



UNIVERSIDADE FEDERAL DO NORTE DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

RENATA DE KASSIA DE SOUSA BARROS

**TURISMO DE EVENTOS: UMA ANÁLISE DO FESTIVAL
GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU, EM PALMAS-TO**

ARAGUAÍNA-TO

2025

RENATA DE KASSIA DE SOUSA BARROS

**TURISMO DE EVENTOS: UMA ANÁLISE DO FESTIVAL
GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU, EM PALMAS-TO**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade de artigo, apresentado à Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT) - Campus Universitário de Araguaína para a obtenção do título de Tecnólogo em Turismo, sob a orientação da Professora Dra. Andressa Ferreira Ramalho Leite.

ARAGUAÍNA-TO

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Geração de Ficha Catalográfica SGFC-UFNT

Gerado automaticamente mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

D278t DE KASSIA DE SOUSA BARROS, RENATA.

TURISMO DE EVENTOS: UMA ANÁLISE DO FESTIVAL
GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU, EM PALMAS-TO /
RENATA DE KASSIA DE SOUSA BARROS. - Centro de
Ciências Integradas - CCI, TO, 2025.

30 f.

Monografia Graduação (Graduação - em Gestão de
Turismo) -- Universidade Federal do Norte do Tocantins, 2025.

Orientadora: Andressa Ferreira Ramalho Leite.

1. Eventos. 2. Gastronomia. 3. Qualidade em serviços.

CDD 338.47

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

RENATA DE KASSIA DE SOUSA BARROS

**TURISMO DE EVENTOS: UMA ANÁLISE DO FESTIVAL
GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU, EM PALMAS-TO**

Nota: 9,0

Araguaína-TO, 01 de dezembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Andressa Ferreira Ramalho Leite - Presidente da Banca e Orientadora
Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo - UFNT

Prof. Dra. Paola Silva - Banca Examinadora
Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo – UFNT

Prof. Cayo Cesar Gregório da Costa e Silva
Professor Convidado do Curso Superior em Gestão de Turismo da UFNT e
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Geografia PPGEU UFNT

AGRADECIMENTOS

É com imensa gratidão por cada segundo de vida e por fazer dos seus planos os meus, que agradeço primeiramente a Deus, que rege minha vida e todos os meus dias. Dias esses, que me fizeram vivenciar as mais incríveis experiências e ampliar a minha rede de comunicação, além das belas amizades que fiz nesses anos. Aqui também expresso meus agradecimentos ao meu amado esposo, parceiro e companheiro de vida Manoel Costa, obrigada por tanto e por tudo, você foi a minha base, seu apoio e incentivo foram primordiais para com o sucesso em minhas aulas e atividades universitárias. Estendo a minha gratidão, aos meus pais, irmãos e avós, em especial a minha vizinha Antonia Nunes que sempre se alegra com as minhas conquistas e realizações, a minha mãe Jucilene Nunes que sempre está ao meu lado me apoiando, a minha irmã Jessica Minidielly, obrigada pelo colo, apoio e incentivo diário e ao meu irmão Lucas Jovino que por muitas vezes ingressou comigo em atividades do campus, obrigada pelo apoio, vocês são partes essenciais no meu desenvolvimento. Aqui também expresso com grande louvor e gratidão meus agradecimentos à minha orientadora Dra Andressa Ramalho, agradeço-te professora por toda orientação a mim prestada, apoio, incentivo, direcionamento e por ter sido um anjo de Deus na terra pra me direcionar, sou imensamente grata por tudo que fizeste por mim, não há palavras suficientes para expressar minha gratidão, você está sendo um divisor de águas na minha formação. Agradeço aqui também ao professor Cayo Costa, obrigada por compartilhar um pouco do seu tempo a me direcionar e dar um norte as minhas pesquisas, além do incentivo, conselhos e encorajamento nessa reta final. E aqui deixo também, os meus sinceros agradecimentos aos meus professores de todas as disciplinas do curso, gratidão a vocês que transformaram minha trajetória profissional e conseqüentemente minha vida pessoal, o aprendizado por mim adquirido através do vasto conhecimento transmitido não tem preço mas o valor é inestimável.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: Mapa de localização geográfica do Distrito de Taquaruçu, em Palmas-TO	09
FIGURA 2: Metodologia Momento da Verdade	16
FIGURA 3: Pórtico do distrito	17
FIGURA 4: Cachoeira da Arara, em Taquaruçu	18
FIGURA 5: Queima de Tambores, em Taquaruçu	18
FIGURAS 6, 7 e 8: Festival Gastronômico de Taquaruçu	19
FIGURAS 9 e 10: Edição 2025 do Festival Gastronômico de Taquaruçu	20

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Percepção do visitante em relação ao acesso ao site do evento, deslocamento e estacionamento	20
GRÁFICO 2: Entrada, Revista pelos seguranças, Acesso às ruas e Deslocamento no espaço do evento	21
GRÁFICO 3: Acomodação, Assiste ou ouve o evento, Deslocamento e Acesso ao Banheiro	21
GRÁFICO 4: Acesso à internet; Praça de Alimentação, Compra de lanches e bebidas e retorno ao local de acomodação	22
GRÁFICO 5: Acesso aos shows, saída, retirada do carro/moto do estacionamento e retorno	22
GRÁFICO 6: Cidade de origem dos participantes da pesquisa	23
GRÁFICO 7: Participação em edições do festival	23
GRÁFICO 8: Meios de Hospedagem Utilizados	24
GRÁFICO 9: Média de valor gasto no festival	24
GRÁFICO 10: Percepção da qualidade	25
GRÁFICO 11: Realizou passeio turístico durante o festival	25

RESUMO

Este trabalho apresenta uma perspectiva sobre o turismo de eventos, com o objetivo de analisar a gestão de qualidade do Festival Gastronômico de Taquaruçu (FGT), distrito da cidade de Palmas-To. Assim, a referida pesquisa dispõe-se de discussões sobre a atividade turística e suas implicações a partir do turismo de eventos e o turismo de evento e sua gestão de qualidade. A metodologia aplicada é caracterizada pela abordagem qualitativa e de natureza descritiva e exploratória utilizando-se de formulário com frequentadores do evento, levantamento bibliográfico e documental disponibilizado pelos organizadores do festival, assim como informações levantadas de outros trabalhos e da imprensa. Para obter resultados expressivos a partir da visão do participante foi aplicada a técnica Momento Verdade, composta por um ciclo de 23 etapas pré-estabelecidas. Portanto, nos resultados analisados entende-se que o turismo de eventos e a qualidade dos serviços oferecidos no festival, podem ser instrumentos de ampliação e fortalecimento do turismo local, buscando novas perspectivas estruturais para aumentar a busca e interação do turista com as ofertas turísticas locais.

