;</li> <li>- Aumento desordenado da população em decorrência da atração de pessoas por conta de oportunidades econômicas;</li> <li>- Crescimento econômico que não beneficie a população local;</li> </ul>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilidade de divulgação conjunta da cultura regional;</li> <li>- Maior valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial;</li> <li>- Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introdução de novos costumes à população tradicional, ensejando conflitos;</li> </ul>

## Implementação de sinalizações indicativa e turística para os municípios das Serras Gerais

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior conhecimento da região;</li> <li>- Ordenamento e classificação dos atrativos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da exploração não-planejada ou não-responsável de atrativos naturais;</li> <li>- Modificação de atrativos e paisagens naturais;</li> <li>- Impactos ambientais decorrentes do aumento excessivo do fluxo turístico em áreas sem a infraestrutura necessária;</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população;</li> <li>- Maior segurança para a população;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impactos sociais decorrentes de aumento desordenado do fluxo turístico;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado;</li> <li>- Aumento do fluxo turístico e da receita gerada pelas atividades turísticas;</li> </ul>	Não se aplica
<b>Culturais</b>	Não se aplica	Não se aplica

## Elaboração de capacitação transversal do trade turístico

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construção de um conhecimento acerca da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteada pela sustentabilidade dos mesmos;</li> <li>- Melhorias na gestão ambiental devido à capacitação de gestores e atores locais;</li> <li>- Maior conhecimento da região e de leis ambientais;</li> </ul>	Não se aplica
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclusão social;</li> <li>- Transmissão de novas habilidades e competências à comunidade;</li> <li>- Melhorias na gestão devido à capacitação de gestores e atores locais, trazendo benefícios a toda a população;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oportunidades direcionadas apenas a quem atende a qualificações, excluindo parte da população;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliação de oportunidades e geração de renda e empregos;</li> <li>- Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado, devido ao incremento na qualidade dos serviços;</li> <li>- Dinamização da economia local, com potencial criação de novas atividades turísticas e serviços;</li> <li>- Incentivo ao empreendedorismo:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de parcerias público-privadas e incentivo ao empreendedorismo e associativismo;</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oportunidades direcionadas apenas a quem atende a qualificações, excluindo parte da população;</li> </ul>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliação do orgulho regional e da autoestima das populações locais;</li> <li>- Transmissão de conhecimentos e valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial;</li> <li>- Melhorias na gestão da cultura e patrimônio devido à capacitação de gestores e atores locais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Massificação ou descaracterização de práticas culturais locais;</li> </ul>

## Implementação de Conselhos Municipais de Turismo nas Serras Gerais

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de políticas públicas de proteção ao meio ambiente;</li> <li>- Implementação de ações estratégicas com maior reflexão e foco na proteção do meio ambiente;</li> <li>- Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos;</li> <li>- Melhorias na gestão ambiental, que se torna mais estratégica;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência de consenso entre os municípios da região em relação às questões ambientais;</li> <li>- Falta de representatividade de alguns setores nos Conselhos;</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclusão social através de políticas públicas direcionadas;</li> <li>- Participação de diversos setores da sociedade na formulação de políticas;</li> <li>- Maior conhecimento das realidades locais, possibilitando ações de melhoria;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de representatividade de alguns setores nos Conselhos;</li> <li>- Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integração entre os diversos setores locais;</li> <li>- Maior integração entre as esferas públicas e privadas;</li> <li>- Formulação de estratégias para o desenvolvimento econômico do município;</li> <li>- Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado, devido à estratégias e integrações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de representatividade de alguns setores nos Conselhos;</li> </ul>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboração de políticas direcionadas à valorização da cultura e do patrimônio;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de representatividade de alguns setores nos Conselhos;</li> </ul>

