

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre

2015-2020





GOVERNO DO ESTADO DO ACRE

Tião Viana | Governador

Nazareth Araújo | Vice-Governador

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO E LAZER DO ACRE

Rachel Moreira | Secretária de Estado de Turismo e Lazer

Ediza Pinheiro de Melo | Coordenadora Geral do Plano

GRUPO TÉCNICO DE ACOMPANHAMENTO

Ediza Pinheiro Melo | Coordenadora Geral do Plano

Luciana Rufino | Chefe da Divisão de Qualificação Turística

Adalgisa Bandeira de Araújo | Chefe do Departamento de Turismo e Artesanato

José Raimundo Moraes | Representante do Conselho Estadual de Turismo

Rachel Dourado | Representante do Conselho Estadual de Turismo

COLABORAÇÃO

Entidades

Conselho Estadual do Turismo
Secretaria de Estado de Planejamento
Secretaria de Estado de Meio Ambiente
Prefeituras Municipais do Estado do Acre
Fundação de Tecnologia do Acre
Fundação de Cultura Elias Mansour
Fundação Garibaldi Brasil
Instituto de Meio Ambiente do Acre
Instituto Dom Moacyr
Associação dos Municípios do Acre
Fecomércio-AC
Sebrae-AC
Senac-AC
WWF Brasil
Icmbio
Iphan

Interlocutores Municipais

Sabrina Araújo; Elisson Araújo (Assis Brasil)
Francisca Salaba (Brasiléia)
Jair Castro (Epitaciolândia)
Idalino Pedrosa; Erivan Silva (Xapuri)
Antonio Vidal; Antonio Bezerra (Capixaba)
Silmar Souza (Senador Guiomard)
Francimar Rodrigues (Plácido de Castro)
Queli Carvalho; Marcos Andrade (Porto Acre)
Sainá Soares (Sena Madureira)
Rodrigo Forneck; Aretuza Bandeira (Rio Branco)
Jocilene Braga (Feijó)
João Maciel; Lázaro Almeida (Tarauacá)
Marcelo Gleyson do Vale Silva (Jordão)
Antônio C. de Oliveira (Marechal Thaumaturgo)
Clautevir Costa (Mâncio Lima)
Jocilene Matos (Rodrigues Alves)
Maria Francisca do Nascimento; José Augusto
Rocha (Cruzeiro do Sul)

CONSULTORIA RESPONSÁVEL

Opah Organização e Planejamento Ltda.

EQUIPE TÉCNICA

Josias Rickli Neto | Biólogo. Mestre em
Planejamento Urbano e Regional

Constança Camargo | Arquiteta e Urbanista.
Especialista em Gestão Técnica do Meio
Urbano

Eduardo Ambrósio | Arquiteto e Urbanista
Michelli Goncalves Stumm I Economista.
Mestre em Sociologia

Simone Scorsato | Turismóloga. Mestre em
Turismo e Hospitalidade (diagnóstico e
pesquisa de campo)

Wallan Araújo | Historiador. Especialista em
Gestão Estratégica de Políticas Públicas

Yure Lobo | Turismólogo. Especialista em
Cidades, Meio Ambiente e Políticas Públicas

COORDENAÇÃO

Josias Rickli Neto | Biólogo. Mestre em
Planejamento Urbano e Regional

Yure Lobo | Turismólogo. Especialista em
Cidades, Meio Ambiente e Políticas Públicas

FOTOGRAFIAS

Secretaria de Estado de Comunicação -
SECOM

Davi Sopchaki





Mensagem do Governador

Localizado na Floresta Amazônica, o Acre tem a vocação natural para o ecoturismo e o etnoturismo. Temos um imenso potencial a ser explorado e apresentado àqueles que sentem a necessidade de respirar novos ares de aventura em meio à natureza exuberante.

Nos últimos anos montamos uma base capaz de fortalecer um setor da economia fundamental para o desenvolvimento. A nossa política para incentivar o turismo se mostrar acertada quando olhamos para a quantidade de estrangeiros que entraram no Estado em 2014 pelas fronteiras: 52.953. O aumento da taxa de ocupação e o crescimento da quantidade de hotéis de pequeno, médio e grande portes que se instalaram no Acre também confirma que estamos no caminho certo.

Conseguimos estruturar o Estado e estamos prontos para alcançar o desenvolvimento econômico a partir de uma base diversificada. Neste contexto, o setor de turismo está inserido e tem papel de destaque, haja vista que é reconhecidamente uma das atividades que mais cresce no mundo e uma das maiores geradoras de emprego, de renda e de oportunidades diversas à população, com uma cadeia produtiva formada por aproximadamente 52 atividades correlatas.

O turismo e os seus operadores são e serão engrenagens fundamentais na construção de um Novo Acre, que conta com um governo parceiro e um povo empreendedor.

Acreditamos que ao investir em infraestrutura, olhar de forma atenta os setores da saúde, da educação e da segurança pública, além de incentivar a construção de instrumentos normativos e de gestão, definimos o papel do turismo dentro da administração e do planejamento de governo como setor complementar estratégico de desenvolvimento regional.

Tião Viana
Governador do Estado do Acre





Mensagem da Secretaria de Estado de Turismo e Lazer

O Acre vive um momento ímpar. Estamos em meio a um processo evolutivo do modelo de gestão adotado até o ano passado pelo governo do Estado.

Este novo Acre que se avizinha tem como proposta a manutenção do fortalecimento do setor produtivo, com inclusão e preservação ambiental, mas com um caminhar da Administração Pública como parceira neste processo e não mais como a executora do mesmo.

Chegar até a este momento só foi possível em virtude do processo organizacional pelo qual passou o Estado ao longo dos últimos 16 anos.

O novo momento pede o amadurecimento das políticas públicas voltadas para os mais diversos setores, inclusive para o turismo. Foi a partir desta ótica que surgiu a proposta de construção do primeiro Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável e da Lei Estadual de Turismo do Estado do Acre.

Os instrumentos de gestão acima mencionados irão propiciar à Administração Pública uma melhor definição e execução de políticas que garantam a evolução do setor, elevando o papel do mesmo na geração de riquezas, empregos e divisas para o Estado.

É preciso conhecer as deficiências para atacá-las de forma mais eficaz. O plano permitirá um melhor planejamento das ações públicas e, consequentemente, o melhor aproveitamento dos recursos investidos no setor tanto pela Administração Pública, quanto pela iniciativa privada.

Elevar o turismo à categoria que lhe compete, como setor importante economicamente para o Estado do Acre, é compreender que uma gestão eficiente passa pela execução de estratégias corretamente planejadas e perpassa o campo do achismo e do amadorismo.

Rachel Moreira

Secretaria de Estado de Turismo e Lazer



Sumário

Apresentação.....	10
1. Um Plano para o Turismo Sustentável no Acre	11
Etapa 1 - Diagnóstico Estratégico Situacional.....	12
2. Diagnóstico Estratégico Situacional	13
2.1. Caracterização Geral	13
2.2. Regionalização do Turismo	14
2.3. Demanda Turística.....	17
2.4. Situação da Oferta Turística	20
2.4.1. Recursos e atrativos	20
2.4.2. Equipamentos e serviços	23
2.4.3. Promoção e comercialização	30
2.4.4. Acesso	32
2.5. Capacidade e Articulação Institucional e Empresarial	36
2.5.1. Gestão Pública Estadual.....	37
2.5.2. Gestão Pública Municipal	38
2.5.3. Conselho Estadual de Turismo.....	39
2.5.4. Cadeia Produtiva do Turismo.....	40
Etapa 2 - Planejamento Estratégico.....	42
3. Áreas Críticas de Intervenção	43
3.1. Mercado Turístico	46
3.2. Infraestrutura	48
3.3. Quadro Institucional	49
3.4. Aspectos Socioambientais	50
4. Linhas de Produtos e Segmentação Turística	54
4.1. Linhas de Produtos	54
4.2. Segmentação Turística.....	66
5. Posicionamento atual versus posicionamento potencial	68
6. Estratégias de Desenvolvimento Turístico	72
6.1. Visão de futuro – visão 2020.....	73
6.2. Objetivo geral do plano	73
6.3. Objetivos estratégicos	73
6.4. Eixos Estratégicos	75
Etapa 3 - Planejamento Operacional.....	76
7. Planos Operacionais	77
Referências.....	105

Apre sen tā ção



1. Um Plano para o Turismo Sustentável no Acre

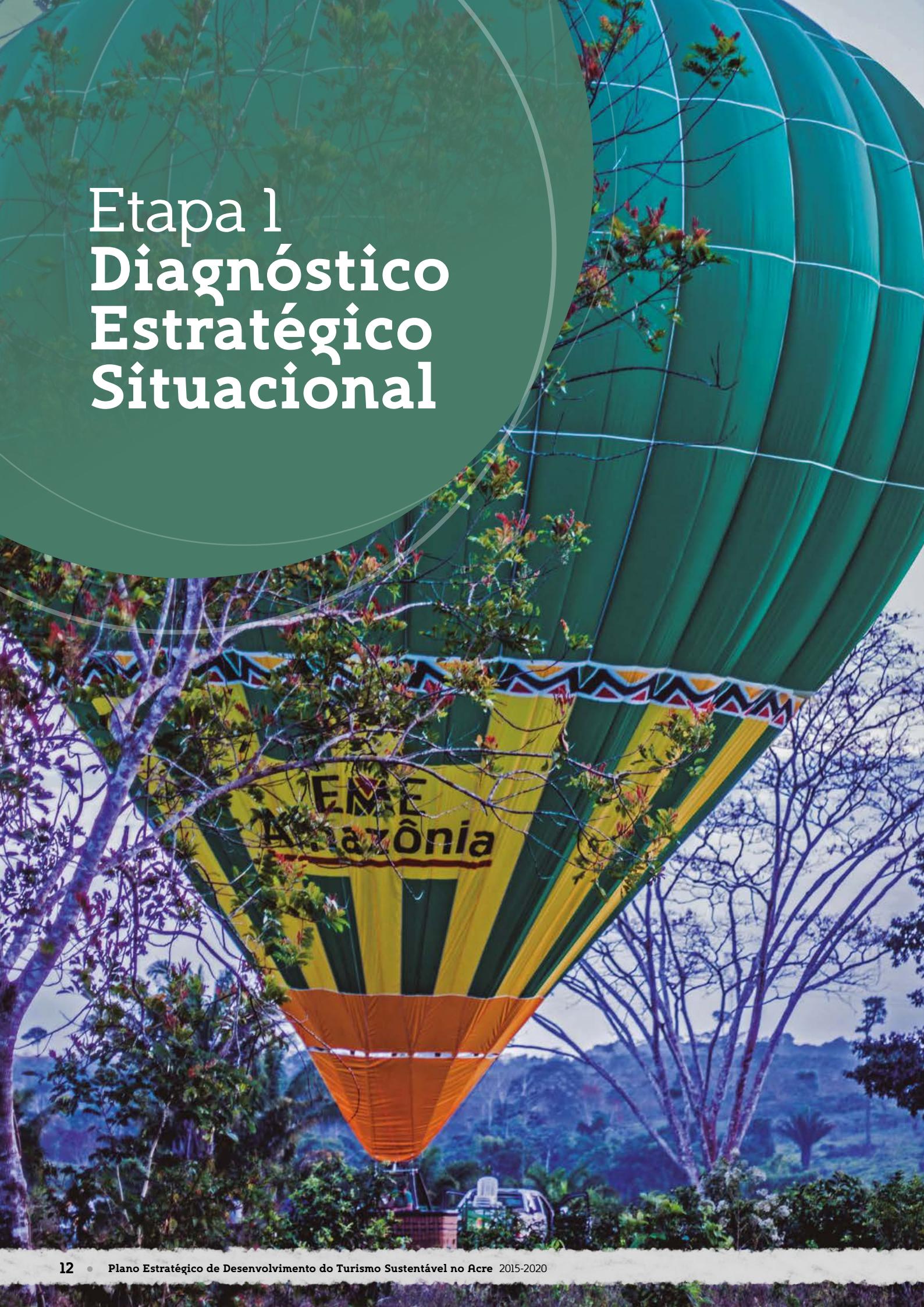
O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre foi concebido com base em um modelo participativo e se apresenta como um instrumento direcionador de esforços para obtenção de resultados, considerando um horizonte temporal de 2015 a 2020. Para tanto, gera ações estratégicas com vistas a posicionar o Acre como destino turístico autêntico e de qualidade nos cenários nacional e internacional.

Sua concretização é fruto de um extenso processo que envolveu mais de 200 pessoas por meio de reuniões, trabalhos de campo e oficinas, abrangendo as Prefeituras Municipais, entidades empresariais, instituições de ensino, lideranças da sociedade, além das equipes técnica e diretiva da Secretaria de Estado do Turismo e Lazer do Acre e da consultoria responsável pelo trabalho.

Os trabalhos foram organizados e desenvolvidos nas seguintes etapas:

Etapa 1 Diagnóstico Estratégico Situacional	Plano de Trabalho Período: junho de 2014. Atividades: reuniões preparatórias com a SETUL
Etapa 2 Planejamento Estratégico	Definição da Estratégia, Visão de Futuro e Posicionamento Período: outubro de 2014. Atividades: oficinas participativas, reuniões da consultoria contratada com equipe técnica e diretiva da SETUL.
Etapa 3 Planejamento Operacional	Elaboração dos Planos Operacionais Período: novembro a dezembro de 2014. Atividades: reuniões da consultoria contratada com equipe técnica e diretiva da SETUL, oficina de validação do Plano.
	Gestão e Implementação Período: 2014 a 2020. Atividades: lançamento, estrutura de governança e implementação das ações.

Este relatório apresenta de forma objetiva e resumida cada uma das etapas acima mencionadas e seus principais direcionamentos.



Etapa 1

Diagnóstico

Estratégico

Situacional

2. Diagnóstico Estratégico Situacional

2.1. Caracterização Geral

Historicamente, o Acre foi caracterizado por profundas modificações. No início do século XX, recém-incorporado ao Brasil, o estado recebeu grande fluxo migratório cujo interesse esteve focado na extração de látex nas terras até então bolivianas. Foi esse movimento, denominado “Revolução Acreana”, que gerou o fortalecimento da economia por meio do “sistema de aviamento” e incidiu na disputa territorial pela anexação da área ao Brasil.

Mais tarde, em função da expansão da pecuária na região, o estado foi marcado por conflitos entre grileiros e posseiros pela posse de terras gerando os “empates” dos extrativistas. Esses impasses resultaram em alianças entre os “povos da floresta” (índigenas e seringueiros) contra poder dos latifundiários. Dessa experiência de resistência surgiu a proposta de Reservas Extrativistas.

A contribuição da teologia da libertação, e de diversos outros setores progressistas nos anos 70, fez emergir um importante capital político e social que permitiu o redirecionamento da economia e política acreana a partir da década de 90, com a ascensão e o protagonismo de novos atores políticos seguidores dos ideais de Chico Mendes, marca expressiva da cultura acreana.

O estado do Acre possui área de aproximadamente 16 mil hectares, correspondendo a 4% da Amazônia brasileira e a 2% do território nacional. Atualmente, é o 15º estado brasileiro em extensão territorial, com cerca de 10 milhões de hectares cobertos por densa floresta tropical. Em face de tais condições, o Acre configura-se como detentor de grande biodiversidade e patrimônio natural.

O relevo do estado é composto predominantemente por rochas sedimentares, que formam uma plataforma regular que desce suavemente em cotas da ordem de 300m nas fronteiras internacionais para pouco mais de 110m nos limites com o estado do Amazonas. No extremo ocidental situa-se o ponto culminante do estado, onde a estrutura do relevo se modifica com a presença da Serra do Divisor, ramificação da Serra Peruana de Contamana que apresenta altitude máxima de 734m. Os solos acreanos, também sedimentar, abrigam vegetação composta por diversos tipos de florestas: Tropical Densa e Tropical Aberta, que se caracterizam pela heterogeneidade florística, constituindo-se em grande valor econômico para o Acre.

Em relação aos aspectos sociais, econômicos e demográficos do estado, as principais informações se encontram no esquema abaixo.

Tabela 1. Características gerais do Acre

Indicadores	
Localização geográfica	Latitudes: 07° 07'S e 11° 08'S Longitudes 66° 30'W e 74° 00'W
Capital	Rio Branco
Área	16 mil hectares
Municípios	22
População 2014	790 mil
Densidade demográfica 2014	4,8 habitantes/km2
Variação populacional 2010-2014	7,7%
Taxa de urbanização 2010	72,6%
Homens 2010	50,2%
Mulheres 2010	49,8%
Pessoas c/ mais de 15 anos 2010	66,3%
Taxa de analfabetismo*2010	16,5%
IDHM 2010	0,660
PIB per capita2011	R\$ 11.783
PIB 2011	R\$ 8,8 bilhões
Impostos	8%
Comércio e serviços	63%
Agricultura e pecuária	16%
Indústria	12%
Estabelecimentos2013	8.089
Empregos formais 2013	129.232

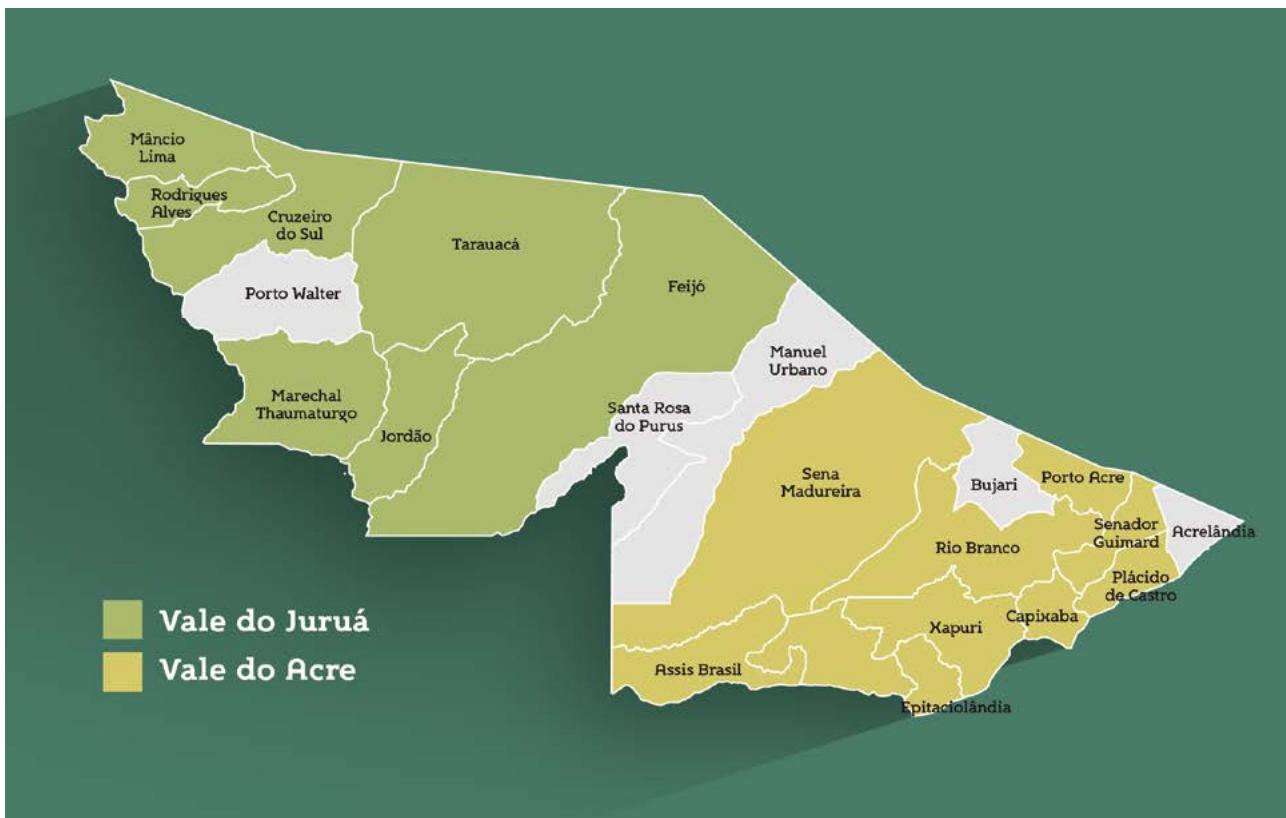
Fonte: IBGE. Censo Demográfico, 2010; IBGE. Estimativa Populacional, 2011/2014; Produto Interno Bruto dos Municípios, 2011; BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Relação Anual de Informações Sociais, 2013; PNUD. Atlas do Desenvolvimento Humano, 2013.

2.2. Regionalização do Turismo

Seguindo as orientações do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo, o estado do Acre definiu dois Polos de Desenvolvimento do Turismo Regional, o **Polo Vale do Acre** e o **Polo Vale do Juruá**, confor-

me figura a seguir. Ao adotar essa regionalização como estratégia de organização turística territorial, assume-se que a oferta turística regional adquire maior significância, identidade e capacidade de agregar valor ao produto turístico.

Figura 1. Regionalização turística do Acre



Fonte: ACRE. Secretaria de Estado de Turismo e Lazer. Regionalização Turística, 2014.

O **Polo Vale do Acre** é composto pela capital Rio Branco, principal portão de entrada e centro receptor e irradiador de fluxos para todo o estado, e também pelos municípios de Assis Brasil, Brasiléia, Epitaciolândia, Xapuri, Capixaba, Senador Guiomard, Plácido de Castro, Porto Acre e Sena Madureira. Essa região conta com importante elemento estratégico para o desenvolvimento do turismo: a Rodovia Interoceânica, que liga o Acre ao Pacífico. Além disso, no Polo foram constituídas quatro Rotas Turísticas: Caminhos da Revolução, Caminhos de Chico Mendes, Caminhos do Pacífico e também a Rota Turística Internacional “Pantanal, Amazônia, An-

des e Pacífico”, estratégia de comercialização e diversificação da oferta, integrada pelos estados de Mato Grosso, Rondônia e pelo Peru.

Já a região turística do **Polo Vale do Juruá** comprehende os municípios de Cruzeiro do Sul, Feijó, Mâncio Lima, Rodrigues Alves, Marechal Thaumaturgo, Jordão e Tarauacá. Assim como o Polo Vale do Acre, o Vale do Juruá também possui duas Rotas Turísticas, ambas em fase de estruturação: Caminhos das Aldeias e Caminhos da Biodiversidade.

Em relação aos aspectos sociais, econômicos e demográficos dos Polos, as principais informações se encontram no esquema a seguir.

Tabela 2. Características gerais dos Polos

Indicadores	Polo Vale do Acre	Polo Vale do Juruá	Outros
Municípios	10	7	5
Área (em km2)	57.052	79.004	28.067
População 2014	534.223	208.532	47.346
Participação no estado 2014	67,6%	26,4%	6,0%
Densidade demográfica 2014	9,4	2,6	1,7
Variação populacional 2010-2014	8,2%	5,9%	10,5%
Taxa de urbanização 2010	81,3%	56,2%	46,9%
Homens 2010	49,7%	51,0%	52,8%
Mulheres 2010	50,3%	49,0%	47,2%
Pessoas c/ mais de 15 anos 2010	69,3%	60,1%	60,1%
Taxa de analfabetismo* 2010	12,6%	25,9%	25,3%
Ensino Fundamental** incompleto 2010	53,0%	67,4%	72,5%
Ensino Fundamental** completo 2010	16,7%	14,1%	13,2%
Ensino Médio completo** 2010	22,4%	14,5%	11,7%
Ensino Superior** 2010	89,0%	1,2%	2,2%
IDHM 2010	0,620	0,558	0,559
PIB per capita 2011	R\$ 12.610	R\$ 9.568	R\$ 12.380
PIB (R\$ bilhões) 2011	R\$ 6,3	R\$ 1,9	R\$ 0,5
Impostos	10%	5%	4%
Comércio e serviços	65%	62%	48%
Agricultura e pecuária	11%	25%	41%
Indústria	14%	8%	7%
Estabelecimentos 2013	6.594	1.282	213
Comércio e serviços	73%	75%	54%
Agricultura e pecuária	10%	13%	39%
Indústria	16%	13%	7%
Empregos formais 2013	112.406	13.891	2.935
Comércio e serviços	85%	87%	84%
Agricultura e pecuária	2%	2%	10%
Indústria	13%	11%	6%

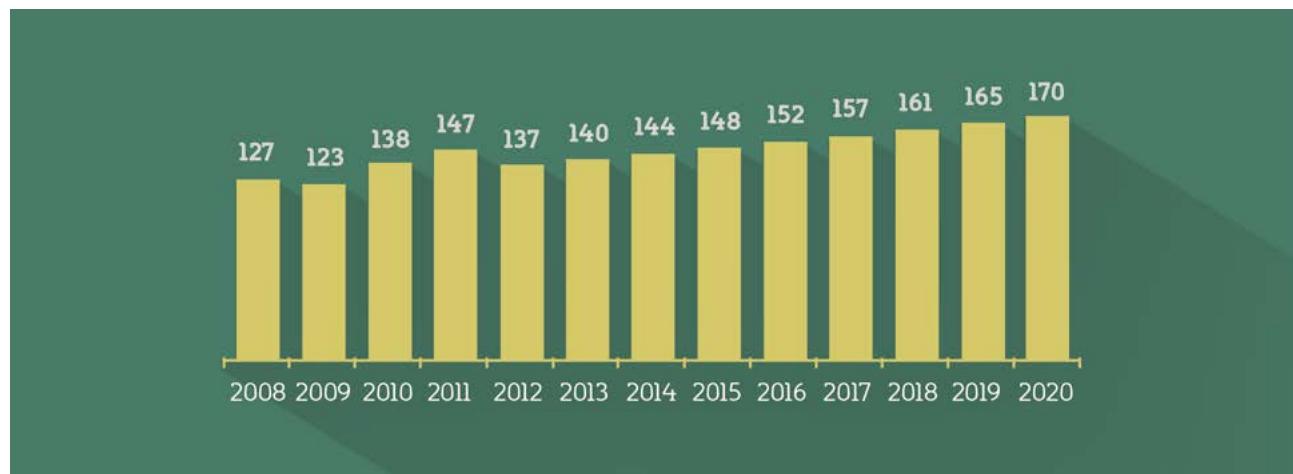
Fonte: IBGE. Censo Demográfico, 2010; IBGE. Estimativa Populacional, 2011/2014; Produto Interno Bruto dos Municípios, 2011; BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Relação Anual de Informações Sociais, 2013; PNUD. Atlas do Desenvolvimento Humano, 2013.

2.3. Demanda Turística

Considerando as estatísticas oficiais, pode-se estimar que o fluxo turístico do estado do Acre chegou a 140 mil em 2013 e possivelmente

atingirá 170 mil visitantes em 2020. Esse aumento de 30 mil turistas mostra que o fluxo turístico acreano pode crescer 21% nos próximos 6 anos.

Gráfico 1. Estimativa e projeção de fluxo turístico

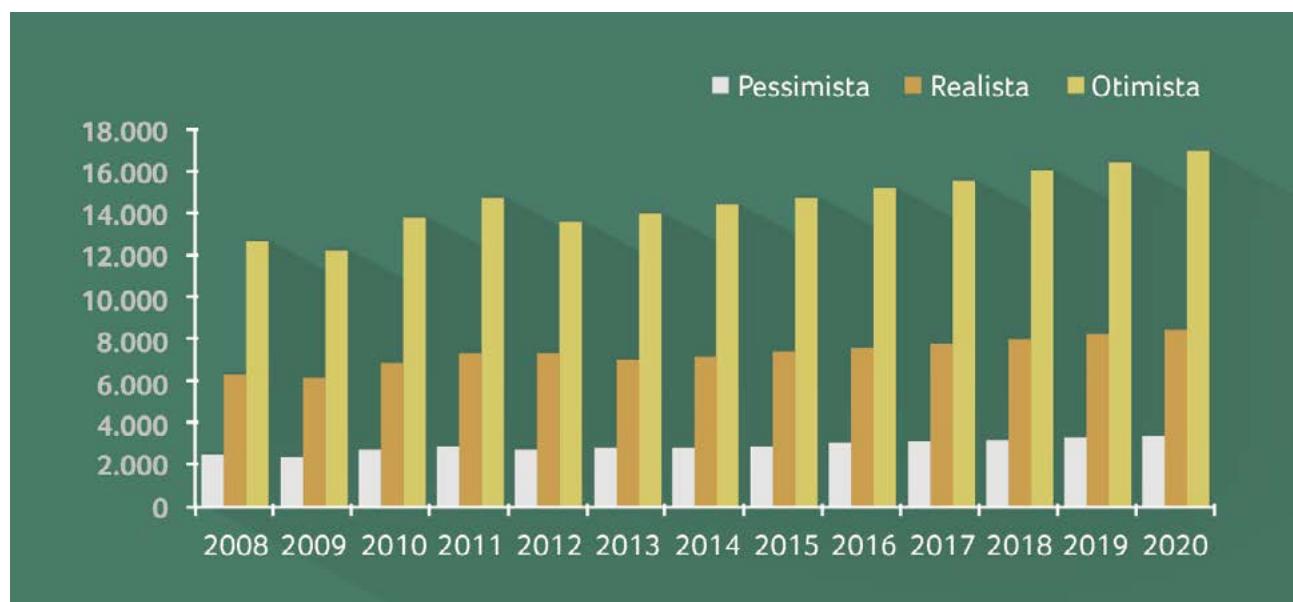


Fonte: elaboração própria a partir de ANTT. Anuário Estatístico dos Transportes Terrestres, 2012; INFRAERO. Desembarques Internacionais de Passageiros, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Desembarques Internacionais, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Desembarques Nacionais, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Estudo de Demanda Turística Nacional, 2012.

Atualmente o Acre é destino de 0,4% do fluxo turístico nacional. Partindo desse desempenho,

pode-se inferir 3 estimativas para a demanda turística potencial do Acre, apresentadas a seguir.

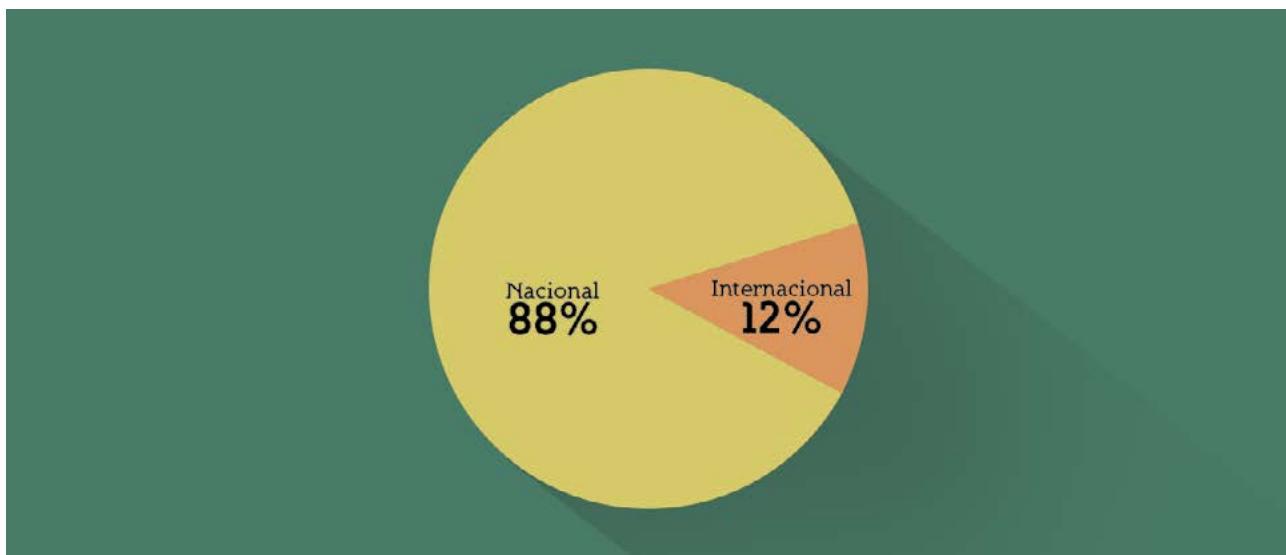
Gráfico 2. Estimativa e projeção de fluxo turístico potencial



Fonte: elaboração própria a partir de ANTT. Anuário Estatístico dos Transportes Terrestres, 2012; INFRAERO. Desembarques Internacionais de Passageiros, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Desembarques Internacionais, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Desembarques Nacionais, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Estudo de Demanda Turística Nacional, 2012.

