ANCHIETA

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

2027 – 2030

Onde história, fé e natureza se encontram.

Novembro de 2026

lab turismo CONSULTORIA
fortalece turismo
SETUR SECRETARIA DE TURISMO
PREFEITURA DE ANCHIETA ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SEBRAE

Plano Municipal de Turismo de Anchieta 2027–2030

Dezembro de 2026

REALIZAÇÃO

SEBRAE ES – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Pedro Gilson Rigo	Superintendente
José Eugenio Vieira	Diretor de Atendimento
Euripedes Santos Pedrinha Filho	Diretor Técnico
Ivair Segheto Junior	Gerente da Unidade Regional Sul
Edlaine Braga	Coordenadora SEBRAE Guarapari

Prefeitura Municipal de Anchieta

Leonardo Antonio Abrantes	Prefeito
Renato Lorencini	Vice Prefeito
Caio Mozer	Secretário Municipal de Turismo
Claudio Calais	Gerente de desen. Turístico
Ana Lúcia P. S. Gozzer	Coord. Projetos e Programas

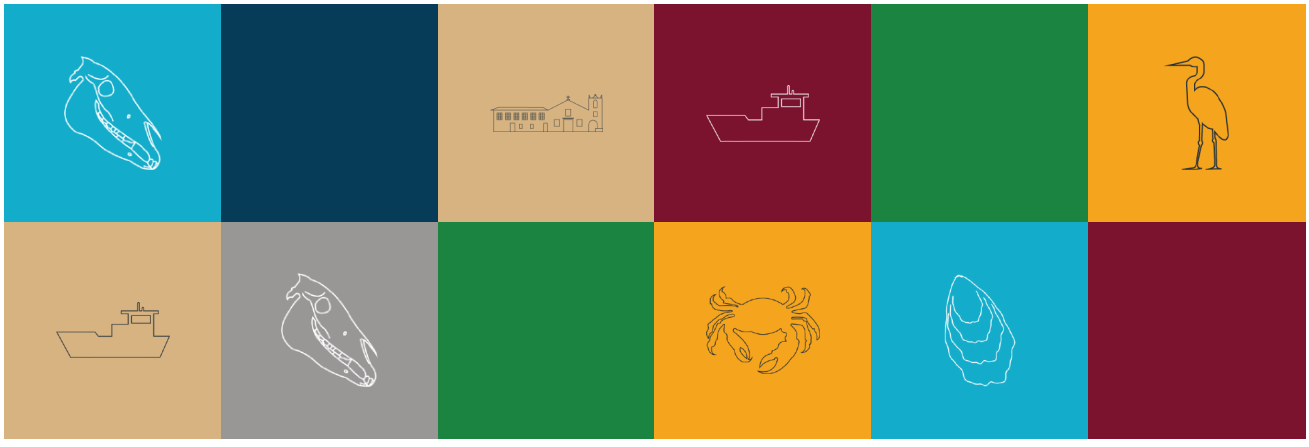
Lab Turismo Consultoria

Richard Alves	Diretor Executivo
Ana Gabriela Galante	Diretora Técnica
Thaís Pichi	Diretora de Gestão
Dandara Medeiros	Consultora de Projetos
Patrícia Felix	Consultora de Projetos

Participantes do Programa Fortalece Turismo – Anchieta/ES

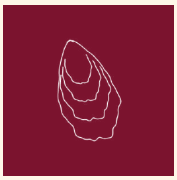
Este documento foi construído de forma participativa por meio do Programa Fortalece Turismo, com o envolvimento de representantes do setor público, iniciativa privada e comunidade, selecionados para garantir a diversidade dos segmentos ligados ao turismo. Apresenta-se a seguir relação das lideranças que contribuíram para este processo.

- Ademar Machado da Costa
- Aline Costa Cypriano
- Ana Lucia Pereira dos Santos Gozzer
- Caio Mozer
- Claudio Calais
- Edlaine Braga
- Elisa Quadros
- Eliza Aparecida Venzi Gonçalves
- Fabiana Fernanda de Oliveira Bezerra Macedo
- Fernanda Lopes de Mattos
- Ivan Petri Florentino
- Jose Alberto de Oliveira Santiago
- Juliane Maria Santos Machado
- Kênia Márcia dos Reis Mota
- Leovegildo Junius Brandão Simões
- Luana de Barros Ferreguette
- Ludmila Simões Barros Rangel
- Marcia de Souza Coutinho
- Maria Madalena Marques de Oliveira
- Mercedes Falchetto Antoniazzi
- Patrícia Côrtes Costa
- Rafaela Pinto Purificação Raimundo
- Nonato Resende
- Renata Genevieve Rocha Rosa
- Rozinere Bernardi
- Sebastiana Esquincalha
- Tiago da Costa Pereira
- Willian Brandão
- Zaira de Andrade Paiva





Falésias de Mãe-Bá. Foto: Setur Anchieta, 2026.



MANIFESTO

Antes de ser nome de santo, Anchieta foi Reritiba: lugar de muitas ostras. Aqui, o mar alimenta, o rio guarda e a fé atravessa cinco séculos. Aqui, a história não ficou no museu: sai às ruas no Jaraguá, canta no jongo, chega à mesa na moqueca e na massa de família.

Anchieta não se visita de passagem. Anchieta se conhece por dentro.

MENSAGEM DO SUPERINTENDENTE DO SEBRAE ES

“O futuro do turismo se constrói com planejamento, história e sustentabilidade.



Anchieta vive um momento decisivo de transição socioeconômica e fortalecimento de sua identidade territorial. Conhecida por sua riqueza histórica ligada a José de Anchieta, pela beleza de seu litoral e pela força de suas comunidades rurais e pesqueiras, a cidade vem demonstrando que o turismo é um dos pilares mais promissores para o seu desenvolvimento sustentável.

O lançamento e a implementação do Plano Municipal de Turismo representam um divisor de águas nesse percurso. Planejar o turismo não significa apenas atrair mais visitantes; significa organizar a infraestrutura urbana e rural, qualificar a mão de obra local, preservar o patrimônio histórico e ambiental e, sobretudo, gerar oportunidades reais de trabalho e renda para os pequenos negócios do município.

No Sebrae/ES, acreditamos que o turismo inteligente e transformador nasce da governança participativa. Quando o poder público, a iniciativa privada e a comunidade se unem em torno de diretrizes bem definidas, o município ganha em competitividade e maturidade de mercado. Anchieta tem nas mãos uma oportunidade única: integrar a rota do turismo religioso, gastronômico e de natureza, consolidando-se como um destino autêntico e inesquecível.

Reafirmo o compromisso do Sebrae/ES em caminhar lado a lado com Anchieta nesse processo, oferecendo capacitação, suporte à inovação e inteligência de mercado. O futuro do turismo anchietense é promissor, e o planejamento de hoje é a garantia de uma economia mais forte, diversa e inclusiva para as próximas gerações.”

