

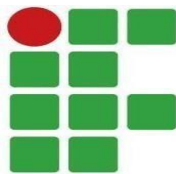
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS**  
**CAMPUS PALMAS**  
**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

**FABIANA PAULINO SILVA**

**DESAFIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE  
TURISMO DE PALMAS-TO: UMA ANÁLISE ESTRATÉGICA DE CURTO  
PRAZO**

**PALMAS**

**2025**



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS**  
**CAMPUS PALMAS**  
**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

**FABIANA PAULINO SILVA**

**DESAFIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE**  
**TURISMO DE PALMAS-TO: UMA ANÁLISE ESTRATÉGICA DE CURTO**  
**PRAZO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – Campus Palmas, como exigência à obtenção do grau de formação em Tecnóloga em Gestão de Turismo.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Doutora Geruza Aline Erig

**PALMAS**

**2025**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Bibliotecas do Instituto Federal do Tocantins**

---

S586d Silva, Fabiana Paulino  
DESAFIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO MUNICIPAL  
DE TURISMO DE PALMAS-TO: UMA ANÁLISE ESTRATÉGICA DE  
CURTO PRAZO / Fabiana Paulino Silva. – Palmas, TO, 2025.  
28 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em  
Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia  
do Tocantins, Campus Palmas, Palmas, TO, 2025.

Orientadora: Dra. Geruza Aline Erig

1. Plano de Desenvolvimento Turístico. 2. Turismo. 3. Palmas. I. Erig,  
Geruza Aline. II. Título.

**CDD 338**

---

A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, deste documento é autorizada para fins de estudo e  
pesquisa, desde que citada a fonte.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica do IFTO com os dados fornecidos pelo(a)  
autor(a).

**FABIANA PAULINO SILVA**

**DESAFIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO MUNICIPAL DE  
TURISMO DE PALMAS-TO: UMA ANÁLISE ESTRATÉGICA DE CURTO  
PRAZO**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
à Coordenação do Curso de Gestão de Turismo  
do Instituto Federal do Tocantins – Campus  
Palmas, como exigência à obtenção do grau em  
Gestora de Turismo.**

**Aprovado em: 28/02/2025**

**BANCA AVALIADORA**

---

**Profa Dra Geruza Aline Erig  
(Orientadora) IFTO – Campus Palmas**

---

**Profa Dra Mary Lucia Gomes Silveira de Senna  
IFTO – Campus Palmas**

---

**Profa Mestra Janaina Maria Andrade Aires Fonseca  
IFTO – Campus Palmas**

Dedico este trabalho a Deus, que me guiou com amor e sabedoria nos momentos de dúvida. À minha família, pelo apoio constante, orações e incentivo incondicional. E a mim mesma, para que eu jamais esqueça que ser fiel à minha essência é o que me torna capaz de superar desafios e conquistar o que Deus preparou para mim.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, por Sua graça, força e sabedoria, que me sustentaram em cada etapa desta jornada. À minha família, por estar sempre ao meu lado, incentivando-me e lembrando-me do quanto sou capaz. À minha psicóloga, por me ajudar a manter a sanidade mental nos momentos mais complicados e por ser essencial para que eu conseguisse, enfim, concluir este ciclo tão significativo na minha vida. Aos professores que cruzaram meu caminho ao longo do curso, sou profundamente grata pelo conhecimento transmitido, pela paixão com que ensinaram e por despertarem ainda mais minha paixão pela profissão. E, de maneira muito especial, à minha orientadora, cuja orientação, paciência e incentivo foram fundamentais para a realização deste trabalho. Sua dedicação foi um verdadeiro farol em momentos de incerteza, trazendo inspiração e ânimo quando tudo parecia perdido. A todos vocês, meu mais sincero e profundo agradecimento.

Que a tua vida não seja estéril. Sê útil. Deixa rasto.

São Josemaria Escrivá

## **RESUMO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) teve como objetivo analisar os desafios enfrentados na implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO no curto prazo. Para isso, utilizou-se uma abordagem qualitativa de pesquisa, baseada na coleta de dados por meio de um questionário direcionado à Agência de Turismo do Município de Palmas-TO. Os resultados evidenciaram que, ao longo dos três anos de implementação do plano, algumas metas de curto prazo foram realizadas, porém sem impactos significativos no desenvolvimento do setor turístico. Observe-se, ainda, que as respostas não apresentaram detalhamento sobre as ações efetivamente realizadas, dificultando uma avaliação precisa dos avanços e entraves do plano. Essa lacuna reforça a necessidade de estudos acadêmicos futuros que aprofundem a análise dos desafios e proponham estratégias para aprimorar a eficácia das políticas de desenvolvimento turístico do município.

**Palavras-chaves:** Plano de Desenvolvimento Turístico, Turismo, Palmas

## **ABSTRACT**

This Final Course Work (TCC) aimed to analyze the challenges faced in the implementation of the Palmas-TO Tourism Development Plan in the short term. To this end, a qualitative research approach was used, based on data collection through a questionnaire addressed to the Tourism Agency of the Municipality of Palmas-TO. The results showed that, over the three years of implementation of the plan, some short-term goals were achieved, but without significant impacts on the development of the tourism sector. It should also be noted that the responses did not provide details on the actions actually carried out, making it difficult to accurately assess the advances and obstacles of the plan. This gap reinforces the need for future academic studies that deepen the analysis of the challenges and propose strategies to improve the effectiveness of the municipality's tourism development policies.

**Keywords:** Tourism Development Plan, Tourism, Palmas

## Sumário

1 – Introdução .....	09
2 – Problema de Pesquisa .....	10
3 – Justificativa .....	11
4 – Objetivos .....	12
4.1 – Objetivo Geral.....	12
4.2 – Objetivos Específicos.....	12
5 – Revisão de Literatura .....	12
6 – Metodologia .....	15
7 – Resultados .....	15
8 – Considerações Finais .....	25
Referências.....	26
Apêndice .....	28

## 1 - INTRODUÇÃO

O planejamento turístico é um processo estratégico fundamental para organizar e direcionar o desenvolvimento do turismo em uma determinada região, cidade ou país. Esse planejamento envolve uma análise minuciosa dos recursos e potencialidades disponíveis, considerando aspectos naturais, culturais, históricos e econômicos. Além disso, estabelece objetivos claros, metas viáveis e estratégias eficazes para promover e gerenciar o turismo de maneira integrada e sustentável. Trata-se de um instrumento essencial para localidades que buscam utilizar seus recursos de forma eficiente, equilibrada e com respeito ao meio ambiente, maximizando benefícios sociais e econômicos para as comunidades locais.

O Brasil, composto por 26 estados e um Distrito Federal, reúne 27 capitais que refletem uma rica diversidade histórica e cultural. Entre elas, destaca-se Salvador (BA), a mais antiga, fundada em 1549, que desempenhou um papel central no período colonial. Por outro lado, Palmas (TO), fundada em 1989, é a mais jovem, projetada para ser a capital do recém-criado estado do Tocantins. Apesar de sua recente criação, Palmas apresenta um crescimento contínuo em infraestrutura, serviços e atrativos turísticos, consolidando-se como uma cidade planejada que busca atender às demandas crescentes de visitantes e moradores.