## Planos de manejo turísticos para os atrativos turísticos

Impactos Potenciais	Positivos	Negativos
<b>Ambientais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituir princípios norteadores para o uso sustentável de produtos turísticos, estabelecer limitações à exploração e utilização dos recursos naturais;</li> <li>- Conservação de aspectos ambientais e culturais;</li> <li>- Maior conhecimento da região e de leis ambientais;</li> <li>- Criação de políticas públicas de proteção do meio ambiente;</li> <li>- Implementação de ações estratégicas com maior reflexão e foco na proteção do meio ambiente;</li> <li>- Divulgação da importância da exploração responsável de recursos naturais, norteadas pela sustentabilidade dos mesmos;</li> <li>- Criação de infraestruturas de impacto ambiental, como destinação de resíduos;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência da contribuição de alguns grupos e segmentos da sociedade na elaboração dos planos de manejo;</li> </ul>
<b>Sociais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior conhecimento das realidades locais, possibilitando ações de melhoria;</li> <li>- Melhorias nas infraestruturas, paisagem urbana e serviços em geral, beneficiando a população;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de representatividade de alguns setores na elaboração dos planos, resultando em algum tipo de exclusão;</li> <li>- Aprofundamento de desigualdades sociais decorrente de políticas públicas mal implementadas e exclusão social;</li> </ul>
<b>Econômicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maior integração entre as esferas públicas e privadas;</li> <li>- Melhor posicionamento do destino turístico face ao mercado, devido ao avanço na qualidade ambiental;</li> </ul>	<p>Não se aplica</p>
<b>Culturais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conservação de aspectos ambientais e culturais;</li> <li>- Transmissão de conhecimentos e valorização da cultura, artesanato e patrimônio imaterial;</li> <li>- Melhorias na gestão da cultura e patrimônio devido à capacitação de gestores e atores locais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de representatividade de alguns setores na elaboração dos planos, resultando em algum tipo de exclusão;</li> </ul>

## 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 (hospedagens, 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 – hospedagens, 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 as Serras Gerais (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 41 e a meta proposta, quando aplicável.

Tabela 41. Linhas de Base para as Serras Gerais

Indicadores	Meta	Unidade de Medida	Fonte	Linha de Base	Atores
<b>Indicadores de Impacto</b>					
Número de inventários turísticos municipais completos	8	Unidade	Fonte: Prefeituras e Secretarias de Turismo das Serras Gerais	Inexistente	ADETUC
Número de municípios com classificação de “C” ou superior no Mapa de Turismo Brasileiro	4	Unidade	Fonte: Mapa do Turismo Brasileiro	1	ADETUC
Gasto médio por turista	604 (+25%)	Reais	Fonte: Pesquisa de demanda	483	ADETUC
Número médio de pernoites no destino	3,2 (+100%)	Unidade	Fonte: Pesquisa de demanda	1,6	ADETUC
Total de equipamentos e serviços turísticos registrados no CADASTUR	103 (+250%)	Unidade	Fonte: serviços do Cadastur (website)	41	ADETUC
Total de equipamentos e serviços turísticos existentes	123 (+50%)	Unidade	Fonte: Prefeituras e Secretarias de Turismo das Serras Gerais	82	ADETUC
Total de leitos disponíveis	2033 (+50%)	Unidade	Fonte: Entrevistas aos estabelecimentos	1355	ADETUC
Número de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) na região	8	Unidade	Fonte: Prefeituras e Secretarias de Turismo das Serras Gerais	1	ADETUC
Total de conselhos municipais de turismo nas Serras Gerais	8	Unidade	Fonte: Prefeituras e Secretarias de Turismo das Serras Gerais	3	ADETUC
Sistema de Informação e Marketing (SIM)	Irá coletar informação estatística turística e relevante em tempo real (incluindo dados sobre			Inexistente	ADETUC

satisfação do turista), por via eletrónica			
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 das Serras Gerais

## 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](mailto: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 113. 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 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 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](mailto: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 114. 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?

<b>Sim</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Não</b>	<input type="checkbox"/>

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)?

<b>Inexistente</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Inadequado</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Adequado</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Bom</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Ótimo</b>	<input type="checkbox"/>

## 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="text"/>
---	----------------------

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 refe 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

<b>Áreas de mata com diversidade de fauna e flora</b>	
<b>Arquipélago</b>	
<b>Baía</b>	
<b>Cachoeiras</b>	
<b>Cascata</b>	
<b>Catarata</b>	
<b>Cavernas</b>	
<b>Chapada</b>	
<b>Corredeira</b>	
<b>Córrego</b>	
<b>Depressão</b>	
<b>Dolina</b>	
<b>Fonte</b>	
<b>Furna</b>	
<b>Grutas</b>	



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

<b>Urbana</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Rural</b>	<input type="checkbox"/>

7. Natureza

<b>Público</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Privado</b>	<input type="checkbox"/>

8. Tipo de organização /instituição

<b>Associação</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Sindicato</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Cooperativa</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Sistema S</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Empresa</b>	<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="text"/>
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="text"/>
	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

