

PROPOSTA DE CRIAÇÃO

ADETUR

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO DA MACRORREGIÃO NORTE

AMAZÔNIA

ACRE – AMAZONAS – AMAPÁ – RONDÔNIA – RORAIMA – PARÁ – TOCANTINS

CARTA DE MACAPÁ

- 1. Buscar uma Ação Integrada de Promoção e Apoio a Comercialização Nacional e Internacional (Calendários MTUR e Embratur).**
- 2. Unir esforços e iniciativas para a criação do *Hub* Aéreo da AMAZONIA.**
- 3. Desenvolver Pacotes Turísticos na Região com ações de apoio a sua comercialização.**
- 4. Apoiar o Projeto SEBRAE de Integração do Turismo da Região Norte (em curso).**
- 5. Articular junto aos Parlamentares e as Comissões de Turismo do Congresso Nacional emendas para alavancar o Prodetur Nacional NORTE.**
- 6. Implantar a Agencia de Desenvolvimento do Turismo da Macro Região Norte.**
- 7. Buscar uma Ação Integrada de Promoção e Apoio a Comercialização Nacional e Internacional (Calendários MTUR e Embratur).**
- 8. Unir esforços e iniciativas para a criação do *Hub* Aéreo da AMAZONIA.**
- 9. Desenvolver Pacotes Turísticos na Região com ações de apoio a sua comercialização.**
- 10. Apoiar o Projeto SEBRAE de Integração do Turismo da Região Norte (em curso).**
- 11. Articular junto aos Parlamentares e as Comissões de Turismo do Congresso Nacional emendas para alavancar o Prodetur Nacional NORTE.**
- 12. Implantar a Agencia de Desenvolvimento do Turismo da Macro Região Norte.**

1º eixo - GESTÃO

- Programas de sensibilização do trade em cada Estado, envolvimento direto do Governador(a);
- Pesquisas de opinião nos principais mercados emissores (SP-capital e Interior; Rio, BH, Brasília);
- Assessoria jurídica para criação da ADETUR;
- Seminários de apoio à criação da ADETUR;
- Recursos físicos e humanos da estrutura da ADETUR ;
- Articulação com projetos em andamento, tais como, PRODETUR, SEBRAE, Banco da Amazônia, etc;

2ª eixo – Comercialização de roteiros integrados (1)

- Parceria com Braztoa para inserção do produto na cadeia de comercialização do turismo doméstico;
- Apoio à comercialização de roteiros integrados e segmentados de turismo de lazer;
- Estratégias de comercialização – workshops e alguns eventos de calendário oficial;
- Produção de material promocional dos roteiros integrados para operadores de turismo;

2ª eixo – Comercialização de roteiros integrados (2)

Objetivos Específicos

- Aumentar o “market share” da Amazônia no mercado doméstico;
- Desenvolver pesquisas junto aos operadores – locais e nacionais – e junto a turistas para fazer constantes monitoramentos sobre a qualidade do produto e a facilidade de compra;

2ª eixo – Comercialização de roteiros integrados (3)

Pesquisa feita no 29º. Encontro Comercial Braztoa aponta que:

- Dos catálogos das operadoras entregues na “mala Braztoa” para 2.500 agentes de viagens, a Região Norte aparecia em somente 5 operadoras;
- Dessas 5, os produtos apresentados de forma tímida são:
 - Jalapão;
 - Hotéis de Selva (Ariaú, Tiwa Lodge, Ecopark – AM);
 - Belém e Ilha de Marajó;
 - Parintins;
 - Pico da Neblina;

2ª eixo – Comercialização de roteiros integrados (4)

- Pacotes em geral:
Entre R\$ 1.800,00 a R\$ 5.500,00 – somente terrestre;
Entre 3 e 5 noites;

- Observação de operadoras:
 - Dificuldades em manter regularidade na operação;
 - Dificuldade em negociar preço;
 - Dificuldade no preço do aéreo;

3º eixo - Captação de eventos

- Turismo de eventos como fomento aos roteiros integrados;
- Fortalecimento da estrutura de eventos da região;
- Capacitação dos receptivos de turismo de eventos;
- Seminários de mobilização dos captadores locais de eventos;
- Pesquisas de eventos - prospects;
- Fam tours de pessoas de decisão de eventos nacionais e regionais;
- Produção de material promocional para planejadores de eventos;

4º eixo - Promoção conjunta

(1)

- Contratação de empresas de assessoria de imprensa;
- Fam trips coordenados;
- Participação conjunta em feiras de turismo de calendário;
- Realização de workshops em regime de cooperados nos principais mercados emissores;
- Realização de campanhas publicitárias nos mercados alvos;
- Utilização do site para divulgação de roteiros turísticos, captação de eventos, campanhas promocionais, etc.

4º eixo - Promoção conjunta

(2)

- Oportunidade!
 - Produto de tema forte - Amazônia;
 - Grande interesse do mercado internacional;
 - Campanha Amazônia – maior maravilha da natureza;