O potencial turístico de Palmas tem se refletido em números crescentes de visitantes. Segundo o Observatório do Turismo Estadual (2024) o número de passageiros desembarcados na cidade registrou um aumento significativo nos últimos anos. Em 2022, foram registrados 299.244 desembarques, enquanto em 2023 esse número subiu para 351.757, representando um crescimento de 52.513 desembarques. Esses dados demonstram a relevância da capital no cenário turístico regional e nacional, bem como seu papel estratégico na promoção do turismo sustentável e no fortalecimento da economia local.

Além de sua importância como porta de entrada para o Jalapão, uma das regiões turísticas mais emblemáticas do Brasil, Palmas possui uma série de atrativos que incentivam os visitantes a explorarem a cidade. Entre os destaques estão as praias urbanas, como a Praia da Graciosa, Praia do Caju e Praia do Prata, que oferecem opções de lazer e relaxamento em contato com a natureza. A cidade também tem em espaços que promovem a cultura e a convivência, como a Feira do Bosque, o Palacinho e a Praça dos Girassóis, reconhecida como uma das maiores praças públicas do mundo, de acordo com o Governo do Tocantins. Outro diferencial são as feiras populares, como as da 304 Sul, do Jardim Aurenny e das Arnos, que valorizam a diversidade cultural e gastronômica local, tornando a experiência turística ainda

mais autêntica. Dessa forma, Palmas se consolida como um destino promissor, que alia modernidade, planejamento e a valorização de seus recursos naturais e culturais.

Nessa perspectiva, o objetivo do planejamento é garantir que as atividades inerentes à gestão de um destino sejam conduzidas de forma eficiente. É por meio dele que as ações necessárias para consecução das funções da gestão de destino devem ser pensadas, na forma de planos, programas e projetos. ( KÖRÖSSY, N.; HOLANDA, L. A. de; CORDEIRO, I. D. e., 2022).

Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar os desafios relacionados à implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO, considerando os aspectos que influenciam direta ou indiretamente esse processo, como limitações estruturais, políticas públicas, envolvimento da comunidade local e atratividade turística.

Para alcançar esse objetivo, foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa, baseada na aplicação de questionário direcionada a Agência Municipal de Turismo. A pesquisa visa compreender as percepções e identificar os principais entraves e oportunidades para o desenvolvimento de um turismo sustentável e eficiente na capital mais jovem do Brasil, contribuindo, assim, para o debate sobre o planejamento estratégico em destinos emergentes.

## **2- PROBLEMA DA PESQUISA**

O estado do Tocantins é constituído por 139 municípios e se divide em 7(sete) regiões turísticas (Ministério do Turismo), tem no turismo uma das atividades econômicas mais relevantes para o estado e vem se destacando por seu potencial e produtos nos mercados: nacional e internacional (GOVERNO DO ESTADO, 2021).

Levando em consideração que a atividade turística precisa ser bem planejada para que garanta a satisfação tanto dos turistas, dos prestadores de serviço e dos moradores locais, a pesquisa buscou analisar os desafios para a Implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO, uma vez que Palmas é a capital do estado e porta de entrada para outros grandes pontos turísticos do estado, como por exemplo o Jalapão.

Outro fator que impulsiona esta pesquisa é a implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico, denominado 'Palmas + 10 anos', lançado e vigente no período de 2020 a 2030. Esse documento foi elaborado pela Prefeitura de Palmas em colaboração com o Sebrae, apresentando metas a curto (até 3 anos), médio (de 04 a 07 anos) e longo prazo (entre 08 e 10 anos).

Sendo assim, observando que já se completam 4 anos da elaboração e implantação do Plano Municipal de Turismo de Palmas-TO, torna-se relevante analisar: quais os desafios para a Implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO, Palmas + 10 anos, a curto prazo?

### 3 – JUSTIFICATIVA

No decorrer desta pesquisa, observou-se que, por meio de um Plano Municipal de Turismo torna-se possível identificar os pontos fortes e fracos, os atrativos e os recursos receptivos do município, entre outros fatores. Esses elementos permitem que gestores, empresários do setor e a própria comunidade compreendam sua situação atual e projetem, de forma estruturada e consciente, o desenvolvimento futuro, evitando ações impulsivas.

Portanto, esta pesquisa teve como objetivo analisar os desafios enfrentados pelo município de Palmas-TO na implementação, a curto prazo, do Plano Municipal de Turismo. Considerando que o plano foi lançado há aproximadamente quatro anos, o estudo visa contribuir para o entendimento, tanto por parte dos gestores municipais quanto da comunidade, sobre a importância de concretizar as ações planejadas. A efetiva execução do plano poderá aumentar a oferta e a demanda turística, promovendo, assim, a dinamização da economia local.

A análise dos desafios na implementação do Plano Municipal permite identificar oportunidades para reforçar a identidade cultural de Palmas. Através do planejamento e execução efetiva, os atrativos locais podem ser melhor promovidos e integrados a circuitos turísticos regionais e nacionais, favorecendo não apenas o aumento da visibilidade do município, mas também a preservação de seu patrimônio histórico, cultural e ambiental.

O estudo contribuiu para a reflexão sobre como o planejamento turístico pode integrar práticas sustentáveis, promovendo um equilíbrio entre desenvolvimento econômico e preservação ambiental. Além disso, a implementação do plano pode incentivar ações inclusivas, garantindo que os benefícios do turismo sejam acessíveis a diferentes grupos da população, fomentando uma distribuição mais equitativa dos resultados econômicos e sociais.

A análise dos desafios enfrentados pelo município de Palmas- TO na implementação do Plano Municipal de Turismo, a curto prazo, é essencial para compreender os entraves que comprometem o desenvolvimento do setor turístico local. Este estudo reforça a necessidade de uma gestão estratégica que permita não apenas a execução das ações planejadas, mas também a valorização do potencial turístico da cidade, promovendo benefícios socioeconômicos de forma sustentável e integrada. Ao identificar os obstáculos e propor caminhos para superá-los, busca-se contribuir para a consolidação de Palmas como um destino turístico estruturado, competitivo e alinhado às demandas do mercado, beneficiando gestores, empresários e a comunidade local.

A escolha do objeto desse estudo se justifica pela escassez de pesquisas e materiais publicados sobre a temática, bem como pelo fato de o plano estar no seu quarto ano de implementação. Isso nos leva a uma análise sobre o cumprimento ou não das metas estabelecidas para o curto prazo (até 3 anos).

Assim, essa pesquisa torna-se relevante e destaca sua contribuição para o desenvolvimento do turismo no município, criando um caminho para as discussões futuras.