<b>A. Centro de recepção</b>	Sim	
	Não	
<b>B. Posto de Informação</b>	Sim	
	Não	
<b>C. Portaria principal</b>	Sim	
	Não	
<b>D. Guarita</b>	Sim	
	Não	
<b>E. Bilheteria</b>	Sim	
	Não	

## 13. Tipos de acesso

<b>Terrestre pavimentado</b>	
<b>Sem pavimentação</b>	
<b>Fluvial</b>	
<b>Aéreo</b>	
<b>Marítimo</b>	

<b>Rodovias</b>	
<b>Transporte Público</b>	
<b>Fretados</b>	

## 14. Possibilidade de receber

<b>Ônibus</b>	
<b>Micro-ônibus</b>	
<b>Carro de passeio</b>	
<b>4x4</b>	
<b>Barco</b>	
<b>Mobilidade reduzida</b>	

## 15. Estrutura de estacionamento

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	



<b>Coberto</b>	
<b>Descoberto</b>	
<b>Acessibilidade</b>	

<b>Total lugares</b>	<b>Lugares para autocarro</b>	<b>Tarifas</b>

## 16. Sinalização

<b>Entrada</b>	<b>Sim</b>	
	<b>Não</b>	
<b>Turística</b>	<b>Sim</b>	
	<b>Não</b>	

<b>Indicação de locais públicos</b>	
<b>Postos de informação</b>	
<b>Mapas turísticos</b>	
<b>Sinalização nas trilhas</b>	

## 17. Pontencialidade do recurso para produto turístico atractivo do tipo natural na especialidade

<b>Aventura</b>	
<b>Ecológico</b>	
<b>Saúde/Beleza</b>	
<b>Aquático/náutico</b>	
<b>Ecoturismo</b>	
<b>Pesca</b>	
<b>Sol e praia</b>	

<b>Outros</b>
---------------

18. Estágio de desenvolvimento do produto

<b>Pronto</b>	
<b>Formatação</b>	
<b>Readequação</b>	

19. A propriedade tem condições de receber turistas neste momento?

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	

20. Quantas pessoas recebe

<b>Média mensal</b>	
<b>Média Anual</b>	

21. Origem dos visitantes

<b>Entorno</b>	
<b>Estaduais</b>	
<b>Nacionais</b>	
<b>Internacionais</b>	

22. Qual a altura de alta temporada / quantas pessoas recebe

<b>Temporada</b>	<b>Meses</b>	<b># Média de visitantes</b>
<b>Alta</b>		
<b>Baixa</b>		

23. Serviços de apoio

<b>Achados e perdidos</b>	
<b>Loja de artesanato /souvenirs</b>	
<b>Feiras</b>	
<b>Caixa eletrônico</b>	
<b>Banheiros</b>	
<b>Restaurante</b>	
<b>Recepção</b>	

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

<b>A. Aeroporto</b>	
<b>B. Estação rodoviária</b>	
<b>C. Estação ferroviária</b>	
<b>D. Estação Marítima/Fluvial</b>	
<b>E. Ponto de táxi</b>	
<b>F. Ponto de ônibus</b>	
<b>G. Sede do município</b>	
<b>H. Localidade mais próxima</b>	

Outros

## 27. Integra roteiros turísticos comercializados

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	

<b>Nome</b>	<b>Sites</b>

## 28. Integra Guias turísticos

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	

<b>Nome</b>	<b>Sites</b>

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

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 gestora

A. Nome:

B. Website:

4. Ocorrências Histórico-culturais

Acervo arqueológico	
Acontecimento histórico	
Alambique/vinícola	
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	

<b>Ruínas</b>	
<b>Sede do poder executivo/legislativo/judiciário</b>	
<b>Sensala</b>	
<b>Teatros</b>	
<b>Universidade</b>	
<b>Visitação de cunho religioso</b>	

Comentários:

5. Diferencial do recurso/atrativo

6. Descrição

<b>Centro histórico</b>	
<b>Cidade histórica</b>	
<b>Bairro histórico</b>	
<b>Vila</b>	
<b>Fazenda</b>	
<b>Chacarã/ Sítio</b>	

7. Estilo arquitectónico

<b>Colonial</b>	
<b>Barroco</b>	
<b>Neoclássico</b>	

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?