Pedro Rigo

Superintendente do SEBRAE ES



Gastronomia local (Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026) e Turismo de Base Comunitária em Belo Horizonte (Setur Anchieta, 2026).

MENSAGEM DO PREFEITO DE ANCHIETA

"A entrega do Plano Municipal de Turismo representa um marco importante para Anchieta e reafirma nosso compromisso com o desenvolvimento do município e a valorização de suas potencialidades.



Nosso município possui riquezas que o tornam especial: belas praias, paisagens naturais, patrimônio histórico, religiosidade, cultura e uma gastronomia que traduz a identidade capixaba. Valorizar esses atributos é reconhecer nossa história e criar oportunidades para o futuro.

Acreditamos que o turismo, quando planejado de forma responsável, é capaz de movimentar a economia, gerar emprego e renda, fortalecer os empreendedores locais e melhorar a qualidade de vida da população.

A construção deste Plano, resultado da união de diferentes atores, demonstra que o desenvolvimento do turismo depende de planejamento, diálogo e participação coletiva.

Seguiremos trabalhando para que Anchieta se consolide como um destino cada vez mais acolhedor, sustentável e preparado para receber seus visitantes, preservando aquilo que temos de mais valioso: nossa história, nossa cultura e a essência da nossa gente."

Leonardo Antônio Abrantes

Prefeito de Anchieta



Santuário Nacional de São José de Anchieta e Praia de Costa Azul em Iriri. Fotos: Setur Anchieta, 2026.

MENSAGEM DO SECRETÁRIO DE TURISMO DE ANCHIETA

"É com grande satisfação que apresentamos o Plano Municipal de Turismo de Anchieta, um importante instrumento de planejamento que orientará as ações para o fortalecimento do turismo em nosso município.



Sua construção foi realizada por muitas mãos, reunindo o poder público, o Conselho Municipal de Turismo, representantes do setor e a sociedade civil, em um esforço coletivo para pensar os caminhos e as oportunidades do nosso destino.

Anchieta possui uma riqueza singular, que reúne praias, montanhas, patrimônio histórico, religiosidade, cultura, gastronomia e tradições que expressam a identidade do nosso povo.

Nosso desafio é valorizar essas potencialidades e transformá-las em oportunidades, promovendo um turismo cada vez mais organizado, sustentável e capaz de gerar desenvolvimento econômico e social.

A entrega deste Plano representa um passo importante nessa caminhada e reafirma nosso compromisso com o futuro do turismo, fortalecendo Anchieta como destino e proporcionando novas oportunidades para nossa população."

Caio Mozer

Secretário Municipal de Turismo



Jaraguá no Centro Histórico (Setur Anchieta, 2026) e Praia da Areia Preta em Iriri (Renan Alves, 2026).

Sumário

Apresentação 11



CAPÍTULO 1
Sobre o Destino 13



CAPÍTULO 2
Análise da Situação Atual do Destino 17

- 2.1 Análise da Oferta Turística 19
- 2.2 Análise do Mercado Turístico 42
- 2.3 Análise da Governança Turística 62
- 2.4 Análise Estratégica 77



CAPÍTULO 3
Estratégia 2027–2030 85

- 3.1 Visão de Futuro 86
- 3.2 Mapa Estratégico 88
- 3.3 Detalhamento das Ações 91
- 3.4 Transformando Estratégia em Resultados 103



CAPÍTULO 4
Gestão e Implementação 105

- 4.1 Envolvimento das Partes Interessadas 106
- 4.2 Rotinas de Gestão 109
- 4.3 Estimativa de Investimento 110
- 4.4 Compromisso com a Implementação 112

Considerações Finais 113

Referências Bibliográficas 114

Fichas de Ação 117

Apresentação

O turismo desempenha um papel cada vez mais relevante no desenvolvimento dos territórios, contribuindo para a geração de oportunidades econômicas, a valorização da cultura local, a preservação do patrimônio e o fortalecimento da identidade das comunidades.

Em **Anchieta,** o turismo representa uma atividade estratégica para o desenvolvimento local e regional. Seus recursos naturais, culturais, históricos e humanos criam condições favoráveis para a atração de visitantes e a geração de benefícios para a população. Ao mesmo tempo, o crescimento da atividade exige planejamento, articulação entre diferentes atores e capacidade de adaptação às transformações do mercado turístico.

O presente **Plano Municipal de Turismo 2027-2030** é resultado de um processo participativo que reuniu representantes do poder público, iniciativa privada, entidades, instituições e lideranças locais em torno de um objetivo comum: construir uma visão compartilhada para o futuro do turismo e definir prioridades capazes de orien- tar seu desenvolvimento de forma organizada, competitiva e sustentável.

A construção deste plano ocorreu por meio do **Programa Fortalece Turismo**, metodologia desenvolvida pela Lab Turismo Consultoria que apoia destinos turísticos na análise da sua realidade, no fortalecimento da governança e na definição de estratégias para o desenvolvimento da atividade turística.

Ao longo da jornada, foram realizadas análises sobre a oferta turística, o mercado e a governança do destino, permitindo identificar potencialidades, desafios, oportunidades e prioridades para o turismo local. A partir dessas reflexões, foi construída uma Visão de Futuro compartilhada e definido um conjunto de ações estratégicas consideradas fundamentais para o fortalecimento do turismo nos próximos anos.

Mais do que um documento técnico, este plano deve ser compreendido como uma ferramenta de gestão e mobilização. Seu propósito é orientar decisões, apoiar investimentos, fortalecer a articulação entre os diferentes atores do turismo e criar condições para que o destino avance de forma consistente em direção aos objetivos definidos coletivamente.

O documento está organizado em **quatro partes complementares**. A primeira contextualiza a região turística os municípios que a integram. A segunda uma síntese da situação atual do turismo no município, contemplando aspectos relacionados à oferta turística, ao mercado e à governança. A terceira reúne o direcionamento estratégico construído para o território, incluindo a Visão de Futuro, o Mapa Estratégico, as ações prioritárias e os resultados esperados. Por fim, a quarta etapa propõe alguns mecanismos de acompanhamento de sua implementação.

Ressalta-se que o sucesso deste plano dependerá da capacidade do destino de transformar as estratégias aqui apresentadas em ações concretas, mantendo o compromisso coletivo com a construção de um turismo cada vez mais organizado, sustentável e alinhado à identidade local.

Afinal, o turismo que desejamos para o futuro começa com as decisões que tomamos hoje.



Praia de Castelhanos. Foto: Setur Anchieta, 2026.



Santuário Nacional de São José de Anchieta. Foto: Setur Anchieta, 2026.

