

ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DO POLO ARAGUAIA MATO-GROSSENSE



Agosto / 2013 – Relatório Final



Governo do Estado do Mato Grosso



Ficha Técnica

Projeto:	ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DO POLO ARAGUAIA MATO-GROSSENSE
Cliente:	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo do Mato Grosso - SEDTUR Governo do Estado do Mato Grosso
Empresa Consultora:	Fundação Getulio Vargas
Coordenador:	Luiz Gustavo Medeiros Barbosa
Corpo Técnico:	André Coelho - Técnico em Planejamento Turístico e Patrimônio Histórico Carlyle Falcão - Técnico em Planejamento Turístico e Projetos de Infraestrutura Cristiane Rezende - Técnica em Planejamento Turístico e Cultura Erick Lacerda - Técnico em Administração Fabíola Barros - Técnica em Administração Laura Monteiro - Técnica em Planejamento Ambiental e Urbanismo Leonardo Vasconcelos - Técnico em Economia do Turismo e Análises de Viabilidade Econômicas Marcel Levi - Técnico em Fortalecimento da Gestão do Turismo Paola Lohmann - Técnica em Planejamento Turístico e Monitoramento Roberto Pascarella - Técnico em Planejamento Turístico



GOVERNO DO ESTADO DO MATO GROSSO

GOVERNADOR DO ESTADO

Silval Cunha Barbosa

VICE-GOVERNADOR DO ESTADO

Francisco Daltro

SECRETARIO DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Jairo Pradela

GESTORA DO PDITS/PROJETOS SEDTUR

Simone Lara

CONVENIO SEDTUR

Maria Irene Teles Menezes

ASSESSOR JURÍDICO SEDTUR

Genekson Gomes Alves Junior

COORDENADOR DE CONVÊNIO/NÚCLEO SISTÊMICO

Cássio Augusto Mello



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Presidenta: Dilma Vana Rousseff

Vice-Presidente: Michel Miguel Elias Temer

MINISTÉRIO DO TURISMO

Ministro: Gastão Dias Vieira

SECRETARIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Secretário: Fábio Rios Mota

DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS REGIONAIS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Diretor: Carlos Henrique Menezes Sobral

COORDENAÇÃO GERAL DE PROGRAMAS REGIONAIS II

Viviane de Faria - Coordenadora

Ana Carla Fernandes Moura - Técnica Nível Superior

Marina Neiva Dias - Técnica Nível Superior

Miranice Lima Santos - Técnica Nível Superior

-



Sumário

Ficha Técnica.....	2
Sumário	5
Lista de Siglas.....	8
Índice de Ilustrações	10
Resumo Executivo.....	16
Introdução	27
1. Formulação de Objetivos do PDITS.....	29
1.1 Objetivo Geral	29
1.2 Objetivos Específicos.....	29
2. Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas.....	31
2.1 Análise da Demanda Turística Atual.....	45
2.1.1 Tendências no Perfil Quantitativo dos Visitantes atuais do Polo	45
2.1.2 Tendência de Valorização da Qualidade da Oferta atual e Determinação da Imagem Percebida da Área Turística	48
2.1.3 Balanço das campanhas de promoção da Área Turística	49
2.1.4 Identificação do Portfólio Estratégico de Produtos Turísticos/Segmentos Atuais da Demanda	50
2.1.5 Perfil Quantitativo e Qualitativo da Demanda Atual.....	53
2.2 Análise da Demanda Turística Potencial.....	79
2.2.1 - Nível de Expectativas dos diferentes segmentos potenciais.....	81
2.2.2 – Hábitos de informação e compra dos diferentes segmentos potenciais	81
2.2.3 – Identificação de destinos competidores.....	82
2.3 Análise da Oferta Turística.....	84
2.3.1 Avaliação dos atrativos turísticos.....	84
2.3.2 Análise de Equipamentos e Serviços Turísticos.....	91
2.3.3 Nível de Preço dos Serviços Turísticos.....	100
2.3.4 Sistema de Promoção e Comercialização	101
2.3.5 Grau de Integração entre a Oferta e a Cadeia de Valor Turística	103
2.3.6 Capacitação de Mão de Obra.....	104
2.3.7 Sistemas de Certificação	106
2.4 Análise de Infraestrutura Básica e Serviços Gerais	107
2.4.1 Rede de Acesso à Área Turística	108
2.4.1.1 Rede Viária de Acesso ao Polo	110



2.4.1.2 Sistema de Transporte Ferroviário.....	116
2.4.1.3 Sistema de Transporte Aquaviário.....	118
2.4.1.4 Sistema de Transporte Aéreo	118
2.4.2 Sistema de Abastecimento de Água	120
2.4.3 Sistema de Esgotamento Sanitário	122
2.4.4 Limpeza Urbana.....	125
2.4.5 Rede de Drenagem Pluvial.....	128
2.4.6 Sistema de Transporte Urbano.....	129
2.4.7 Sistemas de Comunicação	130
2.4.8 Iluminação pública	131
2.4.9 Segurança pública.....	134
2.4.10 Serviços de Saúde.....	137
2.4.11 Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)	141
2.5 Análise do Quadro Institucional do Polo Araguaia.....	143
2.5.1 Vantagens e desvantagens em relação à constituição de empresas na área turística	149
2.6 Análise dos Aspectos Sócio-Ambientais	150
2.6.1 Grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse	150
2.6.2 Identificação e avaliação dos impactos no meio ambiente que já tenham sido causados por atividades turísticas	152
2.6.3 Gestão Ambiental Pública.....	154
2.6.4 Instrumentos de planejamento e controle territorial.....	156
2.6.5 Gestão Ambiental nas Empresas Privadas	157
2.7 Consolidação do Diagnóstico Estratégico.....	157
2.7.1 Estruturação da Matriz SWOT	164
3. Justificativa/validação da Área Turística.....	167
3.1 Priorização dos Segmentos Turísticos.....	167
3.2 Priorização dos Atrativos Turísticos	173
4. Estratégia de Desenvolvimento Turístico do Polo Araguaia	180
5. Plano de Ação	193
5.1 Visão Geral das Ações.....	194
5.2 Dimensionamento do Investimento Total.....	212
5.3 Seleção das Ações Priorizadas.....	215
5.4 Descrição das Ações a serem implementadas pelo Programa	219



5.5 Avaliação dos Impactos Ambientais Decorrentes da Implementação das Ações do Programa.....	253
6. <i>Feedback</i> : Acompanhamento e Avaliação	269
6.1 Indicadores, Monitoramento e Linha de Base.....	272
Anexos.....	281
Anexo 1 - Questionário de Barra do Garças	282
Anexo 2 - Questionário de Luciara	283
Anexo 3 - Questionário de Confresa	284
Anexo 4 - Questionário de São Félix do Araguaia	285
Anexo 5 - Questionário de Nova Xavantina	286
Anexo 6 - Questionário de Água Boa	287
Anexo 7 - Questionário de Cocalinho.....	288
Anexo 8 - Oficina 1.....	289
Anexo 9 - Oficinas 2 e 3.....	290
Anexo 10 – Campanhas de promoção.....	291



Lista de Siglas

ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
AMPTUR - Associação dos Municípios com Potencial Turístico
ANATEL - Agencia Nacional de Telecomunicações
ANEEL – Agencia Nacional de Energia Eletrica
ANTAQ - Agência Nacional de Transportes Aquaviários
ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres
BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento
CAT - Centro de Atendimento ao Turista
CEHIDRO - Conselho Estadual de Recursos Hídricos -
CNES - Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde
CNT - Confederação Nacional do Transporte
CRETUR - Conselho Regional de Turismo do Vale do Araguaia
DNIT - Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes
EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo
ETE - Estações de Tratamento de Esgoto
FAB - Força Aérea Brasileira
FESTEC - Festival Esportivo, Turístico e Cultural do Araguaia
FGV - Fundação Getulio Vargas
FINBRA - Relatório de Finanças do Brasil
FUNASA - Fundação Nacional de Saúde
IBAM - Instituto Brasileiro de Administração Municipal
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH - Índice de Desenvolvimento Humano
Infraero - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
LDI - Ligações Internacionais
LDN - Ligações de Longa Distância
MTE - Ministério do Trabalho e Emprego
MTur - Ministério do Turismo
OMT - Organização Mundial do Turismo
OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PDITS - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável



PIB - Produto Interno Bruto

PNMA - Programa Nacional de Meio Ambiente

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento -

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

RISP - Regiões Integradas de Segurança Pública

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEDTUR - Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo Governo do Estado de Mato Grosso

SEMA-MT - Secretaria de Meio Ambiente

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SICME-MT – Secretaria de Industria Comercio Minas e Energia

TPM - Tempo de Permanência Media

TURIMAT - Conselho Estadual de Turismo e a Empresa Mato-Grossense de Turismo

UNEMAT - Universidade Estadual de Mato Grosso

TUPs - Telefones de Uso Público



Índice de Ilustrações

Tabela 1.2.1	30
Indicadores de Curto, Médio e Longo Prazo para o Polo Araguaia Mato-Grossense	30
Tabela 2.1	32
Características Gerais dos Municípios do Polo do Araguaia	32
Figura 2.2.....	32
Polo Araguaia.....	32
Figura 2.3.....	33
Polo Araguaia.....	33
Gráfico 2.1	34
Valor Agregado ao PIB municipal Água Boa (em R\$ mil)	34
Tabela 2.2	35
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Água Boa	35
Gráfico 2.2.....	36
Valor Agregado ao PIB Municipal Barra do Garças (em R\$ mil)	36
Tabela 2.3	37
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Barra do Garças	37
Gráfico 2.3.....	38
Valor Agregado ao PIB Municipal Cocalinho (em R\$ mil).....	38
Tabela 2.4	38
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Cocalinho	38
Gráfico 2.4.....	39
Valor Agregado ao PIB Municipal Confresa (em R\$ mil).....	39
Tabela 2.5	40
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Confresa	40
Gráfico 2.5.....	40
Valor Agregado ao PIB municipal Luciara (em R\$ mil)	40
Tabela 2.6	41
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Luciara.....	41
Gráfico 2.6.....	42
Valor Agregado ao PIB municipal Nova Xavantina (em R\$ mil)	42
Tabela 2.7	43
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Nova Xavantina	43
Gráfico 2.7.....	44
Valor Agregado ao PIB Municipal São Félix do Araguaia (em R\$ mil).....	44
Tabela 2.8	44
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - São Félix do Araguaia.....	44
Gráfico 2.1.1-1 – Principais emissores de turistas para o Estado do Mato Grosso.....	46
Segmentos e Níveis	51
Gráfico 2.1.1.1	54
Origem dos Turistas - Barra do Garças julho/2011	54
Gráfico 2.1.1.2	55
Proporção de Homens e Mulheres - Barra do Garças Julho/2011.....	55
Gráfico 2.1.1.3	55
Estado Civil - Barra do Garças Julho/2011	55
Gráfico 2.1.1.4	56
Faixa Etária - Barra do Garças Julho/2011.....	56
Gráfico 2.1.1.5	56
Grau de Escolaridade - Barra do Garças Julho/2011	56



Gráfico 2.1.1.6	57
Ocupação - Barra do Garças Julho/2011.....	57
Gráfico 2.1.1.7	57
Rendimentos - Barra do Garças Julho/2011	57
Gráfico 2.1.1.8	58
Pretensão de Gastos - Barra do Garças Julho/2011.....	58
Gráfico 2.1.1.9	58
Hábitos de viagem - Barra do Garças Julho/2011	58
Gráfico 2.1.1.10	59
Meio de Transporte - Barra do Garças Julho/2011	59
Gráfico 2.1.1.11	59
Local de Hospedagem - Barra do Garças Julho/2011.	59
Gráfico 2.1.1.12	60
Tempo de Permanência Média - Barra do Garças Julho/2011	60
Gráfico 2.1.1.13	61
Origem dos Turistas - Cocalinho Julho/2011	61
Gráfico 2.1.1.14	61
Proporção de Homens e Mulheres - Cocalinho Julho/2011	61
Gráfico 2.1.1.15	62
Estado Civil - Cocalinho Julho/2011	62
Gráfico 2.1.1.16	62
Faixa Etária - Cocalinho Julho/2011	62
Gráfico 2.1.1.17	63
Grau de Escolaridade - Cocalinho Julho/2011.....	63
Gráfico 2.1.1.18	63
Ocupação - Cocalinho Julho/2011	63
Gráfico 2.1.1.19	64
Rendimentos - Cocalinho Julho/2011.....	64
Gráfico 2.1.1.20	64
Pretensão de Gastos - Cocalinho Julho/2011	64
Gráfico 2.1.1.21	65
Hábitos de Viagem - Cocalinho Julho/2011	65
Gráfico 2.1.1.22	65
Meio de Transporte - Cocalinho Julho/2011	65
Gráfico 2.1.1.23	66
Local de Hospedagem - Cocalinho Julho/2011.....	66
Gráfico 2.1.1.24	66
Tempo de Permanência Média - Cocalinho Julho/2011.	66
Gráfico 2.1.1.25	67
Origem dos Turistas - Luciara Julho/2011	67
Gráfico 2.1.1.26	67
Proporção de Homens e Mulheres - Luciara Julho/2011	67
Gráfico 2.1.1.27	68
Estado Civil - Luciara Julho/2011	68
Gráfico 2.1.1.28	68
Faixa Etária - Luciara Julho/2011.....	68
Grau de Escolaridade - Luciara Julho/2011	69
Gráfico 2.1.1.30	69
Ocupação - Luciara Julho/2011	69
Rendimentos - Luciara Julho/2011	70
Gráfico 2.1.1.32	70



Pretensão de Gastos - Luciara Julho/2011	70
Gráfico 2.1.1.33	71
Hábitos de Viagem - Luciara Julho/2011	71
Gráfico 2.1.1.34	71
Meio de Transporte - Luciara Julho/2011	71
Local de Hospedagem - Luciara Julho/2011	72
Gráfico 2.1.1.36	72
Tempo de Permanência Média - Luciara Julho/2011	72
Gráfico 2.1.1.37	73
Origem dos Turistas - Nova Xavantina Julho/2011	73
Gráfico 2.1.1.38	74
Proporção de Homens e Mulheres - Nova Xavantina Julho/2011	74
Gráfico 2.1.1.39	74
Estado Civil - Nova Xavantina Julho/2011	74
Gráfico 2.1.1.40	75
Faixa Etária - Nova Xavantina Julho/2011	75
Gráfico 2.1.1.41	75
Grau de Escolaridade - Nova Xavantina Julho/2011	75
Gráfico 2.1.1.42	76
Ocupação - Nova Xavantina Julho/2011	76
Gráfico 2.1.1.43	76
Rendimentos - Nova Xavantina Julho/2011	76
Gráfico 2.1.1.44	77
Pretensão de Gastos - Nova Xavantina Julho/2011	77
Gráfico 2.1.1.45	77
Hábitos de Viagem - Nova Xavantina Julho/2011	77
Gráfico 2.1.1.46	78
Meio de Transporte - Nova Xavantina Julho/2011	78
Gráfico 2.1.1.47	78
Local de Hospedagem - Nova Xavantina Julho/2011	78
Gráfico 2.1.1.48	79
Tempo de Permanência Média - Nova Xavantina Julho/2011	79
Tabela 2.2.1	83
Origens e Destinos dos Fluxos de Turistas das Viagens Domésticas, por UF (em%).....	83
Tabela 2.3.1.1	85
Atrativos Turísticos	85
Tabela 2.3.1.2	89
Infraestrutura dos Atrativos Turísticos	89
Tabela 2.3.2.1	91
Visão Consolidada de Equipamentos e Serviços Turísticos no Polo Araguaia	91
Tabela 2.3.2.2	95
Sector de Meios de Hospedagem no Polo do Araguaia	95
Tabela 2.3.2.3	95
Sector de Alimentos e Bebidas no Polo do Araguaia	95
Tabela 2.3.2.4	97
Sector de Agências de Turismo no Polo do Araguaia	97
Tabela 2.3.2.5	98
Sector de Transportes no Polo do Araguaia	98
Tabela 2.3.2.6	99
Sector de Locação de Veículos no Polo do Araguaia	99
Tabela 2.3.3.1	100



Nível de Preços nos Meios de Hospedagem no Polo.....	100
Tabela 2.3.4.1	102
Estrutura de Promoção Turística.....	102
Comercialização dos Produtos Turísticos	103
Tabela 2.3.6.1	105
Situação Atual das Condições de Capacitação no Polo do Araguaia.....	105
Figura 2.4.1.1.....	109
Mapa Rodoviário do Mato Grosso	109
Tabela 2.4.1.1.1	110
Condições das Rodovias Federais que Cortam o Estado do Mato Grosso.....	110
Fonte: DNIT, 2011.....	110
Fonte: DNIT, 2011.....	111
Fonte: DNIT, 2011.....	111
Figura 2.4.1.1.1.....	113
Trecho de Estrada em Água Boa	113
Figura 2.4.1.1.2.....	113
Trecho de Estrada em Cocalinho.....	113
Figura 2.4.1.1.3.....	114
Trecho de Estrada em Confresa (MT-158).....	114
Figura 2.4.1.1.4.....	114
Trecho de Estrada em Luciara (MT-100).....	114
Figura 2.4.1.1.5.....	115
Trecho de Estrada em São Félix do Araguaia.....	115
Tabela 2.4.1.1.2	116
Operação de Transporte Rodoviário	116
Tabela 2.4.1.1.3	116
Infraestrutura dos Terminais Rodoviários	116
Figura 2.4.1.2.1	117
Mapa Ferroviário do Brasil.....	117
Tabela 2.4.2.1	120
Situação de Abastecimento de Água nos Municípios do Polo	121
Gráfico 2.4.2.1	121
Percentual da População Atendida por Situação do Abastecimento de Água no Polo.....	121
Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE, 2010.....	121
Tabela 2.4.3.1	123
Situação de Esgotamento Sanitário nos Municípios do Polo Araguaia.....	123
Gráfico 2.4.3.1	124
Situação do Esgotamento Sanitário no Polo Araguaia (% população).....	124
Tabela 2.4.3.2	125
Investimentos Realizados pelos Municípios do Polo Araguaia em Saneamento em 2010..	125
Tabela 2.4.4.1	127
Situação da Limpeza Urbana nos Municípios do Polo Araguaia.....	127
Gráfico 2.4.4.1	128
Situação da Limpeza Urbana no Polo Araguaia (% população)	128
Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE, 2010.....	128
Figura 2.4.5.1	129
Enchente em Barra do Garças.....	129
Tabela 2.4.7.1	131
Atendimento de Telefonia Móvel no Polo Araguaia	131
Tabela 2.4.8.1	138



Número de Leitos para 1.000 Habitantes por Unidade de Federação na Região Centro-Oeste	138
Estabelecimentos de Saúde segundo Grandes Regiões e Unidades de Federação.....	138
Gráfico 2.4.8.1	139
Taxa de Internações por doenças sensíveis ao saneamento ambiental inadequado.....	139
Tabela 2.4.8.3	140
Número de Estabelecimentos de Saúde e Leitos Hospitalares no Polo Araguaia.....	140
Tabela 2.4.8.4	140
Tipos de Estabelecimentos de Saúde no Polo	140
Tabela 2.4.9.1	142
IDH do Polo Araguaia Mato-Grossense.....	142
Tabela 2.5.1	147
Monitoramento de Impactos Turísticos.....	147
Tabela 2.5.2	148
Características da Governança no Polo Araguaia.....	148
Quadro 2.5.1.3.....	152
Apontamentos de Pesquisas de Campo Sobre Gestão Ambiental	152
Quadro 2.5.1.2.....	155
Arranjo Institucional para a Gestão do Meio Ambiente no Polo Araguaia	155
Quadro 2.5.1.1	156
Característica da Conservação Ambiental no Polo Araguaia.....	156
Quadro 2.6.1	160
Segmentos e Mercados Prioritários para o Polo Araguaia Mato-Grossense	160
Tabela 2.6.1	162
Principais Problemas Referentes à Infraestrutura Local e Serviços Básicos	162
Quadro 3.1.1	168
Fatores de Avaliação	168
Tabela 3.1.1	169
Segmentos de Avaliação.....	169
Gráfico 3.1.1	170
Segmentos Priorizados	170
Quadro 3.1.2.....	170
Posicionamento Atual X Potencial	170
Quadro 3.2.1	175
Fatores de validação	175
Tabela 3.2.1	176
Atrativos Avaliados	176
Tabela 3.2.2	178
Notas de Atrativos	178
Gráfico 3.2.1	179
Hierarquia de Avaliação	179
Quadro 4.1	183
Posicionamento Turístico	183
Quadro 4.2.....	185
Linhas Gerais de Produto por Segmento.....	185
Quadro 4.3.....	186
Posicionamento por Tipo de Atrativo.....	186
Quadro 4.3.....	192
Estratégias Gerais	192
Quadro 5.1.1	195
Visão Geral das Ações do Componente 1 no Polo Araguaia Mato-Grossense	195



Quadro 5.1.2.....	199
Visão Geral das Ações do Componente 2.....	199
Quadro 5.1.3.....	202
Visão Geral das Ações do Componente 3.....	202
Quadro 5.1.4.....	205
Visão Geral das Ações do Componente 4.....	205
Quadro 5.1.5.....	210
Visão Geral das Ações do Componente 5.....	210
Tabela 5.2.1	212
Dimensionamento do Investimento Total	212
Tabela 5.3.1	217
Matriz de Investimento PRODETUR Nacional Polo Araguaia Mato-Grossense (Ações Priorizadas)	217
Quadro 5.5.1	256
Impactos no Polo Araguaia Mato-Grossense	256
Quadro 5.5.2.....	265
Instrumentos de avaliação ambiental – Polo da Região Metropolitana	265
Figura 6.1.....	270
Mecanismo de Acompanhamento e Avaliação do Programa	270
Quadro 6.1	273
Acompanhamento e Avaliação do Programa por linha de base.....	273
Quadro 6.1	275
Parâmetros para o Monitoramento do Caderno do PDITS.....	275



Resumo Executivo

O Estado do Mato Grosso está dividido em quatro regiões turísticas, que seguem a divisão dos quatro biomas existentes no Estado: o **Polo da Amazônia**, com 42 municípios, localizados na porção do estado ocupada pelo bioma da floresta amazônica; o **Polo do Cerrado**, formado por 40 municípios que ocupam a faixa centro-sul do estado; o **Polo do Pantanal Mato-Grossense**, com seus sete municípios, que se localizam na região fronteira com o Estado do Mato Grosso do Sul, no bioma do Pantanal e, o **Polo do Araguaia**, que está localizado na porção leste do Estado do Mato Grosso e é formado por um total de 24 municípios.

Para efeitos deste plano, o Polo do Araguaia foi definido pela reunião de sete municípios: Água Boa, Barra do Garças, Cocalinho, Confresa, Luciara, Nova Xavantina e São Félix do Araguaia. Neles desenvolvem-se atividades turísticas ligadas à cultura de praias e contemplação das belezas naturais da região e à temporada de atividades pesqueiras, além de atividades náuticas em toda a extensão do rio. Apesar de compreender a importância cultural da pesca em toda a extensão do Rio Araguaia, a premissa do desenvolvimento sustentável e da preservação das espécies de flora e fauna levaram o governo estadual a priorizar o desenvolvimento do turismo através da exploração do Ecoturismo.

Assim, grosso modo, o objetivo geral estabelecido neste plano configura-se em aumentar o fluxo de turistas que se deslocam ao Polo Araguaia, em função, principalmente, do segmento de Ecoturismo, atendendo paralelamente aos segmentos de Turismo de Pesca, Sol e Praia e Cultural, reduzindo as sazonalidades geradas pelas grandes demandas dos acampamentos de alta temporada.

Dentro deste escopo, foram constituídos objetivos específicos à redução da dependência de turistas do próprio estado e do estado vizinho (Goiás), evitando concentrar todo o seu movimento em apenas um período e redução da dependência muito alta de poucos mercados. Em dois anos, espera-se que o percentual de turistas de outros estados se eleve em, aproximadamente, 10% e que mantenha crescimento progressivo em cinco anos, alcançando 20% em até 10 anos.

Prevê-se, ainda, a necessidade de mudar o tipo de turista, cujo perfil econômico atualmente apresenta uma renda média mensal de 2 a 3 salários mínimos em 90% do total de visitantes. Para atrair turistas com maior poder aquisitivo, entretanto, este plano mostra a necessidade de se



oferecer produtos de maior valor agregado, acionando toda a cadeia de valor do turismo local, de forma que, num horizonte entre 5 e 10 anos, os turistas com rendimento mensal acima dos 5 salários mínimos chegue a 20% do total. Dentro de 10 anos, com a implementação das ações previstas neste plano, espera-se que o tempo de permanência média passe de **quatro dias para seis dias**.

Cabe lembrar que os números apresentados como um panorama atual da região, foram levantados em estudo de demanda único, sem série histórica, realizado pela Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT) apenas nos municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Nova Xavantina e Luciara. Este documento entende que os resultados são representativos de todo o Polo. Com base nessas informações, em dados secundários e entrevistas realizadas em campo pela **FGV** em 2011, foi possível apresentar neste plano um perfil da atividade e infraestrutura turística nos sete municípios do Polo, como apresentado a seguir:

- Em **Água Boa**, que tem economia atrelada ao cultivo de soja e de arroz, acontece o maior leilão bovino do estado. O município conta com a principal rede de serviços do baixo Araguaia e é sede de vários órgãos estaduais e federais. Destaca-se, portanto, o fluxo de pessoas com a finalidade de realizar negócios e participar de eventos. Também dispõe, de atrativos naturais, como grutas, cavernas e cachoeiras, além das praias do Araguaia, como potenciais produtos turísticos a serem estrategicamente explorados pelo segmento do Ecoturismo.
- Do ponto de vista do turismo, **Barra do Garças** tem bom potencial para o desenvolvimento do Ecoturismo, além dos segmentos atualmente já comercializados da pesca e de sol e praia nas margens do Rio Araguaia. Também se nota uma demanda atual para os turistas que buscam o misticismo da região, marcadamente as terras da Serra do Roncador, que, junto com a Serra Azul, dota o município de um manancial de águas termais, cachoeiras, grutas e cavernas a serem exploradas pelo turista que busca contato com a natureza, aventura e misticismo.
- Em **Cocalinho**, os principais atrativos turísticos são as praias do Araguaia (Praias de Rio), e cavernas com formações calcárias, que conferem uma tonalidade azul às águas internas, formando grutas e áreas de interesse turístico, inclusive para mergulho profissional com auxílio de iluminação subaquática.



- Da mesma forma que seus vizinhos, **Confresa** tem potencial ainda pouco explorado para desenvolver a atividade turística através do segmento do Ecoturismo, em função da presença de considerável patrimônio natural, além de contar também com acervo de rituais históricos e pinturas do povo Tapirapé, aldeia indígena pertencente ao tronco linguístico do Tupi-Guarani.
- Com uma economia focada no setor de serviços, **Luciara** apresenta infraestrutura local e turística precária. Além das praias do Araguaia, como principais atrativos turísticos podem ser citados: o acesso à Ilha do Bananal (ilha fluvial localizada após a divisa com o Estado de Tocantins, formada por uma planície que fica alagada a maior parte do ano e tem uma rica fauna e flora); os lagos (sendo os Jatobá, Veados e Pau-Doce) e o Rio Xavantina.
- O município de Nova Xavantina possui a maior parte de seu PIB atrelado à atividade comercial, no setor de serviços e à pecuária de cria, recria e corte. Como principais atrativos turísticos podem ser citadas a Serra do Roncador (e o misticismo que ronda a região) e o Rio das Mortes.
- A economia de **São Félix do Araguaia** tem no setor de serviços o maior empregador e gerador de renda, sobretudo em função do comércio dedicado às comunidades locais. No turismo, destacam-se a natureza quase inexplorada e elementos de patrimônio natural preservado, como a Cachoeira da Fumaça.

A partir dos dados levantados pela pesquisa de demanda realizada pela UNEMAT, pode-se traçar um perfil do turista médio que frequenta o Polo do Araguaia Mato-Grossense: homem (entre 53% e 57%), casado (entre 47% e 55%), com predominância da faixa etária dos 26 a 35 anos (entre 28% e 33%) e com escolaridade de nível médio completo (30%). Com relação à ocupação houve uma predominância de funcionários públicos, profissionais autônomos e empregados assalariados e poucos entrevistados declararam-se aposentados ou desempregados. Estes turistas viajam na companhia de parentes (40 %) e essencialmente de carro (entre 66% e 84%).

A pesquisa aponta ainda para um turista de baixa renda, com rendimento médio mensal entre 2 e 3 salários mínimos (entre 36% e 42% dos entrevistados). A maior parte destes turistas alegou pretensão de gastos de até R\$ 200,00 durante toda a estada, à exceção dos turistas de



Cocalinho, que alegaram disposição de gasto acima de R\$ 500,00. O meio de hospedagem mais utilizado por estes turistas é a casa de amigos e parentes (entre 40% e 50%) e permanecem no destino, em média, quatro dias. O principal público presente é regional, com grande percentual de participação do público estadual e também de Goiás e Distrito Federal.

O segmento de Sol e Praia desponta atualmente com relevância no Polo Araguaia, sobretudo em função da cultura do mato-grossense e do goiano (estado vizinho) em participar dos acampamentos de praia nas altas temporadas. Dentro da perspectiva traçada por este plano, entretanto, entende-se que este modelo de turismo deva ser tratado com cuidado, em razão da alta densidade populacional que se desloca até o Polo nestes períodos, que pode ser prejudicial ao patrimônio natural, além de exaurir os recursos e poder gerar passivos ambientais que dificultem o desenvolvimento de um turismo sustentável ao longo de todo o ano.

Neste ponto, o **PDTIS** vai ao encontro da **Política Estadual de Turismo do Mato Grosso 2004-2013**, que busca retirar o foco de segmentos com alto impacto ambiental na região - não pelo volume de pessoas, mas pela ocupação desordenada dos rios e poluição gerada - como o de Sol e Praia e o de Pesca (Náutico) - e assegurar os seguintes princípios gerais para qualquer atividade turística:

- Sustentabilidade social, ambiental, cultural e econômica;
- Desenvolvimento dos recursos humanos;
- Desenvolvimento turístico regional, respeitando as especificidades locais;
- Respeito à ética e à legislação em vigor;
- Sinergia da cadeia produtiva, visando otimizar os esforços dos agentes envolvidos;
- Democratização do acesso ao turismo;
- Democratização do acesso às informações;
- Priorização do fomento e apoio aos micro e pequenos empreendedores; e
- Embasamento científico e monitoramento das ações de desenvolvimento do turismo.

Assim, e também em função da demanda atual e dos segmentos potenciais do **Polo**, optou-se por priorizar o fomento ao segmento do Ecoturismo, além de se trabalhar também com a organização e estruturação do segmento de Sol e Praia e desenvolver o turismo cultural como elemento secundário.



Se a ausência de informações disponíveis sobre a atividade turística no Polo Araguaia impossibilita o desenvolvimento de projeções sobre a demanda turística potencial para os próximos cinco anos, pode-se, por outro lado, estabelecer algumas perspectivas, tendo-se em conta as características do produto oferecido, o que se conhece da demanda atual e os estudos sobre o desenvolvimento do turismo no país. Considerando apenas o mercado de ecoturismo, cerca de 10% dos viajantes no mundo são ecoturistas, conforme a Organização Mundial do Turismo (OMT), ou seja, cerca de 92,4 milhões de pessoas em 2008, conforme os dados da Instituição para o número de entradas internacionais de turistas.

Para que esse potencial seja aproveitado, é preciso que os gestores públicos melhorem a qualidade das infraestruturas de acesso aos municípios e aos atrativos, além de coordenarem melhor os municípios para aumentar a qualidade da prestação do serviço turístico nos destinos. Esses fatores são limitantes da demanda uma vez que para chegar ao Polo já se exige do turista um longo percurso em via terrestre com longos trechos de pista sem asfalto nem segurança.

Conforme apurado em campo, os atrativos do **Polo Araguaia** têm grande representatividade na organização geral do turismo, mas não estão em boas condições de infraestrutura geral para o desenvolvimento do Ecoturismo, pois grande parte deles não possui nenhuma estrutura para visitação e carece de organização (para se tornar produto) e estudos de organização do espaço para preservação e sustentabilidade. Também não foram encontrados estudos de capacidade de carga.

Outras ações previstas neste plano e que podem ampliar a demanda potencial no destino dizem respeito à facilitação para compra do destino, com a criação de *website* próprio e manutenção de dados atualizados para consulta dos turistas potenciais, além da criação de roteiros perenes a serem ofertados ao longo de todo o ano, ininterruptamente, junto aos canais de comercialização.

A partir da avaliação de equipamentos turísticos do **Polo Araguaia**, observa-se que apenas o município de **Barra do Garças**, principal município deste Polo, em termos de tamanho e atividade econômica, apresenta boa infraestrutura de equipamentos e serviços turísticos. Entre os problemas identificados pela pesquisa de campo e relacionados à oferta dos serviços e equipamentos turísticos que devem ser priorizados e levados em consideração pela gestão pública municipal e estadual para o fomento da atividade turística nestes municípios estão:



- Ausência de Centros de Atendimento ao Turista;
- Material promocional local escasso e pobre em indicações de atrativos naturais que o turista possa conhecer em curtos deslocamentos de tempo;
- Maioria de hotéis e restaurantes formada por estabelecimentos de pequeno porte e estrutura familiar, incapazes de suprir a demanda das temporadas de praia;
- Falta de qualificação dos profissionais que atuam no setor turismo nestes municípios; e
- Ausência de sinalização turística e rodoviária.

A pesquisa de campo identificou a necessidade urgente de capacitação empresarial e profissional. Se o perfil do empresário local é familiar, com pequeno grau de instrução, sem qualificação específica para a atuação empresarial nem mesmo para a atuação no setor de turismo, o perfil dos empregados do setor na região é essencialmente jovem, com pouca experiência profissional, baixo nível de escolaridade e sem nenhuma preparação para atuar com o público em geral e com turistas em especial. Nova Xavantina possui um *campus* da UNEMAT, que oferece o curso de graduação em Turismo. Porém, os cursos de qualificação em turismo e de qualificação profissional realizados pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), localizam-se em Barra do Garças.

De todos os percalços identificados no **Polo Araguaia**, contudo, **a precariedade das rodovias; a inexistência de aeroportos operando voos comerciais regulares**, em uma distância inferior a 500 quilômetros (distância entre Brasília e Barra do Garças) e a **pequena oferta de transporte rodoviário comercial regular**, que realize a interligação entre os principais centros regionais (Cuiabá, Goiânia e Brasília) com os municípios do Polo, **destacam-se como limitadores do desenvolvimento turístico na região**. A BR-158, principal rodovia que liga o “baixo Araguaia” (Barra do Garças, Cocalinho, Nova Xavantina e Água Boa) ao “Alto Araguaia” (São Félix do Araguaia, Luciara e Confresa), por exemplo, possui trecho asfaltado apenas até o município de Água Boa. A partir daí, é preciso seguir em pista de terra por mais de 280 km em estrada de terra onde está se implementando pavimento (segundo mapa rodoviário do DNIT) e no entroncamento com a BR-242 e seguir mais 129km por estrada de terra até São Félix do Araguaia.

Pode-se verificar que os registros de desembarques em aeroportos, como os de Brasília ou Goiânia (a 388 km de Barra do Garças), os mais próximos aos municípios da região, não atestam fluxo representativo de pessoas que se deslocam até o **Polo**. Embora exista uma pista de pouso de 1.598 metros, com capacidade de receber aeronaves do porte de até 180 passageiros em



Barra do Garças, este aeroporto atualmente opera apenas com voos particulares. Já o aeroporto de São Félix do Araguaia, conta com apenas quatro voos semanais de pequeno porte, com escalas, a partir de Brasília, o que, atualmente, pouco acrescenta de impacto na entrada de visitantes na região.

Aproximadamente 80% dos turistas chegam ao **Polo** por meio de veículos terrestres, sobretudo carros de passeio. Se os objetivos de diversificar o público e reduzir a dependência do mercado regional/local forem alcançados, no médio prazo o **Polo Araguaia** deverá receber um maior contingente de pessoas sem condução própria e dependendo do sistema de transporte urbano, que hoje é praticamente inexistente. Este plano registra que, à exceção das praias do Araguaia, os demais atrativos turísticos do Ecoturismo (cachoeiras, grutas, rios, entre outros) se encontram fora da área urbana.

Na pesquisa de campo realizada foi identificado que existem problemas de abastecimento de água em quase todos os municípios no período da alta temporada das praias do Araguaia, ocasião em que o fluxo migratório de pessoas para a região suplanta a capacidade do sistema de abastecimento local. Especificamente no município de Cocalinho, os turistas relataram na pesquisa da UNEMAT que a falta de água é um agravante na fraca infraestrutura turística do município. Embora a água seja um recurso abundante na região, o sistema existente de captação, adução e tratamento não suporta as pressões de demanda nos períodos de temporada turística.

Verificou-se precariedade da infraestrutura de saneamento em todos os municípios do Polo. Mais de 40% da população do município de Confresa e cerca de 20% dos habitantes de Luciara não têm banheiro em casa e a destinação mais comum dos dejetos residenciais e comerciais é a fossa rudimentar, sem sequer uma fossa séptica. Isto se torna particularmente preocupante para a fundamentação do desenvolvimento da atividade turística no Ecoturismo, no contato com a natureza e na interação com o patrimônio natural. Estes números indicam, ainda, a dificuldade de se ampliar a atividade turística no **Polo**, uma vez que não existe infraestrutura de esgotamento sanitário nos municípios que seja capaz de coletar e tratar estes resíduos. O potencial aumento do fluxo turístico também depende da melhora do precário sistema de esgotamento das localidades, atualmente saturada nas temporadas de praia do Araguaia.

Os resultados de campo apontam para uma grande quantidade de lixo nas ruas também no período da alta temporada das praias do Araguaia, quando a movimentação de turistas aumenta a



população na zona urbana das cidades. Isto também foi verificado, fora da temporada de praias, também por meio de observações primárias realizadas pela **FGV**. Na avaliação dos turistas que estiveram visitando os municípios pesquisados, a limpeza urbana é uma reclamação constante, inclusive com a recomendação de que se deveria ampliar o número de lixeiras pela cidade e aumentar a frequência de varrição e recolhimento do lixo nos pontos turísticos.

O **Polo** apresenta, ainda, problemas históricos de alagamento nos municípios ribeirinhos à margem do Rio Araguaia. Na temporada de chuvas na região, entre os meses de novembro e maio, os municípios banhados por esse rio ficam em constante alerta de perigos de enchentes.

Em termos de arranjo institucional, este plano registra a criação do Fórum Empresarial do Turismo, em 1994, quando foi elaborado um plano de ações integradas entre o governo estadual, prefeituras municipais e iniciativa privada, para recuperação, fortalecimento e promoção do turismo mato-grossense nos mercados nacional e internacional. No âmbito da política de turismo, as seguintes intenções recebem destaque:

- Atrair novos empresários turísticos;
- Incrementar e ampliar a divulgação do Estado nos níveis regional, nacional e internacional.
- Integrar o governo estadual às prefeituras municipais e à iniciativa privada, em prol da recuperação, fortalecimento e promoção do turismo mato-grossense;
- Tornar Mato Grosso um destino turístico consolidado e competitivo no Brasil e no Exterior, adotando as políticas públicas de turismo que propiciem o crescimento econômico como gerador de emprego e renda, conciliado com a preservação e a manutenção dos patrimônios ambiental, histórico e cultural;
- Fomentar parcerias regionais, possibilitando o surgimento de produtos turísticos integrados e possuir maior poder de negociação nos mercados estadual, nacional e internacional; e
- Executar a política estadual de turismo, compreendendo a identificação, o desenvolvimento e a exploração de potenciais turísticos do Estado.

Nos municípios, foi possível observar que, apesar da existência de gestão pública dedicada ao turismo, ainda há carência de processos de governança que valorizem a atividade e a legitimem localmente e regionalmente. Todas as cidades componentes do *Polo* possuem secretaria



municipal com atividade dedicada ao Turismo, mas concentram várias pastas em uma mesma instância governamental. Em Água Boa, Barra do Garças e Nova Xavantina, verificou-se a existência de Plano Diretor local contemplando, parcialmente, o turismo. Todavia, no que diz respeito ao monitoramento dos impactos da visita turística, não foi observado, em nenhum dos municípios, atividade que comprovasse preocupação com os impactos econômicos, sociais e ambientais da atividade de lazer.

Assim, este plano propõe que a **Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo Governo do Estado de Mato Grosso (SEDTUR)** deva, por meio do **PRODETUR Nacional**, dar suporte aos municípios quanto ao reaparelhamento dos órgãos municipais de turismo, à criação de processos e estruturas de monitoramento e aos cursos para a capacitação gerencial pública para o turismo. A articulação política entre executivo e legislativo municipais para a formação e dotação de um fundo de turismo também ajudaria a mitigar a carência de recursos para investimentos no setor público do turismo.

Com base nesse diagnóstico realizado e nas áreas críticas de intervenção, o **PDTIS** definiu as estratégias prioritárias para o desenvolvimento da atividade turística na região, considerando os cinco componentes:

■ **Componente 1 - Estratégia do Produto Turístico**

- ▣ Consolidar produtos-chave para cada cidade (Operação Sazonal); e
- ▣ Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo.

■ **Componente 2 - Estratégia da Comercialização**

- ▣ Promover o posicionamento de mercado juntamente com o segmento Ecoturismo; e
- ▣ Implantar promoção direcionada para fortalecimento da atividade turística no **Polo**.

■ **Componente 3 - Fortalecimento Institucional**

- ▣ Desenvolver o sistema de informações do destino; e
- ▣ Fortalecer a estrutura de governança pública do setor de turismo.

■ **Componente 4 - Infraestrutura**

- ▣ Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do **Polo** e suas conexões com a capital do Estado; e



- ▣ Ampliar a infraestrutura turística geral de destinos e atrativos do **Polo**.

■ **Componente 5 - Gestão Ambiental**

- ▣ Estruturar o sistema de gestão ambiental (local) do **Polo**; e
- ▣ Ampliar a oferta de áreas naturais estruturadas para uso turístico.

Atendendo às necessidades identificadas nas análises apresentadas neste documento, essas estratégias apontam o segmento de Ecoturismo como o mais adequado à promoção estratégica do **Polo Araguaia** e equalizador dos problemas sazonais resultantes dos segmentos de Pesca e Sol e Praia. No que diz respeito à nova segmentação, o diagnóstico de campo evidenciou a necessidade de formatar e priorizar produtos para atender esse segmento, além de esforço concomitante de gestores públicos e privados para mudar o foco sobre a condição turística do **Polo Araguaia**, deixando de olhar somente para o Rio Araguaia e as possibilidades de produtos turísticos oriundos do seu uso e buscar na fauna e flora marginais os produtos que completam a experiência do visitante da região.

Conforme identificado no diagnóstico, ainda há necessidade de formatação generalizada dos atrativos para receber turistas com conforto e eficiência de serviços. Mesmo os atrativos de segmento Sol e Praia, ainda carecem de melhor estruturação, pois os acampamentos e locais de consumo de alimentos ainda se encontram despreparados. Os atrativos existem, porém não estão formatados comercialmente.

A estruturação e implementação de processos de fomento e projetos de organização institucional para incentivar o setor de turismo nos municípios é estratégica pela inexistência de mecanismos atuais de valorização da atividade turística por meio de parcerias público-privadas, exceto por atividades isoladas do Sistema S (grupo formado 11 instituições com a finalidade de qualificar e promover o bem-estar social e disponibilizar uma boa educação profissional), principalmente SEBRAE, no que diz respeito à capacitação para o turismo.

A necessidade de melhorar a infraestrutura e os serviços básicos é um dos elementos mais importantes para a conclusão dos resultados específicos do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (**PDITS**) do Araguaia Mato-Grossense. Este documento evidencia a carência de infraestrutura turística básica, como, por exemplo, sinalização e Centro de Atendimento ao Turista (**CAT**), mas o principal gargalo está na organização dos mecanismos de



acesso. Os atrativos listados no documento necessitam, em sua maioria, de reformas para funcionarem em condições básicas de receptividade confortável e com segurança. Além disso, por não existir estudos de impactos, nem séries históricas quanto ao número de visitantes, não foi possível identificar os diferentes graus de preparação dos atrativos, apesar de se constatar a necessidade de readequação de todos eles para a atividade turística atual, e, principalmente, potencial. Assim, este plano dá atenção à investigação mais detalhada das condições dos atrativos, visando estabelecer condições mínimas de monitoramento da Gestão Ambiental do **Polo Araguaia** como um todo.

Por fim, do ponto de vista estratégico, a estrutura de acesso representa fator impeditivo do crescimento do turismo na região e, principalmente, dos objetivos de mudança no perfil de turista e de consolidação do Ecoturismo como novo segmento.

Neste sentido, o plano recomenda o recapeamento, sinalização, asfaltamento e provimento geral de condições de viagem para as estradas que conectam a capital do Estado aos municípios do **Polo Araguaia**. Esta proposta parte do princípio de que sem acesso eficiente será difícil implementar atividades de turismo que não sejam as já, precariamente, existentes.



Introdução

O **Estado do Mato Grosso** apresenta-se como candidato à operação de crédito a ser contratada em entidade internacional de financiamento, como parte integrante do **Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo - PRODETUR Nacional**, que está sendo desenvolvido e apoiado pelo **Ministério do Turismo - MTUR** em parceria com o **Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID**.

Neste contexto, faz-se necessária a elaboração do **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável - PDITS** para definir os objetivos, estratégias e ações que serão implementadas pela administração pública estadual para alavancar o desenvolvimento do turismo nos municípios que fazem parte do Polo Araguaia Mato-grossense. A partir do **PDITS**, as ações serão priorizadas e selecionadas segundo objeto do investimento do referido programa, ao longo dos quatro anos de execução previstos para o **PRODETUR Nacional** no Estado.

O **Governo do Estado do Mato Grosso** definiu como uma das áreas prioritárias para a estruturação da atividade turística, o **Polo do Araguaia Mato-Grossense** (objeto deste produto), incluindo sete cidades, a saber: Água Boa, Barra do Garças, Cocalinho, Confresa, Luciara, Nova Xavantina e São Félix do Araguaia.

Este documento corresponde ao **Produto 6 - Relatório Final** da **Proposta Nº 025/10**, apresentada pela **Fundação Getulio Vargas (FGV)** ao **Governo do Estado do Mato Grosso** e contém a Versão Final do **PDITS**.

O plano foi construído a partir de pesquisas de campo, observação direta, entrevistas com gestores públicos e privados, seminários abertos ao público e pesquisa de dados secundários. No período de outubro de 2009 a abril de 2012 foram realizados três seminários para apresentação e validação do diagnóstico da área, apresentação e discussão de propostas e priorização de investimentos. A metodologia de construção do plano envolveu pesquisas de informações em bases primárias e secundárias, entrevistas com gestores públicos e empresários do setor, entrevistas com entidades de governança que atuam no **Polo**, visita de campo para observação "*in loco*" da realidade da atividade e avaliação dos atrativos e equipamentos turísticos presentes na área de investigação. Além disso, foram realizadas três oficinas públicas com participação da



sociedade civil nas fases de diagnóstico, estratégia e construção do Plano de Ação, visando à futura validação pública dos investimentos e prioridades definidas.

Dada a inexistência de uma estrutura dedicada ao levantamento de informações sobre o setor e a atividade turística, este plano carece de informações detalhadas e séries históricas que permitam a análise de comportamentos de consumo e desenvolvimento da atividade no **Estado**. As poucas informações sobre estudos de demanda e prestação de serviços na área do turismo foram obtidas através de estudo de demanda único, sem série histórica, realizado pela Universidade Estadual do Mato Grosso (UNEMAT) para os municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Nova Xavantina e Luciara. As informações secundárias foram obtidas através de pesquisas em base de dados de organismos oficiais tais como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)/Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), Ministério das Cidades, Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO), entre outros.

A **SEDTUR** conduziu o diálogo com a sociedade e a construção deste plano, primando pela sua exequibilidade e garantindo a participação popular, o planejamento integrado das ações do setor, o desenvolvimento sustentável e um planejamento estratégico que possa indicar as ações a serem desenvolvidas nos próximos anos no setor de turismo no **Estado do Mato Grosso**.

Este plano apresentará um diagnóstico do setor de turismo; da atividade turística no **Polo**, analisando informações sobre a atual demanda e oferta de serviços, equipamentos e atividades do setor e das condições da infraestrutura e dos serviços básicos na área em estudo, alertando os gestores públicos e privados para a necessidade de se ampliar estruturas para o bom atendimento das demandas geradas pelo incremento na população flutuante de turistas. Por fim, o plano propõe um conjunto de ações a serem desenvolvidas pelo Governo Estadual para incentivar o desenvolvimento da atividade turística no Polo Araguaia Mato-Grossense, que, para efeitos de referência dentro deste documento, também será chamado Polo Araguaia.



1. Formulação de Objetivos do PDITS

1.1 Objetivo Geral

Aumentar o fluxo de turistas que se deslocam ao **Polo Araguaia Mato-Grossense** em função, principalmente, do segmento de Ecoturismo, atendendo paralelamente aos segmentos de Turismo de Pesca, Sol e Praia e Cultural, reduzindo as sazonalidades geradas pelas grandes demandas dos acampamentos de alta temporada.

1.2 Objetivos Específicos

Constituem-se objetivos específicos do **PDITS** do **Polo do Araguaia Mato-Grossense**:

- **Curto Prazo:** Qualificar a oferta turística, com o objetivo de reduzir a dependência do turista de MT e GO, atualmente responsável por cerca de 90%¹ do fluxo de visitantes. Para desenvolver a atividade turística e fortalecer a oferta perene em todo o ano é necessário que se invista na oferta de forma concomitante à diversificação da demanda, evitando que o fluxo se concentre apenas em um período e reduzindo a alta dependência de mercados emissores regionais. A partir da valorização dos atrativos e diversificação do público visitante no **Polo do Araguaia**, espera-se que o percentual de turistas de outros estados chegue a 10% em dois anos e que cresça progressivamente em cinco anos. Após esse período espera-se que a oferta do produto em outros mercados se consolide e esse percentual de visitantes chegue a 20% em até 10 anos.
- **Médio Prazo:** Mudança no perfil econômico do turista. Atualmente a quase totalidade dos turistas, 90%, tem renda média mensal de 2 a 3 salários mínimos. Para o desenvolvimento de uma atividade turística sustentável e com poder de geração de emprego e renda para a comunidade local é necessário que o **Polo** consiga atrair turistas com maior poder aquisitivo, oferecendo produto de maior valor agregado

¹ Este percentual é média entre as participações dos turistas de MT e GO nos municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Luciara e Nova Xavantina, conforme pesquisa realizada pela UNEMAT em julho de 2011.



(valorização da oferta) e acionando toda a cadeia de valor do turismo local. No médio prazo, espera-se que as ações para redução da dependência dos turistas de Mato Grosso e Goiás comecem a fazer efeito e que de 5 a 10 anos 20% dos turistas que chegam ao Polo possuam rendimento mensal acima dos 5 salários mínimos.

- **Longo Prazo:** Uma vez consideradas a valorização da oferta e a diversificação da demanda, esta etapa, visa aumentar o Tempo de Permanência Média (TMP) dos turistas no **Polo**. Segundo pesquisa de demanda turística realizada pela UNEMAT² nos municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Luciara e Nova Xavantina, os turistas passam em média quatro dias na cidade. Adotando-se este número como o TMP do **Polo**, projeta-se em horizonte de dois anos um TMP de quatro dias e meio e em cinco dias no prazo de cinco anos³. Ao final de 10 anos espera-se que esse TMP atinja um total de seis dias com a atração de um público diferenciado, inclusive de turistas internacionais.

Tabela 1.2.1

Indicadores de Curto, Médio e Longo Prazo para o Polo Araguaia Mato-Grossense

Indicador	Meta (Curto Prazo) 0 a 2 anos	Meta (Médio Prazo) 2 a 5 anos	Meta (Longo Prazo) 5 a 10 anos
Tempo Médio de Permanência	4,5 dias	5 dias	6 dias
Mudança no perfil econômico do turista	15% dos turistas com rendimento mensal acima de 3 salários mínimos	20% dos turistas com rendimento mensal acima de 5 salários mínimos	26% dos turistas com rendimento mensal acima de 3 salários mínimos
Reduzir a dependência do mercado regional (sobretudo MT e GO) ⁴	10% de turistas oriundos de estados diferentes do MT e GO	15% de turistas oriundos de estados diferentes do MT e GO	20% de turistas oriundos de estados diferentes do MT e GO

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.

² Esta pesquisa foi realizada em 2010 através de questionários enviados a turistas que visitaram Alto Paraíso entre Julho/2009 e Janeiro/2010 e cadastraram seu *e-mail* no canhoto da taxa de turismo. Foram enviados 500 questionários e respondidos 113. Esta pesquisa apresenta margem de erro de 10%.

³ Este TMP será calculado a partir da somatória de dias permanecidos nos municípios do **Polo** ininterruptamente. As projeções foram realizadas com base no aumento do fluxo turístico para o Estado.

⁴ Estas projeções foram realizadas a partir da média de participação de turistas extra-regional atualmente no Brasil e também na perspectiva do incremento de viagens domésticas no país para os próximos 10 anos.



2. Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas

O **Estado do Mato Grosso** está dividido em quatro regiões turísticas, que oportunamente seguem a divisão dos quatro biomas existentes no Estado: o **Polo da Amazônia**, que contempla um total de 42 municípios, localizados na porção do estado ocupada pelo bioma da floresta amazônica; o **Polo do Cerrado**, formado por 40 municípios que ocupam a faixa centro-sul; o **Polo do Pantanal Mato-Grossense**, formado por sete municípios, que se localizam na região fronteira com o Estado do Mato Grosso do Sul, no bioma do Pantanal e, por fim, o **Polo do Araguaia**, que está localizado na porção leste do Estado do Mato Grosso e ocupa toda a faixa longitudinal de norte a sul do Estado, formado por um total de 24 municípios. Para efeitos do planejamento turístico, adota-se o **Polo da Região Metropolitana de Cuiabá** como parte integrante do **Polo Cerrado**.

O **Estado do Mato Grosso** possui biomas diversos e apresenta boas oportunidades para o desenvolvimento de uma atividade turística multissegmentada, atrativa ao público nacional e internacional. Porém, a dimensão territorial e o numeroso universo de municípios integrantes de cada um dos Polos turísticos exigiram do governo estadual um esforço de priorização na seleção dos municípios que deveriam atuar como indutores da atividade turística e iniciar a estruturação de uma oferta de equipamentos e serviços voltados para a recepção de turistas no curto e médio prazos.

Para efeitos deste plano, o **Polo do Araguaia** foi definido integrando sete municípios, a saber: Água Boa, Barra do Garças, Cocalinho, Confresa, Luciara, Nova Xavantina e São Félix do Araguaia. Segundo os dados do IBGE, na tabela abaixo, estão as principais características destes municípios. Nos mapas seguintes, pode-se observar a distribuição geográfica dos mesmos a partir de Cuiabá (A).



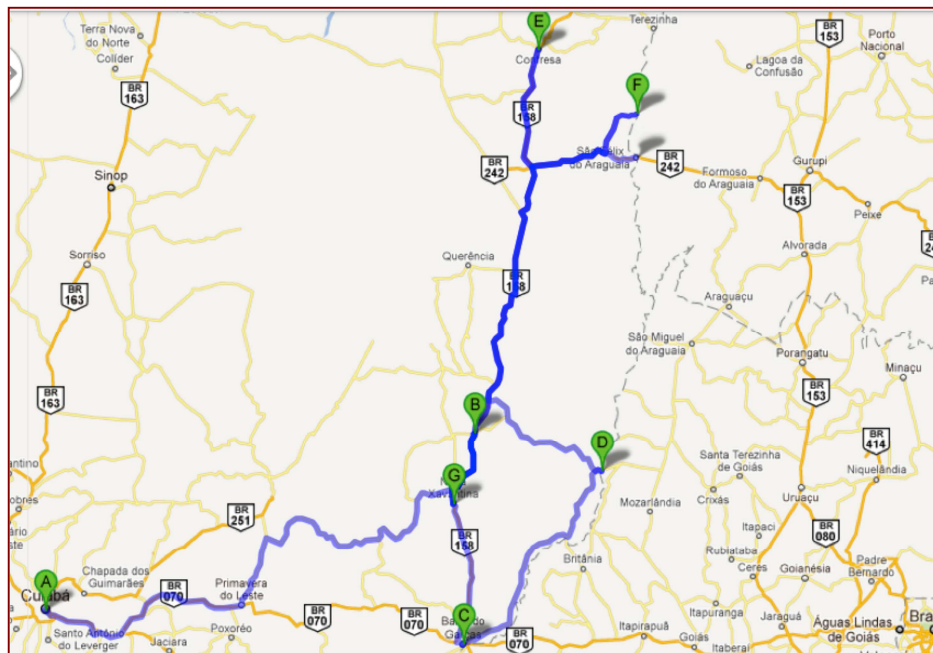
Tabela 2.1

Características Gerais dos Municípios do Polo do Araguaia

Município	População*	Área (km ²)	Distância de Cuiabá	Acesso
B. Água Boa	20.856	7.537,949	740 Km	BR-158, BR-070 E BR-364
C. Barra do Garças	56.560	9.078,982	500 Km	BR-070 e BR-364
D. Cocalinho	5.490	16.530,643	920 km	Rodovia MT-326, BR-158, BR-070 e BR-364
E. Confresa	25.124	5.801,377	1.165 Km	BR-158, BR-070 E BR-364
F. Luciara	2.224	4.243,058	1.200 Km	Rodovia MT- 100 e BR- 242, BR-158, BR-070 e BR-364
G. Nova Xavantina	19.643	5.667,912	670 Km	BR-158, BR-070 E BR-364
H. São Félix do Araguaia	10.625	16.711,854	1.143 Km	BR-070 e BR-364

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE Cidades, 2011/* Dados de 2010).

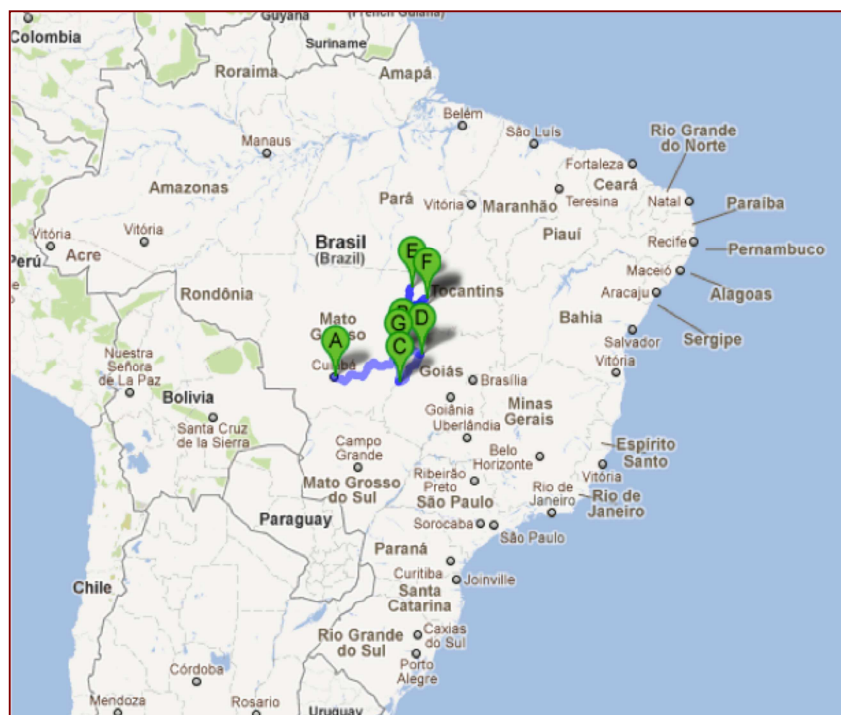
Figura 2.2
Polo Araguaia



Fonte: Googlemaps, 2011.



Figura 2.3
Polo Araguaia



Fonte: Googlemaps, 2011.

Nestes municípios se desenvolvem atividades turísticas fortemente ligadas à cultura de sol e praia da região, além de atividades náuticas em toda a extensão do rio e também já se estrutura uma oferta turística no segmento do Ecoturismo. Apesar de compreender a relação cultural da pesca em toda a extensão do Rio Araguaia, a premissa do desenvolvimento sustentável e da preservação das espécies de flora e fauna levaram o governo estadual a priorizar o desenvolvimento do turismo através da exploração do segmento principal (Ecoturismo), podendo aliar a este outros segmentos potenciais, como o Turismo de Aventura.

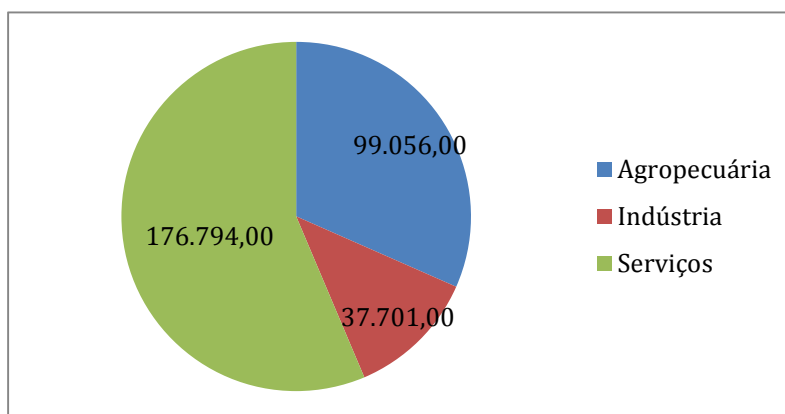
À exceção dos municípios de Cocalinho e Confresa, o setor de serviços já é o principal gerador de divisas nos municípios do **Polo**, o que reforça a ideia de desenvolver a atividade turística como alternativa de renda e geração de emprego para as comunidades locais.



ÁGUA BOA

Emancipado em 26 de dezembro de 1979, o município de Água Boa já nasceu com vocação turística, em função de ser ponto de passagem para os colonizadores da porção média do Araguaia. Atualmente sua economia baseia-se no setor de serviços e na forte atividade agropecuária.

Gráfico 2.1
Valor Agregado ao PIB municipal Água Boa (em R\$ mil)



Fonte: IBGE Cidades, 2011.

Na área de agricultura, o município possui forte vocação nas culturas de soja e arroz. Na agropecuária é a sede do maior leilão bovino do Estado. Nos serviços, é o principal município da região do baixo Araguaia e, sendo assim, desenvolveu uma grande rede de serviços para atender toda a região, sendo, inclusive, a sede de vários órgãos estaduais e federais. Assim, não poderia ser diferente, destaca-se no município o fluxo de pessoas com a finalidade de realizar negócios e participar de eventos. Porém, o município possui atrativos naturais, grutas, cavernas, cachoeiras, além das praias do Araguaia, como potenciais produtos turísticos a serem explorados pelo segmento do Ecoturismo.



Tabela 2.2
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Água Boa

Cidade	Distância km
Cuiabá	740
Brasília	740
Goiânia	618
Barra do Garças	235
Cocalinho	163
Confresa	421
Luciara	435
Nova Xavantina	84
São Félix do Araguaia	409

Fonte: Google Maps – 2011.

BARRA DO GARÇAS

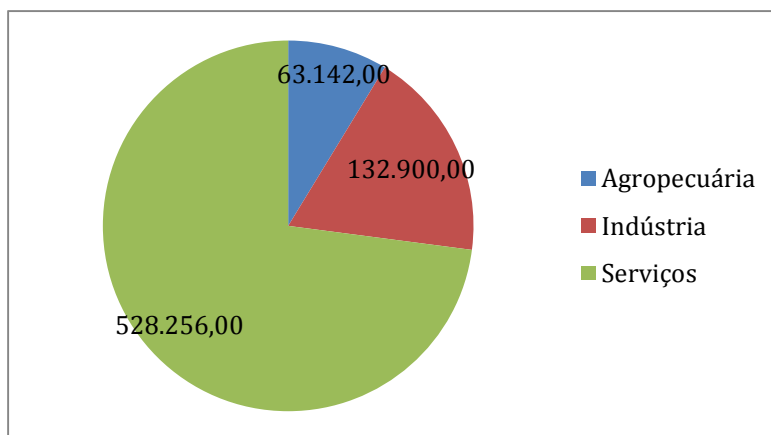
Segundo o IBGE Cidades,

“as primeiras notícias acerca da região se deram por conta das lendárias Minas dos Martírios, no século XVII. Neste período, o imenso quadrilátero barragarcense era habitado de cima para baixo por povos indígenas das nações bororó e xavante. A região teve efetivo início povoador com a navegação do rio Araguaia, ao tempo da guerra do Paraguai, quando o presidente da Província, Couto de Magalhães, viu a necessidade de ligação entre as bacias hidrográficas do Prata e Tocantins, unindo o sul ao norte, pelo centro. Iniciou-se então a navegação do rio Araguaia”.

