

**DIAGNÓSTICO TURÍSTICO, ECONÔMICO, SOCIAL E AMBIENTAL
E PLANO ESTRATÉGICO DO TURISMO DA BACIA DO RIBEIRÃO
DO TAQUARUÇU**

PRODUTO II – Inventário da oferta Turística

Janeiro de 2017.



Barcelona Media
Inovação Brasil



FICHA TÉCNICA

SEBRAE TOCANTINS

Presidente do Conselho Deliberativo
PEDRO JOSÉ FERREIRA

Diretor Superintendente
OMAR ANTONIO HENNEMANN

Diretor Técnico
HIGINO JÚLIA PITI

Diretor de Administração e Finanças
JARBAS LUIZ MEURER

Gerente da Unidade de Atendimento e Soluções
BARBARA DE MOURA NUNES

Coordenador Estatual Carteira Indústria, Comercio e Serviços
EDGLEI DIAS RODRIGUES

Gerente da Regional Palmas Sul - Taquaralto
LUCIANA SOARES PIRES RETES

Analista Técnica do Projeto Estruturação
do Polo Turístico de Taquaruçu
ANA FLÁVIA MENDES BORGES

PREFEITURA DE PALMAS

Prefeito
CARLOS AMASTHA

Presidente da AGTUR
CRISTIANO RODRIGUES

Diretora de Estruturação Turística
ANA RÚBIA MACEDO

Jornalista
MALENA MOTA



Barcelona Media
Inovação Brasil





BARCELONA MEDIA INOVAÇÃO BRASIL

Coordenador Geral
RICHARD ALVES

Coordenadora do Projeto
MARCELA SAAD

Coordenador do Inventário da Oferta Turística
BRUNO WENDLING



Barcelona Media
Inovação Brasil



SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	5
2. OBJETIVO	6
3. INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA.....	7
3.1 Metodologia	8
3.2 Resultados	13
4. HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURAIS.....	21
4.1 Metodologia	21
5. ANÁLISE DOS ATRATIVOS POTENCIAIS	26
5.1 Metodologia	26
6. ANÁLISE DAS 15 DIMENSÕES ESSENCIAIS DO DESTINO.....	30
6.1 Metodologia	30
5.2 Resultados	31
7. CONCLUSÃO	33

1. APRESENTAÇÃO

Tocantins é o mais novo estado brasileiro e está localizado na Região Norte. Ocupa uma área de 277.720,520 km², o que lhe coloca entre os 10 maiores estados brasileiros, em termos territoriais.

O estado conta atualmente com 7 regiões e 42 municípios turísticos. A capital, Palmas, faz parte da região turística Serras e Lagos e é a maior cidade do estado com 265.409 habitantes de acordo com o IBGE e está entre as capitais que mais cresce no país. O município está dividido em distritos: Plano Diretor, Buritirana e Taquaruçu (IBGE 2001).

A área definida para este estudo é a Bacia do Ribeirão do Taquaruçu é composta pela Bacia do Ribeirão do Taquaruçu e do Taquaruçu Grande, abrangendo o distrito de Taquaruçu e a comunidade de Taquaruçu Grande, conforme demonstrado na figura.

Figura 1 – Mapa da Bacia do Ribeirão do Taquaruçu

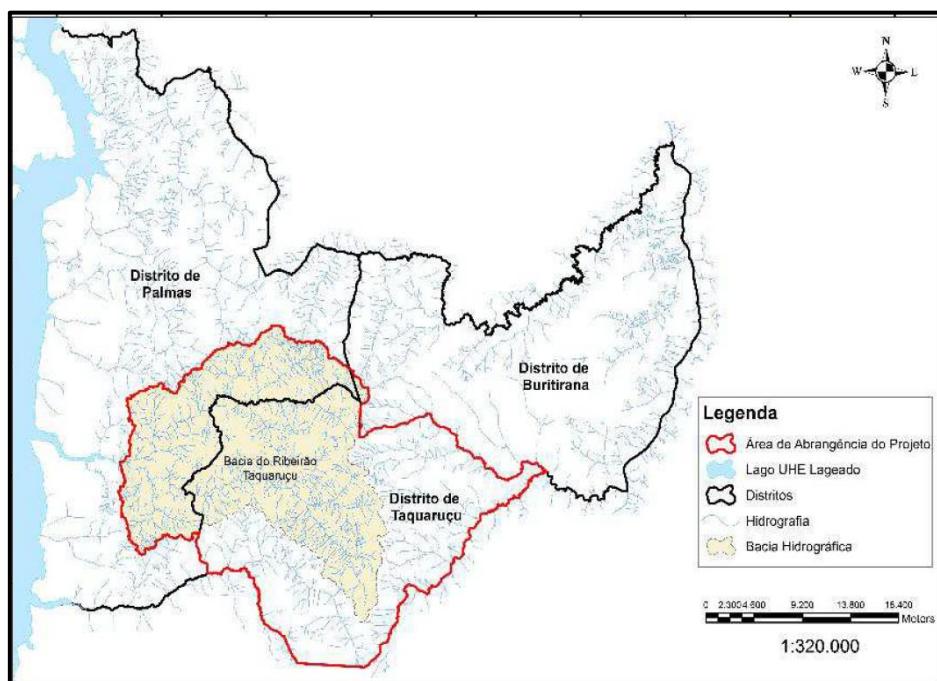


Foto: Termo de Referência



Barcelona Media
Inovação Brasil

A região está localizada a 32 km do centro de Palmas e tem como principais características estar inserida numa área que abriga biomas como o cerrado, caatinga, pantanal e floresta amazônica. Além de ser uma localidade com potencial turístico nos segmentos de ecoturismo, turismo de esporte e aventura, é conhecida por seu clima ameno, diversas cachoeiras e balneários naturais e, por isso, está sendo alvo do Projeto de Estruturação Turística do Taquaruçu, que contempla diversos estudos e iniciativas.

Diante deste cenário, o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Tocantins – SEBRAE - TO e a AGTUR (Agência de Turismo de Palmas), tiveram a iniciativa de realizar um Diagnóstico Econômico, Social, Ambiental e Turístico, bem como um Planejamento Estratégico para desenvolvimento da atividade turística na região.

Este documento apresenta os resultados e uma análise preliminar da oferta turística com base nos dados primários levantados através do Inventário da Oferta Turística, que faz parte da etapa do diagnóstico da metodologia desenvolvida para a implantação deste projeto e análise de dimensões essenciais para que o destino seja competitivo.

2. OBJETIVO

2.1 Objetivo geral

Compreender a situação atual da oferta turística do destino.

2.2 Objetivos específicos

- Mapear os equipamentos, serviços, infraestrutura básica e de apoio diretamente ligados à atividade turística da região da Bacia do Ribeirão do Taquaruçu envolvendo o distrito de Taquaruçu e Taquaruçu Grande,



- Indicar os atrativos potenciais da região
- Identificar os atrativos âncora do destino
- Realizar uma análise da situação atual do destino.

3. INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA

O Inventário trata-se do levantamento de informações relacionadas a infraestrutura básica, serviços de apoio à atividade turística, equipamentos como meios de hospedagem, restaurantes, agências de viagem e atrativos turísticos. Estes dados permitem o planejamento com base em informações concretas promovendo a aplicação dos recursos em ações efetivas e necessárias, otimizando-os.

Segundo o Ministério do Turismo, os benefícios do inventário vão além do que foi citado acima:

- Disponibilizar aos visitantes, planejadores e gestores dados confiáveis sobre a oferta turística brasileira;
- Permitir a análise do significado econômico do turismo e seu efeito multiplicador no desenvolvimento municipal;
- Permitir a identificação e a classificação de municípios turísticos e com potencial turístico;
- Permitir o diagnóstico de deficiências, pontos críticos e estrangulamentos e os desajustes existentes entre a oferta e a demanda; e
- Coletar informações que subsidiem a elaboração de roteiros turísticos.

Uma das atividades para elaboração do Diagnóstico Econômico, Social, Ambiental e Turístico e o Planejamento Estratégico da região é a Inventariação da Oferta. Estes levantamentos, associados a entrevistas e grupos focais permitiram a análise e hierarquização dos atrativos que embasaram a análise da situação atual da atividade turística no destino.



3.1 Metodologia

Sabendo da importância desta atividade, entende-se também a importância da qualidade das informações e por isso, conforme, Produto I validado anteriormente pelo Comitê Gestor dia 08/11/2016, e reunião de alinhamento como SEBRAE realizada dia 24/11/2016, foi desenvolvida e aplicada uma metodologia específica para esta ação, que pode-se resumir nas seguintes atividades:

ATIVIDADE	BREVE DESCRIÇÃO
Seleção da equipe de campo	Foram selecionados 4 pesquisadores, um supervisor local e um supervisor geral.
Desenvolvimento de plataforma para inserção das informações	Foi elaborada uma planilha em excel que permite inserção, atualização e fácil tabulação dos dados do inventário. Além disso, o excel pode ser importado por qualquer sistema web, caso haja interesse posterior em deixar <i>online</i> os dados. Este documento está dividido por categoria A, B, C, de acordo com a metodologia do Ministério do Turismo.
Capacitação da equipe	Foi realizada a capacitação dos pesquisadores no SEBRAE em Taquaralto que teve duração de 8 horas. Neste momento, foram detalhados os 54 formulários da metodologia do Ministério do Turismo, e feitos alguns alinhamentos com relação ao preenchimento das planilhas em excel.
Atualização do formulário de Inventariação Turística e Validação.	Foi proposta pela equipe de supervisão do inventário uma atualização dos formulários registrada em Ata de Reunião (Anexo I), no entanto a solicitação do contratante é que fossem aplicados todos os formulários completos.



Análise das fontes secundárias disponibilizadas	Análise do inventário realizado em 2001 e estruturação de uma lista preliminar de infraestrutura básica, de apoio, equipamentos e atrativos.
Trabalho de campo	Nos meses de novembro e dezembro foram realizadas as entrevistas com o público-alvo mencionado neste documento com base na matriz elaborada, somado ao que foi encontrado em campo e não existia informação estruturada nem registrada.
Inserção dos dados no sistema	Os formulários físicos foram preenchidos em campo e inseridos no excel afim de criar o banco de dados seguro e fácil de atualizar.
Envio para aprovação dos parceiros e Secretarias Municipais	Por fim, foi gerada uma matriz preliminar com todos os levantamentos de campo. Esta matriz foi enviada ao SEBRAE TO para análise e contribuições. (Anexo II)
Elaboração do relatório	Elaborado o relatório do inventário da oferta turística.

Foram entrevistados os atores envolvidos direta e indiretamente na atividade turística da Região da Bacia do Ribeirão do Taquaruçu que contempla o distrito de Taquaruçu e Taquaruçu Grande:

- Poder Público – para levantar informações da infraestrutura básica e turística do destino.
- Iniciativa Privada – para levantar informações sobre os equipamentos como meios de hospedagem, bares e restaurantes, agências de viagem, atrativos e eventos.
- Comunidade – para levantar informações sobre artesãos e integrantes da sociedade.
- Terceiro setor – para levantar informações sobre as Associações.





Os instrumentos utilizados para este levantamento foram 54 formulários estruturados (Anexo III) pelo Ministério do Turismo que contemplam questões abertas e fechadas e foram subdivididos em três categorias conforme segue:



Barcelona Media
Inovação Brasil



A. Infraestrutura de apoio ao turismo	B. Serviços e equipamentos turísticos	C. Atrativos turísticos
A1. Informações básicas do município	B1.1 Meios de Hospedagem	C1.1.Relevo continental
A2.1.1 Rodoviário – Rodovia	B1.2 Outros tipos de acomodação	C1.2.Zona Costeira
A2.1.2 Rodoviário – Estação Rodoviária	B2.Serviços e equipamentos para alimentos e bebidas	C1.3. Relevo Cártico
A2.2.2. Ferroviário – Estação Ferroviária	B3.Serviços e equipamentos de agências de turismo	C1.4. Hidrografia
A2.2.2. Ferroviário – Estação Ferroviária	B4. Serviços e equipamentos de transporte turístico	C1.5.Unidade de Conservação
A2.3.1.Aerooviário – Aeroporto e campo de Pouso	B5.1.Espaços para eventos	C2.1.Conjuntos Arquitetônicos
A2.3.2.Aerooviário – Heliporto	B5.2Serviços para eventos	C2.2. a.6.Sítios Arqueológicos
A2.4.1.Aquaviário – Hidrovia	B6.1.Parques	C2.7 a 9 .Lugares de Manifestações de fé
A2.4.2.Aquaviário – Porto, Pier, Cais, etc	B6.2.Espaços livres e áreas verdes	C2.10.Arquitetura Civil
A3. Sistema de Comunicação	B6.3.Instalações esportivas	C2.11 a 13.Arquitetura oficial militar e religiosa
A4. Sistema de Segurança	B6.4.Instalações náuticas	C2.14 a 17. Arquitetura industrial, agrícola, funerária

A5. Sistema de Saúde	B6.5.Espaços de diversão e cultura	C2.18.Obras de interesse artístico
A6. Sistema Educacional	B6.6. Outros espaços de recreação	C2.19 a 24.Ruínas, centro cultural, cineclub
A7.1. Locadoras de imóveis para temporadas	B7.1.Informações turísticas	C2.25 a 27.Gastronomia, artesanato, trabalhos manuais
A7.2. Compras especiais	B7.2.Entidades associativas e similares	C2.28.Formas de Expressão
A7.3.Comércio Turístico	B7.3. Guiamento e condução turística	C2.29.Personalidades
A7.4.Serviços Bancários		C3.Atividades econômicas
A7.5.Serviços mecânicos e postos de combustível		C4.Atrações técnicas e científicas
A7.6.Representações Diplomáticas		C5.Eventos programados

As informações sobre a oferta turística tratam-se do insumo principal para a análise da situação atual do destino. O resultado norteará o planejamento de estratégias e ações que atendam as reais necessidades dos envolvidos no Turismo, diversificar a oferta do destino e torná-lo ainda mais competitivo.