CAPÍTULO

1 Sobre o Destino

Localizado na **Região Turística da Costa e da Imigração**, no litoral sul do Espírito Santo, o município de Anchieta possui uma trajetória marcada pela antiga aldeia indígena de Reritiba, posteriormente estruturada como a Missão Jesuítica de Nossa Senhora da Assunção de Reritiba, e por sua forte ligação histórica com São José de Anchieta, padre jesuíta e missionário que viveu seus últimos anos e faleceu no território em 1597. Ao longo do tempo, a pesca, a agricultura familiar, o comércio, os serviços, a atividade industrial e o turismo contribuíram para a formação de sua economia e para a organização do território. Essa trajetória permanece expressa no patrimônio histórico e religioso, nas comunidades pesqueiras e rurais, nas manifestações culturais, no artesanato, na gastronomia e nas tradições locais. Somados à diversidade de praias, lagoas, falésias, rios e manguezais, esses elementos formam a identidade de Anchieta e sustentam seu desenvolvimento até os dias atuais.



LOCALIZAÇÃO DE ANCHIETA



Espírito Santo

23
praias

~30 km
de litoral

85 km
de Vitória

33.397
habitantes (2026)

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026, com base em dados geográficos do IBGE. Mapa redesenhado na identidade do Plano.

Com uma população estimada em **33.397 habitantes** em 2026, Anchieta apresenta uma economia diversificada, com destaque para as atividades industriais, o comércio, os serviços, a agricultura familiar, a pecuária e a pesca. Nesse contexto, o turismo assume importância crescente como alternativa de diversificação econômica, contribuindo para a geração de emprego, renda e oportunidades para empreendedores, produtores rurais, pescadores, artesãos e prestadores de serviços locais.

Ao longo dos anos, Anchieta consolidou **características que favorecem o desenvolvimento turístico**, reunindo 23 praias, lagoas, falésias, o Rio Benevente, manguezais preservados e paisagens rurais, além de um patrimônio histórico e religioso de relevância nacional, representado pelo Santuário Nacional de São José de Anchieta, pelas Ruínas do Rio Salinas, pelos poços jesuíticos e por outros espaços de memória e cultura. A identidade do município também se expressa na pesca artesanal, na agricultura familiar, no agroturismo, no artesanato e na gastronomia, com destaque para a moqueca capixaba, os frutos do mar e os produtos das agroindústrias locais.

Somam-se a esses diferenciais os eventos religiosos, culturais, gastronômicos e esportivos, como Os Passos de Anchieta, a Festa Nacional de São José de Anchieta, a Festa da Imigração Italiana e os festivais gastronômicos. Esses elementos fortalecem a identidade turística de Anchieta e ampliam sua capacidade de atrair visitantes inte- ressados em experiências autênticas, conectadas à natureza, à história, à fé, à cultura e aos modos de vida das comunidades locais.

No contexto da política nacional de turismo, conforme consulta ao Mapa do Turismo Brasileiro de 2026, Anchieta integra o instrumento na categoria

Município Turístico. Essa categoria reúne os municípios que dão identidade à região turística, concentram fluxo de visitantes e possuem os principais atrativos e serviços turísticos em relação aos municípios vizinhos. Como integrante da Região Turística da Costa e da Imigração, a classificação reconhece o protagonismo de Anchieta na dinâmica regional e orienta sua participação nas políticas públicas de estruturação, qualificação, promoção e desenvolvimento do turismo.

Embora o destino tenha avançado na diversificação de sua oferta, permanecem desafios relacionados à infraestrutura, acessibilidade, integração dos atrativos, qualificação dos serviços, promoção e comercialização. Ao mesmo tempo, a combinação entre litoral, fé, história, gastronomia, natureza e modos de vida locais oferece oportunidades para ampliar a permanência dos visitantes, reduzir a sazonalidade e distribuir os benefícios do turismo pelo território.

É nesse contexto que foi elaborado o presente **Plano Municipal de Turismo de Anchieta**. Mais do que um documento técnico, ele representa um instrumento de orientação para que o destino aproveite suas potencialidades, enfrente seus desafios e construa um modelo de desenvolvimento turístico alinhado à sua identidade e às expectativas da comunidade local.





Igreja Nossa Senhora da Assunção, Santuário Nacional de São José de Anchieta.
Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta.



Praia de Costa Azul em Iriri. Foto: Setur Anchieta, 2026.

CAPÍTULO

2 Análise da Situação Atual do Destino

O presente Plano Municipal de Turismo é resultado de um processo de planejamento construído a partir da **compreensão da realidade atual do território**. Antes de definir prioridades, estabelecer objetivos e propor ações para o futuro, foi necessário entender como o destino está organizado, quais são seus principais diferenciais e quais desafios precisam ser enfrentados para fortalecer o turismo.

As informações apresentadas neste capítulo são resultado da combinação entre análises técnicas, pesquisas documentais e contribuições dos diferentes atores envolvidos no turismo local. Ao longo do processo de construção deste plano, lideranças, empreendedores, representantes do poder público, entidades e demais participantes compartilharam conhecimentos, percepções e experiências que ajudaram a construir uma leitura mais ampla da realidade do destino.

Para facilitar essa análise, o diagnóstico foi estruturado a partir de três dimensões fundamentais para o desenvolvimento turístico: **Oferta Turística, Mercado Turístico e Governança Turística**. Essas dimensões representam, respectivamente, aquilo que o destino oferece aos visitantes, os públicos com os quais se relaciona e os mecanismos que permitem coordenar e implementar as ações necessárias para o desenvolvimento da atividade.

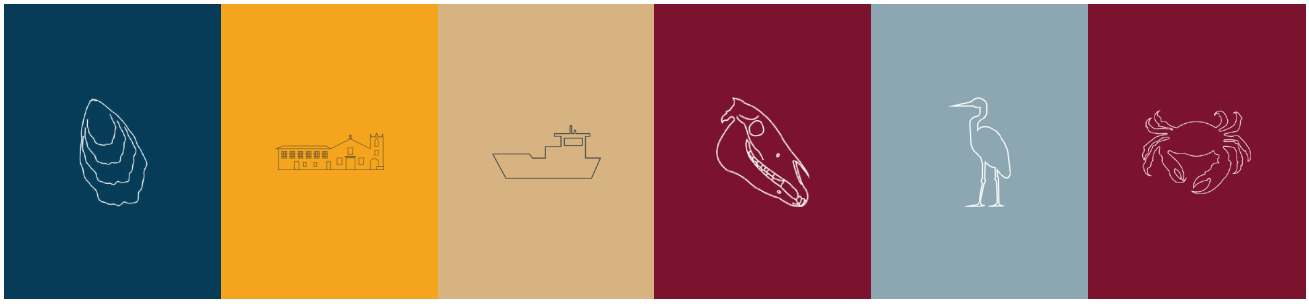


Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

Embora apresentadas separadamente, **essas dimensões são interdependentes**. Uma oferta turística qualificada precisa estar conectada aos interesses do mercado, enquanto ambos dependem de uma governança capaz de mobilizar atores, direcionar recursos e garantir a continui- dade das estratégias.

A partir da análise desses três pilares, foi possível identificar **potencialidades, desafios, oportunidades e aspectos que precisam ser fortalecidos** para ampliar a competitividade do destino. Essa compreensão integrada da realidade local fornece as bases necessárias para a definição da Visão de Futuro e das ações estratégicas apresentadas nos capítulos seguintes.