Cerca de 12% do fluxo turístico atual procedem principalmente da Bolívia, Peru, Portugal, Japão, Chile, Costa Rica e Itália.

Gráfico 3. Fluxo turístico segundo procedência

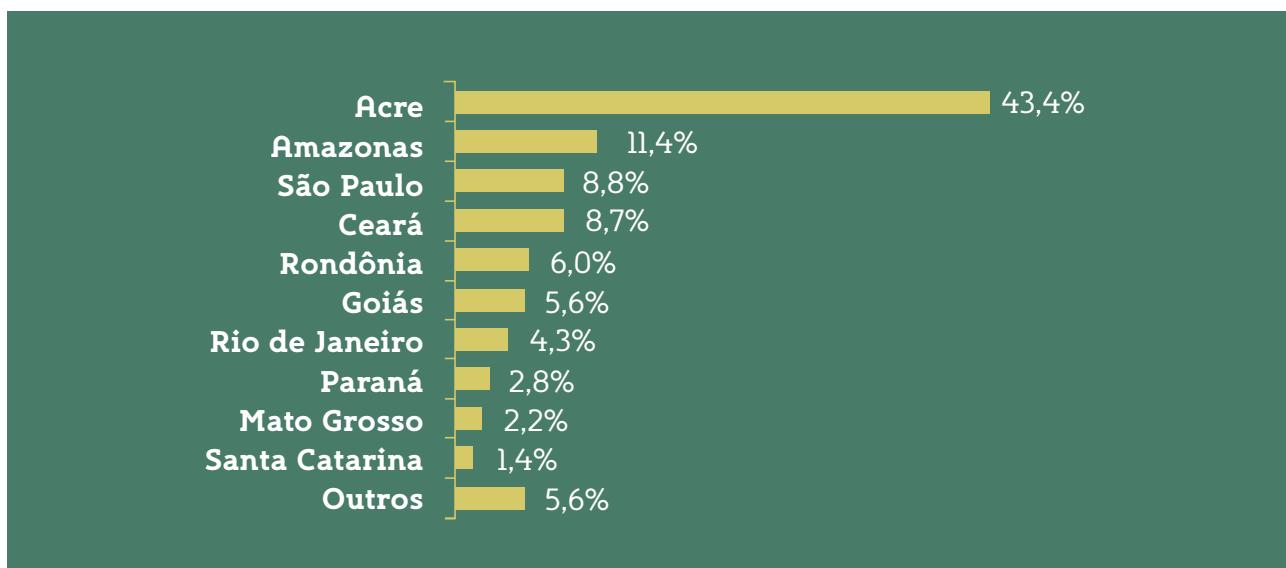


Fonte: elaboração própria a partir de ANTT. Anuário Estatístico dos Transportes Terrestres, 2012; INFRAERO. Desembarques Internacionais de Passageiros, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Desembarques Internacionais, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Desembarques Nacionais, 2012; BRASIL. Ministério do Turismo, Estudo de Demanda Turística Nacional, 2012.

Também se verificou que 88% dos turistas que visitaram o Acre eram brasileiros. Destes, aproximadamente 43% procediam do próprio estado do Acre; 11% do Amazonas e 9% de São Paulo.

Agrupando os principais emissores, constatou-se que 61,2% dos turistas nacionais são da Região Norte, 14,2% do Sudeste, 11,9% do Nordeste, 8,1% do Centro-Sul e 4,6% do Sul.

Gráfico 4. Procedência do fluxo turístico nacional

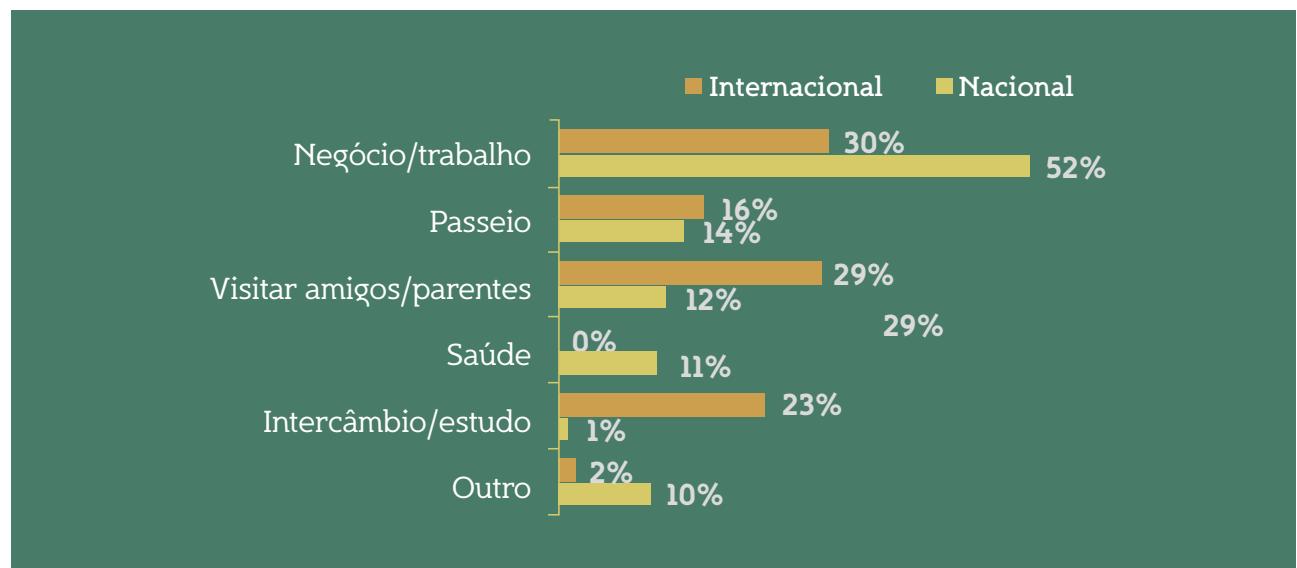


Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo, Estudo de Demanda Turística Nacional, 2012.

Em relação às motivações dos visitantes atuais verificou-se que fazer negócio ou trabalhar são as razões apresentadas pela maioria dos turistas nacionais que viajam ao Acre. Essa motivação é seguida por passeio (14%), visitar amigo/parente (12%), saúde

(11%). Entre os visitantes internacionais, fazer negócio e trabalhar ficou empatado com “passeio”, ambos em primeiro lugar com 30%. Essas preferências são seguidas por motivações ligadas a intercâmbio/estudo (23%) e passeio (16%).

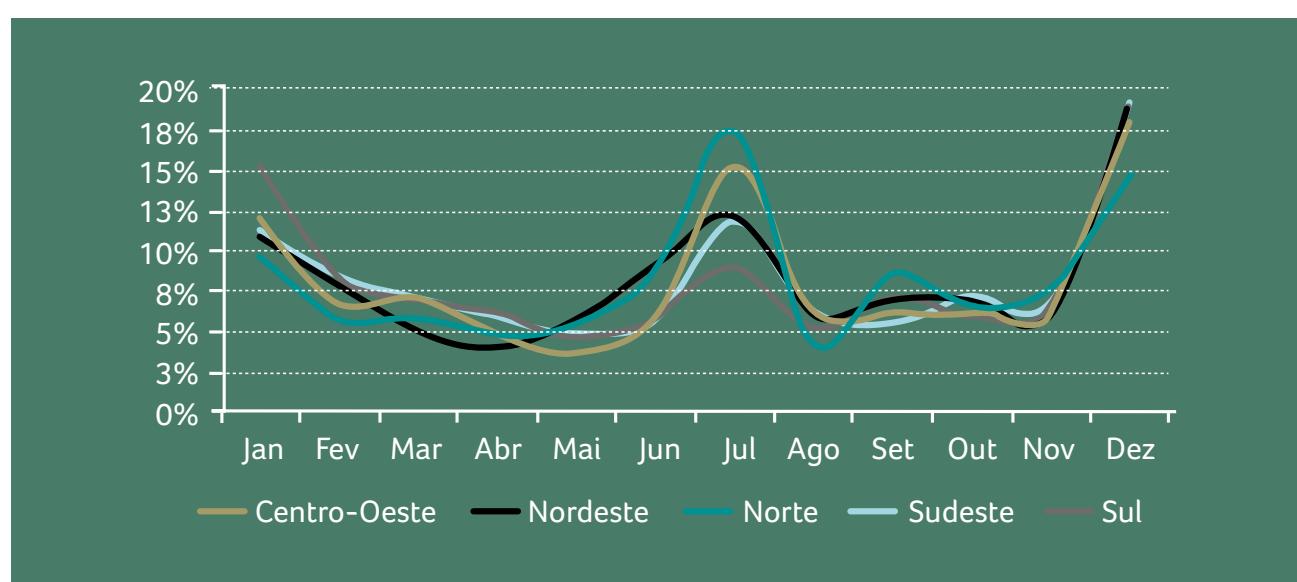
Gráfico 5. Fluxo turístico segundo motivação



Fonte: ACRE. Secretaria de Estado de Turismo e Lazer. Demanda Turística, 2009.

Além das características motivacionais, os atuais visitantes do Acre também costumam concentrar suas viagens nos meses de Janeiro, Julho e Dezembro, período coincidente com as férias escolares.

Gráfico 6. Época de viagem segundo região de origem



Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo, Estudo de Demanda Turística Nacional, 2012.

2.4. Situação da Oferta Turística

2.4.1. Recursos e atrativos¹

A análise dos recursos e atrativos turísticos buscou identificar a relevância e a capacidade de atração destes no contexto regional, nacional e internacional. Desta forma, foram avaliados os recursos e atrativos de maior interesse turístico, buscando destacar as singularidades

e as especificidades positivas e negativas por meio dos critérios e escala de avaliação destacados abaixo. As notas dos atrativos e recursos avaliados foram sistematizadas e hierarquizadas em quatro níveis e também estão expostas na tabela a seguir.

Tabela 3. Critérios, escalas de avaliação e hierarquização dos recursos e atrativos turísticos

Critérios	
Grau de atratividade (peso 3)	Originalidade, importância ambiental e/ou cultural, sazonalidade e nível de conservação.
Condições de acesso (peso 4)	Acesso, hospitalidade, sinalização, transporte, qualidade do trajeto e distância.
Condições de uso (peso 3)	Receptivo, hospitalidade, segurança, limpeza, comunicação, interpretação e ambiência.
Valor intrínseco (peso 10)	Singularidade, beleza cênica, raridade do atrativo, importância ambiental, cultural, histórica e social.
Pontuação	
Nenhum (nota 0)	Inexistência ou condição insignificante do item analisado.
Baixo (nota 1)	Baixo uso, em estado precário, elemento bastante comum e baixa significância do item analisado.
Médio (nota 2)	Média intensidade de uso, em razoável estado de conservação, necessitando de intervenções de melhorias, média significância do item analisado.
Alto (nota 3)	Fluxo turístico regular, bom estado de conservação, apresenta elementos raros e/ou singulares, alta significância do item analisado.
Hierarquização	
Hierarquia IV (notas de 2,6 a 3,0)	Atrativos e recursos de excepcional valor e grande significado para o mercado turístico, capaz de motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais, tanto nacionais como internacionais.
Hierarquia III (notas de 1,8 a 2,5)	Atrativos e recursos com grande valor potencial, mas de médio significado real para o mercado turístico, capaz de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes regionais ou nacionais, em conjunto com outros atrativos próximos a este.
Hierarquia II (notas de 0,8 a 1,7)	Atrativos e recursos com algum aspecto expressivo, capaz de interessar visitantes locais e/ou regionais que tenham chegado à área por outras motivações turísticas.

Continua

Tabela 3. Critérios, escalas de avaliação e hierarquização dos recursos e atrativos turísticos

Conclui

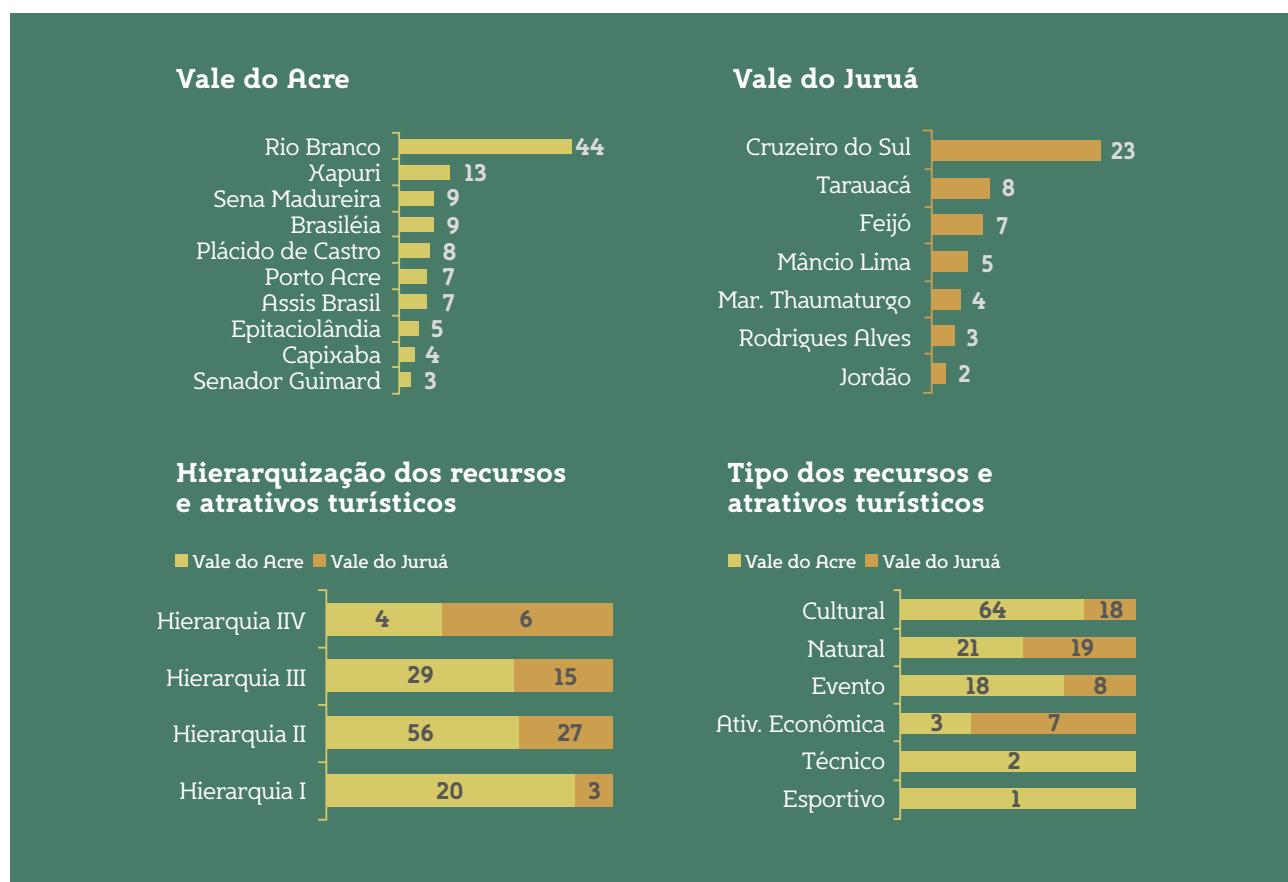
Hierarquização	
Hierarquia I (notas de 0 a 0,7)	Atrativos e recursos sem méritos suficientes, mas que formam parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia.

Fonte: elaboração própria, 2014. A partir de BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do

Considerando essas orientações, no **Polo Vale do Acre** foram avaliados **109 atrativos**, sendo 64 culturais, 21 naturais, 18 eventos, 3 atividades econômicas, 2 técnicos e 1 esportivo. A região apresenta 4 atrativos dentro do grupo de maior valor, os de hierarquia IV, sendo 3 atrativos culturais: os Geoglifos, as Culturas Ayahuasqueiras e o Centro de Memória Chico Mendes e 1 atrativo natural: Seringal Cachoeira.

A oferta do Polo é representativa, mas com grande concentração na capital Rio Branco, fragilizando atualmente as possibilidades de conexões regionais por meio de roteiros integrados. Somando-se a isto, existem poucos atrativos consolidados por meio de produtos. Entretanto, entre eles há grande potencial de desenvolvimento por meio de ações de estruturação, qualificação e ordenamento.

Gráfico 7. Quantidade, hierarquia e características dos recursos atrativos turísticos



Para visão geral das notas e hierarquia de todos os recursos e atrativos turísticos do Polo ver Anexo I.
elaboração própria, 2014

¹A construção da metodologia teve como base documentos elaborados pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICA-TUR). As informações foram obtidas por meio de visitas in loco e complementadas com dados do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – Pdtis Vale do Acre e Vale do Juruá, elaborados em 2013, e da Secretaria de Turismo e Lazer do Estado do Acre – Setul. A avaliação foi realizada, de forma conjunta, por dois consultores integrantes da equipe do Plano, considerando o contexto geral dos Polos e as características específicas dos atrativos.

²Para visão geral das notas e hierarquia de todos os recursos e atrativos turísticos do Polo ver Anexo I.

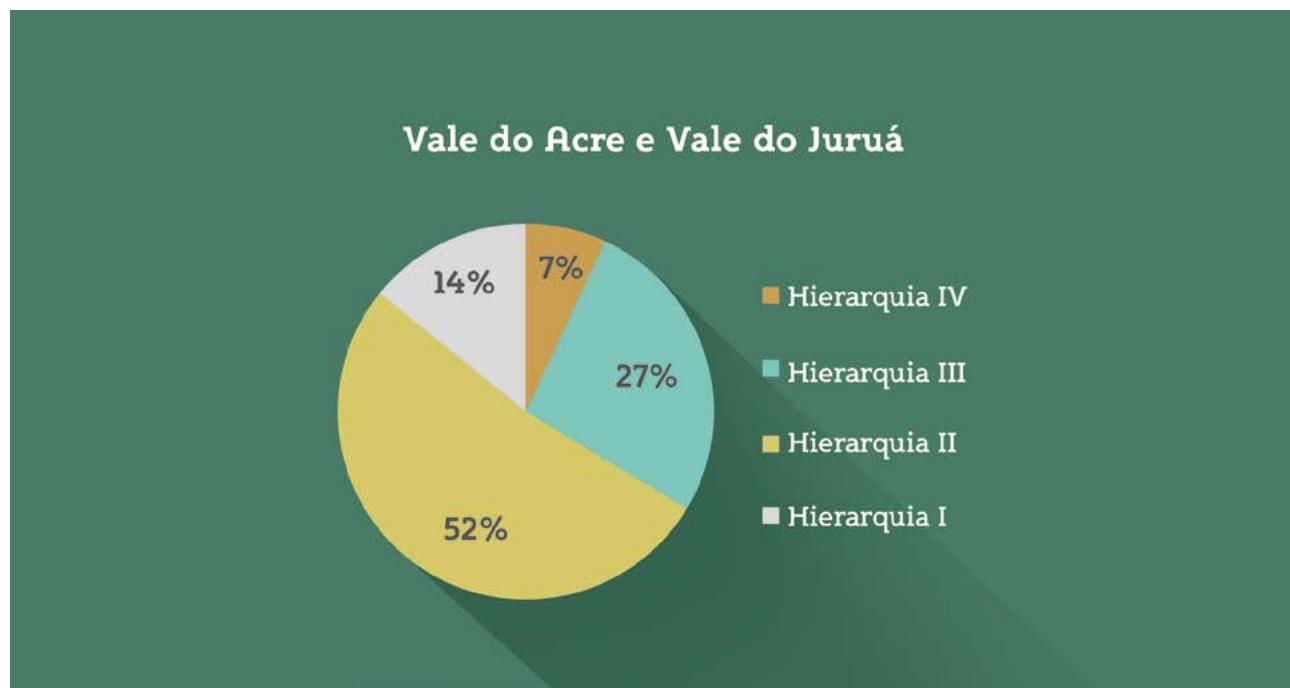
No **Polo Vale do Juruá** foram avaliados **51 atrativos**, sendo 19 naturais, 18 culturais, 8 eventos e 7 atividades econômicas. A região apresenta 6 atrativos de hierarquia IV, sendo 1 atrativo natural e 6 atrativos culturais: o Parque Nacional da Serra do Divisor, as Culturas Ayahuasqueiras, o Festival Yawanawá, o Festival Mariri, o Festival Huni Kuin Xinã Bena e o Povo Ashaninka do Rio Amônia.

Os atrativos e recursos naturais do Polo Vale do Juruá representam importante potencial competitivo para o estado, podendo agregar a oferta turística e contribuir para elevação do fluxo de visitantes. Neste sentido vale ressaltar que os atrativos naturais são responsáveis pelo

grande número de viajantes que escolhem o Brasil como destino de férias, já que o país é considerado o território com maior potencial em termos de recursos naturais do mundo. O desafio está em transformar esses recursos em produtos e, no caso do Acre, não é diferente.

A **oferta turística atual do Estado do Acre** encontra-se em estado potencial ou em fase inicial de desenvolvimento, necessitando de **investimentos e ações de planejamento** que garanta o uso racional, capaz de gerar os benefícios sociais e econômicos. A partir dos dados agregados no gráfico abaixo percebe-se que 66% dos recursos e atrativos encontram-se em situações de valor potencial (Hierarquias I e II):

Gráfico 8. Resultado geral – Hierarquização Turística



Fonte: elaboração própria, 2014

Esta situação de alta concentração de recursos e atrativos como **valor potencial de produto** não é suficiente para sua comercialização nos mercados (regional, nacional e internacional). Para que um turista potencial possa comprar, fazer uso desse produto turístico e, assim gerar recursos financeiros em seu contexto, o mesmo precisa ter oferta complementar (dormir, comer, comprar, etc), para

então ser comunicado e promovido junto aos públicos alvos.

Tal situação demonstra que a potencialidade é elevada, mas o valor real do conjunto de produtos ainda é baixo, em ambos os Polos, o que significa que o Estado deverá trabalhar fortemente no desenvolvimento e consolidação dos mesmos conforme as prioridades definidas por este Plano.

³ Para visão geral das notas e hierarquia de todos os recursos e atrativos turísticos do Polo ver Anexo I.

2.4.2. Equipamentos e serviços

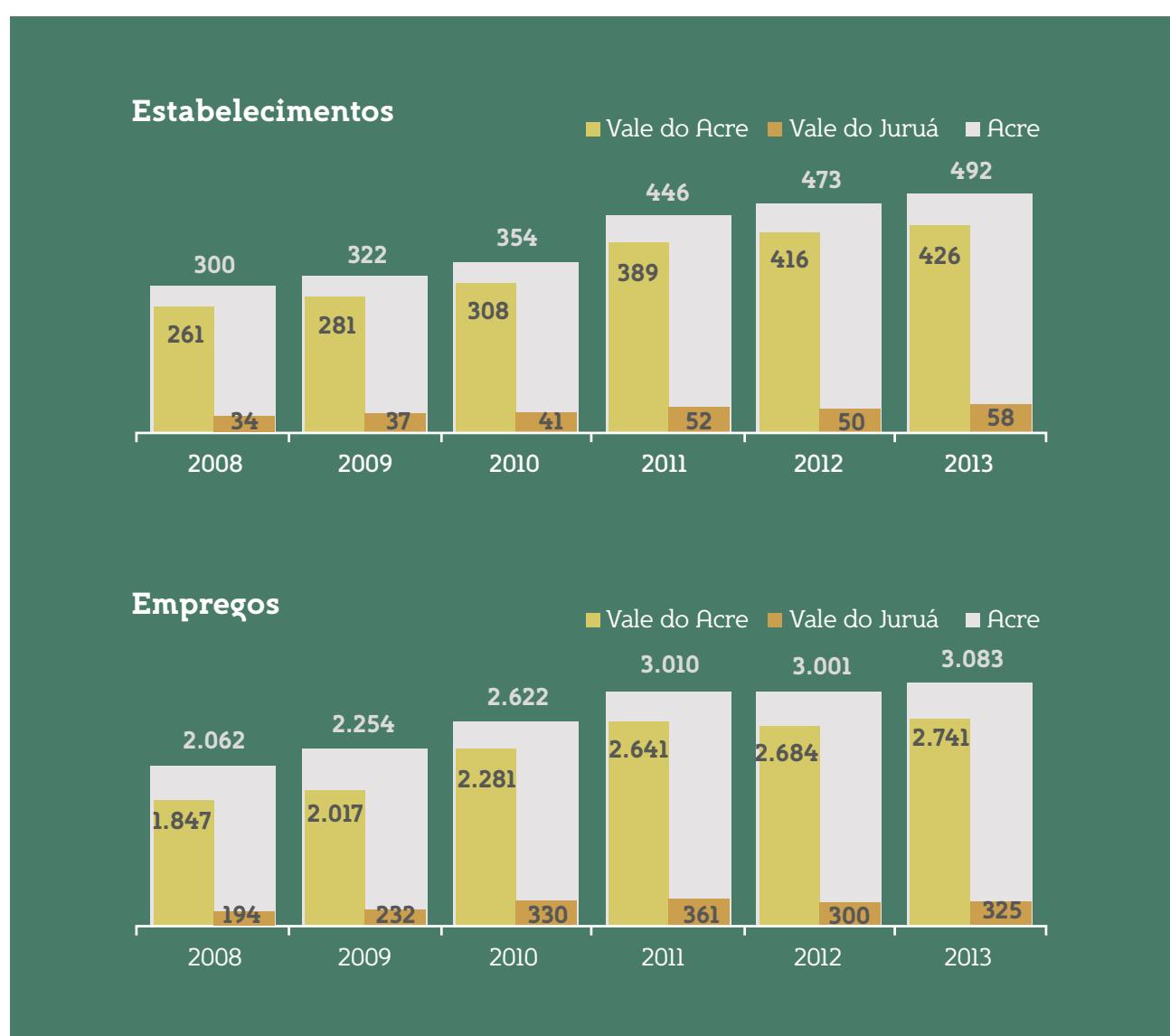
A análise dos equipamentos e serviços turísticos objetivou caracterizar e avaliar a oferta de meios de hospedagem, alimentação, agências de turismo, equipamentos de entre-

tenimento e lazer, serviços de informações turísticas e outros serviços, entendidos genericamente como Atividades Características do Turismo – ACTs .

a) Empregos e estabelecimentos formais

Em 2013, o conjunto das ACTs representaram 6% dos estabelecimentos e 2% dos empregos do estado do Acre. Destes, grande parte estão reunidos no Polo Vale do Acre, conforme esquema a seguir.

Gráfico 9. Atividades características do turismo segundo empregos e estabelecimentos



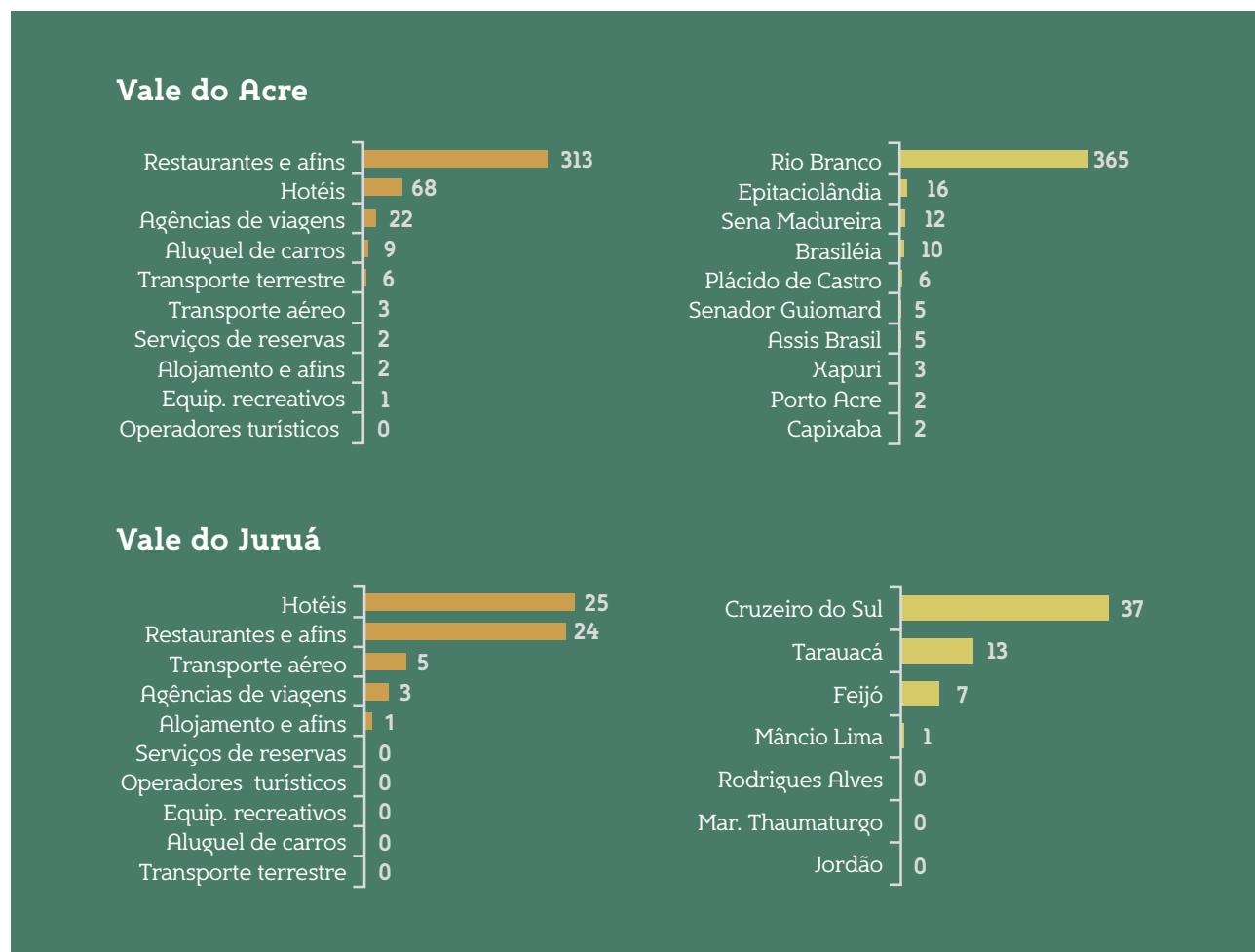
Fonte: BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Relação Anual de Informações Sociais, 2013.

⁴ Selecionadas pelo Ministério do Turismo a partir de diretrizes estabelecidas pela Organização Mundial do Turismo – OMT. Disponível em: <<http://www.observatoriodoturismo.tur.br>>. Acesso em: 06 Jan. 2015.

As ACTs no **Polo Vale do Acre** representaram 426 estabelecimentos em 2013, equivalente a 6,5% do total dos estabelecimentos da região (6.594). A maioria se concentra na capital Rio Branco (86%), cujo setor de serviços é mais ampliado e diversificado. Em seguida aparecem Epitaciolândia (4%) e Brasiléia (2,5%), em menor escala. Dentre as ACTs existentes neste Polo, também se constatou que 74% são empresas relacionadas ao setor de alimentação , seguido pelo setor de hospedagem, com 16%.

No **Polo Vale do Juruá** verificou-se a existência 58 estabelecimentos. Isto equivale a 3,6% do total dos estabelecimentos da região (1.587). A maioria se concentra na cidade polo Cruzeiro do Sul (63,7%), cujo setor de serviços possui maior representatividade, seguido de Tarauacá (22,4%) e Feijó (12%). A configuração das ACTs neste Polo caracteriza-se pela oferta quase exclusiva de estabelecimentos de meios de hospedagem (43,1%) e alimentação (41,3%), dois serviços básicos na conformação do mercado turístico.