## **4 – OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo geral**

- Analisar os desafios para a Implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO entre 2020 e 2023.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Identificar os principais fatores estruturais, econômicos, políticos e sociais que têm dificultado a implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO a curto prazo;
- Analisar as estratégias e ações propostas no plano;
- Avaliar em que medida elas têm sido executadas ou enfrentado desafios;

## **5 – REVISÃO DE LITERATURA**

### **5.1 Planejamento turístico**

Em 17 de setembro de 2008, foi publicada a Lei nº 11.771, conhecida como Lei do Turismo. Esta legislação estabelece normas para a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e regulamenta a prestação de serviços turísticos, incluindo o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos. O Art. 1º da Lei define:

"Esta Lei estabelece normas sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos." (Brasil, 2018)

Adicionalmente, a Lei faz referência ao Plano Nacional de Turismo (PNT), descrito no próprio documento como um instrumento para estabelecer diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo. Segundo o PNT-2018, o objetivo principal desse plano é ordenar as ações do setor público, orientando os esforços do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo.

Um Plano de Desenvolvimento Turístico (PDT) é um documento que, baseado no PNT, define diretrizes e estratégias para promover o setor turístico em uma localidade específica, seja em nível municipal ou regional. Para a elaboração de um PDT, é realizado um levantamento abrangente das características do destino, incluindo aspectos geográficos, históricos, sociais, econômicos e políticos, além dos detalhes sobre a infraestrutura básica necessária tanto para os residentes quanto para os visitantes. Esse levantamento inclui a análise dos recursos e atrativos turísticos, bem como da demanda turística, permitindo a identificação do perfil dos visitantes, suas motivações e as potencialidades do destino. Também é possível identificar as áreas que necessitam de melhorias e as inovações necessárias para oferecer uma experiência mais satisfatória aos turistas e estimular a economia local.

A elaboração de um PDT envolve a participação de órgãos públicos, empresas privadas e a comunidade local, sendo um processo colaborativo. Após um período de reuniões, discussões e coleta de informações, o plano é desenvolvido, culminando em estratégias para melhorar o destino. Segundo Gunn (1988 apud BOAHID, 2012),

“Os pontos positivos no que se refere ao planejamento da atividade e seus valores, afirmando que somente o planejamento pode minimizar impactos negativos. Para que seja eficiente, todos os participantes devem estar envolvidos, não apenas os planejadores profissionais. O planejamento turístico deve ser estratégico e integrador.”  
(1988 apud BOAHID, 2012)

## 5.2 Importância de um PDT municipal

O principal objetivo do planejamento turístico é otimizar os benefícios econômicos, sociais e ambientais do turismo, garantindo um crescimento equilibrado e sustentável. Conforme Molina e Rodríguez (2001, p.81) apud NOVO, 2016, os objetivos do planejamento são os seguintes:

a) planejar, em seu sentido mais amplo, implica a identificação de uma série de variáveis com o objetivo de adotar um rumo de ação que, baseado em análises científicas, permite alcançar os objetivos e metas [...];

b) planejar é prever o rumo dos acontecimentos. É um processo contínuo de tomada de decisões coerentes com os objetivos propostos;

c) planejar é um processo sistemático e flexível, cujo único fim consiste em garantir a consecução dos objetivos que, sem este processo, dificilmente poderiam ser alcançados.

O planejamento geralmente inclui as seguintes etapas (BARRETO, 1991 apud BINFARE et al., 2016):

a) Estudo diagnóstico: trata da investigação, reflexão e compreensão da realidade bem como identificação de fatos e tendências;

b) Definição de objetivos: é a tomada de decisão em que se definem o estado das coisas que se pretende atingir com a ação planejada. É preciso clareza e legitimação;

c) Implantação e execução: instalação, execução e funcionamento do empreendimento. É a ação;

d) Controle: acompanhamento com vistas à verificação da correspondência com o planejado, identificação e correção de desvios e/ou bloqueios e fornecimento de subsídios para a etapa seguinte;

e) Avaliação do trabalho: uma crítica pura ou orientada para um replanejamento. Deve considerar não apenas os resultados, mas também a efetivação dos objetivos. O desempenho de todo o projeto é analisado.

A definição e a implementação dos objetivos apresentados são cruciais para o desenvolvimento turístico equilibrado e eficaz de um destino. O aumento da receita gerada pelo

turismo e a criação de empregos locais impulsionam diretamente o desenvolvimento econômico, promovendo maior estabilidade financeira e oportunidades para a população. Paralelamente, a valorização da cultura e do patrimônio local, aliada à melhoria da infraestrutura e dos serviços, contribui significativamente para a qualidade de vida dos moradores e para a experiência dos visitantes.

A adoção de práticas sustentáveis no turismo de Palmas garante que as futuras gerações desfrutem das riquezas naturais da região sem comprometer seu equilíbrio, além de fortalecer a competitividade do destino. Para isso, é essencial um planejamento estruturado, com análise de cenário, definição de objetivos, estratégias e melhorias na infraestrutura. A gestão ambiental minimiza impactos negativos e harmoniza o turismo com a preservação local, enquanto o marketing reforça a identidade da cidade. O monitoramento contínuo permite ajustes para um crescimento sustentável. O desenvolvimento local depende não só dos recursos naturais, mas de ações que transformem esses recursos em produtos e experiências turísticas, visando a competitividade do destino (Goeldner, Ritchie & McIntosh, 2002; Unwto, 2007, apud Körössy, Holanda & Cordeiro, 2022).

### **5.3 Turismo em Palmas**

Palmas, capital do estado do Tocantins, é uma cidade que tem se destacado como um destino turístico em ascensão, oferecendo uma combinação única de atrativos naturais, culturais e históricos. Fundada em 1989, é a capital mais jovem do Brasil e se beneficia de uma localização estratégica, no coração do país, com fácil acesso a outros estados e regiões.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Palmas possui uma população aproximada de 313 mil habitantes (2023) e apresenta um índice de desenvolvimento humano (IDH) elevado em comparação com outras cidades da região Norte.

O setor turístico em Palmas é responsável por impulsionar diversos segmentos econômicos, como hospedagem, alimentação e serviços culturais. Em 2022, segundo dados da Secretaria Municipal de Turismo, a cidade recebeu aproximadamente 350 mil visitantes, com destaque para o ecoturismo e o turismo de negócios.

Entre os principais atrativos de Palmas, destacam-se:

- **Praça dos Girassóis:** Reconhecida como uma das maiores praças urbanas do mundo, abriga monumentos históricos e culturais, como o Memorial Coluna Prestes e o Palácio Araguaia.
- **Lago de Palmas:** Um dos principais pontos de lazer da cidade, oferece atividades como passeios de barco, pesca esportiva e práticas de esportes aquáticos.
- **Feira do Bosque:** Uma feira tradicional que valoriza a cultura local, com artesanato, gastronomia e apresentações culturais.
- **Eventos:** Palmas também se destaca por eventos culturais e esportivos, como o Festival

Gastronômico de Taquaruçu e competições de triatlo.

A cidade conta com uma infraestrutura crescente para atender às demandas do turismo. Atualmente, possui mais de 5 mil leitos em meios de hospedagem, que variam de pousadas simples a hotéis de alto padrão. Além disso, o Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues, principal porta de entrada da cidade, registrou um aumento de 12% no fluxo de passageiros em 2022 em relação ao ano anterior, refletindo o crescimento da demanda turística.