Mais do que apresentar um retrato da situação atual, este capítulo busca demonstrar os fatores que influenciam o desenvolvimento do turismo no território e justificar as escolhas estratégicas que orientam o Plano Municipal de Turismo de **Anchieta**.



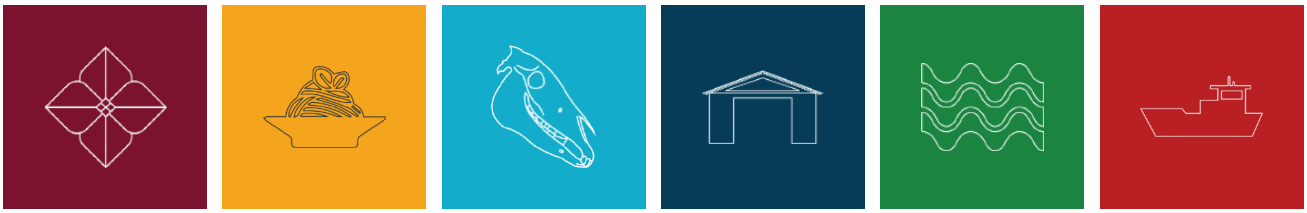
2.1 Análise da Oferta Turística

A oferta turística representa o conjunto de atrativos, produtos, serviços, equipamentos, infraestrutura e experiências disponíveis em um destino. É ela que dá forma à experiência dos visitantes e influencia diretamente a **capacidade do território de atrair turistas, gerar permanência, estimular o consumo local e fortalecer sua competitividade**.

Mais do que reunir recursos naturais ou culturais, uma oferta turística estruturada pressupõe **organização, qualidade e integração** entre seus diferentes componentes. Um destino pode possuir paisagens de destaque, patrimônio histórico relevante ou manifestações culturais expressivas, mas isso não garante, por si só, uma atividade turística consolidada. Para que o turismo aconteça de forma consistente, é necessário que esses recursos estejam acessíveis, organizados e conectados a serviços capazes de atender às necessidades dos visitantes.

Por essa razão, a análise da oferta turística não busca apenas identificar o que existe no território, mas compreender o nível de desenvolvimento dos seus principais componentes, seus diferenciais competitivos e os desafios que precisam ser enfrentados para ampliar a qualidade da experiência turística.

No processo de construção deste Plano Municipal de Turismo, a análise da oferta foi realizada a partir de **seis dimensões complementares**:



2.1.1 Meios de hospedagem

2.1.2 Gastronomia

2.1.3 Eventos geradores de fluxo

2.1.4 Guias e agências de turismo

2.1.5 Infraestrutura turística

2.1.6 Segmentos turísticos

Dimensões da Análise da Oferta Turística. Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

A partir dessa análise, foi possível identificar elementos já consolidados, oportunidades de fortalecimento e aspectos que merecem maior atenção nos próximos anos.
Os tópicos apresentados a seguir sintetizam os principais resultados obtidos durante esse processo e contribuem para compreender como a oferta turística do destino se relaciona com sua visão de futuro e com as estratégias propostas neste plano.

2.1.1 Meios de Hospedagem

Os meios de hospedagem constituem um dos principais componentes da oferta turística de um destino. Além de possibilitarem a permanência dos visitantes, influenciam diretamente sua experiência, seu tempo de estadia e o volume de recursos movimentados pela atividade turística. Uma rede de hospedagem diversificada, estruturada e alinhada à identidade local contribui para fortalecer a competitividade do destino e ampliar sua capacidade de atender diferentes perfis de turistas.

Atualmente, Anchieta conta com **20 meios de hospedagem com cadastro regular no Cadastur**, conforme consulta pública realizada em 7 de outubro de 2026. Para dimensionar a capacidade da oferta, o levantamento mais recente do **Observatório do Turismo de Anchieta**, realizado com uma amostra de 20 empreendimentos entre dezembro de 2025 e fevereiro de 2026, contabilizou **421 unidades habitacionais (UHs), 705 leitos e 17 áreas destinadas a camping.** Na amostra pesquisada, predominam as pousadas, que representam 55% dos estabelecimentos, seguidas pelos hotéis, com 30%, enquanto camping, hostel e pensão correspondem, individualmente, a 5%. Essa composição demonstra uma oferta diversificada, embora ainda concentrada nas tipologias tradicionais de pousadas e hotéis. Ressalta-se que os quantitativos de UHs e leitos representam a capacidade identificada na amostra do Observatório.

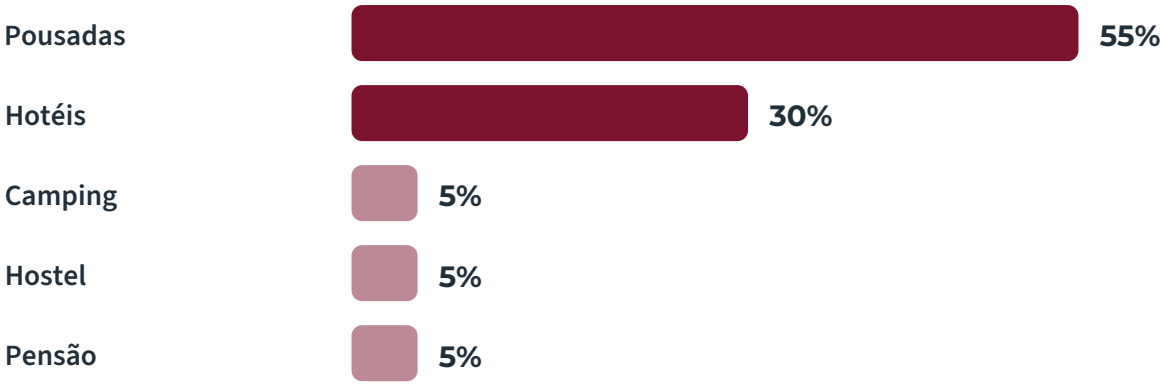
20
meio de hospedagem com cadastro regular no Cadastur (07/10/2026)

421
unidades habitacionais na amostra do Observatório

705
leitos na amostra

17
áreas destinadas a camping

COMPOSIÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM (AMOSTRA DE 20 EMPREENDIMENTOS)