Gráfico 10. Estabelecimentos ligados às atividades características do turismo segundo tipo e município



Fonte: BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Relação Anual de Informações Sociais, 2013.

⁵ Para visão geral das notas e hierarquia de todos os recursos e atrativos turísticos do Polo ver Anexo I.

b) Meios de hospedagem

Por meio de pesquisa de campo, foram identificados 61 meios de hospedagem no **Polo Vale do Acre** que atualmente ofertam 1.805 unidades habitacionais e 4.736 leitos. A oferta mais expressiva concentra-se na capital Rio Branco (23), que também apre-

senta a maior variedade de equipamentos no que concerne ao porte e padrão de serviços. Em seguida estão Brasiléia (10) e Epitaciolândia (7), onde predominam empreendimentos de pequeno porte e com baixo padrão de serviços.

Tabela 4. Quantidade e características dos meios de hospedagem do Vale do Acre

Município	Meios de Hospedagem	Unidades Habitacionais	Leitos
Assis Brasil	2	29	79
Brasiléia	10	150	418
Capixaba	2	36	68
Epitaciolândia	8	174	394
Plácido de Castro	3	65	212
Porto Acre	1	9	14
Rio Branco	23	1.123	2.939
Sena Madureira	6	144	384
Senador Guiomard	1	0	0
Xapuri	5	75	228
Vale do Acre	61	1.805	4.736

Fonte: elaboração própria a partir de BRASIL. Ministério do Turismo. CADASTUR, 2014.

No **Polo Vale do Juruá** foram identificados 22 meios de hospedagem, representados por 652 unidades habitacionais e 1.476 leitos. Em relação à dimensão média dos estabelecimentos, a oferta mais expressiva concentra-se

em Cruzeiro do Sul (10), seguida dos destinos de Tarauacá (5) e Feijó (3). Na grande maioria os equipamentos são de pequeno porte, com estruturas simples e atendendo ao mínimo as necessidades dos clientes.

Tabela 5. Quantidade e características dos meios de hospedagem do Vale do Juruá

Município	Meios de Hospedagem	Unidades Habitacionais	Leitos
Cruzeiro do Sul	9	335	714
Feijó	3	128	292
Jordão	1	12	27
Mâncio Lima	1	8	18
Marechal Thaumaturgo	1	0	0
Rodrigues Alves	1	10	22
Tarauacá	5	110	313
Vale do Juruá	21	603	1.386

Fonte: elaboração própria a partir de BRASIL. Ministério do Turismo. CADASTUR, 2014.

No geral, constatou-se que os meios de hospedagem nos dois Polos possuem baixa qualidade na oferta de serviços. Além disso, apresentam:

- Pouca diversificação da oferta, principalmente, ligada aos segmentos de Lazer e Ecoturismo;
- Alta concentração em áreas urbanas, com pouca oferta integrada à natureza;
- Baixa oferta de serviços adicionais, concentrando-se na disponibilidade de café da manhã, identidade local e acesso à internet;

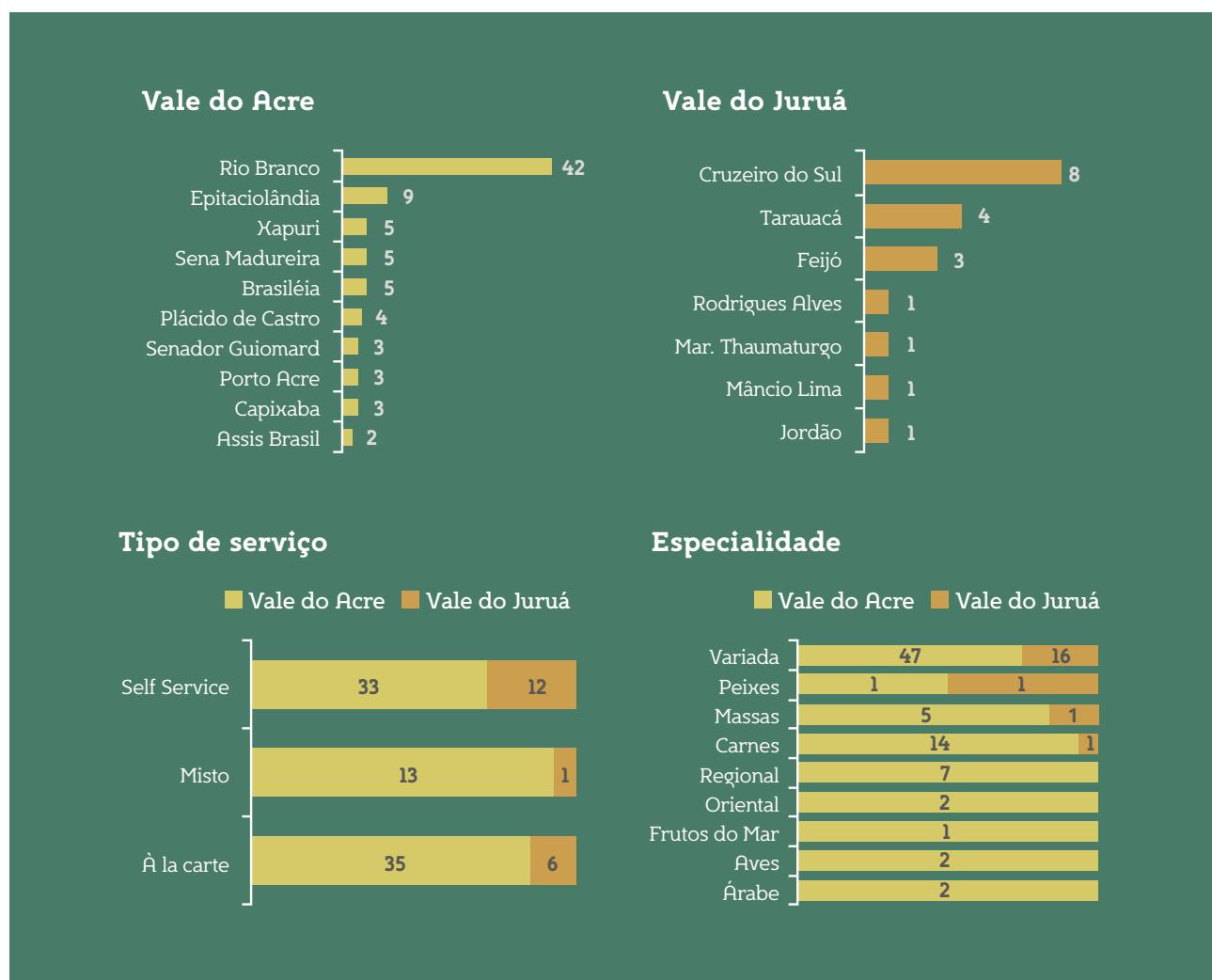
- Carência de serviços diferenciados, como espaços de recreação, serviços relacionados ao bem-estar e estética, alimentação 24h e atendimento bilíngue;
- Inexistência de política de diferenciação de tarifas por temporada e para operadores e agentes de viagem;
- Baixo grau de exigência na contratação de funcionários;
- Baixa qualidade do padrão construtivo e das condições de acessibilidade.

c) Serviços de alimentação

No **Polo Vale do Acre**, foram identificados 81 estabelecimentos ligados ao segmento de alimentação. Já o **Polo Vale do Juruá** apresenta

apenas 19 estabelecimentos. A distribuição e principais características dos serviços de alimentação estão expostas no esquema a seguir.

Gráfico 11. Quantidade e características dos serviços de alimentação



Fonte: elaboração própria a partir de BRASIL. Ministério do Turismo. CADASTUR, 2014.

Assim como os meios de hospedagem, os serviços de alimentação nos dois Polos também apresentam diversos problemas, tais como:

- Pouca diversificação da oferta dos serviços, com forte concentração na oferta de alimentação básica;
- Baixa diversidade das especialidades oferta-

das, concentradas na cozinha trivial e carnes;

- Baixa qualidade das estruturas de atendimento e do padrão construtivo dos empreendimentos;
- Carência de serviços diferenciados, como climatização dos ambientes e acesso à internet;
- Carência de capacitação dos recursos humanos ligados ao segmento.



Parque da Maternidade - Rio Branco

d) Equipamentos e serviços de eventos

O setor de eventos vem se destacando como um importante segmento turístico nos dois Polos. No **Vale do Acre**, Rio Branco se sobressai, pois concentra os principais espaços do estado com capacidade para realização de eventos diversos. Além disso, no Polo foram identificadas 5 empresas prestadoras de serviços para o setor de eventos, todas localizadas em Rio Branco.

No **Vale do Juruá**, o destaque fica por conta de Cruzeiro do Sul que possui 5 espaços para realização de eventos de pequeno porte (até 300 participantes) e médio porte (de 300 a 1.000 participantes). No Polo, não foi verificada a existência de empresas especializadas na prestação de serviços para o setor de eventos, bem como para organização e planejamento dos mesmos.

Tabela 6. Quantidade e características dos equipamentos de eventos

Município	Quantidade de equipamentos	Capacidade (nº de pessoas)
Vale do Acre	32	6.957
Assis Brasil	2	150
Brasiléia	3	240
Capixaba	1	100
Epitaciolândia	2	130
Plácido de Castro	2	150
Rio Branco	20	5.987
Xapuri	2	200
Vale do Juruá	7	1.416
Cruzeiro do Sul	5	1.066
Feijó	1	170
Tarauacá	1	180
Acre	39	8.373

Fonte: elaboração própria, 2014.

Além dos pontos apontados, outros entraves encontrados pelo segmento de eventos são:

- Carências de espaços multiuso adequados para eventos de grande porte;

- Carência de centro de convenções e eventos;
- Baixa oferta de instalações adequadas para realização de eventos de caráter técnicos como, por exemplo, auditórios, teatros municipais e salas em meios de hospedagem.

Pousada Seringal Cachoeira - Xapuri



e) Agências de receptivo

Conforme dados do Ministério do Turismo, o **Polo Vale do Acre** possui 62 agências de viagens cadastradas, sendo que apenas 3 possuem portfólio voltado para o turismo receptivo. No **Polo Vale do Juruá** a situação se apresenta mais crítica, pois das 10 agências de viagens cadastradas, apenas 1 possui intenções comerciais direcionada para o turismo receptivo.

Em relação aos serviços oferecidos verificou-se que o pequeno grupo de agências que trabalha com turismo receptivo oferece roteiros muito semelhantes entre si, como transfer in/

out, city-tour, compras na Bolívia, atividades ligadas ao Etnoturismo e Ecoturismo e sobrevoo para visualização dos Geoglifos. Essa oferta é complementada pela comercialização de roteiros integrados, principalmente, com o Peru e a Bolívia. Em se tratando do relacionamento com o mercado nacional, observou-se a existência de bom nível de parceria com empresas de receptivo localizadas em mercados estratégicos como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, além dos estados vizinhos como Rondônia, Amazonas e Mato Grosso.

f) Serviços de informações turísticas

Atualmente existe apenas 1 posto de informações turísticas em funcionamento regular no estado do Acre, localizado no **Polo Vale do Acre**. Como decorrência direta da baixa oferta desse tipo de serviço, verificou-se também:

- Escassez de recursos humanos e financeiros direcionados ao segmento;
- Subutilização de Centros de Atendimento ao Turista (CAT) nos municípios de Plácido de Castro, Brasiléia, Xapuri, Sena Madureira e Cruzeiro do Sul, que se encontram desativados;
- Carência de atendimento bilíngue;

- Ausência de controles internos para auxiliar a identificação do perfil dos turistas e do fluxo de uso dos serviços, por exemplo;
- Irregularidade de funcionamento nos postos de serviços de informações turísticas no Aeroporto e na Rodoviária em Rio Branco e Cruzeiro do Sul;
- Ausência de site promocional e/ou institucional, bem como aplicativos para dispositivos móveis, que disponibilize informações consistentes e organizadas para os visitantes.

Teatro Plácido de Castro - Rio Branco





Biblioteca da Floresta - Rio Branco

2.4.3. Promoção e comercialização

a) Promoção e comercialização institucional

A promoção institucional, realizada pela Setul, está focada em diferentes ações, tais como:

- **Promoção internacional do Acre** (campanha promocional que prevê a produção de peças publicitárias e vídeo);
- **Produção de peças publicitárias** para incentivar o turismo interno;
- **Apoio a feiras e festivais estaduais;**
- **Elaboração e impressão de folhetos promocionais** (Rota Turística Internacional “Pantanal, Amazônia, Andes e Pacífico”, Caminhos do Pacífico, Caminhos Chico Mendes, Caminhos da Revolução, Conheça Rio Branco e Calendário de Eventos do Acre);
- **Participação em feiras e eventos do setor**, sobretudo em São Paulo (Salão do Turismo, Encontro Comercial da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo – BRAZTOA, Feira das Américas da Associação Brasileira de Agências de Viagens e Adventure Sports Fair), Bolívia (Feira Internacional

de Turismo da Bolívia e alguns Workshops Brasil Sensacional) e Peru (Feira International de Turismo do Peru, alguns Workshops Brasil Sensacional e Feira Internacional de Turismo AVIT – Associação de Agencias de Viagens e Turismo de Arequipa);

- **Promoção do destino Acre em grandes eventos** realizados no Estado, como na Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Pesquisa e Científica – SBPC, no Congresso da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical e na Reunião Anual da Força Tarefa dos Governadores pelo Clima e Florestas (GCF), composto por 7 países (Brasil, Estados Unidos, Nigéria, Indonésia, Peru, Espanha e México);
- **Realização de Press Trip** para jornalistas e blogueiros especializados, com foco no mercado nacional e internacional;
- **Participação em rodadas de negócios**, por meio dos principais operadores de receptivo turístico.

b) Promoção e comercialização na web

A promoção e comercialização do destino via web, ainda é muito escassa e com baixo nível de uso de ferramenta voltadas para busca de informações e serviços de viagem e turismo, tais como Google, Facebook, TripAdvisor, Booking, entre outros.

- A busca pelo o termo “Acre turismo” no Google, aponta para mais de 3 milhões de ocorrências. Entretanto, ao se navegar pelos conteúdos observou-se que a maioria das páginas contém informações desatualizadas sobre o destino. Além disso, grande parte dos sites diz respeito a matérias jornalísticas e não foi identificado site institucional promocional.
- Já em relação à busca do termo “Acre” no Facebook, identificou-se que aproximadamente 4 mil pessoas “curtiram” e 11 mil fizeram check-in usando o termo. Ao se analisar as fanpages de empresas de turismo do destino,

observou-se que em alguns casos páginas pessoais são utilizadas como empresariais, inviabilizando as ferramentas de monitoramento e de aumento de “likes”.

- Buscando o destino em sites de viagens, com o TripAdvisor, verificou-se que em primeiro lugar aparece a cidade do Acre em Israel. Redirecionando a busca encontramos os municípios mais acessados no estado: Rio Branco, Cruzeiro do Sul, Sena Madureira, Feijó, Brasiléia e Tarauacá. Xapuri não aparece em conjunto com os demais destinos, somente em busca específica e sempre ligada a imagem de Chico Mendes.

Fica evidenciada a necessidade de se estabelecer um processo organizado de promoção e comercialização via web, bem como um melhor posicionamento digital do destino, considerando que esta tem sido uma das principais ferramentas de aproximação com o público consumidor.

Casa de Chico Mendes - Xapuri



c) Rota Turística Internacional “Pantanal, Amazônia, Andes e Pacífico

Na análise da promoção e comercialização do destino é ainda importante destacar a Rota Turística Internacional “Pantanal, Amazônia, Andes e Pacífico”, estratégia de diversificação da oferta turística dos estados do Acre, Rondônia e Mato Grosso de forma articulada com a Macrorregião

Sul do Peru. Juntos estes destinos oferecem grande diversidade de atrativos, sobretudo nos segmentos de Aventura, Ecoturismo e Cultura, caracterizando-se por heterogeneidade paisagística, diversidade de ecossistemas e culturas, resultando em rica experiência ao visitante.



Carreteira do Pacífico

2.4.4. Acesso

a) Acesso rodoviário

O principal meio de acesso terrestre ao estado do Acre é a capital, Rio Branco, cuja distância

para com os centros relevantes do Brasil e dos países de fronteira é a seguinte:

Tabela 7. Distâncias rodoviárias de Rio Branco

Capital/ Estado/ País	Distância rodoviária - Km
Cruzeiro do Sul/Acre	633,5
Assis Brasil/ Acre	340,9
Porto Velho/ Rondônia	544
Manaus/ Amazonas	1.445

Continua

Tabela 7. Distâncias rodoviárias de Rio Branco

Conclui

Capital/ Estado/ País	Distância rodoviária - Km
Boa Vista/ Roraima	2.230
Cuiabá/ Mato Grosso	1.990
Brasília/ Distrito Federal	3.123
São Paulo/ São Paulo	3.604
Cobija/ Bolívia	230
La Paz/ Bolívia	1.710
Lima/ Peru	2.200
Cusco/ Peru	1.070

Fonte: DNIT/DERACRE, 2013

Rio Branco está 672km distante, por via rodoviária de Cruzeiro do Sul, o segundo município mais populoso do estado e 343 km de Assis, cidade acreana localizada na convergência da tríplice fronteira entre Brasil, Bolívia e Peru. As distâncias apontam viabilidade de acesso entre os destinos do próprio Acre e para cidades como La Paz (Bolívia), Porto Maldonado, Cusco e Lima (Peru). As promissoras possibilidades de integração associadas às características geográficas tornam fundamental o desenvolvimento e a diversificação das infraestruturas de circulação de forma compatível com os aspectos ambientais e sociais inerentes à região.

O principal terminal rodoviário localiza-se em Rio Branco. A Rodoviária Internacional de Rio Branco possui 7.642,80m² de área construída, desenvolvendo-se em dois pavimentos. Atualmente, recebe, em média, cerca de 40.000 passageiros/mês entre chegadas e saídas, em mais de 60 viagens. No terminal, é possível comprar passagens para destinos como São Paulo (SP), Cascavel (PR) ou Cuiabá (MT). Há também rotas para as principais cidades do Estado. Além dos destinos citados, existem conexões para viagens internacionais, como a da empresa Movil Tours e Ormeño que vai até Lima, passando por Porto Maldonado e Cusco.

Rodoviária Internacional de Rio Branco





Aeroporto Internacional de Cruzeiro do Sul

a) Acesso aéreo

O sistema aeroviário é importante para o estado em função das grandes distâncias entre os municípios e das condições da rodovia federal, ligação longitudinal, nos períodos de chuva, principalmente antes de sua abertura definitiva e pavimentação. Há **2 aeroportos**, presentes nas cidades de Rio Branco e Cruzeiro do Sul, ou seja, cada um atende a um Polo Turístico, existindo integração entre os dois, e servindo às localidades vizinhas. Em outros municípios mais distantes destas sedes, tais como Tarauacá, Feijó, Jordão e Marechal Thaumaturgo, há **pistas de pouso** que, junto às dos aeroportos, somam 11 no total.

O Aeroporto Internacional de Rio Branco –

Plácido de Castro, Polo Vale do Acre, está localizado à margem da BR-364, com distância de 18 km do centro da cidade. O equipamento é servido por voos diários partindo de Brasília/DF, Manaus/AM, Porto Velho/RO e Cruzeiro do Sul/AC. Ele tem grande potencial para escoamento de cargas para os países andinos vizinhos. O sítio aeroportuário ocupa área de 7.325.000 m² com pátio para aeronaves com 38.400 m². O estacionamento de aeronaves abriga 18 posições. As dimensões da pista são de 2.158 m x 45 m. O terminal de passageiros possui área de 4.292 m² e tem capacidade para 1,3 milhões de passageiros/ano. O estacionamento tem capacidade para 132 veículos.

Tabela 8. Empresas aéreas atuantes

Partidas					
Voo	Empresa	Horário	Destino(S)		Frequência
JJ-3585	Tam	0:53	Brasília		diária
G3-1683	Gol	02:15	Brasília, São Paulo (Guarulhos e Campinas)		diária
G3-1939		12:20	Cruzeiro do Sul		diária
G3-9977	Azul	03:50	Porto Velho, Manaus, Belém, Fortaleza		diária
AD-2481		3:45	Porto Velho, Cuiabá, São Paulo (Guarulhos e Campinas)		diária
JJ-3584	Tam	0:21	Brasília e São Paulo		diária
JJ-3534		12:09	Brasília e São Paulo		Terça a domingo
G3-2092	Gol	0:10	Brasília e São Paulo (principais conexões: Manaus, Belém, Porto Velho e Brasília)		diária
G3-1938		15:10	Cruzeiro do Sul		diária
AD-2480	Azul	23:15	Porto Velho (principais conexões: Brasília, Campinas, Cuiabá)		diária

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Tabela 9. Movimento no aeroporto de Rio Branco

Discriminação	2008	2009	2010	2011	2012
Tráfego					
Pousos/decolagens	12.326	13.392	16.019	16.352	12.749
Passageiros					
Embarque/desembarque	302.551	323.114	355.916	393.811	384.877
Carga aérea (t)					
Embarque/desembarque	1.327	1.598	1.204	1.319	1.297

Fonte: Acre em Números/ INFRAERO,2013

a) Acesso hidroviário e ferroviário

Segundo “Plano CNT de Transporte e Logística 2014”, o Estado do Acre **não possui malha ferroviária em funcionamento**. No entanto, de acordo com informações disponibilizadas pelo Ministério dos Transportes brasileiro e também pelo Estado do Acre, existe, em forma de previsão, um traçado para uma futura ferrovia, definido a partir da cidade de Porto Velho, em Rondônia, passando por Rio Branco até a cidade de Cruzeiro do Sul e desta cidade até o município do Pucallpa, no país vizinho Peru.

Como nos demais estados da região Ama-

zônica, o transporte fluvial é de extrema importância para o Acre. Além do aproveitamento das condições geográficas, as hidrovias são um importante elemento cultural, representativo da história e modo de vida local tanto.

A rede hidroviária de afluentes da bacia do rio Solimões abrange todo o território e possui rios perenes e navegáveis, importantes para a integração das comunidades. A sinuosidade dos rios faz com que os percursos sejam demorados, dependentes também do regime pluviométrico (Zoneamento Ecológico-Econômico do Acre Fase II, 2006).

A tabela a seguir relaciona as hidrovias à capacidade de navegação por trecho e época do ano.

Tabela 10. Trechos navegáveis dos rios

Regionais	Rios	Trecho	Épocas	Capacidade da embarcação (ton)
Juruá	Rio Juruá	Cruzeiro do Sul/Porto Walter	Águas médias e altas	800
			Águas baixas	10
	Rio Juruá	Porto Walter/ Mal. Thaumaturgo	Águas médias e altas	300
			Águas baixas	6
	Rio Juruá	Mal. Thaumaturgo/Foz do Breu	Águas médias e altas	250
			Águas baixas	4
Tarauacá/ Envira	Rio Tarauacá	Foz do Envira/Jordão	Águas médias e altas	400
			Águas baixas	4
	Rio Envira	Foz do Envira/ Seringal Califórnia	Águas médias e altas	400
			Águas baixas	4
Purus	Rio Purus	Boca do Acre/ Santa Rosa	Águas médias e altas	400
			Águas baixas	4
	Rio Iaco	Foz do Purus/ Sena Madureira	Águas médias e altas	400
			Águas baixas	10
Baixo Acre	Rio Acre	Boca do Acre/ Rio Branco	Águas médias e altas	500
			Águas baixas	10
Alto Acre	Rio Acre	Rio Branco/ Xapuri	Águas médias e altas	300
			Águas baixas	7
	Rio Acre	Xapuri/ Brasiléia	Águas médias e altas	200
			Águas baixas	4
	Rio Acre	Brasiléia/ Assis Brasil	Águas médias e altas	100
			Águas baixas	2

Fonte: DERACRE/Acre em Números 2013

2.5. Capacidade e Articulação Institucional e Empresarial

A capacidade institucional pode ser traduzida como a habilidade de realizar funções, solucionar problemas, definir e atingir objetivos de maneira sustentável (PNUD, 2014). Como forma de averiguar este foram identificados e analisados os órgãos e instituições vinculados ao turismo no território.



Palácio Rio Branco

2.5.1. Gestão Pública Estadual

No contexto estadual, o Acre tem estrutura administrativa pública na **Secretaria de Estado de Turismo e Lazer – SETUL** criada pela Lei complementar 171/2008. Esta Lei dispõe sobre a estrutura administrativa e organizacional do Estado e institui a então Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer do Acre, que possui entre suas atribuições a área de esporte e passa com a Lei complementar 224/2011 e 247/2012 a adotar atual denominação e atuar com foco no turismo e lazer, tendo como atribuições principais:

a) Planejar, coordenar, executar, supervisionar e avaliar planos e programas de incentivo

ao turismo e lazer no Estado;

- b) Promover e executar o lazer comunitário;
- c) Estimular as iniciativas públicas e privadas destinadas ao desenvolvimento de atividades de lazer que colaborem para a formação do cidadão;
- d) Incentivar as iniciativa públicas e privadas voltadas ao desenvolvimento do turismo no Estado e;
- e) Estimular as iniciativas destinadas a preservar o ambiente natural e a fisionomia social e cultural dos locais turístico e populações afetas pelo seu desenvolvimento, em articulação com os demais órgãos e entidades competentes.



Vista aérea do centro de Rio Branco

2.5.2. Gestão Pública Municipal

A análise da gestão pública municipal identificou as atuais estruturas de administração, planejamento e gestão do turismo existentes nos municípios que integram o **Polo Vale do Acre** e o **Polo Vale do Juruá**. Considerando a importância dos mesmos, tanto em relação à capacidade de incorporar a questão da gestão descentralizada do turismo, bem como o seu papel preponderante no desenvolvimento da atividade em nível local e sua integração regional.

Nas duas regiões turísticas foram detectadas dificuldades para a consolidação da atividade, sendo os principais entraves: quadro funcional reduzido e ausência de técnicos formados em turismo, carência de qualificação em relação à gestão pública, ausência de políticas públicas locais de turismo, poucas ações articuladas

com as demais pastas das prefeituras, o que é reflexo das estruturas deficientes, ou por problemas internos de integração da gestão pública municipal.

A partir do quadro exposto, constata-se que o apoio técnico do Estado, por meio da SETUL às gestões municipais torna-se imprescindível, uma vez que as estruturas municipais para a gestão pública do turismo são ainda muito incipientes. Portanto, considera-se fundamental uma estratégia de apoio ao turismo local, de forma a se obter a sinergia necessária entre a iniciativa privada, Prefeituras Municipais e sociedade civil organizada com vistas à melhoria da gestão do turismo, sobretudo no aspecto do quadro institucional observado e na integração dos mesmos, sob o ponto de vista regional.



Reserva florestal da Universidade Federal do Acre

2.5.3. Conselho Estadual de Turismo

O CET foi instituído pelo decreto nº 3.605, de 02 de dezembro de 2008. Constitui-se em um colegiado de natureza consultiva e deliberativa, em matérias de políticas públicas de turismo, constituído por representantes de segmentos turísticos da iniciativa privada e de instituições públicas afins. É órgão superior de assessoramento e integração da Secretaria de Estado de Turismo e Lazer - SETUL, que tem por finalidade propor ações e oferecer subsídios para a formulação da Política Estadual de Turismo e apoiar sua execução, com vistas a sua consolidação e continuidade. Possui como objetivo:

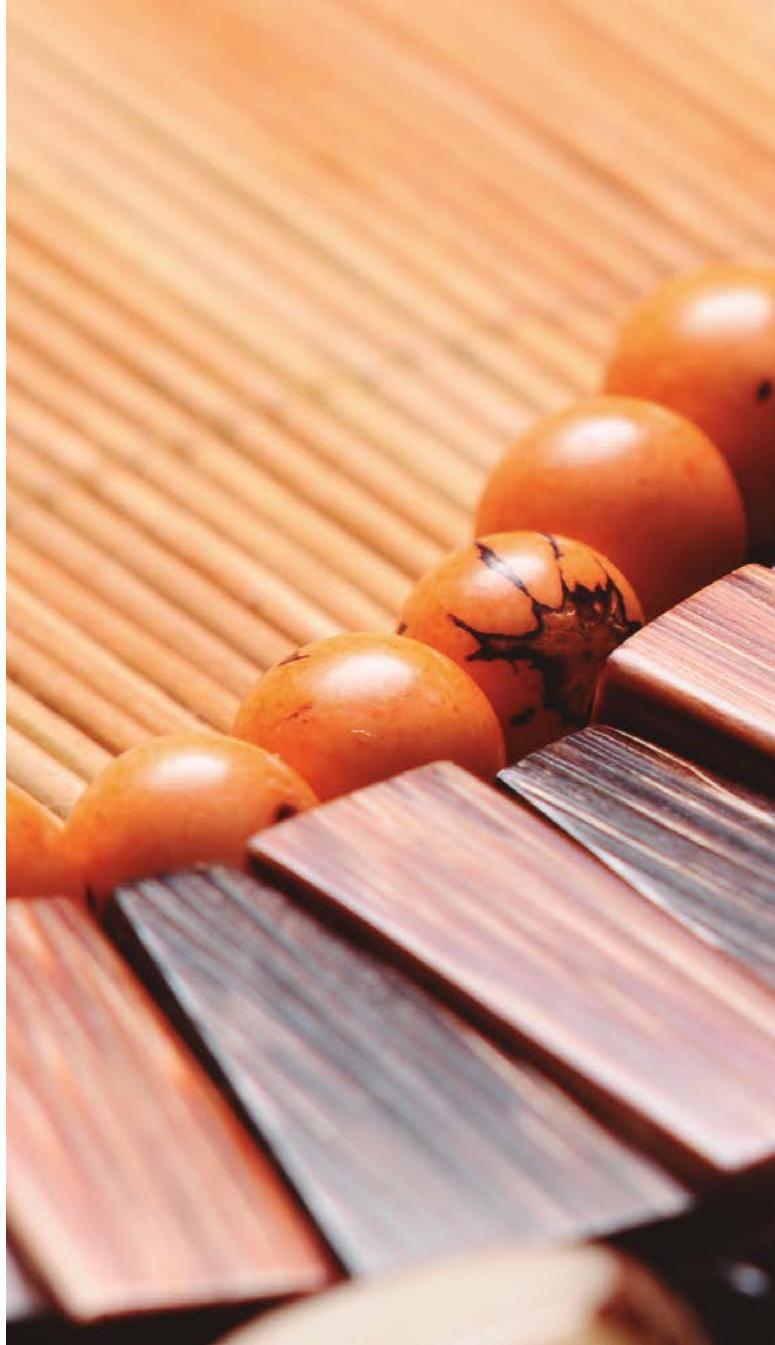
- Formular diretrizes e políticas para a elaboração e implantação da política estadual do turismo integrada à política nacional de turismo;
- Formular e avaliar a política estadual de turismo, os planos, programas, projetos e atividades de promoção e incentivo ao turismo regional e local;
- Apoiar e estimular os municípios na criação dos conselhos de turismo e na elaboração dos próprios planos municipais de turismo;
- Emitir pareceres e recomendações sobre questões do turismo regional e local;
- Formular e propor ações visando o desenvolvimento do turismo interno e externo em conformidade com a política estadual de turismo;
- Zelar para que o desenvolvimento do turismo no Estado e no país se faça sob a égide da ética e da sustentabilidade ambiental, social, cultural, econômica e política;

- Elaborar normas que contribuam para a produção e adequação de legislação turística e correlata, visando a defesa do consumidor e a qualidade do turismo brasileiro;
- Constituir e apoiar instâncias de gestão compartilhada setoriais, temáticas, ou territoriais, tais como câmaras, arranjos produtivos, comissões, grupos de projetos, e outros, visando a descentralização e dinamização das atividades turísticas;
- Trabalhar em prol da integração e produtividade de toda a cadeia produtiva da atividade turística;
- Conceber, promover, realizar pesquisas e projetos especializados ou específicos, necessários ao desenvolvimento de produtos turísticos que visem o crescimento do turismo integrado no Estado do Acre;
- Promover, articular, estimular e participar de ações e outras formas de associativismo no nível nacional e internacional junto a
- Instituições promotoras que viabilizem o desenvolvimento do turismo;
- Identificar fontes de recursos nacionais e internacionais para o desenvolvimento do turismo integrado do Acre.