Apesar dos avanços, Palmas ainda enfrenta desafios relacionados à promoção turística e à ampliação de sua infraestrutura. A implementação do Plano Municipal de Turismo surge como uma oportunidade de alavancar o potencial turístico da cidade, por meio de ações integradas e sustentáveis. Os dados apresentados reforçam a relevância de pesquisas que busquem compreender e superar os entraves enfrentados pelo setor, promovendo a consolidação de Palmas como um destino competitivo e atrativo no mercado turístico.

## **6 - METODOLOGIA**

Para estruturar a metodologia desse trabalho é importante definir uma abordagem que permita identificar, analisar e interpretar os múltiplos fatores (estruturais, econômicos, políticos e sociais) que influenciam a implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO, além de compreender os desafios enfrentados pelos diversos atores envolvidos.

Nesse sentido, o projeto foi desenvolvido por meio de uma pesquisa qualitativa e descritiva, utilizando a aplicação de um questionário com perguntas abertas, respondido pela Diretoria de Estruturação Turística da Secretaria de Turismo do município de Palmas. A pesquisa foi enviada via e-mail ao Gabinete da Agência de Turismo do Município de Palmas, em 2 de setembro de 2024, contendo dez perguntas elaboradas de acordo com os objetivos que apresentavam estratégias com ações de curto prazo.

Este estudo possibilita não apenas identificar os principais fatores e desafios que dificultam a implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas-TO a curto prazo, mas também compreender a complexa dinâmica de interação entre os diferentes atores envolvidos.

## **7. RESULTADOS**

O Plano Municipal de Turismo de Palmas, lançado em 2020, é um documento estratégico que busca orientar o desenvolvimento turístico do município de maneira estruturada e sustentável, com um horizonte de planejamento de 10 anos. O documento foi elaborado em uma colaboração entre a Prefeitura de Palmas, o SEBRAE e o Instituto Federal do Tocantins (IFTO), reunindo esforços de diferentes órgãos para garantir um planejamento abrangente e tecnicamente fundamentado. Cada instituição desempenhou um papel relevante: a Prefeitura de Palmas liderou o processo de articulação e integração local; o SEBRAE contribuiu com sua expertise em desenvolvimento empresarial e inovação; e o IFTO forneceu suporte acadêmico e

técnico, garantindo a qualidade metodológica.

O plano foi concebido com o objetivo de "levantar e organizar informações e dados para propor e priorizar objetivos e ações a fim de promover a estruturação e a sustentabilidade da atividade turística no município de Palmas." (PLANO MUNICIPAL DE TURISMO PALMAS-TOCANTINS, 2020). Ele abrange diversos aspectos essenciais para o desenvolvimento do setor turístico, como o levantamento detalhado dos atrativos naturais, culturais e históricos; a análise da infraestrutura de apoio ao turismo; e a identificação de demandas e potenciais de mercado.

O processo de elaboração envolveu etapas de coleta de dados, consultas a especialistas, participação da comunidade e análise das condições socioeconômicas e ambientais de Palmas. Essa abordagem participativa assegurou que o plano refletisse as necessidades locais e estivesse alinhado às melhores práticas de planejamento turístico. Além disso, o documento foi estruturado em eixos temáticos que detalham desde a situação atual do turismo no município até a definição de diretrizes, objetivos e ações prioritárias para consolidar Palmas como um destino competitivo e atrativo no cenário nacional e internacional.

Ao abordar questões como sustentabilidade, infraestrutura, marketing turístico e gestão participativa, o plano tornou-se uma ferramenta essencial para orientar políticas públicas, fomentar o empreendedorismo e atrair investimentos para o setor. A implementação efetiva das ações propostas depende da colaboração entre gestores públicos, iniciativa privada e sociedade civil, reafirmando a importância de uma gestão integrada para o desenvolvimento turístico de Palmas.

Como já mencionado, o Plano de Desenvolvimento Turístico de Palmas é um documento estratégico que detalha as características, recursos e diretrizes para o fortalecimento do turismo na capital. Ele está estruturado em diversos eixos que abrangem desde informações gerais sobre a cidade até estratégias para consolidar Palmas como um destino turístico competitivo. A seguir, uma breve síntese dos principais pontos apresentados no Plano Municipal de Turismo de Palmas:

- **Sobre Palmas**, apresenta uma visão geral da cidade, incluindo:
  - ✓ **Dados socioeconômicos:** Informações sobre a economia, finanças públicas e aspectos sociais.
  - ✓ **Aspectos geográficos e demográficos:** Características físicas e populacionais, localização estratégica e o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).
  - ✓ **Mapas:** Localização e mapa turístico destacando os principais pontos de interesse.
- **Infraestrutura de Apoio ao Turismo**, determinante para receber visitantes, o plano mapeia os recursos disponíveis, como hospedagem, transporte, serviços de alimentação e equipamentos de lazer e cultura.

- **Informações Socioambientais**, analisa o impacto ambiental e social das atividades turísticas, promovendo um turismo sustentável que respeite o meio ambiente e beneficie a comunidade local.
- **Turismo no Município:**
  - ✓ **Oferta Turística:** Inclui atrativos naturais e culturais, meios de hospedagem, restaurantes e outros serviços.
  - ✓ **Demanda Turística:** Analisa o fluxo de turistas e os principais acessos à cidade.
  - ✓ **Demanda Potencial:** Avalia o potencial de crescimento turístico com base nas oportunidades existentes.
  - ✓ **Segmentação e Gestão:** Identifica segmentos prioritários e sugere ações para uma gestão eficiente.
- **Direcionamento Estratégico:** define a missão, visão de futuro e princípios do turismo em Palmas, com foco na sustentabilidade e no fortalecimento de segmentos como ecoturismo, lazer e negócios. Inclui um mapa estratégico que guia as ações.
- **Objetivos e Estratégias:** estabelece metas específicas para o desenvolvimento do turismo, orientadas por estratégias que integram os recursos existentes com ações inovadoras.
- **Plano de Ação:** apresenta ações práticas para alcançar os objetivos, incluindo prazos, responsáveis e recursos necessários.
- **Indicadores de Acompanhamento:** propõe métricas para monitorar o progresso e avaliar a eficácia das ações implementadas, permitindo ajustes quando necessário.
- **Resumo Final:** o plano é um guia abrangente que alinha o potencial turístico de Palmas com ações estruturadas para atrair visitantes, fortalecer a economia local e promover um turismo sustentável, garantindo crescimento ordenado e benefícios para a comunidade. Reforça-se a importância do planejamento estruturado para consolidar Palmas como um destino competitivo, sustentável e alinhado às demandas do mercado turístico. A implementação efetiva das diretrizes e estratégias delineadas no plano será crucial para atrair visitantes, dinamizar a economia local e promover a valorização dos recursos naturais e culturais, beneficiando tanto os turistas quanto a comunidade local.

Com base no Plano Municipal de Turismo de Palmas, intitulado “Turismo Palmas +10 anos”, foram elaboradas dez perguntas direcionadas à Agência Municipal de Turismo. A seguir, apresentam-se essas questões juntamente com as respectivas respostas obtidas.