3.2 Resultados

Foram identificados 100 pontos para levantamento (anexo IV) de acordo com os segmentos da oferta turística. Foram realizados 90 levantamentos (anexo V – Banco de dados), 90% do total, englobando os eixos de infraestrutura básica, de apoio, equipamentos e serviços turísticos conforme segue. Os demais não quiseram responder a entrevista ou não foram encontrados apesar dos contatos realizados.

Tabela 2 – Número de levantamentos

Categoria	Segmento	Levantamento
A - Infraestrutura básica e de apoio	Acesso	4
	Comunicação	1
	Segurança	1
	Saúde	3
	Educação	4
	Serviços de apoio	5
B – Serviços e Equipamentos	Comércio Turístico	3
	Meio de Hospedagem	6
	Alimentos e Bebidas	20
	Agência de Viagem	1
	Informações Turísticas	2
	Espaço para Eventos	5
	Equipamentos de Lazer	4
	Guias/Condutores	5
	Outros Espaços de Recreação	2
	Entidades Associativas	3
C - Atrativos	Espaços Livres e Áreas Verdes	2
	Atrativos Naturais (Cachoeiras, Pedras, Parque, Balneário)	12
	Atrativos Culturais	3
	Eventos	4
	TOTAL	90



Fonte: BMiBrasil (2016)

O maior número de levantamentos foi relacionado à infraestrutura básica e de apoio (24%) que envolve acesso, comunicação, segurança, saúde, educação e serviços de apoio como postos de gasolina, borracharia, caixa eletrônico, entre outros.

O segmento de alimentos e bebidas foi responsável por 20 levantamentos que envolvem bares, restaurantes, sorveteria e panificadora (22%). No entanto, nem todos os equipamentos deste segmento atendem diretamente o turista, seja por falta de estrutura e qualidade, ou porque o produto oferecido não é consumido pelo turista.

Os atrativos são o segmento que está em terceiro lugar no número de levantamentos (20%)

A Organização Mundial do Turismo identifica como Atividades Características do Turismo aquelas que, em sua produção principal, são bastante sensíveis ao consumo por parte dos visitantes. Sendo assim foram selecionadas algumas informações relacionadas as ACTs e levantadas a partir do inventário da oferta. Vale ressaltar que as atividades características do turismo sofreram uma adaptação com relação a nomenclatura das categorias e a forma de divisão dos segmentos dentro destas categorias levando em consideração a metodologia de inventariação da oferta do MTur.

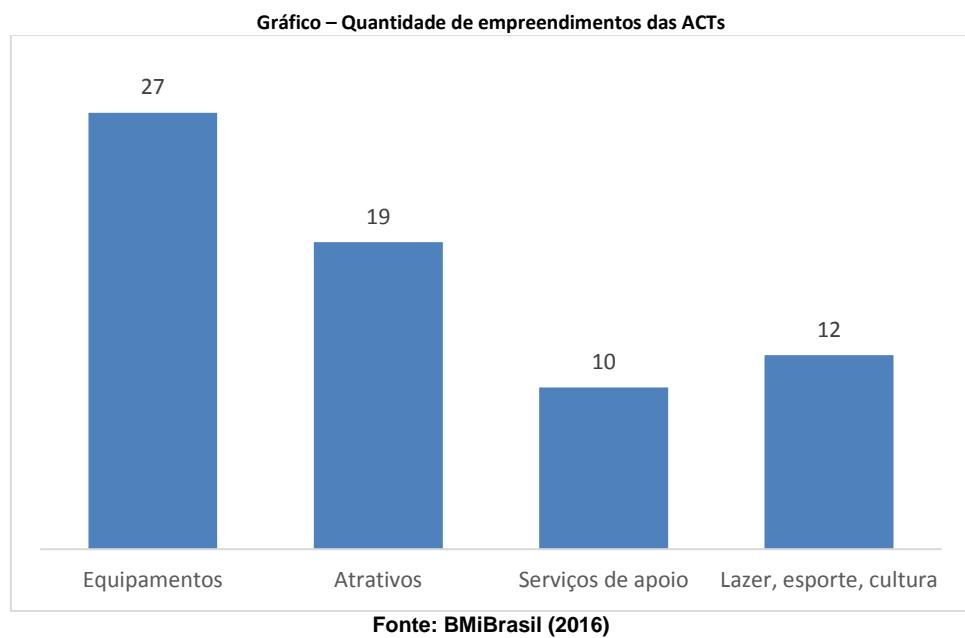
Tabela 3 – Número de levantamentos – Negócios relacionados à atividade turística

Atrativos	19	Equipamentos	27	Serviços de Apoio ao Turismo	10	Lazer, Esporte e Cultura	12
Cachoeira	10	Hospedagem	6	Guia/Condutor de Turismo	5	Espaço para Eventos	5
Igreja	2	Alimentação	20	Centro de Atendimento	2	Espaços Livres - Praças	2
Eventos Programados	4	Agência de Viagem	1	Lojas de Artesanato	3	Sítios/chácaras de lazer	2
Parque	1					Entidades associativas e similares	3
Relevo	1						
Formas de Expressão	1						

Fonte: BMiBrasil (2016)

De acordo com o inventário, 68 levantamentos estão diretamente relacionados com a atividade turística sendo: atrativos, equipamentos, serviços de apoio e equipamentos

de lazer, esporte e cultura. O número é pequeno se comparado a destinos turísticos consolidados do país, no entanto, como o fluxo turístico ainda é baixo e ocorre mais aos finais de semana, a oferta consegue atender.



Apesar de 68% dos levantamentos estarem diretamente relacionados à atividade, apenas 42% são formais, ou seja, possuem CNPJ. A maior formalidade está no segmento de alimentação (80%), seguido pelos serviços de apoio (66%).