A oficialização da cidade como sede do então município de Araguaiana se deu em 29 de março de 1938. A economia local é formada em quase dois terços de atividades pelo setor de serviços, sendo o setor industrial de segunda relevância.



Gráfico 2.2
Valor Agregado ao PIB Municipal Barra do Garças (em R\$ mil)



Fonte: IBGE Cidades, 2011.

Do ponto de vista do turismo, é notório o potencial para o desenvolvimento do Ecoturismo, além dos segmentos atualmente já comercializados da Pesca e de Sol e Praia nas margens do Rio Araguaia. Além destes segmentos, existe uma demanda atual para os turistas que buscam o misticismo da região, marcadamente as terras da Serra do Roncador.

Além da Serra do Roncador, a região da Serra Azul garante a Barra do Garças um extenso manancial de águas termais, cachoeiras, grutas e cavernas a serem exploradas pelo turista que busca contato com a natureza, aventura e misticismo.



Tabela 2.3

Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Barra do Garças

Cidade	Distância km
Cuiabá	508
Brasília	505
Goiânia	383
Água Boa	235
Cocalinho	253
Confresa	654
Luciara	668
Nova Xavantina	151
São Félix do Araguaia	642

Fonte: Google Maps, 2011.

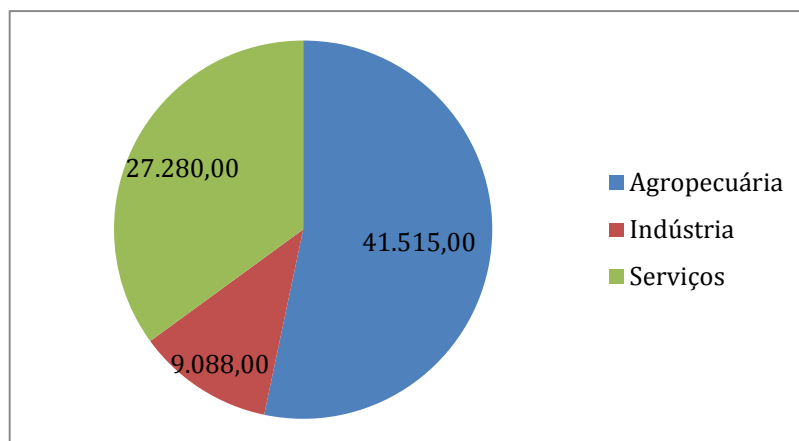
COCALINHO

Emancipado em 13 de maio de 1986, o município de Cocalinho foi desmembrado do município de Barra do Garças e tem sua formação oriunda de terras devolutas anexadas ao antigo município de Araguaiana (que depois passou a sua sede para o distrito de Barra do Garças e assumiu esse nome). A economia de Cocalinho é predominantemente agropecuária, com grande destaque para a pecuária leiteira e de corte, além de ter também no setor de serviços um importante gerador de renda para a comunidade local. Neste sentido, Cocalinho tem desenvolvido a atividade turística atrelada à área rural do município, a partir da exploração do Ecoturismo em seu patrimônio natural.



Gráfico 2.3

Valor Agregado ao PIB Municipal Cocalinho (em R\$ mil)



Fonte: IBGE Cidades, 2011.

Como principais atrativos turísticos são citadas as praias do Araguaia (Parias de Rio), além de cavernas com formações calcárias, que conferem uma tonalidade azul às águas internas, formando grutas e áreas de interesse turística, inclusive para mergulho profissional com auxílio de iluminação subaquática.

Tabela 2.4

Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Cocalinho

Cidade	Distância km
Cuiabá	762
Brasília	523
Goiânia	401
Água Boa	163
Barra do Garças	253
Confresa	536
Luciara	550
Nova Xavantina	245
São Félix do Araguaia	524

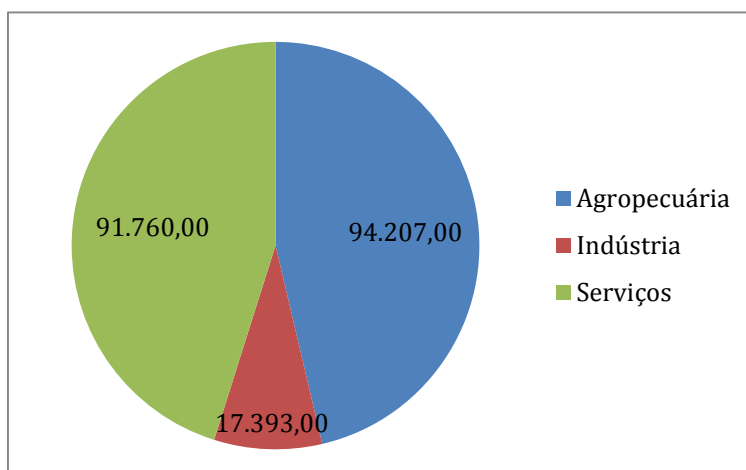
Fonte: Google Maps – 2011.



CONFRESA

Segundo o IBGE o “*termo Confresa é referência à Colonizadora Frenova Sapeva. Esta empresa era proprietária das Fazendas Reunidas Nova Amazônia, que abrangiam inúmeras propriedades agropecuárias, além de uma destilaria*”. Este município foi criado em 20 de dezembro de 1991, sendo desmembrado do município de Santa Terezinha.

Gráfico 2.4
Valor Agregado ao PIB Municipal Confresa (em R\$ mil)



Fonte: IBGE Cidades, 2011.

A economia de Confresa é bastante dependente da agricultura, sobretudo das culturas de arroz, banana, cana-de-açúcar e milho e do extrativismo mineral (com exploração do ouro). O setor de serviços também é responsável por quase 45% da economia local, movimentado sobretudo pelo comércio.

Da mesma forma que seus vizinhos, Confresa possui um potencial ainda pouco explorado para desenvolver a atividade turística através do segmento do Ecoturismo, em função do considerável patrimônio natural, além de contar também com a forte presença do povo Tapirapé, aldeia indígena pertencente ao tronco linguístico do Tupi-Guarani, que proporciona um belo espetáculo com seus rituais e pinturas características.



Tabela 2.5

Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Confresa

Cidade	Distância km
Cuiabá	1.000
Brasília	947
Goiânia	937
Água Boa	421
Barra do Garças	654
Cocalinho	536
Luciara	268
Nova Xavantina	503
São Félix do Araguaia	242

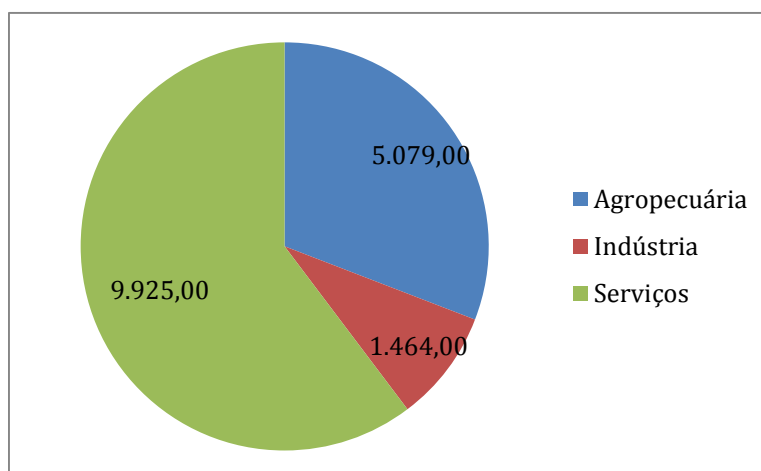
Fonte: Google Maps, 2011.

LUCIARA

O município possui sua origem ligada ao movimento de colonização do cerrado central brasileiro a partir da década de 1950, sendo destacada a figura do goiano Lúcio Pereira da Luz que, liderando alguns companheiros, chegou a localização do atual município chamado, inicialmente, de Mato Verde. A importância deste aventureiro lhe rendeu a homenagem e a cidade passou a se chamar Luciara (Lucio + Araguaia).

Gráfico 2.5

Valor Agregado ao PIB municipal Luciara (em R\$ mil)



Fonte: IBGE Cidades, 2011.



A economia de Luciara é preponderantemente focada no setor de serviços, sobretudo com o comércio local, que ocupa e emprega grande parte da população. A infraestrutura local e turística é precária. As praias do Araguaia, a Ilha do Bananal (Ilha fluvial de grande extensão, formada por uma planície que fica alagada a maior parte do ano e tem uma rica fauna e flora), os lagos (sendo os principais Jatobá, Veados e Pau-Doce) e o Rio Xavantim são os principais atrativos turísticos..

Tabela 2.6
Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Luciara

Cidade	Distância km
Cuiabá	1.015
Brasília	799
Goiânia	846
Água Boa	435
Barra do Garças	668
Cocalinho	550
Confresa	268
Nova Xavantina	517
São Félix do Araguaia	94,6

Fonte: Google Maps, 2011.

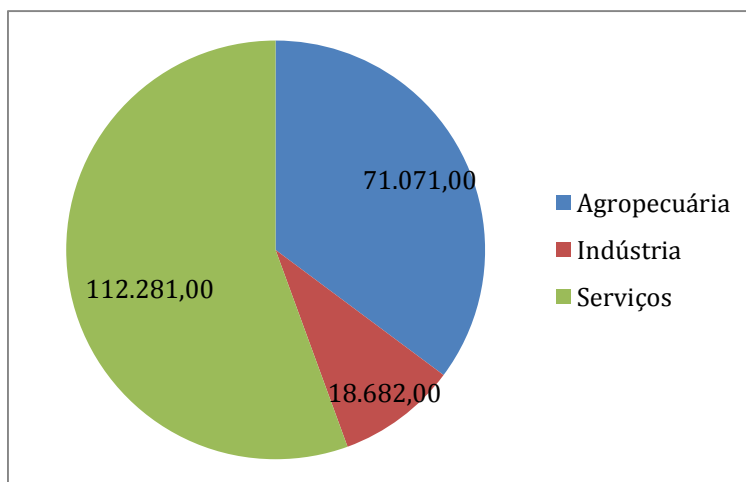
NOVA XAVANTINA

A história deste município tem início com a ideia de se trasladar a capital federal para o centro do Brasil, que ora se encontrava no Rio de Janeiro. Assim, em 1943 uma expedição comandada pelo General Flaviano de Matos Vanique chega à região do quadrilátero do Xingu e lança a pedra fundamental do município de Xavantina na margem direita do Rio das Mortes, em homenagem aos índios Xavantes, que ocupam a região. Em 29 de junho de 1976 é criado o distrito de Nova Brasília à margem esquerda do Rio das Mortes. Por fim, em 3 de março de 1980, se cria o município de Nova Xavantina, unificando os distritos de Nova Brasília e Xavantina.



Gráfico 2.6

Valor Agregado ao PIB municipal Nova Xavantina (em R\$ mil)



Fonte: IBGE Cidades, 2011.

Do ponto de vista da economia, o município de Nova Xavantina possui grande parte de seu PIB atrelado à atividade comercial, no setor de serviços. Da agropecuária se destaca a cria, recria e corte na pecuária intensiva e a atividade agrícola se realiza em pequenas propriedades. Como principais atrativos turísticos podem ser citadas a Serra do Roncador (com todo o misticismo que ronda a região, onde, de acordo com lendas locais, existem portais para outras dimensões e pontos turísticos que evocam portais de passagem para Atlântida e civilizações do centro da terra), além do Rio das Mortes.



Tabela 2.7

Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - Nova Xavantina

Cidade	Distância km
Cuiabá	646
Brasília	656
Goiânia	534
Água Boa	83,8
Barra do Garças	151
Cocalinho	245
Confresa	503
Luciara	517
São Félix do Araguaia	491

Fonte: Google Maps, 2011.

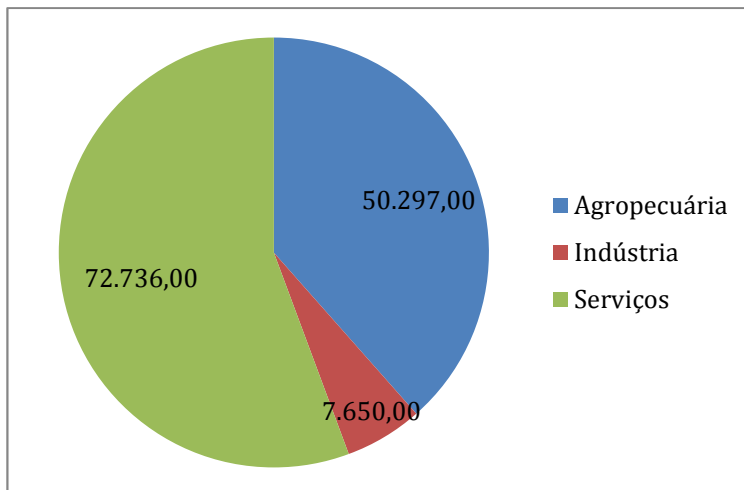
SÃO FÉLIX DO ARAGUAIA

O município de São Félix do Araguaia se emancipou em 13 de maio de 1976, se desmembrando do município de Barra do Garças. A origem deste município está atrelada à colonização do cerrado central brasileiro na década de 1940 e sempre esteve envolvido em disputas com os povos Xavantes, que não admitiam a ocupação de seu território. A partir da descida do povo Xavante para o sul da região do Araguaia, em 1945, o município se firmou e passou então a se desenvolver.



Gráfico 2.7

Valor Agregado ao PIB Municipal São Félix do Araguaia (em R\$ mil)



Fonte: IBGE Cidades, 2011.

A economia local é bastante incipiente e tem no setor de serviços o maior empregador e gerador de renda, sobretudo com o comércio dedicado às comunidades locais. No turismo, destaca-se a natureza ainda pouco explorada pelo homem, além do patrimônio natural ainda preservado, como, por exemplo, a Cachoeira da Fumaça e a Ilha do Bananal.

Tabela 2.8

Distâncias Aproximadas entre Cidades (em km) - São Félix do Araguaia

Cidade	Distância km
Cuiabá	988
Brasília	705
Goiânia	751
Água Boa	409
Barra do Garças	642
Cocalinho	524
Confresa	242
Luciara	94,6
Nova Xavantina	491

Fonte: Google Maps, 2011.



2.1 Análise da Demanda Turística Atual

Para realizar a análise de demanda no **Polo Araguaia** foram utilizadas diversas fontes de informações secundárias além das pesquisas primárias e levantamento de informações em campo realizadas pela equipe **GV** no período de elaboração do documento. As fontes de informações secundárias utilizadas se constituem de dados oficiais do **Ministério do Turismo** ou das prefeituras dos municípios pertencentes ao **Polo**, além dos órgãos oficiais do **Governo Federal** nas diversas áreas abordadas neste relatório.

2.1.1 Tendências no Perfil Quantitativo dos Visitantes atuais do Polo

Como destacado em outros pontos deste documento, o Polo Araguaia não possui pesquisas de demandas realizadas pela Secretaria Estadual de Desenvolvimento do Turismo ou mesmo pelas prefeituras municipais, porém, a UNEMAT realizou recentemente um estudo de demanda com o para os municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Nova Xavantina e Luciara, que serão utilizados como fonte de informação neste plano. Para os municípios de Água Boa, Confresa e São Félix do Araguaia não existem dados de demanda turística capazes de traçar um perfil quantitativo ou qualitativo da atividade turística atual nestes municípios de forma individual, mas pode-se inferir algumas conclusões em relação ao Polo Araguaia.

Apesar de existir este insumo importante na construção do plano de desenvolvimento do turismo para o Polo Araguaia, é importante ressaltar que a pesquisa foi realizada em apenas quatro dos sete municípios do Polo, não contemplando em seu escopo a indicação por preferência de atrativos pelo entrevistado, de forma a elaborar um modelo de valoração de atrativos pela atual demanda. Na verdade a pesquisa teve como ponto de convergência a realização de entrevistas a turistas que estavam no chamado “Circuito Turístico das Praias do Araguaia” e que participaram do XXII Festival Esportivo, Turístico e Cultural do Araguaia (FESTEC) e da temporada de praia de julho de 2010.

A partir dos dados fornecidos por esta pesquisa de demanda turística, pode-se dizer que, de forma geral, o turista que frequenta o Polo do Araguaia é homem (entre 53% e 57%), casado (entre 47% e 55%), com predominância da faixa etária dos 26 a 35 anos (entre 28% e 33%) e com



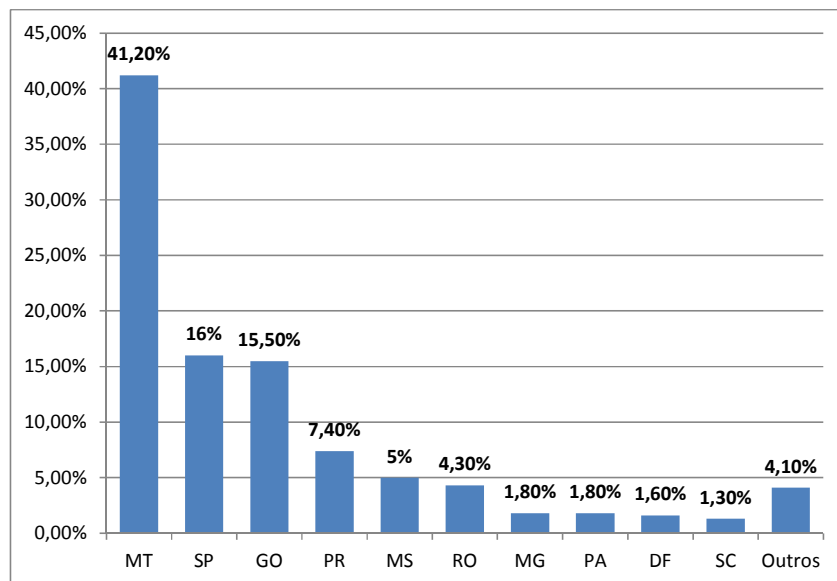
escolaridade de nível médio completo (30%). Com relação à ocupação, existe uma divisão entre funcionários públicos, profissionais autônomos e empregados assalariados. Poucos entrevistados declararam-se aposentados ou desempregados. Esses turistas viajam na companhia de parentes e, essencialmente, de carro (entre 66% e 84%).

A pesquisa aponta ainda para um turista de baixa renda, com rendimento médio mensal entre 2 e 3 salários mínimos (entre 36% e 42% dos entrevistados). A maior parte destes turistas informou pretensão de gastos de até R\$ 200,00, por estada. A exceção foram os turistas de Cocalinho, que alegaram disposição de gasto acima de R\$ 500,00. O meio de hospedagem mais utilizado por estes turistas é a casa de amigos e parentes (entre 40% e 50%) e permaneceram no destino, em média, quatro dias.

O principal público presente é regional, com grande percentual de participação do público estadual e também de Goiás e Distrito Federal. A pesquisa também encontrou na região a presença (pequena) de turistas internacionais.

Segundo a pesquisa de Demanda Turística Nacional Ministério do Turismo/FIPE, o Estado de Mato Grosso recebeu 2011, 963.000 turistas domésticos, correspondente a 1,5% do total nacional, que realizaram 2.500.000 viagens e, responsáveis pela geração 1,4% da renda gerada no turismo doméstico no referido ano. Em relação aos principais emissores de turistas para o estado, o gráfico 2.1-2, mostra que a maioria (41,2%) é do próprio estado.

Gráfico 2.1.1-1 – Principais emissores de turistas para o Estado do Mato Grosso

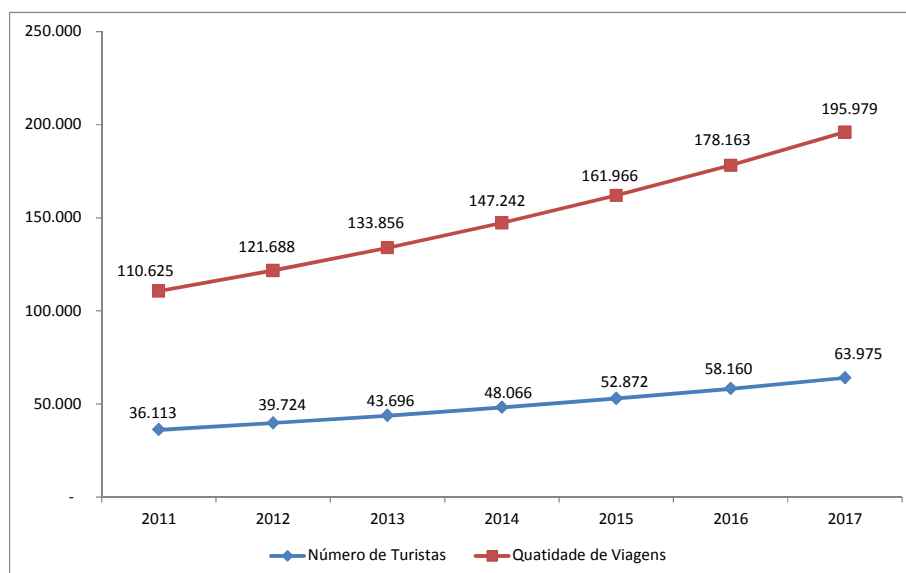


Fonte: Ministério do Turismo (2012)

Utilizando os dados da pesquisa de demanda do Ministério do Turismo/FIPE e os dados das pesquisas de demanda realizadas pelo professores da UNEMAT foi possível estimar o fluxo de turistas para o Polo Araguaia, as projeções para os próximos 5 anos, sem a incorporação dos efeitos dos investimento do PRODETUR.



Gráfico 2.1.1-2 – Realidade e Projeções dos Fluxos de Turistas e de Viagens para o Polo Araguaia (2011-2017)



Fonte: FGV (2013)

Como foi indicado anteriormente, estas projeções não incorporam os efeitos dos investimentos do PRODETUR sobre a demanda turística da região, portanto, recomenda-se que após a aprovação do Plano de Investimentos, elas sejam recalculadas e/ou ajustadas.

2.1.2 Tendência de Valorização da Qualidade da Oferta atual e Determinação da Imagem Percebida da Área Turística

As pesquisas mostram que na avaliação dos visitantes entre os principais fatores negativos destacam-se, a deficiência na infraestrutura geral dos do Polo e a infraestrutura turística, elementos cruciais da competitividade turística de uma cidade, região ou país. A deficiência dos serviços ofertados também foi apontado como um dos fatores que precisa de melhorias, tanto do ponto de vista quantitativo como do qualitativo. Em relação a valorização da qualidade da oferta, em função da demanda atual e dos segmentos potenciais do Polo, levando-se em consideração os princípios gerais do desenvolvimento da atividade turística no estado do Mato Grosso, optou-se



pelo fomento ao segmento do Ecoturismo; à organização e estruturação do segmento de Sol e Praia e ao desenvolvimento do turismo cultural como elemento secundário, mantendo-se os demais segmentos, como Pesca e Náutico, em seu grau de desenvolvimento presente.

Esta decisão está associada à preocupação do governo do estado em relação a determinados segmentos, como o da pesca esportiva, em função do seu caráter predatório e de alto impacto ambiental, não apenas pelo significativo volume de pessoas que praticam, como também pela ocupação desordenada dos rios e poluição gerada nestes períodos. Portanto, conforme destacada na Política Estadual de Turismo do Mato Grosso 2004-2013, as atividades turísticas devem respeitar os princípios gerais de:

- Sustentabilidade social, ambiental, cultural e econômica;
- Desenvolvimento dos recursos humanos;
- Desenvolvimento turístico regional, respeitando as especificidades locais;
- Respeito à ética e à legislação em vigor;
- Sinergia da cadeia produtiva, visando otimizar os esforços dos agentes envolvidos;
- Democratização do acesso ao turismo;
- Democratização do acesso às informações;
- Priorização do fomento e apoio aos micro e pequenos empreendedores e
- Embasamento científico e monitoramento das ações de desenvolvimento do turismo.

2.1.3 Balanço das campanhas de promoção da Área Turística

Segundo informações da Secretaria Estadual de Turismo (SEDTUR), para efeitos de promoção do polo Araguaia quatro campanhas se destacam no período de 2010 a 2012. Na tabela abaixo estão relacionadas as respectivas campanhas, modalidades e o público alvo.



Campanha	Modalidade	Público Alvo	Período de Execução
Mato Grosso Emoção a flor da pele	Folheteria e promoção em feiras de turismo	Turistas Nacionais	2010-2012
Mato Grosso um Paraíso no coração da América do Sul	Folheteria e promoção em feiras de turismo Latino-americano	Turistas Nacionais e Latino-americano	2010-2014
Mato Grosso Destaque no Brasil e no Mundo	Caderno de promoção	Turistas nacionais e internacionais	2010-2014
Mato Grosso Regions and Tourist destinations	Caderno de informações de alta qualidade e Feiras de turismo internacionais	Turistas Internacionais	2010-2014

Fonte: SEDTUR

As campanhas demonstradas no quadro anterior não foram destinadas ao Pólo Araguaia, mas o têm como objeto de promoção conjugada. Tais campanhas, são resultantes de atividades de divulgação e destinos do Estado do Mato Grosso em nível nacional e internacional, mas não apresentam sistema de monitoramento de resultados em relação ao fluxo de visitantes após o Período de divulgação.

Nos registros da SEDTUR e nas pesquisas de campo não foram identificadas propostas de promoção de promoção para o Pólo Araguaia em mídia televisiva. Segundo a SEDTUR, há previsões de campanhas futuras para canais de internet, mas que aguardam deficiência de segmentação para que sejam direcionada a respectivos canais.

2.1.4 Identificação do Portfólio Estratégico de Produtos Turísticos/Segmentos Atuais da Demanda

Apesar de atualmente o segmento de Sol e Praia ser relevante no contexto do **Polo Araguaia Mato-Grossense**, sobretudo em função da cultura do mato-grossense e do goiano (estado vizinho) em participar dos acampamentos de praia nas altas temporadas, entende-se que este modelo de turismo deva ser tratado com cuidado, em razão da alta densidade populacional que se



desloca até o **Polo** nestes períodos. A tabela 2.1.2-1, apresenta os segmentos turísticos atuais e potenciais por município.

Tabela 2.1.2-1
Segmentos e Níveis

Município	Atual	Potencial
Água Boa	Negócios	Ecoturismo
Barra do Garças	Sol e Praia e Pesca	Ecoturismo e Cultural (misticismo)
Cocalinho	Sol e Praia	Ecoturismo e Turismo de Aventura
Confresa	Ecoturismo	-
Luciara	Sol e Praia	Ecoturismo
Nova Xavantina	Ecoturismo	Turismo Nautico/Pesca e Sol e Praia
São Félix do Araguaia	Sol e Praia e Pesca	Ecoturismo

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.

O produto turístico do **Polo do Araguaia**, como já mencionado, apoia-se na exploração sustentável do patrimônio natural local. Situado na porção leste do **Estado do Mato Grosso**, a região do Araguaia possui diversas opções de atrativos, que vão desde as praias do Rio Araguaia às cachoeiras, grutas e elevações da Serra do Roncador e da Serra Azul.

Além desses atrativos, existe ainda a perspectiva de integração do segmento de Turismo Cultural a partir da cultura indígena marcante na região, com tradições preservadas nas comunidades Xavantes e Tupirapé e também toda a excentricidade mística da região, assim como a presença do Disoporto e das lendas que cercam a Serra do Roncador.

Tanto no mercado interno, como no externo, há certamente um considerável volume de público que se interessaria pelas opções de turismo disponíveis e que podem ser desenvolvidas no **Polo do Araguaia**. Considerando apenas o mercado de ecoturismo, cerca de 10% dos viajantes no mundo são ecoturistas, conforme a Organização Mundial do Turismo (OMT), ou seja, cerca de 92.4 milhões de pessoas em 2008, conforme os dados da Instituição para o número de entradas internacionais de turistas.

Estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Administração Municipal (IBAM) levantou os segmentos preferidos pelo mercado nacional. Entre os segmentos podem ser destacados: ecoturismo e circuitos histórico-culturais. Nestes termos, uma fatia das preferências do mercado



nacional pode ser direcionada para o **Polo Araguaia Mato-Grossense**, ampliando consideravelmente a demanda.

Por fim, o Plano Cores do Brasil aponta que a maior demanda potencial para os destinos da região centro-oeste são os próprios estados que compõem esta região. Infelizmente, não existem dados nem informações que permitam uma análise mais aprofundada sobre o potencial desta demanda latente a ser prospectada pelo Governo do Estado de Goiás. Além disso, a presença de turistas do interior de São Paulo e Minas Gerais deve ser considerada nos estudos sobre o fluxo de turistas no **Polo**.

De acordo com as pesquisas existentes, o maior público neste **Polo** é formado por turistas oriundos do próprio estado do Mato Grosso, do Estado de Goiás e do Distrito Federal. Os números apresentados pelo **Ministério do Turismo** podem apontar a tendência de crescimento do fluxo de pessoas nos mercados nacionais. Analisando a Tabela a seguir, percebe-se que os maiores emissores para o destino Mato Grosso são os Estados de Paraná, São Paulo e Goiás, além do próprio **Estado de Mato Grosso**. No entanto, apenas 1,1% dos viajantes nacionais se destinaram ao **Estado de Mato Grosso**. A figura apresenta os Estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro como os principais destinos de turistas e os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul como os principais emissores de turistas. Desta forma, é possível que, a partir da análise dos dados apresentados pelo **MTur**, possa se traçar um perfil do turista que atualmente já se destina ao **Estado de Mato Grosso** e verificar o potencial para ampliar esse fluxo de pessoas.

Porém, é preciso que os gestores públicos melhorem a qualidade das infraestruturas de acesso aos municípios e aos atrativos, além de se coordenar melhor com os municípios para aperfeiçoar a qualidade da prestação do serviço turístico nos destinos. Esses fatores limitam a demanda, uma vez que para chegar ao **Polo** já se exige do turista um longo percurso em via terrestre com longos trechos de pista sem asfalto nem segurança. Portanto, é necessário realizar melhorias para que esta viagem seja uma experiência positiva.

Outras ações que podem ampliar a demanda potencial no destino dizem respeito à facilitação para compra do destino, com a criação de *website* próprio e manutenção de dados atualizados para consulta dos turistas potenciais, além de ser fundamental realizar um trabalho junto aos



canais de comercialização para a criação de roteiros perenes a serem ofertados ao longo de todo o ano, ininterruptamente.

2.1.5 Perfil Quantitativo e Qualitativo da Demanda Atual

Conforme apresentado anteriormente, nas pesquisas de demanda realizadas pela UNEMAT, os turistas que se destinam a este **Polo** se deslocam em veículo próprio ou em ônibus fretado, em grupos de excursionistas, tornando muito difícil o trabalho de quantificar a demanda atual para os municípios do **Polo**. O principal emissor do **Polo** é o próprio Estado do Mato Grosso, com turistas oriundos de municípios vizinhos ou de municípios do Estado de Goiás, localizados na margem oposta do Rio Araguaia. Sendo assim, não é possível, com base nos números de desembarque de aeroportos de Cuiabá, Goiânia ou Brasília, captar o fluxo de pessoas que se deslocam a este Polo. Da mesma forma, a inexistência de rodovias com pedágio na região dificulta a contagem de veículos em circulação pelas rodovias locais.

Por fim, como as praias do Araguaia são atualmente os principais atrativos, não existem documentos que realizem a contagem ou mesmo controle do número de pessoas que semanalmente ou mensalmente visitam os atrativos. A tentativa de se estabelecer um número de turistas em função da movimentação rodoviária em ônibus comercial nos municípios se mostrou infundada, pois não existem terminais rodoviários em todos os municípios, apenas em Água Boa, Barra do Garças e Nova Xavantina, nos quais não foi possível acessar informação de embarques e desembarques.

Os dados existentes no **Ministério do Turismo** para o Estado de Mato Grosso, não apenas estão defasados (são de 2007 da pesquisa de turismo doméstico),, como também não são capazes de quantificar os turistas, pois apresentam números agregados para todo o Estado e a coleta foi realizada nos principais portões de entrada, Aeroporto de Vargem Grande e principais rodovias que conectam a capital, Cuiabá, com o interior.

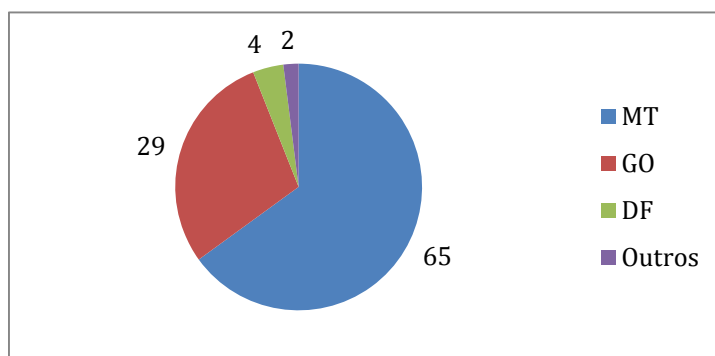
Conforme apresentado anteriormente, existem pesquisas de demanda apenas para os municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Luciara e Nova Xavantina. Entende-se que estas informações possam ser extrapoladas com representatividade para todo o Polo Araguaia. A seguir serão apresentados os dados da pesquisa.



BARRA DO GARÇAS⁵

A pesquisa revela um público essencialmente regional com uma forte presença do próprio residente do **Mato Grosso**. Dentro deste universo pesquisado 53% são moradores do próprio município de Barra do Garças, enquanto que um total de 65% dos entrevistados é de origem do próprio estado do Mato Grosso.

Gráfico 2.1.1.1
Origem dos Turistas - Barra do Garças julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

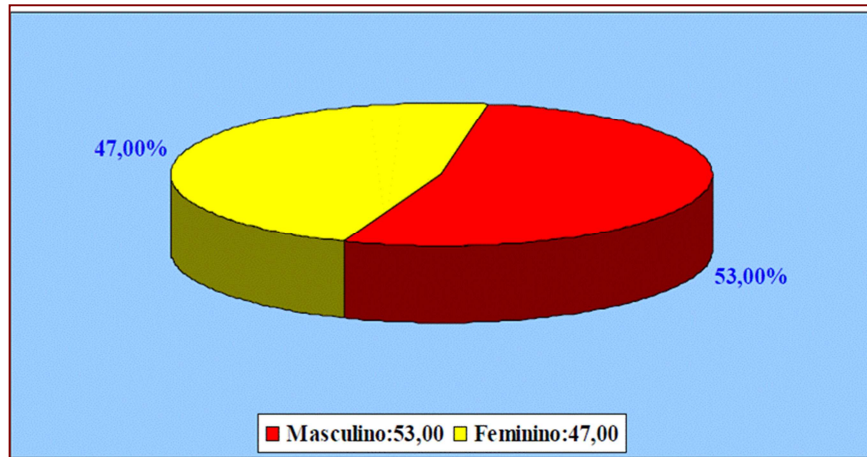
Este público é de maioria masculina e com estado civil solteiro. A grande maioria dos entrevistados se encontra na faixa etária ente 26 e 45 anos e não são mais estudantes, uma vez que 25% declarou ter concluído o ensino médio e 27% já concluíram o ensino superior.

⁵ Pesquisa realizada pela equipe de professores e pesquisadores da UNEMAT, no período de 23 a 25 de julho de 2011. Foram entrevistados um total de 100 pessoas. Os dados apresentam margem de erro de 10%.



Gráfico 2.1.1.2

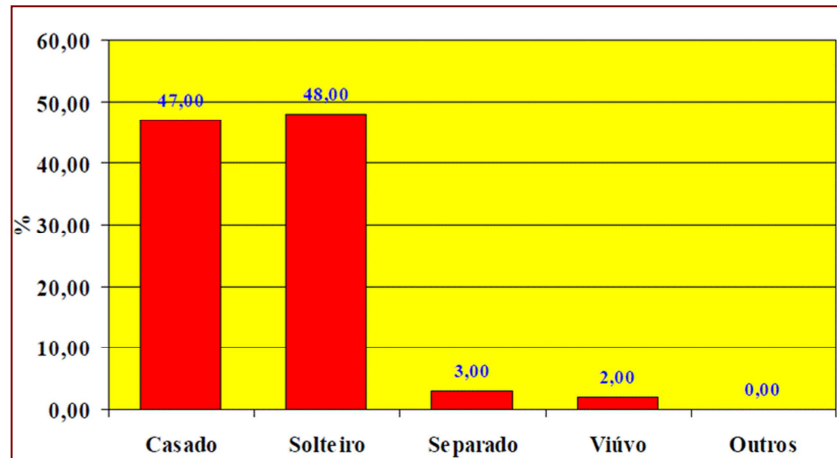
Proporção de Homens e Mulheres - Barra do Garças Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.3

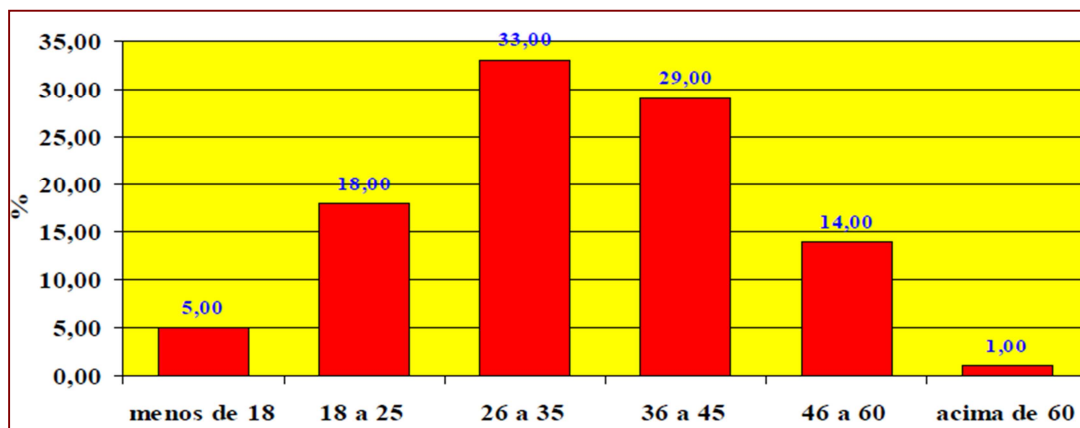
Estado Civil - Barra do Garças Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

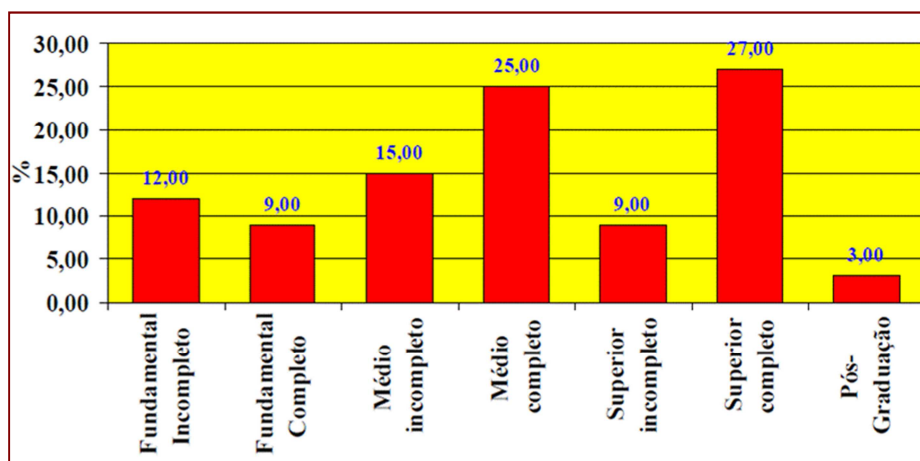


Gráfico 2.1.1.4
Faixa Etária - Barra do Garças Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.5
Grau de Escolaridade - Barra do Garças Julho/2011

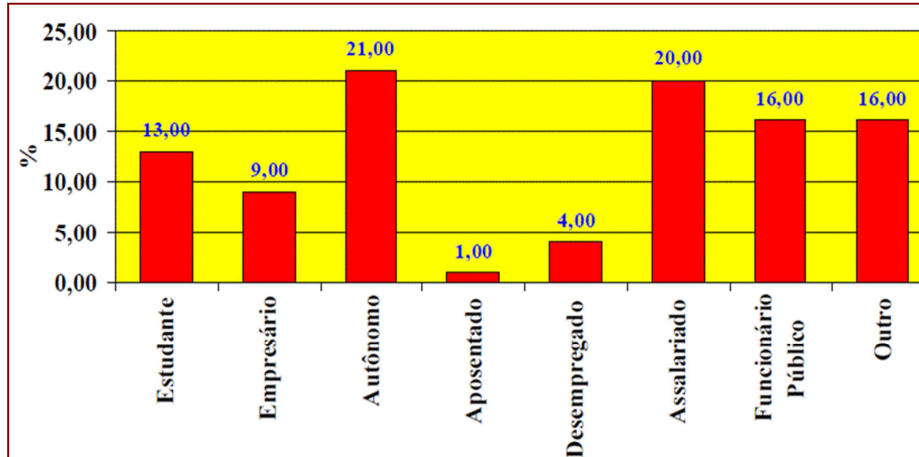


Fonte: UNEMAT, 2011.

Com relação à ocupação dos entrevistados, 21% se declararam profissionais autônomos, enquanto que 20% recebem salário. A maior parte dos entrevistados possui rendimentos entre 2 e 3 salários mínimos e alegou pretender gastar apenas R\$ 200,00 no destino no período em que permanecer no município.

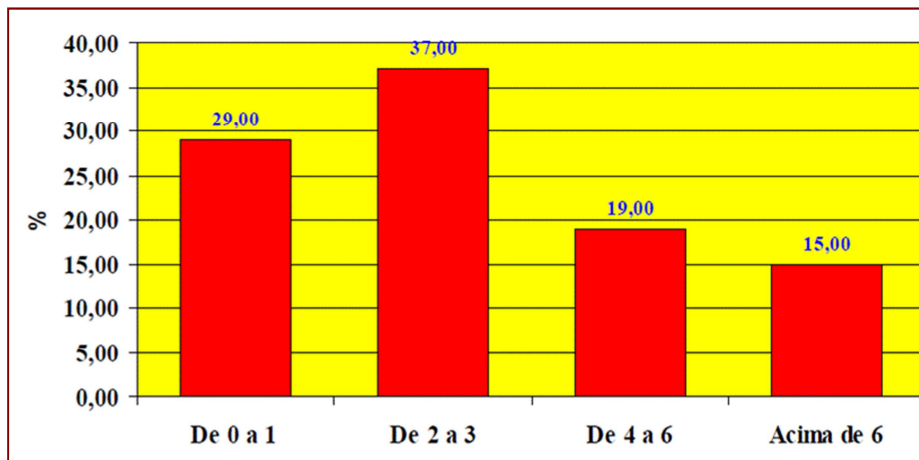


Gráfico 2.1.1.6
Ocupação - Barra do Garças Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.7
Rendimentos - Barra do Garças Julho/2011

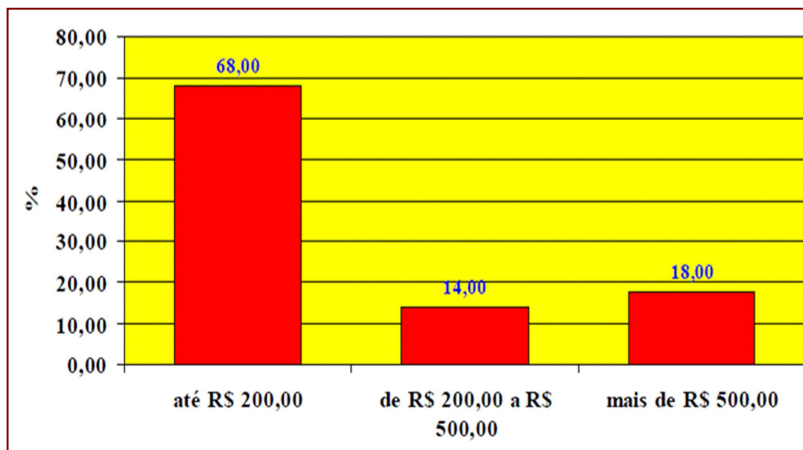


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.8

Pretensão de Gastos - Barra do Garças Julho/2011

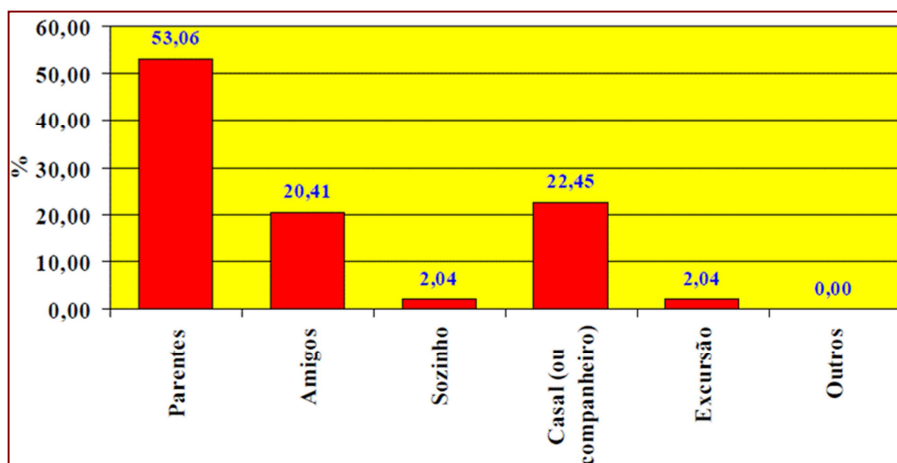


Fonte: UNEMAT, 2011.

Por fim, a pesquisa apontou que os turistas viajaram em companhia de parentes, se deslocaram em veículo, se hospedaram na casa de parentes e amigos e permaneceram em média quatro dias no destino.

Gráfico 2.1.1.9

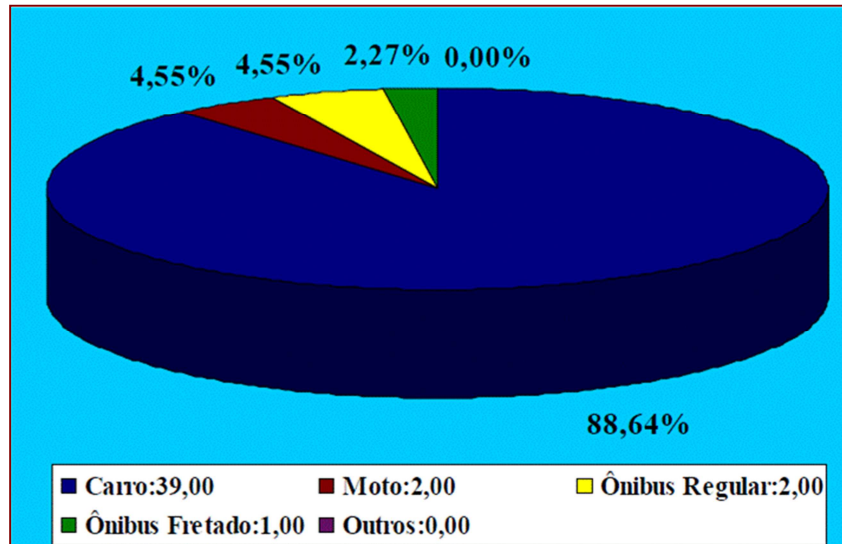
Hábitos de viagem - Barra do Garças Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

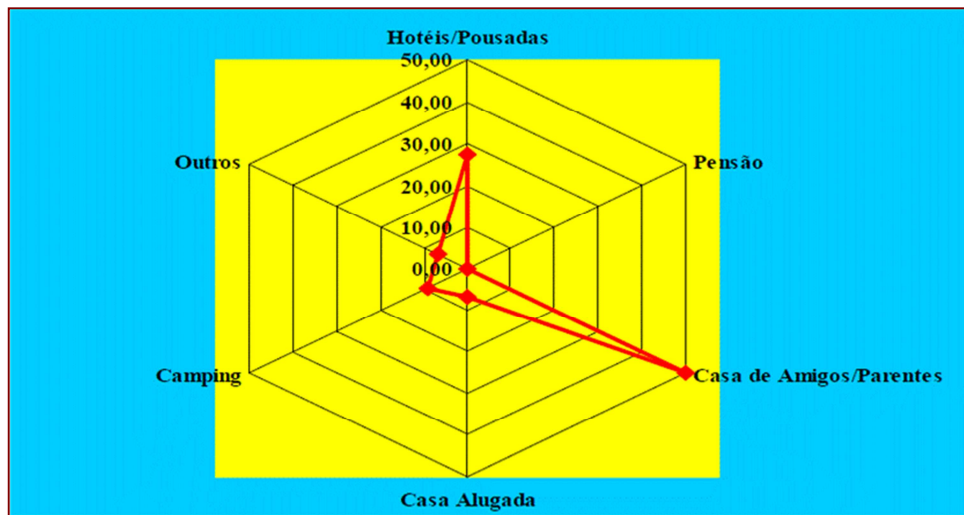


Gráfico 2.1.1.10
Meio de Transporte - Barra do Garças Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.11
Local de Hospedagem - Barra do Garças Julho/2011.

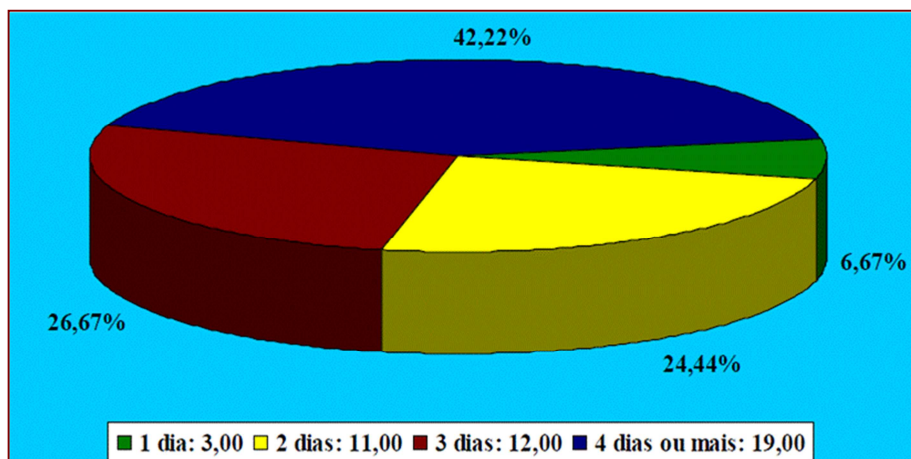


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.12

Tempo de Permanência Média - Barra do Garças Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

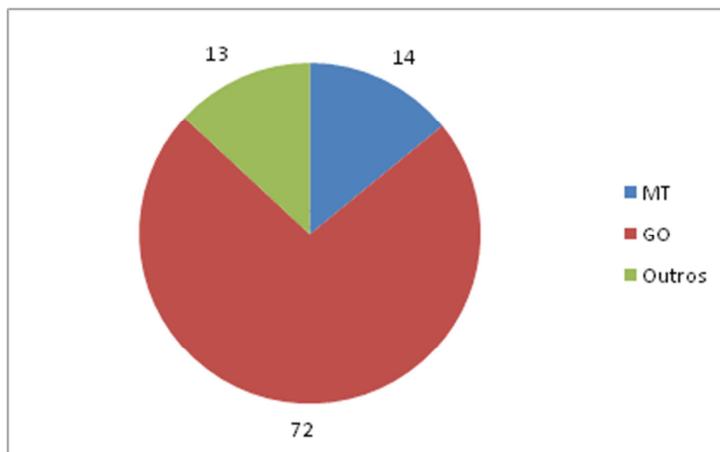
COCALINHO⁶

Segundo dados da pesquisa apresentada pela UNEMAT, o público presente em Cocalinho é essencialmente regional com uma forte presença do turista de Goiás. Dentro deste universo pesquisado, 72% são moradores de municípios vizinhos, no Estado de Goiás, enquanto 14% dos entrevistados são de origem do próprio **Estado do Mato Grosso**. Apenas 13% dos entrevistados são de outros estados.

⁶ Pesquisa realizada pela equipe de professores e pesquisadores da UNEMAT, no período de 23 a 25 de julho de 2011. Foram entrevistados um total de 99 pessoas. Os dados apresentam margem de erro de 10%.



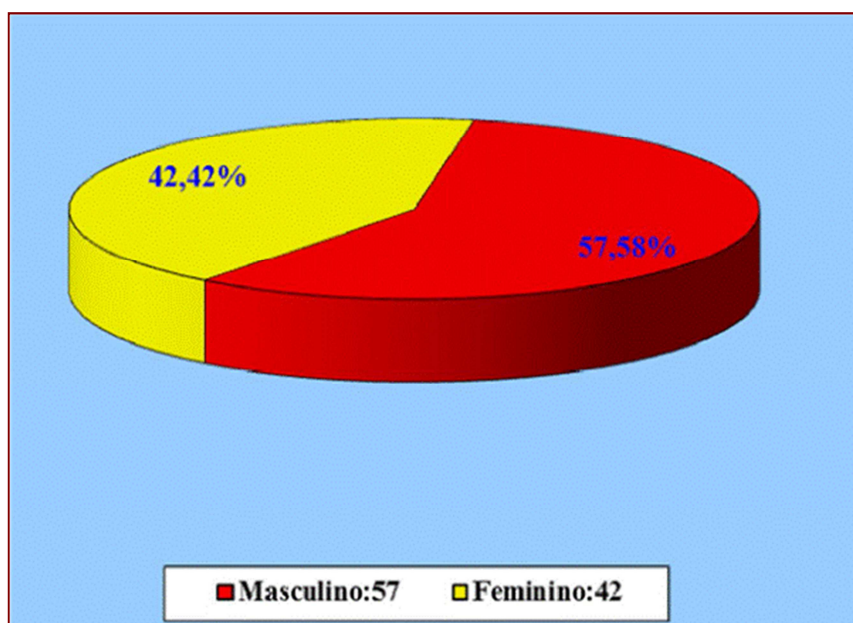
Gráfico 2.1.1.13
Origem dos Turistas - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Este público é de maioria masculina e com estado civil casado. A grande maioria dos entrevistados se encontra na faixa etária ente 26 e 35 anos e não são mais estudantes, uma vez que 30,3% declarou ter concluído o ensino médio e 27,27% o ensino superior, um perfil bastante semelhante ao do turista já retratado em Barra do Garças.

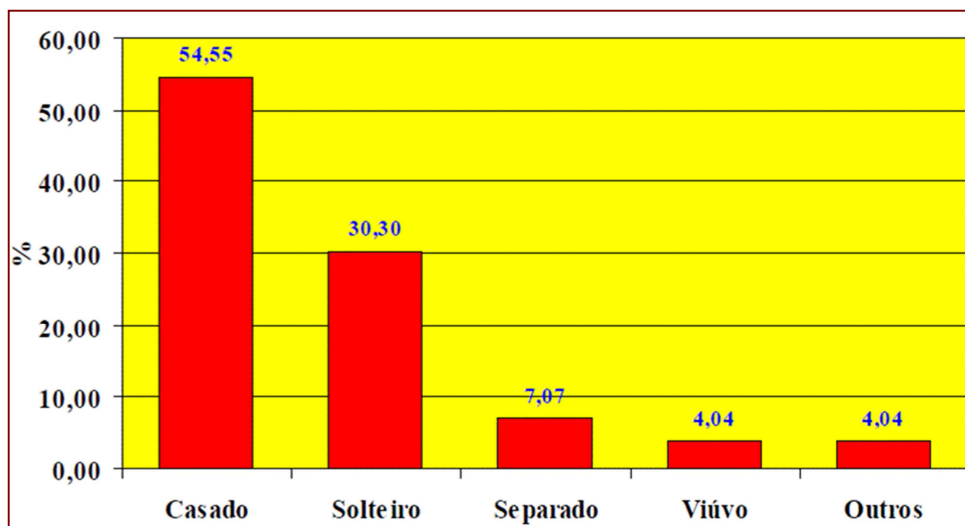
Gráfico 2.1.1.14
Proporção de Homens e Mulheres - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

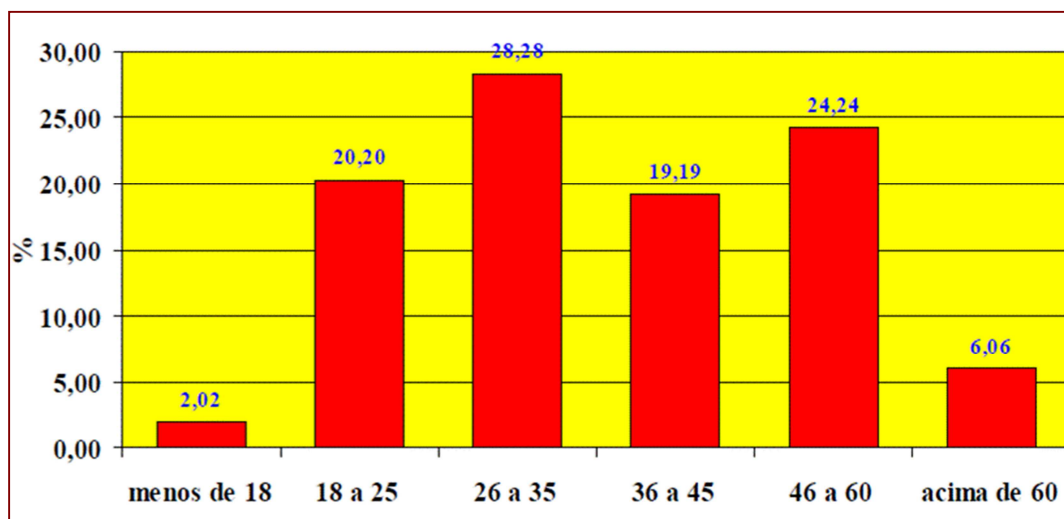


Gráfico 2.1.1.15
Estado Civil - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

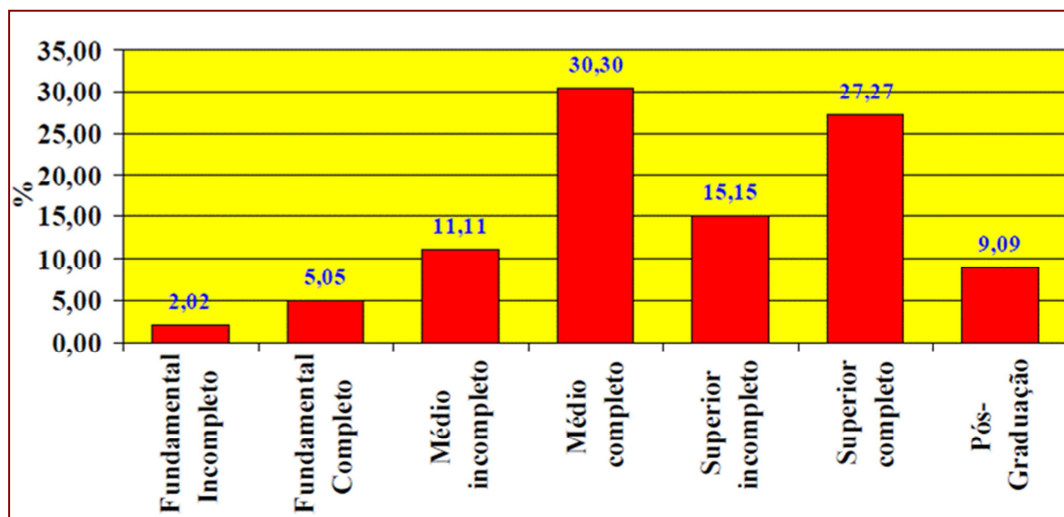
Gráfico 2.1.1.16
Faixa Etária - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.



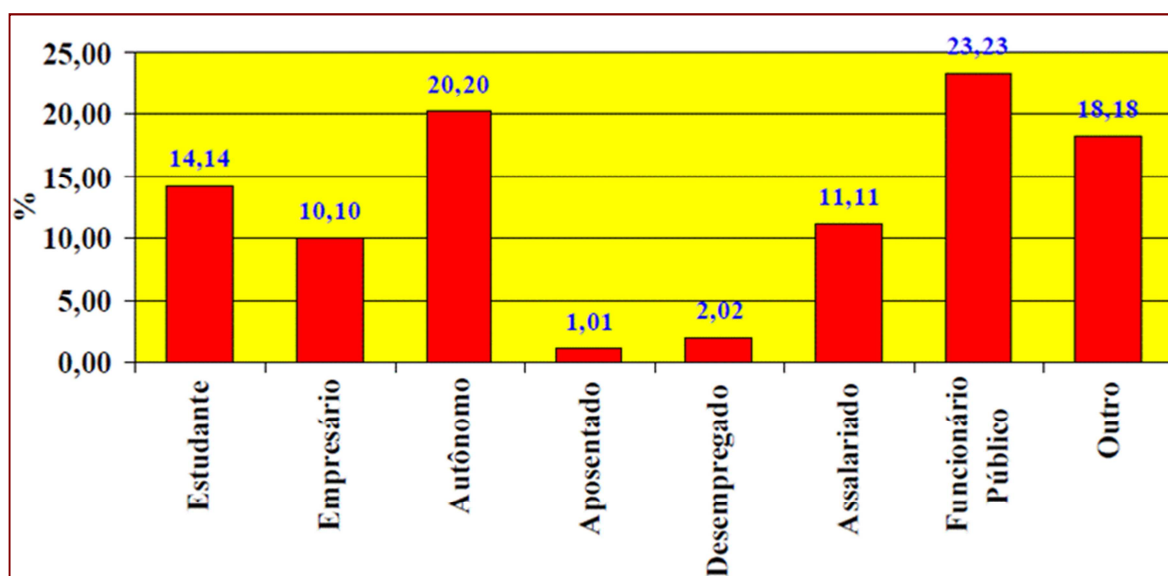
Gráfico 2.1.1.17
Grau de Escolaridade - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Com relação à ocupação dos entrevistados, 23,23% se declararam funcionários públicos, enquanto que 20,20% são profissionais autônomos, perfil ligeiramente diferente do anotado em Barra do Garças. A maior parte dos entrevistados possui rendimentos entre 2 e 3 salários mínimos e pretendia gastar mais de R\$ 500,00 no destino no período em que estivesse no município.