Entre as perguntas elaboradas na pesquisa (Apêndice 1), primeiramente foi questionado quais parcerias foram firmadas com instituições financeiras para divulgar linhas de crédito e oportunidades de investimento no setor turístico? Qual o impacto dessas iniciativas? Em resposta, a diretoria apresentou a seguinte colocação:

“O Plano Municipal de Turismo de Palmas, "Turismo Palmas + 10 anos", destaca a importância das parcerias com instituições financeiras como BNDES, Banco da Amazônia, Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil para fortalecer o setor turístico através de linhas de crédito e investimentos em infraestrutura. O SEBRAE e o Ministério do Turismo também colaboram oferecendo suporte financeiro e consultoria. Essas iniciativas têm modernizado negócios turísticos, melhorado a infraestrutura, atraído investimentos privados e fomentado o crescimento de pequenos negócios, posicionando Palmas como um destino turístico promissor e sustentável.”

A resposta apresentada de forma sucinta não fornece informações precisas sobre a natureza das parcerias disponíveis de linhas de crédito no município. Além disso, não esclarece como essas parcerias foram efetivadas, nem apresenta dados concretos sobre seus impactos no setor turístico local. Dessa forma, faz-se necessária uma abordagem mais aprofundada, que contemple a estrutura dessas colaborações, dos agentes envolvidos e dos benefícios ou desafios decorrentes dessas iniciativas para o desenvolvimento turístico local.

A segunda indagação investiga como a administração municipal tem conduzido os esforços para a criação de incentivos fiscais voltados à formalização das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) e Microempreendedores Individuais (MEIs) no turismo? Houve avanços significativos na regularização desses empreendimentos junto ao Cadastur? A resposta foi a seguinte:

“No âmbito do projeto “Turismo Palmas +10 anos,” a administração municipal de Palmas implementou incentivos fiscais destinados à formalização de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) e Microempreendedores Individuais (MEIs) no setor turístico. Em colaboração com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o município oferece isenção ou redução de impostos para empresas que se formalizam e registram suas atividades no Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), sistema do Ministério do Turismo que regula e confere maior visibilidade aos empreendimentos turísticos. Essas iniciativas promovem a formalização do setor, permitindo que mais empresas locais tenham acesso a capacitações e linhas de crédito, enquanto seguem as regulamentações estaduais e federais para obter benefícios fiscais. Esse apoio facilita a inserção das MPEs e MEIs em programas de incentivo, estimulando o crescimento de segmentos como o ecoturismo. Como resultado, observa-se um avanço significativo na adesão ao Cadastur, o que contribui para a profissionalização e expansão da oferta turística, fortalecendo a economia local e a criação de empregos.”

A resposta obtida evidencia que os incentivos fiscais implementados pelo município de Palmas, em parceria com o Sebrae, têm sido fundamentais para a formalização de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) e Microempreendedores Individuais (MEIs) no setor turístico. A adesão ao Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur) não só regulamenta e confere visibilidade aos empreendimentos, mas também facilita o acesso a capacitações e linhas de crédito, impulsionando segmentos como o ecoturismo. Além disso,

essas políticas contribuem para o fortalecimento da economia local e a geração de empregos. No entanto, é essencial aprofundar a análise sobre possíveis desafios na obtenção dos benefícios e avaliar estratégias para aprimorar a efetividade dessas medidas a longo prazo, garantindo que o turismo continue a se desenvolver de forma sustentável na região.

Quando questionado se o município implementou algum tipo de incentivo fiscal ou tributário específico para empresas do setor turístico? Se sim, quais foram os principais resultados dessas ações em termos de captação de novos empreendimentos ou expansão dos já existentes? Teve -se como resposta:

“No âmbito do “Turismo Palmas +10 anos,” o município de Palmas implementou incentivos fiscais e tributários para atrair investimentos no setor turístico, oferecendo benefícios como isenção ou redução de impostos e taxas para empresas que investem em infraestrutura turística, incluindo hotéis, restaurantes e empreendimentos de lazer. Essas políticas têm como objetivo promover o crescimento de novos negócios e incentivar a expansão de empreendimentos existentes, o que tem contribuído para diversificar a oferta turística e fortalecer a economia local. A legislação específica para o turismo, integrada ao plano estratégico, desempenha um papel essencial ao reforçar o alinhamento entre o setor público e privado, ampliando o impacto econômico positivo e gerando novos empregos na região. A criação do Distrito Turístico de Palmas (DTP) é um exemplo claro dessas estratégias, promovendo um ambiente propício ao desenvolvimento turístico sustentável. Esses incentivos têm acelerado o crescimento do ecoturismo, especialmente em Taquaruçu, onde o aumento de pousadas e empresas de aventura, como trilhas e tirolesas, fortalece a economia local. Além disso, melhorias na infraestrutura de hospedagem e transporte tornam a cidade mais atraente para eventos e visitantes. No entanto, é necessário ampliar esses incentivos para impulsionar o turismo de negócios, cultural e ecológico. O Tocantins, com sua natureza exuberante e ecossistemas como cerrado e áreas alagadas, também se beneficia dos incentivos fiscais do Programa Prosperar, instituído pela Lei Estadual 1.355/2002, que visa promover o desenvolvimento sustentável do turismo e estimular o surgimento de novos empreendimentos com licenciamento ambiental.”

Embora os incentivos fiscais e tributários implementados por Palmas tenham se mostrado eficazes no fomento ao crescimento do setor turístico, especialmente no ecoturismo em Taquaruçu, ainda há lacunas a serem exploradas, como o fortalecimento do turismo de negócios e cultural. A criação do Distrito Turístico de Palmas (DTP) é um avanço, mas sua efetividade depende de investimentos contínuos em infraestrutura e capacitação. A colaboração entre o setor público e privado, embora positiva, deve ser expandida para incluir mais pequenos e médios empreendedores, garantindo que os benefícios sejam distribuídos de forma mais equitativa. O Programa Prosperar, ao apoiar o turismo sustentável com licenciamento ambiental, é uma importante política, mas é essencial que os incentivos fiscais sejam ajustados para atender de forma mais ampla as necessidades e desafios do setor, equilibrando o

desenvolvimento econômico com a preservação ambiental e o fortalecimento de segmentos diversos do turismo.

No que diz respeito sobre o estágio atual das obras de reforma e melhoria do Terminal Rodoviário de Palmas, quais intervenções já foram concluídas, e de que maneira elas têm contribuído para a modernização da infraestrutura e melhoria dos serviços prestados? Obteve-se a resposta a seguir:

“As obras de reforma e melhoria do Terminal Rodoviário de Palmas ainda estão em andamento, com intervenções focadas na melhoria da estrutura, como guichês e serviços oferecidos aos usuários. Essas mudanças visam aumentar o conforto dos passageiros e modernizar o terminal, que tem passado por vistorias e ajustes necessários para atender às normas vigentes. No entanto, há pendências estruturais que continuam em discussão entre a Agência Tocantinense de Regulação (ATR) e os administradores do terminal, o que deve garantir melhorias adicionais no atendimento ao público.”