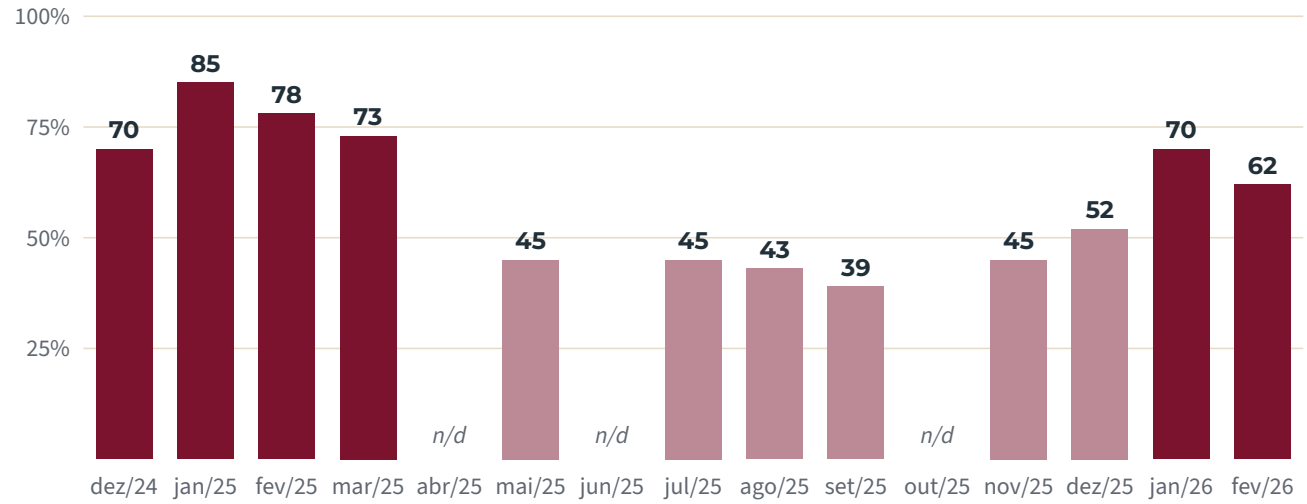


Fonte: Observatório de Turismo de Anchieta, 2025 - 2026.

A análise da ocupação demonstra que a demanda pelos meios de hospedagem de Anchieta apresenta comportamento fortemente concentrado em determinados períodos do ano, **evidenciando a sazonalidade** da atividade turística. Segundo relatório do Observatório de Turismo de Anchieta, os maiores índices são observados durante o verão, **especialmente entre dezembro e março**. No ciclo 2024–2025, a ocupação alcançou 70% em dezembro, 85% em janeiro, 78% em fevereiro e 73% em março. No verão seguinte, janeiro de 2026 voltou a apresentar o melhor resultado, com 70% de ocupação, seguido por fevereiro, com 62%, e dezembro de 2025, com 52%.

Os períodos de menor movimentação concentram-se principalmente entre maio e setembro, com taxas de 45% em maio e julho, 43% em agosto e 39% em setembro de 2025, menor resultado do período analisado. Em novembro, a ocupação também recuou para 45%.

TAXA DE OCUPAÇÃO MENSAL DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM



Fonte: Observatório de Turismo de Anchieta, ciclos 2024–2025 e 2025–2026 (valores em %). n/d = mês não informado no Plano.

Esse cenário demonstra uma **forte dependência da alta temporada de verão**, reforçando a importância de estratégias permanentes de promoção, comercialização de pacotes para a baixa temporada, diversificação das experiências e fortaleci- mento do calendário de eventos, capazes de esti- mular novos fluxos turísticos e ampliar a ocupação ao longo do ano.



Praia Costa Azul - Iriri. Foto: Setur Anchieta, 2026

Observa-se que a rede de hospedagem de Anchieta apresenta parcialmente características relacionadas à identidade do território, sobretudo por meio da hospitalidade familiar, da integração com o litoral e a natureza e da oferta de algumas experiências associadas à cultura e aos modos de vida locais. Entre os empreendimentos pesquisados, 95% possuem gestão familiar e 80% são administrados diretamente pelos proprietários, características que favorecem um atendimento mais próximo e personalizado. Entretanto, apenas 30% oferecem experiências turísticas aos hóspedes. Entre as iniciativas existentes estão passeios náuticos, pesca, visita a fazenda de ostras e meliponário, atividades de cerâmica, crochê e bordado, caminhada ecológica, contemplação do nascer e do pôr do sol e visitas relacionadas ao patrimônio religioso e natural. Esse cenário demonstra que existem boas práticas de valorização da identidade local, mas ainda há espaço para ampliar sua presença na ambientação, na gastronomia, nos serviços e nas experiências oferecidas pelos meios de hospedagem.

Entre os **principais pontos fortes** identificados destacam-se a diversidade das tipologias de hospedagem – com hotéis, pousadas, camping, hostel, pensão e imóveis de temporada – a existên- cia de empreendimentos com diferentes padrões de conforto e preços e a localização de parte significativa da oferta próxima aos balneários e atrativos turísticos. Também contribuem positivamente a hospitalidade familiar, a disponibilidade de internet gratuita em todos os empreendimentos pesquisados e a presença de serviços como estacionamento, piscina e café da manhã na maior parte da amostra. Esses fatores ampliam as possibilidades de escolha dos visitantes e fortalecem a experiência de permanência no destino.

Por outro lado, a análise identificou **desafios** relacionados à insuficiência de leitos nos períodos de maior demanda, à concentração dos empreendimentos no litoral e nos principais balneários, à sazonalidade e à necessidade de qualificação da mão de obra e aprimoramento do atendimento. Também foram apontadas fragilidades na acessibilidade, na integração e comunicação entre os meios de hospedagem e na incorporação de experiências vinculadas à identidade local. Embora existam 421 unidades habitacionais na amostra pesquisada, somente 38 são adaptadas para pessoas com deficiência e apenas 30% dos estabelecimentos oferecem experiências turísticas aos hóspedes. Esses aspectos podem limitar a competitividade da rede e sua capacidade de atender plenamente aos diferentes perfis de visitantes, especialmente na alta temporada.

SÍNTESE

De forma geral, a avaliação demonstra que os meios de hospedagem representam um importante ativo para o desenvolvimento turístico local, possuindo potencial para contribuir ainda mais para o fortalecimento do destino por meio da qualificação dos serviços, da ampliação da oferta, do fortalecimento da comercialização e da valorização das características que tornam a experiência turística local diferenciada.

2.1.2 Gastronomia

A gastronomia é um dos componentes mais relevantes da oferta turística de um destino. Além de atender a uma necessidade básica dos visitantes, ela contribui para a construção da identidade turística, fortalece a economia local e proporciona experiências capazes de gerar memórias e conexões com o território.

Segundo o Observatório de Turismo de Anchieta, a oferta gastronômica do município integra um **conjunto inventariado** de aproximadamente 99 meios de alimentação e outros serviços relaciona- dos, distribuídos principalmente entre o Balneário de Iriri, com 37 estabelecimentos; a sede munici- pal, com 31; Castelhanos, com 13; Belo Horizonte, com 12; Ubu, com quatro; e Alto Pongal, com dois. A estrutura compreende restaurantes, bares, cafe- terias, lanchonetes, quiosques, mercados, agroin- dústrias e outros pontos de comercialização de ali- mentos, presentes nos balneários, na área central e nas comunidades rurais.