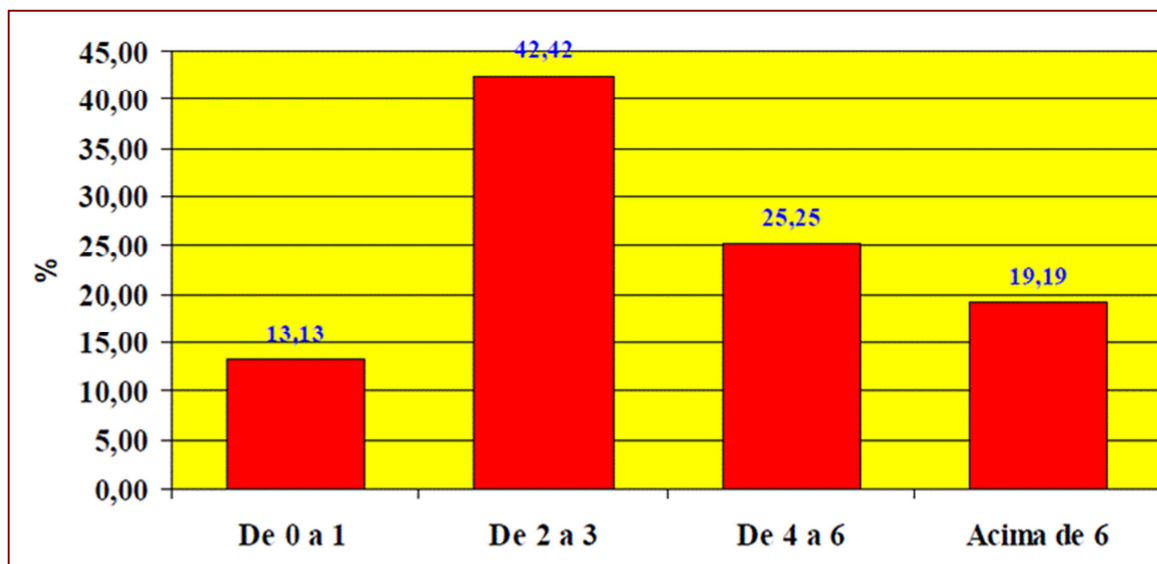
Gráfico 2.1.1.18
Ocupação - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

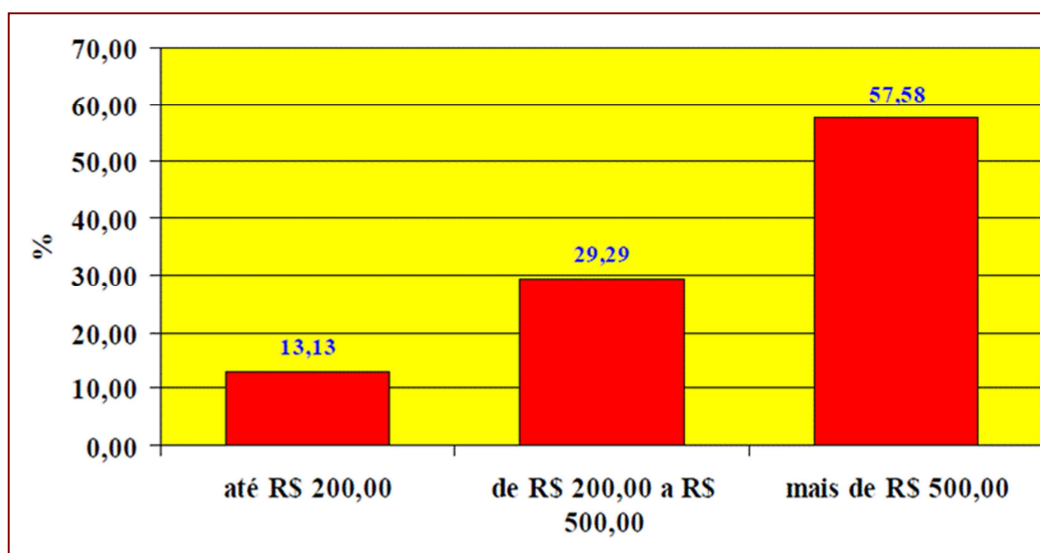


Gráfico 2.1.1.19
Rendimentos - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.20
Pretensão de Gastos - Cocalinho Julho/2011

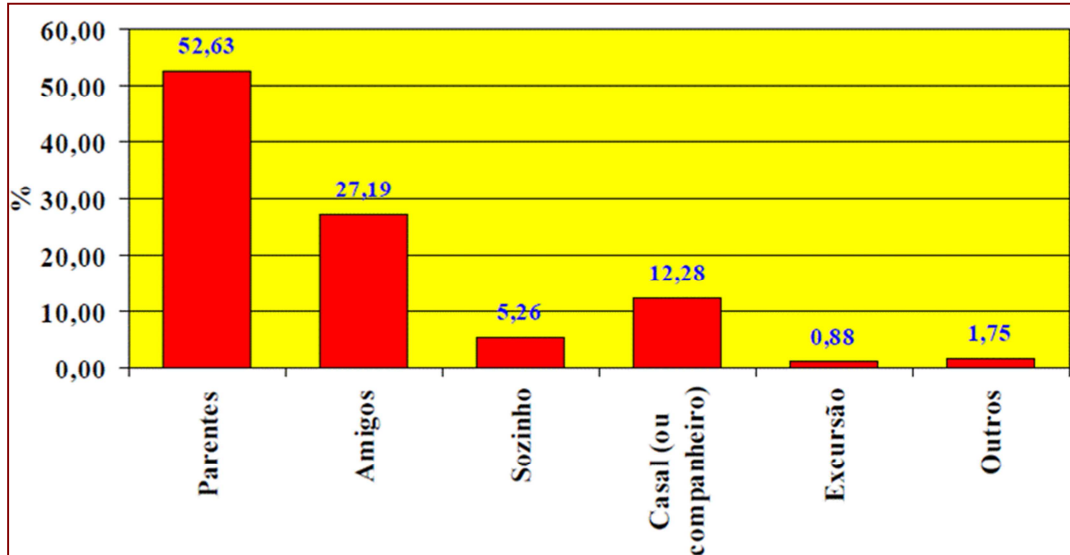


Fonte: UNEMAT, 2011.

Por fim, a pesquisa apontou que os turistas viajaram em companhia de parentes, se deslocaram em veículo, se hospedaram na casa de parentes e amigos e permaneceram em média quatro dias no destino.

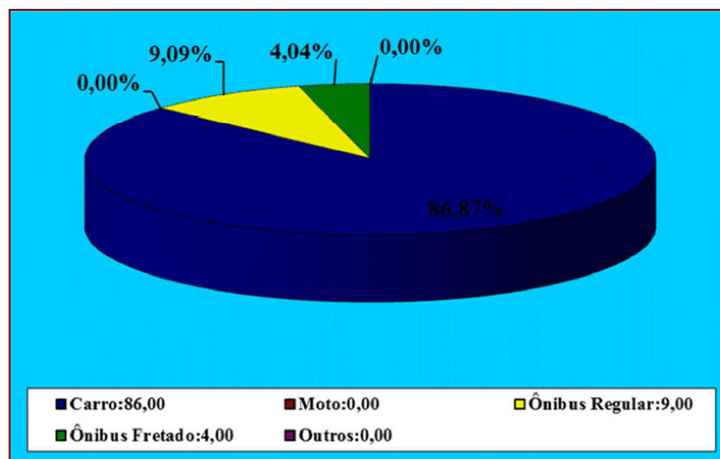


Gráfico 2.1.1.21
Hábitos de Viagem - Cocalinho Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.22
Meio de Transporte - Cocalinho Julho/2011

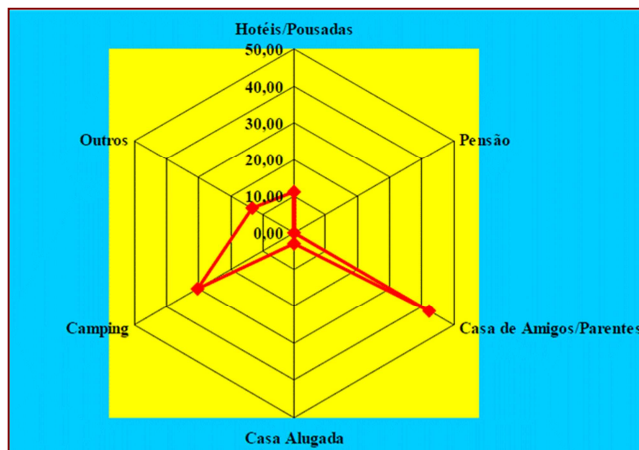


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.23

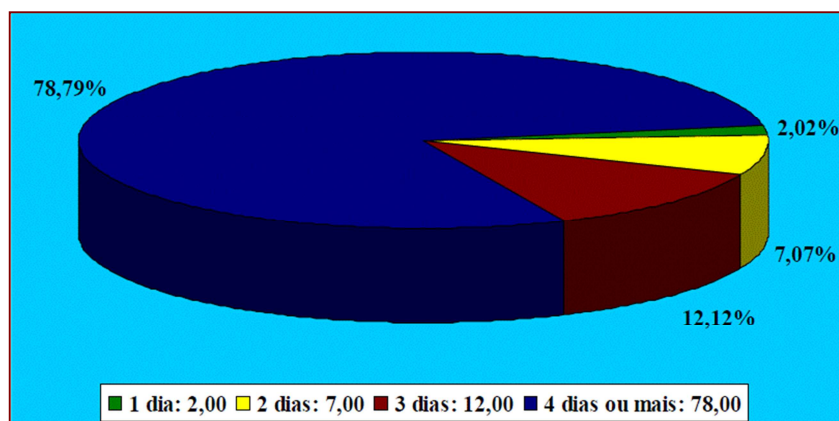
Local de Hospedagem - Cocalinho Julho/2011.



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.24

Tempo de Permanência Média - Cocalinho Julho/2011.



Fonte: UNEMAT, 2011.

LUCIARA⁷

Assim como em Nova Xavantina, no caso do município de Luciara, a pesquisa realizada pela UNEMAT aponta para um público notoriamente regional com uma forte presença do residente no próprio estado do Mato Grosso. Dentro desse universo pesquisado, 83,67% são moradores de

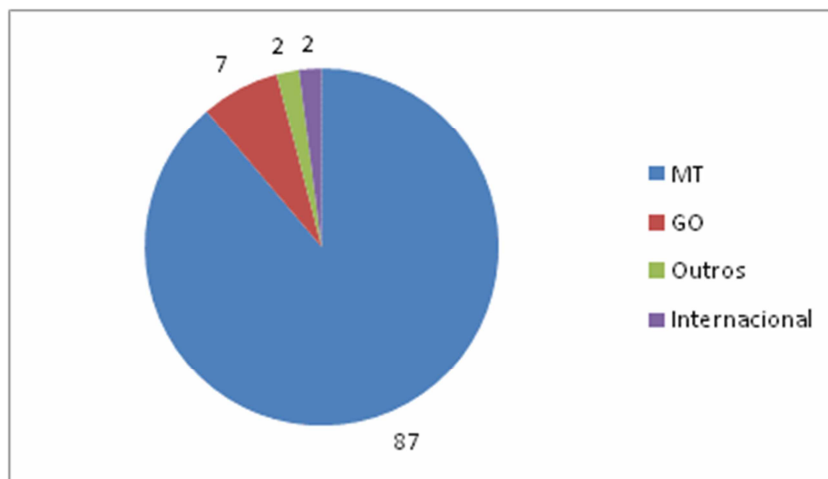
⁷ Pesquisa realizada pela equipe de professores e pesquisadores da UNEMAT, no período de 23 a 24 de julho de 2011. Foram entrevistados um total de 99 pessoas. Os dados apresentam margem de erro de 10%.



municípios do Estado do Mato Grosso, enquanto apenas 7,14% dos entrevistados são de origem do Estado vizinho, de Goiás. Foram registrados ainda dois turistas internacionais no destino.

Gráfico 2.1.1.25

Origem dos Turistas - Luciara Julho/2011

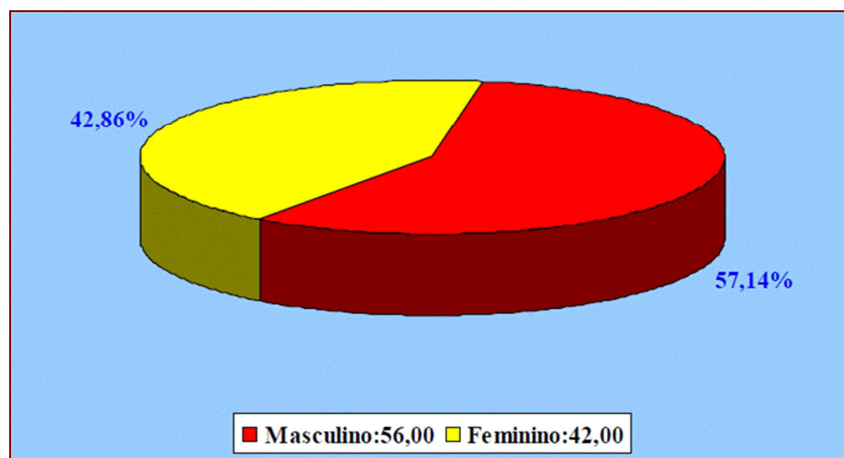


Fonte: UNEMAT, 2011.

Este público é de maioria masculina, cujo estado civil divide-se entre solteiros e casados. A grande maioria dos entrevistados se encontra na faixa etária ente 26 e 35 anos e não são mais estudantes: 40,82% declarou ter concluído o ensino médio e 18,37% já concluíram o ensino superior, perfil bastante semelhante ao do turista já retratado em Barra do Garças e Cocalinho.

Gráfico 2.1.1.26

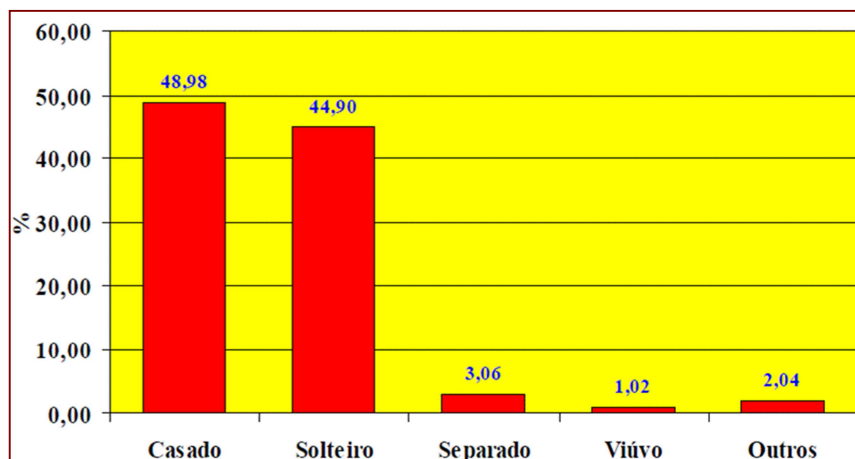
Proporção de Homens e Mulheres - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

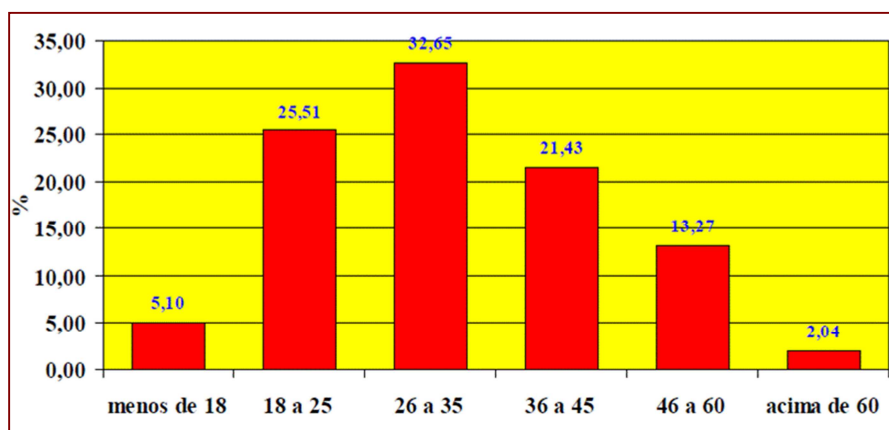


Gráfico 2.1.1.27
Estado Civil - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.28
Faixa Etária - Luciara Julho/2011

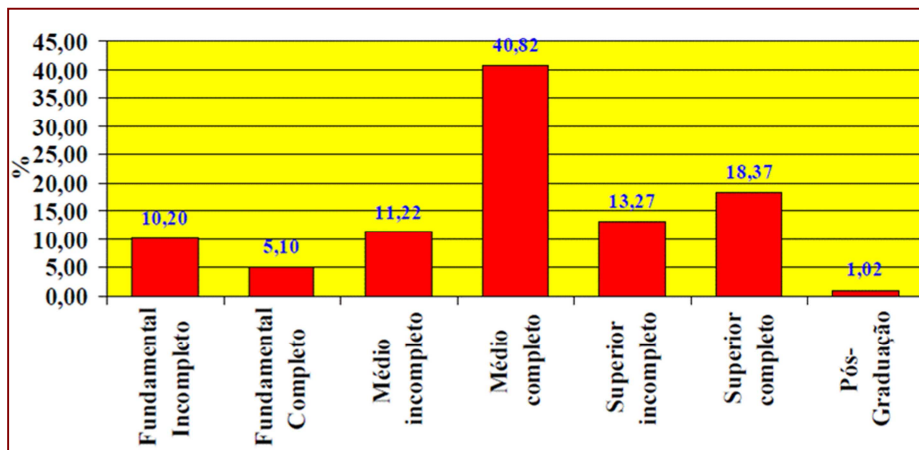


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.29

Grau de Escolaridade - Luciara Julho/2011

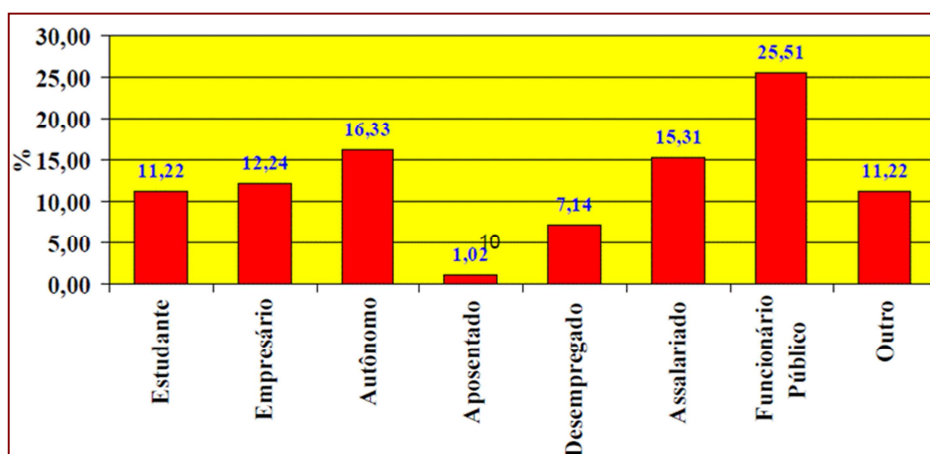


Fonte: UNEMAT, 2011.

Com relação à ocupação dos entrevistados, 25,51% se declararam funcionários públicos, enquanto 16,35% são profissionais autônomos, perfil ligeiramente diferente do anotado em Barra do Garças e mais semelhante ao do turista de Cocalinho. A maior parte dos entrevistados possui rendimentos entre 2 e 3 salários mínimos, porém com um percentual não desprezível de turistas que declararam rendimentos de apenas 1 salário mínimo (34,69%) e com pretensão de gastar apenas R\$ 200,00 no destino no período em que estiver no município.

Gráfico 2.1.1.30

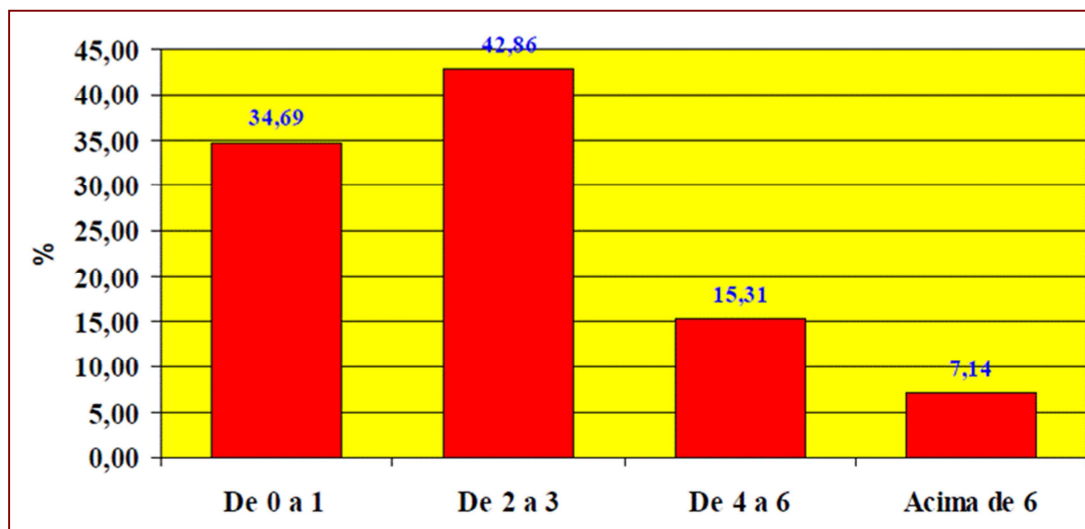
Ocupação - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

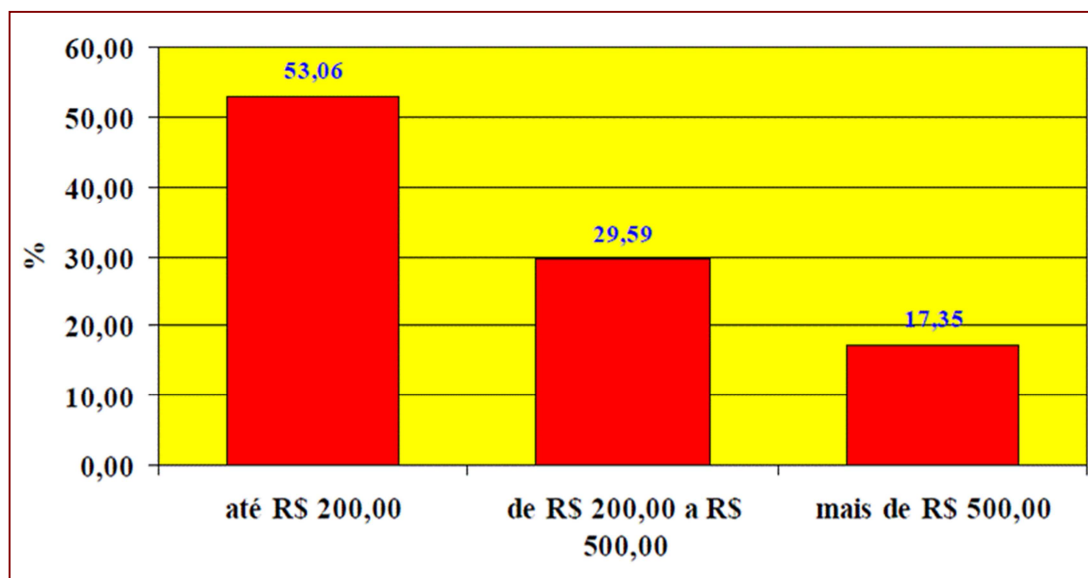


Gráfico 2.1.1.31
Rendimentos - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.32
Pretensão de Gastos - Luciara Julho/2011

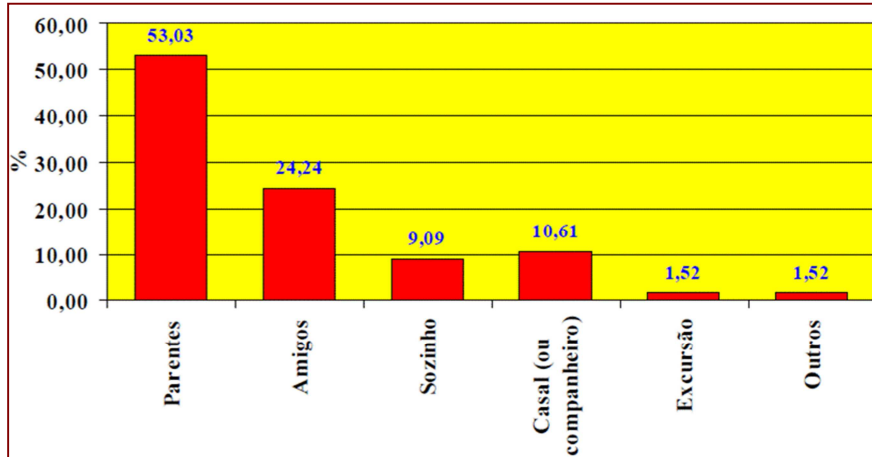


Fonte: UNEMAT, 2011.

Por fim, a pesquisa apontou que os turistas viajaram em companhia de parentes, se deslocaram em veículo, se hospedaram na casa de parentes e amigos e permaneceram em média quatro dias no destino.

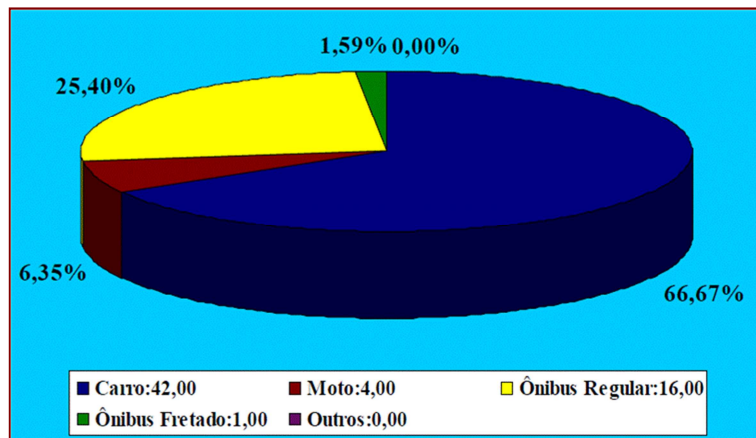


Gráfico 2.1.1.33
Hábitos de Viagem - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

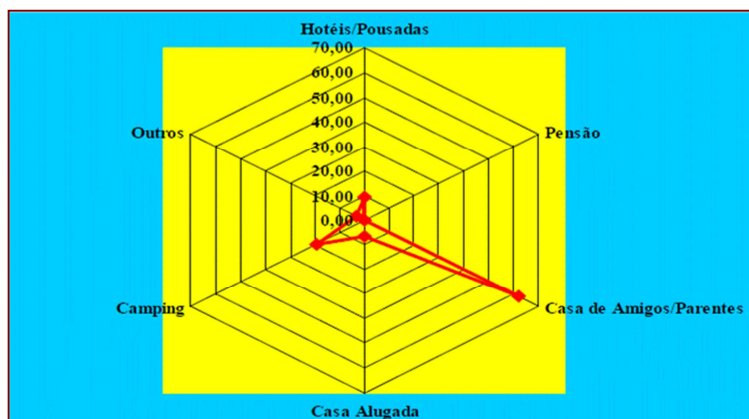
Gráfico 2.1.1.34
Meio de Transporte - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

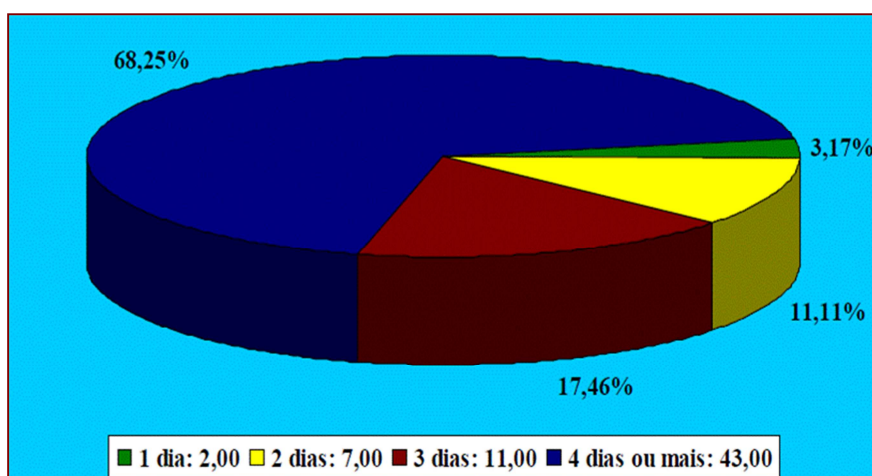


Gráfico 2.1.1.35
Local de Hospedagem - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.36
Tempo de Permanência Média - Luciara Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

NOVA XAVANTINA⁸

A pesquisa realizada pela UNEMAT no município de Nova Xavantina, aponta para um público notoriamente regional com uma forte presença do residente no próprio **Estado do Mato Grosso**.

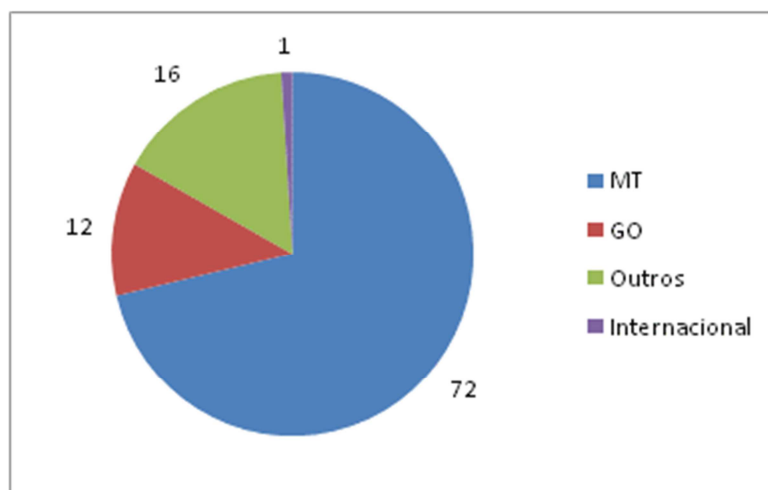
⁸ Pesquisa realizada pela equipe de professores e pesquisadores da UNEMAT, no período de 29 a 31 de julho de 2011. Foram entrevistados um total de 100 pessoas. Os dados apresentam margem de erro de 10%.



Dentro deste universo pesquisado, 72% são moradores de municípios do **Estado**, enquanto 12% são provenientes de Goiás. Foi registrada a presença de um turista internacional no destino.

Gráfico 2.1.1.37

Origem dos Turistas - Nova Xavantina Julho/2011



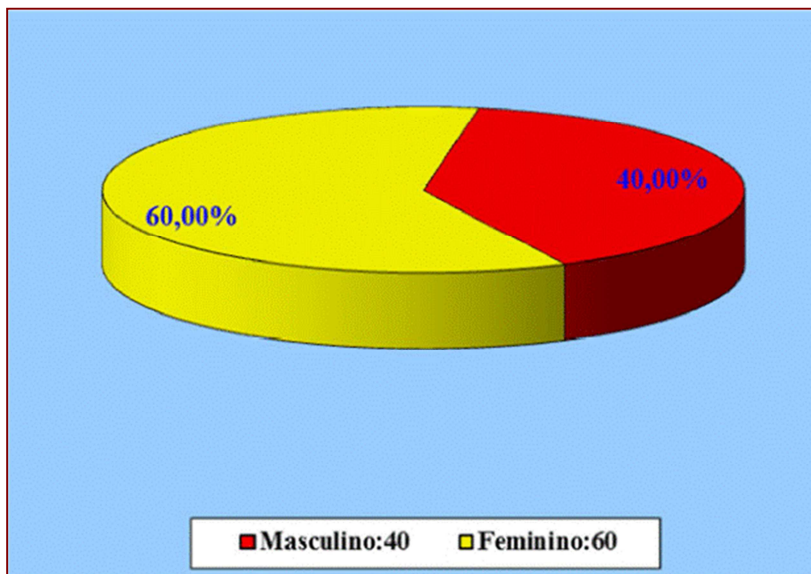
Fonte: UNEMAT, 2011.

Diferentemente dos demais municípios do **Polo**, o público presente neste município é de maioria feminina e com estado civil dividido entre solteiras e casadas. A grande maioria dos entrevistados se encontra na faixa etária ente 26 e 45 anos e não é mais estudante, uma vez que 39% declarou ter concluído o ensino médio e 11% concluiu o ensino superior, um perfil bastante semelhante ao do turista já retratado em Barra do Garças, Cocalinho e Luciara. A diferença é a grande quantidade de turistas que possuem apenas o Ensino Fundamental (14%).



Gráfico 2.1.1.38

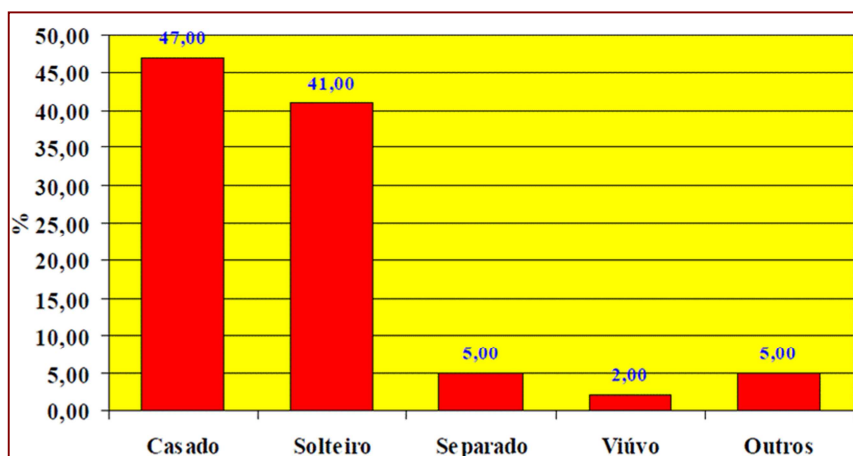
Proporção de Homens e Mulheres - Nova Xavantina Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.39

Estado Civil - Nova Xavantina Julho/2011

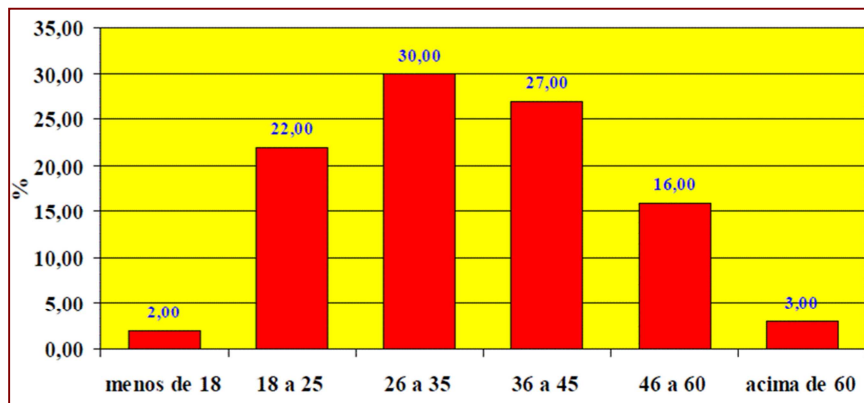


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.40

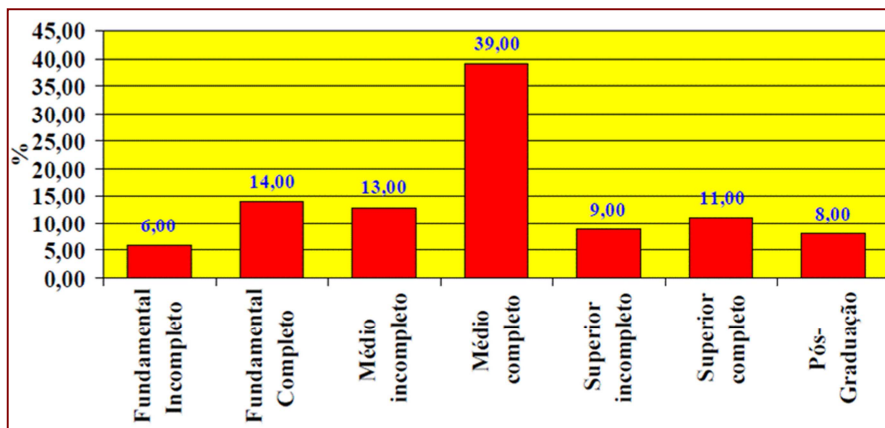
Faixa Etária - Nova Xavantina Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.41

Grau de Escolaridade - Nova Xavantina Julho/2011

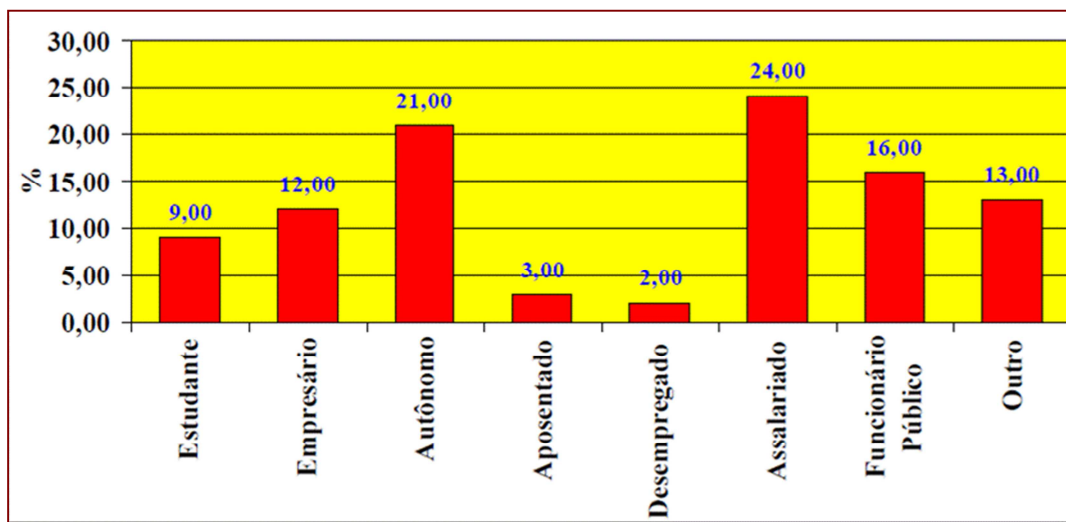


Fonte: UNEMAT, 2011.

Com relação à ocupação dos entrevistados, 24% se declararam empregados assalariados, enquanto 21% são profissionais autônomos, perfil ligeiramente diferente do registrado em Barra do Garças e mais semelhante ao do turista de Luciara. A maior parte dos entrevistados possui rendimentos entre 2 e 3 salários mínimos e pretendia gastar apenas R\$ 200,00 no destino no período em que permanecer no município.

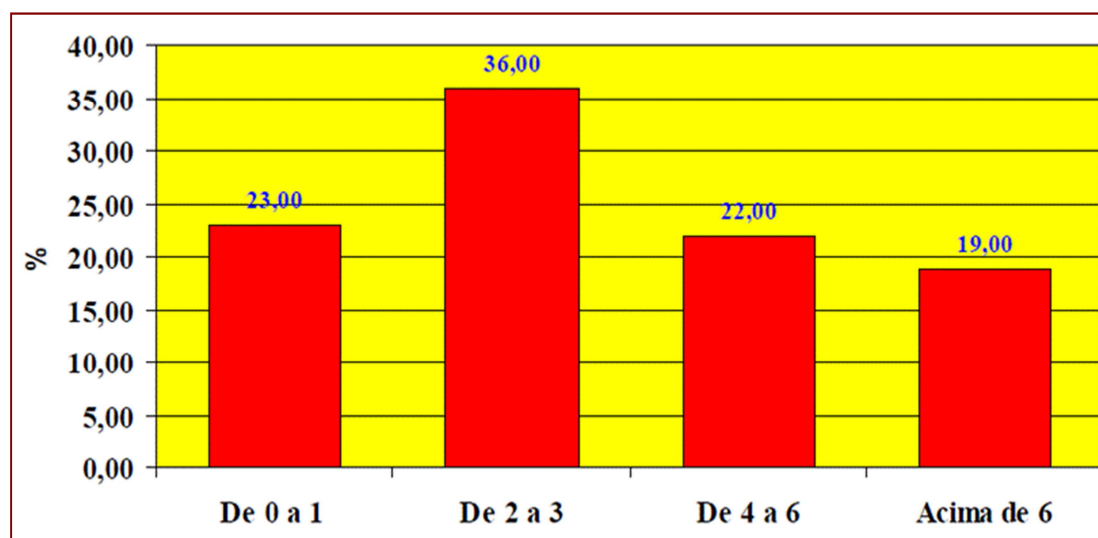


Gráfico 2.1.1.42
Ocupação - Nova Xavantina Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.43
Rendimentos - Nova Xavantina Julho/2011

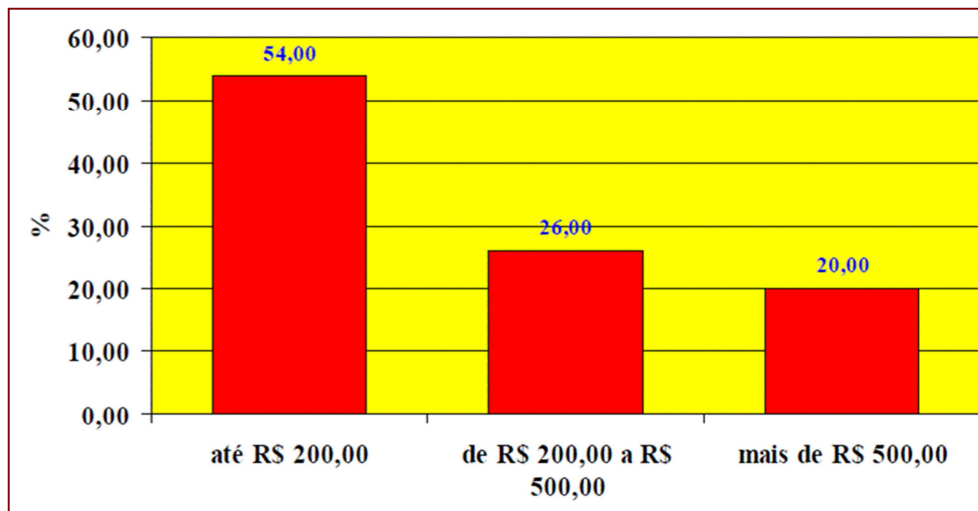


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.44

Pretensão de Gastos - Nova Xavantina Julho/2011

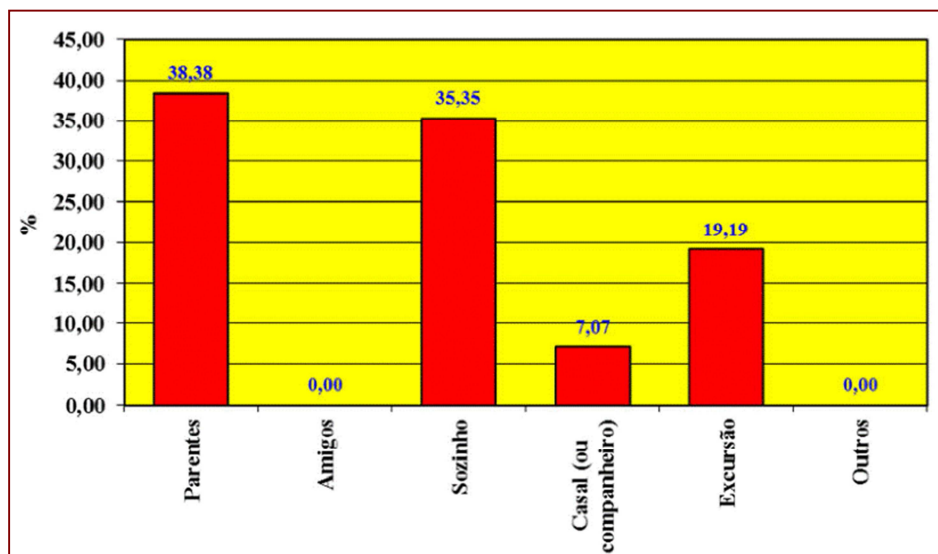


Fonte: UNEMAT, 2011.

Por fim, a pesquisa apontou que os turistas viajaram em companhia de parentes e também desacompanhados (percentuais muito próximos, 38,38% e 35,35%, respectivamente), se deslocaram em veículo - embora exista uma diferença no perfil deste turista em relação aos demais municípios, pois aqui se verifica um maior percentual de turistas se deslocando de moto -, se hospedaram na casa de parentes e amigos e permaneceram em média quatro dias no destino.

Gráfico 2.1.1.45

Hábitos de Viagem - Nova Xavantina Julho/2011

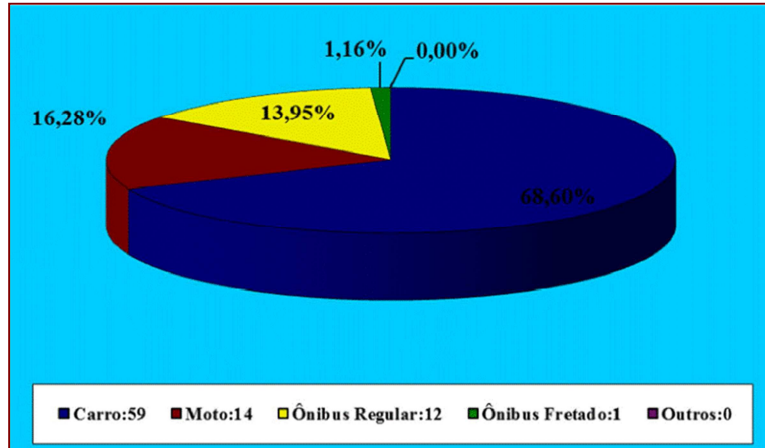


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.46

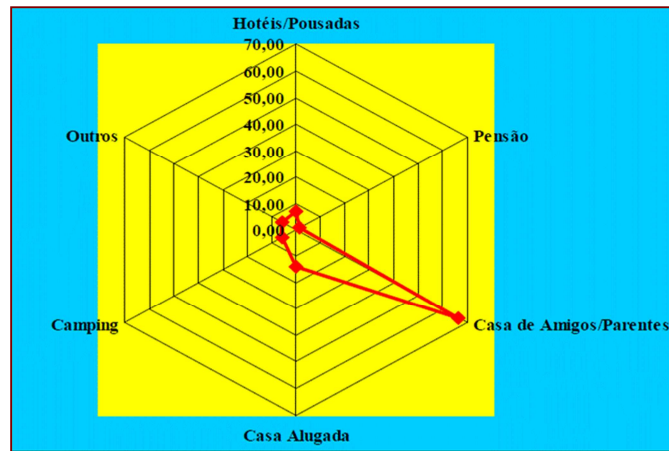
Meio de Transporte - Nova Xavantina Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Gráfico 2.1.1.47

Local de Hospedagem - Nova Xavantina Julho/2011

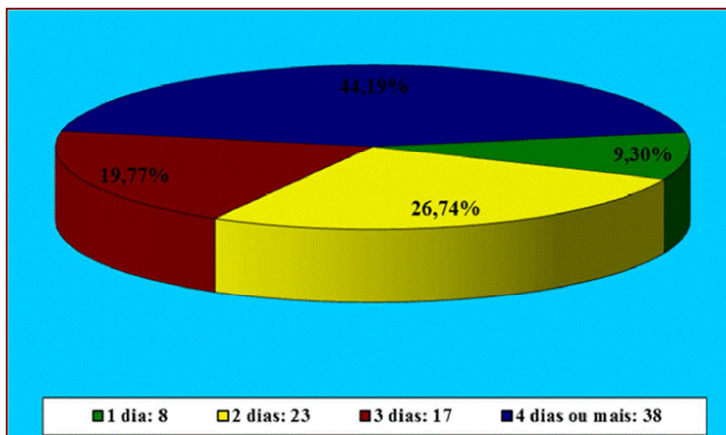


Fonte: UNEMAT, 2011.



Gráfico 2.1.1.48

Tempo de Permanência Média - Nova Xavantina Julho/2011



Fonte: UNEMAT, 2011.

Em nenhuma das pesquisas identificadas no **Polo** foram encontradas informações sobre a composição do gasto e hábitos de consumo do turista atual.

2.2 Análise da Demanda Turística Potencial

O produto turístico do **Polo do Araguaia**, como já mencionado, apoia-se na exploração sustentável do patrimônio natural local. Situado na porção leste do **Estado do Mato Grosso**, a região do Araguaia possui diversas opções de atrativos, que vão desde as praias do Rio Araguaia às cachoeiras, grutas e elevações da Serra do Roncador e da Serra Azul.

Além desses atrativos, existe ainda a perspectiva de integração do segmento de Turismo Cultural a partir da cultura indígena marcante na região, com tradições preservadas nas comunidades Xavantes e Tupirapé e também toda a excentricidade mística da região, assim como a presença do Disoporto e das lendas que cercam a Serra do Roncador.

Tanto no mercado interno, como no externo, há certamente um considerável volume de público que se interessaria pelas opções de turismo disponíveis e que podem ser desenvolvidas no **Polo do Araguaia**. Considerando apenas o mercado de ecoturismo, cerca de 10% dos viajantes no mundo são ecoturistas, conforme a Organização Mundial do Turismo (OMT), ou seja, cerca de



92.4 milhões de pessoas em 2008, conforme os dados da Instituição para o número de entradas internacionais de turistas.

Estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Administração Municipal (IBAM) levantou os segmentos preferidos pelo mercado nacional. Entre os segmentos podem ser destacados: ecoturismo e circuitos histórico-culturais. Nestes termos, uma fatia das preferências do mercado nacional pode ser direcionada para o **Polo Araguaia Mato-Grossense**, ampliando consideravelmente a demanda.

Por fim, o Plano Cores do Brasil aponta que a maior demanda potencial para os destinos da região centro-oeste são os próprios estados que compõem esta região. Infelizmente, não existem dados nem informações que permitam uma análise mais aprofundada sobre o potencial desta demanda latente a ser prospectada pelo Governo do Estado de Goiás. Além disso, a presença de turistas do interior de São Paulo e Minas Gerais deve ser considerada nos estudos sobre o fluxo de turistas no **Polo**.

De acordo com as pesquisas existentes, o maior público neste **Polo** é formado por turistas oriundos do próprio estado do Mato Grosso, do Estado de Goiás e do Distrito Federal. Os números apresentados pelo **Ministério do Turismo** podem apontar a tendência de crescimento do fluxo de pessoas nos mercados nacionais. Analisando a Tabela a seguir, percebe-se que os maiores emissores para o destino Mato Grosso são os Estados de Paraná, São Paulo e Goiás, além do próprio **Estado de Mato Grosso**. No entanto, apenas 1,1% dos viajantes nacionais se destinaram ao **Estado de Mato Grosso**. A figura apresenta os Estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro como os principais destinos de turistas e os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul como os principais emissores de turistas. Desta forma, é possível que, a partir da análise dos dados apresentados pelo **MTur**, possa se traçar um perfil do turista que atualmente já se destina ao **Estado de Mato Grosso** e verificar o potencial para ampliar esse fluxo de pessoas.

Porém, é preciso que os gestores públicos melhorem a qualidade das infraestruturas de acesso aos municípios e aos atrativos, além de se coordenar melhor com os municípios para aperfeiçoar a qualidade da prestação do serviço turístico nos destinos. Esses fatores limitam a demanda, uma vez que para chegar ao **Polo** já se exige do turista um longo percurso em via terrestre com longos



trechos de pista sem asfalto nem segurança. Portanto, é necessário realizar melhorias para que esta viagem seja uma experiência positiva.

Outras ações que podem ampliar a demanda potencial no destino dizem respeito à facilitação para compra do destino, com a criação de *website* próprio e manutenção de dados atualizados para consulta dos turistas potenciais, além de ser fundamental realizar um trabalho junto aos canais de comercialização para a criação de roteiros perenes a serem ofertados ao longo de todo o ano, ininterruptamente.

2.2.1 - Nível de Expectativas dos diferentes segmentos potenciais

Considerando os padrões mínimos de competitividade turística, que segundo as metodologias da Fundação Getúlio Vargas (2010) e do Fórum Econômico Mundial (2012) é avaliada através das facilidades de acesso, infraestrutura geral, infraestrutura turística, sustentabilidade e monitoramento, pode-se dizer que os municípios do polo Araguaia estão muito distante do que é considerado uma situação ideal. Em relação ao acesso, em nível aéreo a região se dispõe de apenas 27 acento semanais, em nível rodoviário a maioria das estradas de acesso a região são vias vicinais, sem asfalto. No que se refere a infraestrutura geral, ela é deficiente e necessita de planejamento e investimento. Em relação a infraestrutura turística, ainda é incipiente e os serviços necessitam de qualificação profissional. Apesar de iniciativas em relação a sustentabilidade, não existe um planejamento formalizado e coordenado visando o crescimento e o desenvolvimento do turismo no polo.

Existem alguns estudos e informações sobre o turismo, mas não são sistematizadas e organizadas, o que dificulta a quantificação e análise dos impactos positivos e negativos do turismo no polo Araguaia Mato-Grossense.

2.2.2 – Hábitos de informação e compra dos diferentes segmentos potenciais

Como destacado no tópico sobre a demanda, os turistas que visitam os Municípios do polo Araguaia são regionais, portanto, utilizam o tradicional Boca-boca, para buscar informações sobre



os principais atrativos e as condições de visitação. Desta forma, apesar da inexistência da avaliação das campanhas promocionais direcionadas para o polo, pode-se inferir que, dadas as características dos turistas que procuram a região, as campanhas de promoção têm impacto muito limitado sobre o fluxo de turistas. As informações disponíveis são restritas e direcionadas aos turistas regionais através de folhetos e algumas informações particulares disponíveis na internet.

Os atrativos não são organizados, portanto, não são comercializados pelas agências ou na internet. É necessário uma política de estruturação e valorização dos atrativos, no intuito de transformá-los em produtos turísticos.

2.2.3 – Identificação de destinos competidores

O turismo no polo Araguaia Mato-Grossense é pouco estruturado e de característica regional. Para fins de competição pelo produto ou segmento, o único concorrente direto é o Polo Araguaia goiano, do outro lado do Rio. De qualquer forma, vale ressaltar que os dois polos apresentam características um pouco distintas. O polo goiano é mais organizado e mais competitivo, o que tem atraído um turista mais qualificado e com maior poder aquisitivo. Devido a deficiente organização dos atrativos e da atividade turística em geral, os elementos de avaliação da concorrência como: competitividade dos serviços, competitividade preços, condições da infraestrutura geral, encontram-se num estágio incipiente.



Tabela 2.2.1
Origens e Destinos dos Fluxos de Turistas das Viagens Domésticas, por UF (em%)

Destino		Destino																										Total			
		Sul			Sudeste				Nordeste							Norte					Centro-Oeste										
Origem	Destino	PR	RS	SC	ES	MG	RJ	SP	AL	BA	CE	MA	PB	PE	PI	RN	SE	AC	AM	AP	PA	RO	RR	TO	DF	GO	MS	MT			
		Origem	Sul	PR	3,1	0,2	1,1	0,0	9%	0,1	1,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
RS	0,3			6,4	1,2	0,0	0,1	0,2	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,9	
SC	0,6			0,3	2,9	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3
Sudeste	ES		0,0	0,0	0,0	0,6	0,3	0,2	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	1,6	
	MG		0,1	0,0	0,1	0,7	7,0	1,4	2,0	0,0	1,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	2,4	1,1	0,0	0,0	16,4	
	RJ		0,1	0,1	0,1	0,4	0,9	4,2	0,9	0,0	0,3	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	7,4	
	SP		1,2	0,1	1,0	0,1	2,5	1,2	19,8	0,2	1,1	0,2	0,3	0,1	0,3	0,1	0,2	0,3	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2	0,9	0,2	30,4
Nordeste	AL		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	
	BA		0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,9	0,1	3,8	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	5,9
	CE		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	2,2	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	3,0
	MA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
	PB		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,7	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3
	PE		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,2	1,7	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,7
	PI		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6
	RN		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
	SE		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9
Norte	AC		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
	AM		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
	AP		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
	PA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	1,4
	RO		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
	RR		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Centro-Oeste	TO		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,3	
	DF		0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	1,4
	GO		0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	1,0	0,0	0,1	2,3
	MS		0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,9
	MT		0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	1,0
Total			5,8	7,2	6,5	1,9	11,4	8,0	27,2	1,0	7,4	3,5	1,0	1,2	2,9	0,7	1,3	1,1	0,0	0,5	0,1	1,2	0,3	0,0	0,4	3,3	3,3	1,5	1,1	100,0	

Variáveis: Q20_UF_1_Correto; Q23_UF_1_Correto; Q26_UF_1_Correto; Nom_UF

Fonte: Ministério do Turismo, 2009.



2.3 Análise da Oferta Turística

Neste tópico serão destacados os principais atrativos turísticos dos municípios do **Polo Araguaia**, bem como os dados de identificação da oferta turística no que diz respeito à sua capacidade de atendimento da demanda atual e da potencial ampliação da demanda a partir da estruturação da atividade turística no **Polo**.

A análise da oferta turística realizada neste tópico do relatório contempla o detalhamento dos seguintes itens:

- Análise das condições atuais dos atrativos turísticos do **Polo**;
- Identificação e análise da oferta atual de equipamentos turísticos (serviços e equipamentos turísticos), abrangendo as seguintes dimensões:
 - ▣ Hotelaria (dados secundários);
 - ▣ Capacidade, número de quartos e número de leitos (dados secundários);
 - ▣ Número de empregos gerados pela atividade do turismo (dados secundários);
 - ▣ Taxas de ocupação; e
 - ▣ Nível de investimento.
- Identificação dos principais sistemas de promoção e comercialização; e
- Identificação da necessidade de capacitação de mão de obra para o turismo.

2.3.1 Avaliação dos atrativos turísticos

Os atrativos proporcionam aos destinos a razão mais importante para o turismo de lazer. Muitos dos componentes da viagem de turismo são demandas derivadas do desejo do consumidor de conhecer o que um destino tem a oferecer em termos de atividades para “ver e fazer” (COOPER *et al.*, 2007).

Por meio de levantamento primário, foi possível identificar os principais atrativos turísticos do **Polo Araguaia**. A estrutura de avaliação deles será classificada por tipo de segmento atual e potencial de cada município. Para efeitos metodológicos, esse campo será apresentado em listagens por cidade, segundo respostas dos questionários de campo.



Tabela 2.3.1.1
Atrativos Turísticos

Cidade	Segmento	Atrativo	Descritivo	Avaliação
Água Boa	Ecoturismo	Recanto das Pedras	Conjunto de paredões e cavernas selvagens em local de flores silvestres que desabrocham entre os meses de junho e setembro acompanhando a floração do cerrado. Forte potencial natural, mas sem estrutura geral para visitação.	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de estruturação Turística - Melhoria nos serviços relacionados a cadeia produtiva do turismo - Melhoria nas condições de Acesso - Melhoria na infraestrutura geral - Definição de roteiros turísticos
Água Boa	Ecoturismo	Rio Lageado (Cachoeira Noiva da Serra)	Rio Lageado, com grandes quedas d'água que formam cachoeiras, uma delas a cachoeira Noiva da Serra. O Rio não está bem preparado para passeios turísticos e as cachoeiras são acessadas por meio de trilhas.	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de estruturação Turística - Melhoria nas condições de Acesso - Melhoria na infraestrutura geral - Definição de produtos
Água Boa	Ecoturismo	Cascata do Tura	Conjunto de pequenas cascatas formadas pelo desmembramento de rochas em alteração ao curso dos riachos. Apesar do apelo para Ecoturismo, por meio do acesso de trilhas, o atrativo não está preparado para receber grande número de visitantes. É conhecido regionalmente somente.	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de estruturação Turística - Melhoria nos serviços relacionados a cadeia produtiva do turismo - Melhoria nas condições de Acesso - Melhoria na infraestrutura geral - Necessidade de melhoria nos serviços de receptivo
Barra do Garças	Ecoturismo / Sol e Praia	Rio Araguaia	Principal rio da região, atendendo aos amantes dos esportes náuticos e da pesca. Rica fauna e bom aproveitamento para Sol e Praia durante a seca.	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de estruturação turística adequada à diferenciação do perfil do turista almejado nos objetivos - Necessidade de um receptivo turístico - Melhoria nas condições de Acesso - Melhoria na infraestrutura geral



Cidade	Segmento	Atrativo	Descritivo	Avaliação
Barra do Garças	Ecoturismo	Parque Estadual da Serra Azul	Localiza-se praticamente na área urbana de Barra do Garças, com acesso por via asfaltada, em torno de 4 km do centro da cidade. O Parque se destaca pela exuberância de fauna e flora, grande quantidade de cachoeiras, fendas e cavernas, sítios paleontológicos e arqueológicos, trilhas belíssimas e bosques nativos. Recebe baixo número de turistas.	Carece de estratégia de comercialização e formação de produto turístico
Barra do Garças	Ecoturismo	Serra do Roncador	Inicia-se no Mato Grosso e vai até o Estado do Pará, berço de todas as lendas e relatos místicos da região. Rica fauna, flora e formações rochosas.	Bom potencial turístico e com perspectivas de crescimento em visitantes anualmente. Carece de formatação enquanto produto turístico
Barra do Garças	Turismo Cultural	Centro Cultural Valdo Varjão	Centro de realização de eventos culturais e apresentações	Atende ao público local somente
Barra do Garças	Turismo Místico	Discoporto	Local de concentração de apreciadores de estudos para observação de atividades místicas e pouso de aeronaves especiais. Reconhecido localmente e por turistas, mas ainda com pouco apelo para visitantes	Carece de estruturação turística e maior fundamentação como produto turístico
Barra do Garças	Turismo Cultural	Artesanato da Valart	Cooperativa de artesanato que atende a visitantes e pessoas locais	Forte apelo cultural por conta do artesanato e com potencial para crescer juntamente com o aumento de turistas prospectado
Cocalinho	Ecoturismo / Sol e Praia	Rio Araguaia	Turisticamente o Rio Araguaia se destaca pelas praias que se formam nos períodos secos, os passeios de barco, a pesca, os lagos, observação da fauna e flora, sobrevoos, esportes náuticos e radicais	Rio é utilizado regularmente com passeios autoguiados e com operadoras, porém carece de locais com boa infraestrutura de atracamento
Cocalinho	Ecoturismo	Gruta Seca / Santuário Metafísico	A Gruta tem entrada pelo lago azul, na planície do Araguaia, a alguns quilômetros de Cocalinho. Na temporada das águas no Araguaia, o lençol sobe e só se entrar com equipamento de mergulho e iluminação subaquática. Formação calcária dá o efeito azul à água.	Ainda não está formatado como produto turístico Não possui sinalização. Possui alto potencial para Ecoturismo e Aventura



Cidade	Segmento	Atrativo	Descritivo	Avaliação
Confresa	Ecoturismo	Cachoeira da Onça	Está localizada a 14 Km do perímetro urbano do município, sendo o único atrativo natural identificado em campo. É um atrativo que apresenta uma beleza cênica significativa, porém com graves problemas ambientais e de estrutura física.	Sem condições estruturais de comercialização para turismo.
Luciara	Sol e Praia	Praia de Rio	Localizada no circuito da região urbana da cidade, serve à população local e, nos meses de temporada, a pequeno grupo de turistas que se hospeda nas pousadas da região.	Está formatada enquanto produto turístico localmente mas carece de infraestrutura para receber turistas em maior número e de outros estados.
Luciara	Ecoturismo	Lagoa da Boiúna	Conhecida localmente para apreciação da fauna e eventual banho.	Não formatada turisticamente e pouco utilizada pelos turistas. Carece de estruturação para visitas.
Luciara	Ecoturismo	Lago Perdido	Conhecida localmente para apreciação da fauna e eventual banho.	Não formatado turisticamente e pouco utilizada pelos turistas. Carece de estruturação para visitas.
Nova Xavantina	Turismo de Pesca	Praia do Rio das Mortes	Local é ponto de entrada para as embarcações que fazem tour pelo Rio Araguaia (Pesca e Turismo). Tem maior reconhecimento por estar inserido como atrativo no Turismo de Pesca	Possui potencial como ponto de embarque e desembarque para passeios, mas carece de infraestrutura turística para recepção de público mais exigente em termos de serviços
Nova Xavantina	Ecoturismo	Cachoeiras da Ilha do Coco	Reconhecidas localmente por sua riqueza de flora e fauna, constituem-se conjunto de pequenas quedas que fortalecem o Ecoturismo. É cercada pelas águas cristalinas do Rio das Mortes. Coberta de mata de galeria, onde se pode encontrar diversos animais silvestres do Cerrado.	Não possui acesso bem sinalizado nem infraestrutura de utilização. Já é atrativo reconhecido localmente
Nova Xavantina	Ecoturismo	Olho D'Água – fervedouro	Conjunto de nascentes de águas cristalinas em propriedade particular	Acesso precisa de melhor estruturação, assim como a área de visitação. Por ser propriedade particular, há complicações para receber investimentos públicos.



Cidade	Segmento	Atrativo	Descritivo	Avaliação
São Félix do Araguaia	Ecoturismo / Sol e Praia e Pesca	Rio Araguaia	Rica Fauna e flora, sendo considerado um dos rios mais piscosos par a região. Ilha do Bananal como um atrativo à parte, que fica na margem oposta a São Félix do Araguaia	A região de acesso ao Rio é reconhecida localmente e por turistas, mas carece de maior infraestrutura de embarque e desembarque para os passeios turísticos.
São Félix do Araguaia	Ecoturismo / Sol e Praia	Praia do Morro	Praia local reconhecida pelos turistas e famosa pelo Festival de Cultura e Música	Tem bom potencial para o turismo de Sol e Praia, mas carece de sinalização e infraestrutura permanente
São Félix do Araguaia	Ecoturismo	Orla do Cais de São Felix do Araguaia	Local reconhecido localmente e ponto de contemplação.	Tem potencial para se tornar ponto de referência na cidade. Carece de valorização do espaço comum para o turismo, com sinalização, pontos de comida e atrações de compras.

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.