PALAVRAS-CHAVE: Eventos. Gastronomia. Qualidade em serviços.

ABSTRACT

This work presents a perspective on event tourism, aiming to analyze the quality management of the FGT-Taquaruçu Gastronomic Festival, in the district of Palmas-TO. Thus, this research discusses tourism activity and its implications from the perspective of event tourism, as well as event tourism and its quality management. The methodology applied is characterized by a qualitative, descriptive, and exploratory approach, using interviews with event attendees, bibliographic and documentary research provided by the festival organizers, as well as information gathered from other studies and the press. To obtain significant results from the participant's perspective, the Moment of Truth technique was applied, consisting of a cycle of 23 pre-established stages. Therefore, the analyzed results suggest that event tourism and the quality of services offered at the festival can be instruments for expanding and strengthening local tourism, seeking new structural perspectives to increase tourist demand and interaction with local tourism offerings.

KEYWORDS: Events. Gastronomy. Quality services.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 A ATIVIDADE TURÍSTICA E UMA NOVA PERSPECTIVA A PARTIR DO TURISMO DE EVENTOS	12
2.1 Turismo de eventos e a gestão da qualidade	13
3 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS	14
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	17
4.1 Perfil da localidade	17
4.2 Perfil do Festival	19
4.3 Análises e discussões da pesquisa	20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	26
APÊNDICE I	28

1 INTRODUÇÃO

O trabalho apresentado objetiva analisar a gestão da qualidade no Festival Gastronômico de Taquaruçu, distrito da Cidade de Palmas, Capital do Estado do Tocantins, localizado na Região Norte do Brasil, conforme se apresenta na figura 1 a seguir:

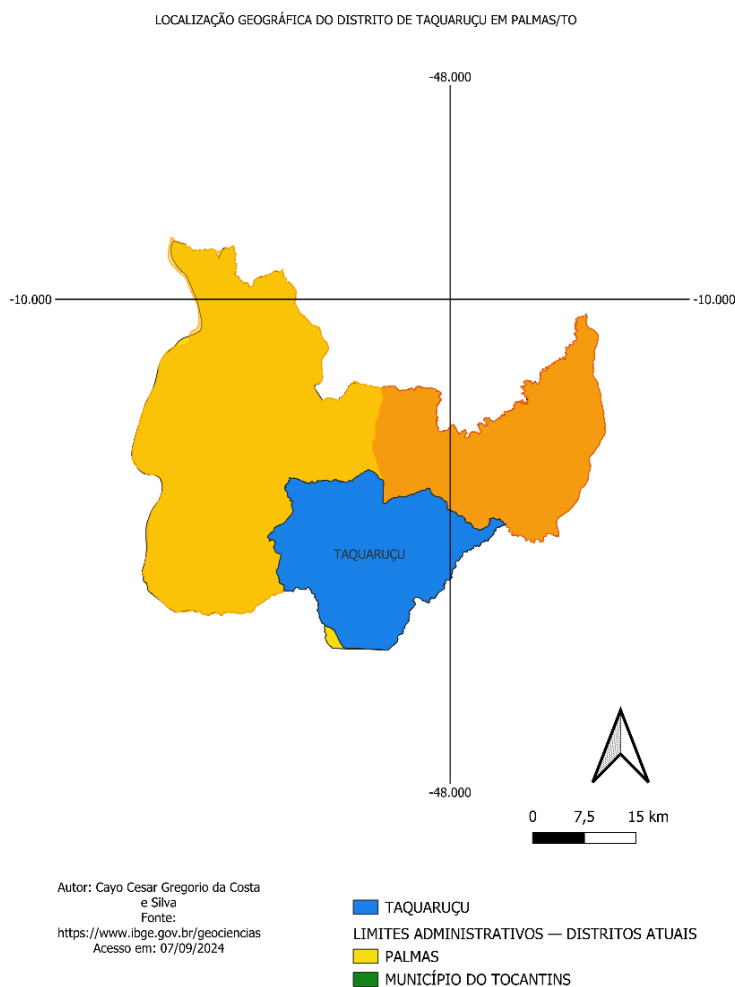


Figura 1: Mapa de localização geográfica do Distrito de Taquaruçu, em Palmas-TO.

Fonte: produzido por Cayo Cesar G C e Silva (2024)

No âmbito do turismo, a sazonalidade da atividade se apresenta como uma preocupação para os gestores da atividade, que se questionam em como combater ou mitigar os impactos negativos causados por essa atividade, como acontece com a atividade turística em algumas localidades.

Os questionamentos levam a algumas indicações e práticas, sendo uma delas, a implementação e/ou fortalecimento, do turismo de eventos. O segmento de eventos vem sendo apontado como uma solução viável à sazonalidade turística, além de ser um forte aliado na

geração de divisas.

É observado, neste contexto, que o mercado de eventos no Brasil vem crescendo expressamente, e de forma mais abrangente, nos últimos anos, especialmente com a vinda dos grandes eventos esportivos ao Brasil (Copa do Mundo e Olimpíadas), COP30 em Belém do Pará, festivais de música, como o Rock in Rio e LollaPalooza, Feiras de agropecuária, como a Agrotins e a Expoara, e Festivais Gastronômicos, como o Festival de Arraias e o Festival de Taquaruçu, ambos no Tocantins.

Contudo, apesar deste crescimento, os estudos sobre o segmento ainda se mostram incipientes e em localidades específicas, já consolidadas no mercado. Segundo dados da Associação brasileira de empresas de eventos (ABEOC)¹ na pesquisa “Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil - 2013”, a maioria das empresas de eventos (74,6%) aumentou seus investimentos. Contudo, a região Norte foi a que menos realizou eventos ou a que menos recebeu eventos de médio e grande portes no Brasil, exceto durante a COP30, realizada em novembro deste ano (2025).

A pesquisa revelou também que, a indústria de eventos no Brasil gerou R\$ 209,2 bilhões, sendo R\$ 37,81 bilhões derivados da alocação de espaços, R\$ 72,22 bilhões oriundos das atividades das empresas organizadoras de eventos, e R\$ 99,26 bilhões correspondentes aos gastos dos participantes dos eventos, segundo a ABEOC.

Um estudo mais recente de 2019, denominado "Raio X" do setor, indicou em 2020 um crescimento de faturamento para 73% das empresas de eventos. Em 2025, o setor de eventos registrou um crescimento significativo, com faturamento estimado em R\$ 141 bilhões (ABEOC, 2025)

Assim, de acordo com a problemática e as justificativas apresentadas, essa pesquisa visa propor discussões pertinentes e direcionamentos importantes para a temática estudada, embasada teoricamente nos seguintes autores: Getz (2008), Arenditi (2002), Sampaio, Gândara e Mantovanelli Júnior (2004), Ruchmann (2004), Allen (2011), Leite (2019), dentre outros. A pesquisa se caracteriza de natureza descritiva e exploratória com abordagem qualitativa de dados.