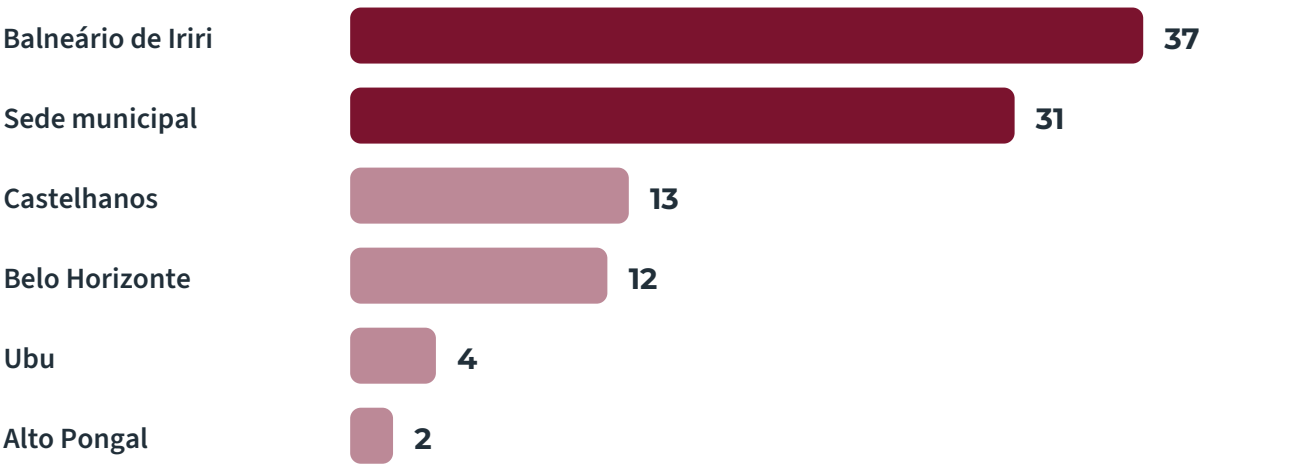
99
meios de alimentação e serviços relacionados inventariados

37
estabelecimentos no Balneário de Iriri

9
com cadastro regular no Cadastur (07/10/2026)

DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DA OFERTA GASTRONÔMICA

99 estabelecimentos



Fonte: Observatório de Turismo de Anchieta, 2025. Total de 99 meios de alimentação e serviços relacionados.

Na consulta pública ao Cadastur, realizada em 7 de outubro de 2026, foram identificados apenas nove empreendimentos com cadastro regular na categoria “Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares”. A oferta é complementada pelo Mercado de Peixes, pelas agroindústrias familiares e por eventos gastronômicos que ampliam a relação entre gastronomia, produção local e experiência turística.

A análise realizada indica que a gastronomia de Anchieta apresenta **elementos associados à identidade do território**, especialmente pela utilização de pescados, mariscos, caranguejos, ostras e outros frutos do mar, provenientes da pesca artesanal e da relação histórica das comunidades com o litoral, o Rio Benevente e o manguezal. Entre as preparações presentes na culinária local destacam-se a moqueca capixaba, a torta capixaba, o bobó e os pratos à base de caranguejo e pescado. No interior, essa identidade é complementada pela produção artesanal de pães, bolos, doces e produtos das agroindústrias familiares, além das influências culturais presentes nas comunidades de descendência portuguesa e italiana.

Apesar dessa diversidade, a avaliação participativa demonstrou que a gastronomia ainda precisa avançar na consolidação de pratos, produtos e experiências reconhecidos como diferenciais próprios de Anchieta. Embora os estabelecimentos utilizem ingredientes regionais, os participantes indicaram que ainda não existe um prato amplamente reconhecido como representação singular do município. Nesse sentido, os elementos que articulam mar, campo, cultura e modos de vida locais constituem uma base relevante, mas precisam ser mais bem incorporados aos cardápios, à ambientação, às experiências e à comunicação turística do destino.

Outro aspecto relevante é a relação entre gastronomia e turismo. A oferta está presente nos balneários, na sede e nas comunidades rurais, integrando-se às experiências de praia e mar, pesca artesanal, agroturismo, turismo rural e turismo de base comunitária. O Mercado de Peixes, as agroindústrias familiares, as propriedades do Vale Viver Corindiba e da comunidade de Belo Horizonte e os restaurantes localizados nos principais balneários aproximam o visitante dos produtos e modos de produção locais. Entretanto, a distribuição territorial dos estabelecimentos ainda é desigual, com limitações de oferta em determinadas localidades, inclusive na área central do município.

Essa integração também ocorre por meio de eventos como o Festival da Moqueca Capixaba, o Festival Capixaba de Frutos do Mar, o Festival do Caranguejo, o Ublus Beer Fest, o Forró Bobó e o Nos Passos da Torta Capixaba. A análise participativa reconheceu a existência de eventos gastronômicos consolidados e uma integração positiva da gastronomia com os atrativos e as experiências turísticas. Essas iniciativas valorizam receitas tradicionais, movimentam os empreendimentos e contribuem para fortalecer a imagem turística de Anchieta.

Entre os principais **pontos fortes** identificados destacam-se a disponibilidade de pescados, frutos do mar e outras matérias-primas regionais; a presença de restaurantes, agroindústrias familiares e produtores locais; a realização de eventos gastronômicos consolidados; e a integração da gastronomia com diferentes experiências turísticas. Também se sobressaem a geração de emprego e renda, especialmente na alta temporada, e a presença majoritária de profissionais locais nas equipes dos estabelecimentos. Esses fatores fortalecem a experiência dos visitantes, estimulam a circulação de recursos no território e demonstram a importância econômica e social do setor para o município.



Gastronomia local. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026

Por outro lado, foram identificados **desafios** relacionados à concentração territorial da oferta, à limitação de opções em determinadas localidades e períodos, aos horários de funcionamento e à reduzida disponibilidade de atividades noturnas, especialmente na sede e em Ubu. A diversidade existente foi considerada razoável, mas ainda insuficiente para atender plenamente aos diferentes perfis de visitantes, indicando a necessidade de ampliar e qualificar as opções oferecidas.

Também foram apontadas fragilidades na qualificação do atendimento, na inovação dos empreendimentos e na adoção de padrões adequados de conforto, ambientação, limpeza e acessibilidade. No campo da sustentabilidade, observou-se a necessidade de fortalecer práticas de redução de desperdícios, gestão de resíduos e uso eficiente dos recursos, assim como ampliar a articulação comercial entre restaurantes, pescadores, agricultores, produtores e agroindústrias locais. Embora a gastronomia contribua para a economia do município, essa relação entre os empreendimentos e as cadeias produtivas do território ainda ocorre de maneira pouco estruturada.

Quanto à promoção e à comercialização, os estabelecimentos apresentam, em geral, avaliações positivas nas plataformas digitais, mas ainda existem limitações relacionadas à atualização das informações, à qualidade da presença digital e à participação contínua nas ações promocionais do destino. A gastronomia aparece em materiais e eventos turísticos, porém essa presença ainda está fortemente vinculada às programações festivas. Torna-se necessário ampliar sua divulgação permanente e consolidá-la nos roteiros, produtos e estratégias de comunicação de Anchieta.