Com relação aos meios de hospedagem, existem poucas opções, são apenas seis estabelecimentos que responderam a pesquisa, sendo que apenas dois possuem CNPJ e nenhum tem CADASTUR. Com relação aos colaboradores, apenas 50% dos funcionários tem carteira assinada, levando em consideração alguns estabelecimentos que não quiseram responder. Há diversificação nos tipos de hospedagem entre Pousada, Camping e Hotel Fazenda, e o custo benefício, se comparado com grandes centros que oferece diversificação e bons serviços o valor é alto, mas deve-se levar em consideração a baixa concorrência e pouca demanda, então o valor é razoável. As pousadas vão de R\$100,00 a R\$180,00 a diária, mas o turista pode optar pelo camping. O pagamento em cartão de crédito pode ser feito em menos de 50% das propriedades, e débito é aceito

em 50% delas. Nenhum meio de hospedagem possui certificação e somente duas UH's são adaptadas para deficientes.

A região conta com 9 restaurantes, 5 lanchonetes e 2 bares que responderam a pesquisa. Um número pequeno de estabelecimentos, mas atende a demanda porque o fluxo não é intenso. Não há muita variedade gastronômica, até pela quantidade de restaurantes e bares, e costumam valorizar a comida caseira. De acordo com o inventário, 80% dos estabelecimentos de restaurantes, bares e lanchonetes entrevistados são formais e 62% aceitam cartão como forma de pagamento. Com relação ao custo benefício, pode ser considerado bom, pois existem opções de almoço a partir de R\$12,00 o prato. Uma observação importante é a falta de regularidade nos dias e horários de funcionamento. Muitos trabalham conforme a demanda.

Com relação aos atrativos, metade deles está localizado em propriedades privadas, e 63% estão ligados a recursos naturais, que são os mais visitados e divulgados. Isto caracteriza a oferta como destino de ecoturismo e turismo de aventura, já que alguns recursos naturais são a matéria prima para a realização de atividades como tirolesa e rapel. Entre os principais atrativos do distrito estão a Cachoeira da Roncadeira, a Cachoeira Escorrega Macaco e a Cachoeira do Evilson, que custam R\$10,00 por pessoa. Estes atrativos âncora indicam a baixa diversidade de atividades na região. Em geral, os atrativos naturais precisam aprimorar o atendimento, a estrutura, a adaptação para idosos, deficientes e a política comercial, que dificulta a comercialização por operadoras, já que não existem preços diferenciados. Outra percepção é a falta de conhecimento e sensibilidade para a preservação ambiental indicadas por lixos acumulados próximo aos atrativos, construções de alvenaria no meio das trilhas para as cachoeiras,etc.

Com relação a cultura, ainda é muito pouco explorada na região. O destino conta com igrejas, mas que não são visitadas por turistas, a não ser a Igreja de Taquaruçu Grande que recebe o Festejo Bom Jesus da Serra, que segundo relatos da comunidade, atrai pessoas de outras cidades da região. Também foi identificado o espaço/associação Circo

Os Kako, onde são realizadas atividades culturais, mas ainda voltada para a população local e também são responsáveis pelo evento anual de circo na região. O Festival Gastronômico é o evento de maior destaque, que atrai 100.000 visitantes em 5 dias, mas não é tão bem recebido pelos empresários e moradores locais devido ao impacto negativo sonoro e ambiental que gera, além de não contribuir com a economia local.

Durante o levantamento foi identificada uma agência de receptivo, porém só funciona mediante agendamento. Para operacionalização de roteiros e atividades, existem três guias, um operador de rapel e outro condutor e operador de tirolesa. O turista que quiser fazer uma destas atividades precisa ter tempo disponível no final de semana, ou então agendar. Porém, durante a semana com agendamento o valor do rapel, por exemplo, é R\$180,00 para uma ou duas pessoas, e final de semana R\$70,00 por pessoa.

Com relação aos Centros de Informação Turística, são dois. Um está localizado em Taquaruçu e o outro no aeroporto de Palmas. Ambos possuem boa estrutura, mas não dispõe de materiais informativos adequados e nem uma equipe preparada para informar o turista.

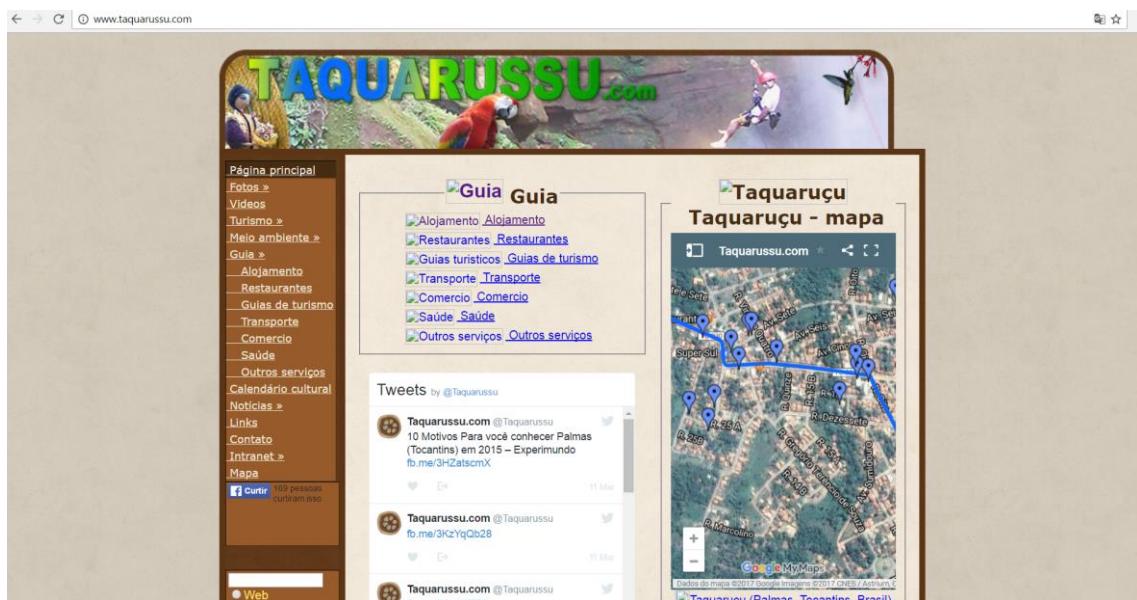
O comércio é pequeno e pouco variado no distrito. Apesar disso, existem 2 espaços que comercializam artesanato. A Casa do Artesão que conta com boa estrutura e variedade de peças, além do bom atendimento. A outra opção é a loja Tudo Daqui que foi recém inaugurada e estruturada a partir de um projeto do SEBRAE. Conta com poucas peças e o atendimento é pouco profissional. Os artesãos fazem uma escala entre eles, mas percebeu-se pouco domínio de informações sobre os produtos, além de não aceitar cartão de crédito. O ponto positivo é que ambos espaços valorizam os produtos e artesãos da região, que já estão organizados em uma associação.