¹A Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC BRASIL foi fundada em 15 de janeiro de 1977, e apresenta como finalidade coordenar, orientar e defender os interesses de seus associados, representadas por empresas organizadoras, promotoras e prestadoras de serviços para eventos, cadastradas no Ministério do Turismo (MTUR), conforme Lei Geral do Turismo 11.771/08.

2 A ATIVIDADE TURÍSTICA E UMA NOVA PERSPECTIVA A PARTIR DO TURISMO DE EVENTOS

Em um mundo de constantes transformações comandadas através de uma lógica de mercado, que direciona a produção e uso dos recursos, o interesse da sociedade em experienciar, aliado ao acesso tecnológico nas diversas áreas, conduz a um entendimento do porquê o turismo tornou-se uma das maiores economias do mundo contemporâneo.

A oportunidade mercantilista do turismo é proveniente das múltiplas trocas ocorridas no processo de transição das pessoas nos locais de visitação. A atividade turística é vista no Brasil e no mundo como um dos principais vetores da economia, seja como alternativa financeira, seja como principal fonte de renda de uma região.

Para Arenditi (2002), o Turismo se comunica com os demais setores da economia, crescendo e provocando melhorias em muitas regiões no âmbito socioeconômico, onde o turista é o consumidor e ao qual é oferecido determinado produto ou serviço, assim o mesmo leva capital de uma localidade para a outra a qual sofre um efeito multiplicador percorrendo toda uma economia.

Torna-se então visível que a atividade turística tem como principal característica a multidisciplinaridade, que é refletida na economia da comunidade onde está inserida, e gera assim o crescimento econômico de todos os atores envolvidos fazendo com que a economia fique movimentada, incidindo em aumento de índice de desenvolvimento humano, qualidade de vida e renda per capita.

Nesse contexto, o segmento de eventos se apresenta como um motivador do turismo, figurando com destaque nos planos de desenvolvimento e de marketing da maioria dos destinos. Os papéis e impactos dos eventos dentro do turismo tem sido bem fundamentados na crescente competitividade entre os destinos turísticos, sejam eles nacionais ou internacionais.

A proliferação de eventos realizados em todo o mundo para a última parte do século XX foi impulsionada por, entre outras coisas, no aumento do tempo de lazer e renda discricionária (Allen et al., 2011).

Foi durante a década de 1980, em particular, que os governos a nível mundial começaram a perceber o potencial de eventos. Posteriormente, ao longo da primeira década do

século XXI e em todo o globo, tem havido um interesse sem precedentes na participação em eventos, demonstrando a sua capacidade e papel significativo no desenvolvimento da cultura, artes, gastronomia, educação e turismo.

Segundo Guetz (2009), os eventos são um motivador importante do turismo e figuram com destaque nos planos de desenvolvimento e de marketing na maior parte dos destinos turísticos. Os papéis e impactos do setor de eventos dentro do turismo tem sido observados, contudo foi somente há algumas décadas, que o turismo de eventos se estabeleceu, tanto na indústria do turismo, como na comunidade acadêmica de pesquisa.

Dessa forma, o setor necessita de mais estudos e, principalmente de capacitação e qualificação dos profissionais envolvidos, assim como de um planejamento adequado e regular para o desenvolvimento da atividade e da sua lucratividade. Na visão de Ruchmann e Solha (2004):

“Os melhores atrativos turísticos estarão fadados ao fracasso se forem estruturados sobre bases empíricas e amadoras que caracterizam os pequenos empreendimentos voltados à prestação de serviços aos turistas”. (RUCHMANN E SOLHA, 2004, P.82):

Para se atingir a excelência na prestação de serviços, deve-se levar em consideração os investimentos no capital humano, tanto na educação de base como em treinamentos, *workshops*, palestras, e cursos profissionalizantes, proporcionando assim, a disseminação da qualidade em serviços. Um destino que investe em mão-de-obra especializada, eleva o nível do capital humano e do serviço prestado, motivando-os, agregando valor ao serviço e satisfazendo o cliente.

2.1 Turismo de eventos e a gestão da qualidade

Os dados demonstram que as pesquisas anteriores comprovam a crescente geração de renda do turismo relacionado à negócios e eventos, e que a demanda só tende a crescer, anualmente, corroborando e justificando com isso, a importância desse segmento para a atividade turística.

É compreendido que, o fluxo de atividades desenvolvidas pelo turista em território receptivo determina uma gama de transformações relevantes, tanto no âmbito estrutural, como mercadológico, segundo Barros (2008).

Assim, de acordo com Ruiz & Armand (2002):

O consumo do turista pode ser definido, simplesmente, como a aquisição de bens e serviços com o objetivo de satisfazer uma determinada necessidade. Em outras palavras, o consumo do visitante pode ser definido pelo montante de dispêndio localizado geograficamente no destino e durante o percurso. Ainda podemos analisar este consumo sob a ótica de dois fatores: consumo turístico primário que consiste na aquisição de bens ou serviços diretamente relacionados com o turismo, como alojamento, transporte etc., e consumo turístico secundário, que consiste no gasto realizado pelo turista em bens e serviços que não são propriamente turísticos e que são utilizados por qualquer outra pessoa, como alimentos, produtos de higiene e artesanato (RUIZ & ARMAND, 2002, p.07).

Dessa forma, é válido compreender os fatores que influenciam na demanda do turista, no intuito de melhor atendê-lo dinamizando maiores vendas e mais negócios de produtos turísticos.

Dentre os fatores citados anteriormente, é possível citar: a disponibilidade de tempo, a disponibilidade econômica, fatores demográficos, e fatores sociais – como o ato de viajar ainda está muito associado a uma ascensão em termos de status, ou seja, fazer turismo é uma atividade bastante valorizada no comportamento de grupos sociais, contribuindo para a elevação da autoestima e para o aumento da sociabilidade, de acordo com Mota (2001).

Beni (2000) por sua vez, trouxe o entendimento do que seria o sistema turístico (Sistur) e nele, o que seria a oferta turística. O autor explana que a oferta é constituída pelo conjunto de bens e de serviços que são oferecidos ao consumo do turista, ofertando uma gama de produtos que abrange tanto o setor terciário (transportes, setores bancários, seguros etc.) como o setor secundário (instalações, infraestrutura, construção civil, etc.) e o setor primário (bens agrícolas para transformação e para alimentação).

No contexto da oferta turística, pode-se observar nos dias atuais, as feiras agropecuárias, seus serviços e apelo mercadológico, intimamente ligado ao setor de eventos, a shows artísticos de grande porte e ao agronegócio.