2.5.4. Cadeia Produtiva do Turismo

A **cadeia do turismo** é formada por um complexo conjunto de elementos e pode ser entendida como um sistema constituído por atores e atividades inter-relacionadas em uma sucessão de operações de produção, transformação, comercialização e consumo em um entorno determinado. Essas atividades envolvem desde o relacionamento entre as empresas do setor e suas ações coletivas, até a participação efetiva dos órgãos da administração pública envolvidos com o tema e, também, da sociedade civil, que é diretamente afetada. Portanto a dinamicidade e complexidade da atividade turística deve sempre levar em conta o enfoque sistêmico como uma importante ferramenta para o diagnóstico e a posterior formulação de estratégias de competitividade do destino. Levando em consideração o exposto foram identificados os seguintes **desafios**:

- Atualmente existe uma deficiência na coordenação e integração de ações entre os diversos fornecedores de serviços da cadeia



de hospitalidade (hotéis, restaurante, agências de receptivo, guias) como facilitadores do acesso aos atrativos e fruição do turismo, de forma a efetivarem produtos e operações conjuntas. Um exemplo disto é a ausência da prática, por parte dos hotéis e restaurante, de oferecer tarifa diferenciada para os operadores locais de receptivo na estruturação de seus produtos;

- Existe baixa representatividade e visível enfraquecimento das entidades de classe representativas do setor, tais como ABAV (agências de viagens), ABRASEL (bares e restaurantes), ABIH (meios de hospedagem), entre outras, indicando uma desarticulação empresarial;
- Apesar da existência do Acre Convention&-



Visitors Bureau, instituição estratégica para um destino se consolidar no segmento de Negócios e Eventos, ainda não há estruturação efetiva do setor, com pouca adesão empresarial, falta de estratégias cooperadas para captação e atração de novos eventos, bem como inexistência de estratégias de promoção do destino a partir dos eventos realizados;

- Apesar da existência de oferta de artesanato, inclusive com produtos que se destacam pelo design e inovação (como os produtos derivados do látex e a marchetaria), da agroindústria familiar, das manifestações culturais, entre outros, observa-se uma carência da efetiva integração dos mesmos em sua oferta, na condição de produção associada ao tu-

rismo, ou seja, como elementos que efetivamente agregam valor a produtos turísticos e produzam experiências marcantes;

- Existe pouca adesão dos empreendedores locais na participação e colaboração em ações de qualificação turística. Aspecto muito importante para um destino turístico, onde a qualidade dos equipamentos e serviços reflete diretamente no nível dos produtos ofertados, o que permite ou não atender a públicos mais exigentes.

O fortalecimento e organização do setor empresarial figura, portanto, como estratégico para o bom desenvolvimento da atividade turística e se coloca como um desafio a ser enfrentado para elevar a competitividade do destino.

Etapa 2

Planejamento

Estratégico

3. Áreas Críticas de Intervenção

A identificação das áreas críticas de intervenção foi elaborada por meio do diagnóstico situacional e dividida em quatro dimensões de análise: **mercado turístico;**

infraestrutura; quadro institucional e aspectos socioambientais. Para cada uma das dimensões foram definidas variáveis e indicadores, conforme tabela a seguir.

Tabela 11. Dimensões, variáveis e indicadores para avaliação das áreas críticas de intervenção

Dimensões	Variáveis	Indicadores
Mercado turístico	Oferta de atrativos e recursos turísticos	Estruturação da oferta de atrativos naturais
		Estruturação da oferta de atrativos culturais
		Representatividade/singularidade
		Reconhecimento no mercado
		Diversificação de atividades
	Oferta de equipamentos e serviços turísticos	Oferta de hospedagem
		Oferta de alimentação
		Qualificação para o turismo
		Capacidade empresarial
		Aproveitamento mão-de-obra local
		Espaços para eventos
		Equipamentos de lazer e recreação
		Serviço de informações turísticas
		Operadores de receptivo
	Promoção e comercialização	Oferta de artesanato/produção associada
		Material promocional/institucional
		Participação em feiras e eventos
		Promoção/visibilidade na Web
		Produtos/roteiros comercializados

Continua

Tabela 11. Dimensões, variáveis e indicadores para avaliação das áreas críticas de intervenção

Dimensões	Variáveis	Indicadores	Conclui
Infraestrutura	Acesso e mobilidade	Condições gerais de acesso	
		Sinalização turística	
		Sistema de transportes	
	Saneamento ambiental	Fornecimento de água tratada	
		Sistema de esgoto	
		Limpeza pública	
		Destinação de resíduos	
	Serviços de apoio ao turismo	Fornecimento de energia	
		Capacidade de atendimento médico/saúde	
		Segurança e proteção ao turista	
		Serviços de comunicação disponíveis	
Quadro institucional	Gestão pública	Estrutura municipal para apoio ao turismo	
		Capacidade de gestão/quadro funcional	
	Políticas públicas e cooperação	Planos e legislação (urbana/ambiental/turística)	
		Cooperação entre Secretarias Municipais	
		Cooperação com o Governo Estadual	
		Participação social	
		Incentivos para o setor privado	
		Outras parcerias institucionais	
Aspectos socioambientais	Patrimônio ambiental	Unidades de conservação no território	
		Estado de conservação dos bens ambientais	
		Relevância dos bens ambientais	
	Gestão ambiental	Estrutura Municipal de Meio Ambiente	
		Capacidade de gestão/quadro funcional	
		Ações/estratégicas de conservação e desenvolvimento	
		Participação social	
		Instrumentos de planejamento e ordenamento	
	Patrimônio cultural	Singularidade dos bens culturais materiais	
		Singularidade dos bens culturais imateriais	
		Estado de conservação dos bens culturais materiais	
		Estado de conservação dos bens culturais imateriais	

Fonte: elaboração própria, 2014

O processo de avaliação foi baseado nas informações obtidas durante as visitas in loco e complementadas com o levantamento de dados secundários. Esse procedimento foi reali-

zado, de forma conjunta, por especialistas em cada uma das dimensões e esteve fundamentada nos critérios de pontuação e escala de avaliação expostos a seguir.

Tabela 12. Critérios de pontuação e níveis de avaliação das áreas críticas de intervenção

Pontuação	
Inexistente (nota 0)	Quando os elementos relacionados ao item avaliado estão ausentes.
Precário (nota 1)	Quando a situação analisada não cumpre satisfatoriamente a função esperada, a estrutura é deficiente e a qualidade dos serviços não desempenha seus propósitos; permite a utilização em condições específicas e a título provisório e por públicos específicos.
Razoável (nota 2)	Quando a situação analisada exerce razoavelmente a função esperada, a estrutura é conveniente e com serviços de atendimento mínimo ao público final.
Bom (nota 3)	Quando a situação analisada atende satisfatoriamente a função esperada, a estrutura tem a qualidade compatível à sua função e utilização, correspondendo adequadamente ao que é exigido, desejado ou esperado pelo público final.
Ótimo (nota 2)	Quando a situação analisada atende completamente ou quase completamente a função esperada, a estrutura física distingue-se de outras do mesmo tipo, apresentando ótima qualidade de serviços prestados ao público-final, inclusive com aspectos de inovação.
Níveis de avaliação	
Ótimo (76% a 100%)	Destinos cujas condições analisadas são excelentes em relação à sua qualidade e estruturação.
Satisfatório (51% a 75%)	Destinos cujas condições analisadas são adequadas em relação à sua qualidade e estruturação.
Regular (26% a 50%)	Destinos cujas condições analisadas são razoáveis em relação à sua qualidade e estruturação.
Insatisfatória (0% a 25%)	Destinos cujas condições analisadas são precárias ou inadequadas em relação à sua qualidade e estruturação.

Fonte: elaboração própria, 2014

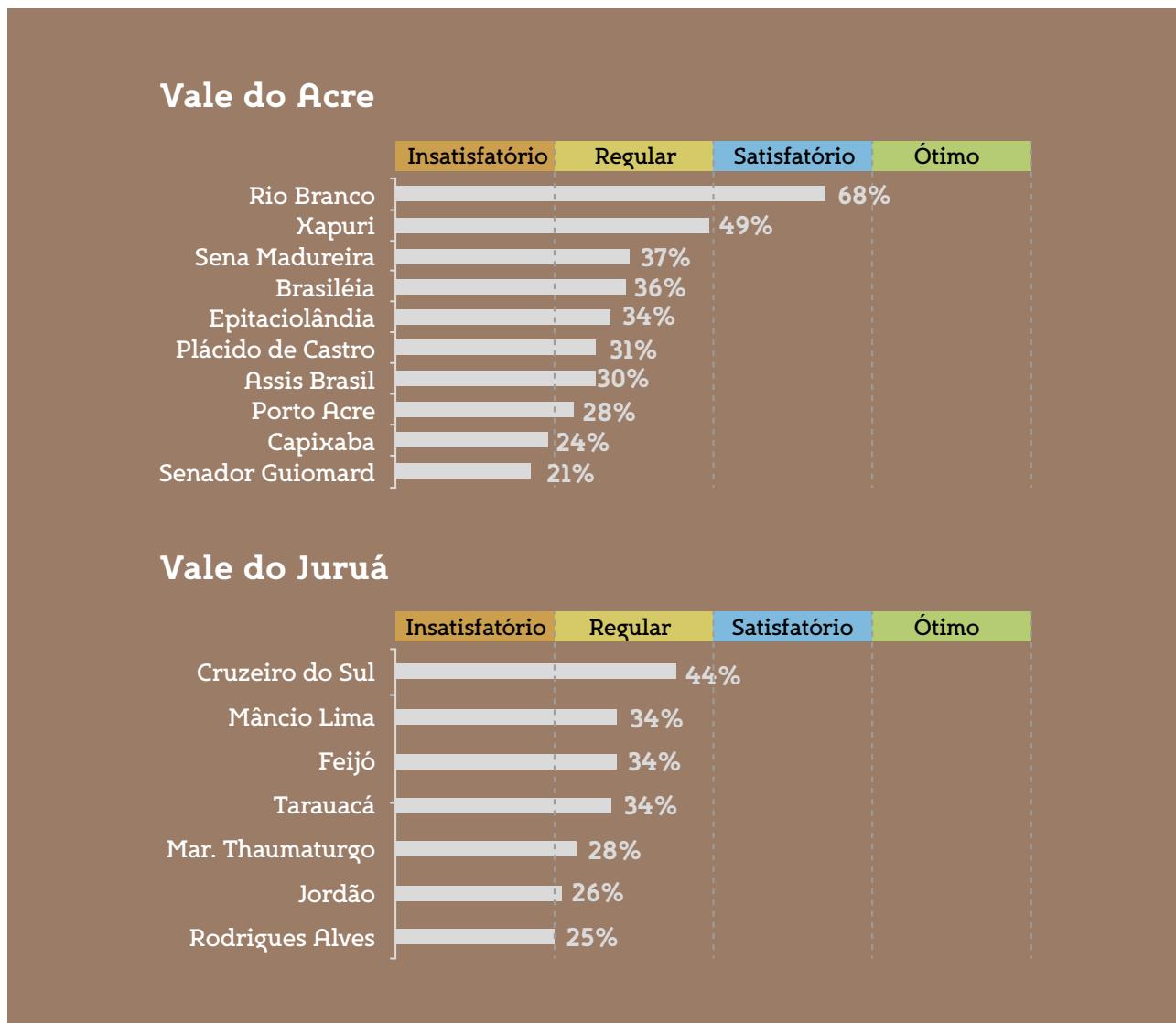
Considerando a metodologia exposta, a análise consolidada do **Polo Vale do Acre** aponta para o fato de que a maior parte dos destinos que o integram encontram-se em nível regular ou em estágio intermediário de desenvolvimento turístico geral, pois apresentam condições razoáveis em relação à qualidade e estruturação. Esse grupo de destinos demanda intervenções urgentes de forma a elevar os aspectos essenciais para a melhoria da competitividade do Polo.

Apenas a capital Rio Branco desempenha o papel de **Destino Indutor**, já que ao atingir condição satisfatória, demonstra qualidade e estruturação adequadas. É importante reforçar o fato de que, apesar de Rio Branco reunir características mais favoráveis que o conjunto dos destinos do Polo, demanda igualmente esforços com relação à melhoria dos seus produtos, serviços e estruturas, de forma a manter a demanda atual e atrair o potencial.

A avaliação consolidada do **Polo Vale do Juruá** evidencia certa fragilidade do mesmo, pois seus destinos encontram-se em condição regular na avaliação das áreas críticas de intervenção. Esta situação figura em estágio in-

satisfatório de desenvolvimento turístico, pois praticamente todas as dimensões analisadas ainda são precárias ou inadequadas em relação à qualidade e estruturação e demandam intervenções urgentes.

Gráfico 12. Avaliação geral dos Polos



Fonte: elaboração própria, 2014.

3.1. Mercado Turístico

O mercado turístico no **Polo Vale do Acre** recebeu avaliação insatisfatória no que diz respeito à Promoção e Comercialização e à Oferta de Equipamentos e Serviços Turísticos. Já em relação à Oferta de Atrativos e Recursos Turísticos o Polo recebeu avaliação regular. O baixo desempenho deve-se a inúmeros fatores, dentre os quais se destacam: recursos e atrativos

estruturados concentrados em Rio Branco e Xapuri; mecanismos de promoção e comercialização dirigidos, de forma majoritária, aos municípios de Rio Branco e Xapuri; mecanismos de comercialização e promoção ofertados somente pela SETUL; média distribuição dos equipamentos e serviços turísticos, concentrados principalmente nos municípios de Rio



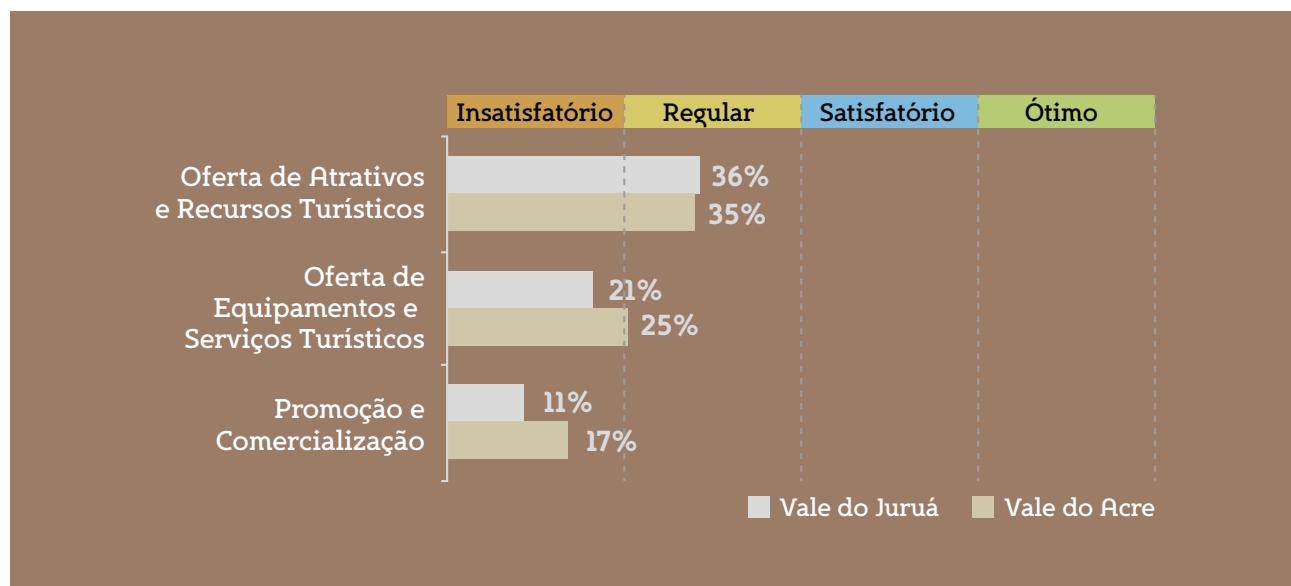
Memorial dos Autonomistas - Rio Branco

Branco, Xapuri, Brasiléia, Epitaciolândia, Xapuri e Sena Madureira. Além disso, apesar de contar com uma oferta básica de atendimento ao turista, o Polo ainda necessita de estratégias de melhoria, principalmente, em relação à capacitação de mão de obra.

No **Polo Vale do Juruá** a Oferta de Atrativos e Recursos Turísticos estruturados é deficiente em todos os municípios. No Polo, ainda existe oferta eminente de recursos a serem incorpo-

rados na atividade turística, principalmente do tipo ambiental e cultural. Os Equipamentos e Serviços vinculados a atividade turística no Polo, também foram avaliados como deficitários, tanto em quantidade quanto em qualidade. Além do déficit, alguns serviços são inexistentes, como é o caso de receptivos turísticos. Outra questão problemática para o Polo refere-se à Promoção e Comercialização, cuja oferta depende exclusivamente de ações estaduais.

Gráfico 13. Avaliação do mercado turístico



Fonte: elaboração própria, 2014.



Vista aérea do Centro de Rio Branco

3.2. Infraestrutura

A dimensão infraestrutura é deficiente em todo o **Polo Vale do Acre**. O principal gargalo percebido encontra-se no Saneamento Ambiental, já que a destinação correta do lixo está presente apenas em Rio Branco. Além disso, a coleta e a destinação de esgoto são praticamente nulas no Polo, presente somente de forma ínfima na Capital.

Na Mobilidade, as condições mais desfavoráveis referem-se à sinalização turística. Já na infraestrutura de serviços de apoio ao turismo, a principal questão a ser resolvida trata-se da segurança, já que o aparato é deficitário para o atendimento do público em geral, não havendo ações específicas para o turista.

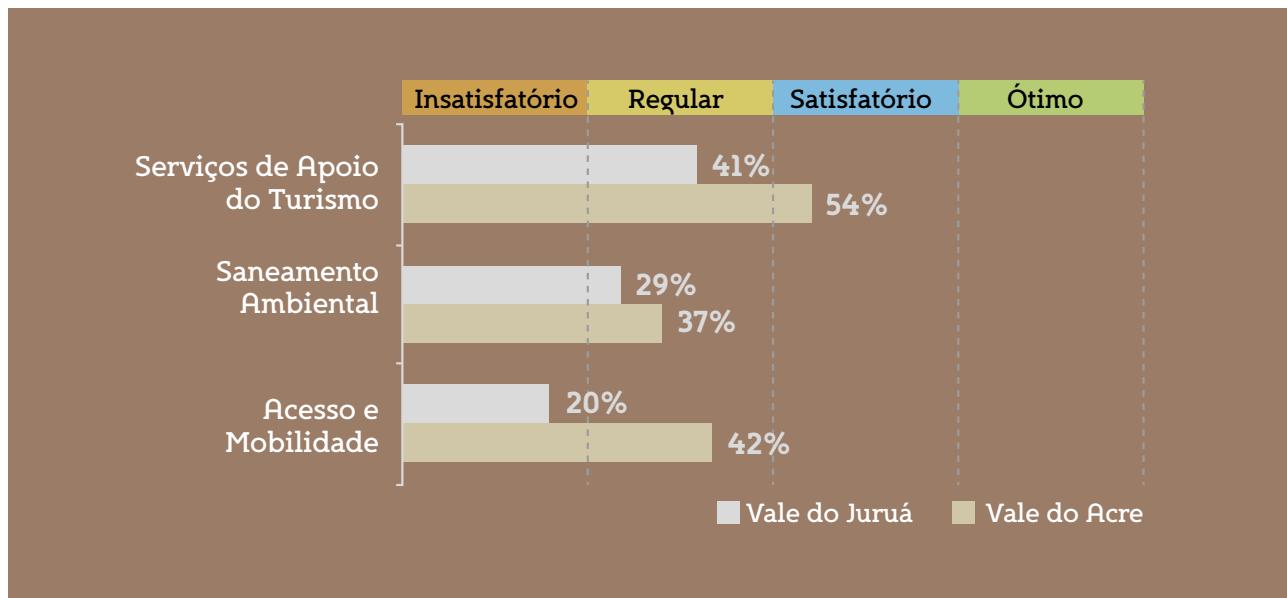
No **Polo Vale do Juruá**, a Mobilidade é

problemática em função, principalmente, da dificuldade de acesso a alguns municípios do Polo, causada pela baixa oferta de rodovias. Além disso, existe déficit de placas de sinalização turística e de sistema de transporte público adequado.

No quesito Saneamento Ambiental, a principal deficiência está na deficiência de água tratada e na ausência de coleta e tratamento de esgoto sanitário. Além disso, a coleta e destinação de resíduos sólidos é precária, com uso de lixões em todos os municípios do Polo.

No que se refere aos serviços de apoio ao turista, atendimento médico, segurança e proteção ao turista e serviços de comunicação são inexistentes em alguns municípios.

Gráfico 14. Avaliação da infraestrutura



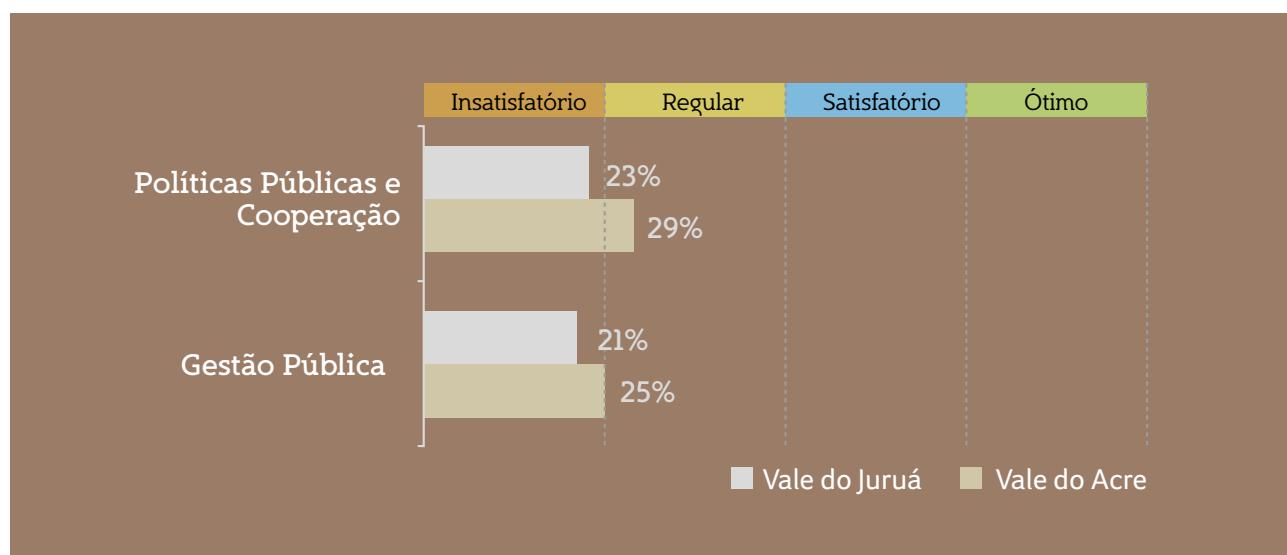
Fonte: elaboração própria, 2014.

3.3. Quadro Institucional

A gestão institucional os municípios dos dois Polos é caracterizada pela baixa qualidade causada tanto pela inexistência de estrutura de gestão quanto pela falta de governança.

Tais fatores refletem diretamente na consolidação e expansão da atividade turística, assim como, no aproveitamento dos recursos existentes nos Polos.

Gráfico 15. Avaliação do quadro institucional



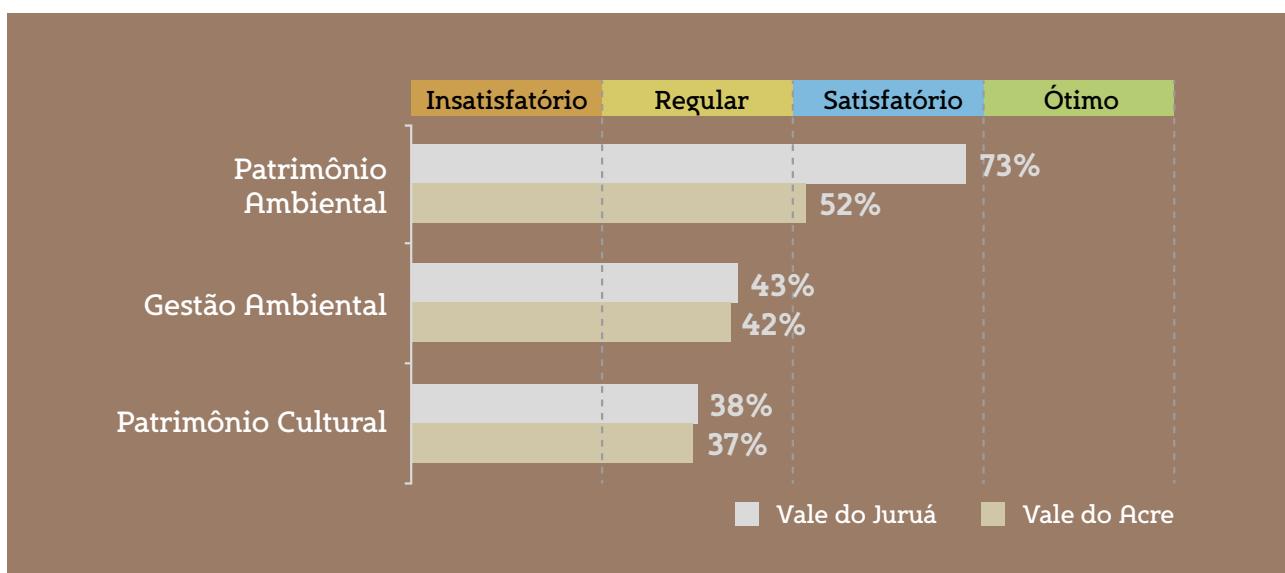
Fonte: elaboração própria, 2014.

3.4. Aspectos Socioambientais

No Polo **Vale do Acre**, a avaliação do Patrimônio Ambiental foi satisfatória, pois: existem em Rio Branco, Assis Brasil, Xapuri e Sena Madureira instrumentos de proteção do uso e ocupação do solo como, por exemplo, Unidades de Conservação; já nos municípios de Senador Guiomard e Plácido de Castro parece haver ampliação do desflorestamento e deficiência de instrumentos de proteção, gerando pouca relevância ambiental para o uso turístico.

Em relação à Gestão Ambiental, a avaliação foi considerada regular, pois existem variações na qualidade dos serviços prestados, pois enquanto na Capital e em Sena Madureira verificam-se estruturas operacionais e políticas desenvolvidas, nos outros municípios do Polo existe déficit no quesito analisado, tanto pela falta de pessoal qualificado quanto pela capacidade de gestão e promoção de políticas públicas.

Gráfico 16. Avaliação dos aspectos ambientais



Fonte: elaboração própria, 2014.

Horto Florestal - Rio Branco





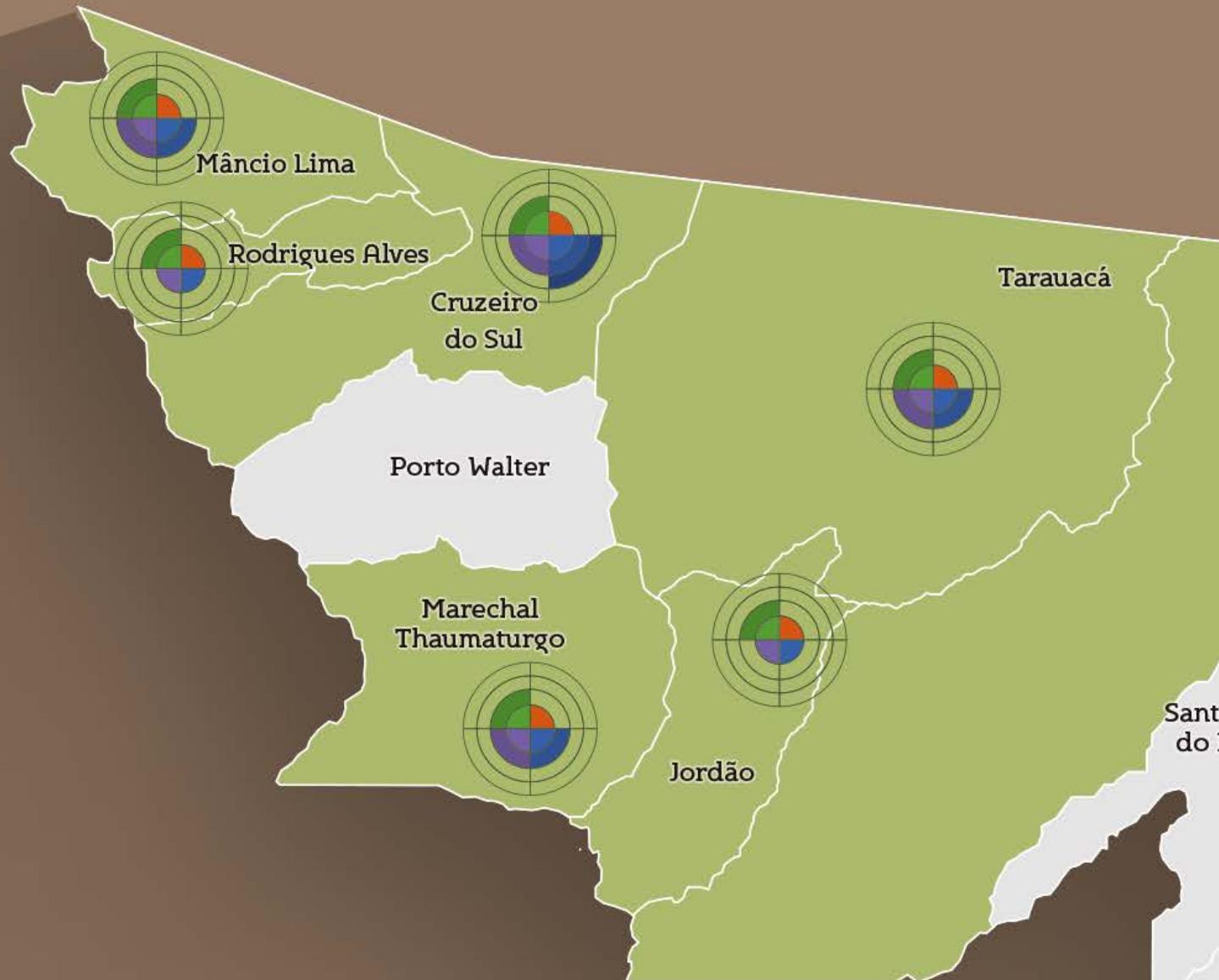
Serra do Divisor

No Polo **Vale do Juruá**, o questão Patrimônio Ambiental merece destaque, pois a cobertura vegetal corresponde a mais 90% do território de Feijó, Tarauacá, Marechal Thaumaturgo, Jordão e Mâncio Lima, fator de extrema importância para proteção da biodiversidade e, também, para atratividade turística. Além disso, a extensão de áreas protegidas no Polo,

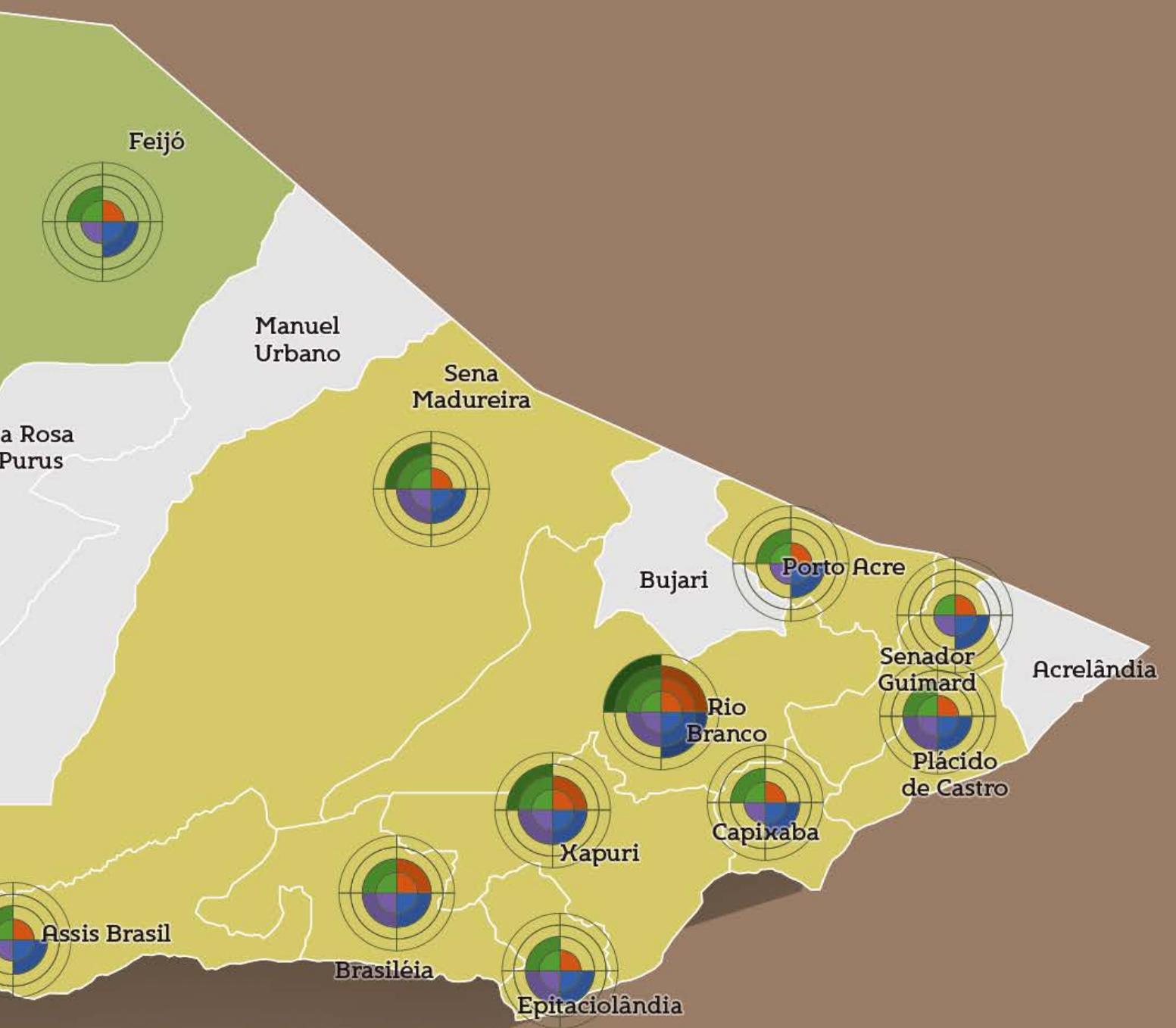
no formato de Unidades de Conservação e Terras Indígenas, é expressiva, ultrapassando 10% do território estadual.