<b>Sim</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Não</b>	<input type="checkbox"/>

14. Horário de funcionamento:

Dias da semana	Horário
_____ a _____	__ : __ às __ : __
_____ a _____	__ : __ às __ : __

15. Restrições

<b>Crianças</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Fumantes</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Animais</b>	<input type="checkbox"/>

**Outros**

16. Estrutura de funcionamento

<b>A. Ingresso ou taxa de manutenção</b>	<b>Sim</b>	<input type="checkbox"/>
	<b>Não</b>	<input type="checkbox"/>
	A. Valor	<input type="checkbox"/>
<b>B. Visitação</b>	<b>Sim</b>	<input type="checkbox"/>
	<b>Não</b>	<input type="checkbox"/>
<b>C. Finalidade</b>	Passeio	<input type="checkbox"/>
	Aventura	<input type="checkbox"/>
	Religiosidade	<input type="checkbox"/>
	Pesquisa	<input type="checkbox"/>
<b>D. Agendada</b>	<b>Não</b>	<input type="checkbox"/>
	Opcional	<input type="checkbox"/>
	Obrigatória	<input type="checkbox"/>
<b>E. Autoguiada</b>	<b>Não</b>	<input type="checkbox"/>
	Opcional	<input type="checkbox"/>
	Obrigatória	<input type="checkbox"/>



<b>F. Guia</b>	Não	
	Opcional	
	Obrigatória	

## 17. Instalações de Entrada

<b>A. Centro de recepção</b>	Sim	
	Não	
<b>B. Posto de Informação</b>	Sim	
	Não	
<b>C. Portaria principal</b>	Sim	
	Não	
<b>D. Guarita</b>	Sim	
	Não	
<b>E. Bilheteria</b>	Sim	
	Não	

## 18. Tipos de acesso

<b>Terrestre pavimentado</b>	
<b>Sem pavimentação</b>	
<b>Fluvial</b>	
<b>Aéreo</b>	
<b>Marítimo</b>	

<b>Rodovias</b>	
<b>Transporte Público</b>	
<b>Fretados</b>	

## 19. Possibilidade de receber

<b>A. Ônibus</b>	
<b>B. Micro-ônibus</b>	
<b>C. Carro de passeio</b>	
<b>D. 4x4</b>	
<b>E. Barco</b>	
<b>F. Mobilidade reduzida</b>	

## 20. Estrutura de estacionamento

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	

<b>Coberto</b>	
<b>Descoberto</b>	
<b>Acessibilidade</b>	

<b>C. Total lugares</b>	<b>D. Lugares para autocarro</b>	<b>E. Tarifas</b>

## 21. Sinalização

<b>A. Entrada</b>	<b>Sim</b>	
	<b>Não</b>	
<b>B. Turística</b>	<b>Sim</b>	
	<b>Não</b>	

<b>Indicação de locais públicos</b>	
<b>Postos de informação</b>	
<b>Mapas turísticos</b>	
<b>Sinalização nas trilhas</b>	

## 22. Pontencialidade do recurso para produto turístico atractivo do tipo natural na especialidade

<b>Histórico</b>	
<b>Religioso</b>	
<b>Cultural</b>	
<b>Agroturismo</b>	
<b>Negócios</b>	
<b>Produção artesanal</b>	
<b>Rural</b>	
<b>Gastronómico</b>	
<b>Produção industrial</b>	

**Outros**

## 23. Estágio de desenvolvimento do produto

<b>Pronto</b>	
<b>Formatação</b>	
<b>Readequação</b>	

## 24. Ingresso ou taxa de manutenção

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	

B. Valor: \_\_\_\_\_

## 25. Quantas pessoas recebe

<b>Média mensal</b>	
<b>Média Anual</b>	

## 26. Origem dos visitantes

<b>Entorno</b>	
<b>Estaduais</b>	
<b>Nacionais</b>	
<b>Internacionais</b>	

## 27. Qual a altura de alta temporada / quantas pessoas recebe

<b>Temporada</b>	<b>Meses</b>	<b># Média de visitantes</b>
<b>Alta</b>		
<b>Baixa</b>		

## 28. Serviços de apoio

<b>Achados e perdidos</b>	
<b>Loja de artesanato /souvenirs</b>	
<b>Feiras</b>	
<b>Caixa eletrônico</b>	

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

<b>A. Aeroporto</b>	
<b>B. Estação rodoviária</b>	
<b>C. Estação ferroviária</b>	
<b>D. Estação Marítima/Fluvial</b>	
<b>E. Ponto de táxi</b>	
<b>F. Ponto de ônibus</b>	
<b>G. Sede do município</b>	
<b>H. Localidade mais próxima</b>	