3 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa se caracteriza de abordagem qualitativa e de natureza descritiva e exploratória, pois segundo Dencker (2005, p. 61): “trata-se de um objeto com diferentes faces, o que mais uma vez, reforça a ideia da interdisciplinaridade e da necessidade de uma adequação metodológica, uma vez que a formulação de conceitos precisos é dificultada pela convergência de conhecimentos de múltiplas fontes disciplinares [...]”.

Ainda de acordo com Dencker (2007):

A pesquisa é um elemento estratégico indispensável para a liderança dos mercados e a determinação de futuros alternativos dentro da vocação específica de cada país e em consonância com a identidade de cada um. Dencker (2007,p.53).

O objeto de estudo em questão, escolhido para esse estudo, trata-se do Festival Gastronômico de Taquaruçu, distrito do município de Palmas-TO. O festival ocorre anualmente, sendo organizado pela Prefeitura de Palmas e parcerias. Os entrevistados para a coleta de dados fazem parte do público que participa periodicamente do evento.

A pesquisa contou com dados coletados através de levantamento bibliográfico e documental de demais materiais disponibilizados pelos organizadores do festival, assim como informações decorrentes de outros trabalhos e cobertura da imprensa.

A pesquisa foi fundamentada a partir da observação participante e a identificação dos atributos de qualidade dos serviços oferecidos aos espectadores do evento, por meio da técnica Momento da Verdade, onde o cliente/expectador passa por todas as etapas do ciclo do serviço, experimentando o serviço e permitindo assim, a percepção da relação entre fornecedores e cliente de serviços, conforme se estabelecem as vinte e três etapas (pré-estabelecidas) e descritas a seguir.

Início do ciclo:

1. Acesso ao site oficial do evento
2. Acessa o evento
3. Desloca-se ao evento
4. Estaciona o carro/desce do táxi, do metrô, do ônibus ou do moto-táxi
5. Entra no local do evento
6. Passa pela segurança/revista
7. Sobe as escadas ou usa o elevador
8. Desloca-se ao local de acomodação
9. Acomoda-se no local destinado
10. Assiste e ouve o evento
11. Desloca-se ao banheiro
12. Acessa o banheiro
13. Saída do banheiro

14. Acessa a internet
15. Vai à praça de alimentação
16. Compra lanche e bebidas
17. Retorna para o local de acomodação
18. Continua assistindo ao evento
19. Saída do evento
20. Pega o carro, o táxi, o metrô, o ônibus ou o mototáxi
21. Retorna para casa ou hotel

Fim do ciclo.

A figura 2 a seguir, estabelece as 23 etapas analisadas do ciclo, durante o evento pesquisado:



Figura 2: Metodologia Momento da Verdade
 Fonte: Maciel (2015)

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfil da localidade

Sob a perspectiva do Sebrae (2017), Taquaruçu distrito da cidade de Palmas está localizada à 32 quilômetros do centro da cidade Palmas-TO, a região conta com uma área rica em uma vegetação diversificada e cachoeiras exuberantes, propiciando a prática de vários esportes radicais em meio a natureza e assim portanto impulsionando o turismo local. De acordo com Milagres, Souza e Souza (2010):

Seu povoamento ocorreu no século XX, entre as décadas de 1940 e 1960, por imigrantes vindos do Maranhão e do Piauí, em busca de terra, água e sossego para plantar, colher e sobreviver, atraídos pelas terras devolutas no interior do ainda norte do Estado de Goiás, Futuro Estado do Tocantins.

Assim, se manteve então a mesma população estagnada. A partir da década 1990, Taquaruçu torna-se distrito de Palmas concedendo seus direitos à capital. Assim, o crescimento populacional ganha uma nova conjuntura, pois através da evolução começam chegar à região pequenos comerciantes e investidores de várias áreas. Na figura 3 está o pórtico de entrada do distrito:



Figura 3: Pórtico do distrito
Fonte: Prefeitura de Palmas (2020)

Taquaruçu dispõe de mais de 80 cachoeiras que oferecem momentos de lazer e descanso aos visitantes e sua população, essas por sua vez, são propriedades particulares que desenvolvem atividades turísticas. Entre as mais conhecidas estão a cachoeira do Evilson, Roncadeira, Escorrega macaco, Meditação e a Cachoeira da Arara.

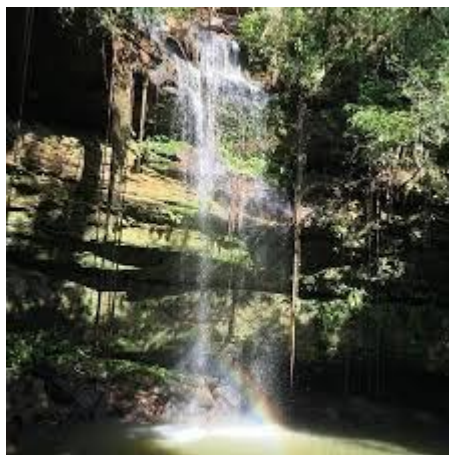


Figura 4: Cachoeira da Arara, em Taquaruçu
Fonte: Plataforma Integrada de Turismo (PIT, 2025)

Além dos atrativos naturais, o distrito também é rico por seus atrativos culturais, onde se encontram comunidades tradicionais que carregam consigo histórias, crenças e saberes (Gomes *et al.*, 2024). Ainda de acordo com (GOMES *et al.*, 2024), a grande diversidade do bioma e da natureza protegida através de reservas naturais, proporcionam uma zona de entretenimento e relaxamento. Na figura 5 está apresentada a queima de tambores, que ocorre antes do carnaval, anualmente, e que mistura culturas e ritmos que dão origem ao capoeboicongo. Na queima é aberto um espaço para que pessoas façam pedidos. Os músicos e o público se reúnem em volta do fogo, que é aceso no Turimbó (em tupi-gurani "Turi" que significa fogueira, "curi" é pau-oco e "m'bo" significa furado).



Figura 5: Queima de Tambores, em Taquaruçu
Fonte: Plataforma Integrada de Turismo (PIT, 2025)

4.2 Perfil do festival

O Festival Gastronômico de Taquaruçu (FGT) realizou a sua primeira edição em 2005, comemorando em 2025, sua décima nona edição, com uma programação diversificada contemplando talks shows com chefes convidados, shows com artistas regionais e nacionais, além da degustação e premiação dos pratos que concorrem no festival.