Em contrapartida, a Gestão Ambiental tem maior qualidade somente em Cruzeiro do Sul e Mâncio Lima por apresentarem estrutura organizada, pessoal qualificado e ações direcionadas ao meio ambiente.

Mapa Síntese Avaliação Das Dimensões – Polo Vale do Acre e Polo Vale do Juruá



- Vale do Juruá
- Vale do Acre





Pousada Seringal Cachoeira - Xapuri

4. Linhas de Produtos e Segmentação Turística

4.1. Linhas de Produtos

As linhas de produtos levam em consideração a **oferta turística atual** e, também, **potencial**, bem como as características as **peculiares** dos seus principais **elementos turísticos** (recursos, produtos ou atrativos) e sua capacidade de atrair o interesse da demanda (atual e potencial).

Para a definição destas **Linhas de Produtos** a equipe de consultores destacou os principais elementos que constituem ou tem capacidade de constituir a oferta de produtos turísticos no Acre, a partir dos dados coletados em campo e das análises anteriormente apresentadas. Os dados foram, também, apresentados e validados por meio de oficinas participativas. Para tanto

se considerou como elementos turísticos tanto os produtos atualmente em operação, quanto os atrativos já estruturados e em uso e, também, os recursos potenciais. Estes elementos foram agrupados e referenciados em **Linhas de Produtos Temáticas**, sendo que alguns deles servem a mais de uma linha de produto. Desta forma, as **Linhas de Produtos** caracterizam a formulação de uma proposta identitária, em torno de elementos que comunicam e integram os destinos. Para tanto, foram identificadas **quatro linhas** que congregam história, cultura, misticismo, floresta, tradições, trabalho, lazer, diversão, inovação e experiências constituídas, conforme sintetizado a seguir.

Tabela 13. Linhas de produtos turísticos

Linhas de Produtos	Principais Elementos Turísticos	Principais Segmentos	Principais Destinos
Acre História, Cultura e Fé	Patrimônio Histórico e Memória da Revolução Acreana	Turismo Cultural Turismo Religioso Turismo Pedagógico Turismo Gastronômico Turismo Vivencial	Vale do Acre: Assis Brasil Plácido de Castro Rio Branco Xapuri Porto Acre Sena Madureira
	Patrimônio Histórico e Memória do Ciclo da Borracha		
	Patrimônio Histórico e Memória de Chico Mendes		
	Sobrevoo aos Geoglifos		
	Culturas Ayahuasqueiras		
	Manifestações e Festas Religiosas		
	Museus e Espaços de Memória		
	Pousadas Ecológicas		
	Eventos Culturais de Interesse Turístico		
	História dos Movimentos Sociais dos Povos da Floresta		
	Vivências sobre a Florestânia		
	Rota Turística Caminhos da Revolução		
	Rota Turística Caminhos de Chico Mendes		
	Sítios Históricos		
	Gastronomia Típica		
	Festivais Gastronômicos		
	City-tours histórico-culturais		
	Equipamentos e Edificações Culturais		
	Teatralização sobre a "Revolução Acreana" e sobre os "Empates"		
	Mercados Públicos		
Acre Integração, Negócios e Eventos	Festival Pachamama "Cinema de Fronteira"	Negócios e Eventos Turismo de Compras Turismo Cultural Turismo Técnico-Científico	Vale do Acre: Rio Branco Xapuri Brasiléia Epitaciolândia Sena Madureira Senador Guiomard Capixaba
	Eventos Técnico-Científicos		
	Rota Pantanal, Amazônia, Andes, Pacífico		
	Rota Caminhos do Pacífico		
	Eventos Corporativos		
	Compras		
	Relações Institucionais - Acre C&VB		
	Equipamentos para Feiras e Convenções		
	Complexo Peixes da Amazônia		
	Cooperativas de Negócios		

Continua

Tabela 13. Linhas de produtos turísticos

Conclui

Linhas de Produtos	Principais Elementos Turísticos	Principais Segmentos	Principais Destinos
Acre Floresta, Tradições e Aventura	Trilha Chico Mendes	Ecoturismo Turismo de Aventura Turismo Técnico-Científico Turismo Solidário Turismo de Lazer Etnoturismo Turismo Pedagógico Turismo Vivencial	Vale do Acre: Rio Branco Xapuri Brasiléia Plácido de Castro Sena Madureira
	Atividades de Aventura		
	Rios Amazônicos		
	Balneários e Praias Fluviais		
	Unidades de Conservação		
	Festivais Indígenas		
	Vivências com os Povos da Floresta		
	Visitas às Terras Indígenas		
	Culturas Ayahuasqueiras		
	Rota Caminhos da Biodiversidade		
	Rota Caminhos das Aldeias		
	Círculo de Aventura Chico Mendes		
	Sobrevoo aos Geoglifos e à Floresta Amazônica		
Acre Criatividade e Inovação	Festival Pachamama	Turismo Cultural Turismo Pedagógico Turismo Técnico-Científico Turismo de Compras	Vale do Acre: Rio Branco Xapuri Porto Acre Capixaba Brasiléia
	Festivais Gastronômicos		
	Artesanato		
	Fábrica de Preservativos Natex		
	Polo Naval		
	Polo Moveleiro		
	Teatralização sobre a "Revolução Acreana" e sobre os "Empates"		
	Marchetaria do Acre		
	Tecnologia, Pesquisa e Inovação		
	Eventos Culturais		
Vale do Juruá: Cruzeiro do Sul Mâncio Lima Feijó Tarauacá Jordão Marechal Thaumaturgo			

Fonte: Elaboração própria. OPAH, 2014

Uma vez definidas as **Linhas de Produtos**, seus **principais elementos turísticos, segmentos e destinos** cujas características a elas se vinculam, procederam-se à ponderação das mesmas para que, desta forma, fossem obtidos o **índice de valoração** de cada linha de produto. Para tanto, realizaram-se somas ponderadas com base em **6 indicadores**, avaliados com **nota de 0 a 4** (Tabela 85). A atribuição

das notas levou em consideração a avaliação de cada indicador nos respectivos destinos, para cada linha de produto. O somatório das notas obtidas, em cada indicador e para cada destino, foi transformado em percentual, como forma de facilitar o entendimento. O resultado final, por sua vez, é a média obtida a partir dos resultados de cada destino e corresponde ao **índice de valoração** da linha.

Tabela 14. Critérios para valoração das linhas de produto

Indicadores	Pontuação
Avaliação geral do destino (a partir da nota obtida na valoração geral)	
Existência de Atrativo de Hierarquia IV para a Linha de Produto	
Existência de Atrativo de Hierarquia III para a Linha de Produto	
Caráter local/Singularidade para a Linha de Produto	
Já possuir produtos comercializados na Linha de Produto	
Concentração de Oferta para a Linha de Produto	

Fonte: Elaboração própria, 2014

Para fins de análise e subsídios ao planejamento estratégico, os **índices de valoração** obtidos para cada linha de produto foram divididos em uma escala de **4 níveis** de valoração (escala de 0% a 100%):

Tabela 15. Escala de valoração

Níveis	Descritivo
Nível 1 Potencial/Desenvolver intervalo entre 0% a 25%	A Linha de Produto possui aspectos de atratividade que ainda não foi transformado em produto de comercialização efetiva. Recebe (ou não) pequeno contingente de visitantes espontâneos motivados, geralmente, por amigos e parentes, pela proximidade geográfica ou por informações especializadas. Possui deficiência de recursos humanos, equipamentos e infra-estrutura para a implementação da atividade turística. Deve-se estruturar o produto efetivamente.
Nível 2 Embrionária/Qualificar intervalo entre 26% a 50%	A Linha de Produto já atrai demanda localizada e regionalizada, com temporalidade limitada. Necessita melhorias na qualidade dos serviços prestados aos turistas, bem como de capacitação de pessoal e qualificação de equipamentos e infra-estrutura. Já atua como segmento emergente e pode se transformar em segmento prioritário de interesse regional e nacional.
Nível 3 Em expansão/ Qualificar e promover intervalo entre 51% a 75%	A Linha de Produto possui boa atratividade, singular ou não, com condições atuais de expansão no contexto interno brasileiro. Necessita melhorar sua competitividade com relação à concorrência, em especial, na qualificação de sua estrutura física e humana, melhorar a captação de demanda, fortalecer e organizar seus atrativos. Permite sua promoção e comercialização no mercado nacional e, em casos específicos, no mercado internacional.
Nível 4 Indutor/Estruturar e promover intervalo entre 76% a 100%	A Linha de produto possui atratividade significativa, com condições atuais de expansão no contexto interno brasileiro e internacional. Já possui demanda e produto em fase de estruturação. Necessita de organização e investimentos estruturantes imediatos para aumentar a competitividade e qualificação de mercado. Permite sua promoção e comercialização no mercado nacional e internacional, em condições especiais. Pode contribuir para atração de demanda qualificada para o destino.

Fonte: Elaboração própria, 2014

Para cada **Linha de Produto** serão apresentados, a seguir, os resultados consolidados, juntamente com uma breve contextualização sobre a temática da mesma.



Índios da Aldeia Huni Kuí

Linha de Produto: Acre História, Cultura e Fé

- A Linha de Produto **ACRE HISTÓRIA, CULTURA E FÉ** está baseada na valorização e resgate histórico-cultural das peculiaridades da formação do Estado do Acre, valorizando o processo sociopolítico de lutas para a constituição e integração do mesmo ao Brasil, cujo ápice é a “Revolução Acreana”, assim como os movimentos sociais

relacionados à proteção da floresta, tendo como ícone Chico Mendes. Soma-se a estes aspectos a diversidade religiosa e ritualística presente em seu território, seja relacionada às culturas ayahuasqueiras ou a outras manifestações de fé. Tais elementos possuem atratividade para a melhoria dos produtos atuais e, sobretudo, para a criação

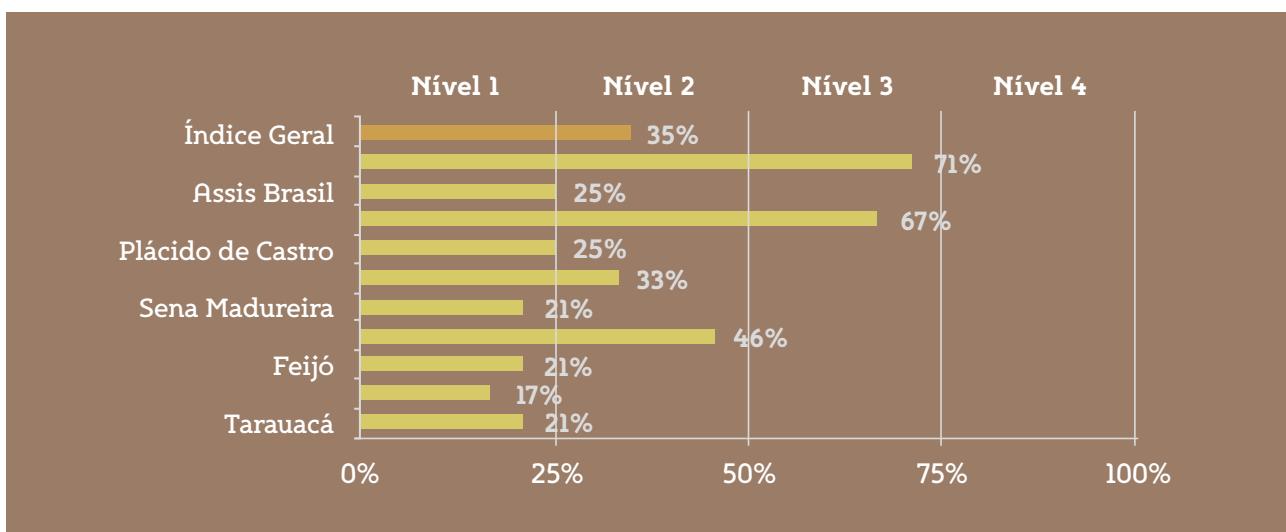
de novos produtos de forma a proporcionar a visitação turística, a possibilidade de contemplação, apreensão e vivência pelo visitante destes processos que se constituíram na formação do Acre.

Conforme evidenciado no gráfico abaixo esta linha de produto encontra, atualmente, maior aderência ao destino Rio Branco e Xapuri que, de forma isolada, se enquadram no **Nível 3 - Em expansão/ Qualificar e promover** (intervalo entre 51% a 75%), ou seja, apresenta condições atuais de expansão no contexto interno brasileiro, porém necessita melhorar sua competitividade com relação à concorrência, em especial, na qualificação de sua estrutura física e humana, melhorar a captação de demanda, fortalecer e organizar seus atrativos.

Permite sua promoção e comercialização no mercado nacional e, em casos específicos, no mercado internacional.

Já em relação ao conjunto dos destinos do Estado que possui vinculação com a linha de produto, verifica-se que a situação atual se enquadra no **Nível 2 - Embrionária/Qualificar** (intervalo entre 26% a 50%). Tal condição indica uma linha de produto que já atrai demanda localizada e regionalizada, com temporalidade limitada. Necessita melhorias na qualidade dos serviços prestados aos turistas, bem como de capacitação de pessoal e qualificação de equipamentos e infra-estrutura. Já atua como segmento emergente e pode se transformar em segmento prioritário de interesse regional e nacional.

Gráfico 17. Resultados consolidados – Linha de produto: Acre História, Cultura e Fé



Fonte: elaboração própria, 2014.

Linha de Produto: Acre Integração, Negócios e Eventos

- A Linha de Produto **ACRE INTEGRAÇÃO, NEGÓCIOS E EVENTOS** valoriza a localização estratégica do Acre em relação à integração latino-americana, o fortalecimento das relações com os países vizinhos, Peru e Bolívia. Também busca fomentar a ampliação da circulação de pessoas em torno de atividades econômicas, encontros de interesse profissional, festivais culturais e gas-

tronômicos, encontros técnico-científicos, entre outros, como forma de alavancar o setor de negócios e eventos.

A capital Rio Branco é o destino que, atualmente, maior aderência possui a esta linha de produto, tendo sido avaliado como de **Nível 3 - Em expansão/ Qualificar e promover** (intervalo entre 51% a 75%). Conforme demonstrado no capítulo da oferta, o destino já possui

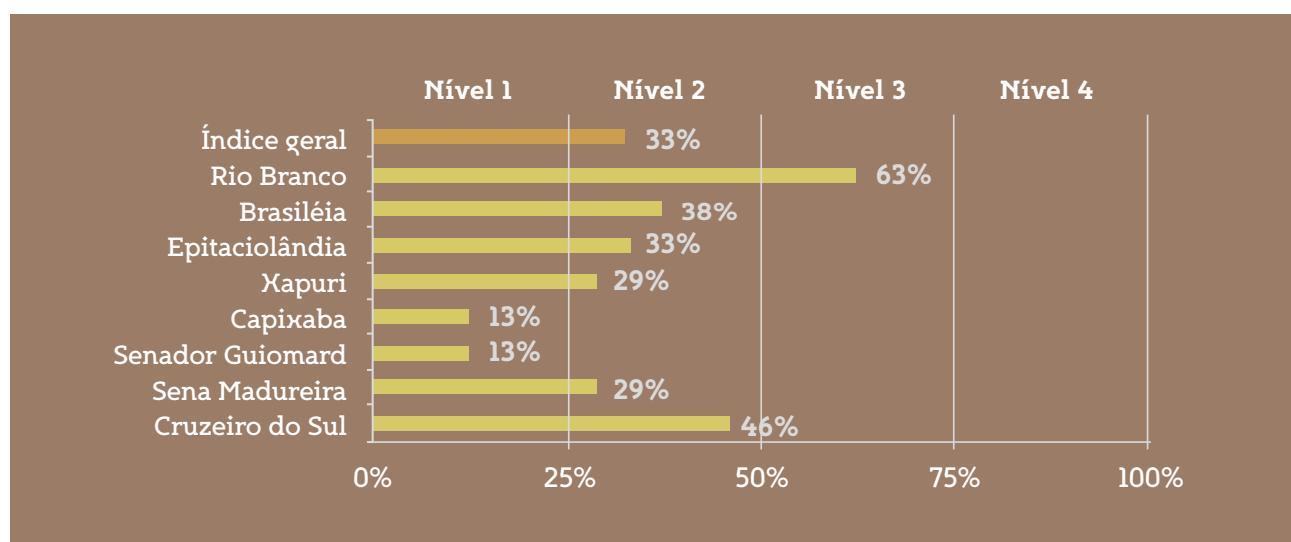


Ponte da Integração - Assis Brasil

fluxo turístico consolidado relacionado à temática da linha, sendo aquele que apresenta as melhores condições para alavancá-la e exercer o papel de dinamizador da mesma para outros

destinos do Estado, pois, o quadro geral dos demais destinos indica que a maioria está no **Nível 2 - Embrionária/Qualificar** (intervalo entre 26% a 50%).

Gráfico 18. Resultados consolidados – Linha de produto: Integração, Negócios e Eventos



Fonte: elaboração própria, 2014.



Arvorismo no Seringal Cachoeira

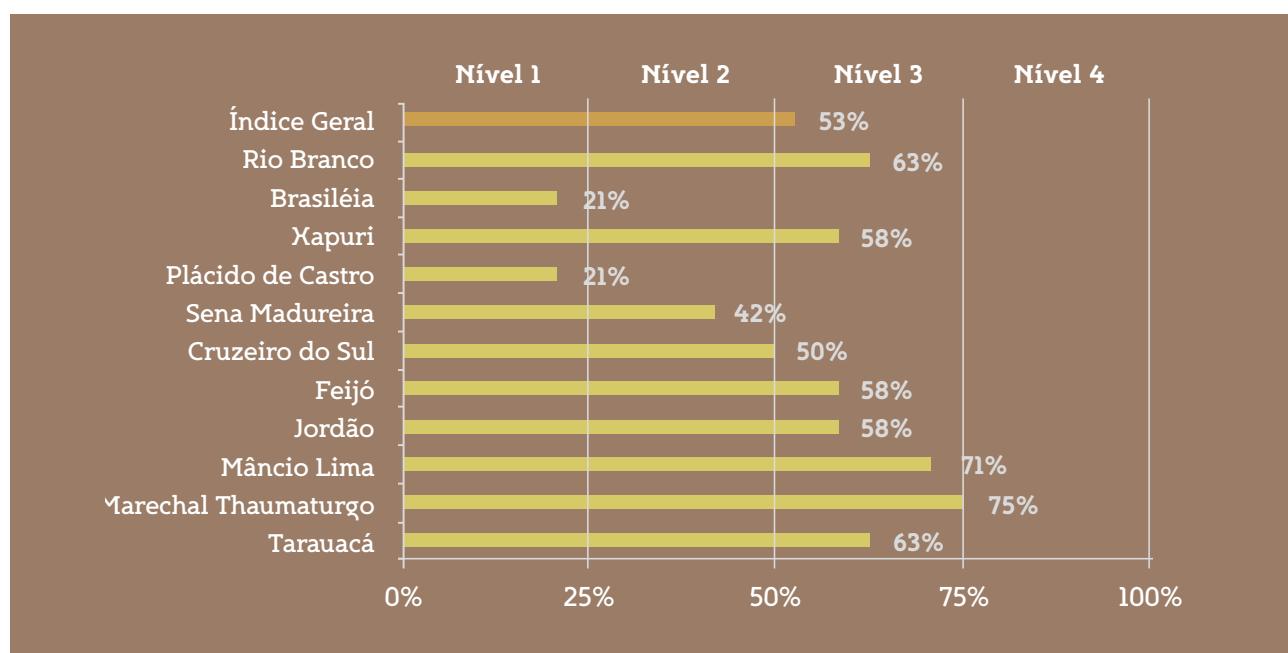
Linha de Produto: Acre Floresta, Tradições e Aventura

- A Linha de Produto **ACRE FLORESTA, TRADIÇÕES E AVENTURA** tem como premissa o reconhecimento da exuberância e diversidade da floresta amazônica e dos povos que vivem e manejam esta floresta, produzindo uma proposta de experiência ao visitante por meio da observação, estudo, convívio e atividades de aventura dentro deste bioma e partilhando da vida, tradições e cosmologia dos povos da floresta.

Esta é a linha de produto que atualmente apresenta o **melhor desempenho** para o Estado como um todo, atualmente. A maior parte dos destinos que a ela se vinculam se enquadram no **Nível 3 - Em expansão/Qualificar e promover** (intervalo entre 51% a 75%), ou seja, já apresenta condições de

expansão no contexto interno brasileiro, ainda necessitando de melhorias em relação à qualificação de sua estrutura física e humana, captação de demanda, fortalecimento e organização de seus atrativos, mas já permite sua promoção e comercialização no mercado nacional e, em casos específicos, no mercado internacional. O maior destaque no que diz respeito aos atrativos/elementos turísticos da mesma, está relacionado àqueles de hierarquia IV, a saber: os Festivais Indígenas, o Parque Nacional da Serra do Divisor, os Geoglifos e as Culturas Ayahuasqueiras. Também aportam valor a mesma as estruturas já disponíveis no Estado para a prática do Turismo de Aventura como, por exemplo, o Circuito de Arvorismo Chico Mendes.

**Gráfico 19. Resultados consolidados – Linha de produto:
Floresta, Tradições e Aventura**



Fonte: elaboração própria, 2014.



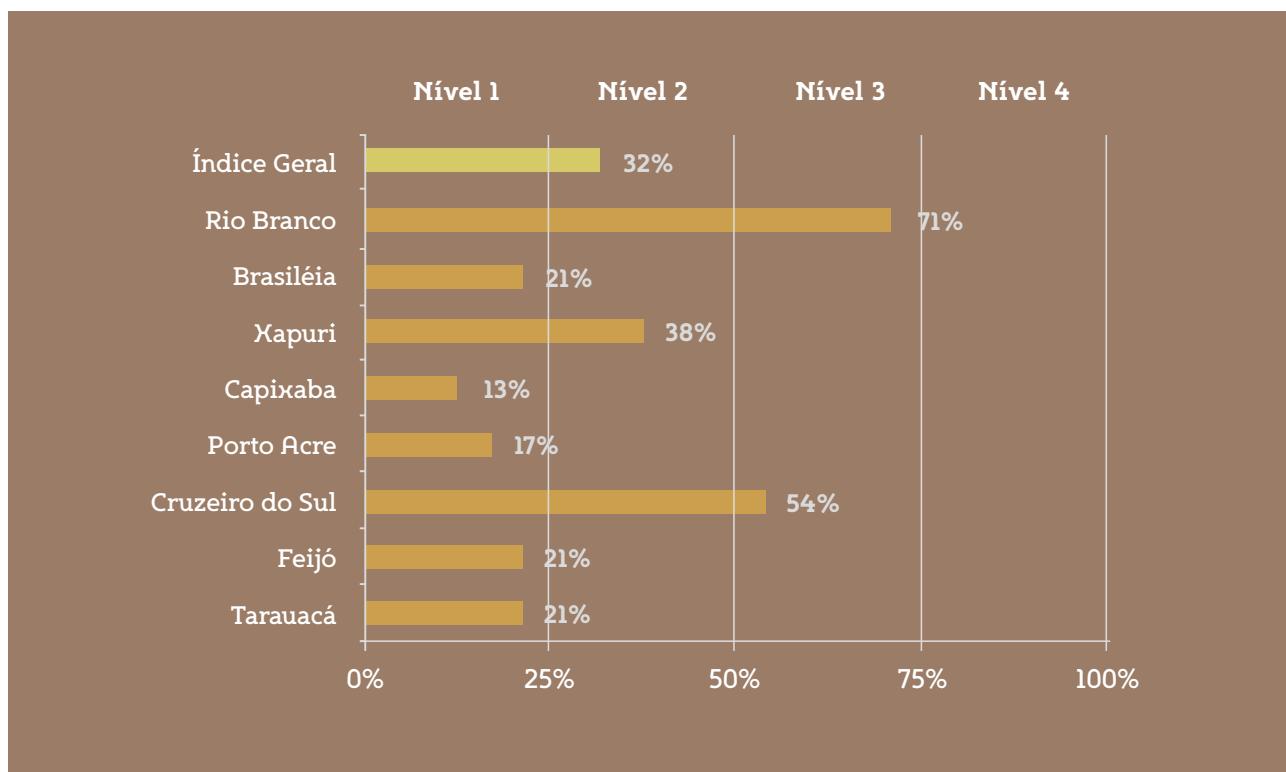
Linha de Produto: Acre Criatividade e Inovação

- A Linha de Produto **ACRE CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO** busca destacar os avanços criativos do setor produtivo e das artes no Estado, a partir da promoção de troca de conhecimento técnico, cultural e/ou produtivo, com base nos princípios da economia criativa, na agregação de aspectos inovadores aos produtos e serviços, bem como, no estímulo ao desenvolvimento de experiências memoráveis no destino e na vivência de práticas efetivas que ocorrem no Estado.

Esta linha de produto possui maior evi-

dência, atualmente, em Rio Branco e Cruzeiro do Sul avaliados como **Nível 3 - Em expansão/ Qualificar e promover** (intervalo entre 51% a 75%). Parte disto se deve ao fato de suas ofertas, para a linha de produto, já apresentarem um maior nível de organização, se comparado aos demais destinos. Uma vez que a maioria destes ainda demandam melhorias na qualidade e estruturação do produto, ou seja se enquadram no **Nível 2 - Embrionária/Qualificar** (intervalo entre 26% a 50%).

Gráfico 20. Resultados Consolidados – Linha de produto: Criatividade e Inovação



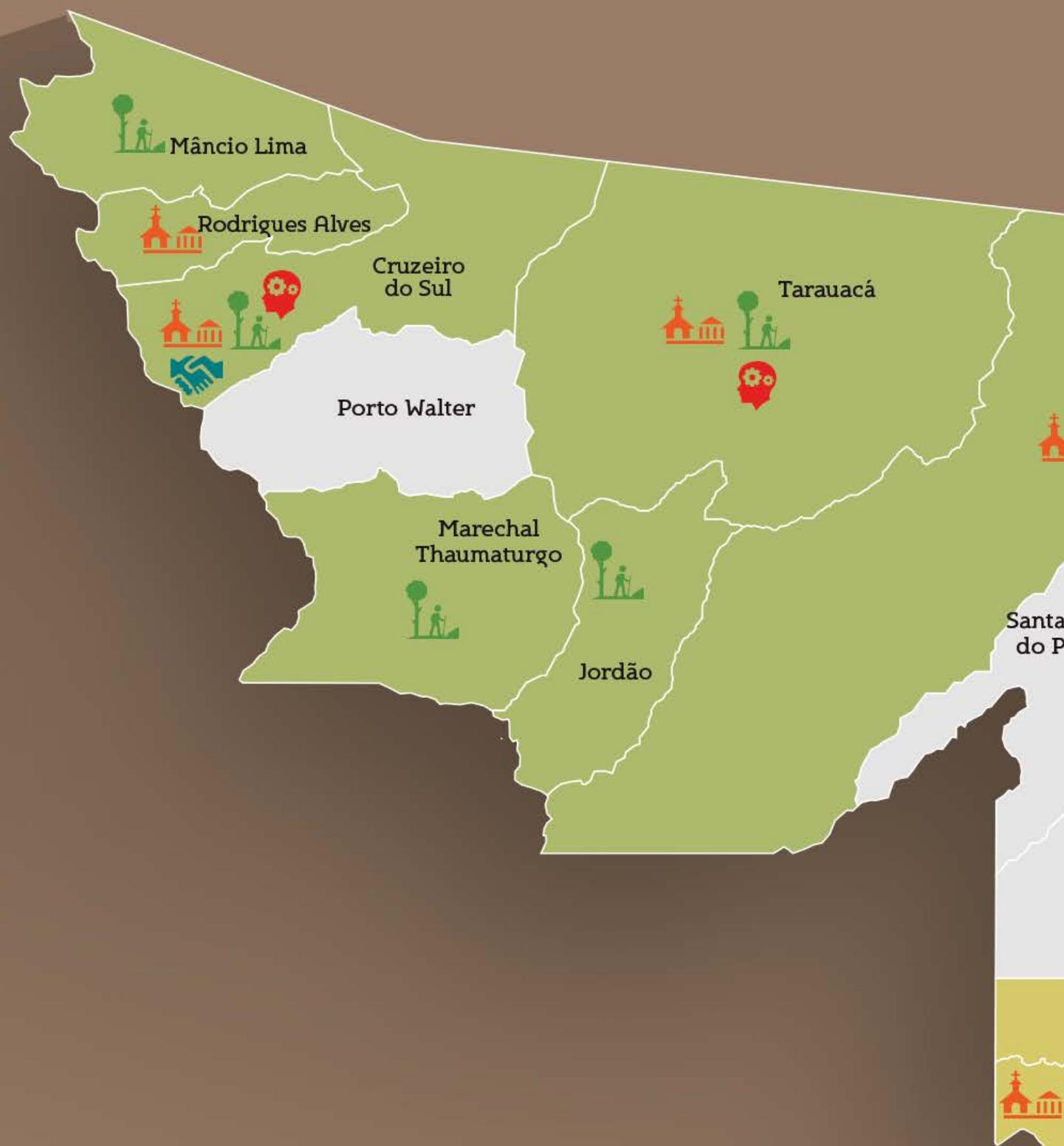
Fonte: elaboração própria, 2014.