Na mesma linha de análise, por meio dos questionários de campo, foi possível identificar se os atrativos turísticos tinham boas condições de acesso, se possuíam estudo prévio de capacidade de carga e estavam em acordo com o Manual de Acessibilidade do **MTur**. Tais resultados são relevantes para justificar o estado geral da infraestrutura dos atrativos turísticos e as necessidades de adequação ao segmento chave pretendido.

Tabela 2.3.1.2
Infraestrutura dos Atrativos Turísticos

Cidade	Atrativo	Acesso Adequado	Estudo prévio de Capacidade de Carga	Adequação ao Manual de Acessibilidade	Avaliação Geral da Infraestrutura (1)
Água Boa	Recanto das Pedras	Não	Não	Não	Inexistente
Água Boa	Rio Lageado (Cachoeira Noiva da Serra)	Não	Não	Não	Inexistente
Água Boa	Cascata do Tura	Não	Não	Não	Inexistente
Barra do Garças	Rio Araguaia	Sim	Não	Não	Regular
Barra do Garças	Parque Estadual da Serra Azul	Sim	Sim	Não	Regular
Barra do Garças	Serra do Roncador	Sim	Não	Não	Regular
Barra do Garças	Centro Cultural Valdo Varjão	Sim	Não	Não	Regular
Barra do Garças	Discoporto	Sim	Não	Não	Regular
Barra do Garças	Artesanato da Valart	Sim	Não	Não	Precário
Cocalinho	Rio Araguaia	Sim	Não	Não	Regular
Cocalinho	Gruta Seca / Santuário	Não	Não	Não	Inexistente



Cidade	Atrativo	Acesso Adequado	Estudo prévio de Capacidade de Carga	Adequação ao Manual de Acessibilidade	Avaliação Geral da Infraestrutura (1)
	Metafísico				
Confresa	Cachoeira da Onça	Não	Não	Não	Regular
Luciara	Praia de Rio	Não	Não	Não	Precário
Luciara	Lagoa da Boiúna	Não	Não	Não	Precário
Luciara	Lago Perdido	Não	Não	Não	Precário
Nova Xavantina	Praia do Rio das Mortes	Sim	Não	Não	Regular
Nova Xavantina	Cachoeiras da Ilha do Coco	Não	Não	Não	Inexistente
Nova Xavantina	Olho D'Água – fervedouro	Não	Não	Não	Precário
São Félix do Araguaia	Rio Araguaia	Não	Não	Não	Regular
São Félix do Araguaia	Praia do Morro	Sim	Não	Não	Regular
São Félix do Araguaia	Orla do Cais de São Felix do Araguaia	Sim	Não	Não	Regular

(1) Ótimo / Regular / Precário / Inexistente

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.

Na avaliação geral, os atrativos do **Polo** em questão têm grande representatividade na organização geral do turismo, mas não estão em boas condições de infraestrutura geral para o desenvolvimento do Ecoturismo, objetivo chave deste **PDITS**. Há significativo número de atrativos que não possuem nenhuma estrutura para visitação e carecem de organização como produto e estudos de organização do espaço para preservação da condicionante sustentabilidade.

Os estudos de capacidade de carga são responsáveis pela previsão de visitantes, dentro e fora de temporada, nos principais produtos turísticos de um destino. Mais do que um avaliador numérico,



é também uma ferramenta de avaliação de impactos potenciais, essencial para segmentação de Ecoturismo. Na avaliação de campo não foram encontrados estudos deste tipo e, por isso, recomenda-se, durante preparação dos produtos, a identificação de suas capacidades no presente momento e no médio e longo prazos.

2.3.2 Análise de Equipamentos e Serviços Turísticos

Neste tópico serão analisados os principais indicadores oriundos dos Serviços de Hospedagem, de Alimentação e de Atendimento ao Turista. Nesse contexto, os seguintes fatores foram levados em consideração para avaliação da oferta agregada dos destinos turísticos na dimensão serviços e equipamentos turísticos: (i) sinalização turística viária; (ii) centro de atendimento ao turista; (iii) espaço para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo e (vi) restaurantes.

A avaliação destes fatores para os municípios aqui analisados pode ser vista na Tabela 2.3.2.1, de forma consolidada. Os dados foram obtidos a partir dos questionários aplicados em campo e observações dos pesquisadores na coleta das informações primárias, durante as visitas técnicas, em 2011, além de dados fornecidos pela **SEDTUR**, dados da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) e aqueles cedidos pelas prefeituras municipais.

Tabela 2.3.2.1

Visão Consolidada de Equipamentos e Serviços Turísticos no Polo Araguaia

Município	Sinalização (Boa /Média/Ruim)	CAT (Sim/Não)	Espaço p/ Eventos (Sim/Não)	Hospedagem (No. Meios de Hospedagem/No. UH's)	No. De Agências de turismo	No. De Estabelecimento do Tipo Restaurantes e Bares
Água Boa	Ruim	Sim	Sim	07/222	1	06
Barra do Garças	Ruim	Não	Sim	33/360	02	87
Cocalinho	Ruim	Sim	Sim	02/14	02	07
Confresa	Ruim	Não	Não	06/42	0	11
Luciara	Ruim	Não	Não	03/16	0	02
Nova	Ruim	Sim	Não	12/124	1	39



Município	Sinalização (Boa /Média/Ruim)	CAT (Sim/Não)	Espaço p/ Eventos (Sim/Não)	Hospedagem (No. Meios de Hospedagem/No. UH's)	No. De Agências de turismo	No. De Estabelecimento do Tipo Restaurantes e Bares
Xavantina						
São Félix do Araguaia	Ruim	Não	Não	06/42	02	10

Fonte : Elaborado por FGV – dados da RAIS, 2010.

A classificação da sinalização turística viária em boa, média ou ruim, conforme apresentado na Tabela 2.3.2.1, considerou a avaliação dos seguintes fatores realizada durante pesquisa de campo pela **FGV**:

- Se o destino possui sinalização turística viária e se ela segue os padrões recomendados pelo **Ministério do Turismo**;
- Se a sinalização turística viária está conservada, limpa, bem fixada e, quando for o caso, corretamente iluminada;
- Se a sinalização turística viária traz informações disponíveis em língua estrangeira;
- Se existe sinalização turística descritiva nos atrativos turísticos do destino; e
- Se as informações contidas na sinalização descritiva estão disponíveis em língua estrangeira.

Se, para todos estes fatores há identificação positiva, então sinalização é considerada boa. Quando dois desses fatores não são identificados positivamente, a sinalização é considerada média. Quando mais de dois fatores não são identificados positivamente, a sinalização é considerada ruim.

A partir da avaliação de equipamentos turísticos do **Polo do Araguaia**, observa-se que o município de Barra do Garças, principal município do **Polo**, apresenta boa infraestrutura de equipamentos e serviços turísticos, o que é bastante positivo, quando se trata de porta de entrada de visitantes que chegam por meio rodoviário, e daí partem para outros destinos no **Polo**.



A pesquisa de campo identificou os seguintes problemas relacionados à oferta dos serviços e equipamentos turísticos que devem ser priorizados e levados em consideração pela gestão pública municipal e estadual para o fomento da atividade turística nestes municípios.

- Centros de Atendimento ao Turista (CAT) - Com exceção de Água Boa, Cocalinho e Nova Xavantina, nenhum outro município do **Polo** apresentou Centro de Atendimento ao Turista com estrutura para receber e orientar este público. No caso de Cocalinho, o CAT é na verdade um balcão de atendimentos, porém está posicionado em local estratégico na região das praias do Araguaia o que facilita a interação com os turistas. O material promocional local é escasso e pobre em indicações de atrativos naturais que o turista possa conhecer em curtos deslocamentos de tempo, em função da promoção do município ser muito focada na temporada de praias do Araguaia.
- Quanto à oferta de equipamentos e serviços turísticos, é notória a precariedade da situação atual. Os hotéis e restaurantes são, em sua grande maioria, de pequeno porte, funcionam com estrutura familiar e sem nenhuma capacitação para uma atuação profissional. Além disso, essa rede é muito pequena e atualmente não consegue suprir a demanda das temporadas de praia. Porém, os empresários do setor alegam dificuldade de investimento na melhoria dos equipamentos turísticos, devido à alta sazonalidade que sofre a região com a atividade turística. Na temporada de praia e da pesca, existe uma superlotação dos espaços urbanos em curtos períodos de tempo e no resto do ano não existem turistas no destino para ocupar as vagas dos hotéis. A região também não possui movimentação de pessoas ligadas à realização de negócios e participação em eventos, o que dificulta a manutenção de uma taxa de ocupação hoteleira mínima ao longo de todo o ano.
- Outro ponto importante a ser destacado a partir das entrevistas e observações no trabalho de campo, é a falta de qualificação dos profissionais que atuam no setor do turismo nestes municípios. Apesar de se constituírem essencialmente de negócios familiares, esse fato não justifica que deixem de prestar serviço de qualidade e profissionalizado. À exceção do município de Barra do Garças, percebe-se que não existe nos demais municípios do Polo estrutura de entidades que prestem serviço de qualificação para o turismo. O SEBRAE possui um projeto em desenvolvimento em todo o Estado do MT para essa demanda, chamado de “Projeto Excelência em Turismo”, que



ainda não contemplou todos os municípios do **Polo Araguaia**. Os gestores públicos alegam desconhecimento ou mesmo dificuldade na participação, devido às distâncias a serem percorridas e também à manutenção de um esforço de qualificação no longo prazo.

A questão da sinalização turística também é um problema em todo o **Polo**. Não existe sequer sinalização rodoviária, mesmo a sinalização básica do DNIT - Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes (DNIT) ou do órgão estadual estão precárias. No trajeto entre os municípios há que se trafegar em pistas sem asfalto, sem placas de sinalização e em condições precárias. Nos municípios existem poucas placas de indicação de áreas turísticas, sobretudo das praias do Araguaia, porém são escassas e estão em péssimas condições de preservação. Não existem placas indicativas de atrativos naturais, nem sinalização interpretativa em nenhum local.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

No setor hoteleiro, o trabalho de campo identificou um número de estabelecimentos diferente dos dados apresentados na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2010. Esperava-se encontrar um número de hotéis superior ao declarado oficialmente ao **Ministério do Trabalho**, porém o que se constatou foi o contrário: existem mais meios de hospedagem na base da RAIS 2010 do que os efetivamente encontrados na pesquisa de campo. Somando-se todos os estabelecimentos dos sete municípios, foram identificados 43 locais de hospedagem no trabalho de campo, diferente dos números oficiais do Ministério do Trabalho e Emprego.. A hipótese para esta discrepância é a de que existem meios de hospedagem que já não funcionam mais e que ainda não realizaram a baixa efetiva da entidade nos cadastros nacionais.

Conforme já relatado anteriormente, a rede de meios de hospedagem é constituída essencialmente de pequenos estabelecimentos, localizados nas áreas urbanas e operados com estrutura familiar. São poucos quartos em cada estabelecimento e a oferta de serviços complementares é muito limitada. Nem todos estes estabelecimentos oferecem café-da-manhã ou opção de refeição em sua própria estrutura. A tabela abaixo apresenta os números do setor de meios de hospedagem no **Polo**.



Tabela 2.3.2.2

Setor de Meios de Hospedagem no Polo do Araguaia

Município	Nº Estabelecimentos	Nº. UH's	Nº Empregos	Salário Médio (R\$)
Água Boa	7	222	-	0,00
Barra do Garças	33	360	147	713,52
Cocalinho	02	14	1	433,50
Confresa	06	42	5	491,79
Luciara	03	16	-	0,00
Nova Xavantina	12	124	21	707,05
São Félix do Araguaia	06	42	7	733,13

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir dos dados da RAIS, 2010.

Uma das grandes fragilidades em relação a esse importante elemento da oferta turística diz respeito à ausência ou à falta de atualidade dos cadastros formais desses equipamentos no **Ministério do Turismo**, agravado por aqueles ainda não regularizados, conforme exigências legais de âmbito local. Apesar de identificados, nem todos estes estabelecimentos encontram-se cadastrados no CADASTUR. As prefeituras disseram que estão trabalhando com os empresários para que esse cadastro seja realizado com todos os estabelecimentos comerciais que atuem no setor de turismo e assim formalizar essas empresas, inclusive para poder atuar em conjunto com o *trade*.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTAÇÃO (A & B)

Os bares e restaurantes também fazem parte da complexa cadeia produtiva da atividade turística, prestando serviços que denotam a hospitalidade dos destinos, sendo por vezes os próprios atrativos turísticos da localidade, em especial quando localizados em polos gastronômicos ou em festivais de gastronomia. A tabela seguinte apresenta o total de estabelecimentos do tipo alimentos e bebidas, incluídos os restaurantes, bares e lanchonetes.

Tabela 2.3.2.3

Setor de Alimentos e Bebidas no Polo do Araguaia

Município	Nº Estabelecimentos	Nº Empregos	Salário Médio (R\$)
Água Boa	06	02	637,50
Barra do Garças	87	249	1.215,18
Cocalinho	07	02	Sem Informação



Município	Nº Estabelecimentos	Nº Empregos	Salário Médio (R\$)
Confresa	11	10	937,50
Luciara	02	Sem Informação	Sem Informação
Nova Xavantina	39	36	Sem Informação
São Félix do Araguaia	10	15	819,64

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados da RAIS, 2010.

É notória a concentração dos equipamentos de alimentos e bebidas no município de Barra do Garças, à exemplo do que ocorre com a estrutura hoteleira. Este é o principal município do **Polo** e também o município com maior número de instituições governamentais e empresariais do **Polo**, razão pela qual possui uma economia mais robusta.

É também neste município onde se encontra a maior diversidade da oferta e de opções de gastronomia variada e cozinha regional e nacional. Em Barra do Garças é gerado o maior número de empregos por estabelecimentos (existem 2,86 empregados em cada estabelecimento) e é também neste município que se pratica a maior remuneração média no setor. Uma informação curiosa é que o município de São Félix do Araguaia, apesar de menor e menos importante economicamente do que Nova Xavantina, apresenta uma taxa de empregados por estabelecimento de 1,5 contra 0,92 daquele. Também é curioso o dado da remuneração média dos empregados do setor em Confresa, que fica acima dos demais e só perde para o município de Barra do Garças.

É importante ressaltar também que esses estabelecimentos são essencialmente operados por famílias e possuem uma estrutura muito simples para atender a um turista de massa e de baixo poder aquisitivo, que se desloca para o **Polo** e que pouco utiliza os equipamentos turísticos de alimentos e bebidas em função do perfil de consumidor. Também é importante confirmar a grande capacidade de gerar postos de trabalho deste setor. Por fim esses dados são de empregos formais registrados no **Ministério do Trabalho**.



SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO E OPERAÇÃO TURÍSTICA

As agências de viagens destacam-se como principal meio de comercialização dos produtos e serviços turísticos, funcionando como importante termômetro de desempenho da atividade.

No caso do **Polo do Araguaia**, percebe-se facilmente quão incipiente ainda é a atividade turística na região. São registradas apenas 12 empresas que realizam serviços de agenciamento turístico e receptivo turístico no **Polo**. Deste total, apenas são gerados dois empregos, o que reforça a fragilidade do setor no **Polo**. Na pesquisa de campo verificou-se que as empresas de turismo funcionam com os próprios empresários e que existem poucos empregos formais gerados pela atividade. Na tabela abaixo são apresentadas as informações de forma mais detalhada.

Tabela 2.3.2.4
Sector de Agências de Turismo no Polo do Araguaia

Município	No. Estabelecimentos	No. Empregos	Salário Médio (R\$)
Água Boa	Sem Informação	0	0,00
Barra do Garças	2	2	573,75
Cocalinho	2	1	0,00
Confresa	Sem Informação	0	0,00
Luciara	Sem Informação	0	0,00
Nova Xavantina	1	2	0,00
São Félix do Araguaia	2	3	0,00

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados da RAIS, 2010.

Mais uma vez, apenas o município de Barra do Garças apresenta uma estrutura um pouco mais profissional e uma oferta maior de opções. Nos municípios de Água Boa, Confresa e Luciara não existem registros de agências de turismo emissor nem receptor.



OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS - EMPRESAS DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO E LOCADORA DE AUTOMÓVEIS

a) TRANSPORTE TURÍSTICO

Conforme apresentado anteriormente, o **Polo do Araguaia** se localiza em uma região de difícil acesso e de grandes dimensões e distâncias a serem percorridas pelos turistas tanto para acessá-lo quanto para se locomover entre os municípios e atrativos que compõem a oferta turística. Sendo assim, é essencial a existência de transporte rodoviário, uma vez que praticamente não existem ligações comerciais regulares em transporte rodoviário entre os municípios do **Polo**.

No caso dos municípios do **Polo Araguaia**, a melhor infraestrutura na oferta de serviços de transporte se localiza no município de Barra do Garças, que conta com um total de 13 estabelecimentos que ofertam transporte rodoviário, fretamento de veículos para grupos e também transporte aéreo não-regular. Apenas os municípios de Cocalinho e Luciara não apresentam oferta de transporte turístico para os turistas que se deslocam até o município.

Tabela 2.3.2.5
Setor de Transportes no Polo do Araguaia

Município	Nº Estabelecimentos	Nº Empregos	Salário Médio (R\$)
Água Boa	4	1	637,50
Barra do Garças	13	454	1.215,18
Cocalinho	Sem Informação	0	0,00
Confresa	6	21	937,50
Luciara	Sem Informação	0	0,00
Nova Xavantina	4	2	1.530,00
São Félix do Araguaia	6	12	819,64

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados da RAIS, 2010.

Mais uma vez, ressalta-se a diferença na dinâmica econômica do município de Barra do Garças em relação aos demais municípios do **Polo**. Um total de 454 empregos gerados pela atividade de



transportes turísticos nas categorias de transporte rodoviário (451 empregos) e transporte turístico por fretamento (três empregos).

b) LOCADORA DE AUTOMÓVEIS

A restrita oferta de transporte regular e a quase total ausência de serviços de táxi nos destinos do **Polo Araguaia**, tornam a possibilidade de aluguel de veículo importante para o desenvolvimento da atividade turística local. As grandes distâncias que devem ser percorridas pelo turista para chegar até os atrativos, principalmente os do segmento do Ecoturismo que, por se tratar de áreas preservadas, se encontram fora da área urbana, levam à necessidade de deslocamento que não é suprida por meios de transporte locais.

No caso dos municípios do **Polo Araguaia**, a melhor infraestrutura na oferta de serviços de locação de veículos se localiza no município de Barra do Garças, que conta com um total de cinco estabelecimentos que ofertam veículos de passeio. Excluindo-se Barra do Garças, apenas os municípios de água Boa e Confresa possuem empresas que ofertam locação de veículos para os turistas que se deslocam até o município.

Tabela 2.3.2.6
Setor de Locação de Veículos no Polo do Araguaia

Município	Nº Estabelecimentos	Nº Empregos	Salário Médio (R\$)
Água Boa	1	0	0,00
Barra do Garças	5	3	892,50
Cocalinho	Sem Informação	0	0,00
Confresa	1	0	0,00
Luciara	Sem Informação	0	0,00
Nova Xavantina	Sem Informação	0	0,00
São Félix do Araguaia	Sem Informação	0	0,00

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados da RAIS, 2010.



2.3.3 Nível de Preço dos Serviços Turísticos

Este item analisa os preços praticados em hotéis e pousadas nos municípios do **Polo**. Não há uma pesquisa oficial que faça uma avaliação dos preços para meios de hospedagem nos municípios do **Polo**. Também não há um sistema de informações estruturado para este objetivo. Assim, os dados aqui referidos foram obtidos através de levantamento junto à amostra de estabelecimentos, sendo que nem todos encontram-se cadastrados no CADASTUR.

Importante ressaltar que esses valores apresentados são valores médios praticados durante o ano. Nos períodos de alta temporada das praias do Araguaia, estes estabelecimentos trabalham com pacotes turísticos com uma quantidade mínima de dias de hospedagem e os valores não respeitam essas médias, são definidos em função da demanda existente e da antecedência das reservas efetuadas.

Tabela 2.3.3.1

Nível de Preços nos Meios de Hospedagem no Polo

Município	Meios de Hospedagem – Faixa de Diária – (R\$)
Água Boa	45,00 a 150,00
Barra do Garças	42,00 a 187,00
Cocalinho	40,00 a 90,00
Confresa	40,00 a 90,00
Luciara	40,00 a 85,00
Nova Xavantina	45,00 a 190,00
São Félix do Araguaia	40,00 a 100,00

Fonte: Elaborado pela FGV, 2010.

No tocante aos preços praticados em estabelecimentos de alimentos e bebidas, os valores são considerados baixos, inclusive em função do tipo de oferta de culinária regional em estabelecimentos pequenos e sem diferenciais competitivos em relação a outros mercados. O perfil do turista atual também não admite a prática de valores mais elevados para a alimentação nestes municípios, uma vez que a renda média dos turistas, segundo a pesquisa da UNEMAT, é apenas de 2 a 3 salários mínimos.



O nível de preços é adequado ao nível dos serviços prestados. Conforme já apresentado os estabelecimentos são pequenos, familiares, sem requintes nem investimentos em ambientação e refrigeração, ou qualquer outra melhoria que possa aumentar os custos e atrair turistas de perfil diferenciado.

2.3.4 Sistema de Promoção e Comercialização

Apesar do esforço do governo estadual em se trabalhar os municípios como um **Polo**, um destino turístico compartilhado, as grandes dimensões do **Estado do Mato Grosso** e as grandes distâncias a serem percorridas pelo turista para acessar os diversos municípios que fazem parte do **Polo**, dificultam a existência de roteiros ou rotas que unam atrativos e segmentos em mais de um município. Conforme apresentado anteriormente, mesmo nos municípios limítrofes, as distâncias entre as sedes dos municípios é bastante elevada e há que se ressaltar que as condições de acesso nas rodovias locais são precárias, em grande parte delas não existe sequer asfalto em condições de tráfego.

Sendo assim, os municípios tentam viabilizar seus próprios atrativos turísticos na mídia local e tentam acessar os mercados que podem através das agências locais e, sobretudo, através de contatos com agências em Cuiabá. O governo estadual tem realizado um esforço conjuntamente com os municípios para apresentar as diversidades da oferta de atrativos turísticos do Estado nas feiras nacionais e internacionais, mostrando separadamente os municípios de cada uma das regiões.

A grande dificuldade em se formatar pacotes turísticos integrados, em função das distâncias e da precariedade dos acessos, também termina por fragilizar a atividade turística no **Polo**. Não existem pacotes formatados e ofertados regularmente que contem com visitação de atrativos de mais de um município. Na verdade, não foram encontrados na pesquisa a manutenção de *website* do Polo, que apresente as informações de interesse turístico (atrativos, hotéis, restaurantes, entre outros). Existem sites de turismo que apresentam informações diversas de cada destino do **Polo**. As prefeituras também não mantêm sites específicos voltados para a atividade turística, com os principais atrativos turísticos e os contatos dos estabelecimentos comerciais do setor.



Dentre os atributos de Promoção dos destinos turísticos, por meio de pesquisa de campo, buscou-se identificar a existência de material institucional, de relações públicas ou de divulgação em *internet* como ponto de partida para a existência de atividade regular de fomento à promoção turística. Na tabela abaixo, pode-se observar que não há prática comum de promoção regular nos municípios do Polo Araguaia, apesar da existência de operações isoladas institucionais e de relações públicas. Este resultado vai de encontro aos objetivos de incremento do número de turistas almejados pelos municípios do Polo, fazendo com que a Promoção Turística seja item de maior preocupação para as recomendações deste documento.

Tabela 2.3.4.1
Estrutura de Promoção Turística

Município	Fomento à Promoção Institucional	Agenda de eventos anuais	Existência de Relações Públicas	Portal Exclusivo para Turismo
Água Boa	Sim	Não	Não	Não
Barra do Garças	Sim	Não	Sim	Não
Cocalinho	Não	Não	Não	Não
Confresa	Não	Não	Sim	Não
Luciara	Não	Não	Não	Não
Nova Xavantina	Sim	Não	Sim	Não
São Félix do Araguaia	Não	Não	Sim	Não

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados de Pesquisa de Campo, 2011.

As limitações para se promover o destino fora da região e, principalmente, fora do **Estado do Mato Grosso** são muitas. Primeiramente pela própria questão financeira. Os municípios não possuem recursos próprios para realizar essa comercialização e dependem do apoio do Governo Estadual para participar de feiras e eventos de promoção de destinos turísticos nacionais. Em segundo lugar, devido à pequena estrutura de agências de viagem no **Polo**. Esse número reduzido de empresas emissivas e receptoras turísticas dificulta o contato dos operadores nacionais quando turistas de fora do estado procuram informações sobre o destino. Por fim, é preciso que os municípios compreendam que a atividade turística só se desenvolverá com a formatação de uma governança forte em todo o **Polo** e com a interação e colaboração dos diversos atores em todos os municípios que fazem parte do Polo.



Na tabela abaixo é possível comprovar a dificuldade de comercialização dos produtos turísticos do **Polo Araguaia**. Na avaliação de campo, buscou-se identificar existência de atributos gerenciais comerciais como Plano de Marketing, Participação em Feira e Eventos e Integração a Roteiros Regionais. Dentre os municípios pesquisados, somente Confresa registrou existência de prática de realização de eventos, não necessariamente turísticos. Nenhum dos municípios possui Plano de Marketing ou atividade de fomento a participação em eventos turísticos.

Tabela 2.3.4.2
Comercialização dos Produtos Turísticos

Município	Plano de Marketing Formal	Participação em Feiras de Turismo	Existência de Eventos Comerciais	Existência de roteiro turístico regional
Água Boa	Não	Não	Não	Não
Barra do Garças	Não	Não	Não	Não
Cocalinho	Não	Não	Não	Não
Confresa	Não	Não	Sim	Não
Luciara	Não	Não	Não	Não
Nova Xavantina	Não	Não	Não	Não
São Félix do Araguaia	Não	Não	Não	Não

Fonte: Elaborado pela FGV, a partir de dados de Pesquisa de Campo, 2011.

Estas limitações impõem desafios aos gestores públicos e aos empresários locais para o fomento da atividade turística. Na pesquisa desenvolvida pela UNEMAT, quando questionados o meio pelo qual ficaram sabendo das atrações do município, a grande maioria (mais de 50%) respondeu que foi através de amigos e parentes que vivem na região. O percentual de turistas que se deslocou ao **Polo** a partir de comunicação em mídia falada ou impressa é praticamente nulo.

2.3.5 Grau de Integração entre a Oferta e a Cadeia de Valor Turística

Este tópico trata da identificação da existência de grupos nacionais e internacionais como fornecedores de serviços turísticos no Polo, bem como sua integração na cadeia de valor e quais as experiências de instituições que operem em rede de forma integrada. Por fim, são identificados eventuais gargalos nos elos das cadeias de valor turístico.



No caso do **Polo do Araguaia**, não é possível se falar em integração entre a oferta e a cadeia de valor turística. Não existem estabelecimentos de ordem nacional ou internacional em todo o **Polo**. A exceção é Barra do Garças que possui uma loja operando da cadeia de *fastfood*, a Subway. Porém, não foi registrado no trabalho de campo operação de empresas de forma integrada, por exemplo, entre hotéis e restaurantes ou entre hotéis e empresas de transporte turístico. A atuação é individualizada e sem integração entre os diversos atores da cadeia de valor do turismo. Os investimentos nas infraestruturas de equipamentos e serviços turísticos são essencialmente realizados pelos empresários locais.

No tocante à governança do setor, nota-se que, apesar de todos os municípios possuírem Conselhos Municipais de Turismo formatados e legalmente constituídos, apenas em Barra do Garças verifica-se o efetivo funcionamento com regularidade desde a sua criação. Nos demais municípios, os conselhos estão atuando precariamente ou retomaram a atuação recentemente. Essa situação tem contribuído para a manutenção da atuação fragmentada da oferta turística em sua cadeia de valor, uma vez que os empresários e as entidades do *trade* não possuem este ambiente de discussão maduro e permanente.

2.3.6 Capacitação de Mão de Obra

Este item identifica o nível de capacitação da oferta atual e a necessidade de promoção de projetos de educação na área. Para o Polo do Araguaia, é um item de grande importância, tendo em vista a necessidade de capacitação identificada pela pesquisa de campo e pelo grau de desenvolvimento da oferta dos equipamentos e serviços turísticos no Polo.

A Tabela 2.3.6.1 apresenta as informações sobre o tema da capacitação no **Polo** obtidas nos levantamentos de campo.



Tabela 2.3.6.1

Situação Atual das Condições de Capacitação no Polo do Araguaia

	Água Boa	Barra do Garças	Cocalinho	Confresa	Luciara	Nova Xavantina	São Félix do Araguaia
Existe alguma instituição de qualificação profissional no município?	Não	Sim (SEBRAE, SENAI, SENAC, CEPROTEC)	Não	Não	Não	UNEMAT	Não
Existe alguma entidade de fora do município que ofereça cursos de qualificação profissional para o setor?	Sim, (esporadicamente o SEBRAE em projetos específicos)	Não	Sim (SEBRAE, SENAC e IBAMA)	Sim (esporadicamente o SEBRAE, SENAC e IBAMA)	Sim (esporadicamente o SEBRAE, SENAC e IBAMA)	Sim (esporadicamente o SEBRAE, SENAC e IBAMA)	Sim (esporadicamente o SEBRAE, SENAC e IBAMA)
Existe oferta de curso livre de turismo no município de forma regular?	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Existe oferta de cursos técnicos em turismo no município?	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Existe oferta de curso de graduação em Turismo no município?	Não	Não	Não	Não	Não	Sim (UNEMAT)	Não
Existe sede de entidade do Sistema "S" que ofereça cursos de qualificação no município?	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte: Elaborado pela FGV com questionários e entrevistas em campo, 2010.



Como se pode observar na análise da Tabela 2.3.6.1, o **Polo** encontra-se sem opções de qualificação profissional e empresarial para melhorar os serviços prestados aos turistas. Apenas esporadicamente existe a oferta de cursos de qualificação na região, geralmente atrelada a algum projeto de entidade extragovernamental ou do Sistema “S”.

Apesar de Barra do Garças ser o principal município do **Polo**, sede das principais entidades federais e estaduais que possuem órgãos regionalizados, é no município de Nova Xavantina que se localiza o *campus* da UEMT, que oferece o curso de graduação em Turismo. Porém, os cursos de qualificação em turismo e de qualificação profissional realizados pelo SEBRAE e SENAC, respectivamente, ficam localizados em Barra do Garças. É importante ressaltar também o papel fundamental que o SEBRAE tem desenvolvido na região com o “Projeto Excelência em Turismo”, que tem funcionado como divulgador das informações de boas práticas na área do turismo e também incentivado a qualificação empresarial e profissional do Polo.

A pesquisa de campo identificou a necessidade urgente de capacitação empresarial e profissional. Importante lembrar que o perfil do empresário local é familiar, com pequeno grau de instrução, sem qualificação específica para a atuação empresarial, nem mesmo para a atuação no setor de turismo. O perfil dos empregados do setor na região é essencialmente jovem, com pouca experiência profissional, baixo nível de escolaridade e sem nenhuma preparação para atuar com o público em geral e com turistas em especial.

2.3.7 Sistemas de Certificação

Este tópico avalia a existência de sistemas de certificação de qualidade da oferta turística e a participação de empresas locais neles.

Não foi identificado nenhum programa de certificação de qualidade implementado no **Polo**, seja de âmbito municipal, estadual ou federal.



2.4 Análise de Infraestrutura Básica e Serviços Gerais

A atividade turística se caracteriza, entre outros aspectos, pela sua interligação com diversos setores da economia e pela sua relação de interdependência com as diversas esferas de governança em um destino turístico. Apesar de ser o atrativo turístico o principal objeto de consumo do turista que se desloca a um destino, é necessário que exista infraestrutura para que este turista chegue até o local que pretende visitar e para que possa se locomover internamente, visitando também outros pontos de interesse.

Da mesma forma, apesar de não se constituir em objetivo de investimentos do setor de turismo, o provimento de serviços básicos é fundamental para a atração e manutenção do turista em um destino. O abastecimento de água, a coleta e o tratamento do esgoto sanitário, a coleta e destinação do lixo urbano, o fornecimento de energia elétrica, entre outros serviços básicos, são essenciais para que o turista desfrute do tempo que dedica a visitar o destino selecionado.

Por fim, próprio atrativo turístico precisa ser apresentado como um produto vendável nos canais de comercialização. Para isso, não basta apenas a beleza natural ou edificada, é preciso que este produto tenha condições de bem receber o turista e de satisfazer as suas expectativas.

Neste capítulo será diagnosticada a atual capacidade de serviços de infraestrutura, bem como suas principais carências, tendo em vista o desenvolvimento da atividade turística, e, em consequência, o incremento de demanda. Serão discutidos os seguintes serviços básicos de infraestrutura para o Polo: rede viária de acesso ao Polo; sistema de abastecimento de água; sistema de esgotamento sanitário; limpeza urbana; rede de drenagem pluvial; sistema de transporte urbano; sistemas de comunicação; iluminação pública; serviços de saúde e serviços de segurança.

Os dados para este diagnóstico foram obtidos a partir dos questionários de pesquisa de campo nos municípios do **Polo** e nos *sites* de informações oficiais do governo estadual, federal e das próprias prefeituras municipais.



2.4.1 Rede de Acesso à Área Turística

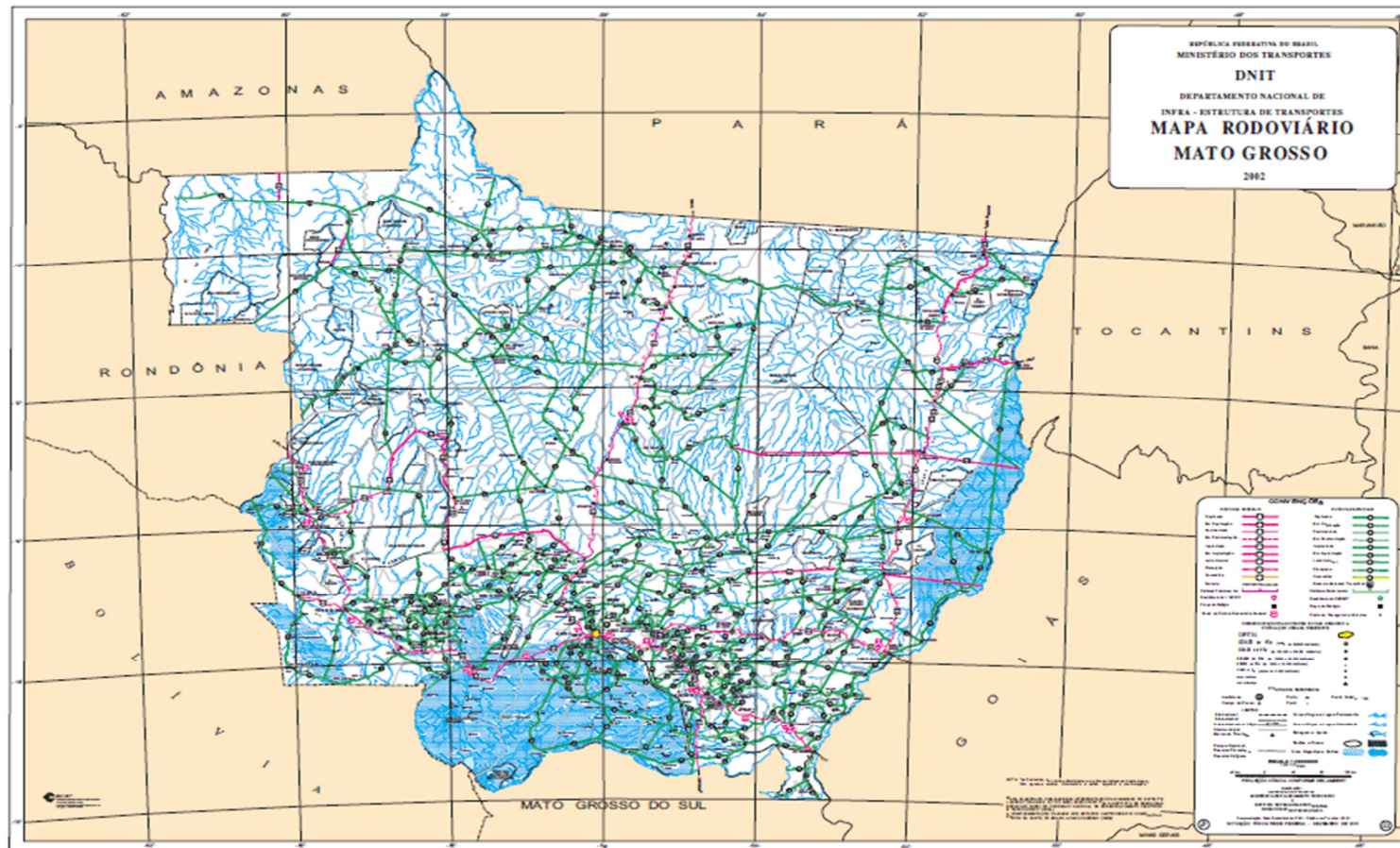
Na literatura de transportes e capilaridade viária, a infraestrutura aérea e os serviços de deslocamento estão organizados, em geral, em forma de redes. Essas redes de transporte compõem-se de vários nodos, que podem ser as regiões de origem das viagens e também os destinos turísticos, interligados entre si. Dependendo do arranjo dessas redes, alguns nodos podem apresentar uma grande acessibilidade, gerando um tráfego de turistas em passagem de ou para outras localidades.

O acesso aos municípios e atrativos turísticos é o principal problema atual identificado no **Polo do Araguaia**. A precariedade das rodovias, a inexistência de aeroportos operando com voos comerciais regulares, em uma distância inferior a 500 quilômetros (distância entre Brasília e Barra do Garças) e a (fraca) oferta de transporte rodoviário comercial regular que realize a interligação entre os principais centros regionais (Cuiabá, Goiânia e Brasília) com os municípios do **Polo**, dificultam o acesso do turista aos destinos do Polo Araguaia.

Mesmo dentro do Polo, a dificuldade de se locomover é notória. A principal rodovia que liga o “Baixo Araguaia” (onde estão localizados os municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Nova Xavantina e Água Boa) ao “Alto Araguaia” (onde estão localizados os municípios de São Félix do Araguaia, Luciara e Confresa) é a BR-158, que possui trecho asfaltado apenas até o município de Água Boa. A partir deste trecho é preciso seguir em pista de terra por mais de 280km em estrada de terra, onde está se implementando pavimento (segundo mapa rodoviário do DNIT) e no entroncamento com a BR-242, seguir em mais 129km por estrada de terra até São Félix do Araguaia.



Figura 2.4.1.1
Mapa Rodoviário do Mato Grosso



Fonte: DNIT, 2011.



2.4.1.1 Rede Viária de Acesso ao Polo

O **Polo** possui malha rodoviária precária em péssimas condições de uso, mesmo a malha de rodovias federais se encontra em situação de difícil tráfego. As principais rodovias federais no Polo são a BR-070 (que liga o município de Cuiabá à Barra do Garças), a BR-158 (que liga todo o Polo do Araguaia, passando por Barra do Garças, Nova Xavantina, Água Boa e Confresa, ligando o sul ao norte do Araguaia até o entroncamento com a BR-242, que leva a São Félix do Araguaia e Luciara) e a BR-242 que, a partir da BR-158, leva aos municípios de São Félix do Araguaia e Luciara. As condições das rodovias são apresentadas pelo DNIT:

Tabela 2.4.1.1.1

Condições das Rodovias Federais que Cortam o Estado do Mato Grosso

Trecho	Km	Condição
BR-070 (trecho Barra do Garças-Cuiabá)		
ENTR BR-158(A)/MT-100 (DIV GO/MT) (BARRA DO GARÇAS) - ENTR BR-158(B) *TRECHO URBANO*	0 ao 6,7	Ponte sobre o rio Araguaia, com tráfego normal.
ENTR BR-158(B) - ENTR MT-107 (GENERAL CARNEIRO)	6,7 ao 66,7	Segmento em boas condições de tráfego. Obras de manutenção em andamento. Acostamento estreito, curvas acentuadas. Trafegar com cuidado. Sinalização vertical e horizontal em condições regular
ENTR MT-107 (GENERAL CARNEIRO) - PAREDÃO GRANDE	66,7 ao 156	Segmento em condições boas de tráfego. Obras de manutenção e conservação ao longo do trecho. Segmento com curvas acentuadas. Trafegar com cuidado. Sinalização em condições regular.
PAREDÃO GRANDE - ENTR MT-110(B)	156 ao 193,3	Segmento em condições boas de tráfego. Obras de manutenção e conservação ao longo do trecho. Segmento com curvas acentuadas. Trafegar com cuidado. Acostamento estreito. Sinalização vertical em boas condições e horizontal regular.
ENTR MT-110(B) - ENTR MT-373	193,3 ao 239,3	Segmento em boas condições de tráfego. Obras de manutenção e conservação ao longo do trecho. Segmento com curvas acentuadas. Acostamento estreito. Trafegar com cuidado. Sinalização vertical em boas condições e horizontal regular.
ENTR MT-373 - ENTR MT-130(A) (PRIMAVERA DO LESTE)	239,3 ao 277,4	Segmento em boas condições de tráfego. Obras de manutenção e conservação ao longo do trecho, trafegar com cuidado. Acostamento estreito. Sinalização em boas condições.
ENTR MT-130(A) (PRIMAVERA DO LESTE) - ENTR BR-163(A)/364(A)/MT-140(B) (SÃO VICENTE)	277,4 ao 421,3	Segmento em boas condições até o km 342,6 e em condição regular no restante do segmento. Obras de manutenção e conservação ao longo do trecho. Trafegar com cuidado. Sinalização horizontal e vertical em condições regular.
ENTR BR-163(A)/364(A)/MT-140(B) (SÃO VICENTE) - ACESSO PASCOAL RAMOS	421,3 ao 494,7	Ver informações na BR-364.
ACESSO PASCOAL RAMOS - ENTR BR-163(B)/364(B) (TREVO LAGARTO) *TRECHO URBANO*	494,7 ao 528,1	Travessia Urbana de Cuiabá e Várzea Grande. Segmento municipalizado

Fonte: DNIT, 2011

Trecho	Km	Condição
BR-158 – Trecho Confresa-Barra do Garças		



DIV PA/MT - ENTR MT-431 (VILA RICA)	0 ao 40	Segmento não pavimentado. condição regular. pontes de madeira ao longo do segmento. peso máximo permitido: 23 toneladas. Tráfego lento em período chuvoso. EM OBRAS DE PAVIMENTAÇÃO
ENTR MT-431 (VILA RICA) - ENTR MT-430	40 ao 138	Trecho não pavimentado; condição regular de tráfego. Pontes de madeira ao longo de todo o segmento, peso máximo permitido: 23 toneladas. Tráfego lento em período chuvoso. EM OBRAS DE PAVIMENTAÇÃO
ENTR MT-430 - ENTR BR-242(A)/MT-424	138 ao 270	Trecho não pavimentado, com situação regular de tráfego. Pontes de madeira ao longo de todo o segmento, peso máximo permitido: 23 toneladas. Tráfego lento em período chuvoso. EM OBRAS DE PAVIMENTAÇÃO ATÉ O KM 180,0.
ENTR BR-242(A)/MT-424 - ENTR MT-322(B)/433 (ALÔ BRASIL)	270 ao 330,6	Trecho não pavimentado, em situação regular de tráfego. Pontes de madeira ao longo do segmento, peso máximo permitido: 23 toneladas. Tráfego lento em período chuvoso.
ENTR MT-322(B)/433 (ALÔ BRASIL) - INICIO DA PAVIMENTAÇÃO	330,6 ao 410,5	Trecho não pavimentado, em situação regular de tráfego. Pontes de madeira ao longo do segmento, peso máximo permitido: 23 toneladas. Tráfego lento em período chuvoso. EM OBRAS DE PAVIMENTAÇÃO . A partir do km 400, já pavimentado.
INICIO DA PAVIMENTAÇÃO - FIM DA PAVIMENTAÇÃO	410,5 ao 439	Trecho pavimentado. Sinalização horizontal e vertical regular.
FIM DA PAVIMENTAÇÃO - ENTR MT-020 (DONA ROSA)	439 ao 478,8	Trecho todo pavimentado até o km 478,8, em situação regular. Sinalização regular.
ENTR MT-020 (DONA ROSA) - ENTR MT-326(A) (P/CANARANA)	478,8 ao 514,8	Trecho pavimentado. Situação regular. Sinalização regular.
ENTR MT-326(A) (P/CANARANA) - ÁGUA BOA	514,8 ao 568,3	Segmento em situação regular; Sinalização horizontal deficiente e vertical regular; acostamento estreito e danificado.
ÁGUA BOA - ENTR BR-251(B) (NOVA XAVANTINA)	568,3 ao 653,4	Trecho em situação regular de tráfego; sinalização horizontal regular e vertical regular. Trafegar com cuidado período de chuvas. Em obras
ENTR BR-251(B) (NOVA XAVANTINA) - VALE DO SONHO	653,4 ao 738,9	Trecho pavimentado; em boas condições de tráfego; sinalização horizontal regular e vertical boa. Trafegar com cuidado, período de chuvas.
VALE DO SONHO - ENTR BR-070(A)	738,9 ao 796,9	Trecho pavimentado, condição normal de tráfego; sinalização horizontal satisfatória e vertical boa; em obras de manutenção e conservação. Trafegar com cuidado, período de chuvas.
ENTR BR-070(A) - ENTR BR-070(B)/MT-100 (DIV MT/GO) (BARRA DO GARÇAS) *TRECHO URBANO*	796,9 ao 803,6	Travessia Urbana de Barra do Garças. Tráfego mais intenso.

Fonte: DNIT, 2011.

Trecho	Km	Condição
BR-242 – São Félix do Araguaia-BR-158		
ENTR MT-100(A) (DIV GO/MT) (SÃO FÉLIX DO ARAGUAIA) - ENTR MT-100(B)	0 ao 37,5	Trecho em condição normal até o km 5,0 (travessia urbana de São Félix do Araguaia); condição regular no restante do trecho (trecho não pavimentado); sinalização inexistente.
ENTR MT-100(B) - ENTR MT-433 (ALTO BOA VISTA)	37,5 ao 89	Trecho não pavimentado; em leito natural com tráfego em condição regular.
ENTR MT-433 (ALTO BOA VISTA) - ENTR BR-158(A)/MT-424	89 ao 119	Trecho não pavimentado; em leito natural, pista estreita em condição regular.
ENTR BR-158(A)/MT-424 - ENTR BR-080/158(B) (VILA RIBEIRÃO BONITO)	119 ao 273,4	Ver informações na BR-158/MT (segmento coincidente).

Fonte: DNIT, 2011.

A rodovia BR-070 apresenta-se em melhores condições do que as demais rodovias do **Polo**. Principal ligação do Araguaia com a capital, Cuiabá, esta rodovia tem passado por serviços de



conservação e manutenção da qualidade do pavimento, o que melhora suas condições de tráfego, apesar de deixar a rodovia mais perigosa para o viajante, que tem de se locomover 500 km até Barra do Garças, exigindo muita atenção para a prevenção de acidentes rodoviários.

Apesar de apresentar trechos com pavimento, a rodovia BR-158, principal elo de ligação dos municípios do **Polo do Araguaia** entre si, apresenta condições de tráfego ruim. Mesmo os trechos pavimentados encontram-se em situação crítica e essa situação é agravada nos períodos chuvosos, quando a cheia dos rios da região e o volume de água de chuva terminam por alagar as rodovias e, não raramente, deixa municípios ilhados, sem ligação rodoviária com a capital. Não foi identificado um trecho com maior número de acidentes que se destaque, os acidentes ocorreram ao longo de toda a rodovia.

Por fim, a BR-242 que liga o entroncamento da BR-158 com os municípios de São Félix do Araguaia e Luciara, é completamente de pista de terra, sem trechos asfaltados e com grande precariedade nas condições de tráfego. São 273,4 km de estrada de terra, que nos períodos de chuva fica intransitável e nos períodos de seca aumenta a periculosidade, em função da grande quantidade de poeira que impede a visão dos motoristas que trafegam na via. Para a BR-242 não existem números da polícia rodoviária federal. As fotos abaixo, em consonância com outras fotos presentes nos anexos, ilustram a situação acima descrita.



Figura 2.4.1.1.1
Trecho de Estrada em Água Boa



Fonte: FGV/Água Boa (2011).

Figura 2.4.1.1.2
Trecho de Estrada em Cocalinho



Fonte: FGV/Cocalinho (2011).



Figura 2.4.1.1.3
Trecho de Estrada em Confresa (MT-158)



Fonte: FGV/Confresa MT158 (2011).

Figura 2.4.1.1.4
Trecho de Estrada em Luciara (MT-100)



Fonte: FGV/Luciara MT100 (2011).



Figura 2.4.1.1.5
Trecho de Estrada em São Félix do Araguaia



Fonte: FGV/S Felix Araguaia (2011).

A dificuldade de se acessar o **Polo** é agravada pela escassez da oferta de transporte rodoviário comercial regular que realize a interligação dos municípios do **Polo**. Apenas os municípios de Barra do Garças, Água Boa e Nova Xavantina possuem terminal rodoviário, para os demais existe apenas ponto de parada de ônibus com venda de passagens. Como pode ser observado na tabela abaixo, os terminais rodoviários operam em condições precárias e, para algumas cidades, não existe nenhuma infraestrutura que seja considerada Terminal Rodoviário, somente ponto de embarque e desembarque em praça pública.



Tabela 2.4.1.1.2

Operação de Transporte Rodoviário

Município	Existência de Terminal Rodoviário	Nº Empresas em Operação Regular
Água Boa	Sim	4
Barra do Garças	Sim	5
Cocalinho	Sim	1
Confresa	Sim	Sem informação
Luciara	Não	1
Nova Xavantina	Sim	4
São Félix do Araguaia	Sim	Sem informação

Fonte: Elaborado pela FGV, pesquisa primária, 2010.

Tabela 2.4.1.1.3

Infraestrutura dos Terminais Rodoviários

Município	CAT	Lojas	Local de Alimentação	Taxi	Sanitários	ATM	Acessibilidade
Água Boa	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Barra do Garças	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Cocalinho	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Confresa	Não	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Não
Luciara	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Nova Xavantina	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
São Félix do Araguaia	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Não

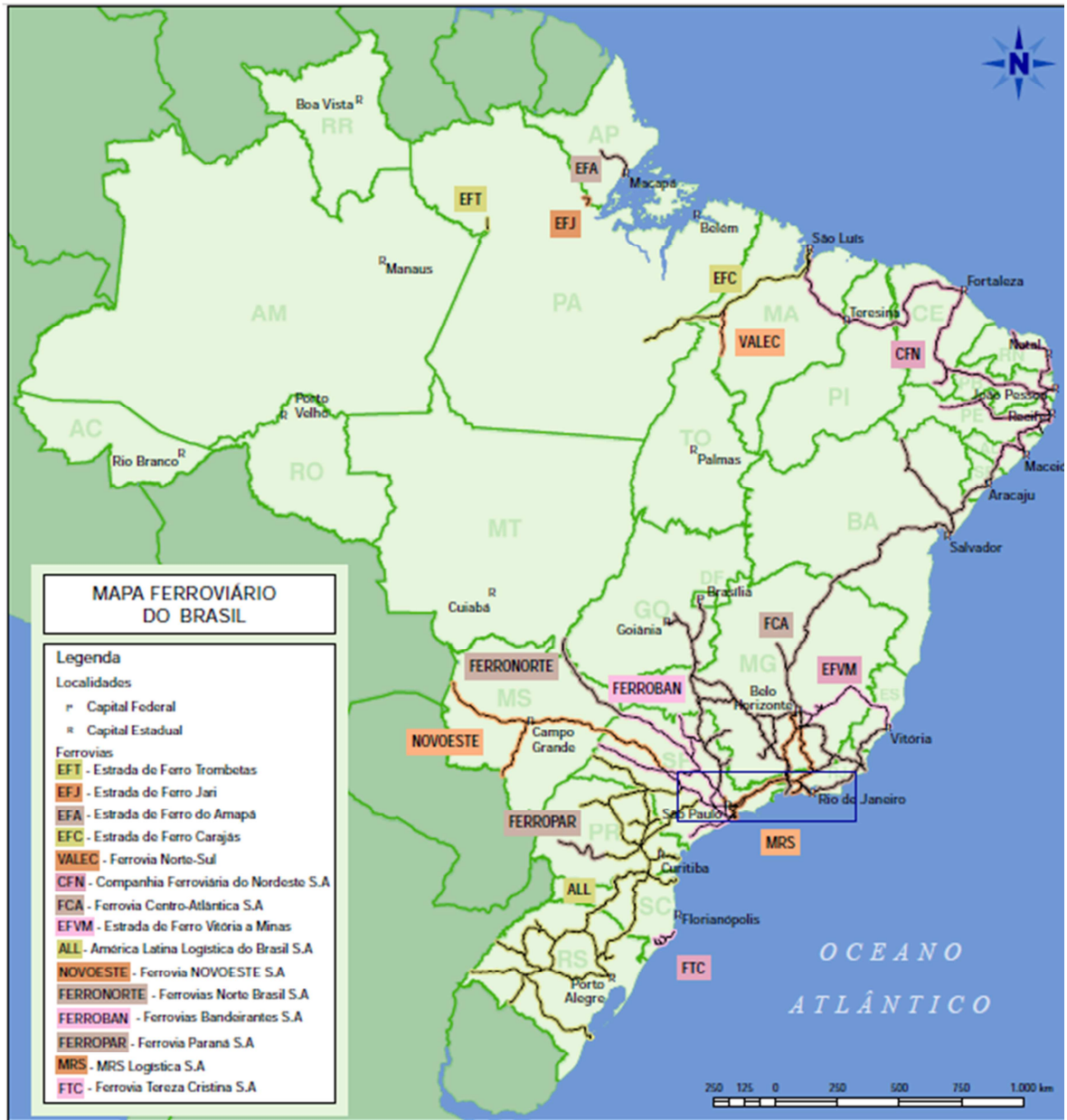
Fonte: Elaborado pela FGV, pesquisa primária, 2010.

2.4.1.2 Sistema de Transporte Ferroviário

Não foi encontrada no **Polo** nenhuma ligação ferroviária, nem rede ferroviária desarticulada e desativada. O mapa da Confederação Nacional do Transporte (CNT) apresentado em seguida, confirma a inexistência de malha ferroviária ativa ou inativa no **Estado do Mato Grosso**.



Figura 2.4.1.2.1
Mapa Ferroviário do Brasil



Fonte: CNT, 2008.



2.4.1.3 Sistema de Transporte Aquaviário

O potencial aquaviário do **Polo do Araguaia** é incontestável. A bacia do Tocantins e Araguaia forma um importante corredor para escoamento de cargas na atualidade, beneficiando os estados de Goiás, Mato Grosso, Tocantins, Pará e Maranhão no escoamento de cargas de calcário e brita, essencialmente. Segundo dados do **Ministério dos Transportes**, o transporte hidroviário só é possível de ser realizado nesta região durante 06 meses do ano, em função da seca dos rios e aparecimento dos impedimentos físicos (tais como bancos de areia, pedras e travessões). Esta hidrovia possui finalidade de ligar os portos dos Estados que são entrecortados por estes rios para o escoamento de cargas e já é navegável em toda a extensão mato-grossense, segundo dados da Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ), desde Cocalinho até Couto Magalhães, no Tocantins.

Não existe transporte de passageiros comercial regular que utilize esta bacia e faça a ligação do Baixo Araguaia com o Alto Araguaia, interligando o **Polo do Araguaia** através da navegação pelo rio.

O uso do rio para finalidades de transporte é verificado apenas como transporte local e deslocamento de pessoas da região, além das embarcações privadas de pequeno porte que trafegam pelo rio em atividade recreativa. Existe potencial para utilização desta bacia como importante corredor de fluxo de pessoas, inclusive como alternativa às precárias condições e longas distâncias rodoviárias do Polo.

2.4.1.4 Sistema de Transporte Aéreo

O acesso aos destinos do **Polo** se dá prioritariamente por rodovias, que, conforme já apresentado, se encontram em situação precária, inclusive a rede federal. O **Polo** fica localizado em uma região entre três aeroportos, mas distante de todos eles em, no mínimo, 500 km. O aeroporto mais próximo dos municípios do “Baixo Araguaia” é o de Goiânia, que fica a 388 km do município de Barra do Garças. Já para se chegar aos municípios do “Alto Araguaia”, o Aeroporto mais próximo é o de Brasília, que fica a 715 km de distância do município de São Félix do Araguaia. Na realidade, o Aeroporto de Palmas fica a 396 km de São Félix do Araguaia, porém é um aeroporto



de pequeno porte, que opera apenas com uma quantidade muito limitada de voos domésticos, razão pela qual foi desconsiderado nesta análise.

Sendo assim, a análise dos fluxos de desembarques nestes aeroportos não é capaz de representar o fluxo de pessoas que se deslocam até o **Polo**. Conforme apresentado nas pesquisas da UNEMAT, aproximadamente 80% dos turistas chegaram ao **Polo** se utilizando de veículos particulares.

A análise da rede aeroviária do **Polo** identificou a existência de um aeroporto no município de Barra do Garças, com pista de pouso de 1.598 metros, capacidade de receber aeronaves do porte do Boeing 737 (aproximadamente 180 passageiros), equipado com serviços de informações meteorológicas e aeronáuticas, equipamentos de proteção de voo, balizamento para pouso noturno, serviços de reabastecimento de combustível e localizado apenas a 15 km do centro da cidade. Este aeroporto atualmente opera apenas com voos particulares. Também no município de Nova Xavantina existe uma pequena pista de pouso não pavimentada, construída pela Força Aérea Brasileira (FAB), e que ainda hoje recebe pousos e decolagens de pequenas aeronaves particulares.

Melhor é a situação de São Félix do Araguaia, que conta com voos regionais regulares para e a partir de Alta Floresta, Cuiabá, Goiânia e Brasília. Situado a 2,3 km do centro do município, o aeroporto local dispõe de pista de pouso com comprimento de 1.800 m e com balizamento para pouso noturno. Atualmente recebe quatro voos semanais, com escalas, a partir de Brasília, operados pela empresa Sete Linhas Aéreas.

Os registros deste aeroporto indicam que o mesmo já possui voos regulares para Brasília, Alta Floresta, Cuiabá e Goiânia em Goiás. Além disso, o aeroporto recebe aeronaves de agropecuaristas e mineradores da região.

Para os registros da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) atualmente, por semana, são ofertados 27 assentos nos voos regulares do aeroporto, o que corresponde a aproximadamente, 1.404 assento ao ano, quantidade reduzida para o potencial turístico da região. Sendo assim, a ampliação do aeroporto é a condição necessária para aumentar a capacidade de oferta do serviço de transporte aéreo.



2.4.2 Sistema de Abastecimento de Água

A existência de rede pública de distribuição de água significa uma variável ambiental relevante para os destinos. A rede pública pode pressupor a análise e o tratamento da água, em muitos casos com elementos que reduzem a concentração de agentes poluidores e sempre dispendo de uma grande capacidade mitigadora de fatores preponderantes para os possíveis danos ambientais. A falta de um sistema adequado de abastecimento d'água traz riscos à saúde humana, devido às doenças de veiculação hídrica. O abastecimento d'água visa controlar e prevenir doenças, implantar hábitos higiênicos e aumentar a esperança de vida da população.

A qualidade da água consumida pela população e a preservação do meio ambiente (fonte primária da água consumida) estão intimamente relacionados. Como os mananciais são as fontes de onde a água é retirada para o abastecimento e consumo, é imprescindível sua preservação. Ações como desmatamento, exploração incorreta do solo e subsolo e utilização exagerada de agrotóxicos, provocam consequências drásticas como:

- Surgimento de erosões no solo;
- Assoreamento;
- Desaparecimento dos mananciais;
- Poluição das águas;
- Comprometimento da saúde humana e animal; e
- Comprometimento do meio ambiente.

Nos municípios do **Polo do Araguaia** existe atendimento em água da rede geral para a grande maioria da população e das localidades urbanas.

Tabela 2.4.2.1



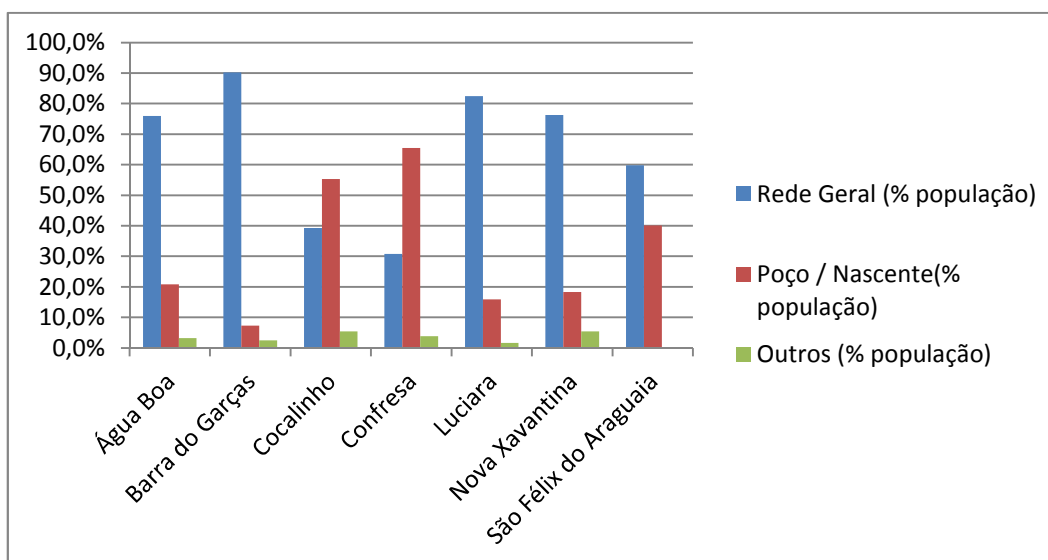
Situação de Abastecimento de Água nos Municípios do Polo

Municípios	Rede Geral			Poço/Nascente			Outros		
	Domicílios	Moradores	% população	Domicílios	Moradores	% população	Domicílios	Moradores	% população
Água Boa	4879	15.845	76,0%	1339	4.349	20,9%	204	663	3,2%
Barra do Garças	16033	51.003	90,2%	1296	4.123	7,3%	451	1.435	2,5%
Cocalinho	668	2.155	39,2%	941	3.035	55,3%	93	300	5,5%
Confresa	2241	7.728	30,8%	4768	16.441	65,4%	277	955	3,8%
Luciara	541	1.834	82,5%	104	353	15,9%	11	37	1,7%
Nova Xavantina	4866	14.986	76,3%	1168	3.597	18,3%	344	1.059	5,4%
São Félix do Araguaia	1817	6.355	59,8%	1219	4.263	40,1%	2	7	0,1%

Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE, 2010.

Gráfico 2.4.2.1

Percentual da População Atendida por Situação do Abastecimento de Água no Polo



Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE, 2010.

Verifica-se que nos municípios de Barra do Garças, Água Boa, Luciara e Nova Xavantina, prevalece o abastecimento de água pela rede geral do município, porém nos municípios de Cocalinho, Confresa e São Félix do Araguaia, os moradores vivem na dependência de poços artesianos e coleta de água em nascentes de rios.

Na pesquisa de campo foi identificado que existem problemas de abastecimento de água em quase todos os municípios no período da alta temporada das praias do Araguaia, ocasião em que o fluxo migratório de pessoas para a região suplanta a capacidade do sistema de abastecimento local. Especificamente no município de Cocalinho, os turistas relataram na pesquisa da UNEMAT que a falta de água é um agravante na fraca infraestrutura turística do município.



Apesar de estar o **Polo do Araguaia** em uma região de abundância deste recurso, a não existência do sistema de captação, adução e tratamento faz com que os municípios não tenham um sistema de abastecimento de água mais bem estruturado e robusto, capaz de suportar as pressões de demanda nos períodos de temporada turística.

2.4.3 Sistema de Esgotamento Sanitário

A importância do saneamento e sua associação com a saúde humana e o meio ambiente remonta à Antiguidade. A utilização do saneamento como instrumento de promoção da saúde pública pressupõe a superação dos entraves tecnológicos, políticos e gerenciais que têm dificultado a extensão dos benefícios aos residentes em áreas rurais, municípios e localidades de pequeno porte (FUNASA - Fundação Nacional de Saúde, 1999).