O festival é realizado anualmente no mês de setembro, e tem como principal objetivo, enaltecer a gastronomia local, com pratos inéditos preparados com iguarias do cerrado tocaninense tão quanto os insumos plantados pela comunidade local (Gomes *et al.*, 2024). A seguir, estão as figuras 6, 7 e 8 com algumas imagens do FGT:



Figuras 6, 7 e 8: Festival Gastronômico de Taquaruçu
Fonte: dados da pesquisa (2023)

A edição 2025 contou com um público de 140 mil pessoas, segundo balanço da Guarda Metropolitana de Palmas, em uma programação que uniu gastronomia, cultura e entretenimento ao longo de quatro dias (4 a 7 de setembro). Os dados foram coletados pelo ônibus de monitoramento da Guarda Metropolitana de Palmas, utilizando sistema de monitoramento em tempo real, com apoio de câmeras periféricas, câmera de mastro e equipamento de contagem de público com tecnologia de Inteligência Artificial.

O FGT 2025 distribuiu R\$ 150 mil em prêmios para os expositores que concorreram em seis categorias. O evento é realizado pela Prefeitura de Palmas, por meio da Agência Municipal de Turismo (AGTUR). A seguir, estão as figuras 9 e 10 com imagens da edição 2025 do FGT:



Figuras 9 e 10: Edição 2025 do Festival Gastronômico de Taquaruçu
 Fonte: Instagram do Festival - @festivalfgt (2025)

4.3 Análise e discussões da pesquisa

De acordo com a pesquisa realizada através do formulário Google Forms, com os itens estipulados via Técnica Momento da Verdade (MACIEL, 2015), a pesquisa obteve um total de 16 respondentes, com dados coletados durante o período do evento, de 4 a 7 de setembro de 2025. Os dados representam a perspectiva do visitante ao festival durante todo o ciclo do evento. O gráfico 1 representa a percepção do visitante em relação ao acesso ao site do evento, deslocamento e acesso ao estacionamento:

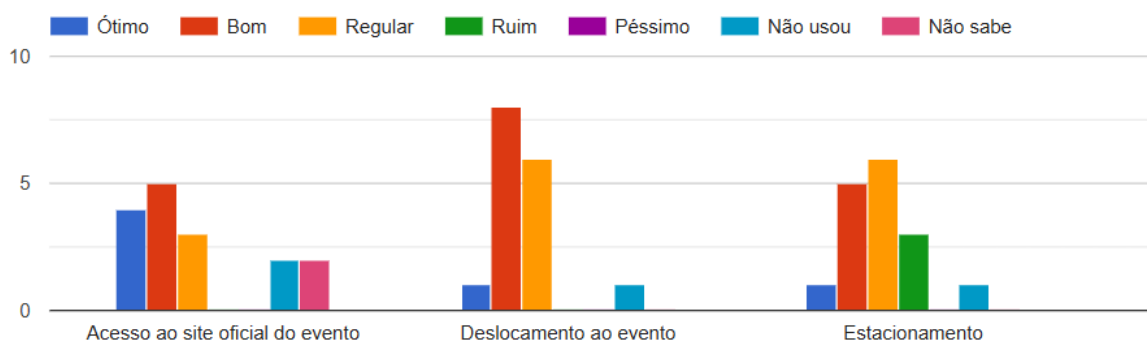


Gráfico 1: Percepção do visitante em relação ao acesso ao site do evento, deslocamento e estacionamento
 Fonte: dados da pesquisa (2025)

Em relação ao acesso ao site oficial do evento, 25% das pessoas responderam como ótimo, 31,25% como Bom, 18,75% regular, 12,50% não usaram o site e 12,50% não sabem, o que representa, em suma, uma boa interação e acesso ao site do evento. No segundo gráfico relacionado ao deslocamento ao evento, 6,25% acharam ótimo, 50% Bom, 37,50% Regular e 6,25% não usaram, o que representa uma problemática a ser resolvida pela organização do evento. Sobre o estacionamento, a pesquisa obteve os seguintes resultados: 6,25% ótimo,

31,25% Bom, 37,50% Regular, 18,75% ruim e 6,25% não usaram, que semelhante ao item deslocamento, também representa um desafio a ser superado pela organização. No Gráfico 2 estão dispostos os itens Entrada; Revista pelos seguranças; Acesso às ruas; e Deslocamento dentro do espaço do evento:

ANALISE CADA ITEM MENCIONADO A SEGUIR, CONFORME ESCALA APRESENTADA, RELACIONADA A CADA MOMENTO VIVIDO NO FESTIVAL GASTRONÔMICO DE TAGUARUÇU

[Copiar gráfico](#)

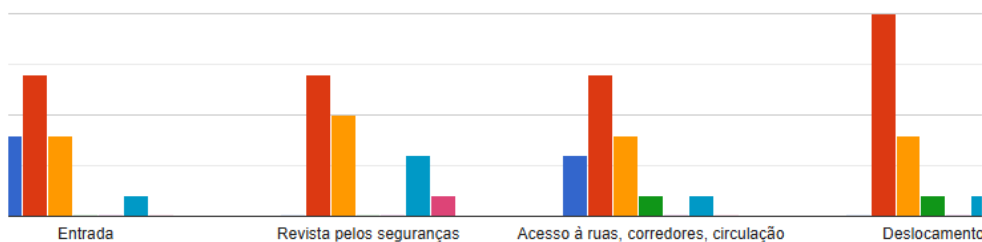


Gráfico 2: Entrada, Revista pelos seguranças, Acesso às ruas e Deslocamento no espaço do evento. Fonte: dados da pesquisa (2025)

Segundo os participantes, corroborando com o primeiro gráfico, o acesso e o deslocamento continuam sendo itens de maior preocupação na qualidade do evento, pois apresentam itens como “Ruim” ou “Péssimo” com maior frequência do que os demais. No gráfico 3 estão dispostos os itens Acomodação, Assiste ou ouve o evento, Deslocamento e Acesso ao Banheiro:

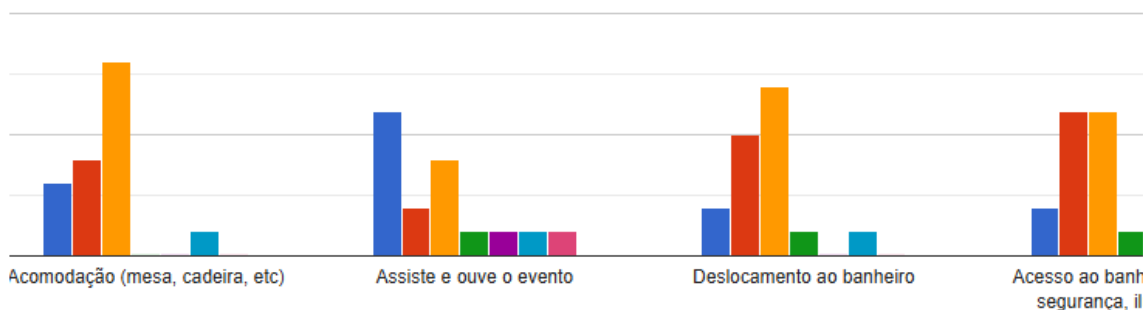


Gráfico 3: Acomodação, Assiste ou ouve o evento, Deslocamento e Acesso ao Banheiro. Fonte: dados da pesquisa (2025)