Esta oferta caracterizada atende a um fluxo turístico regional, de cidades vizinhas e do Plano Diretor de Palmas, e até de estados vizinhos, já que a região oferece um clima ameno, tranquilidade e contato com a natureza. Isto foi constatado pelas pesquisas com a comunidade, lideranças, mas também na internet. Percebeu-se também neste

ambiente, que o posicionamento do destino e fortalecimento da sua imagem é muito prejudicado pelas diferentes formas de escrever o nome do distrito. Taquaruçu já fez parte de Porto Nacional, depois passou a ser o município de Taquarussu do Porto e, quando surgiu Tocantins, passou a ser um distrito da capital do estado. Desta forma, seu nome pode ser encontrado de diversas formas: com SS, Ç, e com o complemento "do Porto". Isto prejudica não só a construção da imagem do destino, mas também dificulta a busca de informação pelos turistas.

O destino conta com um site www.taquarussu.com onde o turista pode encontrar informações sobre hospedagem, alimentação e atrativos. Neste endereço também está divulgado o mapa do inventário de 2001 com mais 80 atrativos potenciais, transmitindo uma imagem e gerando expectativas superiores a oferta real do destino.

Figura 2 – Home do site www.taquarussu.com



Fonte: www.taquarussu.com

No site institucional do município de Palmas também podem ser encontradas algumas informações da região, mas não estão detalhadas.

Figura 3 –Página de Taquaruçu [www.palmas.to.gov.br](http://www.palmas.to.gov.br/conheca_palmas/conheca-taquaruçu/)

The screenshot shows the official website of Palmas, TO, with a blue header bar. The main navigation menu includes 'e-SIC Acesso à informação', 'Portal da Transparéncia', 'Ouvir', 'WEB MAIL', and 'INTRANET'. Below the header, the 'PALMAS TOCANTINS - BRASIL' logo is displayed with the tagline 'A mais brasileira das capitais'. The main content area is titled 'CONHEÇA PALMAS' and 'Taquaruçu'. The sidebar on the left lists categories such as 'INÍCIO', 'A Cidade', 'Conheça Taquaruçu', 'Espaço Cultural José Gomes Sobrinho', 'População', 'Praias', 'Turismo', and 'Visite Palmas'. A large image of a waterfall is prominently displayed in the center of the page.

Fonte: www.palmas.to.gov.br (2017)

O destino está presente nas redes sociais de forma espontânea, por conta das postagens realizadas pelos visitantes e as postagens foram encontradas através da busca pela #taquaruçu. Não existe nenhuma rede social oficial. As postagens dos visitantes reforçam a imagem do destino de contato com a natureza, cachoeiras, esporte e tranquilidade, conforme segue.



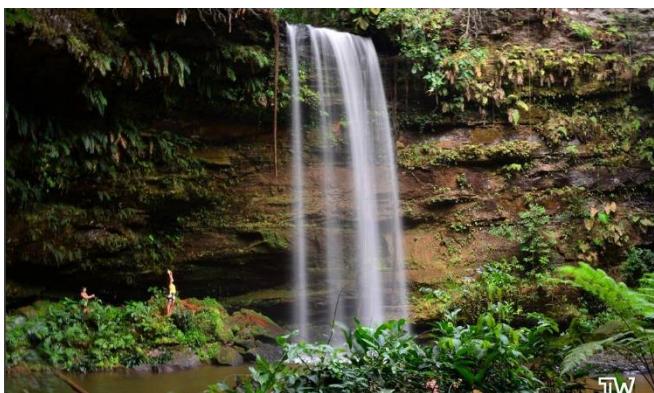


marcelo_bran
Cachoeira do Evislon [Follow](#)

84 likes 7w

marcelo_bran Conhecendo as cachoeiras do Taquaruçu. #Tocantins #palmas #taquaruçu #cachoeiradoevislon

[Add a comment...](#) [... o o o](#)



thiagowahlbrink [Follow](#)

43 likes 2d

thiagowahlbrink Cachoeira do Evislon - Região serrana de Palmas-TO, Taquaruçu.

#wahlbrink_Fotografia
#tocantins
#palmas#Taquaruçu#cachoeira#photo#photography
photo.graphy_ng wow

[Add a comment...](#) [... o o o](#)



isasgratao Roncadeira Waterfall [Follow](#)

85 likes 2w

isasgratao Volta aos treinos hoje com essa mulher incrível, me ensinando sempre sobre superar seus próprios limites.

#bike #speed #vicini #subida #bikegirl
#bikeride #bikers #bicicleta #superacao
#amizade #nsqf #brutodemais
#facanacaveira #roncadeira #pedal
#borapedalar #pedalnaveia #giro #nfg
#paixao #calor #Taquaruçu
#equipeandrevillarinho #andrevillarinho
blacbikes nice

nil_hagedeit Obrigada por tudo minha amiga @isasgratao!!! Pela força, amizade e por essa alegria contagiatante de sempre!!! 

[Add a comment...](#) [... o o o](#)



A última postagem foi a única visitante que associou a experiência do Jalapão com a de Taquaruçu, por ter feito em uma única viagem. Ou seja, esta proximidade com um destino consolidado nacional e internacionalmente pode ser positivo e melhor trabalhado, principalmente porque Taquaruçu é considerado a Porta do Jalapão.

A partir destas análises relacionadas a oferta turística do destino, foi possível hierarquizar os atrativos naturais com base na metodologia do Ministério do Turismo, já que trata-se da real motivação dos turistas para visitarem Taquaruçu.

4. HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURAIS

Após o levantamento dos atrativos, foi identificada a vocação do destino para os segmentos turísticos que tem como matéria-prima os recursos naturais. Desta forma, foram hierarquizados os atrativos naturais conforme metodologia que segue, tendo em vista compreender quais são os atrativos âncora do destino. Ou seja, quais são os atrativos mais competitivos e que podem ser explorados no posicionamento e promoção da região para a atração do fluxo turístico.

4.1 Metodologia

Para a hierarquização dos 11 atrativos naturais foi adotada a metodologia do Ministério do Turismo, conforme exigência do Termo de Referência deste projeto que prevê a

análise a partir de 7 critérios que seguem realizada por um turismólogo e especialista em Ecoturismo.

- **Potencial de Atratividade:** aponta qual o nível da capacidade do atrativo em motivar o deslocamento de pessoas para visitação.
- **Grau de Uso Atual:** avalia o fluxo atual de visitantes que o atrativo recebe e a sua importância para o destino.
- **Representatividade:** avalia a singularidade ou raridade do atrativo. Quanto mais semelhante a outros atrativos, menos interessante ou prioritário. Para este diagnóstico, a análise da singularidade ou semelhança teve como base de comparação com os atrativos da região de Taquaruçu e não com atrativos de outros destinos do mesmo segmento.
- **Apoio local comunitário:** avalia o grau de interesse da comunidade local e a disponibilidade ao público.
- **Estado de conservação da paisagem circundante:** avalia o estado de conservação do entorno do atrativo.
- **Infraestrutura:** avalia qual a estrutura atual do atrativo e suas condições.
- **Acesso:** verifica as vias de acesso existentes e as condições de uso destas.