São considerados em condições ideais de esgotamento sanitário aqueles domicílios servidos por esgotamento de rede geral e com fossa séptica com escoadouro. Segundo o Ministério da Saúde (DATASUS) *“baixas coberturas estão associadas a condições favoráveis à proliferação de doenças transmissíveis decorrentes de contaminação ambiental”*, fato este que é extremamente prejudicial à atividade turística. (fonte: www.datasus.gov.br, 2002).

A construção de um sistema coletor de esgotos, com posterior tratamento do efluente, é indispensável para isolar os excrementos humanos, que são condutores de diversos patógenos, das águas de abastecimento, dos vetores e dos alimentos.



Tabela 2.4.3.1
Situação de Esgotamento Sanitário nos Municípios do Polo Araguaia

	Água Boa			Barra do Garças			Confresa			Confresa			Luciara			Nova Xavantina			São Félix do Araguaia		
	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População
Rede geral de esgoto ou pluvial (a)	53	213	1,4	5.307	18.145	36,1	3	12	0,24	3	14	0,08	--	--	0	126	426	2,4	4	17	0,16
Fossa séptica (b)	305	1.118	7,2	1.523	5.432	10,8	3	10	0,20	9	28	0,16	1	5	0,21	43	158	0,9	24	107	1,03
Fossa rudimentar (c)	3.529	12.518	80,2	6.349	22.650	45,1	1.288	4.747	94,34	2.275	9.008	52,95	453	1.862	76,8	4.291	15.168	85,5	2.317	8.681	83,40
Vala	42	144	0,9	130	492	1,0	1	2	0,04	64	226	1,33	2	4	0,16	14	46	0,3	39	138	1,33
Rio, lago ou mar (d)	4	13	0,1	10	32	0,1	--	--	0,00	--	--	0,00	--	--	0	2	4	0,0	--	--	0,00
Outro escoadouro (e)	39	140	0,9	69	217	0,4	6	21	0,42	44	171	1,01	--	--	0	85	281	1,6	16	50	0,48
Não tinham banheiro nem sanitário (f)	407	1.472	9,4	923	3.300	6,6	73	240	4,77	1.926	7.564	44,47	140	554	22,8	499	1.647	9,3	368	1.416	13,60

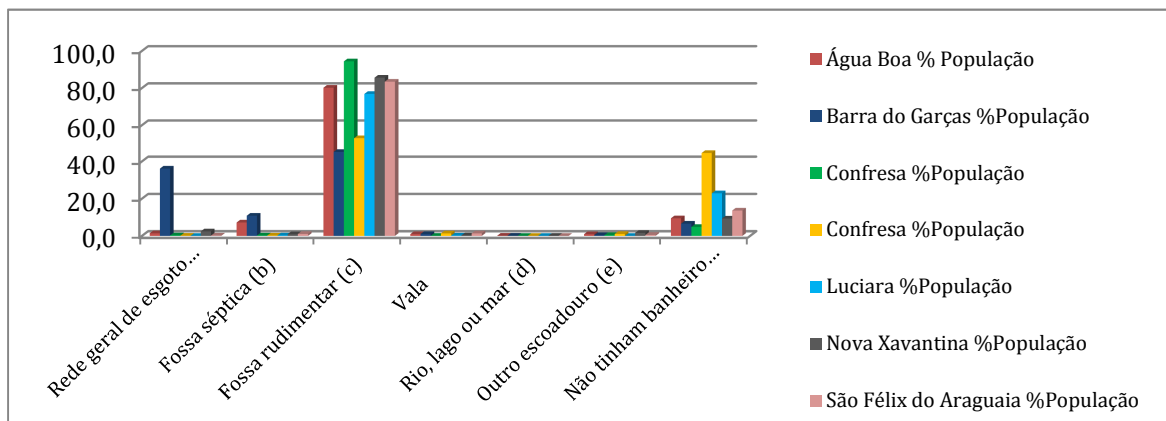
Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE 2008.

Legenda: D = Domicílios M=Moradores



Gráfico 2.4.3.1

Situação do Esgotamento Sanitário no Polo Araguaia (% população)



Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE, 2000.

A análise dos dados do **Polo Araguaia** aponta para uma grande precariedade da infraestrutura de saneamento ambiental em todos os seus municípios. Observando-se o Gráfico 2.4.3.1, pode-se inferir que a grande maioria da população do **Polo** não possui ligação de sua rede de esgoto com a rede de coleta e tratamento do município. A destinação mais comum dos dejetos é a fossa rudimentar, nem sequer para uma fossa séptica se encaminham os resíduos. Isto se torna particularmente preocupante por se tratar o **Polo** de um grande manancial de águas e que fundamenta o desenvolvimento da atividade turística no Ecoturismo, no contato com a natureza e na interação com o patrimônio natural.

Chama a atenção ainda o elevado percentual de residências que não possuem banheiros, chegando a representar mais de 40% da população do município de Confresa e cerca de 20% dos habitantes de Luciara.

Esses números indicam a dificuldade de se ampliar a atividade turística no **Polo**, uma vez que não existe infraestrutura de esgotamento sanitário nos municípios que seja capaz de coletar e tratar estes resíduos. Atualmente os municípios não possuem rede de esgoto. A situação seria menos grave se houvesse rede de esgoto e as residências não estivessem conectadas à rede, bastando realizar este esforço conjunto com a concessionária de água e a prefeitura local. Porém, este não é o caso, pois não existe nenhuma infraestrutura de tubulação para coleta, nem de Estações de Tratamento de Esgoto (ETE), que possam receber esses resíduos e lhe aplicar o devido tratamento para, em seguida, despejar o resíduo final em locais apropriados.



O potencial aumento do fluxo turístico provavelmente irá gerar um colapso no precário sistema de esgotamento das localidades, o que se observa atualmente nas temporadas de praia do Araguaia. As prefeituras disponibilizam banheiros químicos que rapidamente são utilizados acima de sua capacidade e os resíduos não são devidamente coletados e destinados.

Os dados apresentados pela Secretaria do Tesouro Nacional, nas Contas Públicas Nacionais, através do Relatório de Finanças do Brasil (FINBRA), demonstram o baixo investimento realizado no setor de saneamento no ano de 2010.

Tabela 2.4.3.2

Investimentos Realizados pelos Municípios do Polo Araguaia em Saneamento em 2010

Municípios	Investimentos em Saneamento (em R\$)
Água Boa	1.933.129,49
Barra do Garças	1.929.608,29
Cocalinho	146.340,84
Confresa	1.415.022,02
Luciara	NDISP
Nova Xavantina	0,00
São Félix do Araguaia	460.867,33

Fonte: Elaborado pela FGV a partir dos dados do FINBRA, 2010.

Mesmo para os municípios de Barra do Garças e Água Boa que investiram, cada um individualmente, quase R\$ 2 milhões, estas cifras são ainda muito tímidas para investimentos desta natureza, que possuem alto custo.

2.4.4 Limpeza Urbana

A geração de resíduos é inevitável em qualquer grupamento de pessoas ou atividades. Por outro lado, há resíduos simplesmente tratáveis ou descartáveis (os orgânicos domiciliares, por exemplo), e outros cujo tratamento é revestido de grande complexidade (os hospitalares ou químicos, por exemplo). O primeiro passo para qualificá-los é a análise laboratorial por amostragem; o segundo é a remoção e o depósito em local apropriado; o terceiro são os processos de tratamento; e o quarto é a destinação posterior, em que se incluem desde procedimentos de reciclagem até a destruição.



No decorrer do trabalho de campo se percebeu uma grande quantidade de lixo nas ruas nos municípios de uma forma em geral. As pesquisas da UNEMAT apontam para uma grande quantidade de lixo nas ruas também no período da alta temporada das praias do Araguaia, quando a movimentação de turistas aumenta a população na zona urbana das cidades.

Na avaliação dos turistas que estiveram visitando os municípios pesquisados, a limpeza urbana é uma reclamação constante, inclusive com a recomendação de que se deveria ampliar o número de lixeiras pela cidade e aumentar a frequência de varrição e recolhimento do lixo nos diversos pontos turísticos da cidade. Em nenhum dos municípios foi identificado programa de educação e conscientização ambiental constante nem verificou-se a implantação da coleta seletiva de lixo.

Os municípios de Água Boa, Barra do Garças, Cocalinho, Luciara, Nova Xavantina e São Félix do Araguaia foram contemplados em 2003 com recursos do Governo Estadual, no Programa Nacional do Meio Ambiente, em parceria com o Banco Mundial, para implantação de Aterros Sanitários controlados em suas áreas para a correta destinação do resíduo sólido. Estas ações foram implementadas. Porém em alguns municípios, como Barra do Garças, o Aterro Sanitário se transformou em um lixão por se ter deixado de adotar as devidas ações e procedimentos próprios.

A análise dos dados referentes à limpeza urbana nos municípios do Polo mostra que a quase totalidade do lixo urbano é recolhido pela coleta de lixo regular do município e destinado aos aterros sanitários ou lixão presentes nos municípios. Ainda chama a atenção a quantidade de lixo que ainda é queimado nestes municípios. Em Confresa 60% do lixo tem essa destinação como final, enquanto em Cocalinho esse percentual é de quase 50%.

A informação relevante neste contexto é a baixa quantidade de lixo que possui como destinação final os rios e lagos da região, assim como o lixo jogado em terrenos baldios e logradouros. No contexto da atividade turística é importante que o município não tenha depósitos de lixo a céu aberto nem que esse lixo contamine o patrimônio natural local, uma vez que essa é a matéria prima do segmento de ecoturismo que pretende se explorar para a construção do **Polo** turístico do Araguaia.



Tabela 2.4.4.1

Situação da Limpeza Urbana nos Municípios do Polo Araguaia

	Água Boa			Barra do Garças			Cocalinho			Confresa			Luciara			Nova Xavantina			São Félix do Araguaia		
	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População	D	M	% População
Coletado por serviço de limpeza	4835	20.698	99,2%	15.553	54.976	97,2%	638	5.299	96,5%	2121	22.494	89,5%	518	2.153	96,8%	4429	17.949	91,4%	1066	6.261	58,9%
Coletado em caçamba de serviço de limpeza	10	43	0,2%	201	710	1,3%	1	8	0,2%	102	1.082	4,3%	0	0	0,0%	357	1.447	7,4%	379	2.226	21,0%
Outro destino	27	116	0,6%	247	873	1,5%	22	183	3,3%	146	1.548	6,2%	17	71	3,2%	61	247	1,3%	364	2.138	20,1%

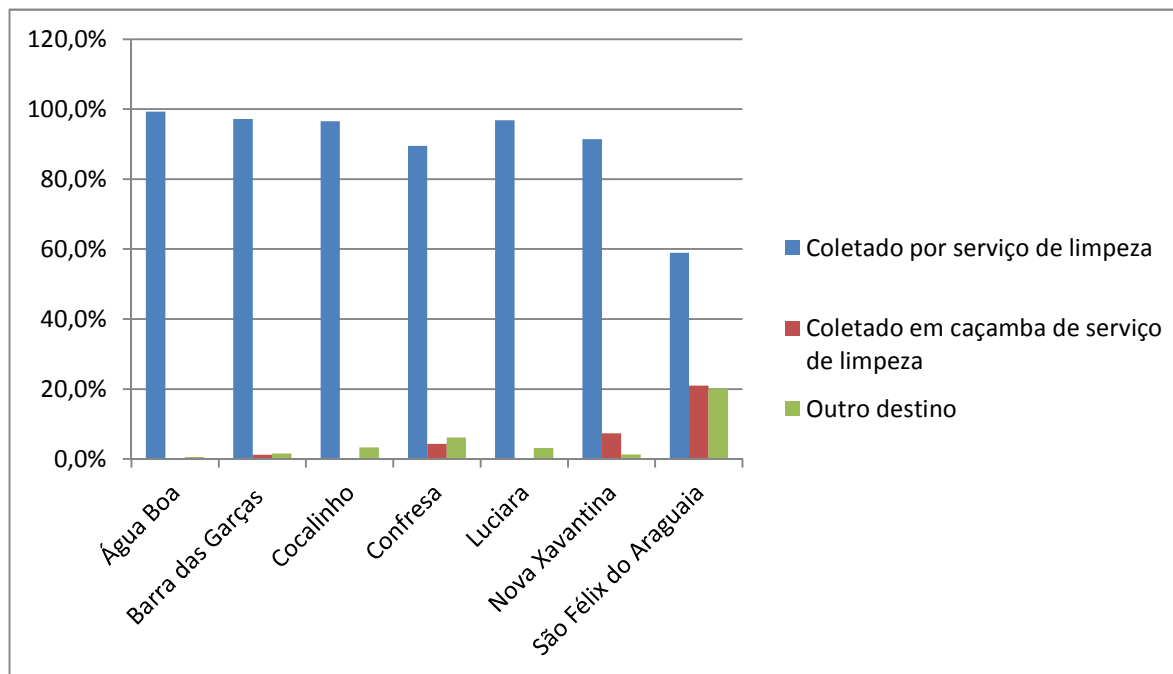
Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE 2008.

Legenda: D = Domicílios M = Moradores.



Gráfico 2.4.4.1

Situação da Limpeza Urbana no Polo Araguaia (% população)



Fonte: Elaborado pela FGV com dados do IBGE, 2010.

2.4.5 Rede de Drenagem Pluvial

O sistema de drenagem faz parte do conjunto de melhoramentos públicos existentes em uma área urbana. A sua função é captar e dispor racionalmente o escoamento superficial gerado pelas chuvas, protegendo a infraestrutura existente. Quando esta função é menosprezada pelas administrações municipais, é comum as cidades apresentarem problemas de inundação, danificando pavimentos e outras obras de infraestrutura. Nessa situação, as águas pluviais podem entrar nas tubulações de águas servidas, colapsando todo o sistema. Isto ocorre porque o escoamento superficial sempre ocorrerá, exista ou não sistema de drenagem, pois o fluxo busca as partes baixas das cidades.

O **Polo do Araguaia** possui problemas históricos de alagamento nos municípios à margem do Rio Araguaia. Na temporada de chuvas na região, que se estende do mês de novembro a maio, os municípios banhados por esse rio ficam em constante alerta de perigos de enchentes. No caso do Polo Araguaia, os municípios de Barra do Garças, Cocalinho, São Félix do Araguaia e Luciara, sofrem com o período chuvoso todos os anos.



Figura 2.4.5.1
Enchente em Barra do Garças



Fonte:

http://www.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp?noticia=Populacao_aproveita_feriado_para_admirar_a_cheia_do_Rio_Araguaia&id=163302, 2011.

A região é mantida constantemente em situação de alerta no período de chuvas e o batalhão do Corpo de Bombeiros instalado em Barra do Garças realiza o monitoramento constante do volume de água dos Rios Araguaia e Garças na região, identificando se o volume de chuvas atingirá a cota de alerta. Quando detectado o atingimento da cota de alerta, os municípios são orientados a desocupar áreas identificadas como pontos de alagamento para evitar acidentes e mortes.

O Sistema Estadual de Defesa Civil já mantém suas atenções voltadas a esta região no período das chuvas e consegue antecipar desastres com a subida do nível dos rios. A solução mais pragmática e duradoura para esses problemas de enchentes nos rios Araguaia e Garças é a construção de barragens para conter o avanço das águas nos períodos chuvosos. Em Barra do Garças, verificou-se que a retirada de uma barragem no entorno do município aumentou o problema das cheias dificultando ainda mais a drenagem de águas fluviais no município.

2.4.6 Sistema de Transporte Urbano

Um destino turístico se caracteriza por seus equipamentos e pela facilidade ao seu acesso. O transporte urbano, apesar de originalmente projetado para atender à população local, é de grande



importância para os turistas independentes e é indicador de desenvolvimento da infraestrutura da cidade.

No **Polo do Araguaia** a dificuldade de se locomover é um dos principais problemas para os turistas. Na realidade, o perfil atual do turista que se desloca até os municípios do Polo aponta para o uso de veículos próprios, o que reduz esse problema no curto prazo. Porém, se os objetivos de diversificar o público e reduzir a dependência do mercado regional/local forem alcançados, o **Polo do Araguaia** deverá receber um grande contingente de pessoas sem condução própria e dependente de sistema de transporte urbano, que é praticamente inexistente.

No município de Barra do Garças existe transporte de táxi e mototaxis, mas não existem linhas de ônibus que cubram o território municipal e os principais pontos de interesse turístico. Essa, aliás, é uma característica comum a todos os municípios do **Polo**, a inexistência de linhas de ônibus urbanas é uma constante. Outra característica comum no **Polo** reside no fato de que, à exceção das praias do Araguaia, os demais atrativos turísticos do Ecoturismo (cachoeiras, grutas, rios, entre outros) se encontram fora da área urbana, o que requer do turista o deslocamento em veículo próprio, alugado ou em serviço de transporte fretado ou de táxis. Nos municípios de Cocalinho, Confresa, Luciara e São Félix do Araguaia, o serviço de mototáxi existe, porém não foram identificados serviços de táxi.

2.4.7 Sistemas de Comunicação

Os sistemas de comunicação local, apesar de apresentar problemas nas conexões de telefonia móvel, são atendidos pelas principais operadoras de telefonia móvel do país. Segundo dados da ANATEL, Água Boa, Barra do Garças, Nova Xavantina e Confresa são atendidas pelas quatro operadoras de telefonia móvel do país. Cocalinho e Luciara possui atendimento apenas de uma operadora, enquanto que São Félix do Araguaia recebe sinal de três operadoras.



Tabela 2.4.7.1

Atendimento de Telefonia Móvel no Polo Araguaia

Município	UF	Código nacional	AMERICEL S.A.	VIVO S.A.	TIM CELULAR S.A.	14 BRASIL TELECOM CELULAR S/A
			Atendido	Atendido	Atendido	Atendido
Água Boa	MT	66	Sim	Sim	Sim	Sim
Barra do Garças	MT	66	Sim	Sim	Sim	Sim
Cocalinho	MT	66	Não	Não	Sim	Não
Confresa	MT	66	Sim	Sim	Sim	Sim
Luciára	MT	66	Não	Não	Não	Sim
Nova Xavantina	MT	66	Sim	Sim	Sim	Sim
São Félix do Araguaia	MT	66	Sim	Sim	Não	Sim

Fonte: ANATEL, 2011.

Com relação à telefonia fixa, a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) informa que para o Estado do Mato Grosso existem atualmente 17.592 Telefones de Uso Público (TUPs), 17.411 telefones para Ligações de Longa Distância (LDN) e 16.225 telefones para Ligações Internacionais (LDI). O total de telefones com acesso 24 horas é de 16.789, apenas 341 são adaptados a cadeirantes e 18 estão preparados para deficientes (auditivos e fala). No caso do **Polo Araguaia**, verifica-se que em todos os municípios existem telefones públicos para ligações de Longa Distância, porém não existem telefones para ligações internacionais, nem foram identificados telefones adaptados a cadeirantes ou deficientes de fala e audição.

Ainda segundo informações da ANATEL, apenas o município de Barra do Garças é atendido por serviço de TV a cabo. A conexão para *internet* é precária em todos os municípios e realizada através de tecnologia discada. Em Barra do Garças e Nova Xavantina existem serviços de *lanhouse* e em todos os municípios são ofertados possibilidade de conexão de banda larga através das operadoras de telefonia móvel.

2.4.8 Iluminação pública

Segundo informações da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), o Brasil possui no total 2.822 empreendimentos em operação, gerando 123.313.766 kW de potência. O estado do Mato



Grosso é responsável por 2,14% da utilização do sistema nacional e, conforme detalhamento da Agência, ainda possui capacidade de ampliação da atividade instalada..

Considerando o nível nacional, há uma expectativa para os próximos anos uma adição de 42.285.409 kW na capacidade de geração do País, proveniente dos 160 empreendimentos atualmente em construção e mais 541 outorgadas.

Tabela 2.4.8.1
Atendimento de Energia no Brasil

UF	Capacidade Instalada (kW)	%
SP	25.016.742,02	20,3
MG	19.686.594,14	15,98
PR	18.143.238,20	14,72
GO	10.575.553,20	8,58
BA	9.838.077,30	7,98
PA	9.054.729,60	7,35
RS	9.047.086,70	7,34
RJ	8.700.867,40	7,06
MS	8.437.948	6,85
AL	7.743.486,50	6,28
SC	7.208.355,80	5,85
SE	3.282.279,40	2,66
PE	3.211.353,70	2,61
TO	2.908.080	2,36
MT	2.643.150,82	2,14
MA	2.633.761,80	2,14
AM	2.262.760	1,84
ES	1.872.815	1,52
CE	1.832.814	1,49
RO	1.782.049,48	1,45
RN	947.204	0,77
PB	640.470	0,52
PI	316.944	0,26
AP	297.949	0,24
AC	189.691,30	0,15
RR	122.610,40	0,1
DF	43.766	0,04

Fonte: Aneel, 2011



Na avaliação de campo, buscou-se identificar a capacidade de cobertura do sistema de energia a sua capacidade de ampliação, segundo dados das secretarias locais. Assim, por meio de investigação primária a validação junto à Secretaria de Indústria, Comércio, Minas e Energia do Estado Mato Grosso (SICME), foi possível identificar a possibilidade de ampliação energética em todas as cidades do Pólo Araguaia. Segundo informação ES da Secretaria, há planos de curto e médio prazos de ampliação do sistema, que, atualmente, opera com reserva de energia.

O sistema energético do Mato grosso é dividido em 6 mesoregiões estratégicas, conforme tabela abaixo, sendo a maior parte do Pólo Araguaia pertencente à mesoregião Nordeste. Como pode ser observado nos dados abaixo, o Pólo Araguaia não é totalmente responsável pela produção de energia que consome, porém, em contrapartida, é a região com menos consumo por GWh gerado.

Tabela 2.4.8.2
Atendimento de Energia no Mato Grosso

Mesoregiao / Especificação	Unidade	Centro-sul	Sudeste	Sudoeste	Nordeste	Norte
Geração Eletricidade	GWh	1.278	3.557	2.586	50	1.384
Consumo de Eletricidade	GWh	1.984	1.026	500	312	1.712

Fonte: SICME, 2010

Como objetivo de identificar a capacidade e ampliação e a cobertura nas cidades do Pólo Araguaia, foi desenvolvida metodologia de adequação da cobertura por % de área atendida. Neste sentido, foi indagado aos gestores públicos de infraestrutura locais sobre o percentual médio de atendimento do serviço energético e construída uma escala de 3 níveis (até 50%, 50-70% e acima de 70%). Os resultados encontram-se abaixo.

Tabela 2.4.8.3
Atendimento de Energia no Pólo Araguaia

Municípios	Cobertura da área urbana	Capacidade de ampliação
Água Boa	+70%	Sim



Municípios	Cobertura da área urbana	Capacidade de ampliação
Barra do Garças	+70%	Sim
Cocalinho	+70%	Sim
Confresa	50-70%	Sim
Luciara	50-70%	Sim
Nova Xavantina	+70%	Sim
São Félix do Araguaia	50-70%	Sim

Fonte: FGV / SICME / Secretarias locais, 2010

2.4.9 Segurança pública

Segundo Plano Estratégico de Segurança Pública do Estado do Mato Grosso, a gestão da organização das ações diretas de infraestrutura e atendimento de segurança devem ser divididas por Áreas Integradas de Segurança Pública. Dentre as principais áreas de combate de criminalidade no Estado, destacam-se Homicídios, Roubo e Tráfico, a serem estrategicamente combatidos pela nova metodologia de análise.

Tabela 2.4.9.1

Numero de registros mensais por cidade

Referencia (media casos por mês / por cidade) - 2010	Homicídio	Roubo	Trafico
Nacional	22,46	525	66,5
Centro Oeste	25,5	459	84
Mato Grosso	28,5	448	97

Fonte: Anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2010

Esta metodologia tem foco na redução da criminalidade por compatibilidade de áreas, com a atribuição de responsabilidade territorial aos gestores táticos da Segurança, e gestão intensiva das ações e dos resultados. O Estado foi dividido em 14 Regiões Integradas de Segurança Pública (RISP), todas com a indicação de um gestor de cada Instituição (PM, PJC, CBM e POLITEC) que, conjuntamente, discutirão problemas e soluções integradas para a criminalidade em suas regiões. Para o Pólo Araguaia, a definição regional está ancorada nas cidades de Barra do Garças e Água Boa.



Dados da Secretaria Estadual de Segurança Pública indicam que a criminalidade registrada pelas novas metodologias de avaliação proporciona uma visão mais fidedigna da realidade, além de permitir a ponderação do registro dos diversos tipos penais, nas suas variações no tempo e no espaço. A avaliação de vitimização permite saber se um determinado tipo de crime está aumentando ou diminuindo, ou seja, se a variação nos registros deve-se à ocorrência do crime ou a variações na notificação, seja por incremento das estruturas de segurança, maior facilidade para o registro, ou aumento da confiança nas Instituições.

Conforme a pesquisa de vitimização recentemente realizada pela Secretaria de Segurança Pública, no período de doze meses que antecedeu a pesquisa mais de um terço da população matogrossense foi vitimizada por uma das seguintes situações: furto de veículos, furto de outros bens, roubo de veículos, roubo de outros bens, estelionato, acidentes, discriminação, agressões e ameaças e ofensas sexuais.

Para efeitos do Polo Araguaia, estão disponíveis dados para as cidades de Água Boa e Barra do Garças. Para a primeira, há informação de aumento de contingente de policiais por oncta da inserção no plano da RISP, mas ainda não há estatísticas oficiais de vitimização. No que diz respeito à segunda, é possível observar que a principal cidade do Pólo tem baixo índice de vitimizados (abaixo da media estadual de 35%) e também conta com aumento de contingente policial por participar da RISP.

Tabela 2.4.9.2
Percentual de vitimização no MT

Municípios da RISP	% Vitimizados	Ampliação do contingente policial (últimos 5 anos)
Água Boa	-	Sim
Alta Floresta	40,7	Sim
Barra do Garças	28,8	Sim
Cáceres	26,2	Sim
Cuiabá	37,5	Sim
Nova Mutum	-	Sim
Juina	39,2	Sim
Pontes Lacerda	-	-
Primavera do Oeste	-	-
Rondonópolis	34,5	Sim



Municípios da RISP	% Vitimizados	Ampliação do contingente policial (últimos 5 anos)
Sinop	35,6	Sim
Tangará da Serra	44,6	Sim
Várzea Grande	-	-
Vila Rica	33,3	-

Fonte: Secretaria de Segurança Pública, MT, 2010

Tabela 2.4.9.3
Percentual de vitimização no MT

Municípios da RISP	Existência de Autoridade Policial Formal	Ampliação do contingente policial (últimos 5 anos)
Água Boa	-	Sim
Barra do Garças	28,8	Sim
Cáceres	26,2	Sim
Cuiabá	37,5	Sim
Nova Mutum	-	Sim
Juina	39,2	Sim
Pontes Lacerda	-	-
Primavera do Oeste	-	-
Rondonópolis	34,5	Sim
Sinop	35,6	Sim
Tangará da Serra	44,6	Sim
Várzea Grande	-	-
Vila Rica	33,3	-

Dentre os subprojetos previstos em segurança pública para o Pólo Araguaia a demais regiões da RISP, pode-se destacar:

- ✓ Implementação do painel de controle de indicadores operacionais em tempo real;
- ✓ Implementação do planejamento operacional integrado com uso da análise criminal;
- ✓ Implementação da compatibilidade de áreas entre as Instituições;
- ✓ Implementação do sistema de recompensas por desempenho operacional das Áreas
- ✓ Integradas.



Nos destinos de referência do PDITS, há registro de presença de atividade policial em todos, com exceção de Luciara, que, nos questionários de avaliação, não registrou existência formal de força de segurança instalada. O Comando Regional 5, sediado em Barra do Garças é o de maior influência na estruturação das atividades de policiamento no Pólo Araguaia. Já os registros de Bombeiros, no que diz respeito à presença de batalhões, apenas as cidades de Barra do Garças e Nova Xavantina, respectivamente 1º e 4º CIBM (Companhia Independente de Bombeiro Militar) possuem aparato estruturado. Já o contingente de Defesa Civil, segundo informações do Corpo de Bombeiros do Estado do Mato Grosso, está preparado para operação em todos os municípios, com alteração de pessoal em fases de alta e baixa temporada, mas não está presente formalmente em Luciara.

Tabela 2.4.9.4
Aparato policial e de salvamento

Municípios	Presença de Segurança Policial Estruturada	Presença de defesa Civil e Corpo de Salvamento	Presença de Batalhao Bombeiros Estruturado
Água Boa	Sim	Sim	Não
Barra do Garças	Sim	Sim	Sim
Cocalinho	Sim	Sim	Não
Confresa	Sim	Sim	Não
Luciara	Não	Não	Não
Nova Xavantina	Sim	Sim	Sim
São Félix do Araguaia	Sim	Sim	Não

Fonte: Secretaria de Segurança Pública, MT / Corpo de Bombeiros Militares do MT

Por fim, o grau de segurança geral disponível para os turistas do Pólo Araguaia é condizente com o numero de visitantes e suas características regionais. Nos Períodos de alta temporada, os efetivos de salvamento e defesa civil são deslocados para a segurança das áreas de praia e, esporadicamente, para grandes eventos.

2.4.10 Serviços de Saúde

O desenvolvimento de um destino turístico requer a existência de uma infraestrutura capaz de atender à população residente e à população flutuante que chega por intermédio da atividade turística ou de negócios. Isso inclui atendimento médico satisfatório aos munícipes e o de



emergência aos visitantes. Para avaliação da oferta hospitalar, são considerados o número de estabelecimentos de saúde existentes e o número de leitos hospitalares por habitante. Embora a relação de número de leitos hospitalares por habitante não seja um indicador mais apropriado para se avaliar a capacidade de atendimento médico de uma localidade, ele pode demonstrar carência no quesito de saúde pública.

O **Estado do Mato Grosso** apresenta a segunda pior relação de número de leitos por grupos de 1.000 habitantes entre os estados da região Centro-Oeste do Brasil (depois do Distrito Federal). Segundo dados do IBGE essa relação é de apenas 2,39 leitos para cada 1.000 habitantes, o que lhe coloca em posição de descumprimento da recomendação da Organização Mundial de Saúde de manter entre 2,5 e 3,0 leitos para cada 1.000 habitantes.

Tabela 2.4.8.1

Número de Leitos para 1.000 Habitantes por Unidade de Federação na Região Centro-Oeste

UF	Leitos/1.000 habitantes
Mato Grosso	2,39
Mato Grosso do Sul	2,73
Goiás	2,9
Distrito Federal	2,13
Centro-Oeste	2,62
Brasil	2,79

Fonte: IBGE, 2005.

Quando avaliada a evolução do número de estabelecimentos de saúde no período 1999-2005, no Brasil e em Grandes Regiões, de acordo com a Tabela 2.4.8.2, a região Centro-Oeste foi a que apresentou maior taxa de crescimento de número de estabelecimentos de saúde (82,6%) se comparada à taxa de crescimento Brasil (37,2%), quando analisado o volume absoluto de estabelecimentos. Dentro da Região Centro-Oeste, o Estado do Mato Grosso só cresceu mais do que o Estado de Goiás.

Tabela 2.4.8.2

Estabelecimentos de Saúde segundo Grandes Regiões e Unidades de Federação

	1999	2002	2005	% Crescimento
Brasil	56.134	65.342	77.004	37,2%
Sul	9.819	11.757	13.113	33,5%
Sudeste	21.484	24.412	28.371	32,1%



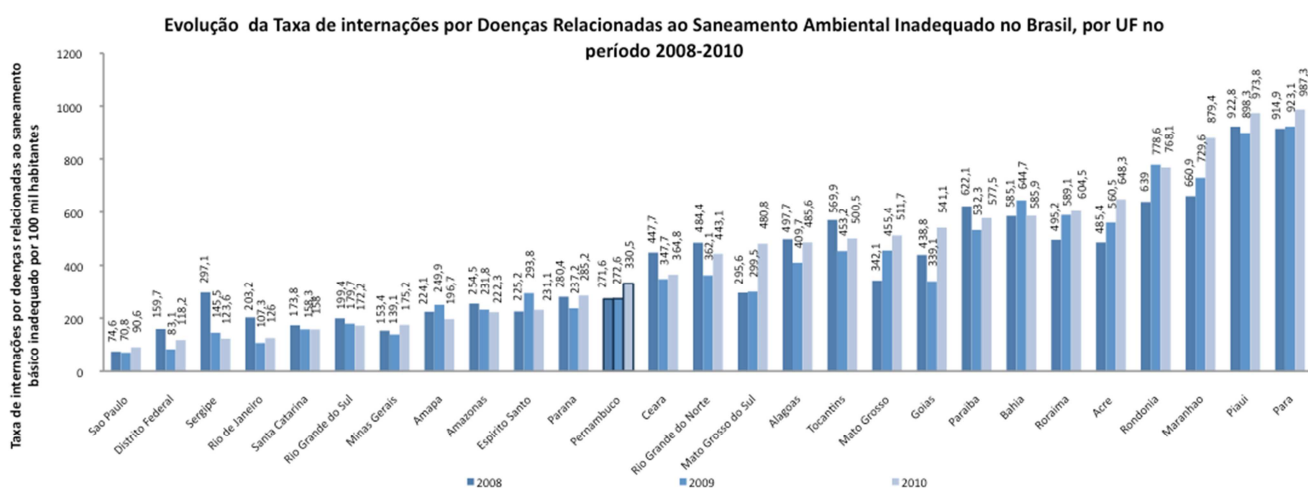
Centro-Oeste	3.921	5.125	7.158	82,6%
Norte	4.645	5.137	5.528	19,0%
Nordeste	16.265	18.911	22.834	40,4%
Mato Grosso	1.137	1.346	1.811	59,3%
Mato Grosso do Sul	682	946	1.107	62,3%
Goiás	1.717	1.968	2.518	46,7%
Distrito Federal	385	865	1.721	347,0%

Fonte: IBGE, 2005.

Outro dado importante de se apresentar na análise sobre o setor de saúde do Estado do Mato Grosso que tem impacto direto na atividade turística, diz respeito a internações registradas em função de doenças relacionadas ao saneamento ambiental inadequado. No ano de 2010, o Estado do Mato Grosso foi o 10º estado da federação com mais ocorrências de internação causadas pela deficiência do saneamento básico em seu território. Esse dado é extremamente relevante, pois reforça a situação já apresentada no item do esgotamento sanitário e confirma que para desenvolver a atividade turística nos destinos do Estado é necessário se investir em saneamento básico.

Gráfico 2.4.8.1

Taxa de Internações por doenças sensíveis ao saneamento ambiental inadequado



Fonte: Ministério da Saúde, Datasus, 2011.

Nos municípios do **Polo do Araguaia** aqui analisados, conforme a Tabela abaixo, Barra do Garças apresenta maior número de leitos hospitalares (120) entre os municípios do **Polo** e



também o maior número de estabelecimentos de saúde cadastrados no Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES) (113).

Tabela 2.4.8.3

Número de Estabelecimentos de Saúde e Leitos Hospitalares no Polo Araguaia

Municípios	Estabelecimentos de Saúde	Leitos Hospitalares
Água Boa	38	98
Barra do Garças	113	120
Cocalinho	06	16
Confresa	20	43
Luciara	03	N/D
Nova Xavantina	12	46
São Félix do Araguaia	16	40

Fonte: CNES, 2010.

Dados do CNES (2010), conforme tabela, indicam maior variedade de estabelecimentos de serviços de saúde em Barra do Garças, se comparado aos demais municípios do Polo.

Tabela 2.4.8.4

Tipos de Estabelecimentos de Saúde no Polo

	Água Boa	Barra do Garças	Cocalinho	Confresa	Luciara	Nova Xavantina	São Félix do Araguaia
Posto de Saúde	5	2	0	2	0	0	4
Centro de Saúde/Unidade Básica	6	20	2	7	1	5	4
Policlínica	0	2	0	0	0	0	0
Hospital Geral	3	3	0	1	0	2	1
Hospital Especializado	0	0	0	0	0	0	0
Consultório Isolado	12	53	0	2	0	0	2
Clinica Especializada/Ambulatório de	4	21	1	3	1	1	1



Especialização							
Unidade de apoio à diagnose e terapia	0	4	1	2	0	1	1
Unidade de Vigilância em Saúde	5	1	1	1	1	1	1
Unidade de Atenção à saúde indígena	0	1	0	0	0	0	0

Fonte: CNES– 2010.

Na pesquisa de campo não foi identificado serviço de ambulância tipo SAMU 24 horas nos municípios do **Polo**. Apenas em Barra do Garças existe estrutura para atendimento de cirurgias.

-Iluminação Pública e segurança

2.4.11 Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)

Nesta seção, serão analisados dois índices sintéticos que medem as condições de vida dos municípios. Ambos foram calculados pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O primeiro deles, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é um indicador que combina três dimensões: a longevidade, a educação e a renda. Onde:

- A Longevidade é medida pela esperança de vida ao nascer;
- A Educação é medida pela combinação entre a taxa de analfabetismo da população de 14 anos e mais, com peso 2/3, e a do número médio de anos de estudo da população de 25 anos e mais, com peso 1/3; e
- A Renda é medida pela renda familiar per capita média ajustada (RFPC), expressa em salários mínimos.

Para que os indicadores possam ser combinados em um índice único, eles são transformados em índices parciais, cujos valores variam de 0 a 1. A fórmula geral para a construção desses índices é:



$$\text{Índice} = \frac{\text{valor observado} - \text{pior valor}}{\text{melhor valor} - \text{pior valor}}$$

Os valores limites utilizados são os seguintes:

Indicador	Pior Valor	Melhor Valor	Unidade
Esperança de vida ao nascer	25	85	anos
Taxa de alfabetização	0	100	%
Número médio de anos de estudo	0	15	anos
Renda familiar per capita média	0,05	3	em salários mínimos

Assim, o IDH-M de um município i , cujos índices de longevidade, educação e renda são, respectivamente, IL_i , IE_i e IR_i é:

$$IDH - M = \frac{IL_i + IE_i + IR_i}{3}$$

Para a avaliação, o índice dado pela média dessas três variáveis é classificado nas seguintes categorias:

$0 < IDH - M < 0,5$ = Baixo desenvolvimento humano;

$0,5 < IDH - M < 0,8$ = Médio desenvolvimento humano; e

$0,8 < IDH - M < 1$ = Alto desenvolvimento humano.

Segundo os dados do PNUD, o IDH do **Estado do Mato Grosso** em 2006 era de 0,796, o 11º melhor IDH do Brasil. Para os municípios, o IDH só é calculado a cada 10 anos, a partir dos dados do censo. Sendo assim, a análise dos dados da evolução do IDH dos municípios que compõem o Polo do Araguaia revela que no período de 1990 a 2000, todos os municípios melhoraram o seu IDH, e o município de Barra do Garças apresenta o melhor IDH do grupo com um total de 0,791. No período é possível também analisar que o item Educação é a principal razão da elevação do IDH nestes municípios.

Tabela 2.4.9.1

IDH do Polo Araguaia Mato-Grossense

Município	IDHM, 1991	IDHM, 2000	IDHM-Renda, 1991	IDHM-Renda, 2000	IDHM-Longevidade, 1991	IDHM-Longevidade, 2000	IDHM-Educação, 1991	IDHM-Educação, 2000
Barra do Garças	0,72	0,791	0,668	0,719	0,672	0,738	0,82	0,915



Água Boa	0,651	0,777	0,628	0,748	0,632	0,735	0,693	0,847
Nova Xavantina	0,68	0,76	0,623	0,687	0,672	0,735	0,744	0,857
Cocalinho	0,605	0,727	0,593	0,672	0,608	0,748	0,613	0,762
São Félix do Araguaia	0,624	0,726	0,61	0,653	0,583	0,688	0,679	0,838
Confresa	0,563	0,704	0,521	0,622	0,59	0,723	0,578	0,768
Luciara	0,61	0,691	0,583	0,589	0,51	0,631	0,738	0,853

Fonte: Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) 1991/2000.

Apesar dos avanços, nenhum dos municípios se classifica na faixa de “Alto Desenvolvimento Humano”, acima de 0,8. Barra do Garças quase se enquadra neste patamar, mas ainda não pode ser considerado parte deste grupo. Sendo assim, todos os municípios do Polo são considerados de “Médio Desenvolvimento Humano”.

2.5 Análise do Quadro Institucional do Polo Araguaia

A gestão institucional da atividade turística no **Estado do Mato Grosso** é realizada pela **SEDTUR**, criada por meio da Lei Complementar Nº 036, de 11 de outubro de 1995. Neste ano, instaurou-se o grande marco para o desenvolvimento do turismo em Mato Grosso.

Segundo informações da **SEDTUR**, o **Estado do Mato Grosso** iniciou as ações de incentivo e organização do turismo em 1938. Neste ano instituiu-se, por meio de Decreto Estadual, a 1ª Medida Governamental para o Setor Turístico, criando-se a Reserva Termal de Águas Quentes, no atual município de Santo Antônio do Leverger, onde, na década de 1940, construiu-se um pequeno empreendimento turístico.

Durante a década de 1960, o advento de Brasília, a integração do Estado à economia do Centro-Sul, a expansão da fronteira econômica, o processo de acelerado do crescimento regional, os fluxos migratórios para a região do Araguaia Mato-Grossense e a importância geopolítica e econômica de Cuiabá concorreram para a implantação inicial de infraestrutura hoteleira na capital, em nível privado e de forma autônoma.



Em 1974 foi criado o Conselho Estadual de Turismo e a Empresa Mato-Grossense de Turismo (TURIMAT), vinculado à Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, que entrou em funcionamento somente a partir de 1975.

Em 1976, o Conselho Nacional de Turismo declarou como área prioritária de interesse turístico parte dos municípios da Chapada dos Guimarães e Cuiabá. Em complementação ao decreto estadual da década de 1960, foi instituído em 1978 o Parque Estadual de Águas Quentes, com 1.500 hectares, localizado na região da Serra de São Vicente. Em 1981, o Governo do Estado investiu recursos na ampliação e melhoria da infraestrutura existente no local, construída na década de 1940.

Na década de 1970, além das ações já mencionadas, pôde-se constatar, também, outras iniciativas que ajudaram a promover o desenvolvimento do turismo no Estado, através da participação do Conselho Nacional do Turismo e do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), principalmente, na elaboração de planos e programas setoriais envolvendo a Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, a TURIMAT, e as prefeituras municipais, destacando-se, neste período, a elaboração do Plano Diretor do Turismo de Chapada dos Guimarães.

Em seguida, na primeira metade da década de 1980, foi desenvolvida uma importante ação governamental com o objetivo de desenvolver o mercado turístico e divulgar o setor com maior abertura na mídia, em nível local para operadores turísticos no Brasil e no exterior. Para tanto, foi criada a campanha publicitária “Mato Grosso, um paraíso natural a sua espera”. Com investimentos turísticos, incrementando, já no início dos anos 1990, a operacionalização e comercialização de produtos turísticos no Estado.

A partir de 1993, o turismo em Mato Grosso ganhou uma nova dinâmica com a criação da Associação dos Municípios com Potencial Turístico (AMPTUR).

No ano de 1994, ocorreu a criação do Fórum Empresarial do Turismo, quando foi elaborado um plano de ações integradas entre o governo estadual, prefeituras municipais e iniciativa privada, para recuperação fortalecimento e promoção do turismo mato-grossense nos mercados nacional e internacional. Foi nesse período que se idealizou a Festa Internacional do Pantanal. No âmbito da política de turismo, os seguintes pontos recebem destaque:



- Atrair novos empresários turísticos;
- Incrementar e ampliar a divulgação do Estado em níveis regional, nacional e internacional;
- Integrar o governo estadual às prefeituras municipais e à iniciativa privada, em prol da recuperação, fortalecimento e promoção do turismo mato-grossense;
- Tornar **Mato Grosso** um destino turístico consolidado e competitivo no Brasil e no Exterior, cumprindo a gestão das políticas públicas de turismo que propicie o crescimento econômico como gerador de emprego e renda, conciliado com a preservação e a manutenção dos patrimônios ambiental, histórico e cultural;
- Fomentar o estabelecimento de parcerias regionais, possibilitando o surgimento de produtos turísticos integrados e maior poder de negociação nos mercados estadual, nacional e internacional; e
- Executar a política estadual de turismo, compreendendo a identificação, o desenvolvimento e a exploração de potenciais turísticos do Estado.

Para a **SEDTUR**, há preocupação em fortalecer o processo de municipalização estabelecendo parcerias regionais, possibilitando o surgimento de produtos turísticos integrados e maior poder de negociação nos mercados estadual, nacional e internacional. Dentre suas linhas setoriais estratégicas, destacam-se:

- Fortalecimento da Estrutura do Turismo;
- Desenvolvimento da Cadeia Produtiva; e
- Promoção e Divulgação.

Suas principais atribuições são:

- Formular, implementar, executar, avaliar e fiscalizar as políticas, programas, projetos e demais ações relativas ao desenvolvimento do turismo do Estado, como atividade econômica e sustentável para a geração de emprego, renda e integração regional, através de medidas de apoio, incentivo e estímulo à dinamização das empresas e agentes de produção, instalados ou que venham a se instalar no Estado;
- Conceber, formular, normatizar e gerir fundos especiais de investimentos e de incentivos fiscais destinados ao desenvolvimento das empresas de turismo, operadoras e agentes de viagens para incrementos de turismo no Estado;



- Desenvolver, no *trade* turístico, no *Convention Bureau* e nos municípios, o calendário turístico do Estado;
- Organizar os eventos turísticos do Estado em nível regional, nacional e internacional;
- Implementar os programas e projetos juntos aos municípios; e
- Captar investimentos externos nos setores de turismo nacional e internacional e exercer outras funções correlatas nos termos de seu regimento.

Uma vez entendida a instância Estadual, cabe a análise mais aprofundada em nível municipal, dos atributos de cada município e as resultantes de gestão do turismo para o **Polo** como um todo. Por meio de questionário específico e avaliação primária, definiu-se a avaliação institucional segundo:

- A estrutura municipal para apoio ao turismo: sua exclusividade com o setor, sob a forma de secretaria ou empresa pública e sua autonomia em função da existência de fontes próprias de recursos, bem como o nível percentual dos mesmos em relação ao total de seu orçamento;
- A efetividade de eventuais instâncias de governanças locais relacionadas com o turismo nos municípios;
- A existência de Plano Diretor Municipal e a eventual utilização de mecanismos atuais de participação popular na administração de prefeituras, tais como o orçamento participativo, e as audiências públicas como forma de consulta a população sobre programas para o turismo;
- A cultura: a existência de uma secretaria ou fundação de cultura é condição importante para o município gerir as atividades que serão insumos do turismo; e
- O meio ambiente: a gestão dos recursos naturais para a formação de produtos turísticos;

Nas avaliações de campo, foi possível observar que, apesar da existência de gestão pública dedicada ao turismo, ainda há carência de processos de governança que valorizem a atividade e a legitimem localmente e regionalmente. Todas as cidades componentes do **Polo** possuem Secretaria Municipal com atividade dedicada ao turismo, mas concentram várias pastas em uma mesma instância governamental. Em alguns casos como Água Boa, Barra do Garças e Nova Xavantina, foi possível localizar a existência de Plano Diretor Local contemplando o turismo.

No que diz respeito ao monitoramento dos impactos da visita turística, não foi observada, em nenhum dos municípios, atividade que comprovasse preocupação com as consequências da



atividade de lazer. Neste sentido, cabe destacar a existência de incongruência com os objetivos de valorização do perfil do turista no **Polo Araguaia**, ou seja, os resultados de campos são indicativos de que há necessidade de se estabelecer processos de monitoramento que virão ao encontro do crescimento da atividade turística e da eficiência da gestão local para o desenvolvimento do setor.

Tabela 2.5.1
Monitoramento de Impactos Turísticos

Município	Gestão dedicada ao Turismo Local	Existência de Monitoramento de Impactos Econômicos	Existência de Monitoramento de Impactos Sociais	Existência de Monitoramento de Impactos Ambientais	Existência de Plano Diretor Municipal
Água Boa	Secretaria com gestão compartilhada	Não	Não	Não	SIM
Barra do Garças	Secretaria com gestão compartilhada	Não	Não	Não	SIM
Cocalinho	Secretaria com gestão compartilhada	Não	Não	Não	Não
Confresa	Secretaria com gestão compartilhada	Não	Não	Não	Não
Luciara	Secretaria com gestão compartilhada	Não	Não	Não	Não
Nova Xavantina	Secretaria com gestão compartilhada	Não	Não	Não	SIM
São Félix do Araguaia	Secretaria com gestão compartilhada	Não	SIM	Não	Não

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.

Outro aspecto de grande importância para o Fortalecimento Institucional é a avaliação de Governanças Locais e Regionais e sua capacidade de sensibilização das comunidades locais para o turismo. Neste sentido, as avaliações de campo registraram boa relação do Conselho Regional de Turismo do Vale do Araguaia (CRETUR) com os municípios pertencentes ao **Polo**. Em alguns casos, como Confresa e Luciara, apesar da não existência de atividade conjunta no momento da pesquisa, houve registro de resposta positiva a atividades anteriores do Conselho localmente.

Os principais problemas identificados no aspecto Governança dizem respeito ao baixo grau de sensibilização das comunidades locais para o turismo. Nas entrevistas não foram identificadas formas de aproximação da comunidade local com a atividade turística, o que diminui a capacidade



do setor de expor demandas em nível político. Não foram encontrados também registros de Plano de Desenvolvimento Turístico ou projetos relevantes de parcerias público-privadas. Estes resultados são dificultadores para os objetivos de crescimento do turismo e alteração do perfil do turista, pois representam pouco planejamento com a atividade e conseqüentemente, pouca capacidade de gestão estratégica direcionada.

Tabela 2.5.2
Características da Governança no Polo Araguaia

Município	Governança Regional	Grau de sensibilização da comunidade para o turismo	Existência de Plano de Desenvolvimento Turístico	Grau de Formalização das Empresas de Turismo	Existência Projetos em PPP
Água Boa	CRETUR	Baixo	Não	Baixo	Sim
Barra do Garças	CRETUR	Baixo	Não	Baixo	Não
Cocalinho	CRETUR	Baixo	Não	Baixo	Não
Confresa	--	Baixo	Não	Baixo	Não
Luciara	--	Baixo	Não	Baixo	Não
Nova Xavantina	CRETUR	Baixo	Não	Baixo	Não
São Félix do Araguaia	--	Baixo	Não	Baixo	Não

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.

O **Polo Araguaia Mato-Grossense** apresenta os mesmos problemas na maioria dos órgãos de turismo da maioria dos Municípios, ou seja, falta de monitoramento e planejamento. Além disso, relatos das entrevistas de campo indicam a carência de pessoal especializado para gerir a atividade turística e a falta de equipamentos e *softwares* apropriados e que forneçam condições de desenvolver resultados estatísticos para a gestão pública.

Recomenda-se que os municípios deste **Polo** valorizem o planejamento integrado do turismo regional por meio de ações de monitoramento do setor.

Paralelamente ao **PRODETUR Nacional**, a **SEDTUR** deve dar suporte aos municípios, complementando as lacunas do Programa quanto ao reaparelhamento dos órgãos municipais de turismo e aos cursos para a capacitação gerencial pública para o turismo. A articulação política entre executivo e legislativo municipais para a formação e dotação de um fundo de turismo também ajudaria a mitigar a carência de recursos para investimentos no setor público do turismo.

O Conselho Regional de Turismo, embora presente nos municípios do **Polo**, demonstra pouca eficácia em relação às suas funções básicas de governança. Devem construir um processo de



diálogo com o setor público, no plano consultivo e se possível no deliberativo, em prol do desenvolvimento turístico local.

Em relação às políticas públicas para o turismo no **Polo Vale do Araguaia**, nota-se a inexistência de ações integradas regionalmente e de planos estratégicos. Observa-se a preocupação dos governos locais com o meio ambiente, mas não há avaliações de monitoramento ambiental.

O Rio Araguaia, juntamente com a contemplação do Ecossistema, são os principais atrativos do **Polo** e, portanto, suas preservações são fundamentais para a sustentabilidade dos municípios que têm suas principais atividades econômicas ligadas ao rio, inclusive, o turismo. Portanto, os municípios do **Polo** precisam se estruturar para a gestão do meio ambiente e ter maior atenção com os processos de avaliação dos impactos da ação turística.

A formação de parcerias com ONGs/Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs) para as tarefas de monitoramento e fiscalização ambientais podem oferecer suporte aos estudos do meio ambiente em cooperação com órgãos federais do meio ambiente, que devem ser envolvidos na tarefa de fiscalização. Os conselhos municipais de turismo devem ter uma função consultiva e deliberativa para auxiliar os órgãos estaduais e federais de gestão do meio ambiente na sustentabilidade da bacia do Rio Araguaia.

Por fim, assim como disposto em outros resultados de pesquisa de campo, foi diagnosticada a existência de instâncias de governança e a capacidade de fortalecimento institucional para o **Polo Araguaia**. Porém, há carência de organização política para o monitoramento e planejamento da atividade em médio e longo prazos, contemplando planos de reformas estruturais e de avaliações de monitoramento, além da organização política em consonância com os Conselhos Regionais e com os objetivos da **SEDTUR**.

2.5.1 Vantagens e desvantagens em relação à constituição de empresas na área turística

Em especial, há necessidade de difusão de conceitos de cooperação, governança local e global e gestão descentralizada. Há necessidade imediata de um sistema ou organização de gestão dos dados de turismo no Estado e de investimento em capacitação, infraestrutura e tecnologia para melhor controlar e gerir o setor de turismo. O crescimento da indústria do lazer depende da



existência de mecanismos próprios de gestão do setor e não pode mais estar baseado no “empréstimo” de infraestrutura e de pessoal de outros departamentos.

Também não foram identificadas instrumentos e políticas de incentivo ao financiamento de investimentos das empresas do setor de turismo. Sendo assim, se faz necessário a criação de mecanismos de incentivo a iniciativa privada, como por exemplo, facilidades de acesso ao crédito através das, linhas de financiamento especiais para o turismo.

Parcerias com o SEBRAE podem ser alternativa para a qualificação dos pequenos negócios existentes e o estímulo a criação de novos negócios.

Em relação ao financiamento, foi constatado as linhas de financiamento especiais do governo para o turismo ainda não chegaram nos municípios que compõem o polo Araguaia (para investimento em infraestrutura turística), o que representa um fator negativo na expansão e criação de negócios relacionados ao turismo.

Também não foi identificado nenhum programa de incentivo fiscal para o setor de turismo, nem programas de estímulo aos investimentos turísticos nos municípios do polo Araguaia.

2.6 Análise dos Aspectos Sócio-Ambientais

No **Estado de Mato Grosso**, o responsável pela formulação, coordenação, articulação e execução da política estadual de gestão e proteção dos recursos ambientais e de gerenciamento dos recursos hídricos é a Secretaria de Estado do Meio Ambiente de Mato Grosso (SEMA/MT). Criada pela Lei Complementar Nº 214, de 23 de junho de 2005, a Secretaria tem por finalidade prevista no texto legal garantir a preservação, a conservação, a recomposição ambiental e o desenvolvimento sustentável, bem como formular e executar a política ambiental estadual.

2.6.1 Grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse



Para a gestão do turismo no Polo Araguaia, segundo pesquisa de campo, foram identificados setores da gestão pública com participação administrativa. No que diz respeito à participação de outros setores, como ONG ou atividades particulares, constatou-se que compões atividades isoladas sem maior integração com a gestão pública do turismo. Fica a cargo da Secretaria Estadual de meio-ambiente a gestão das atividades ligadas ao setor como um todo, inclusive as atividades relacionadas ao turismo.

Dividida em sete superintendências, a Secretaria distribui da seguinte forma as suas responsabilidades:

- A **Superintendência de InfraEstrutura, Mineração, Indústria e Serviços** é responsável pelo licenciamento, regulação e fiscalização de empreendimentos energéticos, industriais e de mineração, de atividades agropecuárias e da piscicultura. Por meio de suas coordenadorias, o órgão também realiza avaliações de impactos ambientais e a gestão de resíduos sólidos – inclusive os de origem industrial, agrícola e hospitalar;
- A **Superintendência** de Biodiversidade responde pela coordenação, orientação e supervisão das atividades de preservação, conservação, pesquisa e uso sustentável da biodiversidade no Estado, como também pelo controle das unidades de conservação e parques urbanos e pela coordenação dos recursos pesqueiros e das políticas de regularização fundiária e de mitigação dos impactos decorrentes de mudanças climáticas;
- A **Superintendência** de Recursos Hídricos é responsável pela implementação da Política Estadual de Recursos Hídricos e seus instrumentos: comitês de bacia hidrográfica e Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CEHIDRO);
- A **Superintendência de Gestão Florestal** realiza monitoramentos e geoprocessamento em áreas em que ocorram atividades de exploração de recursos florestais, bem como o licenciamento de propriedades rurais e ações de reflorestamentos e recuperação de áreas degradadas;



- Além dessas quatro, a Secretaria dispõe de superintendências de Educação Ambiental, de Fiscalização e de Procedimentos Administrativos e Autos de Infração, que mantêm atividades de apoio operacional às demais.

Em 2009, a Secretaria de Meio Ambiente (SEMA-MT) aprovou o Plano Estadual de Recursos Hídricos, com quatro diretrizes, 19 programas e 40 projetos para todo o **Estado de Mato Grosso**. Entre os projetos previstos com impacto para os municípios do **Polo Araguaia**, foram realizadas no primeiro semestre de 2011 intervenções de coleta de água e monitoramento da rede subterrânea.

2.6.2 Identificação e avaliação dos impactos no meio ambiente que já tenham sido causados por atividades turísticas

Nas oficinas realizadas para a elaboração do **PDITS**, foram apontados pelos municípios os problemas que mais os incomodam (pontos fracos), aqueles que podem ser melhor aproveitados (pontos fortes) e foram sugeridas ações para maior proteção e conservação do meio ambiente. A tabela abaixo apresenta o resultado das Oficinas do **PDTIS** e a percepção da comunidade sobre a gestão do meio ambiente. Os problemas com a falta de saneamento básico e o lançamento de esgoto em cursos de água estiveram presentes na maioria dos municípios como ponto fraco. Como ponto forte, o que mereceu maior atenção dos participantes foi a importância da existência de Unidades de Conservação dentro do território.

Quadro 2.5.1.3

Apontamentos de Pesquisas de Campo Sobre Gestão Ambiental

Municípios	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Água Boa	O município realiza monitoramento de balneabilidade. Existência de RPPN.	A rede de esgoto alcança apenas 12,5% das áreas turísticas e 15% do total da população local. Falta de controle de capacidade de carga nos atrativos culturais e naturais.
Barra do Garças	Existência de estação para tratamento e reutilização de água. O município trata 100% de seu esgoto urbano. O Parque Estadual da Serra Azul conta com conselho gestor, plano de manejo e estudo de capacidade de carga.	Falta de coleta seletiva de lixo O Parque Estadual da Serra Azul dispõe de apenas dois funcionários para atividades de orientação e fiscalização.
Cocalinho	Promoção de ações de educação ambiental nas	Falta de saneamento básico.



Municípios	Pontos Fortes	Pontos Fracos
	<p>escolas públicas.</p> <p>Existência de APAs e refúgios da vida silvestre com diversos atrativos.</p>	<p>Não há coleta seletiva, tratamento de resíduos hospitalares e nem estrutura controlada depósito e tratamento de lixo.</p> <p>Falta de controle de capacidade de carga nos atrativos culturais e naturais.</p>
Confresa	<p>O município segue plano de gestão de resíduos de serviços de saúde.</p>	<p>Inexistência de controle de balneabilidade e de qualidade da água para abastecimento.</p> <p>O depósito de lixo, além de aberto e sem estrutura para tratamento, não comporta o volume atual de resíduos gerados no município.</p> <p>Falta de controle de capacidade de carga nos atrativos culturais e naturais.</p>
Luciara	<p>Realização de campanhas para prevenção de queimadas.</p>	<p>Falta de saneamento básico.</p> <p>O depósito de lixo, além de aberto e sem estrutura para tratamento, não comporta o volume atual de resíduos gerados no município.</p> <p>Falta de controle de capacidade de carga nos atrativos naturais.</p> <p>Falta fiscalização ambiental, diante da existência de atividades potencialmente poluidoras.</p>
Nova Xavantina	<p>Promoção de ações de educação ambiental nas escolas públicas.</p> <p>O Parque Municipal do Bacaba dispõe de atrativos e conselho gestor.</p>	<p>O esgoto coletado é lançado <i>in natura</i> no Rio das Mortes.</p> <p>Falta de controle de capacidade de carga nos atrativos culturais e naturais</p> <p>Falta fiscalização ambiental, diante da existência de atividades potencialmente poluidoras.</p> <p>Falta de plano de manejo para o Parque Municipal do Bacaba,</p>
São Félix do Araguaia	<p>Há coleta seletiva e campanhas de orientação à população sobre a destinação de resíduos.</p>	<p>Falta de saneamento básico.</p> <p>Inexistência de controle de balneabilidade e de qualidade da água para abastecimento.</p> <p>O município não segue plano de gestão de resíduos de serviços de saúde.</p> <p>Falta de controle de capacidade de carga nos atrativos culturais e naturais.</p>

Fonte: Elaborado por FGV – dados das Oficinas para a elaboração do PDTIS – 2010.

Com a realização da pesquisa primária pode-se constatar que a maior parte dos municípios destinam seus resíduos sólidos em áreas construídas com critérios técnicos e caráter de aterro sanitário. Entretanto, a falta de fiscalização e de legislações municipais específicas que



determinassem a autonomia municipal para o monitoramento da atividade resultou em uma boa parte de aterros sanitários com características de aterros controlados e lixões a céu aberto.

2.6.3 Gestão Ambiental Pública

O arranjo institucional para a gestão do meio ambiente pode ser analisado através da Tabela a seguir. De acordo com informações do IBGE (2009) e com os dados da pesquisa primária, realizada em 2011, todos os municípios contam com um órgão gestor na área de meio ambiente, mas nenhum possui uma secretaria exclusiva para a gestão do meio ambiente. Exceto Água Boa, todos os municípios do **Polo** têm Conselho. Em Cocalinho, entretanto, o Conselho não havia se reunido nos últimos 12 meses. Barra do Garças, Cocalinho, Luciara e São Félix do Araguaia contam com Fundo Municipal de Meio Ambiente, mas apenas em Barra do Garças e São Félix do Araguaia o Fundo havia financiado ações ou projetos nos últimos 12 meses.

Em relação ao licenciamento ambiental, apenas os gestores públicos de Água Boa, Barra do Garças e Luciara declararam realizá-lo. Destes, apenas Água Boa e Barra do Garças dispõem de Código Ambiental, legislação que consiste em leis esparsas ou capítulo/artigo do Plano Diretor. Nenhuma outra legislação específica para a área foi apontada como em vigor nestes e nos demais municípios. Em nenhum deles, ainda, foi iniciado o processo de elaboração de Agenda 21.

Este cenário preocupa, pois a questão ambiental parece não ter merecido a atenção necessária na gestão dos municípios que integram o **Polo**. Barra do Garças apresenta-se como o município com melhor estrutura para a gestão ambiental. Ali, a gestão ambiental apesar de ter um encaminhamento político, ainda está em processo de construção. As legislações de amparo aos atrativos ainda estão em fase de elaboração, mas o município apresenta uma base normativa ambiental. De seus atrativos, apenas o Parque da Serra Azul, administrado pelo **Governo do Estado**, possui um Plano de Manejo. O Parque tem atualmente dois funcionários para orientar e fiscalizar, diariamente, atividades que são desenvolvidas em sua área demarcada. Confresa, Cocalinho e Nova Xavantina, por outro lado, figuram como os municípios que demandam maior investimento para a estruturação da gestão do meio ambiente.



Quadro 2.5.1.2

Arranjo Institucional para a Gestão do Meio Ambiente no Polo Araguaia

Municípios Variáveis	Água Boa	Barra do Garças	Cocalinho	Confresa	Luciara	Nova Xavantina	São Félix do Araguaia
Possui órgão gestor / tipo	Secretaria em conjunto com outra política	Secretaria em conjunto com outra política	Secretaria em conjunto com outra política	Secretaria em conjunto com outra política	Secretaria em conjunto com outra política	Secretaria em conjunto com outra política	Secretaria em conjunto com outra política
Possui Conselho Municipal de Meio Ambiente	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
O Conselho se reuniu nos últimos 12 meses	Não aplicável	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Possui Fundo Municipal de Meio Ambiente	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim
O Fundo financiou ações/projetos nos últimos 12 meses	Não aplicável	Sim	Não	Não aplicável	Não	Não aplicável	Sim
Realiza licenciamento ambiental	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Não	Não
Possui legislação específica para o meio ambiente / forma	Sim / Código Ambiental	Sim / Código Ambiental	Não	Não	Não	Não	Não
Possui processo de elaboração de Agenda 21 / estágio	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Fórum da Agenda 21 local se reuniu com que frequência nos últimos 12 meses	Não aplicável	Não aplicável	Não aplicável	Não aplicável	Não aplicável	Não aplicável	Não aplicável

Fonte: Elaborado por FGV, dados do IBGE, Perfil dos Municípios Brasileiros /Gestão Pública 2009 e dados da pesquisa primária, 2011.