Nos itens acima, os participantes analisaram negativamente o momento de Assistir e Ouvir o Evento, reportando muito barulho ao redor, falta de uma boa acústica, e de telões que proporcionassem melhor visualização do palco principal. O acesso aos banheiros teve uma

análise regular, de acordo com os participantes da pesquisa. No Gráfico 4 estão descritos os itens Acesso à internet; Praça de Alimentação, Compra de lanches e bebidas e retorno ao local de acomodação:

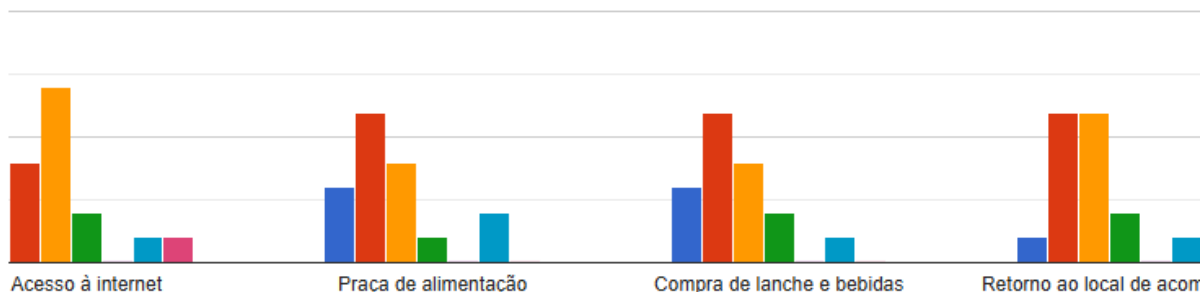


Gráfico 4: Acesso à internet; Praça de Alimentação, Compra de lanches e bebidas e retorno ao local de acomodação

Fonte: dados da pesquisa (2025)

Neste gráfico, o público demonstra uma certa ineficiência na praça de alimentação, quase sempre com filas, falta de sinalização, cadeiras e mesas insuficientes, assim como na compra de lanches e bebidas, o que demonstra ser um desafio considerável, haja vista que o festival é gastronômico, e o consumo de comidas e bebidas é um fator determinante de qualidade, assim como relata Maciel (2015), Ruiz & Armand (2002), em relação ao consumo do turista e a experiência vivida por ele. No gráfico 5 estão dispostos os itens de acesso aos shows, saída do evento, retirada do carro/moto do estacionamento e retorno:

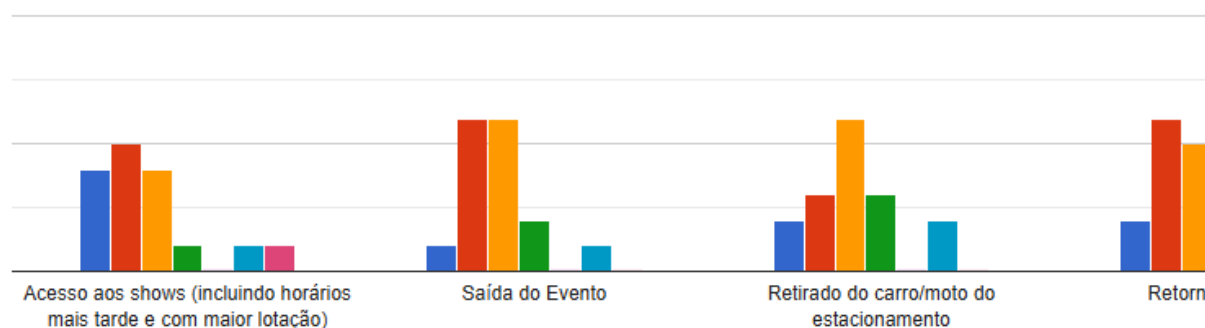


Gráfico 5: Acesso aos shows, saída do evento, retirada do carro/moto do estacionamento e retorno

Fonte: dados da pesquisa (2025)

No gráfico 5, o item que apresenta maior insatisfação é a da retirada do carro/moto, corroborando com a problemática do estacionamento no local, sinalização e mobilidade, já antes referenciada por outros itens de análise na Técnica Momento da Verdade.

Após análise dos itens destinados ao Momento da Verdade (MACIEL, 2015), a pesquisa buscou identificar a cidade de origem dos participantes, a quantidade de idas ao festival, meios de hospedagem utilizados, média de valor gasto, e a percepção da qualidade, e se realizou algum passeio turístico durante o festival.

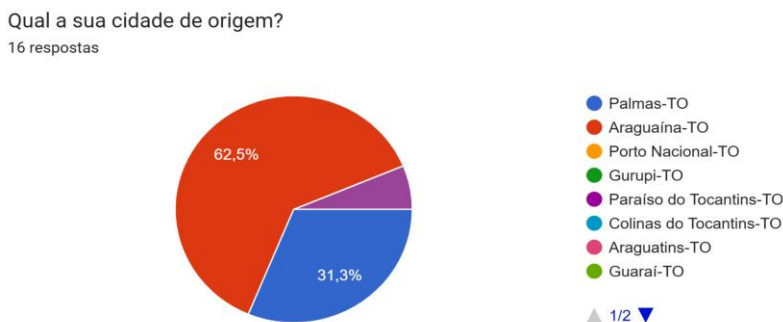


Gráfico 6: Cidade de origem dos participantes da pesquisa
Fonte: dados da pesquisa (2025)

O gráfico acima expõe dados sobre as cidades de origem dos visitantes do FGT, a qual 65% dos respondentes são da cidade de Araguaína-TO, 31,3% de Palmas-TO e 6,3% de outras cidades, demonstrando que pessoas de outras cidades se deslocam até o festival.

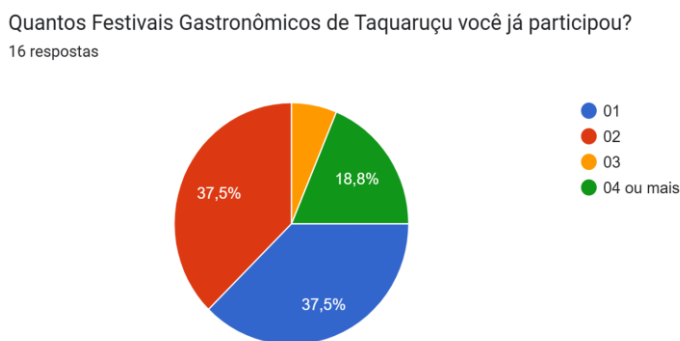


Gráfico 7: Participação em edições do festival
Fonte: dados da pesquisa (2025)

A participação das pessoas no festival vem crescendo a cada ano de sua realização. Assim, nota-se no gráfico acima que 37,5% visitaram o festival só uma vez, 37,5% foram duas vezes, 18,8% já foram 03 vezes e 6,3% foi 04 ou mais vezes.