Por fim é importante ressaltar que nem sempre é possível inserir, em produtos e roteiros, todos os destinos, atrativos e recursos existentes em um território. Desta forma, recomenda-se que sejam trabalhados prioritariamente aqueles que possuem maior possibilidade de aproveitamento real em curto prazo. A indicação prévia de destinos para as linhas de produtos não tem, portanto, caráter de exclusão em relação aos que, porventura, não tenham sido contemplados, serve estratégicamente como forma de

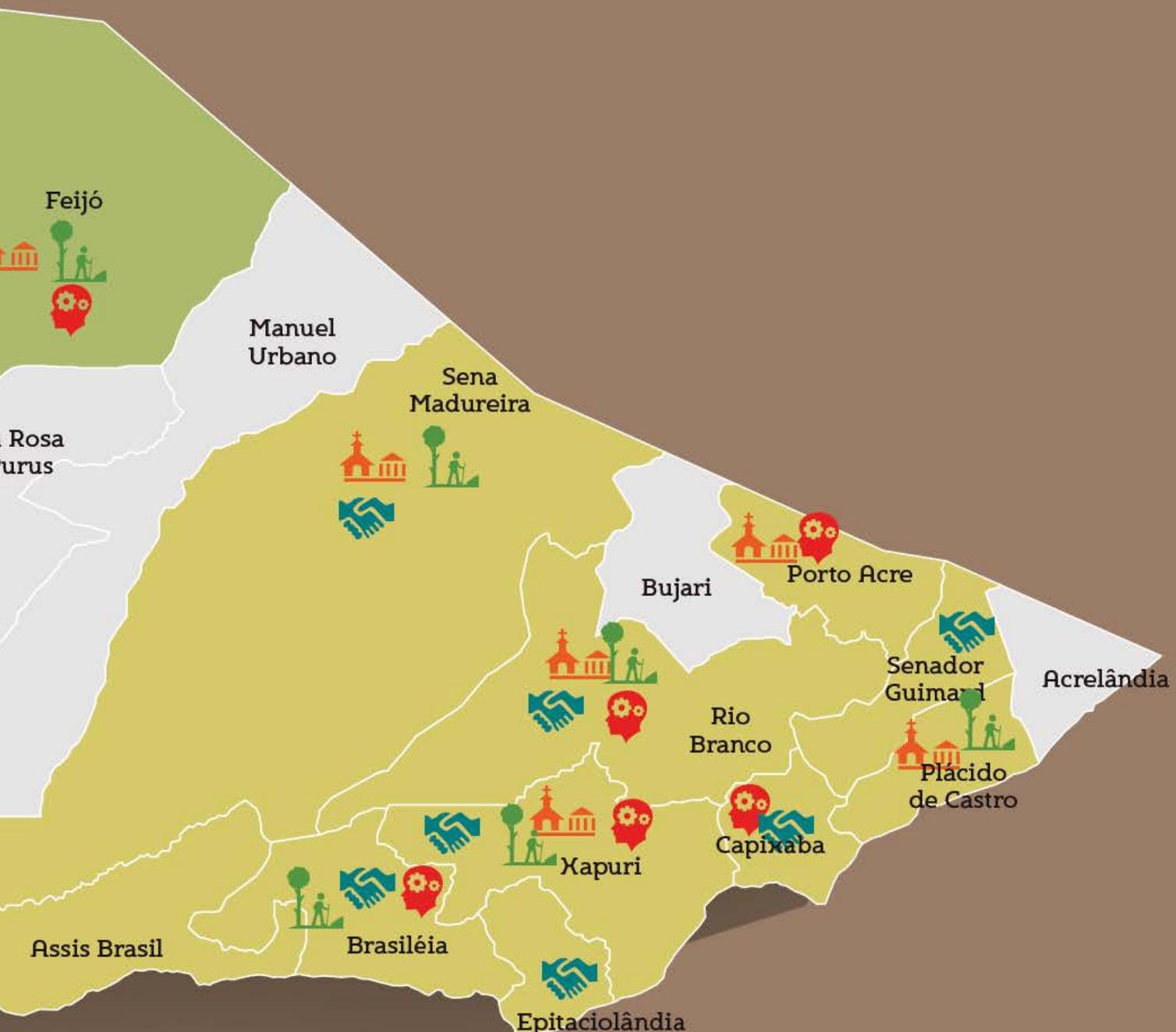
orientar investimentos e ações, com objetivo de proporcionar melhores resultados turísticos para a região. Assim, destinos, atrativos e recursos que não tenham sido indicados, neste momento, para determinadas linhas de produtos poderão, posteriormente, ser incorporados às mesmas na medida em que forem estruturados, reforçando a idéia da flexibilidade deste Plano.

Como forma de facilitar a visualização da distribuição das linhas de produtos no território, será apresentado, a seguir, um **mapa síntese**.

Mapa Síntese | Linhas de Produtos



Vale do Juruá
 Vale do Acre



Acre História, Cultura e Fé.



Acre Integração, Negócios e Eventos



Acre Floresta, Tradição e Aventura



Acre Criatividade e Inovação.



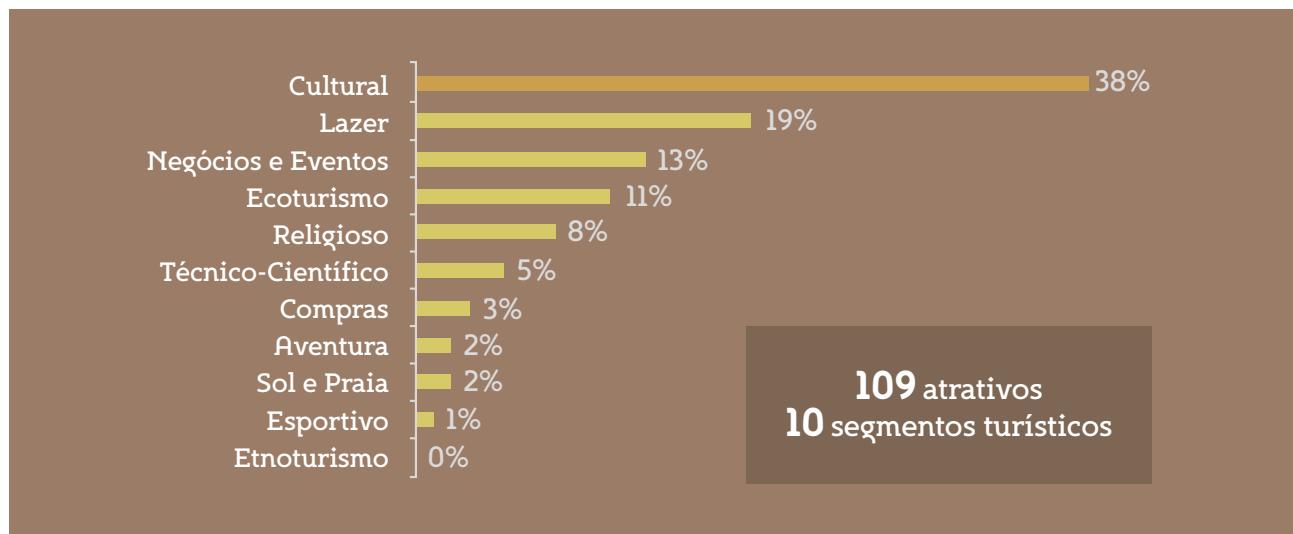
4.2. Segmentação Turística

Com base na hierarquização, buscou-se classificar os atrativos em função dos segmentos de mercado com maior potencial de atração de demanda considerando as reais condições de acesso, uso, conservação e atratividade mercadológica.

No **Polo Vale do Acre** o segmento que aparece com maior oferta é o Turismo Cultural (38%), relacionado a atividades de visita a museus e espaços de memória, sítios históricos, patrimônio arquitetônico e manifestações culturais. Em seguida o Turismo de Lazer (19%) relacionado à fruição de espaços como

parques, praças e áreas de lazer e entretenimento. Em terceiro lugar aparece o segmento de Negócios e Eventos (13%), ligado aos eventos programados. O Ecoturismo (11%), por sua vez, está relacionado à visita a espaços de conservação como parques, reservas e atrativos naturais. Em relação aos demais é importante destacar o caso do Turismo de Aventura (2%) que, apesar de figurar com baixo percentual de oferta (quantitativo), possui elevado valor agregado e oferta qualitativa de destaque, com atividades estruturadas e em operação na região.

Gráfico 21. Segmentos turísticos – Vale do Acre



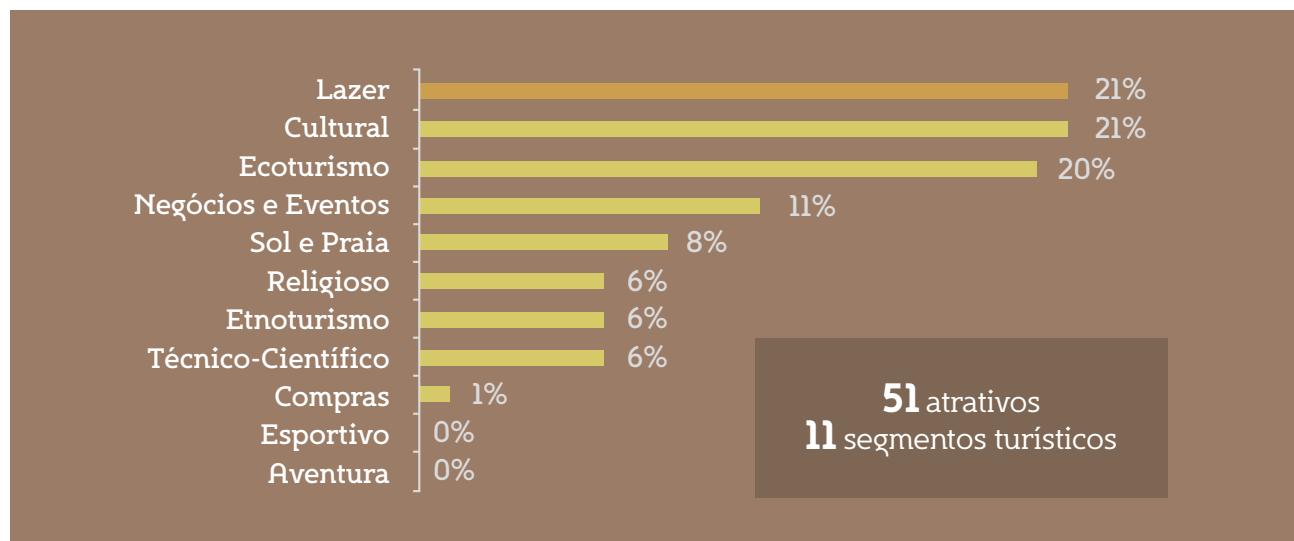
Fonte: elaboração própria, 2014.



Já no **Polo Vale do Juruá** os segmentos de maior destaque são Lazer e Turismo Cultural (21%) e Ecoturismo (20%). Em seguida temos Negócios e Eventos (13%), aqui também ligado aos eventos programados. O segmento de Sol e Praia (8%) aparece em índice superior ao encontrado no Polo Vale do Acre, dada a maior ocorrência de Rios e Igapés na região. O Turismo Religioso

(6%) também se sobressai no contexto regional com a oferta de manifestações já consolidadas, como o Novenário de Nossa Senhora da Glória, em Cruzeiro do Sul. O segmento de Etnoturismo no Acre concentra a oferta especificamente nesta região, em função do grande número de Terras Indígenas que, atualmente, oferecem atividades estruturadas para visitantes.

Gráfico 22. Segmentos turísticos – Vale do Juruá



Fonte: elaboração própria, 2014.



Catedral de Nossa Senhora da Glória - Cruzeiro do Sul

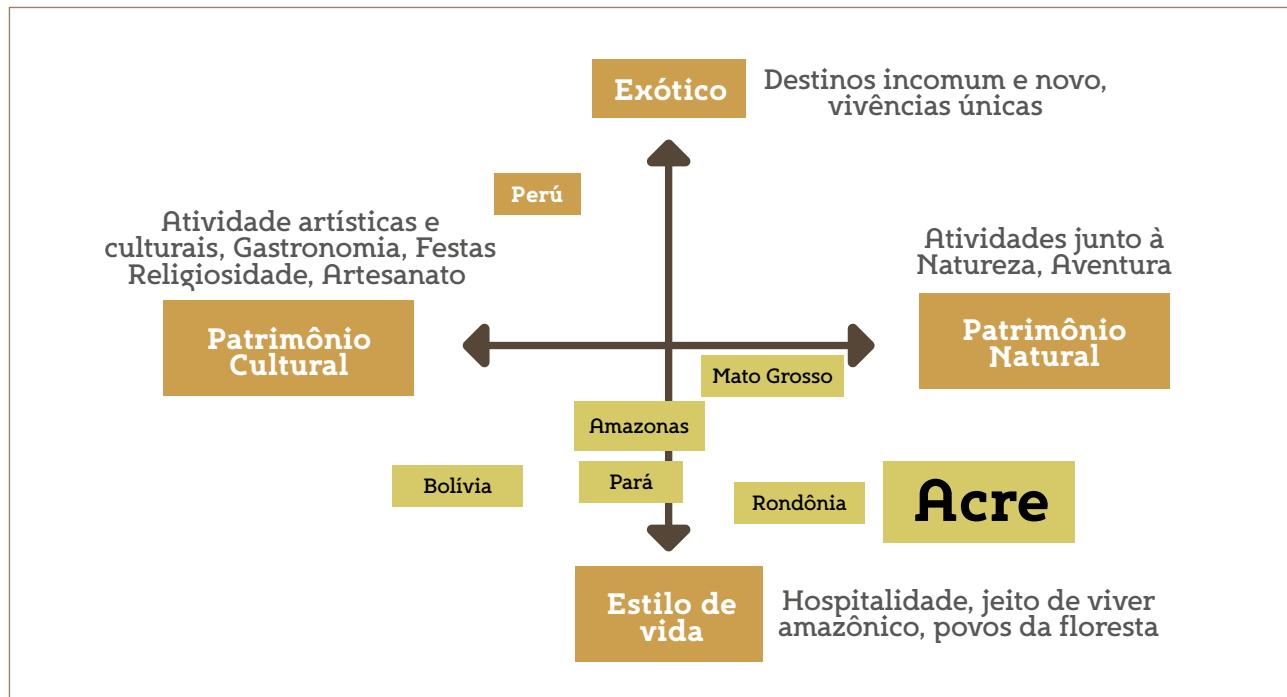
5. Posicionamento atual versus posicionamento potencial

O **posicionamento** é uma **estratégia de marketing** e não apenas de comunicação, pois seu valor é de formulação da imagem comparativa e, portanto, competitiva da oferta ao mercado. Expressa algo diferente do posicionamento e da realidade atual, uma vez que este **Plano** propõe a organização da oferta em novas linhas produtos, bem como a melhorias e qualificação da mesma, para, de fato, mudar o lugar em que está situado o Acre hoje no cenário do turismo regional, nacional e internacional.

A partir da identificação dos segmentos turístico presente nos Polos, de entrevistas com operadoras de turismo e de pesquisas elabora-

das pela Secretaria de Turismo e Lazer do Estado do Acre – SETUL percebeu-se que o **posicionamento atual** do Acre está associado ao uso sustentável do seu patrimônio ambiental e forte relação com o jeito de viver amazônico, mas é percebido pelos diferentes públicos, tanto profissionais quanto consumidores, como um destino de baixa credibilidade ou confiabilidade, sobretudo devido a pouca informação que estes públicos possuem do destino, aliada a carência de estrutura, baixa qualidade de serviços e altos preços. Uma representação que o posiciona muito próximo a outros estados da Região Norte, conforme esquema a seguir:

Figura 2. Posicionamento atual e destinos competidores



Fonte: elaboração própria, 2014.

A partir da análise das **4 Linhas** de Produtos fica evidenciado que o atual nível de estruturação da oferta turística no Acre encontra-se no **Nível 2 - Embrionária/Qualificar** (intervalo entre 26% a 50%) , com baixa aderência frente à demanda do mercado turístico. Isto aponta para um quadro atual de baixa competitividade turística e necessidade premente de inter-

venções no sentido de elevar a qualidade de sua oferta e imagem perante ao mercado real e potencial. Uma vez que é dessa relação que um destino desenvolve o seu **posicionamento competitivo**, sempre levando em consideração a importância do benefício que “entregará” ao turista e que refletirá na sua avaliação em relação a destinos concorrentes.

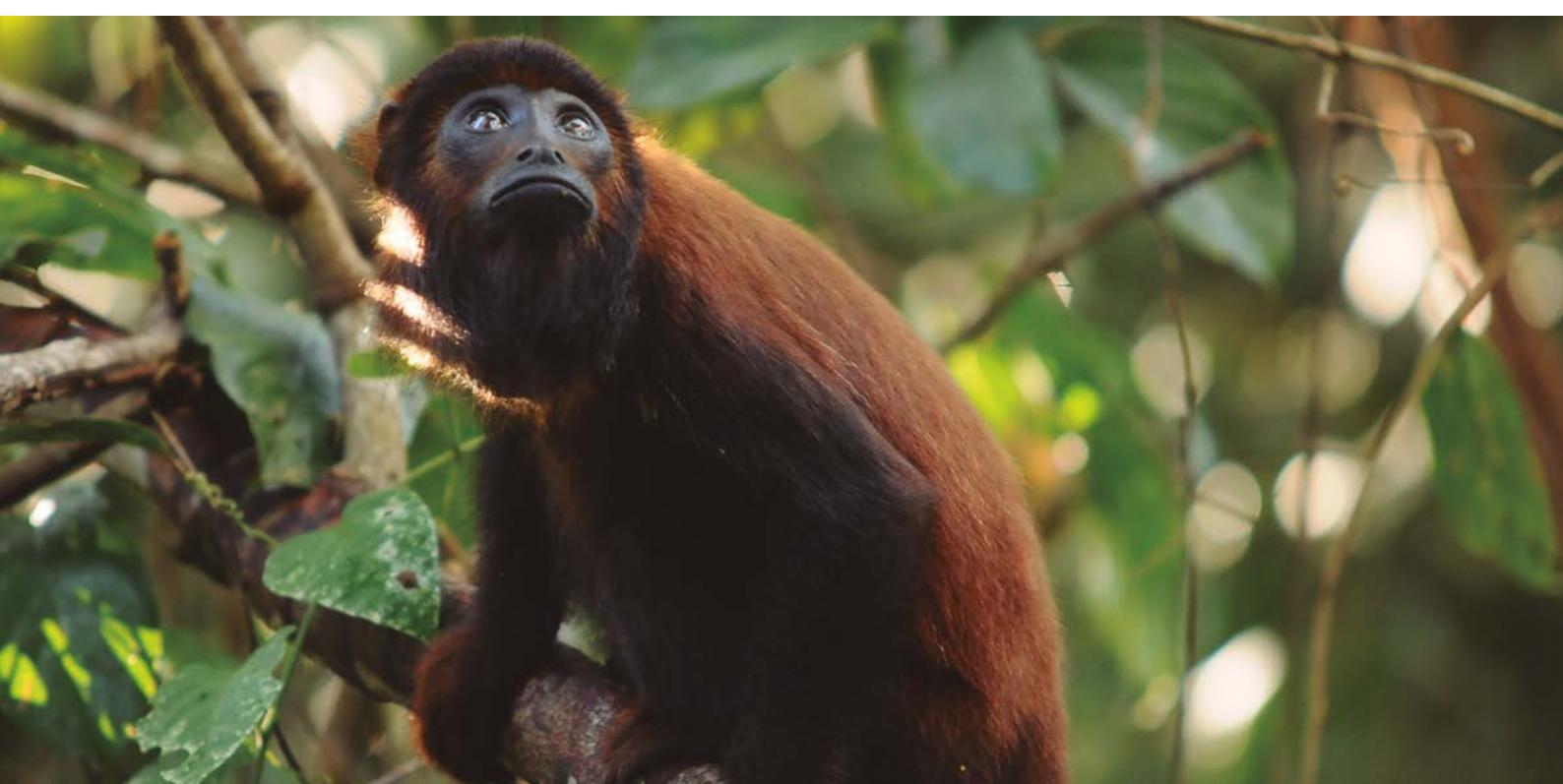
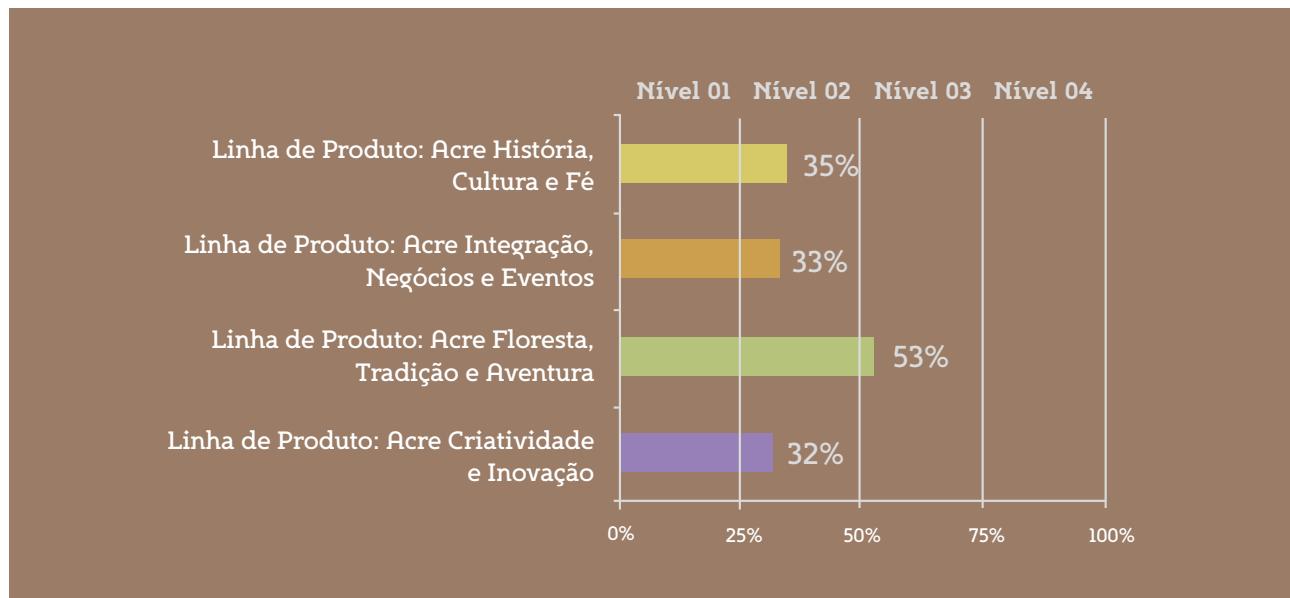


Gráfico 23. Resultados consolidados – Linhas de Produtos



Fonte: elaboração própria, 2014.

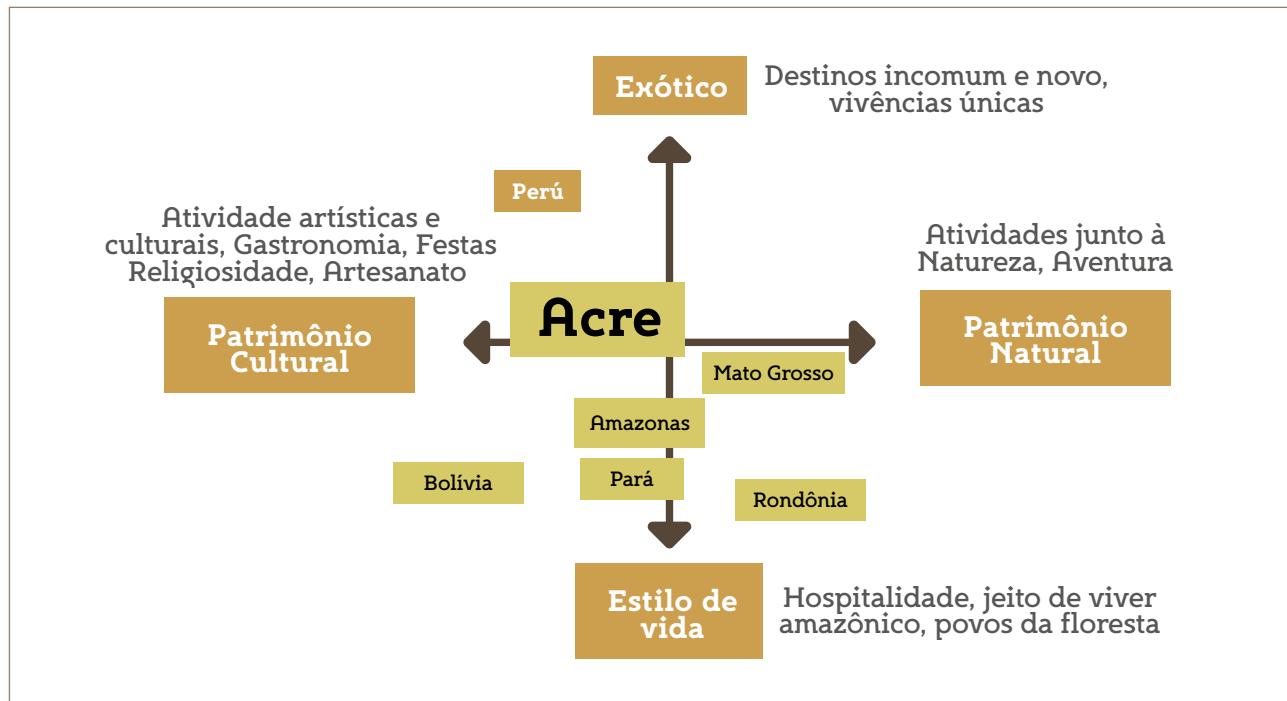
A Linha de Produto **Acre Floresta, Tradições e Aventura** aparece atualmente como aquela de maior evidência e relevância de mercado, cujo estágio atual se enquadra no **Nível 3 - Em expansão/ Qualificar e promover** (intervalo entre 51% a 75%), ou seja, suas possibilidades de crescimento e contribuição para a imagem do destino é relevante e deve ser assumida como estratégica, sobretudo sob o enfoque da sustentabilidade e da economia da experiência. Esta é a **Linha de Produto** que concentra a mais alta atratividade e potencial para ocupar uma posição de liderança no mercado e atuar como indutora das demais Linhas de Produtos. Importante reforçar que, da mesma forma que as demais **Linhas de Produtos**, esta também demanda esforços para sua estruturação e qualificação, de forma a alcançar fatias mais amplas de mercado.

Observando as tendências e oportunidades de mercado as demais linhas: **Acre História, Cultura e Fé; Acre Integração, Negócios e Eventos e Acre Criatividade e Inovação**, cujo estágio atual se enquadra no **Nível 2 - Embriônica/Qualificar**, exercem atualmente uma **atratividade média** para o mercado e colocam-se como intermediárias na função de posicionamento do destino. Possuem **importante potencial** para o desenvolvimento turístico re-

gional, mas, em função da baixa disponibilidade atual de produtos estruturados, conhecimento do público consumidor e carências em relação à infraestrutura e serviços encontram-se subutilizados. Devem, da mesma forma, serem alvos de investimentos e ações para maximizar seus pontos fortes, uma vez que são linhas de produtos que apresentam importante oferta, quantitativa, que deverá ser trabalhada com enfoque qualitativo. Tais linhas se justificam também pela relevância de mercado, potencial de contribuição para driblar a sazonalidade e elevar a taxa de crescimento turístico do destino.

Em relação ao **posicionamento potencial** ou desejado, espera-se que os trabalhos e ações de desenvolvimento deste **Plano** alinhado às **Linhas de Produtos** permitam, no futuro, que o Acre seja percebido como um destino com credibilidade, mantendo o perfil de destino de natureza, aventura e com experiências relacionadas ao modo de viver amazônico e aos povos da floresta, mas incorporando os valores da cultura local, refletidos no seu patrimônio histórico material e imaterial, e o caráter ainda incomum e novo do destino, valores que, atualmente, ainda não são percebidos pelo mercado. Buscando gerar produtos com caráter vivencial e que produza sensações únicas no turista. Conforme esquema a seguir:

Figura 3. Posicionamento Potencial - Acre



Fonte: elaboração própria, 2014.

Por fim cabe ressaltar que o conceito de **competitividade** aqui adotado é entendido como a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável,

proporcionando ao turista uma experiência positiva (MTur, 2008). Assim frente a essa valoração cabe a este Plano indicar a estratégias e ações de curto, médio e longo prazo para seu desenvolvimento.

Pousadas Bom Destino - Porto Acre





6. Estratégias de Desenvolvimento Turístico

As **estratégias** configuram-se como vias de condução das ações necessárias para o alcance dos objetivos propostos durante o período de vigência deste Plano. Representa um modo sistemático de administrar mudanças e de criar o melhor futuro possível para o território, que deve ser assumido como um desafio para todos. O processo de formulação das estratégias aqui apresentadas teve por base o diagnóstico estratégico situacional realizado e as áreas críticas de intervenção identificadas, que determinaram as prioridades e os meios de desenvolvimento da atividade turística no Acre, levando em conta os **desafios** e as **oportunidades** futuras.

Decorrente das conclusões e por meio de um processo criativo e participativo foram traçadas as linhas de atuação e definidos os elementos norteadores como a visão de futuro, o posicionamento de mercado, os objetivos estratégicos, o portfólio de produtos e segmentos prioritários. Esse conjunto de elementos alinhama-

aos três **eixos estratégicos** de desenvolvimento compostos pelas áreas de **Gestão e Fomento ao Turismo, Estruturação e Desenvolvimento de Destinos Turísticos e Promoção e Apoio à Comercialização do Turismo**. São estes eixos estratégicos que orientam o desenvolvimento das ações distribuídas em oito **Planos Operacionais**, que abrangem os seguintes temas: Fortalecimento Institucional, Planejamento e Posicionamento de Mercado, Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo, Empreendedorismo e Atração de Investimentos, Infraestrutura Turística, Informações Turísticas, Promoção e Apoio a Comercialização; e Monitoramento.

Estas decisões se inter-relacionam formando um conjunto estratégico para o turismo, construído sob a perspectiva de longo prazo, sendo o ano de **2020** o horizonte temporal e que, a partir de então, passa a alinhar toda a atuação pública e privada, no âmbito do desenvolvimento turístico do Estado do Acre.



Passarela Joaquim Marcedo - Rio Branco

6.1. Visão de futuro – visão 2020

- Ser reconhecido como destino de **experiência e autenticidade** na Amazônia, pelo uso sustentável dos recursos naturais e a valorização da cultura local, detentor de uma surpreendente oferta cultural e natural, aliada à equipamentos e serviços de qualidade, de forma a proporcionar vivências singulares aos visitantes e a melhoria das condições de vida dos seus habitantes.

6.2. Objetivo geral do plano

- Elevar a competitividade do destino Acre, com foco no posicionamento de mercado e na visão de futuro, por meio da melhoria da infraestrutura, desenvolvimento de produtos turísticos integrados, diversificados e criativos, qualificação empresarial e da mão de obra e melhoria da governança, visando elevar a qualidade da experiência turística e a ampliação da participação econômica da atividade no Estado e a distribuição dos seus benefícios.