Abaixo é apresentada a tabela com os critérios e pontuação como forma de ilustrar a metodologia adotada no presente trabalho.

Critérios		Valores				
		0	1	2	3	Nota
Hierarquia	Potencial de Atratividade	Nenhum	Baixo	Médio	Alto	
	Grau de Uso Atual	Fluxo insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade de fluxo	Grande fluxo	
	Representatividade X 2	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro	
	Apoio Local Comunitário	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade	
	Estado de conservação da paisagem circundante	Péssimo	Regular	Bom	Ótimo	
	Infraestrutura	Inexistente	Estado precário	Necessita de intervenções/melhorias	Ótimas condições	
	Acesso	Inexistente	Estado precário	Necessita de intervenções/melhorias	Ótimas condições	
	TOTAL					

Tabela – Matriz de Hierarquização dos Atrativos

Fonte: Programa de regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil,2005.

Para cada critério adota-se uma pontuação de 0 a 3, sendo que 0 é a pior nota e 3 a melhor. Para os critérios “Potencial de Atratividade” e “Representatividade” a pontuação é dobrada por serem itens importantes para avaliar a competitividade do atrativo comparando com os demais.

4.2 Resultados

Após a análise e aplicação da metodologia conclui-se que a Cachoeira da Roncadeira, Evilson e das Araras são os tres atrativos-âncora do destino porque obtiveram as maiores notas finais. Elas se destacam no ítem “potencial de atratividade” e “representatividade”, por terem uma beleza cênica e um volume de água que se destaca diante das demais. A da Roncadeira também se destaca no ítem “grau de uso atual”, pois trata-se do atrativo mais visitado no quesito volume e frequência, e também é o

mais divulgado nas redes sociais pelos visitantes de Taquaruçu. Tanto o grau de uso como a infraestrutura foram criterios mal avaliados pois, conforme já citado, é necessário um investimento em estrutura, acessibilidade, sinalização das trilhas, receptivo,etc.

Com relação ao apoio da comunidade, a nota foi igual para todos os atrativos porque a comunidade apoia razoavelmente a atividade turística, mas usufruem e conhecem pouco a região e os atrativos turísticos. O acesso é um ponto forte para a maioria, a chegada é através das rodovias asfaltadas, ou então de estradas vicinais em boas condições, com exceção da Cachoeira do Vai Quem Quer, que a chegada é muito ingrime, de terra e cheia de buracos e a Pedra do Pedro Paulo que conta com uma trilha precária, a subida é íngreme, margea uma serra, há perigo de deslizamento e sem estrutura de segurança.

Tabela – Hierarquização dos atrativos naturais

No	ATRATIVOS	CRITÉRIOS																								TOTAL			
		Potencial de Atratividade X2				Grau de uso atual				Representatividade X2				Apoio local e comunitário				Estado de conservação da paisagem circundante				Infraestrutura				Acesso			
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	1	2	3	
1	Cachoeira do Evilson			4			1					4					2			2					2		2	2	17
2	Cachoeira Taquaruçu		2				1				2					2			1					1		2	2	11	
3	Cachoeira Roncadeira			4				2				4				2			2					2		2	2	18	
4	Cachoeira do Macaco		2					2			2					2			2					2		2	2	14	
5	Cachoeira Sambaíba		2				1			2					2			1					1			2	11		
6	Cachoeira Vai Quem Quer		2					1			2					2			1					1		1	1	10	
7	Cachoeira das Araras na Fazenda Ecológica			4			1				4				2			2					1			2	16		
8	Parque Estadual do Lajeado		2					1			2					2				3				2		2	2	14	
9	Balneário Lajeiro		1				1			0					2			1					1				6		
10	Balneário Recanto Ousadia	0					1			0					2			1					1			2	7		
11	Pedra do Pedro Paulo		2			0				2					2			2		0				1	2		11		

Fonte: BMiBrasil (2016)

5. ANÁLISE DOS ATRATIVOS POTENCIAIS

Em um passado recente, foram levantadas 82 atrativos naturais como cachoeiras, paredões, grutas, córregos e mirantes, que permite a prática de atividades como rapel, tirolesa, trilhas - tanto a pé quanto de bicicleta, que não foram georreferenciados. No entanto, os atrativos turísticos são aqueles locais que contam com um recurso natural ou cultural que seja motivador de fluxo, mas que tenha a infraestrutura necessária para ser divulgado e comercializado.

Por isso, estes atrativos identificados em 2001 foram reavaliados tendo vista concluir qual é a potencialidade da região, quais são os atrativos a serem trabalhados a curto e médio prazo, e quais são apenas recursos naturais.

5.1 Metodologia

A metodologia de avaliação dos atrativos potenciais foi embasada na metodologia de hierarquização de atrativos (MTur/OMT/CICATUR) e será utilizada para apontar quais são, de fato, os potenciais atrativos da região em estudo.

Antes de iniciar a avaliação o primeiro passo foi identificar os atrativos considerados potenciais, elaborando uma matriz. (anexo VII). Posteriormente, foram considerados dois critérios para primeira eliminação: Como a maioria dos recursos naturais estão em propriedades privadas, é imprescindível haver o interesse do proprietário em abrir o local para visitação, a disposição em investir e o acesso mínimo para alcançar o recurso e fazer a análise. Esta análise inicial foi feita com base nas fontes secundárias e juntamente com guias locais e integrantes da comunidade que apoiaram o primeiro levantamento.

Em seguida, foi realizada uma análise *in loco* durante 10 dias, quando foram considerados os critérios como:



]

- **Distância:** Da área urbana do distrito, onde está concentrada a maior quantidade de meios de hospedagem.
- **Acesso:** Facilidade para acessar o recurso potencial.
- **Singularidade:** Avaliar se trata-se de um atrativo potencial comum, diferente dos demais ou único.
- **Estrutura:** Existência de estrutura mínima.
- **Conservação da paisagem de entorno:** Como está a conservação do meio ambiente que circunda o potencial, se existe desmatamento, erosão, etc
- **Disposição para investimento:** Se o proprietário está planejando investir, se está investindo ou se não tem interesse.

Foi estruturada uma ficha aplicada em cada atrativo potencial visitado, que foi geolocalizado e conta com registro fotográfico.

Para cada critério foi aplicada pontuação de 1 a 3, sendo que 1 é a pior nota e 3 a melhor. Os critérios Singularidade e Disposição para Investimento tem peso maior, pois são itens considerados indispensáveis para que o potencial se transforme de fato em um atrativo turístico.

Seguem as dimensões e criterios analisados que culminam na pontuação final.