A reforma e melhoria do Terminal Rodoviário de Palmas, apesar de ser uma iniciativa positiva para modernizar a infraestrutura e oferecer mais conforto aos passageiros, enfrenta desafios que comprometem a eficiência do processo. Embora as intervenções previstas estejam alinhadas com as normas vigentes e visem melhorar a experiência dos usuários, as pendências estruturais ainda em discussão entre a Agência Tocantinense de Regulação (ATR) e os administradores do terminal indicam que a obra não está avançando de maneira tão fluida quanto o esperado. Esse impasse pode prejudicar a conclusão das melhorias, impactando negativamente o serviço prestado à população. Além disso, a demora na resolução dessas questões pode gerar uma percepção de ineficiência administrativa, prejudicando a confiança dos usuários no serviço. Para que as reformas alcancem seu pleno potencial, é crucial que as partes envolvidas resolvam as pendências de maneira ágil, garantindo que a modernização do terminal seja concluída em tempo hábil e beneficie a experiência dos passageiros de forma concreta.

Sobre a realização de estudos preliminares necessários para a criação de unidades de conservação nas áreas prioritárias da cidade. Em caso afirmativo, quais são os resultados e quais áreas têm sido consideradas prioritárias para a preservação ambiental no contexto turístico? Teve-se como resposta:

“No contexto do plano “Turismo Palmas +10 anos,” foram realizados estudos preliminares com foco na criação de unidades de conservação em áreas prioritárias de Palmas, visando a preservação de locais ecologicamente importantes e com potencial turístico, o que contribui para a promoção de um turismo sustentável. Áreas como o Lago de Palmas, a Serra do Lajeado e o distrito de Taquaruçu foram destacadas por seus atrativos naturais e ecossistemas ricos em biodiversidade, ideais para o ecoturismo e o turismo de aventura. Essas iniciativas de conservação não apenas ajudam a proteger a natureza, mas também incentivam o turismo responsável, reforçando a imagem de Palmas como um destino sustentável. O município também integra o projeto-piloto de

Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), promovido pelo Ministério do Turismo, fortalecendo seu compromisso com a sustentabilidade e a inovação no setor turístico.”

Embora o plano "Turismo Palmas +10 anos" apresente uma abordagem estratégica ao combinar a preservação ambiental com o desenvolvimento turístico, destacando áreas ecologicamente importantes para a criação de unidades de conservação, a efetividade dessas iniciativas depende de uma implementação eficiente e de monitoramento contínuo. As unidades de conservação, se não acompanhadas de fiscalização rigorosa, conscientização ambiental e capacitação para operadores e turistas, podem não garantir a proteção dos ecossistemas locais. A participação no projeto-piloto de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) é um avanço, mas o sucesso de um turismo sustentável em Palmas requer uma gestão integrada e eficiente, com foco em equilibrar desenvolvimento e preservação, evitando que o crescimento do setor prejudique o meio ambiente.

Quanto ao Marketing, onde indagávamos: O Plano de Marketing Turístico do destino Palmas já foi elaborado e implementado? Quais são os principais objetivos e diretrizes desse plano no que se refere à promoção e consolidação de Palmas como destino turístico? A seguir a resposta:

“O Plano de Marketing Turístico de Palmas foi elaborado e está em processo de implementação. Seus principais objetivos são promover a cidade como um destino turístico relevante e consolida-la no cenário nacional e internacional. O plano destaca o potencial de Palmas para o ecoturismo, turismo de aventura e esportes náuticos, com ênfase no Lago de Palmas e na região das serras. Há uma ênfase na sustentabilidade, com integração de ações entre o setor público e a iniciativa privada para fortalecer a infraestrutura e os serviços oferecidos aos turistas. As diretrizes incluem a valorização dos atrativos naturais, a criação de parcerias para atrair investimentos e a promoção de Palmas como destino para eventos e turismo de negócios. Além disso, a estratégia do plano envolve o levantamento das características e da demanda dos visitantes, considerando o perfil e as preferências dos turistas. Dessa forma, Palmas busca se posicionar como um destino multifacetado, que atende desde aventureiros e viajantes de negócios.”

O sucesso do Plano de Marketing Turístico de Palmas depende de uma execução eficaz, com monitoramento contínuo e colaboração efetiva entre o setor público e privado. As estratégias de promoção precisam estar alinhadas com as demandas reais dos turistas, evitando a segmentação excessiva e garantindo uma abordagem mais integrada e sustentável para consolidar Palmas como um destino diversificado e competitivo.

Quando abordado sobre o estágio que se encontra o processo de desenvolvimento da marca turística de Palmas. Como se deu o processo de criação da identidade visual do destino e quais estratégias de comunicação estão sendo empregadas para promover a nova marca?

“O desenvolvimento da marca turística de Palmas está em uma fase avançada, com sua identidade visual já lançada oficialmente em parceria com o Sebrae Tocantins e a

Prefeitura de Palmas, que realizaram estudos e pesquisas para definir elementos representativos do destino. A criação da marca envolveu a comunidade, empresários e turistas, garantindo que os valores e a essência de Palmas fossem traduzidos visualmente. A identidade reflete os atrativos naturais e culturais da cidade, com referências ao Lago de Palmas, às serras e à arquitetura inspirada na cultura indígena. A tipografia é composta por letras coloridas, cada uma simbolizando um aspecto da cidade, como as belezas naturais e a gastronomia local. Em termos de promoção, a marca será amplamente divulgada em locais estratégicos, como aeroportos, hotéis e centros de convenções, reforçando a presença de Palmas no cenário nacional e internacional. A campanha "Quem Conhece Palmas Se Apaixona" foi lançada para atrair turistas e consolidar a imagem da cidade como um destino vibrante e diverso.”

A resposta sobre o desenvolvimento da marca turística de Palmas revela avanços importantes na construção de uma identidade visual que reflete a essência do destino, com uma abordagem colaborativa envolvendo comunidade, empresários e turistas. A criação da marca, apoiada por pesquisas e estudos realizados em parceria com o Sebrae e a Prefeitura, busca representar os principais atrativos naturais e culturais da cidade de forma eficaz. No entanto, embora a identidade visual seja promissora, o sucesso de sua implementação e reconhecimento depende da consistência e continuidade da promoção da marca. A divulgação nos pontos estratégicos como aeroportos, hotéis e centros de convenções é uma medida válida, mas é crucial que essa promoção seja acompanhada de uma estratégia de marketing mais ampla e integrada, que envolva campanhas digitais e parcerias com agentes turísticos para aumentar a visibilidade e a atratividade do destino. Além disso, a campanha "Quem Conhece Palmas Se Apaixona" é eficaz em transmitir a mensagem de um destino vibrante, mas seu impacto dependerá de como a cidade e seus atrativos serão apresentados de maneira autêntica, não apenas visualmente, mas também por meio de experiências reais para os turistas. Por fim, a marca deverá ser acompanhada de um esforço constante para manter sua relevância no cenário nacional e internacional, alinhando-se às tendências de turismo e às necessidades dos visitantes.