6.3. Objetivos estratégicos

- **Promover o fortalecimento institucional estadual e municipal**, por meio da melhoria e consolidação de quadros técnicos, da qualificação da capacidade técnico-administrativa, melhorando os processos de formulação de políticas públicas, planejamento e gestão compartilhada dos recursos turísticos;
- **Estruturar política de incentivos** para o investimento privado no setor turístico, implementando novos instrumentos que viabilizem o alinhamento entre as iniciativas do trade turístico e as políticas públicas para o desenvolvimento da atividade;
- **Valorizar os bens socioambientais por meio da sensibilização da população**, bem



Serra do Divisor

como a iniciativa privada, com campanhas promocionais e ações educativas que visem o investimento, a qualificação e a adoção de práticas sustentáveis nas atividades turísticas;

- **Fomentar o desenvolvimento sustentável de novas estruturas e equipamentos turísticos**, orientando os investidores sobre o perfil desejado e buscando formar uma oferta complementar sem deixar de manter os valores de autenticidade e originalidade que os caracterizam;
- **Qualificar a infraestrutura turística** por meio da articulação interinstitucional que vise a melhoria contínua dos serviços públicos de apoio ao turismo, de forma a caracterizar uma oferta turística estrutural de qualidade;
- **Promover e apoiar à comercialização**

turística com foco nos mercados: interno (como forma de fortalecer o receptivo local e elevar o turismo interno), nacional (como forma aumentar a oferta do produto Acre no Brasil) e internacional (com foco nos mercados do Peru e da Bolívia), alinhando os investimentos às Linhas de Produtos disponíveis para visitação turística no Acre;

- **Criar metodologias e processos estruturantes** para qualificação do desenvolvimento do turismo sustentável, ampliação de mecanismos de controle e verificação de impactos positivos e negativos da atividade na região;
- **Estruturar um sistema de informação estatística e monitoramento** capaz de medir, de forma homogênea ao longo do tempo, a evolução do turismo no Acre.

6.4. Eixos Estratégicos

O quadro a seguir tem por objetivo apresentar os três Eixos Estratégicos aos quais se alinham os Planos Operacionais e Áreas Críticas de Intervenção do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre 2015-2020 e que, também, orientam as ações estratégicas propostas.

Tabela 16. Detalhamento dos Eixos Estratégicos

Eixos Estratégicos	Descrição	Planos Operacionais Relacionados	Áreas Críticas De Intervenção Relacionadas
Gestão e Fomento ao Turismo	Buscar a articulação e integração entre as organizações públicas e privadas que atuam na cadeia produtiva do turismo e o seu fortalecimento. Fazer uso de ferramentas de gestão estratégica e informação subsidiem o planejamento integrado e participativo e permita compatibilizar os diferentes interesses e ambientes, as potencialidades e os desafios a enfrentar.	<ul style="list-style-type: none"> • Plano Operacional de Organização Territorial e Fortalecimento Institucional • Plano Operacional de Empreendedorismo e Atração de Investimentos • Plano Operacional de Informações Turísticas • Plano Operacional de Monitoramento 	<ul style="list-style-type: none"> • Quadro Institucional • Aspectos Socioambientais e Culturais • Mercado Turístico.
Estruturação e Desenvolvimento de Destinos Turísticos	Desenvolver projetos e atividades que busquem estruturar, ampliar, diversificar e qualificar a oferta turística estadual, no âmbito público e privado. Fomentar ações de capacitação, normalização e investimentos em infraestrutura que resultem na valorização do patrimônio natural e cultural, bem como o incremento e qualificação dos equipamentos e serviços turísticos disponibilizados. Impulsionar o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos localizados nos Polos Turísticos do Acre.	<ul style="list-style-type: none"> • Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo • Plano Operacional de Infraestrutura Turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado Turístico • Infraestrutura • Quadro Institucional • Aspectos Socioambientais e Culturais
Promoção e Apoio à Comercialização do Turismo	Promover o Acre como destino turístico diversificado, autêntico e surpreendente, por meio do desenvolvimento de estratégias e ações de divulgação e comercialização voltadas aos diferentes mercados nos âmbitos estadual, nacional e internacional que definam uma imagem competitiva para o Estado e para os produtos disponibilizados em seus Polos Turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Plano Operacional de Planejamento e Posicionamento de Mercado • Plano Operacional de Promoção e Apoio à Comercialização 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado Turístico

Fonte: elaboração própria, 2014.

Etapa 3

Planejamento

Operacional



7. Planos Operacionais

A pós a formulação da estratégia de desenvolvimento para o turismo no Acre, parte intangível do Plano e elemento norteador do caminho a seguir para alcançar o seu objetivo, alinhado aos Eixos Estratégicos de Gestão e Fomento ao Turismo, Estruturação

e Desenvolvimento de Destinos Turísticos, Promoção e Apoio à Comercialização do Turismo, foram desenvolvidos os Planos Operacionais, nos quais são estabelecidos os detalhamentos necessários à operacionalização e implantação das estratégias.

Tabela 17. Eixos Estratégicos, Planos Operacionais e Áreas Críticas

Eixos Estratégicos	Planos Operacionais Relacionados	Áreas Críticas Relacionadas
Gestão e Fomento ao Turismo	<ul style="list-style-type: none">• Plano Operacional de Organização Territorial e Fortalecimento Institucional• Plano Operacional de Empreendedorismo e Atração de Investimentos• Plano Operacional de Informações Turísticas;• Plano Operacional de Monitoramento.	<ul style="list-style-type: none">• Quadro Institucional• Aspectos Socioambientais e Culturais• Mercado Turístico
Estruturação e Desenvolvimento de Destinos Turísticos	<ul style="list-style-type: none">• Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo;• Plano Operacional de Infraestrutura Turística.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado Turístico• Infraestrutura• Quadro Institucional• Aspectos Socioambientais e Culturais
Promoção e Apoio à Comercialização do Turismo	<ul style="list-style-type: none">• Plano Operacional de Planejamento e Posicionamento de Mercado;• Plano Operacional de Promoção e Apoio à Comercialização.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado Turístico

Fonte: elaboração própria, 2014.

O **Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre 2015-2020** apresenta um conjunto de **63 ações estratégicas**, organizadas e distribuídas em **oito Planos Operacionais** apresentados a seguir. Existem ações que respondem a mais do que um único plano operacional, por ser este um plano de desenvolvimento integrado do turismo, não existe o encerramento de um plano operacional por conclusão das suas próprias ações, mas sim a necessidade

de uma execução conjunta.

Este conjunto de **ações estratégicas** devem ser levadas a cabo pela SETUL, em sinergia com a gestão estratégica do Governo do Estado e propõe sua integração às iniciativas e processos em curso de outras áreas, instituições e atividades ligadas ao turismo e desenvolvimento, otimizando esforços e investimentos, de forma a ampliar as possibilidades dos municípios e Polos Turísticos, superar os desafios e atingir os objetivos estratégicos estabelecidos.

Tabela 18. Quadro Resumo das Ações

Quadro Resumo das Ações			
Nº	Plano Operacional	Nº	Ação
P.1	Plano Operacional de Fortalecimento Institucional	A.1.1	Qualificação da gestão pública de Turismo
		A.1.2	Fortalecimento do Conselho Estadual de Turismo - CET
		A.1.3	Fortalecimento das entidades de classe do Turismo
		A.1.4	Instituição de fórum de discussão sobre o Etnoturismo
		A.1.5	Contratação de consultoria especializada para suporte técnico à execução do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre
		A.1.6	Inserção dos temas turismo, patrimônio cultural e natural no currículo do ensino médio
		A.1.7	Promoção de campanha de educação ambiental sobre resíduos sólidos
		A.1.8	Criação de metodologia de avaliação e monitoramento de impactos socioambientais turísticos e capacitação das gestões municipais
		A.1.9	Revisão e execução do uso público do Parque Nacional Serra do Divisor
		A.1.10	Revisão e execução do uso público do Parque Estadual Chandless
		A.1.11	Elaboração de estudo viabilidade de técnica para inserção do Turismo no SISA
P.2	Plano Operacional de Planejamento e Posicionamento de Mercado	A.2.1	Gestão da imagem e marca turística do Acre (branding)
		A.2.2	Inteligência competitiva para o turismo no Acre
P.3	Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada do Turismo	A.3.1	Capacitação empresarial e profissional para o Turismo
		A.3.2	Capacitação em Ecoturismo e Turismo de Aventura
		A.3.3	Criação de curso audiovisual a ser oferecido em aldeias indígenas com atividade de Etnoturismo
		A.3.4	Implantação de projeto “Vivências no Acre”
		A.3.5	Elaboração e implantação de plano museológico
		A.3.6	Implantação de projeto de fortalecimento da Gastronomia
		A.3.7	Implantação do programa “Barco Legal”
		A.3.8	Levantamento e divulgação de boas práticas em Turismo
		A.3.9	Capacitação e qualificação do Turismo de Base Comunitária
		A.3.10	Fomentar a mobilização e organização de redes e coletivos de Artesanato
		A.3.11	Desenvolver e aperfeiçoar o Artesanato acreano
		A.3.12	Elaboração participativa de roteiros turísticos

Continua

Tabela 18. Quadro Resumo das Ações

Quadro Resumo das Ações			
Nº	Plano Operacional	Nº	Ação
P.4	Plano Operacional de Empreendedorismo e Atração de Investimentos	A.4.1	Elaboração de estudo de viabilidade técnica, econômico-financeira e ambiental
		A.4.2	Criação de Lei Estadual de incentivo ao Turismo
		A.4.3	Mapeamento e divulgação de oportunidades de negócios turísticos
		A.4.4	Realização de concurso e atividades sobre Turismo Criativo
P.5	Plano Operacional de Infraestrutura Turística	A.5.1	Implantação de projeto piloto de saneamento alternativo
		A.5.2	Implantação de sinalização turística (trilingue) rodoviária nos Polos Vale do Acre e Vale do Juruá.
		A.5.3	Implantação de local adequado para armazenamento temporário de resíduos sólidos em comunidades com atividades turísticas consolidadas;
		A.5.4	Melhoria e remodelação dos postos de informações;
		A.5.5	Ampliação das condições de uso do Sítio Histórico de Quixadá e Pousada Ecológica Seringal Cachoeira
		A.5.6	Implantação do Complexo de Observação De Geoglifos
		A.5.7	Restauro da estrutura arquitetônica e requalificação do uso turístico da Casa Branca
		A.5.8	Requalificação e complementação da infraestrutura de parques urbanos
		A.5.9	Implantação de estações fluviais turísticas
		A.5.10	Construção de centro de eventos e convenções em Rio Branco
		A.5.11	Requalificação dos mercados públicos
		A.5.12	Implantação de sinalização turística interpretativa
		A.5.13	Requalificação da Casa do Artesão
		A.5.14	Formação de equipe técnica para elaboração de projetos de captação de recursos
		A.5.15	Implantação da Casa do Turista
		A.5.16	Requalificação Igarapé Preto
		A.5.17	Estrutura de apoio à visitação (turismo religioso) e reforma do Santuário da Santa Alma do Bom Sucesso em Assis Brasil
		A.5.18	Centro de atendimento ao turista em Assis Brasil
		A.5.19	Estrutura de apoio à visitação (Turismo Religioso) e reforma do Santuário de São João do Guarani em Xapuri
		A.5.20	Implantação de Centro Cultural “Mirações”

Continua

Tabela 18. Quadro Resumo das Ações

Quadro Resumo das Ações				Conclui
Nº	Plano Operacional	Nº	Ação	
P.6	Plano Operacional de Informações Turísticas	A.6.1	Realização de Pesquisas de Mercado sobre a atividade turística	
		A.6.2	Orientação e incentivo à elaboração de Inventários Turísticos Municipais Participativos	
P.7	Plano Operacional de Promoção e Apoio à Comercialização	A.7.1	Promoção e divulgação do Destino Acre em Feiras e Eventos especializados	
		A.7.2	Elaboração e produção de Guia Técnico da Oferta Turística das Linhas de Produtos	
		A.7.3	Elaboração e produção de Linha de Material Promocional	
		A.7.4	Elaboração e produção de Calendário Oficial de Eventos	
		A.7.5	Implementação de ações de Marketing Digital	
		A.7.6	Criação e disponibilização de Banco de Imagens Turísticas	
		A.7.7	Implantação de programa de viagens de familiarização “Experience Trip”	
		A.7.8	Realização de Rodadas e Encontros de Negócios Turísticos	
		A.7.9	Criação e realização do evento “Acre Week”	
		A.7.10	Elaboração e produção de showcase do Destino Acre	
		A.7.11	Fomentar ações de marketing cooperado com foco na “Rota Turística Internacional Pantanal-Amazônia-Andes-Pacífico”	
P.8	Plano Operacional de Monitoramento	A.8.1	Monitoramento e Avaliação	

Fonte: elaboração própria, 2014.

Plano Operacional de Fortalecimento Institucional

Alinhado aos objetivos estratégicos descritos anteriormente, o **Plano Operacional de Fortalecimento Institucional** o Plano Operacional de Fortalecimento Institucional apresenta **11 ações** com característica de promover o apoio as instituições públicas ou privadas li-

gadas ao turismo, havendo a necessidade deste fortalecimento para que exista a qualidade na operação do Plano. Instituições fortalecidas e com mecanismos apropriados de operação do planejamento estratégico tornam-se o primeiro passo para a efetiva execução do planejamento.

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Fortalecimento Institucional	A.1.1	Qualificação da gestão pública de Turismo	Melhorar a gestão pública do turismo e a qualidade da prestação de serviços públicos na cadeia produtiva do turismo, bem como instituir e fortalecer as instâncias de governança.
	A.1.2	Fortalecimento do Conselho Estadual de Turismo - CET	Fortalecer os processos participativos do Conselho Estadual de Turismo - CET por meio da capacitação de conselheiros e do aperfeiçoamento dos métodos e dinâmicas utilizados nas reuniões da instância de governança.
	A.1.3	Fortalecimento das entidades de classe do Turismo	Fortalecer a atuação das entidades de classe do turismo existentes no Acre, de forma a dotá-las de capacidade de articulação, representatividade empresarial e melhorar a participação privada no processo de desenvolvimento turístico estadual.
	A.1.4	Instituição de fórum de discussão sobre o Etnoturismo	Ampliação de processos de discussão da atividade de Etnoturismo no Estado do Acre com fortalecimento e ampliação do Grupo de Trabalho (GT) e criação de encontro bianual de discussão dos resultados.
	A.1.5	Contratação de consultoria especializada para suporte técnico à execução do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre	Viabilizar a execução de obras de infraestrutura e qualificação de atrativos turísticos, por meio da contratação de corpo técnico para fiscalização e acompanhamento especializado
	A.1.6	Inserção dos temas turismo, patrimônio cultural e natural no currículo do ensino médio	Sensibilizar os alunos do ensino médio para a importância social e econômica do turismo, para a preservação do patrimônio cultural e natural, bem como o respeito ao turista.
	A.1.7	Promoção de campanha de educação ambiental sobre resíduos sólidos	Estabelecer processo de Sensibilização Ambiental continuada focando na produção, reutilização, reciclagem e destinação correta dos resíduos sólidos.
	A.1.8	Criação de metodologia de avaliação e monitoramento de impactos socioambientais turísticos e capacitação das gestões municipais	Estabelecer a instrumentalização do poder público dos municípios de ambos os Polos através da criação de metodologia de avaliação e monitoramento de impactos gerados pela atividade turística e capacitação dos gestores locais.

Continua

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Fortalecimento Institucional	A.1.9	Revisão e execução do uso público do Parque Nacional Serra do Divisor	Implementar, por meio da revisão e execução do plano de uso público do Parque Nacional Serra do Divisor, a regularização e qualificação da visitação turística na UC, visando a proteção ambiental e o aumento de possibilidades para uso público da área natural.
	A.1.10	Revisão e execução do uso público do Parque Estadual Chandless	Implementar, por meio da revisão e execução do plano de uso público do Parque Estadual Chandless, a regularização e qualificação da visitação turística na UC, visando a proteção ambiental e o aumento de possibilidades para uso público da área natural.
	A.1.11	Elaboração de estudo viabilidade de técnica para inserção do Turismo no SISA – Sistema de Serviços Ambientais do Acre.	Desenvolver estudo de viabilidade técnica/financeira para pagamento de serviços ambientais para a associação da atividade turística com a conservação ambiental dentro do SISA - Sistema de Serviços Ambientais do Acre.

Fonte: elaboração própria, 2014.

Plano Operacional de Planejamento e Posicionamento de Mercado

Alinhado aos objetivos estratégicos descritos anteriormente, o **Plano Operacional de Planejamento e Posicionamento de Mercado** visa melhorar a percepção que os visitantes atuais e potenciais possuem ou podem possuir dos Polos e do próprio Acre. Para tanto, são propostas **2 ações:**

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Planejamento e Posicionamento de Mercado	A.2.1	Gestão da imagem e marca turística do Acre (branding)	Posicionamento mercadológico do destino Acre, por meio da mensuração de sua imagem que deverá ser agregada aos seus produtos, segmentos prioritários e serviços, por meio de uma Marca Turística.
	A.2.2	Inteligência Competitiva para o turismo no Acre	Coletar e analisar informações sobre atividades dos concorrentes e tendências gerais dos negócios em turismo aplicados ao destino Acre, visando subsidiar ações de mercado.

Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo

Alinhado aos objetivos estratégicos descritos anteriormente, o **Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada do Turismo** tem por intuito a apoiar a modernização, diversificação e qualificação dos serviços turísticos, os aspectos de governança, mão de obra local, e também do artesanato e da gastronomia acreana. Para atingir tal objetivo são propostas **12 ações**:

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo	A.3.1	Capacitação empresarial e profissional para o Turismo	Qualificar profissionais e empresários da cadeia produtiva do turismo para melhor prestação de serviços e gestão dos empreendimentos e dos destinos turísticos.
	A.3.2	Capacitação em Ecoturismo e Turismo de Aventura	Qualificar a oferta de ecoturismo e turismo de aventura, promovendo o profissionalismo, a melhoria da segurança e qualidade na prestação dos serviços relacionados aos segmentos.
	A.3.3	Criação de curso audiovisual a ser oferecido em aldeias indígenas com atividade de Enoturismo	Desenvolvimento de um curso audiovisual a ser oferecido em aldeias indígenas, conforme aceite da população local, no intuito de capacitação para registro do processo turístico no interior da aldeia, criando autonomia do registro e divulgação da atividade.
	A.3.4	Implantação de projeto “Vivências no Acre”	Introduzir, no processo de planejamento e desenvolvimento turístico do Acre conceitos relacionados à Economia da Experiência, Economia Criativa e Turismo Criativo, que busque a satisfação do turista por meio de elementos intangíveis, oferecendo aos mesmos acontecimentos exclusivos e memoráveis a partir de emoções vivenciadas, por meio de produto e serviços inovadores.
	A.3.5	Elaboração e implantação de plano museológico	Desenvolvimento de Plano integrado entre equipamentos culturais de complementariedade de visitação, modernização, tratamento museológico, qualificação de espaços e sistema de gestão.
	A.3.6	Implantação de projeto de fortalecimento da Gastronomia	Qualificar e posicionar a gastronomia do Acre como atrativo turístico de qualidade e integrado a sua oferta turística.
	A.3.7	Implantação do programa “Barco Legal”	Criação de um programa de capacitação de barqueiros e melhoria/modernização dos barcos para transporte turístico.

Continua



Conclui

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo	A.3.8	Levantamento e divulgação de boas práticas em Turismo	Estimular a busca pela excelência dos serviços e produtos turísticos por meio da partilha de conhecimentos entre empreendedores de atividades similares e divulgação de projetos de produtos turísticos bem sucedidos. Assim como reduzir riscos em tentativas empresariais e de políticas públicas quando da proposição e implantação de projetos na área de turismo.
	A.3.9	Capacitação e qualificação do Turismo de Base Comunitária	Capacitar atores para a gestão comunitária da atividade turística, elevando o protagonismo social e a apropriação por parte dos mesmos dos benefícios advindos do desenvolvimento do turismo.
	A.3.10	Fomentar a mobilização e organização de redes e coletivos de Artesanato	Melhorar a organização e a profissionalização do setor de artesanato, estimulando o associativismo e cooperativismo, nas suas diferentes formas, por meio de ações de sensibilização e suporte técnico aos processos de organização e formalização.
	A.3.11	Desenvolver e aperfeiçoar o Artesanato acreano	Desenvolver e aperfeiçoar produtos do artesanato acreano em função das demandas e oportunidades de mercado, por meio de intervenção do design e da inovação.
	A.3.12	Elaboração participativa de roteiros turísticos	Dotar os atores do mercado turístico do Acre (agentes e operadores de viagens, guias, prestadores de serviços, etc.) de conteúdos e ferramentas que contribuam para a contextualização e promoção dos atrativos turísticos do Estado.



Plano Operacional de Empreendedorismo e Atração de Investimentos

O **Plano Operacional de Empreendedorismo e Atração de Investimentos**, alinhado aos objetivos estratégicos descritos anteriormente, visa estruturar instrumentos para ampliar o investimento privado no setor turístico. Para tanto, são propostas **4 ações**:

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Empreendedorismo e Atração de Investimentos	A.4.1	Elaboração de estudo de viabilidade técnica, econômico-financeira e ambiental	Melhorar a operação, estrutura de visitação e capacidade de atração turística dos equipamentos e serviços já existentes para o Sítio Histórico Quixadá, Pousada Ecológica Seringal Bom Destino, Pousada Ecológica Seringal Cachoeira, Igarapé Preto e Comunidade do Crôa.
	A.4.2	Criação de Lei Estadual de incentivo ao Turismo	Incentivar o desenvolvimento, atração de investimentos e qualificação da oferta turística do Acre, bem como promover a descentralização da gestão do turismo.
	A.4.3	Mapeamento e divulgação de oportunidades de negócios turísticos	Mapear e divulgar as oportunidades de negócios turísticos presentes e futuras no território acreano, incentivando a atração de empreendedores para o desenvolvimento de negócios turísticos nos Polos Vale do Acre e Vale do Juruá.
	A.4.4	Realização de concurso e atividades sobre Turismo Criativo	Apoiar o desenvolvimento de ideias de negócios turísticos criativos e inovadores; com base nos princípios da Economia Criativa, estimulando a criação de um ambiente propício ao desenvolvimento de startups e novos negócios criativos no setor de turismo.

Plano Operacional de Infraestrutura Turística

O **Plano Operacional de Infraestrutura Turística**, alinhado aos objetivos estratégicos descritos anteriormente, visa dotar o Acre de infraestrutura necessária, de forma a caracterizar uma oferta turística estrutural de qualidade. Para tanto, são propostas **20 ações**:

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Infraestrutura	A.5.1	Implantação de projeto piloto de saneamento alternativo	Implantação de projeto piloto de saneamento em comunidade com atividade turística: Sítio Histórico Quixadá, Pousada Ecológica Seringal Cachoeira e Terra Indígena Rio Gregório - Aldeia Esperança.
	A.5.2	Implantação de sinalização turística (trilingue) rodoviária nos Polos Vale do Acre e Vale do Juruá	Implantar sinalização turística trilíngue rodoviária na via de ligação entre os Polos, com indicação dos principais atrativos.
	A.5.3	Projeto piloto para implantação de local adequado para armazenamento e transbordo de resíduos sólidos em comunidades com atividades turísticas consolidadas	Dotar as comunidades: Aldeia Esperança, Aldeia Mutum e Aldeia Lago Lindo de locais apropriados para transbordo dos resíduos sólidos, através do acondicionamento do material em condições apropriadas até a coleta voltada a destinação final.
	A.5.4	Melhoria e remodelação dos postos de informações turísticas	Reformar e remodelar os postos de informações turísticas de Rio Branco (Aeroporto/Rodoviária/ Centro) - Cruzeiro do Sul (Aeroporto) e de Xapuri (Praça da Estação Rodoviária) para recepção do turista e venda de produtos locais.
	A.5.5	Ampliação das condições de uso do Sítio Histórico Quixadá e Pousada Ecológica Seringal Cachoeira	Ampliar a capacidade de hospedagem e serviços complementares do Sítio Histórico de Quixadá e da Pousada Ecológica Seringal Cachoeira.
	A.5.6	Implantação do Complexo de observação de Geoglifos	Dispôr, no sítio arqueológico, de construção voltada ao circuito didático para observação de geoglifos e com infraestrutura adequada para receber visitantes.
	A.5.7	Restauro da estrutura arquitetônica e requalificação do uso turístico da Casa Branca	Restaurar a estrutura arquitetônica da Casa Branca e requalificar o uso turístico enquanto centro cultural, com serviços necessários para receber de forma adequada os usuários.

Continua

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Infraestrutura	A.5.8	Requalificação e complementação da infraestrutura de parques urbanos	Dotar os seguintes parques e equipamentos urbanos de lazer ao ar livre de serviços básicos para receber os usuários: Parque Municipal Wilson Pinheiro (Epitaciolândia), Parque Ecológico Nordesta (Brasiléia), Parque Municipal Macári Lopes (Sena Madureira, Parque do Buritizal (Feijó).
	A.5.9	Implantação de estações fluviais turísticas	Implantar sete terminais fluviais para recepção de usuários nos atrativos: Sítio Histórico Quixadá, Rio Moa (Mâncio Lima), APA do Amapá, Rio Acre: Gameleira (Rio Branco) e Xapuri, Parque Nacional Serra do Divisor e Rio Gregório (Taraúacá).
	A.5.10	Construção de centro de eventos e convenções em Rio Branco	Construir um Centro de Eventos e Convenções em Rio Branco.
	A.5.11	Requalificação dos Mercados Públicos	Requalificar a estrutura física dos Mercados Públicos de Cruzeiro do Sul, Taraúacá, Feijó e Sena Madureira com serviços necessários para receber de forma adequada os usuários.
	A.5.12	Implantação de sinalização turística interpretativa	Implantar sinalização turística interpretativa nos atrativos prioritários no ambiente urbano nos municípios de Xapuri, Porto Acre, Sena Madureira, Taraúacá, Feijó e Cruzeiro do Sul.
	A.5.13	Requalificação da Casa do Artesão	Requalificar a Casa do Artesão em Rio Branco com layout e melhoria dos serviços já existentes, necessários para receber de forma adequada os usuários.
	A.5.14	Formação de equipe técnica para elaboração de projetos para captação de recursos	Capacitar equipe técnica do Governo do Estado para a elaboração de projetos de infraestrutura turística e submissão junto a programa do Governo Federal e outras fontes de recurso.
	A.5.15	Implantação da “Casa do Turista”	Implantar na BR 317 (município de Senador Guiomard) estrutura e serviços adequados para recepção dos turistas em trânsito pela região.
	A.5.16	Requalificação da área do Igarapé Preto	Dotar a área do Igarapé Preto de condições de acesso, equipamentos e de todos os serviços necessários para receber os usuários.

Continua

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Infraestrutura	A.5.17	Estrutura de apoio à visitação (Turismo Religioso) e reforma do Santuário da Santa Alma do Bom Sucesso em Assis Brasil	Reformar o Santuário existente e dotar o espaço de visitação da infraestrutura necessária para o conforto dos visitantes e usuários.
	A.5.18	Centro de atendimento ao turista em Assis Brasil	Construir um Centro de atendimento ao turista em Assis Brasil, para recepção do turista.
	A.5.19	Estrutura de apoio à visitação (Turismo Religioso) e reforma do Santuário de São João do Guarani em Xapuri	Reformar o Santuário existente e dotar o espaço de visitação da infraestrutura necessária para o conforto dos visitantes e usuários.
	A.5.20	Implantação de Centro Cultural “Mirações”	Implantar de centro interativo de produção artística e de representação das culturas Ayahuasqueiras

Plano Operacional de Informações Turísticas

O Plano Operacional de Informações Turísticas, também alinhado aos objetivos estratégicos descritos anteriormente, visa estruturar instrumentos para execução e divulgação de estudos e pesquisas sobre o turismo no Estado e, também, se articula com as demais ações vinculadas tema e que, por uma questão de organização, foram inseridas em outros Planos Operacionais. Seguindo esta orientação estão propostas **2 ações**:

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Informações Turísticas	A.6.1	Realização de Pesquisas de Mercado sobre a atividade turística	Conhecer o perfil da demanda turística real e potencial, bem como o comportamento do mercado, de forma a auxiliar o desenvolvimento de políticas públicas e ações privadas ligadas ao setor turístico.
	A.6.2	Orientação e incentivo à elaboração de Inventários Turísticos Municipais Participativos	Instrumentalizar o poder público estadual e municipal por meio de levantamento, organização e registro atualizado dos recursos, atrativos, equipamentos e serviços relacionados diretamente e indiretamente com a atividade turística.
Ações Vinculadas à outros Planos Operacionais			
	A.1.1	Qualificação da Gestão Pública de Turismo	
	A.2.1	Gestão da Imagem e Marca Turística do Acre (branding)	
	A.2.2	Inteligência Competitiva para o Turismo no Acre	

Ações Vinculadas à outros Planos Operacionais	
A.5.2	Implantação de sinalização turística (trilingue) rodoviária nos Polos
A.5.4	Melhoria e remodelação dos postos de informações;
A.5.12	Implantação de sinalização turística interpretativa
A.5.15	Implantação da casa do turista
A.7.1	Promoção e Divulgação do Destino Acre em Feiras e Eventos especializados
A.7.2	Elaboração e Produção de Guia Técnico da Oferta Turística das Linhas de Produtos
A.7.3	Elaboração e Produção de Linha de Material Promocional
A.7.4	Elaboração e Produção de Calendário Oficial de Eventos
A.7.5	Implementação de Ações de Marketing Digital
A.7.6	Criação e Disponibilização de Banco de Imagens Turísticas
A.7.9	Criação e Realização do Evento “Acre Week”
A.7.10	Elaboração e Produção de showcase do Destino Acre

Plano Operacional de Promoção e Apoio a Comercialização

Alinhado aos objetivos estratégicos descritos anteriormente, o presente plano objetiva estruturar ações para promover e apoiar à comercialização turística com foco nos mercados interno, nacional e internacional. Para tanto, são proposta **11 ações**:

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Promoção e Apoio a Comercialização	A.7.1	Promoção e divulgação do Destino Acre em Feiras e Eventos especializados	Promover e divulgar o Destino Acre, destacando seus atributos de singularidade, com foco nas Linhas de Produtos e alinhado ao posicionamento mercadológico.
	A.7.2	Elaboração e produção de Guia Técnico da Oferta Turística das Linhas de Produtos	Disponibilizar informações organizadas sobre oferta turística das Linhas de Produtos existentes nos Polos Vale do Acre e Vale do Juruá, promovendo a formatação dos produtos turísticos.
	A.7.3	Elaboração e produção de Linha de Material Promocional	Divulgar a oferta turística das Linhas de Produtos existentes nos Polos Vale do Acre e Vale do Juruá, com base num conjunto de material promocional (físico e digital) elevando o conhecimento da demanda sobre o destino e fomentando o fluxo turístico.

Continua

Plano	Nº	Ações	Objetivos
Plano Operacional de Promoção e Apoio a Comercialização	A.7.4	Elaboração e produção de Calendário Oficial de Eventos	Instrumentalizar o poder público estadual e municipal por meio de levantamento, organização e registro atualizado dos recursos, atrativos, equipamentos e serviços relacionados diretamente e indiretamente com a atividade turística.
	A.7.5	Implementação de ações de Marketing Digital	Ampliar a promoção e divulgação dos produtos turísticos, apoiando os produtos formatados, ampliando a notoriedade no mercado e incrementando seu posicionamento mercadológico.
	A.7.6	Criação e disponibilização de Banco de Imagens Turísticas	Produzir banco de imagens turísticas do Acre, com foco nas Linhas de Produtos e alinhado ao posicionamento mercadológico.
	A.7.7	Implantação de programa de viagens de familiarização “Experience Trip”	Promover o Destino Acre para os agentes de mercado, destacando seus atributos de singularidade e experiencial, com foco nas Linhas de Produtos e alinhado ao posicionamento mercadológico.
	A.7.8	Realização de Rodadas e Encontros de Negócios Turísticos	Aproximar o Destino Acre e o seu trade turístico ao mercado internacional por meio de processos organizados de negociação, comercialização e promoção entre fornecedores de serviços turísticos do destino e compradores nacionais internacionais.
	A.7.9	Criação e realização do evento “Acre Week”	Promover e divulgar o Destino Acre, destacando seus atributos de singularidade, com foco nas Linhas de Produtos e alinhado ao posicionamento mercadológico.
	A.7.10	Elaboração e produção de showcase do Destino Acre	Disponibilizar informações organizadas sobre oferta turística relacionada ao segmento de eventos nos Polos Vale do Acre e Vale do Juruá, promovendo e subsidiando a captação de eventos para o Destino Acre.
	A.7.11	Fomentar ações de marketing cooperado com foco na “Rota Turística Internacional Pantanal-Amazônia-Andes-Pacífico”	Estabelecer articulação institucional, técnica e comercial entre os estados do Mato Grosso, Rondônia, Acre e o país vizinho Peru visando a promoção e comercialização cooperada da Rota Turística Internacional “Pantanal-Amazônia-Andes-Pacífico”.