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO			NOTA
	1	2	3	
ACESSO	Péssimo	Bom	Ótimo	
DISTÂNCIA DO CENTRO DO DESTINO	Mais de 30 km	De 10 a 20 km	Até 10 km	
SINGULARIDADE	Baixa	Média	Alta	
ESTRUTURA	Sem estrutura	Em estruturação	Estruturado*	
CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM DE ENTORNO	Péssimo	Bom	Ótimo	
DISPOSIÇÃO PARA INVESTIMENTO	Não vai investir	Previsão de investimento	Investimento em curso ou realizado	

TOTAL

Cada atrativo potencial ou recurso natural pode somar até 36 pontos. Segundo a metodologia, as pontuações indicarão a sugestão de desenvolvimento em curto, médio ou longo prazo.

- Até 15 pontos são considerados recursos naturais sem potencialidade para atividade turística.
- De 16 a 20 pontos podem ser trabalhados em médio prazo.
- Acima de 20 pontos trata-se de um atrativo potencial caso o critério 6 obtenha pontuação média ou máxima.

5.2 Resultados

Foram levantados 87 recursos naturais para serem avaliados, e foram visitados 44 destacados em amarelo, conforme planilha que segue.

Listas de Atrativos Potenciais Taquaruçu					Listas de Atrativos Potenciais Taquaruçu Grande
Vale do Taquaruçu Grande	Vale do Taquaruçu	Vale do Mutum	Vale do Vai Quem Quer	Vale da Piabanha	Cachoeira da roda
Cachoeira do Coqueirinho	Cachoeira da Pedra Caída	Cachoeira da Moça	Lago Atraca	Cachoeira da Natália	Cachoeira Gêmeas (mato verde)
Cachoeira da Gruta	Cachoeira da Lourival	Cachoeira do Melquíades	Lago Gameleira	Cachoeira da Boa Esperança I	Trilha/cachoeira da careta e pedra do elefante
Cachoeira São José	Cachoeira da Pedra Grande	Cachoeira Maracanã	Lago Ingazeira	Cachoeira da Boa Esperança II	Trilha/cachoeira da caverna
Cachoeira da Caverna	Cachoeira do Córrego do Titico	Cachoeira do Sufoco	Lago Sandra Dágua	Cachoeira da Boa Esperança III	Trilha/cachoeira da escadaria
Cachoeira Bevenuto (Araras)	Cachoeira Córrego do Branco	Cachoeira de Coca	Lago Imabaúba	Cachoeira do Córrego do Severo	Cachoeira da Chuva
Cachoeira Pontal da Serra	Cachoeira da Pedra	Vão do Mutum	Lago Mirindiba	Cachoeira da Estivinha I	Cachoeiras das Jaboticabas
Cachoeira do Zeca	Cachoeira da Coral	Cachoeira do Vão Feio	Lago Jango	Cachoeira da Estivinha II	Caverna do Cabeludo
Cahoeira do Serrote	Cachoeira da Cobra Coral	Cachoeira do Primeiro Vão	Lago Cajarana	Cachoeira Taíba Brava	Pinturas Rupestres do Zé Japão
Cachoeira Mato Verde	Cachoeira da Pedra do Amolar	Cachoeira João Mole	Lago Jaborandi	Gruta Boa Esperança -	Pinturas Rupestres do Arupanga
Cachoeira da Escadaria	Cachoeira do Antonio Preto	Cachoeira do Moraes	Lago Jequitiba	Cachoeira da Imbaúba	Mirante Morro dos Totens
Vale do Sumidouro	Cachoeira da Barriguda	Cachoeira do Brejo do Meio	Lago Cachimbeiro		Mirante do Voo Livre
Cachoeira do Brejo da Lagoa	Cachoeira da Dona Adelina	Cachoeira da Vicentina	Lago Candiru Vermelho		Mirante do Morro Redondo
Cachoeira do Sumidouro	Cachoeira do Pau Torto	Ribeirão do Mutum	Cascata das Tres Quedas		Mirante do Cristo
Pedra da Torre	Cachoeira dos Degraus	Cachoeira do Mel			Fazendinha da Serra
Pedra do Trono	Cachoeira da Lagoa Azul	Cachoeira do Escorrega			Chácara Parque Estância Marina
Cachoeira do Buriti					Chácara Garra
Cruzeiro de Taquaruçu					Cachoeiras do Marmelada

6. ANÁLISE DAS 15 DIMENSÕES ESSENCIAIS DO DESTINO

A fim de analisar a competitividade da Região da Bacia do Ribeirão do Taquaruçu para a atividade turística, aplicou-se uma metodologia desenvolvida pela Fundação Barcelona Media, adaptada pela Barcelona Media Inovação Brasil que fundamenta-se na análise de 15 elementos essenciais para o desenvolvimento da atividade.

6.1 Metodologia

Estas análises foram baseadas em percepções qualitativas durante:

- As entrevistas para o inventário.
- A aplicação de um cliente oculto em 10 empreendimentos entre meios de hospedagem, restaurantes e atrativos para analisar a divulgação, atendimento, infraestrutura e acesso (Relatório do Cliente Oculto - Anexo).
- Entrevistas com lideranças do município para compreender a percepção, expectativas e planejamentos para o turismo da Região da Bacia do Ribeirão do Taquaruçu. (Relatório das Entrevistas – Anexo).
- Grupos focais com a comunidade de Taquaruçu e Taquaruçu Grande também foram realizados para entender a percepção e expectativas com relação a atividade turística. (Relatório dos Grupos Focais – Anexo).

Diante das informações, a equipe técnica indicou se era positivo ou negativo as 135 evidências, divididas nas 15 dimensões. Ao final, foi gerada uma pontuação por dimensão totalizando de 0 a 9, além da descrição justificando cada dimensão. Estas notas indicam:

- 0 a 4 - Nível ruim. São necessárias ações de intervenção de curto prazo para melhoria da competitividade do destino.
- 5 a 6 – Nível mediano. São necessárias ações de médio prazo
- 7 a 9 – Nível bom. As ações necessárias são para reforçar o ponto positivo.



As análises realizadas pela equipe estão presentes no anexo IX desse documento, resultando na análise da situação atual do destino, o que embasará análise estratégica e o planejamento.

5.2 Resultados

De acordo com a metodologia, a Análise das 15 dimensões permite avaliar os pontos negativos e positivos do destino que são apresentados conforme seguem.

DIMENSÃO	RANKING
	Pontuação
Facilidade de Acesso	7
Características Gerais	6
Tranquilidade e Segurança	6
Alimentação	6
Hospedagem	4
Turismo Gerando Renda	4
Interação da Comunidade com a Atividade Turística	3
Espaço para Compras	3
Variedade de Atividades	2
Facilidade de Conhecer e Contratar Atrações	2
Cooperação Público e Privada	1
Clareza do Posicionamento do Destino	0
Visibilidade do Destino no Mercado Emissor	0
Facilidades para Públicos Específicos	0
Conhecimento da Demanda	0

Fonte: BMiBrasil (2016)

Das 15 dimensões, 11 foram avaliadas com notas entre 0 e 4, o que indica a necessidade intervenção para aumento da competitividade que é baixa, de acordo com a média obtida de 2,93 pontos.