2.6.4 Instrumentos de planejamento e controle territorial

Entre 2003 e 2006, os municípios da região do Baixo e Médio Araguaia receberam ações e recursos do Programa Nacional de Meio Ambiente (PNMA II), com o objetivo de promover a conservação de solo e água, a gestão integrada de resíduos sólidos e incentivar o desenvolvimento do ecoturismo no Rio Araguaia. Para a segunda fase do programa, que tem como foco o licenciamento ambiental em todo o Estado, com investimento de R\$ 1.500.000,00 originários do **Ministério do Meio Ambiente**, prevê-se a melhoria da interface da SEMA-MT com os usuários e a agilidade dos processos de licenciamento ambiental por meio da criação de normas e procedimentos técnicos e administrativos vinculados ao licenciamento ambiental; da implantação de sistemas de informação vinculados ao licenciamento ambiental; de ações de capacitação; de estudos e ferramentas de apoio à tomada de decisão; e da interação da Secretaria de Estado de Meio Ambiente com outros órgãos.

Quadro 2.5.1.1

Característica da Conservação Ambiental no Polo Araguaia

Município	Estudos de Capacidade de Carga para atrativos turísticos	Evidencia de Preservação Ambiental no atrativo	Existência de órgão público responsável pela conservação ambiental	Existência de programa de conservação ambiental	Existência de outros estudos ambientais
Água Boa	Não	Sim	Sim	Não	Sim
Barra do Garças	Não	Sim	Sim	Não	Não
Cocalinho	Não	Sim	Sim	Não	Não
Confresa	Não	Não	Sim	Não	Não
Luciara	Não	Não	Não	Não	Não
Nova Xavantina	Não	Sim	Sim	Não	Não
São Félix do Araguaia	Não	Não	Sim	Não	Não

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.



2.6.5 Gestão Ambiental nas Empresas Privadas

A partir das informações coletadas verificou-se que as empresas do setor de turismo no **Polo** ainda não se preocuparam com a busca de certificação. Este é um desafio a ser superado na busca da qualidade e sustentabilidade do turismo na região.

Em Água Boa, a existência de Reserva Particular do Patrimônio Natural – a reserva Rama, com 400ha – evidencia o início de uma preocupação da iniciativa privada com o meio ambiente, embora ainda não seja desenvolvido nela um programa de ecoturismo que ofereça trilhas autoguiadas, atividades de aventura, educação ambiental ou venda de produtos orgânicos produzidos artesanalmente no local, por exemplo.

2.7 Consolidação do Diagnóstico Estratégico

A partir dos levantamentos em campo e em fontes secundárias, observa-se que a atividade turística no **Polo Araguaia Mato-Grossense** ainda é frágil e em início de desenvolvimento. Na realidade, o turismo no **Polo** está bastante focado no produto das praias do Araguaia, no segmento de sol e praia, e muito pouco se avançou em relação ao segmento priorizado pela gestão estadual, o Ecoturismo. Neste contexto, merece destaque:

- A inexistência de dados sobre a demanda turística atual dificulta o trabalho de planejamento da atividade turística no **Polo**. As pesquisas realizadas pela UNEMAT e utilizadas para a elaboração deste plano aconteceram no período da alta temporada das praias do Araguaia, no mês de julho, identificando um perfil de turista que pode não representar o perfil do **Polo** nos demais meses do ano. Porém, como essa é a única fonte de informação atual, deve ser considerada e utilizada para o direcionamento das ações do plano. Portanto, é fundamental que exista investimento em estudos e pesquisas que possam apontar, com segurança, o perfil do turista no **Polo** ao longo de todo o ano e identificar também quais os segmentos que são motivo de viagem ao longo do ano e para os distintos públicos que se deslocam até ele;



- De acordo com as pesquisas de demanda do **Polo**, o turista essencialmente é regional, com forte presença do residente no próprio **Estado do Mato Grosso**, o que já representa quase 70% do fluxo de visitantes. O Estado de Goiás também apresenta grande importância, principalmente por compartilhar com o Mato Grosso do litoral o Rio Araguaia e a mesma cultura de participar dos festivais das praias do Araguaia na temporada de julho. Os demais turistas possuem procedência do Distrito Federal, interior do estado de São Paulo e Minas Gerais. Os demais estados apresentam apenas turistas residuais;
- O principal meio de transporte é o veículo ou os ônibus fretados, o que significa que o modal rodoviário é praticamente o único acesso até o **Polo**. O aeroporto mais próximo com movimentação de passageiros e conexões disponíveis é o de Goiânia, que fica a quase 400 km, portanto, o deslocamento até o **Polo** em meio rodoviário é obrigatório;
- O perfil dominante de turistas é de homens, na faixa etária dos 26 a 45 anos, casados e que viajam com parentes ou em casal. Possuem como escolaridade o ensino Médio Completo, em torno de 50%, e ainda uma parcela de, em média 15%, de turistas com ensino superior completo. Foi identificado que o perfil de estudante praticamente não é encontrado no **Polo**; e
- Este turista possui uma baixa renda, com média mensal de rendimento entre 2 e 3 salários mínimos. Em geral, são funcionários públicos ou autônomos e passam em média quatro dias na região. A pretensão de gastos também é muito baixa, apenas R\$ 200,00 para todo o período de estadia. Mais de 60% se hospeda na casa de parentes e amigos e 30% utiliza espaços de *camping*.

Quanto aos segmentos atuais, secundários e potenciais do **Polo**, pode-se afirmar:

- O principal segmento atual no **Polo do Araguaia** é o de turismo de Sol e Praia, sobretudo no período da alta temporada das praias do Araguaia. Os acampamentos de praia que se formam em toda a região ribeirinha do Mato Grosso e Goiás são responsáveis pela atração de milhares de pessoas anualmente. Este segmento já faz parte da cultura do povo mato-grossense, assim como o segmento de pesca esportiva,



que também é muito forte na região, inclusive com a realização de competições com grande repercussão nacional e internacional;

- O segmento do Ecoturismo possui um grande potencial para se desenvolver em função da diversidade do patrimônio natural do **Polo**. O Rio Araguaia, a Serra do Roncador, a Serra Azul, entre outros atrativos, criam cenários de grande beleza. A pouca exploração desses espaços cria oportunidades de contato com uma natureza ainda pouco tocada pelo homem, gerando, assim, um grande arsenal de atrativos com potencial para encantar os turistas que procuram esse tipo de contato;
- O segmento de turismo de Aventura é sempre uma excelente opção para se correlacionar com o segmento do ecoturismo. A existência de patrimônio natural com capacidade de receber esportes de aventura e radicais é sempre uma boa opção para a diversificação da oferta turística e ampliação do público potencial para o **Polo**. No caso do **Polo do Araguaia**, os rios e lagos fornecem excelentes condições para prática de mergulho, *rafting* e outros esportes de água. As grutas, cânions e cachoeiras são espaços bastante propícios à prática de rapel e *canyoning*. Este segmento pode ser um importante complemento ao segmento do ecoturismo, ajudando a fortalecer a imagem do destino; e
- O segmento de turismo Cultural pode ser explorado não como segmento atual ou mesmo secundário, mas como um elemento a mais na composição do mix de produtos a serem ofertados pelo **Polo** aos seus turistas. A cultura indígena, ainda muito presente e forte na região, a culinária do Araguaia (peculiar e original) e as tradições dos povos colonizadores que desbravaram o cerrado central do Brasil são elementos que, se bem trabalhados e estruturados, podem desenvolver a curiosidade dos turistas que já estão no **Polo** e assim contribuir para ampliar a sua estadia e gastos na região.
- O turismo de Pesca é normalmente atrelado ao turismo Náutico, pois depende de equipamento e técnicas relativas às embarcações apropriadas à atividade. Quanto mais elaborada a forma de execução da Pesca, maior a necessidade de equipamentos preparados para promoção de uma pesca equilibrada e não nociva ao ambiente. O correto investimento nas opções oferecidas pelo Rio Araguaia poderá impulsionar uma parcela de turistas interessados em praticar pesca desportiva, por exemplo.



Quadro 2.6.1

Segmentos e Mercados Prioritários para o Polo Araguaia Mato-Grossense

Segmentos Prioritários	Mercados Prioritários	Identidade
Turismo de Sol e Praia	Regional com foco no MT e GO	Praias do Araguaia
Ecoturismo	Regional (MT e GO); Nacional (com foco para SP, MG, RJ e PR) e Internacional	Natureza
Turismo de Aventura	Regional (GO e DF); Nacional (com foco para SP, MG, RJ e PR) e Internacional	Diversidade de opções
Turismo de Pesca (Náutico)	Regional (MT e GO); Nacional (com foco para SP, MG, RJ e PR) e Internacional	Rio Araguaia

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.

A análise qualitativa da demanda potencial para o **Polo** identifica na região boas perspectivas para atração de turistas nacionais. Nacionalmente, a estruturação de um produto turístico com oferta de ecoturismo e turismo de aventura pode ser interessante para a atração de um público mais jovem com mais disposição para enfrentar as dificuldades de acesso e a pouca infraestrutura local. Importante realizar ações de promoção voltadas para o público do interior de São Paulo e Minas Gerais. Do ponto de vista internacional, a dificuldade em se chegar ao **Polo** é o maior impeditivo para que essa demanda se consolide, mas é possível que no longo prazo o destino esteja mais preparado para receber este público, para quem o ecoturismo, aliado ao turismo cultural local, poderá ser de grande atratividade.

É justamente na oferta turística que o **Polo** ainda precisa melhorar muito. Do ponto de vista da oferta de serviços e equipamentos turísticos, pode se chegar às seguintes conclusões:

- A oferta de meios de hospedagem no **Polo** é limitada, simples e com estrutura familiar. Isto significa dizer que não existe no **Polo** hotéis de categoria superior que possam receber turistas de alto poder aquisitivo. Na realidade, a estrutura hoteleira encontrada no **Polo** está bastante defasada e necessitando de investimentos. Os empresários do setor alegam que a sazonalidade e a baixa rentabilidade dos negócios têm impedido investir na melhoria dos seus estabelecimentos. Nestes hotéis também se verifica a



quase inexistência de serviços complementares, tais como TV a cabo, *internet*, lavanderia, restaurantes, entre outros;

- A infraestrutura de alimentos e bebidas é limitada, simples e familiar. Apesar de servir boa comida, a diversidade da culinária é bastante restrita. A culinária regional é a principal oferta em todo o **Polo**, sendo difícil conseguir alimentação diferente. Os estabelecimentos necessitam de investimentos para reforma e ampliação, bem como o serviço precisa de qualificação e profissionalização;
- Os serviços, aliás, merecem destaque à parte. A mão de obra que atua no setor do turismo no **Polo do Araguaia** é essencialmente familiar. Ou seja, os próprios membros da família do dono do estabelecimento trabalham nas diversas funções do negócio. Porém, isto não significa que não necessitem de qualificação. Existe no **Polo** uma grande dificuldade em se qualificar a mão de obra local devido à escassez de oferta de cursos de qualificação profissional para o setor. Desta forma, os turistas avaliam muito negativamente a prestação de serviços em toda a cadeia do turismo no **Polo**; e
- Por fim, o setor de agências de viagem e turismo receptivo no **Polo** apresenta uma oferta restrita de agências de viagem, o que dificulta a divulgação de atrativos no destino e também dificulta ao turista conhecer estes atrativos. A pequena oferta de agências de turismo, que em alguns casos funcionam apenas em meio expediente, e a falta de material promocional local são grandes obstáculos para o turista conhecer os principais atrativos naturais dos municípios e assim permanecer no **Polo** por mais tempo.

No tocante às infraestruturas de serviços básicos , percebe-se que os principais problemas estão localizados no acesso, no abastecimento de água, no sistema de esgotamento sanitário, no sistema de transporte urbano, e na drenagem pluvial e fluvial. O quadro a seguir apresenta essas informações.



Tabela 2.6.1

Principais Problemas Referentes à Infraestrutura Local e Serviços Básicos

Item Avaliado	Situação Atual	Principal Problema Identificado	Observação
Rede rodoviária de acesso ao Polo	As principais rodovias de acesso aos municípios do Polo são federais e estão em precárias condições de tráfego. A exceção é a BR-070 que liga Cuiabá à Barra do Garças e apresenta asfalto em toda sua extensão. Porém é também nessa rodovia que se concentra o maior número de acidentes.	A BR-242 que liga a BR-158 a São Félix do Araguaia e Luciara é totalmente de terra em péssimas condições de tráfego. A BR-158 a partir de Água Boa até Confresa é de terra ou com asfalto em péssimas condições de trânsito. A MT-326 é uma estrada de terra também em péssimas condições de tráfego.	Segundo DNIT alguns trechos da BR-158 estão sendo asfaltados. Não existem projetos para as demais rodovias.
Sistema de Abastecimento de Água	A maior parte dos municípios são atendidos pela rede geral de água, à exceção de Confresa e São Félix do Araguaia, onde a maior parte de seus moradores depende da água de nascentes e poços.	Observa-se registros de períodos de falta de água, sobretudo na alta temporadas das praias do Araguaia quando o fluxo de pessoas aumenta consideravelmente.	Não existem projetos para ampliação da rede geral de abastecimento.
Sistema de Esgotamento Sanitário	Quase toda a população do Polo não possui suas residências conectadas à rede geral de esgotamento sanitário. Barra do Garças é o município com maior percentual de ligações e não atinge os 40% da população. Nos demais municípios a média é de menos de 10%.	Registram-se altos índices de residências com sistema de fossa rudimentar, o que pode levar à contaminação de lençóis freáticos, sobretudo em uma região de manancial de águas. Registra-se ainda a situação de Confresa, onde mais de 40% da população não tem sequer banheiro em suas residências.	Não foram identificados projetos para ampliação da rede de saneamento.
Limpeza Urbana	A grande maioria do lixo produzido no Polo é	A destinação deste lixo coletado em alguns	



Item Avaliado	Situação Atual	Principal Problema Identificado	Observação
	recolhida por coleta e serviço de limpeza das prefeituras. Apenas em Confresa existe um total de 60% do lixo que é queimado.	municípios é o lixo. Não existe sistema de coleta seletiva implementado.	
Sistema de Drenagem Pluvial	Todos os anos registram-se enchentes no Polo nos municípios ribeirinhos em função da cheia dos Rios Araguaia e Garças.	Alagamentos constantes no período de novembro a maio todos os anos.	Não identificadas ações para endereçar este problema.
Sistema de Transporte urbano	Não existe sistema de transportes urbanos servindo nos municípios. A população se desloca em veículos próprios ou táxis e mototáxis.	Os atrativos do segmento de ecoturismo se localizam, em sua grande maioria, fora das áreas urbanas e a inexistência de sistema de transporte urbano dificulta a locomoção para estes pontos de interesse turísticos.	
Sistema de Comunicação	Os municípios de Água Boa, Barra do Garças, Confresa e Nova Xavantina são servidos pelas quatro principais operadoras de telefonia móvel. Existe serviço de internet em banda larga, mas não existe serviço de TV a cabo.	Os municípios apesar de servidos pelas operadoras de telefonia móvel apresentam dificuldades de comunicação. Em Luciara e Cocalinho existe apenas uma operadora em funcionamento.	

Fonte: Elaborado pela FGV, 2011.



2.7.1 Estruturação da Matriz SWOT

O termo SWOT é a junção das iniciais (em inglês) dos quatro elementos-chave desta ferramenta de análise, são eles: (1) *strengths* - pontos fortes; (2) *weaknesses* - pontos fracos; (3) *opportunities* – oportunidades; e (4) *threats* – ameaças. A análise SWOT apresenta-se como uma das mais conhecidas ferramentas de planejamento estratégico, utilizada para auxiliar a síntese das diversas análises ambientais efetuadas de forma a obter a melhor posição estratégica possível. Na prática, isso significa identificar as variáveis internas que podem ser controladas e que influenciam de forma positiva (forças) ou de forma negativa (fraqueza) o alcance dos objetivos em um determinado contexto para aproveitar ou evitar situações que não podem ser controladas, uma vez que estes são provenientes do ambiente externo (oportunidades e ameaças).

Assim, a Matriz SWOT apresentou os seguintes resultados relacionados com o desenvolvimento turístico sustentável do **Polo do Araguaia**:

- Em relação à análise das variáveis internas, os **pontos fortes** identificados foram:
 - Diversidade com complementaridade, no que se refere aos segmentos turísticos do Polo;
 - Diversidade de ecossistemas na região;
 - Patrimônio natural em bom estado de conservação;e
 - Existência de locais para prática de turismo de aventura e esportes radicais.

- Em relação à análise das variáveis internas, os **pontos fracos** identificados foram:
 - Precária oferta de equipamentos de hospedagem no **Polo**;
 - Precária oferta de equipamentos de alimentação no **Polo**;
 - Limitada oferta de serviços turísticos (agências, guias, pacotes turísticos, entre outros);
 - Longas distâncias a serem percorridas a partir dos aeroportos mais próximos;
 - Dificuldade de acesso aos municípios do **Polo**, pela precariedade das rodovias não pavimentadas ou com pavimentos em péssimas condições de tráfego;
 - Dificuldade de mobilidade urbana intra-municipal;
 - Inexistência em todo o **Polo** de equipamentos hoteleiros de qualidade no padrão executivo;
 - Falta de qualificação para gestão empresarial - empresas familiares;



- Falta de qualificação de mão de obra para atuar no setor;
 - Má qualidade do atendimento aos turistas nos estabelecimentos comerciais;
 - Falta de CATs e da atuação deste na promoção dos produtos turísticos (ampliação da ideia deste ser apenas um balcão de folheteria);
 - Falta de sinalização turística;
 - Baixa promoção nacional;
 - Falta de visão comercial da região como um todo na formulação e produção de materiais;
 - Falta de roteiros e/ou produtos formatados para oferta turística;
 - Falta de um portal na internet apresentando as informações da região;
 - Inexistência de avaliação periódica da atividade promocional;
 - Inexistência de um plano de marketing para o **Polo**;
 - Ineficiência dos sistemas de drenagem urbana, ocasionando problemas de alagamentos durante enchentes todos os anos;
 - Baixa capacidade de articulação e ação conjunta do trade local e da governança do **Polo**;
 - Inexistência de sistemas de acompanhamento e de fiscalização de políticas de investimento;
 - Baixo número de informações estatísticas de turismo;
 - Inexistência de campanhas/programas de educação ambiental no **Polo**;
 - Ineficiência da coleta de lixo, principalmente na alta temporada;
 - Existência de depósitos irregulares de lixo;
 - Falta de incentivo à ligação urbana aos sistemas de águas;
 - Sistema de esgotamento sanitário inexistente para coleta, tratamento e destinação final dos resíduos;
 - Precária oferta de serviços de conexão com *internet* e comunicação no **Polo**; e
 - Turismo de massa das praias do Araguaia de forma desordenada e consumindo recursos naturais do **Polo**.
- Em relação à análise do ambiente externo, as **oportunidades** identificadas foram:
- Interesse por parte do governo brasileiro (nos âmbitos federal, estadual e municipal) em promover políticas públicas de crescimento e desenvolvimento econômico – por meio do turismo sustentável - na região centro-oeste brasileira.;



- Preocupação de todos os setores da sociedade - inclusive o setor público - com relação à conservação dos recursos naturais brasileiros;
 - Nova categoria de clientes em potencial mediante o aumento da participação das camadas sociais de menor poder aquisitivo no fluxo de turismo nacional; e
 - Crescimento do interesse do turista estrangeiro em destinos que apresentem os recursos naturais preservados e com pouca exploração do homem.
- Por fim, em relação à análise do ambiente externo, as **ameaças** identificadas foram:
- Política federal de contenção de gastos públicos que pode levar a uma maior dificuldade na liberação de recursos para investimento na estruturação da atividade turística no **Polo**;
 - Ampliação do turismo de massa na alta temporada das praias do Araguaia, que podem exaurir os recursos naturais e agravar ainda mais as precárias condições de limpeza e saneamento do **Polo**;
 - Descontinuidade das políticas voltadas ao turismo, em decorrência das trocas de gestão (municipal, estadual e federal); e
 - Aumento do índice de informalidade no mercado de trabalho de turismo no Brasil.



3. Justificativa/validação da Área Turística

Neste tópico do trabalho se procede com a avaliação dos segmentos identificados como prioritários e dos atrativos identificados como turísticos ou com potencial turístico. Esta hierarquização é composta à luz de tudo o que já foi diagnosticado e analisado nos itens anteriores. Sendo assim, inicialmente serão hierarquizados os segmentos que serão priorizados no desenho do Plano e deverão ser refletidos nas estratégias no próximo tópico e, em seguida, serão hierarquizados os atrativos que deverão compor o quadro de investimentos do município.

3.1 Priorização dos Segmentos Turísticos

No caso dos segmentos a serem priorizados para o desenvolvimento da política pública de turismo no **Polo Araguaia**, foram levados em consideração cinco fatores:

- **Demanda atual:** este fator avalia se o segmento já é responsável pela demanda turística na região, de acordo com as pesquisas da Secretaria de Turismo/Governo do Estado;
- **Demanda potencial:** este fator analisa qual a capacidade que o segmento possui de atrair novos turistas ao destino, a partir do Plano Cores do Brasil e da avaliação técnica dos principais mercados emissores;
- **Adequação ao perfil do município:** este fator avalia se o segmento em questão está alinhado com as atividades econômicas atualmente desenvolvidas nos municípios do **Polo**, reforçando o caráter transversal do turismo na região;
- **Capacidade de complementaridade com outros segmentos:** este fator analisa a capacidade em se trabalhar mais de um segmento como parte de uma estratégia de complementação de atrativos e diversificação da oferta turística; e
- **Adequação ao posicionamento turístico desejado pelo município:** este fator analisa se o segmento em questão está alinhado com a imagem que o destino deseja projetar de seus produtos no mercado atual e potencial.



Para cada um desses fatores foram atribuídas notas que variaram de 0 a 3, conforme quadro apresentado na sequência.

Quadro 3.1.1
Fatores de Avaliação

Fator Avaliado	Nota 0	Nota 1	Nota 2	Nota 3
Fator 1: Demanda Atual	Principal motivação de 0 a 5% dos turistas	Principal motivação de 6 a 10% dos turistas	Principal motivação de 11 a 15% dos turistas	Principal motivação de mais de 15% dos turistas
Fator 2: Demanda Potencial	Segmento sem capacidade de atração de turistas	Segmento com baixa capacidade de atração de turistas	Segmento com boa capacidade de atração de turistas	Segmento com alta capacidade de atração de turistas
Fator 3: Adequação ao Perfil do Município	Não existe relação entre o segmento e o perfil econômico da região	Existe uma relação fraca entre o segmento e o perfil econômico da região	Existe uma boa relação com o perfil econômico da região	Existe uma relação forte com as principais atividades econômicas da região
Fator 4: Capacidade de complementaridade	Não é possível criar estratégia conjunta com outro segmento	Segmento que depende de outro para se viabilizar	Segmento que pode ser viável só mas ganha quando associado a outro	A estratégia conjunta fortalecerá os segmentos trabalhados
Fator 5: Adequação ao posicionamento desejado	Não é o posicionamento turístico desejado	Não é o posicionamento desejado, mas é posicionamento atual	Pode ser uma imagem secundária, mas não é o posicionamento principal	Corresponde à imagem que o município deseja projetar

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

A partir destes elementos, os segmentos foram avaliados e as notas foram atribuídas seguindo o escalonamento apresentado acima. Desta forma, montou-se a tabela abaixo com as notas



atribuídas aos diversos segmentos identificados no destino. Para finalizar a análise da priorização dos segmentos, foi atribuído peso 2 aos Fatores 1 e 5 (Demanda atual e Adequação ao posicionamento desejado, respectivamente) por se entender que esses fatores são mais relevantes à escolha dos segmentos a serem priorizados. Desta forma, os segmentos foram classificados e hierarquizados a partir da soma das notas atribuídas a cada fator após aplicado os pesos definidos.

Tabela 3.1.1
Segmentos de Avaliação

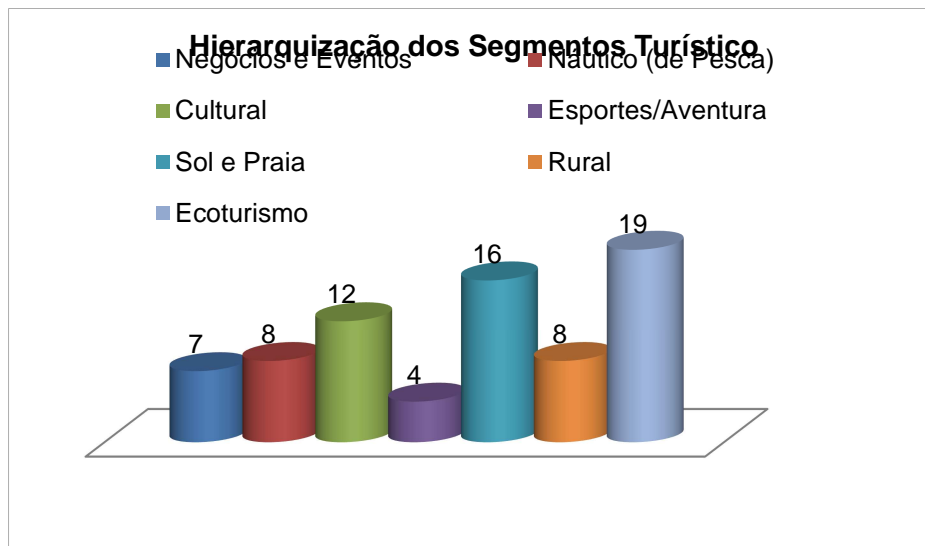
Segmento Avaliado	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Fator 5	Pontuação
Negócios e Eventos	1	1	1	1	1	7
Náutico (de Pesca)	1	1	2	1	1	8
Cultural	1	2	2	2	2	12
Esportes/Aventura	0	1	0	1	1	4
Sol e Praia	3	3	3	2	1	16
Rural	1	1	2	1	1	8
Ecoturismo	2	3	3	3	3	19

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

Sendo assim, o gráfico abaixo apresenta a ordem dos segmentos a serem hierarquizados no desenvolvimento da política pública de turismo local e das estratégias para implementação das mesmas.



Gráfico 3.1.1
Segmentos Priorizados



Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

A partir dos resultados, pode-se concluir que os segmentos de Ecoturismo e Sol e Praia são os de maior relevância no destino, e também são os que apresentam maior potencial de dinamização da atividade na área turística. Esses dois segmentos devem ser priorizados no desenvolvimento das estratégias e da Política Pública de Turismo para o **Polo Araguaia**, trabalhando em conjunto com o segmento de Turismo Cultural, que apresentou bom potencial para o desenvolvimento na região. O quadro abaixo apresenta os principais desafios à estruturação e consolidação dos segmentos apontados como principais neste estudo.

Quadro 3.1.2
Posicionamento Atual X Potencial

Segmento	Situação Atual x Situação Desejada	Prioridades de Investimento
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> Atualmente este segmento ainda é pouco desenvolvido, porém a busca pelos atrativos naturais presentes nos rios Araguaia e das Mortes, no Parque Estadual da Serra Azul e na Serra do Roncador, entre outro, tem transformado este em um importante segmento com potencial de desenvolvimento no curto prazo. As cachoeiras presentes em abundância no 	<ul style="list-style-type: none"> Investimentos na regulamentação, demarcação e estruturação – sobretudo no Parque Estadual da Serra Azul, já delimitado – de áreas de preservação ambiental e outras afins, identificadas com potencial de atração turística (acesso, acessibilidade, sinalização, iluminação, dotação de equipamentos de



Segmento	Situação Atual x Situação Desejada	Prioridades de Investimento
	<p>Polo também atraem visitantes para realizar as trilhas que levam a estes balneários e contemplar também a natureza local. O Ecoturismo guarda ainda uma grande interseção com o segmento de Esportes/Aventura e pode ser explorado praticamente durante todo o ano, sem sofrer interferência de sazonalidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Além disso, esse segmento é sempre potencializado quando trabalhado em conjunto com outro segmento, é objetivo da SEDTUR que este segmento se consolide como agregado aos demais segmentos e seja priorizado para a formação da imagem do destino. 	<p>recepção e serviços ao turista, desenvolvimento de trilhas ecológicas, etc.);</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitação de guias de turismo com foco exclusivo em áreas de proteção ambiental, podendo servir de guias nas trilhas ecológicas dos futuros parques; ▪ Investimento na adequação da legislação ambiental e nos Planos de Manejo, Gestão e Manutenção das áreas priorizadas; ▪ Investimentos na infraestrutura de apoio à atividade de ecoturismo e nas pesquisas para identificação e caracterização do perfil do turista deste segmento no Polo. ▪ Divulgação e promoção do destino de ecoturismo nos mercados estadual e regional.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 		
Sol e Praia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atualmente, é o que mais atrai turistas para o Polo, sobretudo em função da cultura do mato-grossense e do goiano (estado vizinho) em participar dos acampamentos de praia nas altas temporadas. ▪ Apesar de ser um importante segmento na atração de turistas, é justamente neste segmento que o Governo Estadual vem tentando desenvolver estratégias para modificar o perfil do turista que atualmente se desloca até o Polo, sobretudo em função de dois problemas principais: (i) alto índice de turistas que se hospeda em casa de parentes e amigos ou que aluga residências por temporada e não utiliza os serviços e 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investimento em estudos e pesquisas que apontem com maior precisão o perfil do turista atual e o real tamanho deste mercado no Polo; ▪ Investimentos na urbanização de Orlas ao longo do litoral, disciplinando o uso das áreas públicas e provendo os espaços urbanos de equipamentos e serviços públicos para os usuários; ▪ Investimento no desenvolvimento de estudos



Segmento	Situação Atual x Situação Desejada	Prioridades de Investimento
	<p>equipamentos turísticos; e (ii) a alta sazonalidade natural do segmento que gera grandes fluxos de pessoas em curtos períodos do ano e causa muitos problemas de ordem urbana e ambiental.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Existe um grande potencial para desenvolver este segmento em bases sustentáveis. 	<p>associados ao uso sustentável dos atrativos naturais, tais como capacidade de carga, balneabilidade e fatores de proteção ambiental;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Investimento nos sistemas de esgotamento para ampliação da coleta e do tratamento dos esgotos evitando a contaminação das praias e dos atrativos naturais.
▪		
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atualmente, o segmento de Turismo Cultural é incipiente no Polo, embora se destaquem ali atrativos com potencial de gerar demanda ou atender aos objetivos de curto e médio prazo – que incluem o aumento do tempo médio de permanência –, agregando valor aos produtos dos dois segmentos principais do Polo, examinado acima. São eles: a gastronomia regional, reconhecida por visitantes e turistas propensos a visitar o estado; as tradições indígenas presentes em todo o Polo devido à histórica ocupação dos Xavantes, além do misticismo da região que é o centro geodésico do Brasil. ▪ Este segmento pode ser trabalhado em conjunto com o Ecoturismo, fortalecendo o destino e apresentando o Polo como um destino plural, onde se pode aliar a cultura e o saber ao contato com a natureza, potencializando ainda mais a atividade turística na região. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investimento na qualificação dos atrativos culturais presentes (recuperação de prédios históricos e centros de cultura ou oficinas de artesanato, entre outros); ▪ Investimento na criação de roteiros temáticos para facilitar a compreensão e a interação do turista com o patrimônio cultural; ▪ Investimentos na sinalização turística, sobretudo a interpretativa, e na capacitação de guias de turismo para potencializar a experiência de conhecer o patrimônio existente, relativo aos povos indígenas, à colonização do interior do país e ao misticismo (discoporto, por exemplo); ▪ Investimentos na infraestrutura geral e de serviços básicos também como forma de preservar o patrimônio cultural;



Segmento	Situação Atual x Situação Desejada	Prioridades de Investimento
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investimentos em pesquisas e estudos de mercado que permitam conhecer melhor o turista que se desloca até este Polo; ▪ Investimentos na promoção e divulgação do destino no mercado nacional e internacional.

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

3.2 Priorização dos Atrativos Turísticos

Da mesma forma que os segmentos foram priorizados, os atrativos apontados com potencial turístico passaram pelo mesmo processo, porém utilizando-se de fatores diferentes. No caso dos atrativos, serão avaliados para fins de hierarquização os atrativos naturais e culturais que foram analisados no item da oferta. Importante ressaltar que neste tópico serão hierarquizados os atrativos, finalizando o processo de identificação e análise da importância dos atrativos na região.

Os fatores utilizados na hierarquização dos segmentos estão apresentados a seguir:

- **Singularidade do atrativo:** este fator analisa o caráter singular, único, que cada atrativo possui. Este fator deverá indicar quais os atrativos mais diferenciados em relação ao conjunto;

- **Condições de acesso ao atrativo:** este fator irá analisar como está as condições de acesso até o atrativo e como estão as condições de locomoção dentro do atrativo;

- **Condições de infraestrutura:** este fator analisa se existem no atrativo infraestruturas para bem receber o turista e tornar sua experiência agradável e singular;

- **Nível de uso atual:** este fator analisa a demanda atual pelo atrativo.



- **Nível de uso potencial:** este fator analisa a capacidade do atrativo em atrair potenciais turistas;
- **Condições físicas e de serviços básicos do atrativo:** este fator analisa como está o atrativo em relação à sua estrutura de conservação. Neste fator leva-se em consideração a existência de mobiliário público e as condições dos serviços básicos apresentadas pelo atrativo
- **Arranjo institucional e legal:** este fator analisa a questão da gestão e manutenção dos atrativos.

A partir da definição dos fatores de avaliação, foi montada a matriz de avaliação para os atrativos turísticos. Esses fatores deverão ser aplicados a todos os atrativos de forma a priorizar os investimentos necessários ao desenvolvimento da atividade turística.



Quadro 3.2.1
Fatores de validação

Fator Avaliado	Nota 0	Nota 1	Nota 2	Nota 3
Fator 01: Singularidade do Atrativo	Atrativo sem nenhuma característica singular	Atrativo com pequena singularidade	Atrativo de grande singularidade	Atrativo de alta singularidade e apelo turístico
Fator 02: Condições de acesso	Acesso difícil sem via asfaltada e em condições precárias	Acesso sem via asfaltada mas em boas condições	Acesso em via asfaltada em condições precárias	Acesso em via asfaltada em boas condições
Fator 03: Condições de infraestrutura	Não possui centro de recepção de visitantes, lojas e equipamentos (bar/restaurante) e estacionamento	Não possui centro de visitantes, mas possui equipamentos (bar/restaurante) e estacionamento	Possui centro de recepção de turistas e estacionamento, mas não possui lojas e equipamentos	Possui centro de recepção de visitantes, possui lojas e equipamentos e estacionamento
Fator 04: Nível de uso atual	Atrativo não tem visitação atualmente	Atrativo possui pouca visitação atualmente	Atrativo bastante visitado atualmente	Principal atrativo em número de visitação atual
Fator 05: Nível de Uso potencial	Atrativo sem potencial de atração de turistas	Atrativo com potencial de atração mas com pouca capacidade de uso	Atrativo com alto potencial de atração de turistas e com boa capacidade de uso	Atrativo com alto potencial de atração de turistas e com estudo de capacidade de carga
Fator 06: Condições físicas e serviços básicos	Atrativo sem fornecimento de água, arruamento interno, ligação com sistema de esgoto e iluminação pública	Atrativos com fornecimento de água, mas sem arruamento interno, sem ligação com sistema de esgoto e sem iluminação pública	Atrativo com fornecimento de água e arruamento interno, mas sem ligação ao esgotamento sanitário e sem iluminação pública	Atrativo com fornecimento de água, arruamento interno, ligação ao esgotamento sanitário e iluminação pública



Fator Avaliado	Nota 0	Nota 1	Nota 2	Nota 3
Fator 07: Arranjo institucional e legal	Atrativo sem marco legal instituído e sem plano de manejo e plano de gestão e manutenção	Atrativo com marco legal instituído, mas sem plano de manejo e plano de gestão e manutenção	Atrativo com marco legal instituído e com plano de manejo mas sem plano de gestão e manutenção	Atrativo com marco legal instituído e com planos de manejo e de gestão e manutenção

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

A partir destes elementos os atrativos foram avaliados e as notas foram atribuídas seguindo o escalonamento apresentado acima. Desta forma, montou-se a tabela abaixo com as notas atribuídas aos diversos segmentos identificados no destino.

Para finalizar a análise da priorização dos atrativos, foi atribuído peso 2 aos fatores 1, 2 e 4 (Singularidade do atrativo, condições de acesso e Nível de uso atual, respectivamente) por se entender que esses fatores são mais relevante à escolha dos atrativos a serem priorizados. Desta forma, os atrativos foram classificados e hierarquizados a partir da soma das notas atribuídas a cada fator depois de aplicado os pesos definidos. Sendo assim, a tabela abaixo apresenta a ordem dos segmentos a serem hierarquizados no desenvolvimento da política pública de turismo local e das estratégias para implementação das mesmas.

Tabela 3.2.1
Atrativos Avaliados

Atrativos Avaliados	Fator 01	Fator 02	Fator 03	Fator 04	Fator 05	Fator 06	Fator 07
Recanto das Pedras	2	0	0	1	1	0	0
Rio Lageado (Cachoeira Noiva da Serra)	1	0	0	1	1	0	0
Cascata do Tura	1	0	0	1	1	0	0
Rio Araguaia	1	2	1	3	2	2	1



Atrativos Avaliados	Fator 01	Fator 02	Fator 03	Fator 04	Fator 05	Fator 06	Fator 07
Parque Estadual da Serra Azul	2	2	2	1	3	2	3
Serra do Roncador	2	2	2	2	2	0	1
Centro Cultural Valdo Varjao	1	2	1	1	0	3	1
Discoporto	1	2	1	1	1	2	1
Artesanato da Valart	1	2	1	2	2	3	1
Praias do Rio Araguaia em Cocalinho	1	2	1	3	2	2	1
Gruta Seca / Santuário Metafísico	2	0	0	1	1	0	1
Cachoeira da Onça	2	2	0	2	1	0	1
Praias de rio em Luciara	1	2	1	3	1	2	1
Lagoa da Boiúna	1	0	0	1	1	0	0
Lago Perdido	1	0	0	1	1	0	0
Praia do Rio das Mortes	1	2	1	3	2	2	1
Cachoeiras da Ilha do Coco	1	0	0	2	1	0	1
Olho D'Água – fervedouro	2	1	0	1	1	0	1
Trecho do Rio Araguaia oposto à Ilha do Bananal	1	2	1	2	2	2	1
Praia do Morro	1	2	0	2	2	2	1



Atrativos Avaliados	Fator 01	Fator 02	Fator 03	Fator 04	Fator 05	Fator 06	Fator 07
Orla do Cais de São Felix do Araguaia	1	2	0	2	2	2	1

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

Tabela 3.2.2
Notas de Atrativos

Atrativos Avaliados	Nota Final do Atrativo
Recanto das Pedras	7
Rio Lageado (Cachoeira Noiva da Serra)	5
Cascata do Tura	5
Rio Araguaia	18
Parque Estadual da Serra Azul	20
Serra do Roncador	17
Centro Cultural Valdo Varjao	13
Discoporto	13
Artesanato da Valart	17
Praias do Rio Araguaia em Cocalinho	18
Gruta Seca / Santuário Metafísico	8
Cachoeira da Onça	14
Praias de rio em Luciara	17
Lagoa da Boiúna	5
Lago Perdido	5
Praia do Rio das Mortes	18
Cachoeiras da Ilha do Coco	8
Olho D'Água – fervedouro	10
Trecho do Rio Araguaia oposto à Ilha do Bananal	16
Praia do Morro	15
Orla do Cais de São Felix do Araguaia	15

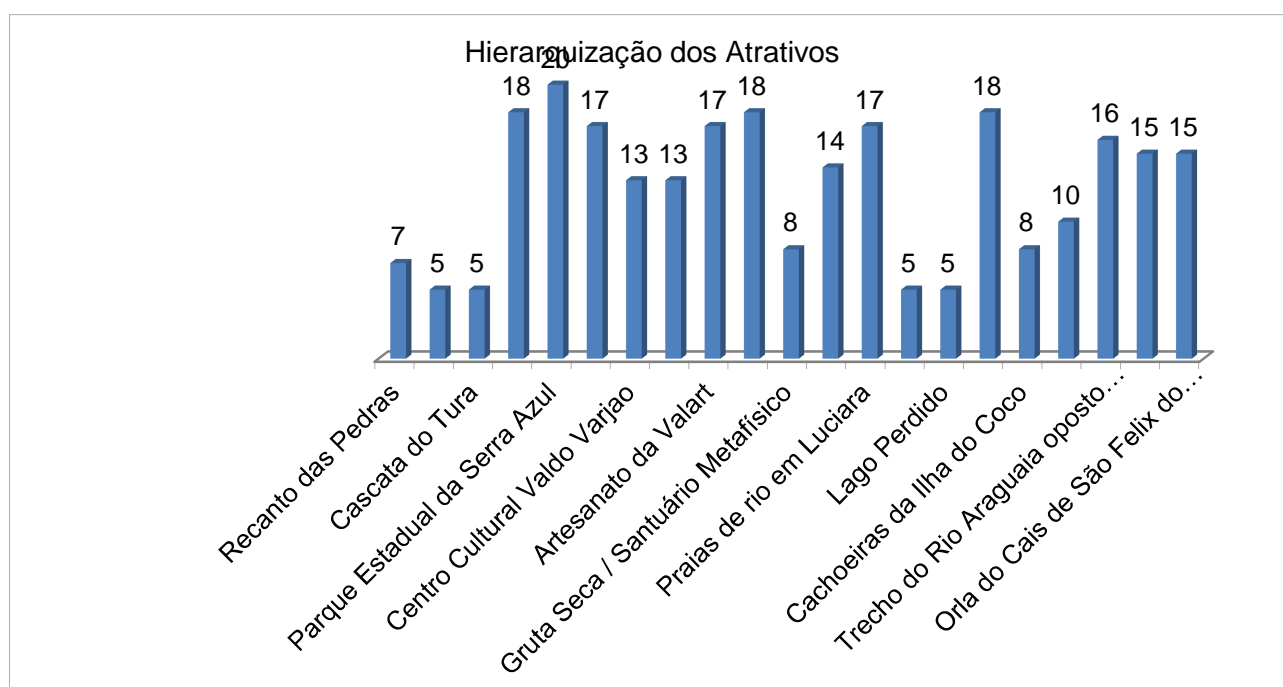
Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

Em função dos fatores de avaliação e da hierarquização dos atrativos aplicada, é possível verificar que o Parque Estadual da Serra Azul, o Rio Araguaia, as praias do Rio Araguaia em Cocalinho e do Rio das Mortes, a Serra do Roncador e o artesanato da Valart devem ser priorizados na



formatação da estratégia de desenvolvimento do turismo local, inclusive na estruturação de material promocional. É possível verificar no gráfico, porém, que apenas o Parque Estadual da Serra Azul alcançou a marca de 20 pontos, enquanto os demais atrativos destacados variaram entre 17 e 18 pontos. Prejudicados pela dificuldade de acesso e pela infraestrutura ainda incipiente ou inexistente no local, os seguintes atrativos registraram menos de 10 pontos: (i) Gruta Seca / Santuário Metafísico; (ii) Cachoeiras da Ilha do Coco; (iii) Recanto das Pedras; (iv) Rio Lageado / Cachoeira Noiva da Serra; (v) Cascata do Tura; (vi) Lagoa da Boiúna; e (vii) Lago Perdido. Entende-se que, em vez de descartá-los como atrativos e possíveis produtos turísticos, a tabela de Avaliação (3.2.2) evidencia a necessidade de investimentos em acesso e infraestrutura afim de que todo o potencial expresso pela singularidade destes atrativos seja aproveitado a fim de gerar demanda e fluxo turísticos.

Gráfico 3.2.1
Hierarquia de Avaliação



Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

Por fim é importante ressaltar que, dos principais segmentos hierarquizados no item anterior, Ecoturismo, Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural e Turismo Náutico (pesca), todos se valem dos atrativos aqui hierarquizados, enquanto que os demais segmentos se beneficiam bastante da estruturação destes atrativos naturais e culturais ora hierarquizados.



4. Estratégia de Desenvolvimento Turístico do Polo Araguaia

Este capítulo apresenta a estratégia para o desenvolvimento sustentável do turismo no Polo Araguaia Mato-Grossense. É preciso ressaltar que esta estratégia foi alinhada e concebida por meio dos resultados das avaliações de campo (questionários de pesquisa primária), entrevistas com gestores locais e, concomitantemente, levando-se em conta os principais pontos da Política Estadual de Turismo do Mato grosso e o Termo de Referência PRODETUR NACIONAL. Para estes últimos, a eficiência do projeto estratégico de desenvolvimento do turismo no Mato Grosso precisa estar conectado aos seguintes pontos: (i) consolidar destinos turísticos e segmentos estratégicos;(ii) transformar o estado em um destino mais competitivo nos mercados regional, nacional e internacional;(iii) fomentar a ampliação da infraestrutura de acesso ; e(iv) assumir o turismo como alavanca para o desenvolvimento, potencializando o desempenho da atividade e a criação de um ambiente adequado e atrativo para investimentos privados nacionais e internacionais.

É função deste capítulo concentrar, sucintamente, as principais estratégias de atuação que darão suporte ao Plano de Ação, dentro da organização de componentes do **PDITS**.

Assim como de praxe em planejamentos de gestão pública, neste processo, dois tópicos adquirem maior relevância. Primeiro, assume-se que o Estado emerge como protagonista cabendo a este:(i) direcionar as políticas públicas para as áreas social e de infra-estrutura de forma a buscar uma padrão sustentável de desenvolvimento;(ii) estimular o desenvolvimento dos serviços e empreendimentos privados com o objetivo de incrementar a renda, o nível de emprego e a qualidade de vida dos residentes nos locais turísticos em questão; e(iii) coordenar e disseminar ações e hábitos de preservação do patrimônio ambiental, histórico e cultural (importante diferencial das localidades e produtos turísticos).

Segundo, a reflexão sobre a atividade turística demanda um envolvimento de toda a sociedade, tornando-se imprescindível a interatividade entre governo, empresários e a sociedade civil. Essa interatividade deve ser viabilizada por meio de mecanismos provenientes da parceria público-privada, visando o desenvolvimento do turismo, em consonância com a tendência mundial no setor. Assim, buscou-se o planejamento participativo, contando com representantes dos setores público e privado, incluindo as organizações sociais.



A participação comunitária acontecerá, primordialmente, por meio do Conselho Estadual de Turismo citado no Arranjo Institucional, o qual terá atribuições de assessoria no acompanhamento e fiscalização das ações previstas. Por meio deste, será possível tornar mais transparente as relações entre os profissionais responsáveis e a comunidade, enfrentando problemas conjuntamente e tomando decisões que reduzam os riscos de erro, uma vez que une pontos de vista da equipe técnica com os da população beneficiada. Além disso, a presença desta organização pode dar suporte para assegurar que as atividades de desenvolvimento sejam planejadas e realizadas de acordo com os objetivos estabelecidos, a longo prazo.

Essa instituição é importante por configurar-se no principal instrumento de descentralização das ações definidas no Plano Nacional do Turismo. É o elo entre o Governo (Estadual e Federal) e os destinos turísticos, sendo o responsável por avaliar e ordenar as demandas do Estado, das Regiões Turísticas e de seus municípios.

É importante ressaltar que boa parte dos municípios do Polo não possuem uma Secretaria Municipal de Turismo como modelo dedicado de gestão do setor. Em geral as secretarias compartilham funções como Secretaria Municipal de Planejamento, Cultura, Esporte, Lazer, Turismo ou Meio Ambiente.

O diagnóstico estratégico contemplou as seguintes análises da área e das suas atividades turísticas: (i) demanda turística atual do Polo Araguaia; (ii) atrativos turísticos dos municípios do Polo; (iii) equipamentos e serviços turísticos existentes no Polo; (iv) infra-estrutura básica e dos serviços gerais; (v) análise institucional dos municípios do Polo; e (vi) aspectos socioambientais.

Após o diagnóstico estratégico, foram definidas as prioridades de desenvolvimento da atividade turística para o Polo de forma a estabelecer as grandes linhas de ação necessárias para que os objetivos sejam alcançados durante o período de vigência deste PDITS.

Para alcançar os objetivos propostos para o **Polo**, a estratégia central do **Polo Araguaia Mato-Grossense** se organiza baseada no aumento do fluxo de turistas que se deslocam em função, principalmente, do segmento de Ecoturismo, atendendo paralelamente aos segmentos de Turismo Náutico (de Pesca), Sol e Praia e Cultural, reduzindo as sazonalidades geradas pelas grandes demandas dos acampamentos de alta temporada.



Com base no diagnóstico realizado e nas áreas críticas de intervenção, as estratégias determinaram as prioridades de desenvolvimento da atividade turística considerando os cinco componentes do **PDITS**, a saber:

(1) o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação

Como já pré-estabelecido nas hipóteses iniciais do diagnóstico e corroborado pelos objetivos definidos para este documento, o segmento de Ecoturismo se desdobra como forte candidato à promoção estratégica do Polo Araguaia Mato-Grossense e equalizados dos problemas sazonais resultantes dos segmentos de Pesca e Sol e Praia.

Neste sentido, o perfil do turista que visita o Polo, poderá ser gradativamente modificado (longo prazo), deixando de ser um turista predominantemente regional e com baixo gasto, para um turista de origem nacional e que tenha nível de consumo maior do que o atual.

Os resultados de campo indicam que há possibilidade de variação no perfil do turista, mas que este, em curto e médio prazos, não perderá sua característica local. A relação do costume regional com as atividades de Sol e Praia, por exemplo, estão diretamente ligadas ao conhecimento das vias de acesso aos principais pontos de visita, bem como à cultura local de aproveitamento do Rio Araguaia como ponto alto do verão.

Assim, o posicionamento esperado para este Polo é de valorização do produto atual para público local, ou seja, manutenção do público regional com possibilidade de formatação de produtos que vão gerar novos visitantes, principalmente por meio de valorização do Ecoturismo e de caracterização deste como um segmento chave para o Polo. Desta forma, as variações de perfil esperadas deverão ser implementadas gradativamente, com a devida estratégia comercial e linhas de produtos formatados para tal.

O resumo do posicionamento estratégico sugerido, a partir do diagnóstico, para os destinos em deste Plano, fica assim estabelecido:



Quadro 4.1
Posicionamento Turístico

Segmento	Posicionamento Atual	Status operacional	Posicionamento Potencial
Sol e Praia	<ul style="list-style-type: none"> • Publico Regional • Baixa venda em pacotes • Publico autoguiado 	<ul style="list-style-type: none"> • Sazonal • Publico Regional • Baixo consumo • Baixo valor agregado 	<ul style="list-style-type: none"> • Publico Nacional • Maior valor agregado para visitas, aliado a outros atrativos
Náutico / Pesca	<ul style="list-style-type: none"> • Publico regional e nacional • Operadores do setor controlam tudo • Comercialização por meio de lista de clientes privados • Baixo consumo local 	<ul style="list-style-type: none"> • Sazonal • Baixo Consumo • Em crescimento por mérito da iniciativa privada 	<ul style="list-style-type: none"> • Sazonal • Maior apelo para a imagem regional
Negócios	<ul style="list-style-type: none"> • Ações privadas isoladas • Sem calendário fixo de eventos 	<ul style="list-style-type: none"> • Em crescimento • Baixa articulação entre organizações públicas e privadas para promoção do setor 	<ul style="list-style-type: none"> • Maior estruturação e calendário de eventos
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Publico regional • Baixo número de atrativos organizados 	<ul style="list-style-type: none"> • Sazonal • Publico Regional 	<ul style="list-style-type: none"> • Publico regional e nacional • Operação durante todo o ano • Conexão com outros setores de comércio (eventos) • Venda e comercialização em pacotes com outros segmentos



Segmento	Posicionamento Atual	Status operacional	Posicionamento Potencial
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Publico Regional • Sem estruturação formal 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso esporádico 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento em conjunto com os demais Segmentos • Sem estratégia definida de curto ou médio prazos • Dependente do crescimento do Ecoturismo e da mudança de perfil dos visitantes

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

(2) as linhas de produto e os tipos de turismo nos quais é necessário concentrar esforços

Como já definido anteriormente, do ponto de vista estratégico, entende-se que as linhas de produto precisam ser voltados para dentro da região do Araguaia. No que diz respeito à nova segmentação, de acordo com o diagnóstico de campo, ficou claro que ha muita condição de ecoturismo, mas que é preciso trabalhar na formatação e priorização de produtos.

É necessário esforço concomitante de gestores públicos e privados para mudar o olhar sobre a condição turística do **Polo Araguaia Mato-Grossense**, ou seja, deixar de olhar somente para o Rio Araguaia e as possibilidades de produtos turísticos oriundos do uso do mesmo e buscar na exuberante fauna e flora marginais os produtos que completam a experiência do visitante da região. Desta forma, esta estratégia buscar organizar as linhas de produtos turísticos do Polo Araguaia da seguinte forma:



Quadro 4.2

Linhas Gerais de Produto por Segmento

Segmento	Linhas de Produtos Atuais	Status de uso	Alternância ou Linha de produto potencial
Sol e Praia	<ul style="list-style-type: none"> • Acampamentos, • Festas de verão, • Uso das margens do Rio em Geral 	<ul style="list-style-type: none"> • Público regional • Perfil regional 	Manutenção dos produtos e atrativos enquanto característica regional, valorizando seu crescimento sustentado
Náutico / Pesca	<ul style="list-style-type: none"> • Excursões pelo Rio Araguaia • Atividades Isoladas particulares 	<ul style="list-style-type: none"> • Público Regional • Atividades Excursionistas Nacionais e Internacionais (com pouca relevância) • Perfil Regional, • Perfil Nacional e Internacional, com baixa relevância no consumo local 	Manutenção dos produtos e atrativos com maior atenção à promoção em nível nacional. No longo prazo, adequação aos novos produtos a serem formatados para Ecoturismo
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas guiadas locais • Visitas autoguiadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Público regional 	Manutenção do público regional e valorização do segmento para tornar-se referência para o Polo. Trabalhar estrategicamente os produtos para terem relevância durante todo o ano.

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

(3) Valorização e exploração dos atrativos turísticos principais

Para o caso específico do **Polo Araguaia Mato-Grossense**, conforme identificado no diagnóstico, ainda há necessidade de formatação generalizada dos atrativos para receber turistas com conforto e eficiência de serviços. Mesmo os atrativos de segmento Sol e Praia, ainda carecem de melhor estruturação, pois os acampamentos e locais de consumo de alimentos ainda se encontram despreparados.



Neste sentido, este documento, neste capítulo, não propõe uma separação de estratégias de exploração dos atrativos por destino, mas sim estudos de ordenamento e formatação enquanto tipos de atrativos ou produtos turísticos. Os atrativos existem, porém não estão formatados comercialmente.

Quadro 4.3
Posicionamento por Tipo de Atrativo

Atrativos	Linhas de Produtos Atuais	Status de uso	Situação desejada
Atrativos Naturais	<ul style="list-style-type: none"> • Praias • Caminhadas • Cavernas 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso desordenado das praias • Uso desordenado dos ecossistemas 	<ul style="list-style-type: none"> • Praias formatadas enquanto produto turístico • Atrativos naturais formatados e com estudos de impacto
Atrativos Culturais	<ul style="list-style-type: none"> • Festa e eventos locais • Misticismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistência de calendário de eventos • Inexistência de identidade comercial com a questão mística 	<ul style="list-style-type: none"> • Calendário de eventos culturais e comerciais • Formatação do segmento de turismo místico

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

(4) Geração de mecanismos de apoio para que os investimentos do setor privado possam se alinhar com os investimentos públicos

Nas avaliações de campo e em pesquisas secundárias não foram encontrados mecanismos atuais de valorização da atividade turística por meio de parcerias público-privadas. Houve identificação de atividades do Sistema S, principalmente SEBRAE, no que diz respeito à capacitação para o turismo, porém de forma isolada.

Assim, para este tópico, sugere-se a estruturação e implementação de processos de fomento e projetos de organização institucional para incentivar o setor de turismo nos municípios.

(5) as infraestruturas e os serviços básicos requeridos

Este item é um dos mais importantes para a conclusão dos resultados específicos do **PDITS** do Araguaia Mato-Grossense. De acordo com as investigações de campo e avaliações de dados



secundários, há grande carência de infraestrutura turística básica, como, por exemplo, sinalização e CAT, mas o principal gargalo está na organização dos mecanismos de acesso.

Os atrativos listados no documento encontram-se, em sua maioria, necessitando reformas para funcionarem em condições básicas de receptividade confortável e com segurança. Por não existir estudos de impactos, nem series históricas quanto ao número de visitantes, não foi possível identificar os diferentes graus de preparação dos atrativos, porém houve clareza na necessidade de readequação de todos para a atividade turística atual, e principalmente, potencial.

No que diz respeito às condições de saneamento e infraestrutura de saúde em geral, houve grande variação nas condições dos municípios, fazendo com que as propostas de adequação para o turismo estejam muito relacionadas à capacidade da gestão pública local de executar os projetos de universalização destes serviços.

Para efeitos de estratégia, neste documento, dar-se-á maior atenção à questão do acesso como grande dificultador estrutura do crescimento do turismo na região. Uma vez que o PDITS visa uma alternância no perfil de turista e a consolidação de um novo segmento (Ecoturismo), torna-se primordial que as condições de acesso – principalmente rodoviário – estejam adequadas aos novos visitantes.

Neste sentido, este trabalho recomendará, do ponto de vista estratégico, o recapeamento, sinalização, asfaltamento e provimento geral de condições de viagem para as estradas que conectam a capital do Estado aos municípios do Polo Araguaia. Esta proposta parte do princípio que sem acesso eficiente será difícil implementar atividades de turismo que não sejam as já, precariamente, existentes.

(6) o quadro institucional, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública do turismo no nível local

Há pouca articulação identificada no **Polo**, no que diz respeito à relação institucional, entre empresários e gestores públicos de turismo. Nenhum dos municípios tem secretaria formal para o setor e, em grande parte, a pasta funciona com precárias condições de pessoal e equipamentos. Neste sentido, a estratégia deve estar voltada para as campanhas de fortalecimento propriamente ditas e adequação de equipamentos à condições dos produtos turísticos atuais e potenciais.



(7) as diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais da área durante o desenvolvimento da atividade turística

A questão ambiental é item de preocupação para qualquer região turística e ganha maior relevância para esta região, que busca valorização de um segmento como Ecoturismo.

Não foram identificados estudos de impacto envolvendo as áreas turísticas e, de acordo com as avaliações de campo, há pouca atenção ao tema nos atrativos. Mais do que um descuido de gestão local, se identificou existência de políticas de turismo com ênfase em meio ambiente ou com campanhas de preservação nos atrativos turísticos.

Neste sentido, este documento busca dar atenção à investigação mais detalhada das condições dos atrativos, visando estabelecer condições mínimas de monitoramento da Gestão Ambiental do Polo Araguaia como um todo.

Para a construção das linhas de Ação, em função do diagnóstico do PDITS, sugere-se a divisão das estratégias gerais de acordo com os cinco componentes do PRODETUR.

COMPONENTE 1 - ESTRATÉGIAS DE PRODUTO TURÍSTICO

A recuperação e a qualificação de áreas turísticas adquirem relevância em função da crescente necessidade de incrementar o poder de competição dos produtos turísticos (novos e já existentes) por meio da reavaliação dos destinos e investimentos em estratégias de re-posicionamento para o segmento de Ecoturismo.

No caso do Polo Araguaia, o segmento de sol e praia destaca-se em alguns municípios, mas deve ser estudado com atenção, pois não se caracteriza como potencial multiplicador da atividade turística em termos de incremento do perfil de gasto geral da demanda. Para o caso do segmento Ecoturismo, há ainda pouca atividade planejada e não há destaque significativo da atividade com responsável pela atração de turistas. No caso do segmento de sol e praia, os principais atrativos, as praias do Rio Araguaia, estão sendo consumidos por um público que apresenta um perfil que consome poucos produtos nos mercados locais, não gerando receitas turísticas no Polo.



O Turismo de pesca também tem destaque em alguns municípios, mas também traz baixo consumo local, pois os viajantes se deslocam, pernoitam e se alimentam utilizando a infraestrutura das embarcações.

O Ecoturismo é um segmento já em atividade no Polo, mas sem maiores investimentos. Apesar da notória capacidade de atração de turistas por meio das belezas naturais, o segmento enfrenta suas principais dificuldades na necessidade de readequação de produtos turísticos e respectivas infraestruturas de ordenamento. Os espaços existentes para visitação carecem de formatação enquanto produtos turísticos e de inserção no portfólio de vendas da região.

- **Estratégia 1:** Consolidar produtos-chave para cada cidade (Operação Sazonal); e
- **Estratégia 2:** Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo.

COMPONENTE 2 - ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO

A região possui um significativo diferencial competitivo ainda menos explorado – Ecoturismo – em toda a sua potencialidade. Apesar de já possuir (poucos) roteiros estruturados não são estrategicamente comercializados localmente. Este segmento ainda permanece pouco procurado pelo público nacional, ou seja:

A necessidade de comercialização dos atrativos em maior escala pode ser um importante diferencial para a alternância do perfil do visitante da região, uma vez que, apesar de pouco preparado para se destacar no cenário nacional, pode combinar o apelo pela natureza, o Pantanal e o Rio Araguaia com segmentos melhor estruturados, como cultural, Pesca e Sol e praia.

Ficou claro na pesquisa primária que a elaboração dos planos de marketing é fundamental para o desenvolvimento de uma estratégia de médio e longo prazos que direcionem os esforços e investimentos do Governo Estadual no sentido de priorizar a aplicação dos recursos públicos nos destinos prioritários e na estruturação dos atrativos mais competitivos, adequando a estratégia de atração de turistas à demanda pelos atrativos que possuem apelos regionais, nacionais e internacionais.

- **Estratégia 1:** Trabalhar o posicionamento de mercado juntamente com o segmento Ecoturismo; e



- **Estratégia 2:** Implantar promoção direcionada para fortalecimento da atividade turística no Polo.

COMPONENTE 3 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

A gestão do turismo no **Polo** está condicionada à cooperação das estruturas organizacionais existentes em nível local, uma vez que elas orientam as relações entre as várias partes da região, seguindo orientação do Governo Estadual e as linhas de desenvolvimento do Governo Federal. Neste sentido, torna-se importante o desenvolvimento de mecanismos institucionais para promover uma melhor atuação do setor de turismo, cooperada, entre as organizações públicas e privadas que atuam no setor de turismo.

Em especial, há necessidade de difusão de conceitos de cooperação, governança local e global e gestão descentralizada. Não há, na maioria dos municípios políticas voltadas exclusivamente para o turismo. As estruturas organizacionais públicas não valorizam o setor e dificultam o desenvolvimento de ações estratégicas. Há necessidade imediata de um sistema ou organização de gestão dos dados de turismo no Estado e, conseqüentemente, nos municípios do Polo. Ao mesmo tempo, urge a necessidade de uma reengenharia dos processos internos uma vez que o modelo de gestão turística atual necessita de investimento em capacitação e tecnologia para melhor controlar e gerir o setor de turismo nos destinos. O crescimento da indústria do lazer fez com que os modelos anteriormente adotados, baseados no “empréstimo” de infraestrutura e de pessoal de outros setores, se tornassem ineficientes para atender a uma área que carece de gestão própria e de maior independência institucional.

- **Estratégia 1:** Fortalecer o sistema de informações do destino; e
- **Estratégia 2:** Fortalecer a estrutura de governança pública do setor de turismo.

COMPONENTE 4 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

Como já destacado, este é o item de maior relevância para o desenvolvimento do turismo no Araguaia, segundo os resultados deste documento.