Igreja de São Sebastião - Xapuri

Plano Operacional de Monitoramento e Avaliação

O Plano Operacional de Monitoramento e Avaliação reúne as atividades relacionadas à gestão, levantamento de dados, medições e disseminação de informações sobre o andamento, desempenho e avaliação das ações do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre 2015-2020 , elencadas ao longo dos demais Planos Operacionais, servindo de balizador do processo do Plano.

O monitoramento deverá levar em consideração o dinamismo e a transversalidade típicos da atividade turística que demandam uma avaliação sistemática e permanente visando comparar e melhorar o posicionamento estratégico e competitivo do destino no mercado turístico, bem como analisar os seus potenciais e as suas perspectivas de desenvolvimento.

Plano Operacional de Monitoramento e Avaliação	
Eixo Estratégico Relacionado	• Todos os eixos
Áreas Críticas Relacionadas	• Mercado Turístico • Quadro Institucional • Aspectos Socioambientais e Culturais • Infraestrutura Turística
Objetivos Estratégicos Relacionados	• Todos os objetivos do Plano Estratégico de Turístico do Desenvolvimento Sustentável no Acre.
AÇÃO: Monitoramento e Avaliação	
Detalhamento da ação	
Objetivo	Estabelecer processo contínuo e integrado de avaliação e monitoramento para o desenvolvimento do plano, com articulação entre ações desenvolvidas no próprio plano, assim como também, proposta de articulação interinstitucional entre governos do Estado e Municípios.

Continua

AÇÃO: Monitoramento e Avaliação	
Detalhamento da ação	
Descrição da Ação	<p>Monitoramento e Avaliação:</p> <ul style="list-style-type: none"> Processo de Fortalecimento Institucional: <ul style="list-style-type: none"> a) Qualificação da Gestão Pública de Turismo – como suporte a gestão da implantação das ações e gerenciamento do uso. b) Contratação de Consultoria Especializada para Suporte Técnico à Execução do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre – para apoio técnico no desenvolvimento e avaliação do plano. c) Formação de equipe técnica para elaboração de projetos de captação de recursos – para ampliar a capacidade institucional de implantação do plano. d) A avaliação destas ações será feita por meio dos indicadores propostos através das mesas ações, ou seja, da conclusão da ação com capacidade de desdobramento na avaliação do desempenho do plano. Processo de Integração: <ul style="list-style-type: none"> a) Fortalecimento do Conselho Estadual de Turismo – CET – para controle social do uso do recurso público e processo de implementação do plano. b) Fortalecimento das Entidades de Classe do Turismo – para integração entre o público e o privado. c) Realização de Rodadas e Encontros de Negócios Turísticos – para avaliação dos rumos competitivos e integrados do desenvolvimento do destino frente a outros mercados. Processo de produção de dados: <ul style="list-style-type: none"> a) Criação de metodologia de avaliação e monitoramento de impactos socioambientais turísticos e capacitação das gestões municipais – para avaliação do impacto ambiental do desenvolvimento turístico. b) Inteligência Competitiva para o Turismo no Acre – para observação do mercado competitivo e adequação no processo de desenvolvimento das ações. c) Realização de Pesquisas de Mercado sobre a Atividade Turística – para verificação das variações do fluxo turístico com o incremento dos atrativos. d) Orientação e Incentivo à Elaboração de Inventários Turísticos Municipais Participativos – para ampliação da oferta turística nos municípios e criar banco de dados para revisão do planejamento. Processo de vinculação de ações: <ul style="list-style-type: none"> a) Utilização de vínculo das ações para implantação e o desenvolvimento integrado das mesmas, assim como, maximização do aproveitamento do investimento público.
Efeito Esperado no Desenvolvimento Turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoramento do Plano; • Avaliação dos efeitos esperados; • Efetivação dos objetivos individuais das ações; • Efetivação dos objetivos estratégicos do plano; • Desenvolvimento Sustentável; • Promoção da Imagem de Estado Responsável.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimento Institucional; • Integração governamental e com governanças; • Produção de banco de dados; • Organização no desenvolvimento das ações.
Produtos e Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Produto: Processo articulado de avaliação e monitoramento do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre 2015-2020. • Resultado: Desenvolvimento sustentável do turismo no Estado do Acre e objetivação do posicionamento do mercado em 2020.
Linhas de Produto Relacionadas	Todas
Prazo de Execução	Prazo de execução do Plano (2015-2020)

Cronograma Geral das Ações

Nº Plano	Plano Operacional	Nº Ação	Ação	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6
P.1	Plano Operacional de Fortalecimento Institucional	A.1.1	Qualificação da gestão pública de Turismo						
P.1		A.1.2	Fortalecimento do Conselho Estadual de Turismo - CET						
P.1		A.1.3	Fortalecimento das entidades de classe do Turismo						
P.1		A.1.4	Instituição de fórum de discussão sobre o Enoturismo						
P.1		A.1.5	Contratação de consultoria especializada para suporte técnico à execução do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Acre						
P.1		A.1.6	Inserção dos temas turismo, patrimônio cultural e natural no currículo do ensino médio						
P.1		A.1.7	Promoção de campanha de educação ambiental sobre resíduos sólidos						
P.1		A.1.8	Criação de metodologia de avaliação e monitoramento de impactos socioambientais turísticos e capacitação das gestões municipais						
P.1		A.1.9	Revisão e execução do uso público do Parque Nacional Serra do Divisor						
P.1		A.1.10	Revisão e execução do uso público do Parque Estadual Chandless						
P.1		A.1.11	Elaboração de estudo viabilidade de técnica para inserção do Turismo no SISA						

Continua



Nº Plano	Plano Operacional	Nº Ação	Ação	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6
P.2	Plano Operacional de Planejamento e Posicionamento de Mercado	A.2.1	Gestão da imagem e marca turística do Acre (branding)						
P.2		A.2.2	Inteligência competitiva para o turismo no Acre						
P.3	Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada do Turismo	A.3.1	Capacitação empresarial e profissional para o Turismo						
P.3		A.3.2	Capacitação em Ecoturismo e Turismo de Aventura						
P.3		A.3.3	Criação de curso audiovisual a ser oferecido em aldeias indígenas com atividade de Enoturismo						
P.3		A.3.4	Implantação de projeto “Vivências no Acre”						
P.3		A.3.5	Elaboração e implantação de plano museológico						
P.3		A.3.6	Implantação de projeto de fortalecimento da Gastronomia						
P.3		A.3.7	Implantação do programa “Barco Legal”						
P.3		A.3.8	Levantamento e divulgação de boas práticas em Turismo						
P.3		A.3.9	Capacitação e qualificação do Turismo de Base Comunitária						

Continua



Nº Plano	Plano Operacional	Nº Ação	Ação	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6
P.3	Plano Operacional de Qualificação dos Serviços e da Produção Associada do Turismo	A.3.10	Fomentar a mobilização e organização de redes e coletivos de Artesanato						
P.3		A.3.11	Desenvolver e aperfeiçoar o Artesanato acreano						
P.3		A.3.12	Elaboração participativa de roteiros turísticos						
P.4	Plano Operacional de Empreendedorismo e Atração de Investimentos	A.4.1	Elaboração de estudo de viabilidade técnica, econômico-financeira e ambiental						
P.4		A.4.2	Criação de Lei Estadual de incentivo ao Turismo						
P.4		A.4.3	Mapeamento e divulgação de oportunidades de negócios turísticos						
P.4		A.4.4	Realização de concurso e atividades sobre Turismo Criativo						
P.5	Plano Operacional de Infraestrutura Turística	A.5.1	Implantação de projeto piloto de saneamento alternativo						
P.5		A.5.2	Implantação de sinalização turística (trilingue) rodoviária nos Polos Vale do Acre e Vale do Juruá.						

Continua

Nº Plano	Plano Operacional	Nº Ação	Ação	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6
P.5	Plano Operacional de Infraestrutura Turística	A.5.3	Implantação de local adequado para armazenamento temporário de resíduos sólidos em comunidades com atividades turísticas consolidadas;						
P.5		A.5.4	Melhoria e remodelação dos postos de informações;						
P.5		A.5.5	Ampliação das condições de uso do Sítio Histórico de Quixadá e Pousada Ecológica Seringal Cachoeira						
P.5		A.5.6	Implantação do Complexo de Observação De Geoglifos						
P.5		A.5.7	Restauro da estrutura arquitetônica e requalificação do uso turístico da Casa Branca						
P.5		A.5.8	Requalificação e complementação da infraestrutura de parques urbanos						
P.5		A.5.9	Implantação de estações fluviais turísticas						
P.5		A.5.10	Construção de centro de eventos e convenções em Rio Branco						
P.5		A.5.11	Requalificação dos mercados públicos						
P.5		A.5.12	Implantação de sinalização turística interpretativa						
P.5		A.5.13	Requalificação da Casa do Artesão						
P.5		A.5.14	Formação de equipe técnica para elaboração de projetos de captação de recursos						
P.5		A.5.15	Implantação da Casa do Turista						
P.5		A.5.16	Requalificação Igarapé Preto						
P.5		A.5.17	Estrutura de apoio à visitação (turismo religioso) e reforma do Santuário da Santa Alma do Bom Sucesso em Assis Brasil						
P.5		A.5.18	Centro de atendimento ao turista em Assis Brasil						
P.5		A.5.19	Estrutura de apoio à visitação (Turismo Religioso) e reforma do Santuário de São João do Guarani em Xapuri						
P.5		A.5.20	Implantação de Centro Cultural “Mirações”						

Continua

Nº Plano	Plano Operacional	Nº Ação	Ação	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6
P.6	Plano Operacional de Informações Turísticas	A.6.1	Realização de Pesquisas de Mercado sobre a atividade turística						
P.6		A.6.2	Orientação e incentivo à elaboração de Inventários Turísticos Municipais Participativos						
P.7		A.7.1	Promoção e divulgação do Destino Acre em Feiras e Eventos especializados						
P.7		A.7.2	Elaboração e produção de Guia Técnico da Oferta Turística das Linhas de Produtos						
P.7		A.7.3	Elaboração e produção de Linha de Material Promocional						
P.7		A.7.4	Elaboração e produção de Calendário Oficial de Eventos						
P.7		A.7.5	Implementação de ações de Marketing Digital						
P.7		A.7.6	Criação e disponibilização de Banco de Imagens Turísticas						
P.7		A.7.7	Implantação de programa de viagens de familiarização “Experience Trip”						
P.7		A.7.8	Realização de Rodadas e Encontros de Negócios Turísticos						
P.7		A.7.9	Criação e realização do evento “Acre Week”						
P.7		A.7.10	Elaboração e produção de showcase do Destino Acre						
P.7		A.7.11	Fomentar ações de marketing cooperado com foco na “Rota Turística Internacional Pantanal-Amazônia-Andes-Pacífico”						
P.8	Plano Operacional de Monitoramento	A.8.1	Monitoramento e Avaliação						
Número de Ações por Ano				22	21	12	5	3	0
Total de Ações				63					

Anexo 1

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Acre

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Hierarquia
Rio Branco	Arena da Floresta	Atrativo Esportivo	3	8	6	10	27	1,4	II
	Biblioteca Pública	Atrativo Cultural	6	12	6	10	34	1,7	II
	Biblioteca da Floresta	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Catedral N. Sra. de Nazaré	Atrativo Cultural	3	12	3	10	28	1,4	II
	Casa dos Povos da Floresta	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	Casa do Artesão	Atrativo Cultural	3	12	3	10	28	1,4	II
	Cine Teatro Recreio	Atrativo Cultural	3	12	3	10	28	1,4	II
	Complexo Calçadão da Gameleira	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	Complexo Peixes da Amazônia	Atrativo Técnico	6	8	3	20	37	1,9	III
	Geoglifos	Atrativo Cultural	9	8	6	30	53	2,7	IV
	Igrejinha de Ferro	Atrativo Cultural	3	4	3	10	20	1,0	II
	Cacimbão da Capoira	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	APA do Amapá	Atrativo Natural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Memorial dos Autonomistas	Atrativo Cultural	3	12	6	20	41	2,1	III
	Novo Mercado Velho	Atrativo Cultural	6	12	9	10	37	1,9	III
	Museu da Borracha	Atrativo Cultural	6	12	3	20	41	2,1	III
	Palácio Rio Branco	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Parque Horto Florestal	Atrativo Natural	3	8	6	10	27	1,4	II
	Parque Ambiental Chico Mendes	Atrativo Cultural	3	12	9	10	34	1,7	II
	Parque da Maternidade	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	Parque Urbano Capitão Ciríaco	Atrativo Natural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Parque Zoobotânico	Atrativo Natural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Parque São Francisco	Atrativo Natural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Parque do Tucumã	Atrativo Cultural	3	12	3	10	28	1,4	II
	Praça de Revolução	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Praça dos Povos da Floresta	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III

Continua

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Acre

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Hierarquia
Rio Branco	Praça da Juventude	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	Sala de Paleontologia da UFAC	Atrativo Cultural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Passarela Joaquim Macedo	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Teatro Plácido de Castro	Atrativo Cultural	6	12	6	10	34	1,7	II
	Theatro Hélio Melo	Atrativo Cultural	6	12	3	10	31	1,6	II
	Usina de Artes João Donato	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Praça Eurico Gaspar Dutra	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Sociedade Recreativa Tentamen	Atrativo Cultural	6	12	3	20	41	2,1	III
	Culturas Ayahuasqueiras	Atrativo Cultural	9	4	9	30	52	2,6	IV
	O Casarão	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	III
	Sítio Histórico Quixadá	Atrativo Cultural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Rio Acre	Atrativo Natural	3	12	3	20	38	1,9	III
	Arraial Cultural	Eventos	9	12	6	20	47	2,4	III
	Carnaval	Eventos	3	12	3	10	28	1,4	II
	Festival Pachamama	Eventos	6	8	9	20	43	2,2	III
	Círio de Nazaré	Eventos	6	12	3	10	31	1,6	III
	ExpoAcre	Eventos	3	12	6	10	31	1,6	III
	Parada do Orgulho LGBT	Eventos	3	12	6	10	31	1,6	III
Assis Brasil	Marco Rondon	Atrativo Natural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Monumento da Integração	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Santuário Alma do Bonsucesso	Atrativo Cultural	3	4	3	10	20	1,0	II
	Ponte Internacional Brasil-Peru	Atrativo Cultural	0	8	3	10	21	1,1	II
	Igreja N. Sra. do Perpétuo Socorro	Atrativo Cultural	0	8	0	10	18	0,9	II
	Festa de N. Sra. do Perpétuo Socorro	Atrativo Cultural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Romaria ao Santuário Alma do Bonsucesso	Atrativo Cultural	6	4	3	20	33	1,7	II

Continua

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Acre

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Hierarquia
Brasiléia	Memorial Wilson Pinheiro	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Trilha Chico Mendes	Atrativo Natural	6	4	3	20	33	1,7	II
	Parque Ecológico Nordesta	Atrativo Natural	0	4	3	10	17	0,9	II
	Parque Centenário	Atrativo Natural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Praça Hugo Poli	Atrativo Cultural	0	8	0	0	8	0,4	I
	Ponte Binacional Wilson Pinheiro	Atrativo Cultural	0	4	3	10	17	0,9	II
	Santuário de São Francisco	Atrativo Cultural	0	4	3	10	17	0,9	II
	Igreja N. Sra. das Dores	Atrativo Cultural	0	4	3	10	17	0,9	II
Epitaciolândia	Carnavale	Eventos	6	12	6	10	34	1,7	II
	Zona Franca Brasil/Bolívia	Atividade Econômica	3	8	6	10	27	1,4	II
	Praça Brasil/Bolívia	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Parque Municipal Wilson Pinheiro	Atrativo Cultural	0	0	0	10	10	0,5	I
	Orquidário Bei Fiori	Atividade Econômica	3	4	3	10	20	1,0	II
	Explôndia	Eventos	6	8	6	10	30	1,5	II
Xapuri	Igreja São Sebastião	Atrativo Cultural	3	8	6	10	27	1,4	II
	Rua do Comércio	Atrativo Cultural	0	8	0	10	18	0,9	II
	Rio Acre	Atrativo Natural	3	4	0	20	27	1,4	II
	Fabrica de Preservativos Natex	Atrativo Técnico	3	8	6	20	37	1,9	III
	Fundação Chico Mendes	Atrativo Cultural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Centro de Memória Chico Mendes	Atrativo Cultural	9	8	6	30	53	2,7	IV
	Museu Casa Branca	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Museu do Xapury	Atrativo Cultural	3	4	3	10	20	1,0	II
	Túmulo de Chico Mendes	Atrativo Cultural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Seringal Cachoeira	Atrativo Natural	9	8	6	30	53	2,7	IV
	Memorial do Seringueiro	Atrativo Cultural	0	8	3	10	21	1,1	II
	Festa de São Sebastião	Eventos	6	8	3	10	27	1,4	II
	Festa de São João do Guarany	Eventos	3	4	3	10	20	1,0	II

Continua

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Acre

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Hierarquia
Capixaba	Geoglifos	Atrativo Cultural	6	4	3	20	33	1,7	II
	Centro de Artesanato da Floresta	Atrativo Cultural	3	8	3	10	24	1,2	II
	ExpoCapixaba	Eventos	3	8	3	10	24	1,2	II
	Fábrica de Doces Regionais	Atividade Econômica	3	8	3	10	24	1,2	II
Senador Guiomard	ExpoQuinari	Eventos	3	8	3	10	24	1,2	II
	Festa N. Sra. das Graças	Eventos	0	8	3	10	21	1,1	II
	Quinari Folia	Eventos	0	8	3	10	21	1,1	II
Plácido de Castro	Praça dos Seringueiros	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Igreja Bom Jesus do Abuña	Atrativo Cultural	3	4	3	10	20	1,0	II
	Rio Acre	Atrativo Natural	3	4	3	10	20	1,0	II
	Rio Abuña	Atrativo Natural	3	4	0	10	17	0,9	II
	Parque Ecológico Plácido de Castro	Atrativo Natural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Praia do Caruta	Atrativo Natural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Festa de Bom Jesus do Abuña	Eventos	3	4	3	10	20	1,0	II
	Festival de Praia da Independência	Eventos	0	4	0	10	14	0,7	I
Porto Acre	Sitio Histórico Seringal Bom Destino	Atrativo Cultural	6	4	3	30	43	2,2	III
	Sala de Memória de Porto Acre	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Obelisco	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Platô	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Árvore Mangabeira	Atrativo Natural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Rio Acre	Atrativo Natural	6	8	3	10	27	1,4	II
	Festival da Melancia	Eventos	0	8	3	10	21	1,1	II
Sena Madureira	Centro Cultural	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Marco Comemorativo (1904)	Atrativo Cultural	0	4	0	10	14	0,7	I
	Parque Municipal Macári Lopes	Atrativo Natural	3	4	0	10	17	0,9	II
	Museu Municipal	Atrativo Cultural	3	4	3	10	20	1,0	II
	AgroPurus	Eventos	3	4	3	10	20	1,0	II

Continua

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Acre

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Conclui
									Hierarquia
Sena Madureira	Rio Iaco	Atrativo Cultural	3	0	0	10	13	0,7	I
	Parque Estadual Chandless	Atrativo Natural	9	4	3	30	46	2,3	III
	Festival do Peixe/Mandim	Eventos	3	4	0	10	17	0,9	I
	Resex Cazumbá-Iracema	Atrativo Natural	9	4	3	20	33	1,8	III

Fonte: Pesquisa de campo, 2014. PDTIS, 2010. Acre em Números 2013. Elaboração própria

Legenda: AT - Grau de Atratividade / A - Condições de Acesso / U - Condições de Uso / VI - Valor Intrínseco

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Juruá

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Hierarquia
Cruzeiro do Sul	Igarapé Preto	Atrativo Natural	6	8	3	10	27	1,4	I
	Balneário Canela Fina	Atrativo Natural	3	8	3	10	20	1,2	I
	Parque Nacional da Serra do Divisor (parte)	Atrativo Natural	9	8	6	30	53	2,7	IV
	Encontro dos rios Môa e Juruá	Atrativo Natural	6	4	3	10	23	1,2	II
	Estação do Porto	Atrativo Cultural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Rio Croa	Atrativo Natural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Rio Juruá	Atrativo Natural	3	8	6	20	37	1,9	III
	Rio Valparaíso	Atrativo Natural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Catedral N. Sra. da Glória	Atrativo Cultural	6	12	6	20	44	2,2	III
	Museu José Augusto	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	Teatro Náuas	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	Marchetaria Maqueson Pereira	Atrativo Cultural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Casa do Artesão	Atrativo Cultural	6	8	6	20	40	2,0	III
	Novenário N. Sra. da Glória	Eventos	6	12	6	20	44	2,2	III
	ExpoAcre Juruá	Eventos	3	12	6	10	31	1,6	II
	Polo Naval	Atividade Econômica	6	8	6	20	40	2,0	III
	Polo Moveleiro	Atividade Econômica	3	12	6	10	27	1,6	II
	Biblioteca Pública	Atrativo Cultural	3	12	9	10	34	1,7	II
	Culturas Ayahuasqueiras	Atrativo Cultural	9	8	9	30	52	2,8	IV

Continua

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Juruá

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Hierarquia
Cruzeiro do Sul	Ponte da União	Atrativo Cultural	3	12	3	10	28	1,4	II
	Fabrica de Biscoitos de Goma	Atividade Econômica	6	12	6	10	34	1,7	II
	Casas de Farinha/Farinha de Cruzeiro do Sul	Atividade Econômica	6	12	6	10	34	1,7	II
	Mercado do Agricultor	Atividade Econômica	6	12	6	20	44	2,2	III
Mâncio Lima	Parque Nacional da Serra do Divisor (parte)	Atrativo Natural	9	8	6	30	53	2,7	IV
	Rio Japiim	Atrativo Natural	6	4	6	20	36	1,8	III
	Rio Moa	Atrativo Natural	6	4	6	20	36	1,8	III
	Terra Indígena Poyanawa	Atrativo Cultural	6	8	6	30	50	2,5	III
	Carnaval	Eventos	3	8	3	1	15	0,8	I
Rodrigues Alves	Rio Juruá	Atrativo Natural	3	8	6	20	37	1,9	III
	Parque Municipal	Atrativo Natural	3	4	0	10	17	0,9	II
	Rio Paraná Mouras	Atrativo Natural	3	4	3	10	20	1,0	II
Tarauacá	Praia de Tarauacá	Atrativo Natural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Rio Tarauacá	Atrativo Natural	6	8	3	10	27	1,4	II
	Festival do Abacaxi	Eventos	3	8	3	10	24	1,2	II
	Novenário de São Francisco	Eventos	3	8	3	10	24	1,2	II
	Festival Yawanawá	Atrativo Cultural	9	8	6	30	53	2,7	IV
	Festival Mariri	Atrativo Cultural	9	8	6	30	53	2,7	IV
	Teatro Municipal	Atrativo Cultural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Túmulo Amin Kontar	Atrativo Cultural	3	8	3	20	34	1,7	II
Feijó	Praia da Mangueira	Atrativo Natural	3	8	3	10	24	1,2	II
	Festival de Praia	Eventos	6	8	3	10	27	1,4	II
	Festival do Açaí	Eventos	6	12	3	10	31	1,6	II

Continua

Hierarquização dos Atrativos – Vale do Juruá

Conclui

Destino	Atrativos Turísticos	Tipologia	AT	A	U	VI	Soma	Índice	Hierarquia
Feijó	Festa do Peão de Boiadeiro	Eventos	3	12	3	10	28	1,4	II
	Terra Indígena Katukina-Kaxinawá	Atrativo Cultural	6	8	3	20	37	1,9	III
	Parque do Buritizal	Atrativo Cultural	3	12	6	10	31	1,6	II
	Novenário N. Sra. do Perpétuo Socorro	Eventos	6	12	6	10	34	1,7	II
Jordão	Festival Huni Kuin Xinã Bena	Atrativo Cultural	9	4	9	30	53	2,6	IV
	Resex Alto Tarauacá	Atrativo Natural	6	4	3	20	33	1,7	II
Marechal Thaumaturgo	Igarapé Braço Esquerdo	Atrativo Natural	3	4	3	10	20	1,0	II
	Povo Ashaninka do Rio Amônia	Atrativo Cultural	9	4	9	30	53	2,6	IV
	Rio Amônia	Atrativo Natural	6	8	3	20	33	1,9	II
	Rio Juruá	Atrativo Natural	6	8	6	20	40	2,0	III

Fonte: Pesquisa de campo, 2014. PDTIS, 2010. Acre em Números 2013. Elaboração própria

Legenda: AT - Grau de Atratividade / A - Condições de Acesso / U - Condições de Uso / VI - Valor Intrínseco

Referências

- BACELLAR FILHO, Romeu. **Direito Administrativo**. 4. Ed. Saraiva. São Paulo, 2006
- BOULLÓN, R.C. **Planejamento do espaço turístico**. Trad. Josely Vianna Baptista. EDUSC. Bauru, 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: roteirização turística**. Módulo operacional 7. Brasília: 2007.
- _____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil. Brasília: SNPT-MTur, Brasília: 2005. _____. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: **Marcos Conceituais**. Programa de Regionalização do turismo. Brasília: 2004.
- _____. Ministério do Turismo. **Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: Instrumento de Pesquisa**. Brasília: 2006
- _____. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo. Brasília: 2006.
- _____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil**. Módulo3: Institucionalização da Instância de Governança Regional, SNPT-MTur. Brasília: 2007.
- _____. Ministério do Turismo. **Programa de Qualificação a distância para o desenvolvimento do turismo: roteirização, promoção e apoio a comercialização**, 2008.
- _____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília: 2013.
- _____. Ministério do Turismo. **Plano Aquarela 2020: marketing turístico internacional do Brasil**. Brasília: 2009.
- CNTUR, Confederação Nacional do Turismo; SEBRE, Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE. **Pesquisa Perfil do Turista e dos Segmentos de Oferta**. 2012.
- COOPER, C. et al. **Turismo: princípios e práticas**. 3 Ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- CUNHA, D. M. **As Metamorfoses dos Discursos e Interesses em Torno da Construção da Rodovia Interoceânica Brasil/Peru**. Dissertação – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PROPEG) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPG-MDR) - Curso de Mestrado – Universidade Federal do Acre, 2009.
- GOVERNO DO ESTADO DO ACRE. **Acre em números 2013**. Rio Branco, 2014.
- _____. Fundação de Tecnologia do Estado do Acre. **Atlas do Estado do Acre**. Rio Branco, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2007**. Rio de Janeiro, 2010.

_____. **Síntese de Indicadores Sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira 2013**. Rio de Janeiro, 2013.

_____. **Atlas de Saneamento 2011**. Rio de Janeiro: IBGE, 2011

_____. **Pesquisa Nacional de Saneamento Básico 2008**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.

IGNARRA, L.R. **Fundamentos do turismo**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

_____. **Cadeia Produtiva do Turismo: estudo sobre as regiões turísticas do estado**. IPARDES, Curitiba : IPARDES, 2008

INVERSINI, A.; CANTONI, L.; BUHALIS, D. **Destinations information competition and web reputation**. Information Technology & Tourism, Vienna, v. 11, n. 3, 2009, p. 221-234.

KOTLER, Philip BOWEN, John; MAKENS, James; RUFÍN MORENO, Ramón y REINA PAZ, Maria Dolores. **Marketing para turismo**. Madrid: Pearson Prentice Hall, Madrid, 2003.

LITTLE, P.E. **Gestão territorial em terras indígenas: definição de conceitos e proposta de diretrizes**. Relatório para a Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Recursos Naturais do Acre. Rio Branco, 2006.

LEMOS, Leandro de. **O Valor Turístico na Economia da Sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005

OOSTEN, Cora Van. **Fronteras que se descoloran? Desarrollo local y alianzas interfronterizas em el sudoeste de la Amazonía**. Disponível em <<http://www.bolpress.com/art.php?-Cod=2009080601>>. Acesso em 18 set. 2014.

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **RELATÓRIO DO DESENVOLVIMENTO HUMANO 2014: Sustentar o Progresso Humano: Reduzir as Vulnerabilidades e Reforçar a Resilência**. New York, 2014

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável a proteção do meio ambiente**. 13.ed. Campinas: Papirus, 2006.

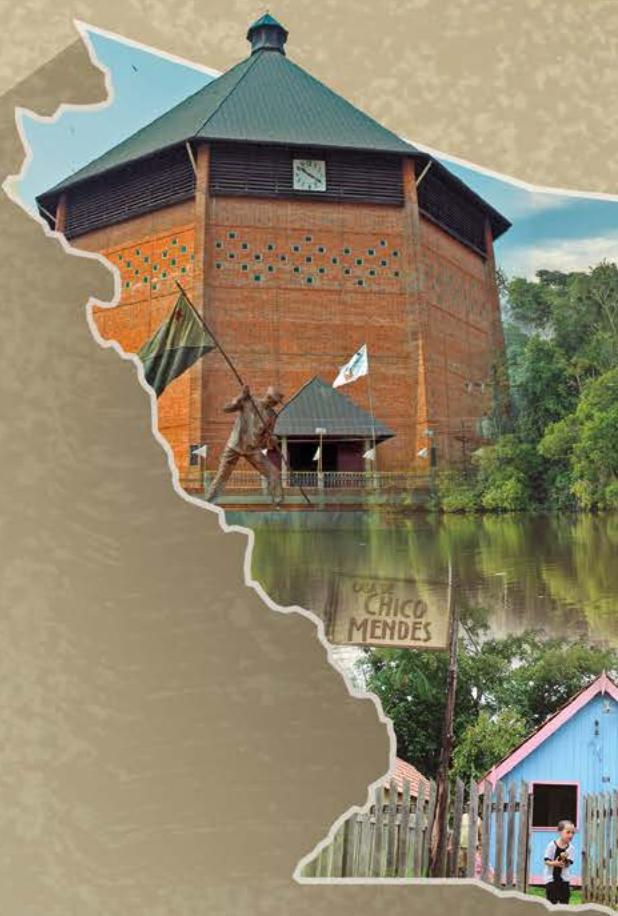
SEGALA, L. V. **Gastronomia e Turismo Cultural. Revista Turismo**. Disponível desde outubro de 2003 em: <<http://www.revistaturismo.com.br/materias especiais/gastronomia.html>>. Acesso em 20 set. 2014

World Economic Forum. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013**. Genebra, 2014.

SEMA, Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Recursos Naturais. **Zoneamento Ecológico-Econômico do Acre Fase II Documento Síntese** - escala 1:250.000 – Rio Branco: 2006.

VALLS, J. Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

_____. **Guia para o uso da terra acreana com sabedoria: Resumo educativo do Zoneamento Ecológico-Econômico do Acre: fase II**. Rio Branco, 2006.



 **BNDES**
o banco nacional
do desenvolvimento

Novo Acre 
Governo parceiro, povo empreendedor.

Secretaria de Estado de
Turismo e Lazer - SETUL