Durante o festival, você utiliza algum meio de hospedagem?

16 respostas

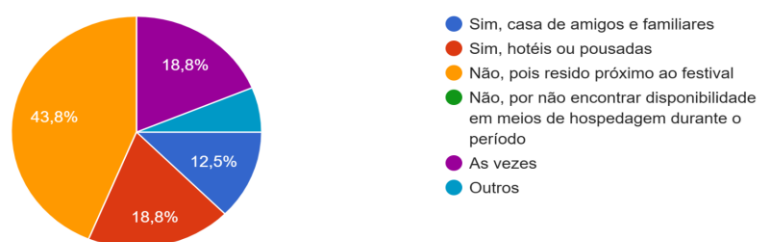


Gráfico 8: Meios de Hospedagem utilizados

Fonte: dados da pesquisa (2025)

Os meios de hospedagens são ferramentas fundamentais em uma localidade que irá ocorrer um evento, pois além dos serviços oferecidos disponibilizam ao seu público segurança, aconchego e integridade física. No caso do FGT e decorrente da pesquisa realizada, nota-se que há uma distribuição da forma como as pessoas se hospedam durante o festival, assim portanto em sua maioria 43,8% residem próximo ao festival, 18,8% ficam em hotéis e pousadas, 18,8% fazem uso de meios de hospedagens às vezes, 12,5% se hospedam em casas de amigos e familiares e 6,3% outros.

Qual a média de valor que você gastou, por dia e por pessoa, no Festival Gastronômico de

Taquaruçu

16 respostas

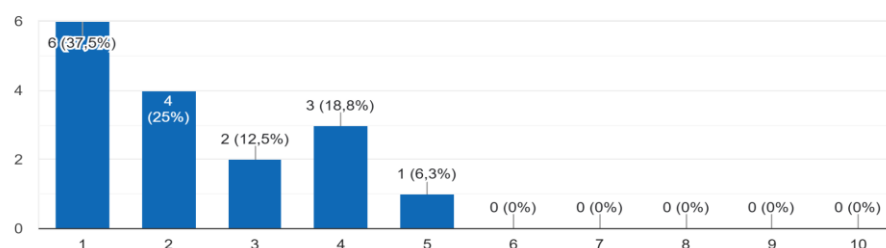


Gráfico 9: Média de valor gasto no festival

Fonte: dados da pesquisa (2025)

O Festival Gastronômico de Taquaruçu conta com uma variedade de comidas feitas para disputa e premiação, e a população aprecia essas iguarias a fim de experienciar algo novo com um sabor bem regional. Assim portanto, o consumo leva a gastos com bebidas e alimentação, e de acordo com os dados levantados levando em consideração por pessoa, 37,5% gastou em

média R\$100 reais, 25% gastou R\$200 reais, 12,5% gastou R\$300 reais, 18,8% gastou R\$400 reais e 6,3% gastou R\$500 reais, conforme Gráfico 10:

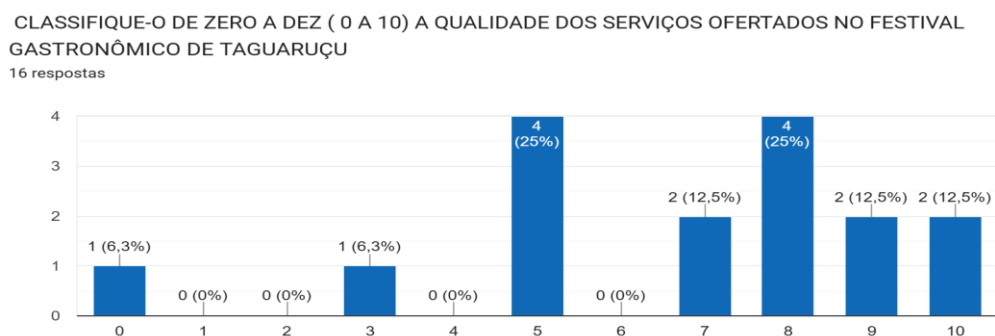


Gráfico 10: Percepção da qualidade
Fonte: dados da pesquisa (2025)

Os serviços ofertados durante um festival irão garantir o sucesso durante e nas próximas edições, assim é de fundamental importância analisar a qualidade de tudo que é servido durante o evento para atender ao público com maestria. Através do gráfico 10, 6,3% avaliaram os serviços com nota 0, 6,3% atribuíram nota 3, 25% atribuíram nota 5, 12,5% atribuíram nota 7, 25% atribuíram nota 8, 12,5% atribuíram nota 9 e 12,5% atribuíram nota 10.

Durante o Festival de Taquaruçu, você realizou algum passeio turístico ou visitação à atrativo local?

16 respostas

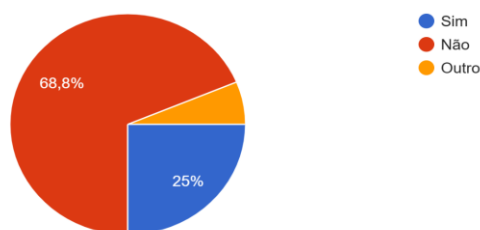


Gráfico 11: Realizou passeio turístico durante o festival
Fonte: dados da pesquisa (2025)

No gráfico 11, observa-se que apenas 25% das pessoas aproveitaram o evento para visitar atrativos e passeios turísticos, 68% ainda não se aventuraram e 6,3% executaram outras ações. Nota-se, portanto, que há necessidade de incentivar a prática do turismo nos dias de evento. O ciclo do serviço é importante para análise dos itens observados e é de extrema contribuição para o setor de eventos, uma vez que o participante passa por todas as etapas desse ciclo ao adquirir um determinado serviço, além do cliente ser o único que consegue ver o “todo” do funcionamento de um determinado evento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se com esse estudo que, o festival gastronômico de Taquaruçu é um potencial propulsor turístico para a região, destacando que além do lazer também envolve o fator econômico e promocional do distrito de Taquaruçu, pois desperta nas pessoas a curiosidade em conhecer a cidade e suas belezas naturais e culturais.