A sazonalidade também influencia a dinâmica do setor. A demanda gastronômica tende a se intensificar durante o verão, feriados, finais de semana e períodos de realização de eventos, acompanhando o aumento do fluxo de visitantes nos balneários. Nos meses de menor movimentação turística, especialmente entre maio e setembro, ocorre redução do consumo e maior dificuldade para manter horários regulares de funcionamento em algumas localidades.

SÍNTESE

De forma geral, a gastronomia representa um importante ativo para o desenvolvimento turístico de Anchieta, possuindo potencial para contribuir ainda mais para o fortalecimento da identidade local, da experiência dos visitantes e da economia do território por meio da valorização da cultura alimentar, dos produtores locais e das experiências gastronômicas associadas ao destino.

2.1.3 Eventos Geradores de Fluxo Turístico

Os eventos representam um importante componente da oferta turística de um destino, contribuindo para a atração de visitantes, a valorização da cultura local, a movimentação da economia e o fortalecimento da identidade territorial. Quando planejados de forma estratégica, também podem desempenhar um papel relevante na redução da sazonalidade e na ampliação da visibilidade do destino junto a diferentes mercados.

Em Anchieta, a agenda oficial de 2026 foi composta por **22 iniciativas de diferentes portes e temáticas**, distribuídas entre eventos culturais, religiosos, gastronômicos, esportivos e de entretenimento. Entre os eventos com maior relevância turística destacam-se a Programação de Verão, o Carnaval, os Passos de Anchieta, a Festa Nacional de São José de Anchieta, o Forró Bobó, o Festival da Moqueca Capixaba, o Festival Capixaba de Frutos do Mar, a Festa da Imigração Italiana, os Passos dos Imigrantes, os Passos dos Quilombolas e o Réveillon.

Essas iniciativas articulam características marcantes do território, como a religiosidade, a gastronomia, a diversidade cultural, as comunidades tradicionais e a relação com o litoral, e apresentam potencial para atrair visitantes de diferentes localidades, movimentar os meios de hospedagem, os estabelecimentos gastronômicos, o comércio e os demais serviços turísticos. Entre elas, os Passos de Anchieta possuem projeção estadual e integram o calendário turístico do Espírito Santo, enquanto o Festival da Moqueca Capixaba é reconhecido pelos canais oficiais de turismo como uma celebração que atrai visitantes e valoriza a cultura gastronômica local. Entretanto, nem todas as iniciativas apresentam o mesmo alcance turístico, tornando necessário distinguir os eventos predominantemente comunitários daqueles capazes de gerar deslocamentos, permanência e consumo turístico no município.

A análise realizada demonstra que os eventos exercem um papel **moderado** na dinâmica turística de Anchieta, especialmente pela geração de fluxo em períodos específicos, pela movimentação dos meios de hospedagem, restaurantes, comércio e demais serviços e pelo fortalecimento de elementos da identidade local relacionados à religiosidade, à gastronomia, à cultura litorânea e às comunidades do interior.

Eventos tradicionais e recorrentes já possuem capacidade de atrair visitantes de outras localidades e gerar benefícios econômicos para os empreendimentos e para a população. Entretanto, esses efeitos variam conforme o porte e o grau de consolidação de cada iniciativa. A limitada integração com a oferta turística, a concentração da agenda em determinados meses, as fragilidades de promoção e comercialização e a ausência de monitoramento sistemático dos resultados ainda reduzem a capacidade dos eventos de estimular maior permanência dos visitantes e contribuir efetivamente para a redução da sazonalidade.



Festival Jesus Vive - Praia Central. Fotos: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2025.

Um dos aspectos observados refere-se à distribuição dos eventos ao longo do ano. Atualmente, a agenda oficial apresenta **programação em dez meses**, porém com distribuição desigual e maior concentração no verão e em períodos específicos do calendário religioso, cultural e gastronômico. A alta temporada reúne a Programação de Verão, o Carnaval e o Réveillon, enquanto os meses de junho e setembro a novembro concentram even- tos religiosos, caminhadas culturais e festivais gastronômicos. Embora existam iniciativas em meses de menor fluxo, março e agosto não apresentam eventos no calendário oficial de 2026. Esse cenário contribui **parcialmente para reduzir os efeitos da sazonalidade turística**, mas evidencia oportunidades para redistribuir e fortalecer a programação, especialmente nos períodos de menor movimentação, utilizando eventos vinculados à cultura, à gastronomia, à natureza e às comunidades locais como instrumentos de atração e permanência de visitantes.

Observa-se ainda que **parte significativa dos eventos está diretamente relacionada à identidade do território**, valorizando o patrimônio histórico e religioso associado a São José de Anchieta, a gastronomia baseada em pescados e frutos do mar, as tradições das comunidades rurais, a imigração italiana, a cultura quilombola e manifestações como a música, a dança, a culinária e as caminhadas culturais. Eventos como os Passos de Anchieta e a Festa Nacional de São José de Anchieta reforçam a religiosidade e a formação histórica do município; os festivais da Moqueca Capixaba, dos Frutos do Mar e o Forró Bobó evidenciam a identidade gastronômica; enquanto a Festa da Imigração Italiana, os Passos dos Imigrantes, a Moda de Viola ao Pé da Serra e os Passos dos Quilombolas ampliam a visibilidade das comunidades e tradições do interior. Esse alinhamento fortalece a autenticidade da experiência turística e contribui para diferenciar Anchieta perante o mer- cado, embora ainda exista a oportunidade de ampliar a participação dos grupos culturais, artistas, produtores e empreendedores locais na concepção e realização da programação.

Entre os **principais pontos fortes** identificados destacam-se a diversidade temática da agenda, a tradição e a continuidade de eventos já consolidados, a capacidade de mobilização de moradores, visitantes, empreendedores e grupos culturais e o potencial de atração de públicos de diferentes localidades. Também se sobressaem a presença de

eventos associados à identidade religiosa, gastronômica e cultural de Anchieta, a participação de fornecedores e profissionais locais e a capacidade de movimentar, ainda que de forma concentrada, os meios de hospedagem, os restaurantes, o comércio e os demais serviços turísticos. A existência de festivais, caminhadas, festas tradicionais e programações realizadas na sede, nos balneários e nas comunidades do interior constitui uma base relevante para o fortalecimento da imagem turística do município.

Por outro lado, **foram identificados desafios** relacionados à infraestrutura dos locais de realização, especialmente quanto a banheiros, estacionamento, mobilidade e estruturas de apoio, além da necessidade de aprimorar a acessibilidade e a gestão dos riscos. Também foram apontadas fragilidades na profissionalização da organização, no planejamento de longo prazo, na continuidade das iniciativas e na integração dos eventos com os meios de hospedagem, a gastronomia, os atrativos e os demais serviços turísticos. Somam-se a esses aspectos a divulgação insuficiente ou tardia, a ausência de estratégias integradas de promoção e comercialização, a dificuldade de encontrar informações antecipadamente e a falta de monitoramento sistemático de público, origem dos visitantes, permanência, ocupação hoteleira e movimentação econômica. Há ainda oportunidades de avançar na gestão de resíduos, na redução dos impactos ambientais e na adoção de ações preventivas e de responsabilidade social. Esses fatores limitam o aproveitamento pleno do potencial turístico da agenda de eventos e dificultam sua contribuição para o posicionamento do destino e a redução da sazonalidade.