Outros

## 32. Integra roteiros turísticos comercializados

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	

<b>B. Nome</b>	<b>C. Sites</b>

## 33. Integra Guias turísticos

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	

<b>Nome</b>	<b>Sites</b>

34. Lista de atividades

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

35. Atividades atuais

<b>Cultural</b>	
<b>Esportiva</b>	
<b>Educativa</b>	
<b>Religiosa</b>	
<b>Comercial</b>	
<b>Promocional</b>	
<b>Aventura</b>	

**Anexo 6 – Material utilizado no Exercício de priorização da Estratégia (3ª Missão)**

## Atividade workshop SERRAS GERAIS

	- Grau de acordo										+ Observações	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
<b><u>Estratégias de infraestrutura</u></b>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CP: Acessibilidade e conectividade: Foco rodovias de acesso a atrativos, conectividade, sinalização, comunicação</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CP: Fornecimento de serviços de experiencia atual: atendimento, serviços de gestão de pontos turísticos chave, assistência à saúde, alimentação, banheiros.</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• MP: Suporte geral dos destinos turísticos sustentáveis: serviços básicos assegurados nos núcleos turísticos chave, desenvolvimento e fomento de infraestrutura sustentável</li> </ul>												
<b><u>Estratégias de Produto Turístico</u></b>												
<p><b>CP: Priorização do desenvolvimento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Desenvolvimento prioritário:</b> Natividade, Almas, Arraias, Taguatinga</li> <li>• <b>Desenvolvimento a médio prazo:</b> Aurora</li> <li>• <b>Desenvolvimento longo prazo:</b> Paraná, Dianópolis, Rio da Conceição</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>CP: Melhoria da oferta atual:</b> Agregação de valor a oferta atual (sol e praia, natureza) e desenvolvimento de oferta não sazonal (aventura, gastron.)</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>MP: Desenvolvimento seletivo:</b> Desenvolvimento de núcleos turísticos nos atrativos chave</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>MP: Diversificação de produtos turísticos:</b> desenvolvimento de produtos turísticos novos e complementares. Ex: aventura, cultural, étnico, religioso (reduzir sazonalidade, aumentar ingressos)</li> </ul>												



## Atividade workshop SERRAS GERAIS

	- Grau de acordo +										Observações	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
<b>Estratégias de Mercado</b>												
<b>CP: Tratamento estratégico de segmentos turísticos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Foco nos segmentos atuais (famílias, amigos, classe meia, 25 a 50 anos)</li> <li>Foco estratégico nos segmentos jovens (nacionais e internac, backpackers / mochileiros)</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>CP: Promoção cooperada:</b> Promoção e cooperação com Estados e destinos vizinhos bem posicionados (ex. Jalapão)</li> </ul>												
<b>MP: Diversificação de mercados e segmentos turísticos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Foco nos segmentos seniores (idade avançada) de maior renda e gasto</li> <li>Foco nos segmentos internacionais, Promoção especializada por produtos.</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>MP: Promoção de posicionamento:</b> Promoção em Natal, Brasília, Goiânia, São Paulo, Belo Horizonte, Maceió.</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Mercados estrangeiros? Quais?</b> Escreva na tabela mais a direita</li> </ul>												
<b>Estratégias de Gestão Ambiental</b>												
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>CP: Planejamento sustentável do turismo:</b> Planos de manejo de áreas turísticas atuais</li> </ul>												
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>MP: Planejamento sustentável do turismo:</b> Planos de manejo de núcleos turísticos</li> </ul>												

## Atividade workshop SERRAS GERAIS

Estratégias de Fortalecimento Institucional	Grau de acordo										Observações		
	-	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	+
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>CP: Qualidade turística:</b> Certificação de qualidade turística</li> </ul>													
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>CP: Associativismo:</b> Fortalecimento de associativismo para ganhar escala</li> </ul>													
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>MP: Sustentabilidade turística:</b> Certificação de sustentabilidade</li> </ul>													
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>MP: Profissionalização da Gestão turística:</b> Criação de Organização de Gestão de Destino Serras Gerais</li> </ul>													

### Posicionamento turístico

<ul style="list-style-type: none"> <li>Qual é o benefício principal do turista quando visita as Serras Gerais?</li> <li>O que de melhor que oferece Serras Gerais?</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>O que é único nas Serras Gerais, diferente de outras regiões e estados do Brasil?</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Que símbolos representam melhor as Serras Gerais? (cores, coisas, ícones, atrativos, etc.)</li> </ul>	