Questionado sobre quais foram as estratégias de marketing digital implementadas até o momento para promover o destino turístico de Palmas? De que forma essas ações têm impactado a visibilidade do município no cenário turístico nacional e internacional? Segue a resposta:

“O Plano de Marketing Turístico de Palmas, parte do projeto "Turismo Palmas +10 anos", busca aumentar a visibilidade do destino nos cenários nacional e internacional com diversas estratégias de marketing digital, como campanhas nas redes sociais, otimização de SEO e criação de materiais visuais para atrair diferentes perfis de turistas. O conteúdo enfatiza o ecoturismo, turismo de aventura e esportes aquáticos, explorando o Lago de Palmas e as belezas naturais da região, ao mesmo tempo em que posiciona Palmas como um destino sustentável, valorizando sua natureza preservada e cultura local. Parcerias com influenciadores digitais, campanhas pagas no Google e redes sociais, além do uso de vídeos promocionais, têm sido fundamentais para divulgar

Palmas como um destino turístico único. Essas ações impactam positivamente a visibilidade do município, contribuindo para um aumento no fluxo turístico e destacando a cidade como uma opção diferenciada no Brasil e no exterior. A gestão da demanda e a cooperação entre os setores público e privado foram essenciais para o sucesso dessas iniciativas, com o slogan “Quem Conhece Palmas Se Apaixona” reforçando a autenticidade e diversidade da cidade.”

A resposta apresenta um panorama estratégico e atualizado do Plano de Marketing Turístico de Palmas, destacando o uso de marketing digital, parcerias com influenciadores e segmentação em ecoturismo e esportes aquáticos para aumentar a visibilidade do destino. A valorização da sustentabilidade e da cultura local fortalece o posicionamento da cidade, e a colaboração público-privada é essencial para o sucesso das iniciativas. No entanto, faltam dados quantitativos que comprovem os impactos, além de uma análise dos desafios enfrentados, do alcance internacional e das estratégias de fidelização dos turistas. Apesar disso, o plano demonstra uma abordagem bem estruturada, mas poderia ser complementado por métricas concretas e um olhar mais crítico sobre sua implementação.

O próximo questionamento foi sobre a estruturação do plano de enfrentamento e retomada das atividades turísticas no contexto pós-pandemia de Covid-19? Quais foram os principais desafios enfrentados pelo município durante esse processo, e de que forma as ações implementadas têm contribuído para a revitalização do setor?

“No contexto pós-pandemia, Palmas estruturou um plano de enfrentamento e revitalização para o setor turístico dentro do projeto “Turismo Palmas +10 anos”, priorizando ações para recuperar a economia local e assegurar a segurança sanitária tanto para os turistas quanto para os moradores. Entre as principais medidas adotadas, destacam-se o fortalecimento de práticas de turismo sustentável e a criação de campanhas digitais, como “Quem Conhece Palmas Se Apaixona”, que promovem a cidade como um destino atrativo e seguro. Um dos maiores desafios foi o declínio no número de turistas devido às restrições e ao receio de viagens, o que impactou o fluxo de receita de empresas locais. Para superar isso, a cidade implementou melhorias na infraestrutura turística e estabeleceu parcerias com o setor privado para fortalecer sua imagem, destacando o ecoturismo e atrações como o Lago de Palmas e a região de Taquaruçu, que oferece trilhas e cachoeiras. Além disso, foram realizados treinamentos para empresários adaptarem seus serviços aos novos protocolos sanitários, essenciais para reconquistar a confiança dos visitantes e revitalizar o setor.”

A resposta apresenta uma visão bem estruturada das ações de Palmas para a recuperação do turismo no cenário pós-pandemia, destacando a importância da segurança sanitária e da revitalização econômica. A ênfase em turismo sustentável e campanhas digitais, como “Quem Conhece Palmas Se Apaixona”, demonstra um alinhamento estratégico com as novas demandas do mercado, especialmente no que diz respeito à valorização do ecoturismo e à busca por destinos ao ar livre, como o Lago de Palmas e Taquaruçu. A iniciativa de melhorar a

infraestrutura turística e promover treinamentos para empresários reforça a preocupação com a experiência do visitante e a adaptação às novas exigências sanitárias. No entanto, a resposta poderia ser fortalecida com dados concretos sobre os impactos dessas ações, como a evolução do fluxo turístico e os resultados financeiros obtidos. Além disso, seria interessante abordar desafios específicos da implementação do plano, como resistência de empresários ou dificuldades na captação de recursos. Apesar dessas lacunas, a resposta demonstra um planejamento bem elaborado e uma abordagem coerente para a recuperação do setor turístico em Palmas.

E por fim, foi questionado se o município já elaborou uma legislação turística específica? Quais são os principais pontos dessa legislação e de que maneira ela está alinhada aos objetivos estratégicos do Plano Municipal de Turismo? Obteve-se a resposta:

“O município de Palmas elaborou uma legislação específica para o turismo, que é parte integrante do plano estratégico de desenvolvimento turístico conhecido como “Turismo Palmas +10 anos.” Um dos principais aspectos dessa legislação é a criação do Distrito Turístico de Palmas (DTP), uma área com mais de 1.000 hectares designada para atrair investimentos e fomentar empreendimentos turísticos, incluindo hotéis, restaurantes e parques. A lei permite que o município utilize incentivos fiscais e a concessão de terrenos para incentivar a instalação de negócios relacionados ao turismo, visando à criação de empregos e à diversificação da economia local. A Agência Municipal de Turismo (AGTUR) desempenha um papel central na implementação dessa legislação, supervisionando a promoção e estruturação de projetos turísticos que visam alavancar o ecoturismo e outras atividades sustentáveis. A legislação está alinhada com os objetivos do Plano Municipal de Turismo, promovendo a integração entre o setor público e privado, além de valorizar os recursos naturais e culturais da cidade, o que fortalece a imagem de Palmas como um destino turístico sustentável e diversificado tanto no âmbito nacional quanto internacional.”

A criação do Distrito Turístico de Palmas (DTP) é um ponto positivo, pois delimita uma área específica para investimentos, facilitando a atração de empreendimentos como hotéis, restaurantes e parques, o que pode impulsionar a economia local e gerar empregos. Além disso, a concessão de incentivos fiscais e terrenos reforça o compromisso do município em estimular o turismo como um motor de desenvolvimento econômico. Outro aspecto relevante é o papel central da Agência Municipal de Turismo (AGTUR), responsável por supervisionar a implementação da legislação e promover projetos alinhados ao ecoturismo e à sustentabilidade.

A menção à integração entre setor público e privado é positiva, pois essa colaboração é essencial para a efetividade das políticas públicas de turismo. Além disso, o alinhamento da legislação com o Plano Municipal de Turismo demonstra uma visão de longo prazo para consolidar Palmas como um destino competitivo tanto no Brasil quanto no exterior. No entanto, a resposta poderia ser fortalecida com dados concretos sobre os impactos da legislação, como

o número de investimentos já realizados ou previstos, a quantidade de empregos gerados e os resultados financeiros esperados.

Também seria interessante discutir possíveis desafios na implementação, como burocracia, resistência de investidores ou impactos ambientais decorrentes da expansão turística. Além disso, não há menção a mecanismos de fiscalização e regulamentação para garantir que os empreendimentos sigam padrões de sustentabilidade e respeitem o patrimônio natural e cultural da região.