Contudo, a estruturação do espaço, logística de acesso, mobilidade, sinalização e demais itens que constituem a qualidade do serviço ofertado merecem uma atenção especial e maior dinamicidade. Itens como deslocamento, estacionamento, e acesso aos shows foram tidos como “regulares” ou “péssimos” pelos participantes da pesquisa. Outrossim, itens como divulgação, acesso à internet, comidas e bebidas, foram tidos como itens satisfatórios do festival.

Por fim, o Festival, que já ocorre em sua 19ª edição, propicia aos seus visitantes uma viagem de sabores ou reencontros de sabores afetivos, especialmente, no que compete à culinária do Cerrado, seus modos e costumes. Além disso, o FGT provoca ao participante a sentir a cidade, suas raízes, histórias, crenças, vivenciando uma experiência única em meio à natureza.

Dessa forma, observa-se a partir dessa pesquisa, que o turismo de eventos pode estimular e incentivar a prática turística mais completa de um lugar, mitigando a sazonalidade do turismo, promovendo o destino turístico, e instigando o fluxo econômico local, gerando emprego e renda ao distrito de Taquaruçu.

REFERÊNCIAS

ABEOC - **Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo – 2013**.
<http://www.abeoc.org.br/2013/06/pesquisa-anual-de-conjuntura-economica-do-turismo-2013/>
Acessado em 20/04/2014.

ARENDITI, Ednilson José. **Introdução à Economia do Turismo**. 3. ed. Campinas: Alínea, 2002.

ALLEN, J., O'TOOLE, W., HARRIS, R. and MCDONNELL, I. (2011), **Festival and Special Event Management**. 5ª Ed., John Wiley & Sons, Brisbane, Qld.

BARROS, Marcelo Oliveira et al. O Desenvolvimento do Turismo: Uma visão sistêmica. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS**. 2008. p. 01-17.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2000

BARROS, Marcelo Oliveira et al. O Desenvolvimento do Turismo: Uma visão sistêmica. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS**. 2008. p. 01-17.

DENCKER, Ada de F. Maneti. **Pesquisa em Turismo**. São Paulo: ATLAS. 2007

GE MALHOTRA, N., Hall, J., Shaw, M., & Oppenheim, P. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Pearson Education. Austrália. 2008

GETZ, Donald. **Event tourism: Definition, evolution, and research**. Canadá: Elsevier, 2008.

MACIEL, Ana Paula Araújo. Gestão da qualidade dos serviços em eventos: uma análise comparativa do festival folclórico de Parintins/AM e do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro/RJ através da técnica momento da verdade. 2015. 200f. **Dissertação (Mestrado em Turismo)** - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015.

MOTA, K. C. N. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

RUCHMANN, Dóris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo. **Turismo: uma Visão Empresarial**. Barueri: Manole, 2004.

RUIZ, C. V.; ARMAND, E. H. **Estructura, y organización del mercado turístico**. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 2002.

APÊNDICE I

FORMULÁRIO

Prezado(a), você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada: **TURISMO DE EVENTOS - UMA ANÁLISE DO FESTIVAL GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU, PALMAS-TO.**

A presente pesquisa objetiva a elaboração do trabalho de conclusão de curso de responsabilidade da pesquisadora: **RENATA DE KASSIA DE SOUSA BARROS**, discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo – UFNT, Campus Araguaína, desenvolvido como atividade conclusiva para o título de Tecnólogo em Turismo, e orientado pela **PROF^a DRA ANDRESSA RAMALHO**.

As respostas e os dados obtidos, neste estudo, serão tratados, exclusivamente, no âmbito desta pesquisa e os resultados divulgados em eventos e/ou revistas científicas.

Sua participação é voluntária e irá contribuir para o melhor entendimento da atividade turística no Tocantins.

Para dúvidas e/ou maiores informações sobre a pesquisa, favor entrar em contato através do e-mail: andressa.leite@ufnt.edu.br

OBS: Informamos que este questionário é direcionado a quem já participou do Festival Gastronômico de Taquaruçu.

Segundo Guetz (2009), os eventos são um motivador importante do turismo e figuram, com destaque, nos planos de desenvolvimento regional, na maior parte dos destinos turísticos. Os papéis e impactos do setor de eventos, dentro do turismo, tem sido observados. Contudo, foi somente há algumas décadas, que o turismo de eventos se estabeleceu, tanto na indústria do turismo, como na comunidade acadêmica de pesquisa.

Neste cenário, o Festival Gastronômico de Taquaruçu (FGT) se apresenta como um evento tradicional em Palmas-TO, que celebra a culinária local e oferece ao público, visitante ou morador, atividades gastronômicas e culturais.

O FGT é conhecido por atrair um considerável público, com mais de 100 mil pessoas em edições anteriores. Além da gastronomia, o festival oferece shows musicais e outras atrações culturais. O festival é uma oportunidade para conhecer e experimentar os sabores típicos de Taquaruçu e do Tocantins, além de apreciar a cultura local.

É possível acompanhar as novidades e a programação completa do evento no site da Prefeitura de Palmas, e em outros canais de comunicação oficiais do evento. Neste ano, a 19^a edição acontecerá de 04 a 07 de setembro de 2025.

ANÁLISE CADA ITEM MENCIONADO A SEGUIR, CONFORME ESCALA APRESENTADA, RELACIONADA A CADA MOMENTO VIVIDO NO FESTIVAL GASTRONÔMICO DE TAQUARUÇU

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não usou	Não sabe
Acesso ao site oficial do evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deslocamento ao evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estacionamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Revista pelos seguranças	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso à ruas, corredores, circulação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deslocamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acomodação (mesa, cadeira, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assiste e ouve o evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deslocamento ao banheiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso ao banheiro (higiene, segurança, iluminação)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso à internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praça de alimentação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compra de lanche e bebidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Retorno ao local de acomodação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso aos shows (incluindo horários mais tarde e com maior lotação)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saída do Evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Retirado do carro/moto do estacionamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não usou	Não sabe
Retorno para casa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Feedback à organização do evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Qual a sua cidade de origem? *

- Palmas-TO
- Araguaína-TO
- Porto Nacional-TO
- Gurupi-TO
- Paraíso do Tocantins-TO
- Colinas do Tocantins-TO
- Araguatins-TO
- Guaraí-TO
- Miracema do Tocantins-TO
- Lajeado-TO
- Outra

Caso tenha respondido "'outra cidade'" na questão anterior, nos informe aqui qual cidade e estado

Quantos Festivais Gastronômicos de Taquaruçu você já participou? *

- 01
- 02
- 03
- 04 ou mais

Durante o festival, você utiliza algum meio de hospedagem? *

- Sim, casa de amigos e familiares
- Sim, hotéis ou pousadas
- Não, pois resido próximo ao festival
- Não, por não encontrar disponibilidade em meios de hospedagem durante o período
- Às vezes
- Outros