Um dos principais pontos fracos identificados foi a dimensão “Conhecimento da demanda”, que trata-se da investigação periodica e sistematizada do perfil, motivações

e expectativas dos turistas que visitam a região. Foram encontradas apenas pesquisas realizadas durante o Festival Gastronômico, mas as informações geradas não são compartilhadas com os empresários, segundo as entrevistas. Ter estes dados permite que adequações, ações de melhoria e inovações sejam aplicadas na oferta turística, de forma que o destino se posicione melhor, atraia fluxo turístico e ainda se satisfaça com a experiência.

A clareza do posicionamento é uma dimensão que deve ser apoiada pelos dados informações relacionados à demanda e à oferta, ou seja, trata-se da definição de como o destino irá se posicionar no mercado turístico. Este é um ponto que também precisa ser trabalhado, mas através de ações deste projeto já constatou-se que a oferta está diretamente ligada à natureza e que os visitantes, que compartilham Taquaruçu nas redes sociais, mencionam a tranquilidade e contato com a natureza como pilares importantes da experiência no local.

Outro ponto fraco é a “Visibilidade do Destino no Mercado Emissor.” O nome Taquaruçu é pouco divulgado, pode ser encontrado escrito com Ç, SS ou Taquaruçu do Porto e, apesar de contar com um site, as informações não estão completas. Isso dificulta muito sua divulgação porque a maioria dos turistas atualmente pesquisa na internet para definir e planejar seu destino de viagem.

Falando dos pontos positivos, a “Facilidade de Acesso” é a dimensão com a melhor avaliação. Como trata-se de um distrito da capital do Estado de Tocantins, o aeroporto está muito próximo e pode ser acessado por vias asfaltadas e em boas condições. Apesar disso não existem muitas opções de transporte público com linhas regulares ligando o distrito, mas há locadora de veículos e taxi à disposição que levam até Taquaruçu.

Características Gerais e Tranquilidade e segurança foram dimensões que alcançaram notas medianas. O destino conta com Serras, como a Serra de Taquaruçu que divide Taquaruçu de Taquaruçu Grande e a Serra do Lajeado, além de paisagens com a

vegetação do cerrado e transição para Floresta Amazônica em alguns pontos, ainda preservados. É um local aconchegante, de gente hospitaleira, cheio de cachoeiras de águas frias e temperatura mais amena que do centro da capital. Isto associado a tranquilidade e a segurança fazem do destino um refúgio para moradores do plano diretor de Palmas e cidades vizinhas.

Os demais itens receberam notas intermediárias ou baixas e estão detalhadas no anexo.

7. CONCLUSÃO

A Bacia do Ribeirão do Taquaruçu conta com muitas belezas naturais por causa da sua localização, geología, hidrografia, vegetação e clima. Os principais atrativos estão relacionados aos ambientes naturais como cachoeiras, balneários, trilhas, rapel e tirolesa e a cultura ainda é pouco explorada. A oferta de equipamentos ainda é pequena e pouco estruturada devido a baixa incidência de visitação, se comparado a outros destinos turísticos consolidados. Ou seja, trata-se de um local em desenvolvimento e pouco conhecido no mercado quando o assunto é a atividade turística.

Em 2001, foi realizado um levantamento que considerou todo e qualquer recurso natural da região como atrativo turístico. Este resultado foi divulgado para a comunidade e para o mercado. Porém, após a inventariação e análise da potencialidade do destino, constatou-se que muitos não se configuram como um potencial atrativo, tratam-se apenas de recursos naturais. Exemplo disso são os “lagos” ao longo do Ribeirão São João no Vale do Vai-Quem-Quer, que são poços de água. Outro exemplo são as formações geológicas como os Vãos do Mutum e Feio, que são buracos em difíceis de serem acessados e não foi possível identificar seu potencial turístico.

Mesmo os recursos classificados como potenciais atrativos necessitam de investimento em estrutura, acesso, sinalização interna para transformá-los em atrativos de fato. E será necessário uma sensibilização dos proprietários pelas lideranças do destino para a

importância e os benefícios da atividade turística, já que não foi percebido, na grande maioria dos casos, interesse em investir.

Atualmente a promoção de Taquaruçu é feita com base nos levantamentos de 2001 e indicam mais de 80 potenciais atrativos, inclusive divulgadas em mapas tanto no Catur – Centro de Informação Turística do Aeroporto, quanto em Taquaruçu. Esta divulgação divulgou uma imagem e gerou expectativas maiores do que a real oferta.

Com relação a Taquaruçu Grande, a comunidade ainda não possui atrativos estruturados, mas conta com alguns potenciais em fase de estruturação e que podem agregar valor e diversificar a oferta de Taquaruçu. Como exemplo podem ser citados a Fazendinha da Serra que pretende oferecer uma experiência no meio rural através da colheita e da degustação da jaboticaba. A Chácara Parque Aventura e Cia que está estruturando um complexo de Ecoturismo e Aventura, além da venda de doces e a Estância Marina com café na roça e, futuramente, um meio de hospedagem.

Existem algumas cachoeiras com bom potencial no Vale do Taquaruçu Grande e que podem ser trabalhadas em roteiros que interliguem com Taquaruçu.

A paisagem de entorno possui beleza cênica, por conta do tamanho do vale e das Serra que entornam o território.

Recomenda-se focar nos potenciais em fase de estruturação, bem como realizar um trabalho de sensibilização com algumas Chácaras que alugam para eventos, como a Cachoeira do Vale, para que possam trabalhar também com Day use, uma vez que possui recursos naturais como a cachoeira e que podem agregar valor a oferta da região.

Como sugestão dessa consultoria, tanto o SEBRAE, quanto a Agencia de Turismo de Palmas, devem elaborar um Programa de apoio ao proprietário que tenha um potencial natural e deseje investir para transformá-lo em um atrativo. Esse programa deve ser trabalhado em médio prazo e divulgar, utilizando todos os canais de comunicação

disponíveis na região – distribuição de panfletos, cartazes nas padarias, comércio, igrejas, e aqueles que tenham interesse busquem o apoio do SEBRAE que pode disponibilizar consultoria especializada para realizar diagnóstico individual. Desta forma, a estratégia pode ser mais efetiva, ou seja, em vez de se levantar todos os possíveis potenciais da região e depois não existir ações para estruturar esses potenciais, ou até mesmo os proprietários não tiverem interesse, aqueles que tiverem interesse se manifestem. Desta forma, acredita-se que as ações de desenvolver e estruturar novos atrativos seja mais objetiva e efetiva.