Além de má estruturação dos atrativos turísticos, o **Polo Araguaia Mato-Grossense** sofre com a inexistência de infraestrutura de saneamento e, principalmente, de acesso rodoviário. A condição das estradas a partir de Cuiabá é item de grande preocupação para os investimentos em turismo na região.

As distancias entre os municípios do **Polo** e os principais pontos de acesso aéreo já são impedimento para o incremento no perfil geral dos visitantes, o que é agravado pela má estrutura viária.

Este componente abrange um leque grande de opções e, de acordo com o diagnóstico, há carência em diversos setores que impactam diretamente a relação do desenvolvimento turístico regional. Porém, para fins de priorização de ações, é necessário dar maior foco aos itens que estão diretamente ligados às condicionantes de verbas para desenvolvimento do setor de turismo, ou seja, acesso – neste caso, rodoviário - e infraestrutura turística propriamente dita.

- **Estratégia 1:** Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado; e

- **Estratégia 2:** Ampliar a infraestrutura turística geral de destinos e atrativos do Polo.

COMPONENTE 5 - GESTÃO AMBIENTAL

A atenção à gestão ambiental contribui para as tentativas do governo de conter os impactos negativos provenientes do mau uso dos recursos turísticos (praia do Araguaia, por exemplo), o crescimento desordenado do mesmo, sem sistema de avaliação, mensuração, regularização e fiscalização do uso dos recursos dos ecossistemas costeiros (Praias, pantanal, pesca, entre outros). De forma concomitante, as avaliações ambientais estratégicas adquirem relevância neste contexto por incluir estudos acerca das relações do homem com o meio ambiente como forma de avaliar a possibilidade, ou não, do aumento da capacidade turística de alguns destinos, principalmente nas regiões de segmentação Ecoturismo.

No Polo identifica-se um avanço de uso dos recursos naturais desordenado, apresentando dificuldades para descarte de lixo público, falta de monitoramento de capacidade de carga, estudos de zoneamento ecológico ou controle dos atrativos visitados. Aterros sanitários e



conexões ao sistema de água são itens que permeiam as discussões em nível de gestão ambiental e infraestrutura e que, para o caso do Polo Araguaia, recebem recursos e Ações ainda incipientes para solucionar as carências locais.

É importante ressaltar que, devido a inexistência de informações e de instrumentos de planejamento e controle territorial, não foi possível identificar e avaliar os impactos ambientais do turismo. Também não foi possível avaliar o grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento do turismo da região.

Sendo assim, indica-se que o Zoneamento Econômico-Ecológico e a elaboração de Planos Diretores Municipais sejam fundamentais no processo de planejamento sustentável do turismo nos municípios do polo Araguaia.

De forma complementar, torna-se necessário e premente a realização dos Estudos de Impacto Ambiental, Planos de Manejo e Planos de Ordenamento Territorial que apontem as capacidades de determinados destinos receberem mais turistas, principalmente para o segmento potencial.

- **Estratégia 1:** Estruturar o sistema de gestão ambiental (local) do Polo ; e
- **Estratégia 2:** Ampliar a oferta de áreas naturais estruturadas para uso turístico.

O conjunto das estratégias de ação, por componente, é apresentado na tabela a seguir:

Quadro 4.3
Estratégias Gerais

COMPONENTE	ESTRATÉGIAS
ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO	Estratégia 1: Consolidar produtos-chave para cada cidade (Operação Sazonal)
	Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo.
ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO	Estratégia 1: Trabalhar o posicionamento de mercado juntamente com o segmento Ecoturismo
	Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para fortalecimento da atividade turística no Polo



COMPONENTE	ESTRATÉGIAS
FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	Estratégia 1: Fortalecer o sistema de informações do destino
	Estratégia 2: Fortalecer a estrutura de governança pública do setor de turismo
INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS	Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado do Mato Grosso
	Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura turística geral de destinos e atrativos do Polo
GESTÃO AMBIENTAL	Estratégia 1: Estruturar o sistema de gestão ambiental (local) do Polo
	Estratégia 2: Ampliar a oferta de áreas naturais estruturadas para uso turístico

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

5. Plano de Ação

Concluídas as fases de diagnóstico, definição dos objetivos e estratégias para o Polo da Região Metropolitana, desenvolveu-se o Plano de Ação que norteará a implementação dos investimentos necessários ao desenvolvimento do **Polo** de forma a atingir os objetivos elencados por meio da implementação das Estratégias definidas.

A construção deste plano de ação segue uma lógica para apresentação, conforme Regulamento Operacional do **PRODETUR Nacional**, de:

“uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimentos a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável, independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis”

As Ações aqui propostas vão ao encontro do estabelecimento de um ponto de partida para transformação do Polo Araguaia Mato-Grossense em região turística e, por isso, focam, sobretudo, na infraestrutura básica e turística. No Plano, os investimentos previstos estão agrupados a partir dos principais objetivos de cada componente do programa. As oficinas do **PDITS Polo Araguaia Mato-Grossense** foram relevantes para a validação de ações a serem



executadas na região, mas o processo de priorização se deu primordialmente entre os escalões mais altos de governança do Estado do Mato Grosso.

5.1 Visão Geral das Ações

COMPONENTE 1 - ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO

JUSTIFICATIVA

A recuperação ou a qualificação de áreas turísticas adquire relevância em função da crescente necessidade de incrementar o poder de competição dos produtos turísticos (novos e já existentes) por meio da reavaliação dos destinos e investimentos em estratégias de reposicionamento de mercado nas modalidades específicas.

No caso do **Polo Araguaia Mato-Grossense**, é notório que o segmento de Sol e Praia já está mais consolidado que o Ecoturismo (potencial) e que Negócios e Eventos e Cultura ainda não se destacam no **Polo**. Porém, todos apresentam desafios a serem superados, principalmente no que diz respeito à formatação de produtos turísticos. No caso do segmento de Sol e Praia, os principais atrativos, as praias do Rio Araguaia e afluentes, estão sendo consumidos por um público que apresenta um perfil semelhante ao de residentes regionais e com baixo consumo local.

O ecoturismo ainda é um segmento potencial e carece de estruturação para seu funcionamento. Como foi observado nas estratégias resultantes do diagnóstico, é possível estabelecer linhas de investimento para o crescimento deste, mas a maior parte das Ações estará voltada para a organização estrutural. O turista de negócios e eventos pode consumir o segmento de Sol e Praia, quando tiver mais tempo para se deslocar pelo **Polo**, ou mesmo ampliar sua estadia para conhecer o patrimônio histórico local.

O quadro a seguir apresenta as estratégias estabelecidas para o componente 1: Estratégia do Produto Turístico com suas respectivas ações, objetivos, produtos/resultados.



Quadro 5.1.1

Visão Geral das Ações do Componente 1 no Polo Araguaia Mato-Grossense

Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	Polo Araguaia	Implementar inventário turístico com priorização de atrativos por segmento	Realizar inventário turístico	Desenvolvimento de projeto para levantar todos os atrativos do Polo, suas condições de uso e informações de inventário turístico para priorização de produtos.	Inventário de todos os produtos turísticos
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	Polo Araguaia	Regulamentar e implementar a estruturação turística nos atrativos de Sol e Praia	Padronizar os atrativos de sol e praia para receber turistas regionais.	Implementar projeto para regulamentação do uso das praias do Rio Araguaia, como, por exemplo, sinalização, locais de estacionamento, locais de convívio e alimentação, área de segurança.	Padronização do produto turístico Sol e Praia no Araguaia
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	Polo Araguaia	Fomentar a adequação ao Manual de Acessibilidade do MTur	Equalizar a adoção do Manual de Acessibilidade nos municípios do Polo	Estabelecer mecanismos para difusão da necessidade de adequação ao Manual de Acessibilidade do MTur nos atrativos turísticos	Projetos de fomento executados
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	Barra do Garças	Formatar o portão de entrada para Serra do Roncador	Fomentar o uso da cidade como portão de entrada para Serra do Roncador	Dada a organização e melhor estrutura turística, a cidade de Barra do Garças pode ser utilizada como cidade de acesso à região da Serra do Roncador	Composição de nova imagem de Portão de Entrada
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	Água Boa	Fomento à organização de eventos e incentivo ao Turismo de Negócios	Incentivo ao Turismo de Negócios	Fomentar a organização de eventos e o consequente desenvolvimento do turismo de negócios na cidade.	Calendários de eventos planejados



Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	Barra do Garças	Organização de roteiro turístico para o Turismo Místico	Ampliar a roteirização turística para o subsegmento	Fomentar a organização do Turismo Místico para que se torne referência para a cidade	Roteiro de turismo místico estruturado
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	São Félix do Araguaia	Fomentar o Turismo de Sol e Praia no Município	Promover o principal atrativo do município e sua consolidação no mercado regional	Incentivar e organizar as atividades referentes ao turismo de Sol e Praia (Rio Araguaia e Rio das Mortes) com objetivo de consolidar a cidade como referência para esta atividade na região do Polo Araguaia	Projetos de fomento executados
Estratégia 1: Consolidar Produtos-chave para cada cidade (operação sazonal)	Cocalinho	Fomentar o Turismo de Sol e Praia no Município	Promover o segmento no município e sua consolidação regional	Incentivar e organizar as atividades referentes ao turismo de Sol e Praia (Rio Araguaia)	Projetos de fomento executados
Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo	Polo Araguaia	Qualificação profissional em nível técnico e empresarial para o Polo	Qualificar os técnicos e empresários para o Ecoturismo	Estabelecer mecanismos de qualificação para preparar os gestores públicos e privados para lidar com a nova segmentação.	Empresários e técnicos do setor qualificados em Ecoturismo
Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo	Polo Araguaia	Reformas paisagísticas para consolidação do segmento Ecoturismo	Estruturar a paisagem (espaço público) dos destinos para formatação do conceito de Polo de Ecoturismo	Acompanhar o processo de formatação de novo segmento na região valorizando o aspecto paisagístico	Novas estruturas paisagísticas de valorização do meio ambiente
Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo	Polo Araguaia	Promoção de eventos técnicos em Ecoturismo	Realizar eventos de valorização do segmento ecoturismo	Captar eventos e promover atividades técnicas que potencializem a relação dos visitantes e gestores locais com a nova segmentação de Ecoturismo	Realização de eventos técnicos em todos os municípios



Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo	Confresa	Estruturação do Ecoturismo como segmento principal para o turismo na cidade	Formatar a segmentação de ecoturismo	Estabelecer critérios mínimos para utilização do segmento Ecoturismo na cidade.	Ecoturismo formatado
Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo	Nova Xavantina	Estruturação do Ecoturismo como segmento principal para o turismo na cidade	Formatar a segmentação de Ecoturismo	Estabelecer critérios mínimos para utilização do segmento Ecoturismo na cidade.	Ecoturismo formatado
Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo	Água Boa	Estruturação do Ecoturismo como segmento relevante para o turismo na cidade	Formatar a segmentação de Ecoturismo	Estabelecer critérios mínimos para utilização do segmento Ecoturismo na cidade.	Ecoturismo formatado
Estratégia 2: Qualificar os destinos para o segmento Ecoturismo	Cocalinho	Estruturação do Ecoturismo como segmento relevante para o turismo na cidade	Formatar a segmentação de Ecoturismo	Estabelecer critérios mínimos para utilização do segmento Ecoturismo na cidade e arredores, principalmente cavernas.	Ecoturismo formatado



COMPONENTE 2 - ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO

JUSTIFICATIVA

A região compreendida no **Polo** ainda não possui um significativo diferencial competitivo. Seus produtos estão presos ao uso regional, principalmente pelo uso das Praias de rio. O **Polo** carece de produtos novos ou ainda não explorados e que possam ser trabalhados em toda a sua potencialidade. Não se identificou roteiros estruturados, além dos poucos comercializados localmente. Estes ainda permanecem desconhecidos do público em geral e até mesmo dos próprios turistas oriundos do Estado.

A necessidade de comercialização de novos atrativos em escala nacional é latente, uma vez que o **Polo** espera se destacar no cenário nacional e diferenciar-se do atual perfil de turista que consome seus produtos.

Assim, a elaboração de planos de marketing e comercialização pode ser um bom ponto de partida, uma vez definidos os produtos de comercialização, para o desenvolvimento de uma estratégia de médio e longo prazos que direcionem os esforços e investimentos do Governo Estadual no sentido de aplicar os recursos públicos nos destinos prioritários e na estruturação dos atrativos mais competitivos, adequando a estratégia de atração de turistas regionais e nacionais à demanda pelos segmentos Sol e Praia, Ecoturismo e Negócios e Eventos.

O quadro a seguir apresenta as estratégias estabelecidas para o Componente 2 - Estratégia de Comercialização com suas respectivas ações, objetivos, produtos/resultados.



Quadro 5.1.2
Visão Geral das Ações do Componente 2

Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 1: incentivar o posicionamento de mercado juntamente com o segmento Ecoturismo	Polo Araguaia	Elaborar Plano de Marketing Integrado	Estabelecer uma estratégia de Marketing	Desenvolver plano de Marketing e comercialização, abordando os possíveis posicionamentos para os segmentos em estudo.	Plano de Marketing elaborado
Estratégia 1: incentivar o posicionamento de mercado juntamente com o segmento Ecoturismo	Polo Araguaia	Implementação de ações estratégicas de comercialização	Implementar as ações de Marketing	Desenvolver as ações sugeridas no Plano de Marketing	Ações estratégicas de comercialização
Estratégia 1: incentivar o posicionamento de mercado juntamente com o segmento Ecoturismo	Barra do Garças	Implementação de estratégia de comercialização das visitas aos parques regionais	Valorizar o Ecoturismo e os aspectos místicos	Desenvolver projetos integrados de valorização do Ecoturismo entre os visitantes que buscam segmento místico	Ações estratégicas de comercialização
Estratégia 1: incentivar o posicionamento de mercado juntamente com o segmento Ecoturismo	Cocalinho	Promover a comercialização das grutas de Cocalinho	Estabelecer processo de promoção direcionado para as grutas de mergulho em Cocalinho	Desenvolver estratégias de comercialização de produtos de mergulho em cavernas.	Projetos de comercialização implementados
 					
Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para o fortalecimento da atividade turística no Polo	Polo Araguaia	Promoção e realização de rodadas de negócios para atração turística	Ampliar participação de empresas na venda de produtos turísticos	Realizar eventos de rodadas de negócios	Ampliação do leque de empresas operando na região
Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para o fortalecimento da atividade turística no Polo	Polo Araguaia	Elaboração de Portal de Internet	Estruturar um Portal do Polo Araguaia MT	Construir Portal de Comercialização para Polo	Portal em funcionamento



Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para o fortalecimento da atividade turística no Polo	Polo Araguaia	Programa de Captação de Investimentos	Estabelecer programa para captar novos investidores de turismo	Estabelecer linhas de financiamento para criação de novos atrativos e incentivos a novos empresários de turismo	Aumento do número de investimentos em turismo
Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para o fortalecimento da atividade turística no Polo	Polo Araguaia	Implementar programa de monitoramento de oferta e demanda	Estabelecer programa para estudar a oferta e a demanda turísticas no Polo	Consolidar estudos de demanda e oferta turística e estabelecer processo de monitoramento de desempenho	Estudos realizados
Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para o fortalecimento da atividade turística no Polo	Água Boa	Formatação de calendário de eventos	Criar Calendário de eventos para divulgação	Criar Calendário de Eventos e implantar estratégias de comercialização a partir das datas propostas	Calendário de eventos implementado
Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para o fortalecimento da atividade turística no Polo	Barra do Garças	Desenvolver projeto de comercialização integrada dos produtos turísticos locais	Comercializar produtos que integrem os diferentes segmentos oferecidos	Aproveitamento da capacidade turística da cidade para valorização dos diversos atrativos e composição de sua comercialização integrada.	Projetos de comercialização implementados
Estratégia 2: Implantar promoção direcionada para o fortalecimento da atividade turística no Polo	Polo Araguaia	Desenvolver Guia Turístico Regional	Elaborar um Guia Turístico único para todo o Polo Araguaia	Ter informação específica em forma de folheteria ou livro para turistas da região	Guia Turístico produzido



COMPONENTE 3 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

JUSTIFICATIVA

A gestão do turismo no **Polo** está condicionada à cooperação das estruturas organizacionais existentes em nível local, uma vez que elas orientam as relações entre as várias partes da região, seguindo orientação do Governo Estadual e as linhas de desenvolvimento do Governo Federal. Neste sentido, torna-se importante o desenvolvimento de mecanismos institucionais para promover uma melhor atuação cooperada entre as organizações públicas e privadas do setor de turismo.

Não foram identificados mecanismos institucionais eficientes para a Gestão do Turismo no Polo Araguaia Mato-Grossense. Em geral, as Secretarias de Turismo estão ligadas a outras Secretarias da Gestão Municipal e não apresentam independência administrativa para o setor de turismo.

Em especial, há necessidade de difusão de conceitos de cooperação, governança local e global e gestão descentralizada. Há necessidade imediata de um sistema ou organização de gestão dos dados de turismo no Estado e de investimento em capacitação, infraestrutura e tecnologia para melhor controlar e gerir o setor de turismo. O crescimento da indústria do lazer depende da existência de mecanismos próprios de gestão do setor e não pode mais estar baseado no “empréstimo” de infraestrutura e de pessoal de outros departamentos.

Também não foram identificadas instrumentos e políticas de incentivo ao financiamento de investimentos das empresas do setor de turismo. Sendo assim, se faz necessário a criação de mecanismos de incentivo a iniciativa privada, como por exemplo, facilidades de acesso ao crédito através das, linhas de financiamento especiais para o turismo.

O quadro a seguir apresenta as estratégias estabelecidas para o componente 3: Fortalecimento Institucional com suas respectivas ações, objetivos, produtos/resultados.



Quadro 5.1.3
Visão Geral das Ações do Componente 3

Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 1:fortalecer o sistema de informações do destino	Polo Araguaia	Criação de sistema de gestão de informação e pesquisa em turismo	Criar sistema de coleta de informações estratégicas e pesquisa de campo	Estruturar um sistema de informações que gere dados suficientes para se fazer estudos de mercado e avaliação de dados históricos sobre as visitas turísticas no Polo	Sistema de informações implantado
Estratégia 1:fortalecer o sistema de informações do destino	Polo Araguaia	Criação de modelo integrado de pesquisa em CATs (Centros de Atendimento ao Turista)	Criar CATs responsáveis por dar e coletar informações em tempo real	Incentivar a criação de CAT em todos os municípios e mantê-los integrados para coleta de informação em tempo real.	CAT e sistema implantados
Estratégia 1:fortalecer o sistema de informações do destino	Polo Araguaia	Estudos de viabilidade e impacto para atividades turísticas atuais e potenciais	Realizar estudos de viabilidade e impactos em turismo	Realizar estudos de impactos que possam auxiliar a gestão pública e privada do turismo	Estudos de Viabilidade contratados
Estratégia 1:fortalecer o sistema de informações do destino	Polo Araguaia	Desenvolver estudo e implementação de adequação cartográfica do Polo ao Sistema GPS	Maximizar as possibilidades de acesso ao polo por meio de sistema GPS	Realizar estudos e executar processo de adequação das estradas e atrativos turísticos do Polo Araguaia ao sistema GPS utilizado por veículos rodoviários.	Estudos realizados e sistema implementado
Estratégia 2:Fortalecer a estrutura de governança pública do Estado do MT	Polo Araguaia	Capacitação Técnica e Gerencial da Gestão Pública no Polo	Qualificar gestores e técnicos em turismo	Estruturar as equipes das secretarias municipais e estaduais para atuar estrategicamente no setor de turismo. Programa de cooperação com universidades locais, como a UNEMAT	Cursos de Capacitação em operação



Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 2:Fortalecer a estrutura de governança pública do Estado do MT	Polo Araguaia	Equipar órgãos de turismo	Compra de equipamentos para auxiliar a gestão do turismo	Preparar as secretarias municipais e estaduais com equipamentos que facilitem e agilizem a gestão do turismo	Equipamentos em operação
Estratégia 2:Fortalecer a estrutura de governança pública do Estado do MT	Polo Araguaia	Estruturar projeto de Benchmarking estratégico	Projeto para conhecimento de melhores práticas em turismo em cidades com segmento Ecoturismo	Avaliação de atividades em cidades que desenvolvem o Ecoturismo para levantamento de melhores práticas a serem aplicadas no Polo Araguaia	Projeto de <i>benchmarking</i> em operação
Estratégia 2:Fortalecer a estrutura de governança pública do Estado do MT	Polo Araguaia	Fomento à gestão estratégica do turismo	Fomentar a organização das estruturas de gestão do turismo em cada município	Aumentar a autonomia de gestão pública do turismo por meio de reestruturação dos órgãos gestores municipais	Órgãos Reestruturados
Estratégia 2:Fortalecer a estrutura de governança pública do Estado do MT	Polo Araguaia	Fomento à criação de Planos Municipais de Turismo	Ter Planos municipais em todos os municípios com atividade turística	Implementar Planos Municipais em todas as cidades do Polo.	Planos implementados



COMPONENTE 4 - INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS

JUSTIFICATIVA

Este é o item de maior relevância para o desenvolvimento do turismo no **Polo Araguaia Mato-Grossense**. Para que se desenvolva com eficácia e eficiência, o turismo carece de boa infraestrutura de acesso ao destino e de locomoção dentro do mesmo. Desde sinalização até a pavimentação de vias, é imperativo que os visitantes cheguem e se desloquem sem maiores dificuldades, aumentando sua disponibilidade de tempo para gastos dentro do **Polo** e visitação de vários atrativos.

A região está mal estruturada turisticamente. Não se identificou boa sinalização e há municípios sem vias asfaltadas até seu portão de entrada. O acesso irregular compromete o desenvolvimento dos seus principais e segmentos potenciais seja por falta de infraestrutura geral, seja por inadequação da infraestrutura atual ao aumento de demanda. O quadro a seguir apresenta as estratégias estabelecidas para o componente 4: Infraestrutura Geral e Serviços Básicos com suas respectivas ações, objetivos, produtos/resultados.



Quadro 5.1.4
Visão Geral das Ações do Componente 4

Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado	Polo Araguaia	Manutenção e asfaltamento de estradas estaduais que servem ao Polo Araguaia	Recapeamento ou asfaltamento de estradas do Polo Araguaia	Estabelecer processo de manutenção das estradas que servem o Polo Araguaia como forma de facilitar o deslocamento entre os municípios	Estradas asfaltadas
Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado	Polo Araguaia	Asfaltamento de acessos a atrativos turísticos e destinos turísticos	Aumentar a capilaridade e circulação de turistas regionais e nacionais no Polo Araguaia	Proporcionar asfaltamento dos acessos aos principais destinos turísticos e respectivos atrativos.	Acessos a destinos e atrativos 100% asfaltados.
Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado	Polo Araguaia	Reforma e construção de Terminais Rodoviários	Implementar Terminais Rodoviária em todos os municípios	Apenas metade dos municípios possui Terminais Rodoviários. A composição de novos terminais ou construção de novos facilitará o deslocamento de qualidade entre as cidades do Polo.	Terminais implementados
Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado	Luciara	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	Complementar as conexões de asfalto no município	Implementar asfaltamento complementar, hoje não existente.	Estradas Asfaltadas
Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado	Confresa	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	Complementar as conexões de asfalto no município	Implementar asfaltamento complementar, hoje não existente.	Estradas Asfaltadas



Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado	São Félix do Araguaia	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	Complementar as conexões de asfalto no município	Implementar asfaltamento complementar, hoje não existente.	Estradas Asfaltadas
Estratégia 1: Ampliar a oferta de estradas asfaltadas entre as cidades do Polo e suas conexões com a capital do Estado.	Cocalinho	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	Complementar as conexões de asfalto no município	Implementar asfaltamento complementar, hoje não existente.	Estradas ou acessos Asfaltados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Implementação de sinalização turística	Implementar sinalização turística em todos os atrativos do Polo	Estabelecer sinalização turística oficial para todos os atrativos estruturados no Polo Araguaia, incluindo sinalização de acesso	Sinalização implementada
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Barra do Garças	Projeto de ampliação do Aeroporto de Barra do Garças para uso turístico	Readequar o aeroporto de Barra do Garças para uso turístico	Estabelecer processo de readequação do aeroporto para recepção de voos comerciais regulares	Aeroporto recebendo voos regulares e comerciais.
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	São Félix do Araguaia	Projeto de ampliação do Aeroporto de São Félix do Araguaia para aumento de capacidade de seu uso turístico	Readequar o aeroporto de São Félix do Araguaia para uso turístico	Estabelecer processo de readequação do aeroporto para recepção de novos voos comerciais regulares	Aeroporto recebendo novos voos regulares e comerciais, além dos atualmente operados no destino.
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Qualificação de atrativos turísticos	Estabelecer projeto de reforma e estruturação dos atrativos	Por meio de reformas e adequação aos tipos de segmentos turísticos do Polo Araguaia, busca-se a qualificação dos atrativos para receber turistas regionais, nacionais e internacionais	Atrativos qualificados



Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Fomento à realização de estudos de viabilidade para utilização da capacidade hidroviária do Rio Araguaia	Prover o Polo com estudos de viabilidade para utilização do Rio Araguaia como meio de transporte	Estudar as possibilidades de utilização dos recursos Hidroviários do Rio Araguaia	Projeto de Viabilidade Realizado
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Executar Estudos de balneabilidade para os atrativos de Sol e Praia	Ter estudos de balneabilidade para os municípios com turismo de Sol e Praia	Propor estudos que valorizem o atrativo turístico por meio da apresentação da situação de balneabilidade nas diferentes épocas de cheia	Estudos de balneabilidade feitos periodicamente
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Criação de infraestrutura sanitária básica	Ter tratamento de esgoto em todos os municípios do Polo e maximizar as conexões ao sistema de águas	Universalizar as conexões de água e o tratamento de esgoto nos municípios	Projetos de infraestrutura sanitária executados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Reforma e ampliação do sistema de abastecimento de águas	Maximizar as conexões de abastecimento de água	Construção de infraestrutura de captação, adução e tratamento de água para os municípios com atividade turística	Projetos de tratamento de água executados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Água Boa	Reforma e ampliação do sistema de águas e tratamento de esgoto	Ter tratamento de esgoto em todos os bairros do município	Universalizar as conexões de água e o tratamento de esgoto nos municípios	Água e esgoto tratados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Barra do Garças	Reforma e ampliação do sistema de águas e tratamento de esgoto	Ter tratamento de esgoto em todos os bairros do município	Universalizar as conexões de água e o tratamento de esgoto nos municípios	Água e esgoto tratados



Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Implementação de sistemas de coleta e tratamento de lixo	Ter sistema de tratamento adequado de lixo	Por meio de política de descarte de lixo e coleta adequada esta ação visa à eliminação dos lixões e da queima de lixo nos municípios do Polo	Novos sistemas de coleta e descarte de lixo implementados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Polo Araguaia	Reforma e ampliação de sistemas de drenagem na área urbana dos municípios	Reformar sistemas de drenagem	Os alagamentos são constantes em todo o Polo e podem ser mitigados por meio de ampliação do sistema de drenagem	Projetos de ampliação de sistemas de drenagem e infraestrutura de suporte executados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	São Felix do Araguaia	Urbanização da orla do cais	Estruturar a orla do cais do município para maximização de seu uso	A orla do cais do município é utilizada de forma indevida, e precisa de reforma; ação para maximização do seu uso	Projetos de recuperação e reforma da orla executados
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	São Félix do Araguaia	Reforma e ampliação da infraestrutura de embarque e desembarque para passeios à Ilha do Bananal - Rio Araguaia	Reformar a área de embarque	Organizar a infraestrutura de acesso a passeios náuticos e embarcações particulares no Rio Araguaia	Área de embarque reformada
Estratégia 2: Ampliar a infraestrutura básica e turística geral de destinos e atrativos do Polo	Luciara	Realizar estudo de adequação quanto à possibilidade de embarque e desembarque para passeios à Ilha do Bananal - Rio Araguaia	Reformar a área de embarque	Organizar a infraestrutura de acesso a passeios náuticos e embarcações particulares no Rio Araguaia	Estudo realizado



COMPONENTE 5 - GESTÃO AMBIENTAL

JUSTIFICATIVA

Os sistemas de gestão ambiental contribuem para as tentativas do governo de conter os impactos negativos provenientes do rápido crescimento do turismo sem produção organizada de sistema de avaliação, mensuração, regularização e fiscalização do uso dos recursos dos ecossistemas costeiros (mata atlântica, mangue, restingas, entre outros). De forma concomitante, as avaliações ambientais estratégicas adquirem relevância neste contexto por incluir estudos acerca das relações do homem com o meio ambiente como forma de avaliar a possibilidade, ou não, do aumento da capacidade turística de alguns destinos, principalmente nas regiões banhadas pelos recursos turísticos hídricos.

No Polo há uso desordenado dos atrativos turísticos como, por exemplo, uso irregular das Praias de rio e contaminação das areias. O **Polo** já demonstra uma preocupação com a questão da sustentabilidade, principalmente por conta de sua potencial capacidade para o Ecoturismo. Porém, de forma complementar, torna-se necessário e premente a realização dos Estudos de Impacto Ambiental, de Manejo e de Ordenamento Territorial que verifiquem, inclusive, as capacidades de determinados locais receberem novos turistas.

Prevendo o potencial crescimento do Ecoturismo, considerando os resultados das avaliações de impacto e, em consonância com as políticas já em andamento de desenvolvimento social, será possível dinamizar o turismo em áreas protegidas, educando população e turistas para a necessidade de preservação do ambiente natural, fonte de receita. O quadro a seguir apresenta as estratégias estabelecidas para o componente 5: Gestão Ambiental com suas respectivas ações, objetivos, produtos/resultados.



Quadro 5.1.5
Visão Geral das Ações do Componente 5

Estratégias	Abrangência	Ação Proposta	Objetivo da ação	Descritivo da Ação	Produtos / Resultados
Estratégia 1: Estruturar o sistema de gestão ambiental do Polo	Polo Araguaia	Realizar estudo de impacto e análise ambiental estratégica no Polo	Aumentar a capacidade da gestão pública para administrar a potencialidade ambiental e turística do Polo	Realizar estudo de impacto do turismo na gestão ambiental do Polo Araguaia, identificando áreas críticas de crescimento e áreas pouco exploradas	Estudo de impacto realizado
Estratégia 1: Estruturar o sistema de gestão ambiental do Polo	Polo Araguaia	Elaborar planos de manejo e Planos de ordenamento Territorial	Realização de planos de manejo que vão auxiliar a gestão ambiental no Polo.	Elaborar documentos técnicos que garantirão os direcionamentos possíveis para a gestão sustentável do turismo, inclusive para unidades de conservação.	Planos de manejo e de ordenamento territorial elaborados
Estratégia 1: Estruturar o sistema de gestão ambiental do Polo	Polo Araguaia	Estabelecer Programa de Capacitação em Gestão Ambiental	Programa de Capacitação em gestão para gestores públicos e privados	Desenvolver ciclo de capacitação para gestão ambiental do turismo, com público alvo na gestão pública e privada do turismo	Cursos e eventos de capacitação realizados
Estratégia 2: Ampliar a oferta de atrativos naturais estruturados para uso turístico	Polo Araguaia	Estruturação de ambientes naturais, inclusive áreas de conservação existentes para serem utilizados como pontos de visitação	Ordenar o uso das áreas naturais e unidades de conservação para o turismo	Elaboração de estudos e metodologias para organização de áreas naturais e estruturação do uso das unidades de conservação	Estudos e metodologias de organização de áreas turísticas de visitação elaborados
Estratégia 2: Ampliar a oferta de atrativos naturais estruturados para uso turístico	Polo Araguaia	Incentivo à preservação ambiental	Ampliação do patrimônio ambiental do Polo Araguaia para uso turístico	Organização de projetos de incentivo à preservação ambiental com objetivo de aumentar a capacidade de atratividade do Polo para Ecoturismo, por meio de controle regional do uso do meio ambiente	Projetos de incentivo executados



Estratégia 2: Ampliar a oferta de atrativos naturais estruturados para uso turístico	Polo Araguaia	Capacitação de Guias e Monitores de Turismo	Capacitar pessoal especializado para Gestão Ambiental do Turismo	Promover cursos de capacitação para monitoramento e visitação guiada dos atrativos com fragilidade ambiental	Projetos de capacitação de guias e monitores executados



5.2 Dimensionamento do Investimento Total

Após a identificação das ações por área de atuação para o **Polo** e por município, foi elaborado o correspondente dimensionamento dos investimentos, estruturado em um quadro que indica os investimentos totais a serem realizados, em Real e Dólar, com a cotação de câmbio utilizada (US\$ 1,00 = R\$1,75).

O total geral da Matriz de Investimentos é de R\$285.200.000,00.

Tabela 5.2.1
Dimensionamento do Investimento Total

	Total Geral do Volume de Investimentos	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		165.257.142,86	285.200.000,00
Componente 1			
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		25.142.857,14	44.000.000,00
Polo Araguaia	Realizar o inventário turístico com priorização de atrativos por segmento	857.142,86	1.500.000,00
Polo Araguaia	Regulamentar e implementar a estruturação turística nos atrativos de Sol e Praia	2.000.000,00	3.500.000,00
Polo Araguaia	Realização de ações de adequação ao Manual de Acessibilidade do Mtur	3.428.571,43	6.000.000,00
Barra do Garças	Formatar o portão de entrada para Serra do Roncador	857.142,86	1.500.000,00
Água Boa	Fomento à organização de eventos e incentivo ao Turismo de Negócios	857.142,86	1.500.000,00
Barra do Garças	Organização de roteiro turístico para o Turismo Místico	857.142,86	1.500.000,00
São Félix do Araguaia	Fomentar o Turismo de Sol e Praia no Município	857.142,86	1.500.000,00
Cocalinho	Fomentar o Turismo de Sol e Praia no Município	571.428,57	1.000.000,00
Polo Araguaia	Qualificação profissional em nível técnico e empresarial para o Polo	4.571.428,57	8.000.000,00
Polo Araguaia	Reformas paisagísticas para consolidação do segmento Ecoturismo	4.571.428,57	8.000.000,00
Polo Araguaia	Promoção de eventos técnicos em Ecoturismo	2.285.714,29	4.000.000,00
Confresa	Estruturação do Ecoturismo como segmento principal para o turismo na cidade	857.142,86	1.500.000,00
Nova Xavantina	Estruturação do Ecoturismo como segmento principal para o turismo na cidade	857.142,86	1.500.000,00
Água Boa	Estruturação do Ecoturismo como segmento relevante para o turismo na cidade	857.142,86	1.500.000,00



Cocalinho	Estruturação do Ecoturismo como segmento relevante para o turismo na cidade	857.142,86	1.500.000,00
-----------	---	------------	--------------

Componente 2			
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		12.857.142,86	22.500.000,00
Polo Araguaia	Elaborar Plano de Marketing Integrado	857.142,86	1.500.000,00
Polo Araguaia	Implementação de ações estratégicas de comercialização	2.000.000,00	3.500.000,00
Barra do Garças	Implementação de estratégia de comercialização das visitas aos parques regionais	571.428,57	1.000.000,00
Cocalinho	Promover a comercialização das grutas de Cocalinho	857.142,86	1.500.000,00
Polo Araguaia	Promoção e realização de rodadas de negócios para atração turística	571.428,57	1.000.000,00
Polo Araguaia	Elaboração de Portal de Internet	571.428,57	1.000.000,00
Polo Araguaia	Programa de Captação de Investimentos	3.428.571,43	6.000.000,00
Polo Araguaia	Implementar programa de monitoramento de oferta e demanda	2.000.000,00	3.500.000,00
Água Boa	Formatação de calendário de eventos	857.142,86	1.500.000,00
Barra do Garças	Desenvolver projeto de comercialização integrada dos produtos turísticos locais	857.142,86	1.500.000,00
Polo Araguaia	Desenvolver Guia Turístico Regional	285.714,29	500.000,00
Componente 3			
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		19.428.571,43	34.000.000,00
Polo Araguaia	Criação de sistema de gestão de informação e pesquisa em turismo	2.857.142,86	5.000.000,00
Polo Araguaia	Criação de modelo integrado de pesquisa em CATs (Centros de Atendimento ao Turista)	1.714.285,71	3.000.000,00
Polo Araguaia	Estudos de viabilidade e impacto para atividades turísticas atuais e potenciais	2.285.714,29	4.000.000,00
Polo Araguaia	Desenvolver estudo e implementação de adequação cartográfica do Polo ao Sistema GPS	2.285.714,28	4.000.000,00
Polo Araguaia	Capacitação Técnica e Gerencial da Gestão Pública no Polo	2.857.142,86	5.000.000,00
Polo Araguaia	Estruturar e executar o projeto de Benchmarking estratégico	4.000.000,00	7.000.000,00
Polo Araguaia	Fomento à gestão estratégica do turismo	1.714.285,71	3.000.000,00
Polo Araguaia	Fomento à criação de Planos Municipais de Turismo	1.714.285,71	3.000.000,00
Componente 4			
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		95.542.857,14	163.200.000,00
Polo Araguaia	Manutenção e asfaltamento de estradas estaduais que servem ao Polo Araguaia	11.428.571,43	20.000.000,00
Polo Araguaia	Asfaltamento de acessos a atrativos turísticos e destinos turísticos	11.428.571,43	20.000.000,00
Polo Araguaia	Reforma e construção de Terminais Rodoviários	6.857.142,86	12.000.000,00



Componente 4			
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		95.542.857,14	163.200.000,00
Luciara	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	8.571.428,57	15.000.000,00
Confresa	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	3.428.571,43	6.000.000,00
São Félix do Araguaia	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	8.571.428,57	15.000.000,00
Cocalinho	Asfaltamento complementar aos principais acessos rodoviários ao destino	8.571.428,57	15.000.000,00
Polo Araguaia	Implementação de sinalização turística	1.428.571,43	2.500.000,00
Barra do Garças	Projeto de ampliação do Aeroporto de Barra do Garças para uso turístico	2.285.714,29	4.000.000,00
Polo Araguaia	Qualificação de atrativos turísticos	2.000.000,00	3.500.000,00
Polo Araguaia	Fomento à realização de estudos de viabilidade para utilização da capacidade hidroviária do Rio Araguaia	2.285.714,29	4.000.000,00
Polo Araguaia	Executar Estudos de balneabilidade para os atrativos de Sol e Praia	2.285.714,29	4.000.000,00
Polo Araguaia	Criação de infraestrutura sanitária básica	6.857.142,86	12.000.000,00
Polo Araguaia	Reforma e ampliação do sistema de abastecimento de águas	3.428.571,43	6.000.000,00
Água Boa	Reforma e ampliação do sistema de águas e tratamento de esgoto	1.142.857,14	2.000.000,00
Barra do Garças	Reforma e ampliação do sistema de águas e tratamento de esgoto	1.142.857,14	2.000.000,00
Polo Araguaia	Implementação de sistemas de coleta e tratamento de lixo	3.428.571,43	6.000.000,00
Polo Araguaia	Reforma e ampliação de sistemas de drenagem na área urbana dos municípios	3.428.571,43	6.000.000,00
São Felix do Araguaia	Reforma e ampliação do aeroporto	2.285.714,29	4.000.000,00
São Felix do Araguaia	Urbanização da orla do cais	1.142.857,14	2.000.000,00
São Félix do Araguaia	Reforma e ampliação da infraestrutura de embarque e desembarque para passeios à Ilha do Bananal - Rio Araguaia	1.142.857,14	2.000.000,00
Luciara	Realizar estudo de adequação quanto à possibilidade de embarque e desembarque para passeios à Ilha do Bananal - Rio Araguaia	114.285,71	200.000,00
Componente 5			
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		12.285.714,29	21.500.000,00
Polo Araguaia	Realizar estudo de impacto e análise ambiental estratégica no Polo	1.714.285,71	3.000.000,00
Polo Araguaia	Elaborar planos de manejo e Planos de ordenamento Territorial	2.571.428,57	4.500.000,00
Polo Araguaia	Elaboração e execução de Programa de Capacitação em Gestão Ambiental	2.285.714,29	4.000.000,00
Polo Araguaia	Estruturação de ambientes naturais, inclusive áreas de conservação existentes para serem utilizados como pontos de visitação	1.428.571,43	2.500.000,00
Polo Araguaia	Elaboração e execução de programa de incentivo à preservação ambiental	2.000.000,00	3.500.000,00



Componente 4			
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
		95.542.857,14	163.200.000,00
Polo Araguaia	Capacitação de Guias e Monitores de Turismo	2.285.714,29	4.000.000,00

Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.

5.3 Seleção das Ações Priorizadas

Após a realização do diagnóstico estratégico e levantamento das demandas realizadas na primeira oficina do Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável, as ações foram agrupadas pelos componentes do programa, quais sejam: (1) Estratégia do Produto Turístico; (2) Estratégia de Comercialização; (3) Estratégia de Fortalecimento Institucional; (4) Estratégia de Melhoria da Infraestrutura e dos serviços básicos; e (5) Estratégia de Gestão Ambiental.

Na segunda reunião do **PDITS** os participantes, representantes do governo estadual, dos governos municipais, do *trade* e de associações de classe, realizaram a priorização das ações.

Inicialmente a equipe da **FGV** agrupou as ações demandadas que eram passíveis de serem financiadas pelo **PRODETUR Nacional**, a partir do Regulamento Operacional do Programa, pelos componentes do Programa. A partir desta lista, os participantes se reuniram em equipes representando os municípios participantes do programa e realizaram a priorização das ações em duas etapas:

Na primeira etapa os participantes receberam a Matriz de Ações (listagem das ações financiáveis agrupadas por componente) e atribuíram uma nota de 1 a 7 para o grau de importância e para o grau de urgência. Cada município deveria devolver apenas uma Matriz de Ações preenchida, contendo o resultado do consenso dos participantes.

Na segunda etapa, os participantes receberam uma matriz com quatro quadrantes onde deveriam alocar as ações a partir de dois eixos: o eixo das ordenadas representava o impacto da ação para o desenvolvimento da atividade turística local e o eixo das abscissas representava o esforço necessário para a implementação das ações. Após esta definição, identificou-se quais as ações que seriam priorizadas para o curto prazo (ações de baixo esforço e alto impacto), as que seriam implementadas em médio e longo prazos (ações de alto esforço e alto impacto).



As Ações resultantes desta priorização foram avaliadas pelo **Governo do Estado do Mato Grosso**, juntamente com a **FGV** e estruturadas nas tabelas abaixo.



Tabela 5.3.1

**Matriz de Investimento PRODETUR Nacional Polo Araguaia Mato-Grossense
(Ações Priorizadas)**

			TOTAL R\$	135.500.000,00
Componente 1			19.000.000,00	
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)	
Polo Araguaia	Realizar o inventário turístico com priorização de atrativos por segmento	857.142,86	1.500.000,00	
Polo Araguaia	Regulamentar e implementar a estruturação turística nos atrativos de Sol e Praia	2.000.000,00	3.500.000,00	
Polo Araguaia	Realização de ações de adequação ao Manual de Acessibilidade do MTur	3.428.571,43	6.000.000,00	
Polo Araguaia	Qualificação profissional em nível técnico e empresarial para o Polo	4.571.428,57	8.000.000,00	
Componente 2			8.500.000,00	
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)	
Polo Araguaia	Elaborar Plano de Marketing Integrado	857.142,86	1.500.000,00	
Polo Araguaia	Elaboração de Portal de Internet	571.428,57	1.000.000,00	
Polo Araguaia	Programa de Captação de Investimentos	3.428.571,43	6.000.000,00	
Componente 3			17.000.000,00	
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)	
Polo Araguaia	Criação de sistema de gestão de informação e pesquisa em turismo	2.857.142,86	5.000.000,00	
Polo Araguaia	Capacitação Técnica e Gerencial da Gestão Pública no Polo	2.857.142,86	5.000.000,00	
Polo Araguaia	Estruturar executar o projeto de Benchmarking estratégico	4.000.000,00	7.000.000,00	
Componente 4			81.500.000,00	
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)	
Polo Araguaia	Asfaltamento de acessos a atrativos turísticos e destinos turísticos	11.428.571,43	20.000.000,00	
Luciara	Asfaltamento dos principais acessos rodoviários ao destino	8.571.428,57	15.000.000,00	



Confresa	Asfaltamento dos principais acessos rodoviários ao destino	3.428.571,43	6.000.000,00
São Félix do Araguaia	Asfaltamento dos principais acessos rodoviários ao destino	8.571.428,57	15.000.000,00
Polo Araguaia	Qualificação de atrativos turísticos	2.000.000,00	3.500.000,00
Polo Araguaia	Fomento à realização de estudos de viabilidade para utilização da capacidade hidroviária do Rio Araguaia	2.285.714,29	4.000.000,00
Polo Araguaia	Criação de infraestrutura sanitária básica	6.857.142,86	12.000.000,00
Polo Araguaia	Implementação de sistemas de coleta e tratamento de lixo	3.428.571,43	6.000.000,00
Componente 5			9.500.000,00
Abrangência	Ação Proposta	Custo (US\$)	Custo (R\$)
Polo Araguaia	Realizar estudo de impacto e análise ambiental estratégica no Polo	1.714.285,71	3.000.000,00
Polo Araguaia	Estruturação de áreas de conservação a serem utilizadas como pontos de visitação	1.428.571,43	2.500.000,00
Polo Araguaia	Capacitação de Guias e Monitores de Turismo	2.285.714,29	4.000.000,00



5.4 Descrição das Ações a serem implementadas pelo Programa

Abaixo destacam-se as ações consideradas prioritárias. Para cada ação destas, foi desenvolvida uma Ficha de Projeto, contemplando informações mais detalhadas de cada projeto. Para os primeiros dezoito meses foram selecionadas as seguintes ações:

- Componente 1 - Estratégia do Produto Turístico
 - ▣ Implementação de inventário turístico com priorização de atrativos por segmento;
 - ▣ Regulamentação e implementação da estruturação turística nos atrativos de Sol e Praia;
 - ▣ Adequação ao Manual de Acessibilidade do MTur; e
 - ▣ Qualificação profissional em nível técnico e empresarial para o **Polo**.

- Componente 2 - Estratégia da Comercialização
 - ▣ Elaboração do Plano de *Marketing* integrado; e
 - ▣ Programa de Captação de Investimentos.

- Componente 3 - Fortalecimento Institucional
 - ▣ Criação de sistema de gestão de informação e pesquisa em turismo;
 - ▣ Capacitação Técnica e Gerencial da Gestão Pública no Polo;
 - ▣ Estruturação de projeto de *Benchmarking* estratégico.

- Componente 4 - Infraestrutura
 - ▣ Asfaltamento de acessos a atrativos turísticos e destinos turísticos;
 - ▣ Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Luciara;
 - ▣ Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Confresa;
 - ▣ Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a São Félix do Araguaia;
 - ▣ Qualificação de atrativos turísticos;
 - ▣ Criação de infraestrutura sanitária básica; e
 - ▣ Implementação de sistemas de coleta e tratamento de lixo.

- Componente 5 - Gestão Ambiental
 - ▣ Realização de estudo de impacto e análise ambiental estratégica no **Polo**; e
 - ▣ Estruturação de áreas de conservação a serem utilizadas como pontos de visitação.



Essas ações encontram-se descritas nas Fichas de Projeto apresentadas na sequência.

Quadro 5.4.1

Ações

Ações Prioritárias	
Ação: Implementação de inventário turístico com priorização de atrativos por segmento	
Objetivo	Realizar inventário turístico.
Justificativa	<p>O Polo Araguaia tem, atualmente, um posicionamento de mercado voltado para o segmento de Sol e Praia. No decorrer da elaboração deste PDITS, foi definida uma necessidade de reposicionamento de mercado, capaz de promover atrativos e formatar novos produtos turísticos capazes de atrair novos perfis de turistas, interessados, sobretudo, no segmento de Ecoturismo, que desponta como prioritário para o desenvolvimento turístico sustentável e não sazonal na região.</p> <p>Desta forma, o Inventário Turístico deverá ser elaborado de forma integral, listando tanto os atrativos do Polo quanto suas condições de uso e outras informações, como delimitação territorial, condições de preservação ambiental (no caso dos atrativos naturais) e situação jurídica e fundiária.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	<p>Todo o esforço de estruturar o destino para melhor receber o turista e também de ampliar e qualificar os atrativos turísticos para proporcionar uma melhor experiência de visitaç�o deste turista precisa de um posicionamento de mercado desejado e definido que se fundamente em informa�es precisas acerca dos atrativos existentes – alguns, possivelmente, at� desconhecidos – e de suas condi�es de uso, de modo que os resultados obtidos por esta a�o determinem a prioriza�o das demais a�es.</p>
Benef�cios e benefici�rios	<p>O principal benef�cio oriundo da elabora�o de um Invent�rio Tur�stico e da prioriza�o dos atrativos por segmento ser� a defini�o do posicionamento de mercado e direcionamento dos investimentos e a�es de promo�o e comercializa�o do Polo.</p> <p>A principal benefici�ria deste Plano ser� a SEDTUR/MT, que passar� a dispor de informa�es mais precisas para balizar suas pol�ticas p�blicas.</p>
Descri�o da a�o	<p>Desenvolvimento de projeto para levantar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - todos os atrativos do Polo - suas condi�es de uso - informa�es de invent�rio turístico para prioriza�o de produtos.
Respons�veis pela execu�o	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT



Ações Prioritárias	
Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Inventário Turístico elaborado com indicações de atrativos e suas condições de uso.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Regulamentação e implementação da estruturação turística nos atrativos de Sol e Praia	
Objetivo	Padronizar os atrativos de sol e praia para receber turistas regionais.
Justificativa	<p>Verificou-se que os segmentos de Ecoturismo e Sol e Praia são os de maior relevância no Polo e também são os que apresentam maior potencial de dinamização da atividade na área turística.</p> <p>No entanto, é justamente no segmento de Sol e Praia que o Governo Estadual vem tentando desenvolver estratégias para modificar o perfil do turista que atualmente se desloca até o Polo, sobretudo em função de dois problemas principais: (i) alto índice de turistas que se hospedam em casa de parentes e amigos ou que alugam residências por temporada e não utilizam os serviços e equipamentos turísticos; e (ii) a alta sazonalidade natural do segmento que gera grandes fluxos de pessoas em curtos períodos do ano e causa muitos problemas de ordem urbana e ambiental.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Esta ação visa desenvolver este segmento em bases sustentáveis, padronizando e estruturando os serviços e atrativos atualmente utilizados como pontos de acampamento para fruição de sol e praia às margens dos rios Araguaia e das Mortes, bem como disciplinando o uso das áreas públicas e provendo os espaços urbanos de equipamentos e serviços públicos para os usuários, de modo a atrair um novo perfil de turista
Benefícios e beneficiários	Os benefícios principais são a reurbanização das orlas dos rios que banham a região do Araguaia, a adequação do segmento a padrões sustentáveis e a atração de um novo perfil de turistas, regionais e nacionais, sendo estes também os principais beneficiários.
Descrição da ação	<p>Implementar projeto para regulamentação do uso das praias do Rio Araguaia, como, por exemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sinalização; - delimitação de locais de estacionamento; - criação de espaços locais de convívio e alimentação; - delimitação de áreas de segurança.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Estacionamentos delimitados; Existência de espaços locais de convívio e alimentação; Delimitação de áreas de segurança; Padronização do produto turístico Sol e Praia no Araguaia.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Realização de ações de adequação ao Manual de Acessibilidade do Mtur	
Objetivo	Equalizar a adoção do Manual de Acessibilidade nos municípios do Polo.
Justificativa	<p>A acessibilidade une ações com foco em uma construção comprometida com o desenvolvimento das cidades além de oportunizar o resgate da cidadania para pessoas com deficiência, idosos e outras que têm alguma dificuldade de locomoção, seja ela permanente ou temporária. Por determinação legal, espaços públicos e privados devem se adaptar a esta nova realidade urbana.</p> <p>Neste contexto, calçadas e passeios públicos devem estar bem conservados, de modo a garantir a segurança de todos, principalmente de pessoas que tem redução de sua capacidade de movimento e visão, que são as idosas ou com alguma deficiência permanente ou temporária, além de mulheres grávidas e pessoas com carrinho de bebê, que dependem de rampas, por exemplo.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Além de representar um incremento de imagem, como Polo totalmente adaptado, esta adequação representa, mesmo em atrativos naturais fora da zona urbana, uma maior segurança para grupos de turistas de maior poder aquisitivo, como grupos de idosos, por exemplo, que estão em ascensão no mercado nacional de turismo.
Benefícios e beneficiários	Os principais beneficiários serão os turistas e moradores da região que tenham necessidades especiais, como pessoas com deficiências físicas e idosos, que poderão se reincluir socialmente nas atividades de lazer proporcionada pelos atrativos existentes no Polo e gozar de plena capacidade de locomoção, livre de constrangimentos, nas áreas urbanas adaptadas.
Descrição da ação	Estabelecer estruturas gerais para adequação ao Manual de Acessibilidade do Ministério do Turismo.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Padronização do produto turístico Sol e Praia no Araguaia.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Qualificação profissional em nível técnico e empresarial para o Polo	
Objetivo	Qualificar os técnicos e empresários para o Ecoturismo.
Justificativa	<p>Implementar programa de capacitação a profissionais e empresários do setor de turismo no Polo de forma a melhorar a prestação de serviços de turismo no Polo através da profissionalização do setor.</p> <p>O turismo é uma atividade econômica que se realiza essencialmente na interação entre o visitante e o ambiente local. Desta forma, aqueles que se deslocam a sítios turísticos em busca de uma experiência vivencial esperam a prestação de serviços de forma profissional e cortês.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Espera-se que este projeto ajude no incremento do tempo médio de permanência deste turista e também amplie os seus gastos nos locais visitados.
Benefícios e beneficiários	Profissionais e empresários do setor turístico no Polo capacitados.
Descrição da ação	Estabelecer mecanismos de qualificação para preparar os gestores públicos e privados para lidar com a nova segmentação.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Empresários e técnicos do setor qualificados em Ecoturismo.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Elaboração do Plano de Marketing integrado	
Objetivo	Estabelecer uma estratégia de marketing, aumentando a competitividade dos destinos turísticos do Polo Araguaia e sua visibilidade junto a seus mercados-alvo.
Justificativa	<p>Todo processo de consolidação e manutenção de um destino no competitivo mercado do turismo, tanto doméstico quanto internacional, depende das ações tomadas nesse sentido de forma constante e direta. Da mesma forma que destinos menos atrativos podem ser tornar responsáveis por grande fatia do mercado consumidor, destinos com grande atratividade podem desaparecer nessa competição em função de uma promoção inexpressiva.</p> <p>A forma como os destinos são promovidos – isoladamente, em conjunto com outros, apenas como componentes menores do estado – também influenciam sobremaneira a visão do público consumidor sobre os destinos e, portanto, deve ser cuidadosamente definido.</p> <p>Desta forma, o Plano de Marketing deverá ser elaborado de forma integral, analisando a situação do Polo – em seus diversos destinos de ecoturismo e eventos e sol e praia – e contemplando inclusive a definição das ações tanto de promoção do destino como de acesso aos canais de comercialização.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	<p>Todo o esforço de estruturar o destino para melhor receber o turista e de ampliar e qualificar os atrativos turísticos para proporcionar uma melhor experiência de visitação deste turista precisa ser divulgado como forma de atrair este visitante. Porém, é necessário que o destino possua um posicionamento de mercado desejado e definido que guie os esforços de comunicação para o público-alvo desejado. O maior efeito esperado a partir da elaboração deste plano é que o Polo encontre um posicionamento de mercado, defina seus objetivos e seu público-alvo e assim comece a realizar ações de comercialização focadas e direcionadas ao público realmente importante para o desenvolvimento de sua atividade turística. Desta forma, este Plano de Marketing e Comercialização, quando implementado, poderá gerar um profundo impacto no fluxo de turistas que se deslocam ao destino.</p>
Benefícios e beneficiários	<p>O principal benefício oriundo da elaboração do Plano de Marketing e Comercialização será a definição do posicionamento de mercado e do público-alvo a serem prospectados. Como benefícios secundários podem-se citar a definição de ações de comercialização, a definição dos canais de comunicação a serem utilizados e a elaboração de material promocional com apelo direto ao público-alvo.</p> <p>Os principais beneficiários deste Plano serão os empresários do setor que poderão contar com material de divulgação e com o aumento do fluxo de turistas no destino.</p>



Ações Prioritárias	
Descrição da ação	Desenvolver plano de marketing e comercialização, abordando os possíveis posicionamentos para os segmentos em estudo e incluindo: <ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento do <i>branding</i>; - Desenvolvimento das estratégias de posicionamento de mercado; - Elaboração das diretrizes de comercialização nos mercados regional e nacional; - Elaboração do Plano de Ação para Marketing e Comercialização.
Responsáveis pela execução	SEDTUR MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	SEDTUR MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Plano de Marketing elaborado com indicações de ações de promoção e comercialização.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Programa de Captação de Investimentos	
Objetivo	Estabelecer programa para captar novos investidores de turismo.
Justificativa	<p>O turismo é um gerador de empreendimentos, renda e emprego, mas a ação estatal não dá conta – seja por suas limitações físicas e operacionais, seja pela abrangência da área, que requer uma série de ações fora do escopo da administração pública – de atender a toda esta demanda. Pode e deve, entretanto, fomentá-la por meio da atração de investimentos necessários para cobrir carências detectadas no Polo e que são fundamentais para seu desenvolvimento turístico, como estabelecimentos qualificados de hospedagem, de receptivo e de alimentação, por exemplo.</p> <p>Tal fomento pode se viabilizar pela adoção de legislação que incentive o investimento em empreendimentos turísticos e a contratação e qualificação de mão de obra local, além de desburocratizar e garantir um mínimo apoio institucional para que esses negócios se financiem e prosperem na região, gerando renda, emprego e satisfação para os turistas por eles atendidos.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Projeta-se que esta ação resultará em um crescimento no número de licenciamentos para empreendimentos turísticos na região, bem como da regularização de estabelecimentos que hoje operam na informalidade e, como fim último, na empregabilidade da população local, na renda e na participação do setor de Turismo no PIB e na arrecadação dos municípios do Polo.
Benefícios e beneficiários	Empresários e trabalhadores da região – bem como os atraídos para ela – são os beneficiários diretos, enquanto que se espera também um aumento na satisfação dos turistas que visitam o Polo.
Descrição da ação	Estabelecer linhas de financiamento para criação de novos atrativos e incentivo a novos empresários para investimento no desenvolvimento do turismo em geral.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Aumento percentual médio do número de investimentos em turismo, anualmente, em relação aos cinco anos anteriores.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Criação de sistema de gestão de informação e pesquisa em turismo	
Objetivo	Criar sistema de coleta de informações estratégicas e pesquisa de campo, estabelecer a criação de uma metodologia uniformizada para o conjunto de estudos e pesquisas do setor turístico no Mato Grosso e estruturando fisicamente o setor responsável por estas pesquisas.
Justificativa	<p>A concepção e manutenção de um Sistema de Informação Turística têm como objetivo a integração, uniformização e regularidade do fornecimento de informações essenciais para o planejamento da atividade turística no território. Para tanto, é necessária a redefinição dos procedimentos metodológicos, bem como a estruturação dos setores responsáveis pela realização de estudos e pesquisas, em âmbito estadual e municipal. Além disso, um sistema de informações bem estruturado requer uma série de estudos, que começam por uma pesquisa de demanda. Por fim, para poder executar essas ações é necessário que o órgão estadual esteja preparado fisicamente para receber esse volume de trabalho. Faz-se necessário a aquisição de computadores, sistemas informacionais e também treinamento e qualificação da equipe que tratará a estatística das pesquisas.</p> <p>O fortalecimento do sistema de informações municipal além de permitir um melhor uso e análise das informações já coletadas, ampliará a base de informações geográfica e qualitativamente, permitindo à SEDTUR/MT a melhor compreensão do comportamento da demanda atual e potencial pelos atrativos regionais e maximizando os esforços e investimentos governamentais no setor.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	O planejamento da atividade turística só pode ser realizado a partir da construção de uma base de informações confiáveis e acessíveis aos gestores públicos. Desta forma, o principal efeito da realização desta ação na atividade turística pode ser considerado "de bastidor", porém de extrema relevância para o desenvolvimento da atividade: a estruturação de uma base de informações para auxiliar na tomada de decisão e na formulação da presente e futura estrutura política (pública) de turismo nos municípios.
Benefícios e beneficiários	<p>O principal benefício do desenvolvimento desta ação já foi mencionado: a estruturação de uma base de informações da atividade turística e do comportamento do turista no Polo Araguaia.</p> <p>Os principais beneficiários desta ação serão os gestores públicos que poderão contar com informações detalhadas, precisas e confiáveis para elaboração da política de turismo no município e para auxiliar na tomada de decisões de investimentos no setor.</p>



Ações Prioritárias	
Descrição da ação	<p>Estruturar um sistema de informações que gere dados suficientes para se fazer estudos de mercado e avaliação de dados históricos sobre a as visitas turísticas no Polo, incluindo as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mapear, revisar e otimizar os procedimentos operacionais de pesquisa; - Definir as métricas gerenciais e os parâmetros estatísticos a serem utilizados; - Definir o escopo de atuação e as pesquisas que deverão ser realizadas com suas devidas periodicidades; - Elaborar o Manual de Operações das Pesquisas; - Adquirir os equipamentos necessários (computadores e <i>softwares</i>); - Capacitar os técnicos da SEDTUR/MT responsáveis pela condução das pesquisas no âmbito do Polo Araguaia.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais) Fonte: A decidir
Gastos estimados de operação.	R\$ 100.000,00 (cem mil reais)
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Sistema de informações implantado; número de estudos e pesquisas realizadas (Relatórios Gerenciais); número de publicações para divulgação dos resultados de estudos e pesquisas (Relatórios Gerenciais).
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para contratação desta ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Capacitação Técnica e Gerencial da Gestão Pública no Polo	
Objetivo	Qualificar gestores e técnicos em turismo para desempenhar suas funções de forma mais planejada e profissional
Justificativa	A atividade turística acontece no <i>locus</i> municipal e depende, também, de esforços estaduais para atração de turistas. Sendo assim, é fundamental que gestores e técnicos, tanto da SEDTUR/MT quanto dos órgãos gestores de turismo nos municípios do Araguaia, estejam preparados para receber e informar os turistas bem como para planejar a atividade turística em seus territórios e maximizar os ganhos desta atividade econômica.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Espera-se que este projeto profissionalize a gestão pública do turismo, permitindo aos municípios realizarem o planejamento da atividade turística em seu território e ajudando na implantação do Plano Estadual de Turismo com ações conjuntas, articuladas e complementares.
Benefícios e beneficiários	Municípios providos de estrutura adequada ao desenvolvimento e acompanhamento da atividade turística
Descrição da ação	Estruturar as equipes das secretarias municipais e estadual para atuar estrategicamente no setor de turismo.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Cursos de Capacitação em operação.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Estruturar e executar o projeto de Benchmarking estratégico	
Objetivo	Projeto para conhecimento de melhores práticas em turismo em cidades com segmento Ecoturismo.
Justificativa	<p>A utilização do benchmarking como instrumento de auxílio pode ser aplicada a todos os níveis da gestão turística, de modo a poupar tempo e recursos públicos pela incorporação e adaptação de práticas consideradas exemplares em cidades e regiões que tenham foco em Ecoturismo.</p> <p>A aplicação de benchmarking estratégico prevê melhoramento dos processos, do desempenho da gestão pública e das estratégias para atração de turistas e consolidação de um segmento que ainda não é o principal em termos de demanda, na região. Além disso, ela visa comparar os níveis competitivos dos seus produtos e serviços, como qualidade, preços.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	O benchmarking estratégico desenvolve uma análise fundamental de processos que congregam várias funções em setores não relacionados. Deste modo, possibilita um aumento do potencial de inovação, integrando novos conceitos e melhorando a capacidade da gestão pública em turismo. A otimização dos processos e a inovação são valores que compensam o custo e as complexidades relacionadas com este processo.
Benefícios e beneficiários	Por meio da adaptação local de soluções encontradas em destinos semelhantes, esta ação beneficia os gestores públicos em relação a uma mais rápida e eficaz estruturação e comercialização do Polo Araguaia dentro do segmento de Ecoturismo, partindo de seu estado atual, em que o setor encontra-se quase todo voltado para o segmento de Sol e Praia.
Descrição da ação	Avaliação de atividades em cidades que trabalham turisticamente o Ecoturismo para levantamento de melhores práticas a serem aplicadas no Polo Araguaia.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Projeto de benchmarking em operação.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Asfaltamento de acessos a atrativos turísticos e destinos turísticos	
Objetivo	Melhorar mobilidade, reduzir o tempo para se chegar aos atrativos e aumentar a capilaridade e circulação de turistas regionais e nacionais no Polo Araguaia.
Justificativa	<p>Dentro do Polo, a dificuldade de se locomover é notória. A principal rodovia que liga o "baixo Araguaia" (onde estão localizados os municípios de Barra do Garças, Cocalinho, Nova Xavantina e Água Boa) ao "Alto Araguaia" (onde estão localizados os municípios de São Félix do Araguaia, Luciara e Confresa) é a BR-158, que possui trecho asfaltado apenas até o município de Água Boa. A partir deste trecho é preciso seguir em pista de terra por mais de 280km, nos quais existem pontos em fase de pavimentação (segundo mapa rodoviário do DNIT). A partir do entroncamento com a BR-242, seguem mais 129km de estrada de terra até São Félix do Araguaia.</p> <p>Tendo vista os segmentos projetados para serem atendidos no Polo, sobretudo o de Ecoturismo, e o diagnóstico realizado neste PDITS, parte considerável dos atrativos naturais da região encontra-se interiorizada e afastada dos núcleos urbanos municipais, conectando-se às estradas principais por meio de vicinais, sem asfaltamento e intransitáveis durante algumas épocas do ano, quando ocorrem chuvas e cheias de rio, deixando muitas delas, hoje, praticamente inacessíveis e sem condições de uso turístico.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Tornar acessíveis a um maior número de turistas os atrativos naturais do Polo e permitir a fácil circulação entre os municípios, interligando-os, de fato, como rede capilarizada, pela qual tanto a circulação de insumos (materiais de construção, alimentos, produtos de higiene, entre outros que podem ter seu custo reduzido para o <i>trade</i> turístico regional) quanto a de turistas será estimulada. A facilidade de trânsito entre os diversos pontos e municípios do Polo permitirá o aumento do tempo médio de permanência na região.
Benefícios e beneficiários	Tanto o <i>trade</i> turístico quanto os turistas em visita à região do Araguaia serão beneficiários da melhoria no acesso dos veículos turísticos e do transporte de cargas entre os municípios e também destes em relação aos principais centros emissivos.
Descrição da ação	Proporcionar asfaltamento dos acessos aos principais destinos turísticos e respectivos atrativos.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais) Fonte: a decidir