## **8. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa analisou os desafios para a implementação do Plano Municipal de Turismo de Palmas-TO a curto prazo, destacando fatores estruturais, políticos, econômicos e sociais que influenciam diretamente esse processo. A partir da análise dos dados coletados, verificou-se que, apesar dos esforços empreendidos pela administração municipal e seus parceiros, há entraves significativos que dificultam a efetivação das ações planejadas.

Os principais desafios identificados incluem a necessidade de maior articulação entre os setores público e privado, o fortalecimento das políticas de incentivo ao turismo, a capacitação de mão de obra e a ampliação da infraestrutura voltada para o setor. Embora haja iniciativas como incentivos fiscais, parcerias estratégicas e campanhas de marketing para promover o destino, a pesquisa evidenciou que há um longo caminho a ser percorrido para consolidar Palmas como um polo turístico competitivo e sustentável.

Outro ponto relevante identificado foi a importância da participação ativa da comunidade local e dos empresários do setor no desenvolvimento e implementação das políticas turísticas. Sem esse envolvimento, as ações podem enfrentar resistência ou falta de adesão, comprometendo os resultados esperados.

Dessa forma, este estudo reforça a necessidade de um planejamento turístico dinâmico, que permita ajustes estratégicos e a superação de desafios à medida que o setor evolui. A efetiva implementação do Plano Municipal de Turismo depende de um esforço conjunto entre poder público, iniciativa privada e sociedade civil, garantindo que o turismo em Palmas se desenvolva de forma estruturada, sustentável e geradora de benefícios para toda a população.

Espera-se que este trabalho contribua para o debate acadêmico e técnico sobre o desenvolvimento turístico de Palmas, servindo como base para novas pesquisas e fomentando políticas públicas mais eficazes para o setor. O turismo, quando planejado e executado de maneira integrada, tem o potencial de impulsionar a economia local, promover a valorização cultural e ambiental, além de posicionar Palmas como um destino de referência no Brasil.

## REFERÊNCIAS

BINFARE, P. W.; CASTRO, C. T.; SILVA, M. V.; GALVÃO, P. L.; COSTA, S. P. Planejamento turístico: aspectos teóricos e conceituais e suas relações com o conceito de turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 4, 15 abr. 2016.

BOAHID, Laila Calvet de Mello. **O município de Raposa - MA um estudo sobre a inserção da comunidade na atividade turística por meio da qualificação profissional São Luís, 2012.**

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Lex: dispõe sobre a política nacional de turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico disponível. Casa Civil [ República Federativa do Brasil]. Brasília, DF, 17 de setembro de 2008; 187o da Independência e 120o da República. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm). Acesso em: 06 jun. 2021.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm). Acesso em: 6 dez. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018 - 2022: mais emprego e renda para o Brasil.** Brasília, DF: MTUR, 2018a. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/images/pdf/PNT\\_2018-2022.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/PNT_2018-2022.pdf). Acesso em: 06 jun. 2021.

DA SILVA, Eduardo Robini et al. Caracterização das Pesquisas de Teses em Administração com Abordagem Qualitativa. **Revista de Administração de Roraima - RARR**, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 204-223, aug. 2016. ISSN 2237-8057. Disponível em: <<https://revista.ufrb.br/adminrr/article/view/3032>>.

FRATUCCI, Aguinaldo César; DE ALMEIDA MORAES, Cláudia Corrêa. Inventário da oferta turística: reflexões teóricas para o planejamento e ordenamento do espaço turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 20, n. 1, 2020.

GOVERNO DO ESTADO. **Portal de Turismo do Estado.** 2021. Disponível em: <http://portal.to.gov.br>. Acesso em: jan. 2024.

KÖRÖSSY, N.; HOLANDA, L. A. de; CORDEIRO, I. D. e. Gestão de destinos turísticos: aspectos conceituais. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, [S. l.], v. 16, p. 2609, 2022. DOI: 10.7784/rbtur.v16.2609. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2609>. Acesso em: 06 dez. 2024.

NOVO, Cristiane Barroncas Maciel Costa; DA SILVA, Gláucia Teixeira. Planejamento e organização do turismo. 2016.

SEDEN. **PDITS POLO PALMAS Produto 6 – Versão Final Volume II – Documento Técnico**, Disponível em: <<https://central3.to.gov.br/arquivo/308160/>> Acesso em: 13 de junho

de 2021

SITE DO OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2022. **INDICADORES**. Disponível em: <https://observatorio.turismo.to.gov.br/indicadores/demanda/>. Acesso em: 6 dez. 2024.

SITE DO GOVERNO FEDERAL, 2016. **Tocantins tem novo mapa turístico**. Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/tocantins-tem-novo-mapa-turistico#:~:text=O%20mapa%20do%20turismo%20de,dos%20Grandes%20Rios%20\(7\)](https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/tocantins-tem-novo-mapa-turistico#:~:text=O%20mapa%20do%20turismo%20de,dos%20Grandes%20Rios%20(7).). Acesso em: 6 dez. 2024.

## APÊNDICE

### Questionário

01	Quais parcerias foram estabelecidas com instituições financeiras para a divulgação de linhas de crédito e oportunidades de investimento no setor turístico? Qual tem sido o impacto dessas iniciativas?
02	De que maneira a administração municipal tem conduzido os esforços para a criação de incentivos fiscais voltados à formalização das Micro e Pequenas Empresas (MPes) e Microempreendedores Individuais (MEIs) no turismo? Houve avanços significativos na regularização desses empreendimentos junto ao Cadastur?
03	O município implementou algum tipo de incentivo fiscal ou tributário específico para empresas do setor turístico? Se sim, quais foram os principais resultados dessas ações em termos de captação de novos empreendimentos ou expansão dos já existentes?
04	Poderia nos atualizar sobre o estágio atual das obras de reforma e melhoria do Terminal Rodoviário de Palmas? Quais intervenções já foram concluídas, e de que maneira elas têm contribuído para a modernização da infraestrutura e melhoria dos serviços prestados?
05	Foram realizados os estudos preliminares necessários para a criação de unidades de conservação nas áreas prioritárias da cidade? Caso afirmativo, quais são os resultados e quais áreas têm sido consideradas prioritárias para a preservação ambiental no contexto turístico?
06	O Plano de Marketing Turístico do destino Palmas já foi elaborado e implementado? Quais são os principais objetivos e diretrizes desse plano no que se refere à promoção e consolidação de Palmas como destino turístico?
07	Em que estágio se encontra o processo de desenvolvimento da marca turística de Palmas? Como se deu o processo de criação da identidade visual do destino e quais estratégias de comunicação estão sendo empregadas para promover a nova marca?
08	Quais foram as estratégias de marketing digital implementadas até o momento para promover o destino turístico de Palmas? De que forma essas ações têm impactado a visibilidade do município no cenário turístico nacional e internacional?
09	Como foi estruturado o plano de enfrentamento e retomada das atividades turísticas no contexto pós-pandemia de Covid-19? Quais foram os principais desafios enfrentados pelo município durante esse processo, e de que forma as ações implementadas têm contribuído para a revitalização do setor?
10	O município já elaborou uma legislação turística específica? Quais são os principais pontos dessa legislação e de que maneira ela está alinhada aos objetivos estratégicos do Plano Municipal de Turismo?