Ações Prioritárias	
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Acessos a destinos e atrativos 100% asfaltados.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Luciara	
Objetivo	Ter estradas asfaltadas para a cidade.
Justificativa	<p>Na literatura de transportes, os serviços de deslocamento estão organizados, em geral, em forma de redes. Dependendo do arranjo dessas redes, alguns destinos podem apresentar uma grande acessibilidade, gerando um tráfego de turistas em passagem de ou para outras localidades.</p> <p>O acesso aos municípios e atrativos turísticos é o principal problema atual identificado no Polo do Araguaia. A precariedade das rodovias, a inexistência de aeroportos operando com voos comerciais regulares, em uma distância inferior a 500 quilômetros e a mínima oferta de transporte rodoviário comercial regular que realize a interligação entre os principais centros regionais (Cuiabá, Goiânia e Brasília) com os municípios do Polo dificultam o acesso do turista a Luciara, que se situa na região do Alto Araguaia, para a qual ainda não há acesso asfaltado.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Tornar acessíveis a um maior número de turistas os atrativos naturais do destino e permitir a fácil circulação entre Luciara e os demais municípios do Polo, interligando-os, de fato, como rede capilarizada, pela qual tanto a circulação de insumos (materiais de construção, alimentos, produtos de higiene, entre outros que podem ter seu custo reduzido para o <i>trade</i> turístico regional) quanto a de turistas será facilitada.
Benefícios e beneficiários	Tanto o <i>trade</i> turístico quanto os turistas em visita à região do Araguaia serão beneficiários da melhoria no acesso dos veículos turísticos e do transporte de cargas entre Luciara e os demais municípios do Polo e também em relação a seus principais centros emissores.
Descrição da ação	Implementar asfaltamento, hoje não existente.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Estradas Asfaltadas.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Confresa	
Objetivo	Ter estradas asfaltadas para a cidade.
Justificativa	<p>Na literatura de transportes, os serviços de deslocamento estão organizados, em geral, em forma de redes. Dependendo do arranjo dessas redes, alguns destinos podem apresentar uma grande acessibilidade, gerando um tráfego de turistas em passagem de ou para outras localidades.</p> <p>O acesso aos municípios e atrativos turísticos é o principal problema atual identificado no Polo do Araguaia. A precariedade das rodovias, a inexistência de aeroportos operando com voos comerciais regulares, em uma distância inferior a 500 quilômetros e a mínima oferta de transporte rodoviário comercial regular que realize a interligação entre os principais centros regionais (Cuiabá, Goiânia e Brasília) com os municípios do Polo dificultam o acesso do turista a Confresa, que se situa na região do Alto Araguaia, para a qual ainda não há acesso asfaltado.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Tornar acessíveis a um maior número de turistas os atrativos naturais do destino e permitir a fácil circulação entre Confresa e os demais municípios do Polo, interligando-os, de fato, como rede capilarizada, pela qual tanto a circulação de insumos (materiais de construção, alimentos, produtos de higiene, entre outros que podem ter seu custo reduzido para o <i>trade</i> turístico regional) quanto a de turistas será facilitada.
Benefícios e beneficiários	Tanto o <i>trade</i> turístico quanto os turistas em visita à região do Araguaia serão beneficiários da melhoria no acesso dos veículos turísticos e do transporte de cargas entre Confresa e os demais municípios do Polo e também em relação a seus principais centros emissivos.
Descrição da ação	Complementar asfaltamento, hoje em fase de implementação.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Estradas Asfaltadas.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a São Félix do Araguaia	
Objetivo	Ter estradas asfaltadas para a cidade.
Justificativa	<p>Na literatura de transportes, os serviços de deslocamento estão organizados, em geral, em forma de redes. Dependendo do arranjo dessas redes, alguns destinos podem apresentar uma grande acessibilidade, gerando um tráfego de turistas em passagem de ou para outras localidades.</p> <p>O acesso aos municípios e atrativos turísticos é o principal problema atual identificado no Polo do Araguaia. A precariedade das rodovias, a inexistência de aeroportos operando com voos comerciais regulares, em uma distância inferior a 500 quilômetros e a mínima oferta de transporte rodoviário comercial regular que realize a interligação entre os principais centros regionais (Cuiabá, Goiânia e Brasília) com os municípios do Polo, dificultam o acesso do turista a São Félix do Araguaia, que se situa na região do Alto Araguaia, para a qual ainda não há acesso asfaltado.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Tornar acessíveis a um maior número de turistas os atrativos naturais do destino e permitir a fácil circulação entre São Félix do Araguaia e os demais municípios do Polo, interligando-os, de fato, como rede capilarizada, pela qual tanto a circulação de insumos (materiais de construção, alimentos, produtos de higiene, entre outros que podem ter seu custo reduzido para o <i>trade</i> turístico regional) quanto a de turistas será facilitada.
Benefícios e beneficiários	Tanto o <i>trade</i> turístico quanto os turistas em visita à região do Araguaia serão beneficiários da melhoria no acesso dos veículos turísticos e do transporte de cargas entre São Félix do Araguaia e os demais municípios do Polo e também em relação a seus principais centros emissivos.
Descrição da ação	Implementar asfaltamento, hoje não existente.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Estradas Asfaltadas.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Qualificação de atrativos turísticos	
Objetivo	Estabelecer e executar projeto de reforma e estruturação dos atrativos.
Justificativa	<p>O atrativo natural é um fator primordial para o turismo no Polo Araguaia, que inclui grutas, nascentes de águas, riachos, montanhas, cachoeiras, rios, praias e ilhas.</p> <p>Entretanto, o diagnóstico realizado neste PDITS revelou que embora existam quase que como "dádiva da natureza", tais atrativos não estão prontos para receber visitantes, seja pelas condições de acesso – que incluem não apenas as más condições das estradas, mas também a deficiência de sinalização viária e turística –, seja pela inadequação de seu uso sustentável, carecendo de banheiros, pontos de alimentação e de guaritas para controle de carga e de centros de visitação, nos quais turistas poderiam ser orientados a aproveitar o ambiente natural sem causar-lhe dano.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Incremento da atividade turística na região, por meio da ampliação do leque de atrativos atualmente disponíveis aos visitantes; estruturação e fortalecimento do Ecoturismo como principal segmento do Araguaia; e a preservação dos atrativos naturais, por meio de controle e orientação para acesso e uso sustentável.
Benefícios e beneficiários	Tornar conhecidos e acessíveis os atrativos naturais do Araguaia é uma política para sua conservação, que apresenta como benefício o desenvolvimento sustentável da região e como beneficiário direto o visitante que terá oportunidade de conhecê-los com uma infraestrutura mínima para seu conforto e sua educação ambiental.
Descrição da ação	Por meio de reformas e adequação aos tipos de segmentos turísticos do Polo Araguaia, busca-se a qualificação dos atrativos para receber turistas regionais, nacionais e internacionais.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Atrativos qualificados.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Criação de infraestrutura sanitária básica	
Objetivo	Ter tratamento de esgoto em todos os municípios do Polo e maximizar as conexões ao sistema de águas.
Justificativa	<p>A utilização do saneamento como instrumento de promoção da saúde pública é defendida pelo Ministério da Saúde, para o qual "baixas coberturas estão associadas a condições favoráveis à proliferação de doenças transmissíveis decorrentes de contaminação ambiental". Neste sentido, a construção de um sistema coletor de esgotos, com posterior tratamento do efluente, é indispensável para isolar os excretos humanos, que são condutores de diversos patógenos, das águas de abastecimento, dos vetores e dos alimentos.</p> <p>Entretanto, o diagnóstico realizado neste PDITS mostrou que maioria da população do Polo não possui ligação de sua rede de esgoto com a rede de coleta e tratamento do município. Em Confresa, mais de 40% da população do município não tem banheiro em casa. Em Luciara, este número chega a 20%.</p> <p>Estes números indicam a dificuldade de se ampliar a atividade turística no Polo. O potencial aumento do fluxo turístico provavelmente irá gerar um colapso no precário sistema de esgotamento das localidades.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Com a implementação de uma rede de coleta e tratamento de esgoto, espera-se uma melhora nas condições de balneabilidade dos rios da região – hoje, ameaçados por contaminação pelo despejo <i>in natura</i> e pelo uso não controlado de fossas residenciais. Além disso, prevê-se o incremento da imagem do destino, como ambiente que não oferece riscos sanitários aos visitantes, e permite-se o aumento no número destes mesmos visitantes, sem comprometimento do meio ambiente local.
Benefícios e beneficiários	Os principais benefícios da criação de infraestrutura sanitária básica em todos os municípios da região estão relacionados com a preservação do meio ambiente e melhoria da saúde, com reflexo no Índice de Desenvolvimento Humano da região, propiciando, entre outros, redução de contaminações e pandemias e garantia de balneabilidade para visitantes e, sobretudo, para a população local.
Descrição da ação	Universalizar as conexões de água e o tratamento de esgoto nos municípios.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT



Ações Prioritárias	
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Projetos executados.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Implementação de sistemas de coleta e tratamento de lixo	
Objetivo	Ter sistema de tratamento adequado de lixo.
Justificativa	<p>A geração de resíduos é inevitável em qualquer grupamento de pessoas ou atividades, mas requer a remoção e o depósito em local apropriado. No Polo Araguaia, porém, no decorrer do trabalho de campo, percebeu-se uma grande quantidade de lixo nas ruas nos municípios. As pesquisas da UNEMAT também apontam para uma grande quantidade de lixo nas ruas também no período da alta temporada das praias do Araguaia, quando o aumento de turistas contribui para o aumento da população na zona urbana das cidades.</p> <p>Na avaliação dos turistas que estiveram visitando os municípios pesquisados, a limpeza urbana é uma reclamação constante, inclusive com a recomendação de que se deveria ampliar o número de lixeiras pela cidade e aumentar a frequência de varrição e recolhimento do lixo nos diversos pontos turísticos da cidade.</p> <p>Embora os municípios de Água Boa, Barra do Garças, Cocalinho, Luciara, Nova Xavantina e São Félix do Araguaia tenham sido contemplados em 2003 com recursos do Governo Estadual, no Programa Nacional do Meio Ambiente, em parceria com o Banco Mundial, para implantação de Aterros Sanitários controlados em suas áreas, ainda não há iniciativas consistentes para tratamento do lixo gerado, quando ele é recolhido. Nos demais municípios, os detritos são jogados em lixões, próximos às estradas que servem de entrada aos visitantes, e, em Confresa e Cocalinho, mais de 50% do lixo urbano ainda é queimado.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Incremento de imagem dos municípios do Polo, uma vez que a falta de limpeza urbana foi apontada, em pesquisa da UNEMAT, como umas das principais queixas dos turistas, especialmente durante a temporada de praias. Iniciativas de cuidado com o lixo também são consideradas fundamentais para o estabelecimento da região como destino de Ecoturismo.
Benefícios e beneficiários	Além de beneficiar o meio ambiente, com reflexos na percepção do visitante que vai ao Araguaia, esta ação terá reflexos na qualidade de vida e nos índices de desenvolvimento humano, especialmente na área de saúde, para a população local.
Descrição da ação	Eliminação dos lixões e da queima de lixo nos municípios do Polo.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT



Ações Prioritárias	
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Novos sistemas de coleta e descarte de lixo implementados.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Realização de estudo de impacto e análise ambiental estratégica no Polo	
Objetivo	Aumentar a capacidade da gestão pública para administrar as potencialidades ambiental e turística do Polo.
Justificativa	<p>O desenvolvimento sustentável apresenta-se como cerne dos questionamentos e das reflexões e a execução prática de seus propósitos permeia o Estudo do Impacto Ambiental, que é exigido pela Constituição Federal para a realização de atividades "potencialmente causadora de significativa degradação do meio ambiente" (art. 225, § 1º, IV).</p> <p>Em uma região vocacionada para o Ecoturismo, entre o cerrado e a floresta amazônica, a realização de estudos de impacto ambiental para desenvolvimento da atividade turística é fundamental para a preservação dos atrativos que geram fluxo ao Araguaia.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Maior capacidade de gestão dos impactos ambientais por parte do turismo e elaboração de projetos conjuntos de monitoramento de impactos ambientais.
Benefícios e beneficiários	Comunidades locais e visitantes.
Descrição da ação	Realizar estudo de impacto do turismo na gestão ambiental do Polo Araguaia, identificando áreas críticas de crescimento e áreas pouco exploradas.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Estudo de impacto realizado.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.



Ações Prioritárias	
Ação: Estruturação de áreas de conservação a serem utilizadas como pontos de visitação	
Objetivo	Ordenar o uso das unidades de conservação para o turismo.
Justificativa	<p>Dos atrativos naturais do Polo, apenas o Parque da Serra Azul, administrado pelo Governo do Estado, possui um Plano de Manejo. O Parque tem atualmente dois funcionários para orientar e fiscalizar, diariamente, atividades que são desenvolvidas em sua área demarcada.</p> <p>Confresa, Cocalinho e Nova Xavantina, por outro lado, figuram como os municípios que demandam maior investimento para a estruturação da gestão do meio ambiente. Embora as porções vegetais cubram ainda grande parte da região, há apenas uma Reserva Particular do Patrimônio Natural, demarcada em área do município de Água Boa.</p> <p>Seja por meio de reservas particulares ou de parques e áreas públicas, dotadas de plano de manejo, conselho gestor, funcionários e equipamentos para sua administração e monitoramento, a estruturação de áreas de conservação aparece como prioridade para impor limites à ação humana em meio ao processo de desenvolvimento que se espera atingir com a implantação deste projeto.</p>
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Incremento da imagem do destino como Polo de atração voltado ao Ecoturismo.
Benefícios e beneficiários	Comunidades locais e visitantes são os beneficiários de parques e áreas naturais estruturadas e legalmente constituídas e demarcadas, como herança para as futuras gerações.
Descrição da ação	Elaboração de estudos e metodologias para organização do uso das unidades de conservação.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso – SEDTUR/MT
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais) Fonte: a decidir
Gastos estimados de operação.	Sem previsão.



Ações Prioritárias	
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Estudos de impacto e ordenamento do uso das unidades de conservação elaborados.
Nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou indicar se solicita reconhecimento retroativo.	Não existe termo de referência elaborado para a contratação da ação.

5.5 Avaliação dos Impactos Ambientais Decorrentes da Implementação das Ações do Programa

Capaz de mobilizar um enorme contingente de pessoas, o turismo contribui indiscutivelmente com efeitos positivos e negativos que vem sendo estudados há tempos, como os socioeconômicos. Mais recentemente, os efeitos socioculturais e socioambientais passaram a ser considerados e dentro de uma perspectiva de sustentabilidade, não podem ser ignorados.

Entre os efeitos socioeconômicos positivos relacionados à atividade turística estão: o aumento da geração de empregos e renda, o aumento da arrecadação de impostos, a dinamização do mercado, a contribuição para o aumento do Produto Interno Bruto (PIB); o incremento da atividade empresarial em razão das suas conexões com outros setores da economia. Os impactos socioeconômicos negativos mais visíveis são aqueles relacionados aos custos de oportunidade, os custos derivados da flutuação da demanda, a inflação, a exclusão de trabalhadores de atividades tradicionais.

Além dos efeitos econômicos o turismo também exerce influência sobre valores e culturas, podendo ocasionar mudanças significativas na estrutura social e padrões culturais de destinos turísticos. Os efeitos socioculturais são diversos e entre eles podem ser enumerados: melhoria da qualidade de vida, aumento das oportunidades de lazer, valorização da cultura, recuperação e conservação de valores culturais e patrimônio histórico, fortalecimento da cidadania, aperfeiçoamento da estrutura administrativa local, emancipação da mulher. Em contraposição



pode impactar negativamente os destinos provocando: segregação, congestionamentos - perda da qualidade de vida, aumento da criminalidade, da prostituição e tráfico de drogas, disseminação de doenças, descaracterização da cultura.

A complexidade das relações entre o turismo e o meio ambiente provoca, necessariamente, efeitos que nem sempre são positivos, o que exige a presença de elementos mediadores como planejamento e gestão responsáveis, com uma visão abrangente da questão, de forma a potencializar seus efeitos positivos e minimizar, quando não, evitar, os negativos. Entre os efeitos positivos do turismo sobre o meio ambiente são comumente apontados: a revalorização do entorno natural, o estímulo à adoção e expansão de medidas de conservação, a implantação de modelos de qualidade, o incentivo à adoção de programas de educação ambiental, o maior envolvimento da administração pública com iniciativas de planejamento, regulamentação e conservação. Por outro lado, são enumerados como efeitos negativos recorrentes: a destruição da paisagem natural, problemas com a produção de lixo, a poluição do ar, a contaminação de recursos hídricos, a poluição sonora, a redução de *habitats*, a introdução de espécies exóticas, contribuição para extinção de espécies pela coleta, seja para confecção de souvenir, como para uso pela gastronomia, degradação ambiental derivada, por exemplo de aterramento, erosão de praias, destruição de vegetação costeira e de dunas.

É dentro desta perspectiva que será analisado aqui o conjunto de ações previstas para o Polo Araguaia dentro do contexto do **PDTIS**, financiadas com os recursos do **PRODETUR Nacional**, e sugeridas medidas de mitigação, quando cabíveis, de forma que sejam minimizados os possíveis impactos do turismo, ao passo que sejam potencializados os efeitos positivos sobre os municípios turísticos envolvidos.

Os problemas socioambientais existentes no **Polo Araguaia Mato-Grossense**, alguns diretamente relacionados ao turismo de Sol e Praia e que poderão ser agravados pelo crescimento do fluxo turístico e que, portanto, merecem ser considerados no contexto do seu planejamento e gestão são relacionados a seguir. Estes problemas foram identificados por ocasião do trabalho de campo, das pesquisas secundárias, das entrevistas e oficinas realizadas, que envolveram gestores públicos no nível estadual e municipal.

- Riscos e impactos associados ao meio físico:
- Crescimento urbano desordenado;



- Desmatamento em ecossistemas associados ao cerrado e à floresta amazônica;
- Deposição de lixo em áreas de preservação;
- Falta de incentivo para a coleta seletiva do lixo;
- Ocorrência de incêndios;
- Contaminação de rios e praias pelo lançamento de esgoto sem tratamento;
- Ausência de políticas para a reciclagem do lixo;
- Descaracterização da paisagem;
- Problemas associados à expansão urbana com reflexos na infraestrutura
- Inexistência ou deficiência de saneamento básico e de orientação para não se poluir os rios da região, que tem como consequência a contaminação destes cursos d'água, de cachoeiras e das praias,
- Deficiência da infraestrutura para fiscalização;
- Falta de infraestrutura humana e material em Unidades de Conservação;
- Riscos e impactos associados ao meio sociocultural
- Violência urbana - furtos e roubos;
- Falta de cultura de coleta seletiva;
- Deficiência da estrutura para fiscalização;
- Baixa consciência ambiental;
- Ausência de universalização de Código Ambiental; e
- Baixo compromisso com implementação da Agenda 21.



Quadro 5.5.1
Impactos no Polo Araguaia Mato-Grossense

PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
Componente 1 - Estratégia do Produto Turístico			
Implementação de inventário turístico com priorização de atrativos por segmento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valorização de atrativos turísticos ▪ Fortalecimento da competitividade 	Não há	Não há
Regulamentação e implementação da estruturação turística nos atrativos de Sol e Praia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valorização de imóveis ▪ Valorização das praias como atrativos turísticos ▪ Requalificação de espaço urbano ▪ Valorização dos imóveis do entorno ▪ Aumento das oportunidades de lazer 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poluição sonora ▪ Aumento do tráfego - congestionamentos ▪ Especulação imobiliária ▪ Poluição de recursos hídricos ▪ Aumento da geração de resíduos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tratamento paisagístico; ▪ Monitoramento da qualidade da água ▪ Acompanhamento das obras por biólogo de modo a minimizar impactos ▪ Recursos de engenharia para minimizar dispersão de sedimentos nas águas durante as obras ▪ Estudo de tráfego e realização de melhorias para a circulação
Adequação ao Manual de Acessibilidade do MTur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elevação da autoestima dos beneficiados ▪ Melhoria de condições de igualdade e inclusão social ▪ Melhoria da competitividade 	Não há	Não há
Qualificação profissional em nível técnico e empresarial para o Polo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elevação da autoestima dos beneficiados ▪ Geração de oportunidades ▪ Melhoria de condições de igualdade de gêneros ▪ Inclusão social 	Não há	Não há



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Melhoria na atuação cooperada do trade e governo ▪ Organização dos sistemas de gestão ▪ Qualificação de serviços ▪ Melhoria da competitividade 		
Componente 2 - Estratégia da Comercialização			
Elaboração do Plano de Marketing e Comercialização do Polo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aproveitamento do potencial competitivo ▪ Fortalecimento da imagem ▪ Atração do público pretendido ▪ Otimização de produtos e recursos ▪ Organização do trade 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descaracterização da imagem ▪ Aumento descontrolado da demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboração de estudos necessários à identificação da valorização da imagem a ser vendida, de público, volume, produtos e capacidade de suporte do destino para os produtos comercializados ▪ Estudo para alinhamento com as políticas estadual e federal de turismo ▪ Estudo de Demanda ▪ Estudo de Oferta
Programa de Captação de Investimentos Privados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atração de investimentos ▪ Melhoria no padrão de qualidade ▪ Fortalecimento da competitividade ▪ Ampliação de oportunidades de trabalho ▪ Aumento do PIB ▪ Incremento da atividade empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inflação ▪ Exclusão de pequenos empresários 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitação de empresários ▪ Promoção de intercâmbios



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
Componente 3 Fortalecimento Institucional			
Criação de sistema de gestão de informação e pesquisa em turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otimização do fluxo de informações ▪ Agregação de valor ao produto ▪ Geração de Insumos para o planejamento ▪ Geração de oportunidades de negócios ▪ Melhoria da qualidade dos serviços ▪ Fortalecimento da competitividade 	Não há	Não há
Capacitação Técnica e Gerencial da Gestão Pública no Polo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aperfeiçoamento da estrutura administrativa ▪ Melhoria da qualidade dos serviços ▪ Fortalecimento da competitividade ▪ Diminuição de riscos na tomada de decisões 	Não há	Não há
Equipagem dos órgãos de turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aperfeiçoamento da estrutura administrativa ▪ Melhoria da qualidade dos serviços ▪ Fortalecimento da competitividade 	Não há	Não há



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diminuição de riscos na tomada de decisões ▪ Melhoria no controle das ações ▪ Agilização de processos 		
Estruturação de projeto de Benchmarking estratégico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aperfeiçoamento da estrutura administrativa ▪ Rapidez e diminuição de riscos na tomada de decisões ▪ Agilização de processos ▪ Melhoria na capacidade de articulação 	Não há	Não há
Componente 4 - Infraestrutura e Serviços Básicos			
Asfaltamento de acessos a atrativos turísticos e destinos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento da mobilidade dos turistas ▪ Melhoria da qualidade de vida 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liberação de gases veiculares ▪ Pisoteio ▪ Retirada de espécies da flora ▪ Disposição de lixo ▪ Risco de incêndio acidental ▪ Especulação imobiliária ▪ Impacto na paisagem 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Monitoramento da qualidade do ar ▪ Educação ambiental ▪ Estudo da população afetada tendo em vista propor medidas para a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos ▪ Levantamento de propriedades afetadas / beneficiadas ▪ Trabalho paisagístico
Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Luciana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento da mobilidade dos turistas ▪ Melhoria da qualidade de 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liberação de gases veiculares ▪ Pisoteio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Monitoramento da qualidade do ar ▪ Educação ambiental ▪ Estudo da população afetada tendo em vista



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
	vida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Retirada de espécies da flora ▪ Disposição de lixo ▪ Risco de incêndio acidental ▪ Especulação imobiliária ▪ Impacto na paisagem 	<p>propor medidas para a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Levantamento de propriedades afetadas / beneficiadas ▪ Trabalho paisagístico
Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Confresa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento da mobilidade dos turistas ▪ Melhoria da qualidade de vida 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liberação de gases veiculares ▪ Pisoteio ▪ Retirada de espécies da flora ▪ Disposição de lixo ▪ Risco de incêndio acidental ▪ Especulação imobiliária ▪ Impacto na paisagem 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Monitoramento da qualidade do ar ▪ Educação ambiental ▪ Estudo da população afetada tendo em vista propor medidas para a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos ▪ Levantamento de propriedades afetadas / beneficiadas ▪ Trabalho paisagístico
Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a São Félix do Araguaia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento da mobilidade dos turistas ▪ Melhoria da qualidade de vida 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liberação de gases veiculares ▪ Pisoteio ▪ Retirada de espécies da flora ▪ Disposição de lixo ▪ Risco de incêndio acidental ▪ Especulação imobiliária ▪ Impacto na paisagem 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Monitoramento da qualidade do ar ▪ Educação ambiental ▪ Estudo da população afetada tendo em vista propor medidas para a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos ▪ Levantamento de propriedades afetadas / beneficiadas ▪ Trabalho paisagístico



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
Qualificação de atrativos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuição à conservação dos recursos naturais ▪ Conciliação do uso turístico com a conservação do meio ambiente ▪ Melhoria da qualidade dos atrativos turísticos ▪ Adequação da infraestrutura ▪ Ordenamento do uso dos atrativos ▪ Melhoria da segurança no uso dos atrativos ▪ Criação de oportunidades de recreação e lazer ▪ Geração de emprego e renda ▪ Satisfação do turista ▪ Fortalecimento da imagem dos destinos ▪ Melhor posicionamento no mercado ▪ Melhoria da competitividade do destino 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supressão de vegetação ▪ Introdução de espécies exóticas ▪ Geração de lixo e/ou dejetos ▪ Poluição de recursos hídricos ▪ Danos a árvores (entalhe) e rochas (pichação) ▪ Retirada de espécies ▪ Impacto sobre a fauna ▪ Risco de fogo acidental ou intencional ▪ Problemas de drenagem ▪ Geração de resíduos da construção civil 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagnóstico das áreas afetadas (habitats, fauna, flora, solo e recursos hídricos) ▪ Definição de largura das trilhas, de pontos de amostragem e de indicadores ▪ Monitoramento e manutenção regular das trilhas ▪ Definição de projeto de coleta e disposição de resíduos gerados pelos visitantes ▪ As possíveis intervenções para estruturas e equipamentos devem observar o respeito ao meio ambiente, o uso de técnicas regionais, mão de obra local, tecnologia e materiais sustentáveis. ▪ Adoção de visitas guiadas por monitores ambientais ▪ Gerenciamento de resíduos de construção civil
Criação de infraestrutura sanitária básica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Melhoria das condições sanitárias e benefícios à saúde da população e de visitantes ▪ Redução de riscos de 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poluição sonora durante as obras ▪ Eventual supressão de vegetação ▪ Risco de especulação 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Restrição de horários das obras visando à redução de impactos da poluição sonora ▪ Recomposição de vegetação com espécies nativas ▪ Estudo da população afetada tendo em vista



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
	<p>contaminação de pessoas por doenças de veiculação hídrica</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Redução de riscos de contaminação do solo, do lençol freático e de recursos hídricos ▪ Melhoria da qualidade de vida ▪ Valorização de imóveis ▪ Valorização de atrativos ▪ Redução de despesas com o setor de saúde ▪ Satisfação do turista ▪ Melhoria da imagem do destino ▪ Melhoria da competitividade do destino 	<p>imobiliária</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geração de resíduos da construção civil 	<p>propor medidas para a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerenciamento de resíduos de construção civil
Implementação de sistemas de coleta e tratamento de lixo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Melhoria das condições sanitárias e benefícios à saúde da população e de visitantes ▪ Redução de riscos de contaminação do solo, do lençol freático e de recursos hídricos ▪ Melhoria da qualidade de vida 	Não há	Não há



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redução de despesas com o setor de saúde ▪ Satisfação do turista ▪ Melhoria da imagem do destino ▪ Melhoria da competitividade do destino 		
Componente 5 - Gestão Ambiental			
Realização de estudo de impacto e análise ambiental estratégica no Polo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prevenção e mitigação de impactos ▪ Conhecimento científico dos recursos ambientais ▪ Identificação de necessidades de correção ▪ Melhoria da qualidade de vida ▪ Identificação do meio abiótico ▪ Identificação da estrutura fundiária ▪ Minimização de conflitos ▪ Identificação de causas de degradação ▪ Identificação de possíveis danos ao meio ambiente ▪ Integração de atores interessados 	Não há	Não há



PROJETO	Impactos Prováveis		Medidas de Mitigação
	Positivos	Negativos	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Correto uso e ocupação do solo ▪ Gestão integrada de recursos ▪ Harmonização de componentes e interesses ▪ Construção de bases para o turismo sustentável 		
Estruturação de áreas de conservação a serem utilizadas como pontos de visitação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conciliação do uso turístico com a conservação do meio ambiente ▪ Proteção do patrimônio ambiental ▪ Melhoria da gestão dos recursos turísticos ▪ Melhoria da qualidade dos atrativos turísticos ▪ Maximização de oportunidades e minimização de riscos ▪ Satisfação dos turistas ▪ Fortalecimento da imagem do destino ▪ Melhor posicionamento no mercado ▪ Fortalecimento da competitividade 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supressão de vegetação ▪ Geração de lixo e/ou dejetos ▪ Poluição de recursos hídricos ▪ Danos a árvores (entalhe) e rochas (pichação) ▪ Retirada de espécies ▪ Impacto sobre a fauna ▪ Risco de fogo acidental ou intencional ▪ Geração de resíduos da construção civil 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagnóstico das áreas afetadas (habitats, fauna, flora, solo e recursos hídricos) ▪ Definição de largura das trilhas, de pontos de amostragem e de indicadores ▪ Monitoramento e manutenção regular das trilhas ▪ Definição de projeto de coleta e disposição de resíduos gerados pelos visitantes ▪ As possíveis intervenções para estruturas e equipamentos devem observar o respeito ao meio ambiente, o uso de técnicas regionais, mão de obra local, tecnologia e materiais sustentáveis. ▪ Adoção de visitas guiadas por monitores ambientais ▪ Gerenciamento de resíduos de construção civil



Quadro 5.5.2

Instrumentos de avaliação ambiental – Polo da Região Metropolitana

PROJETO	Documentação Ambiental Necessária	
	Licenças	Estudos
Implementação de inventário turístico com priorização de atrativos por segmento	-	-
Regulamentação e implementação da estruturação turística nos atrativos de Sol e Praia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual: LAS - Licença ambiental simplificada ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projeto com descrição detalhada ▪ Identificação das áreas de influência e estudo de condições ambientais ▪ Plano de Controle Ambiental
Adequação ao Manual de Acessibilidade do Mtur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observância das normas de sinalização do MTur (acessibilidade) ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboração de estudo para localização e distribuição das obras
Qualificação profissional em Nível técnico e empresarial para o Polo	-	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudo para identificação de carências e identificação de público
Elaboração do Plano de Marketing e Comercialização do Polo	-	-
Programa de Captação de Investimentos Privados	-	-
Criação de sistema de gestão de informação e pesquisa em turismo	-	-
Capacitação Técnica e Gerencial da	-	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudo para identificação de carências e



PROJETO	Documentação Ambiental Necessária	
	Licenças	Estudos
Gestão Pública no Polo		identificação de público
Equipagem dos órgãos de turismo	-	-
Estruturação de projeto de Benchmarking estratégico	-	-
Asfaltamento de acessos a atrativos turísticos e destinos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção e funcionamento) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ EIA /RIMA ▪ Estudo para adequação aos Planos Diretores
Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Luciara	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção e funcionamento) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ EIA /RIMA ▪ Estudo para adequação ao Plano Diretor
Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a Confresa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção e funcionamento) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ EIA /RIMA ▪ Estudo para adequação ao Plano Diretor
Asfaltamento dos principais acessos rodoviários a São Félix do Araguaia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção e funcionamento) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ EIA /RIMA ▪ Estudo para adequação ao Plano Diretor
Qualificação de atrativos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual: LAS - Licença ambiental simplificada ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projeto com descrição detalhada; ▪ Identificação das áreas de influência e estudo de condições ambientais ▪ Plano de Controle Ambiental
Criação de infraestrutura sanitária básica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção) ▪ Licenciamentos específicos de órgão estadual, conforme classificação da 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboração de estudo do contexto urbano e ambiental ▪ Inventário de bens integrados ▪ Caracterização geológica-geotécnica



PROJETO	Documentação Ambiental Necessária	
	Licenças	Estudos
	<p>proteção dos bens afetados pelas obras</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboração de projeto executivo ▪ Estudo da população afetada tendo em vista propor medidas para a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos ▪ EIA/RIMA ▪ Estudo da vegetação (caso de área de Área de Preservação Permanente - APP) e projeto de integração e proteção de vegetação nativa ▪ Observância da Resolução CONAMA n.º 307/2002, que trata dos resíduos da construção civil
<p>Implementação de sistemas de coleta e tratamento de lixo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual ▪ Licenciamento municipal (alvará de construção) ▪ Licenciamentos específicos do IPHAN ou órgão estadual, conforme classificação da proteção dos bens afetados pelas obras 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboração de estudo do contexto urbano e ambiental ▪ Inventário de bens integrados ▪ Caracterização geológica-geotécnica ▪ Elaboração de projeto executivo ▪ Estudo da população afetada tendo em vista propor medidas para a maximização de efeitos positivos e minimização dos negativos ▪ EIA/RIMA ▪ Estudo da vegetação (caso de área de APP) e



PROJETO	Documentação Ambiental Necessária	
	Licenças	Estudos
		projeto de integração e proteção de vegetação nativa <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observância da Resolução CONAMA n.º 307/2002, que trata dos resíduos da construção civil
Realização de estudo de impacto e análise ambiental estratégica no Polo	-	-
Estruturação de áreas de conservação a serem utilizadas como pontos de visitação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licenciamento ambiental estadual: LAS - Licença ambiental simplificada 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projeto com descrição detalhada; ▪ Identificação das áreas de influência e estudo de condições ambientais ▪ Plano de Controle Ambiental



6. *Feedback*: Acompanhamento e Avaliação

O monitoramento do **PDITS** se dá em dois momentos significativos: (1) avaliação dos dados do diagnóstico e (2) mensuração dos desempenhos das ações a serem implementadas. No primeiro caso, cabe investigar continuamente se as informações contidas no diagnóstico persistem até o momento de implementação das ações. Neste sentido, cabe avaliar os diferentes capítulos do **PDITS**, em frações de tempo regulares, como, por exemplo, anualmente, identificando as possíveis alterações de diagnóstico antes, durante e depois das ações serem implementadas. No segundo, geralmente recomenda-se a utilização de linhas de base pode facilitar a mensuração e posterior avaliação. Entretanto, este não é o caso do **PDITS** do **Polo Araguaia Mato-Grossense**, dada a dificuldade de existência de dados oficiais concretos. Porém, nada impede que com o andamento do Plano e a nova segmentação de Ecoturismo, seja desenvolvido de um sistema de coleta de informações que possa criar áreas de investigação a partir de resultados de campo atualizados e oficiais, e que a partir daí, estabeleça-se linhas de base em período posterior.

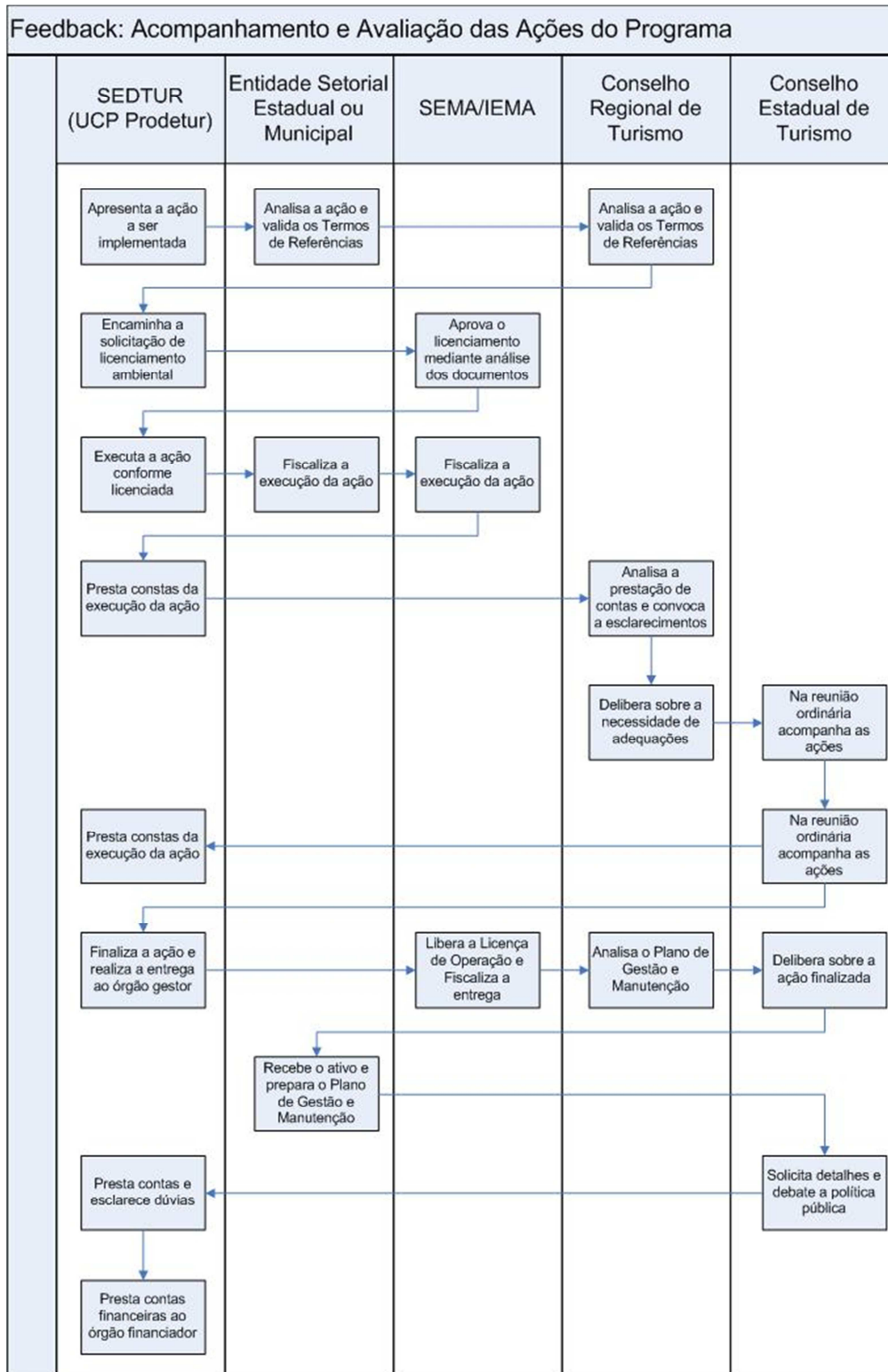
Deve-se verificar a efetividade do programa quanto ao atendimento de seus objetivos. A fixação de metas decorre da identificação de prioridades e requer, simultaneamente, uma precisa compreensão dos processos de trabalho envolvidos, dos resultados e dos efeitos esperados do Programa. Os resultados da avaliação fornecem as bases de informação que permitem a um destino se adaptar às mudanças do meio, através de: (1) estatísticas sobre os padrões de comportamento dos turistas; (2) medidas de desempenho capazes de identificar problemas; (3) estudos sobre satisfação dos turistas (identificar problemas e oportunidades); (4) impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais causados pelo desenvolvimento do turismo; e (5) informações que acompanham e monitoram a atitude da população local em relação ao turismo.

Para avaliação dos impactos econômicos do turismo, propõe-se a criação de um sistema de estatísticas de turismo, composta por um lado, pelas pesquisas conjunturais, cujo objetivo será de avaliar os impactos dos investimentos do **PRODETUR** sobre o turismo, no que se refere a geração de emprego, renda e negócios nas atividades características de turismo e, por outro lado, pelas pesquisas estruturais, que terão como finalidade, avaliar os impactos dos investimentos do **PRODETUR** sobre o nível de competitividade turística dos municípios, a sustentabilidade ambiental, social e cultural da atividade turística no **Polo**. A seguir serão indicados os atores e os mecanismos propostos necessários para promover o monitoramento da evolução da situação do Turismo na área, avaliar os resultados bem como rever o Plano, se necessário.



Figura 6.1

Mecanismo de Acompanhamento e Avaliação do Programa



Fonte: Elaborado pela FGV, 2012.



A atualização periódica das informações deste documento, considerando as fontes de informação utilizadas para a sua elaboração, é parte relevante para a avaliação do programa. No quadro a seguir, apresentam-se os parâmetros recomendados para o monitoramento do caderno do **PDITS**.

Acompanham, ainda, os questionários utilizados pela **Fundação Getúlio Vargas** nas pesquisas de campo realizadas nos sete municípios do Polo Araguaia. Além de detalhar as informações apresentadas neste plano, eles podem ser utilizados pelos gestores públicos de Turismo dos municípios e do **Estado do Mato Grosso** como mecanismos de aferição e ferramentas para acompanhamento anual dos progressos obtidos após a adoção das ações aqui propostas. A atualização constante deles pode, ainda, fundamentar um índice para avaliação contínua dos seguintes componentes essenciais ao desenvolvimento do Ecoturismo no **Polo do Araguaia Mato-Grossense**:

- Qualificação do setor de turismo;
- Produtos turísticos;
- Plano de *marketing* e participação em feiras;
- Promoção do destino;
- Pesquisas de demanda e oferta no destino;
- Medição dos impactos da atividade turística;
- Estrutura municipal para apoio ao turismo;
- Planejamento da cidade e da atividade turística;
- Grau de cooperação público-privada;
- Planejamento turístico regional;
- Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística;
- Estrutura e legislação municipal de meio ambiente;
- Associativismo e formalização da atividade turística;
- Acesso aéreo;
- Acesso rodoviário;
- Outros tipos de acesso (aquaviário e ferroviário);
- Sistema de transporte no destino;
- Estrutura urbana nas áreas turísticas;



- Sinalização turística;
- Centro de atendimento ao turista;
- Rede pública de coleta e tratamento de esgoto;
- Coleta e destinação pública de resíduos;
- Gestão ambiental dos produtos turísticos;
- Rede de drenagem pluvial; e
- Unidades de conservação no território municipal.

6.1 Indicadores, Monitoramento e Linha de Base

Um indicador é, antes de mais, uma variável que pode tomar diversos valores (quantitativos) ou estados (qualitativos); estes valores ou estados podem ser medidos diretamente, mas na maior parte dos casos, resultam da análise e processamento de informação de base. Por vezes, este processamento pode atingir um maior grau de complexidade, através de agregações e combinações, dando origem a índices. Assim, indicadores e índices são da mesma natureza, apenas o grau de complexidade os distingue.

Por outro lado, o que distingue um indicador da informação básica, é o facto de o indicador carregar em si um significado que transcende o seu valor (por exemplo, a percentagem de estabelecimentos de Turismo em Espaço Rural, na oferta de alojamento total, traduz a diversificação da oferta e a aposta num determinado tipo de turismo ligado à natureza e à etnografia). Esta capacidade inerente aos indicadores (embora a simplificação da realidade que a utilização de indicadores representa seja muitas vezes posta em causa) explica o interesse que despertam.

Os indicadores ajudam a sintetizar a informação, a clarificar determinados fenómenos e a quantificar problemas já conhecidos. A sua importância resulta da sua interpretação e do seu uso como ferramenta de análise e diagnóstico.

Para uma avaliação dos impactos do PDITS recomenda-se o estabelecimento de uma linha de base para alguns indicadores do desempenho do turismo no polo, indicadores económicos e de sustentabilidade indicados no quadro a seguir.



Quadro 6.1

Acompanhamento e Avaliação do Programa por linha de base

Componentes	Indicadores	Linha de base 2011	Mecanismo de Aferição
1. ETRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO	Número de Turistas	36.113,00	SEDTUR - MT, Pesquisa de Demanda
	Gasto Médio do Turista	R\$ 275,00	SEDTUR - MT, Pesquisa de Demanda
	Composição do Fluxo Turístico	90% Regional	SEDTUR - MT, Pesquisa de Demanda
	Número de empresários capacitados	0	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
	Número de Profissionais Capacitados	0	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
	Nível de Qualificação dos Atrativos	A maioria abaixo de 20 pontos	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
2. ESTRATÉGIA DA COMERCIALIZAÇÃO	Ações de Promoção	4	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
	Fomento a Promoção Institucional	43% dos municípios	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
	Agenda de Eventos	0%	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
	Despesas com promoção e comercialização	R\$ 0,00	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
	Número de operadores de turismo	12	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
	Plano de Marketing Formal	0	SEDTUR - MT, Pesquisa de Oferta
3. FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	Número de Pesquisas de Demanda no Polo	0	SEDTUR - MT, Pesquisa de Demanda



	Número de CAT implementados	3	Secretarias Municipais do Turismo
	Municípios com Monitoramento de Impactos Econômicos	0/7	Secretarias Municipais do Turismo
	Municípios com Monitoramento de Impactos Sociais	1/7	Secretarias Municipais do Turismo
	Municípios com Monitoramento de Impactos Ambientais	0/7	Secretarias Municipais do Turismo
	Municípios com Plano Diretor Municipal de Turismo	3/7	Secretarias Municipais do Turismo
4 - INFRAESTRUTURA GERAL E SERVIÇOS BÁSICOS	Número de Assentos em voos regulares	27 por dia	ANAC
	Municípios com acessos asfaltados	4/07	DNIT
5 - GESTÃO AMBIENTAL	Municípios com Estudos de Capacidade de Carga para atrativos turísticos	0/7	Secretaria Estadual do Meio ambiente e Secretarias Municipais do Ambiente
	Municípios com Evidencia de Preservação Ambiental no atrativo	4/7	Secretaria Estadual do Meio ambiente e Secretarias Municipais do Ambiente
	Municípios com Existência de órgão público responsável pela conservação ambiental	6/7	Secretaria Estadual do Meio ambiente e Secretarias Municipais do Ambiente
	Municípios com Existência de programa de conservação ambiental	0/7	Secretaria Estadual do Meio ambiente e Secretarias Municipais do Ambiente
	Municípios com Fundo Municipal do Meio Ambiente	4/7	Secretarias Municipais do Ambiente



Quadro 6.1
Parâmetros para o Monitoramento do Caderno do PDITS

	Etapas PDITS	Especificidade	Documentação inicial de pesquisa / Fontes	Anexo
Parte I	OBJETIVOS			
1.1	Objetivo Geral	Objetivos gerais do PDITS por componente	Planejamento Estado, Planejamento PDITS, Carta Consulta	
1.2	Objetivos específicos	Objetivos secundários, por componente, dentro dos custos previstos. Organizados por Curto, médio e Longo Prazo	Objetivos dos Destinos, Planejamento Estado, Planejamento PDITS, carta Consulta	
1.3	Histórico de Crescimento do Turismo	Dados do crescimento do turismo, com estadia média e número de visitantes	Estudo de Oferta, Matriz MTur, Pesquisa de Campo	
1.4	Comportamento do futuro turista com gastos	Descrição do Tipo de Turista desejado	Estudo de Oferta e Pesquisa de Campo	
1.5	Previsões de demanda	Previsões de Crescimento ou queda	Estudo de Oferta e Pesquisa de Campo	
1.6	Incremento das UHs e Investimentos derivados	Previsões de Investimentos em Hotelaria	ABIH, Estudo de Oferta	
1.7	Incremento de Investimentos gerais	Lista de investimentos previstos	Secretaria de Infra-estrutura, Plano do Estado, Pesquisa de Campo	
1.8	Incremento de receita: Atual X prospectada	Expectativa de crescimento de receita	Secretaria de Turismo, Pesquisa de campo	
1.9	renda derivada pela receita turística	% do PIB do Turismo - Gráfico de setores	Secretaria de Turismo, Pesquisa de campo	
1.10	Impacto fiscal do impostos	% do PIB do Turismo - Gráfico de setores	Secretaria de Turismo, Pesquisa de campo	
1.11	Incremento de empregos	% Empregos - Gráfico de setores	RAIS x Secretaria de Turismo e Pesquisa de Campo	
Parte 2	DIAGNÓSTICO			
2.1	Análise da Demanda Turística Atual		Matriz MTUR, Mapas Rodoviários, Mapas Polos, Cartografia, Fotografias	Documento original da pesquisa UNEMAT
2.1.1	Perfil quantitativo da demanda atual	Volume dos últimos anos, mercados emissores, permanência, etc	Estudo de demanda, Perfil Turístico	
2.1.2	Perfil qualitativo da demanda atual	Segmentos, motivo da viagem, sazonalidade, preços, hospedagem	Estudo de Oferta, Matriz MTUR,	



	Etapas PDITS	Especificidade	Documentação inicial de pesquisa / Fontes	Anexo
2.1.3	Comportamento da demanda	Canais de distribuição, destinos competidores, tempo de planejamento	Oferta de Equipamentos, Principais equipamentos, Questionário PDITS	
2.1.4	Composição do gasto	Como e com o que se gasta	tabela de gasto	
2.1.5	Qualidade percebida	Qualidade da oferta percebida pelos turistas	Tabela de restaurantes	
2.1.6	Balanço das campanhas de promoção	Grau de eficácia das mensagens de promoção	Tabela de operadoras	
2.1.7	Portfólio estratégico	Produtos principais do Polo e potenciais	Tabela de transportes	
2.2	Análise da Demanda Turística Potencial			
2.2.1	Estimativa quantitativa aproximada	Número de turistas atual e crescimento prospectado	Estudos de Demanda, Estudos de capacitação,	
2.2.2	Perfil qualitativo dos segmentos principais	Mercados de origem, atrativos e produtos mais valorizados	Estudos de Demanda, Analise qualitativa, Pesquisa de campo, MATRIZ MTUR.	
2.2.3	Elementos críticos de tomada de decisão	Distâncias, custo, nível de serviços, atrativos	Estudos de Demanda,	
2.2.4	Nível de expectativa dos seg potenciais	Padrões mínimos de qualidade do entorno e destino	Estudos de Demanda, Descritivo Institucional	
2.2.5	Hábitos de compra	Meios de comunicação mais consultados, tipo de distribuição turística	Estudos de Demanda, Descritivo Institucional, Matriz Mtur,	
2.2.6	Grau de conhecimento	Imagens associadas, comparação com atributos básicos	Estudos de Demanda, Planejamento Estado, Pesquisa de campo, Matriz Mtur	
2.2.7	Destinos competidores	Em função dos segmentos e produtos estrela	Descritivo Legislação	
2.3	Análise da Oferta Turística			
2.3.1	Avaliação dos recursos ou atrativos turísticos	Atrativos principais e seu nível de utilização pontos fortes e debilidades	Planejamento Municipal ou Estadual, Pesquisa de campo	Arquivo de Fotos
2.3.2	Equipamentos e serviços turísticos (Número e Função)	Hospedagem, alimentação, eventos, lazer, cat, receptivo	Matriz Mtur, Mapas, Fotos, Pesquisa de Campo	Arquivo de Questionários
		Números e categorias	Planejamento Estadual, Mapas de projetos em execução	
		Principais mercados geográficos	Matriz Mtur, Mapas, Fotos, Pesquisa de Campo	
		Nível de serviço prestado	Matriz Mtur, Mapas, Fotos, Pesquisa de Campo	
		Preços	Matriz Mtur, Mapas, Fotos, Pesquisa de	



	Etapas PDITS	Especificidade	Documentação inicial de pesquisa / Fontes	Anexo
			Campo	
2.3.4	Promoção e comercialização	Posicionamento de segmento do Polo e formas de comercialização	Planejamento Municipal ou Estadual, Pesquisa de campo	
2.3.5	Cadeia de Valor	Lista de associações de turismo, cadeias hoteleiras, possíveis conflitos empresariais	ABIH, Estudo de Oferta, Pesquisa de Campo	
2.3.6	Tipo de Investimento Turístico	Investimentos mais importantes no momento	Secretaria de Turismo, Pesquisa de campo	
2.3.7	Capacitação de mão de obra	Cursos em atuação e necessidade de capacitação	Secretaria de Turismo, Pesquisa de campo	
2.3.8	Existência de sistemas de certificação	Lista de sistemas de certificação	Secretaria de Turismo, Pesquisa de campo	
2.4	Análise da Infraestrutura Básica e Serviços Gerais			
2.4.1	Rede viária	Condições das rodovias e sinalização. Condições de aeroporto ferrovias e Portos. Inserir mapa qualitativo. Problemas socioambientais associados.	Secretaria de Infra-estrutura, Plano do Estado, Pesquisa de Campo. Mapas e Fotos	
2.4.2	Abastecimento de água	População atendida, questões de investimento e áreas carentes	Secretaria de Infra estrutura, Plano do Estado, Pesquisa de Campo	
2.4.3	Sistema de esgotamento sanitário	População atendida, questões de investimento e áreas carentes	Secretaria de Infra-estrutura, Plano do Estado, Pesquisa de Campo	
2.4.4	Limpeza urbana	População atendida, questões de investimento e áreas carentes	secretaria de Infra estrutura, Plano do Estado, Pesquisa de Campo	
2.4.5	Drenagem Pluvial	População atendida, questões de investimento e áreas carentes	secretaria de Infra estrutura, Plano do Estado, Pesquisa de Campo	
2.4.6	Transporte urbano	frequência e qualidade dos serviços. Áreas atingidas. Cabe uso turístico?	Secretaria de transportes. Pesquisa de Campo	
2.4.7	Sistemas de Comunicação	Coberturas fixa e celular	Secretaria de Comunicação, ANATEL. Pesquisa de Campo	
2.4.8	Iluminação Pública	População atendida, questões de investimento e áreas carentes	secretaria de Infra-estrutura, Plano do Estado, Pesquisa de Campo	
2.4.9	Serviços de Saúde	População atendida, questões de investimento e áreas carentes	Secretaria de Saúde, Pesquisa de Campo	
2.5	Análise do Quadro Institucional			



	Etapas PDITS	Especificidade	Documentação inicial de pesquisa / Fontes	Anexo
2.5.1	Instituições atuantes	Instituições que atuam na gestão do turismo local, em todos os níveis de governo. Número de pessoas e qualificação.	Secretarias Municipais. Pesquisa de campo	
2.5.2	Impactos e Limitações da Gestão Pública	Capacidade de tomada de decisão na gestão pública local e regional	Pesquisa de Campo	
2.5.3	Organização e Coordenação do Turismo	Planos, ações e projetos existentes	Secretaria Estadual de Turismo, Secretarias Municipais, Pesquisa de Campo	
2.5.4	Legislação urbanística, ambiental e turística	Existência e aplicabilidade	Secretaria Estadual de Turismo, Secretarias Municipais, Pesquisa de Campo	
2.5.5	Quadro de Incentivos para investimento Turístico	Vantagens e desvantagens que a área oferece para investimento em turismo	Secretaria Estadual de Turismo, Secretarias Municipais, Pesquisa de Campo	
2.6	Análise Socioambiental			
2.6.1	Identificação e avaliação de impactos	Identificação e avaliação de áreas degradadas e seu impacto para o turismo atual e futuro (fatores de degradação, incêndios, ocupação, desmatamento...)	Secretaria de meio Ambiente, Secretaria Estadual de Turismo, estudo de impacto ambiental, pesquisa de campo	
2.6.2	Gestão Ambiental Pública	Indicadores de entidades que atuam na região. Programas de gestão em operação ou desenvolvidos que impactam no turismo	Secretaria de meio Ambiente, Secretaria Estadual de Turismo, estudo de impacto ambiental, pesquisa de campo	
2.6.3	Gestão Ambiental nas empresas privadas	Programas de certificação existentes em empresas. Se possível % de empresas de turismo em programas	Entidades de classe, Secretaria de Turismo, pesquisa de campo.	
2.6.4	Controle territorial e planejamento	Planos diretores e programas e projetos de gestão ambiental e programados ou em implantação	Secretaria de meio Ambiente, Secretaria Estadual de Turismo, estudo de impacto ambiental, pesquisa de campo	
2.6.5	Grau de Participação comunitária	Diferentes grupos de interesse e atuação em turismo e meio ambiente	Secretaria de meio Ambiente, Secretaria Estadual de Turismo, estudo de impacto ambiental, pesquisa de campo	
2.7	Consolidação de Diagnóstico Estratégico			
2.7.1	Valoração Ponderada de produtos	Produtos atuais, potenciais. Linhas de produtos não exploradas.	Secretaria de Turismo, Pesquisa de campo	



	Etapas PDITS	Especificidade	Documentação inicial de pesquisa / Fontes	Anexo
2.7.2	Identificação de áreas críticas de intervenção	por produto turístico. Áreas geográficas mais importantes. Necessidades críticas (ações em cada área)	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
2.7.3	Posicionamento atual X potencial	avaliar se o posicionamento atual é suficiente para imagem que pretende projetar	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
2.7.4	Estruturação da Matriz SWOT	Norteamento para estratégias turísticas, Plano de Ação e Priorização. Levantamento de ações nas Oficinas pós diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
3	JUSTIFICATIVA / VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA			
3.1	Importância dos atrativos turísticos	Explicação para a seleção da área turística, considerando a Preferência dos Usuários, Singularidade do Recurso Turístico e Sazonalidade	Plano Estadual de Turismo, Lista dos principais atrativos (deverá bater com os atrativos do Diagnóstico, quando serão detalhados). Pesquisa de Campo	
3.2	Nível de uso atual e potencial	Segmentos Atuais e Potenciais	Plano de Marketing ou Plano Estadual, Plano Municipal, Pesquisa de Campo.	
3.3	Acessibilidade e conectividade	Posicionamento logístico do Polo e principais modais. Mapa de posicionamento logístico. Quadro de distâncias entre cidades.	ABCR, Carta Consulta e Distâncias. Mapa Cartográfico ou qualitativo com distribuição viária e marcas de outros modais que servem o polo. Pesquisa de Campo	
3.4	Condições físicas e serviços básicos dos municípios do Polo	Condições básicas geográficas, Tipo de Clima, Temperaturas médias (gráfico anual), Topografia, Solo. Cobertura de Água, Esgoto, Energia e Coleta de Lixo.	IBGE Cidades, Fontes Geográficas, Plano Estadual ou Municipal. Infor de cobertura das empresa de Água, Luz, Esgoto e Lixo. Pesquisa de Campo.	
3.5	Quadro Institucional	Lista das principais ações de fomento ao turismo	Pesquisa de Campo.	
3.6	Validação da seleção da área turística	Construir tabela segundo termo de referencia, usando indicadores e poucos textos	resumo da justificativa	
4	ESTARTÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO			
4.1	Posicionamento estratégico	Tabela resultante de avaliações do diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	



	Etapas PDITS	Especificidade	Documentação inicial de pesquisa / Fontes	Anexo
4.2	Tipo de Comercialização	Tabela resultante de avaliações do diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	Tabelas SWOT de ponderação
4.3	Produtos e segmentos	Tabela resultante de avaliações do diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
4.4	Mecanismos de apoio	Tabela resultante de avaliações do diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
4.5	Infraestrutura necessária	Tabela resultante de avaliações do diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
4.6	Quadro institucional necessário	Tabela resultante de avaliações do diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
4.7	Diretrizes socioambientais requeridas	Tabela resultante de avaliações do diagnóstico	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
5	PLANO DE AÇÃO			
5.1	Visão geral das ações	Objetivo. Justificativa. Descrição. Custo. Resultados tabela segundo TR	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
5.2	Dimensionamento do investimento total	Por área de ação e município. E o correspondente dimensionamento dos investimentos. Investimentos totais em real e dólar.	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	Tabelas do Plano de ação
5.3	Seleção de ações priorizadas	Estabelecidas por matriz de investimento, por componente de acordo com a seleção do programa ou do Estado	Levantamento do Diagnóstico. Secretaria de Turismo	
5.4	Descrição das ações dos 18 primeiros meses	Ficha de projeto de acordo com modelo TR		
5.5	Avaliação dos impactos socioambientais	Verificar execução Externa de acordo com TR		
6	FEEDBACK			
6.1	Atores de promoção do Monitoramento			
	Mecanismos de promoção do monitoramento			Tabelas de indicadores
6.2	Linhas de base			



Anexos

Segue lista de documentos em anexo que comprovam a composição deste diagnóstico. Sobre as informações contidas no material escrito pelos participantes das oficinas, a **Fundação Getúlio Vargas** não emitiu opinião, tampouco interferiu na linguagem utilizada.

- Anexo 1 - Questionário de Barra do Garças;
- Anexo 2 - Questionário de Luciara;
- Anexo 3 - Questionário de Confresa;
- Anexo 4 - Questionário de São Félix do Araguaia (volume 2/2);
- Anexo 5 - Questionário de Nova Xavantina (volume 2/2);
- Anexo 6 - Questionário de Água Boa (volume 2/2);
- Anexo 7 - Questionário de Cocalinho (volume 2/2);
- Anexo 8 - Oficina 1 (volume 2/2);
- Anexo 9 – Oficinas 2 e 3 (volume 2/2); e
- Anexo 10 – Campanhas de Promoção;
- Anexo 11 – Ata da Audiência Pública
- Anexo 12 – Apresentação da Audiência Pública
- Anexo 13 – Lista de Presença da Audiência Pública
- Anexo 14 – Fotos da Audiência Pública (SEDTUR)
- Anexo 15 – Plano de Trabalho



Anexo 1 - Questionário de Barra do Garças



Anexo 2 - Questionário de Luciara



Anexo 3 - Questionário de Confresa



Anexo 4 - Questionário de São Félix do Araguaia



Anexo 5 - Questionário de Nova Xavantina



Anexo 6 - Questionário de Água Boa



Anexo 7 - Questionário de Cocalinho



Anexo 8 - Oficina 1



Anexo 9 - Oficinas 2 e 3



Anexo 10 – Campanhas de promoção



Anexo 11 – Ata



Anexo 12 – Apresentação



Anexo 13 – Lista de Presença



Anexo 14 – Fotos da Audiência Publica



Anexo 15 – Plano de Trabalho



Anexo 16 – Relatório de Propostas Estratégicas para uso das Avaliações dos PDITS para Planejamento do Turismo em Consonância com a Copa do Mundo de Futebol de FIFA em 2014