Em relação à **sustentabilidade e responsabilidade** na realização dos eventos, observou-se que as práticas existentes ainda são pontuais e apresentam diferentes níveis de aplicação. Há iniciativas relacionadas à limpeza dos espaços, ao gerenciamento de resíduos e à redução de impactos, mas elas precisam ser ampliadas, padronizadas e incorporadas ao planejamento de todos os eventos. As condições de acessibilidade foram consideradas parcialmente satisfatórias, embora ainda demandem melhorias na infraestrutura, na circulação, na comunicação e no atendimento aos diferentes públicos. Também se identifica a necessidade de ampliar a contratação de fornecedores, artistas, profissionais e empreendedores locais, de modo a distribuir melhor os benefícios econômicos e fortalecer as cadeias produtivas do município. No campo da proteção social, não foram identificadas ações sistemáticas de prevenção e combate à exploração sexual de crianças e adolescentes e a outras violações de direitos, indicando a importância de estabelecer protocolos, campanhas educativas, capacitação das equipes e articulação com os órgãos da rede de proteção. Essas medidas devem integrar os critérios de planejamento, apoio e avaliação dos eventos realizados em Anchieta.



Evento de Natal (Chegada Papai Noel). Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2025.

SÍNTESE

De forma geral, os eventos representam um importante ativo para o desenvolvimento turístico de **Anchieta,** apresentando potencial para ampliar o fluxo de visitantes, fortalecer a identidade local, dinamizar a economia e contribuir para o posicionamento competitivo do território. O fortalecimento da agenda de eventos, aliado à sua integração com os demais componentes da oferta turística, tende a ampliar os benefícios gerados para visitantes, empreendedores e comuni- dade local.

2.1.4 Guias & Agências de Receptivo

Os guias de turismo, condutores locais e agências de receptivo desempenham um papel fundamental na transformação dos atrativos do território em experiências turísticas organizadas, seguras e capazes de gerar valor para os visitantes. Além de facilitar o acesso aos atrativos, esses profissionais atuam como mediadores entre o visitante e o destino, contribuindo para a interpretação do patrimônio, a valorização da cultura local e a qualificação da experiência turística.

Em Anchieta, foram identificados **13 guias de turismo cadastrados no Cadastur**, sendo seis deles também habilitados como guia-motorista, e **oito registros de agências de turismo**. Não foi localizado um cadastro municipal consolidado de condutores locais, monitores ou intérpretes ambientais. Também não há confirmação de que todas as agências cadastradas estejam em operação regular ou atuem no turismo receptivo.

O levantamento municipal identifica pelo menos um empreendimento dedicado ao receptivo, com oferta de roteiros, passeios e caminhadas, além de operadores ligados aos passeios náuticos. Esses profissionais e empresas atuam ou possuem potencial de atuação nos segmentos cultural e religioso, ecoturismo, aventura, turismo náutico, rural, de base comunitária e de sol e praia, ofere- cendo experiências relacionadas ao Santuário Nacional de São José de Anchieta e ao patrimônio histórico, às caminhadas culturais, ao Rio Bene- vente e às Ruínas do Rio Salinas, aos passeios de barco, às trilhas e atividades no Monte Urubu, aos balneários e praias e aos roteiros rurais Vale Viver Corindiba e Circuito dos Imigrantes.

A análise realizada demonstra que os serviços de guiamento e receptivo apresentam **estruturação parcial**, contribuindo para ampliar o acesso dos visitantes aos atrativos e favorecer o consumo de experiências no destino, mas ainda com alcance limitado. A quantidade de profissionais em atuação, a diversidade dos serviços e sua distribuição pelo território foram consideradas insuficientes para atender plenamente à demanda turística. Em contrapartida, os guias e receptivos existentes apresentam atendimento qualificado, boa reputação e conhecimento consistente sobre os atrativos, a cultura e a história local. Parte dos profissionais participa de capacitações e busca adaptar os roteiros às necessidades dos visitantes, embora ainda sejam necessários avanços na atualização dos serviços, no cumprimento de normas e protocolos de segurança e no monitoramento da qualidade das experiências.

Um aspecto relevante refere-se à capacidade desses profissionais de promover e comercializar a diversidade da oferta turística local. Verificou-se que existem serviços associados ao patrimônio histórico e religioso, às caminhadas culturais, aos passeios náuticos, ao ecoturismo, ao turismo de aventura e aos roteiros rurais e comunitários. Entretanto, essas experiências ainda são pouco articuladas, apresentam alcance restrito e não

abrangem de maneira organizada e comercializável toda a diversidade do município.

A baixa presença digital, a dificuldade de encontrar e reservar os serviços e a participação limitada dos receptivos nas estratégias de promoção do destino favorecem a concentração da visitação nos atrativos mais conhecidos. Esse cenário reduz a distribuição territorial do fluxo e limita o aproveitamento das potencialidades existentes na sede, nos balneários, no interior e nas comunidades locais.



Subida ao Monte Urubu. Foto: Rozinere Bernardi, 2026.

Entre os **principais pontos fortes** identificados destacam-se a qualidade do atendimento, a hospitalidade, a boa reputação dos serviços e o conhecimento dos profissionais sobre os atrativos, a história, a cultura e as características de Anchieta. Os guias e receptivos existentes contribuem para orientar os visitantes sobre a conservação ambiental, a valorização do patrimônio cultural e o respeito às comunidades locais. Também apresentam capacidade de adaptar parte dos roteiros às necessidades dos diferentes públicos, gerar benefícios econômicos para o território e ampliar o consumo de experiências turísticas. A atuação de profissionais locais e a oferta de atividades culturais, religiosas, náuticas, rurais, comunitárias e de aventura constituem uma base importante para a estruturação do receptivo municipal.

Por outro lado, foram observados **desafios** relacionados à quantidade insuficiente de profissionais em atuação, à limitada diversidade e distribuição territorial dos serviços e à necessidade de ampliar a qualificação contínua. Também se destacam fragilidades na organização operacional, na atualização de normas e protocolos de segurança e no monitoramento da qualidade dos serviços. No campo da promoção e comercialização, a baixa presença digital, a dificuldade de localizar e reservar as experiências, o uso reduzido de tecnologias e a participação ainda limitada dos receptivos nas estratégias de divulgação do destino restringem o acesso dos visitantes aos produtos disponíveis. Torna-se necessário fortalecer a integração entre guias, agências, meios de hospedagem, restaurantes, atrativos, comunidades e organizadores de eventos, além de estruturar novos roteiros e experiências que valorizem a diversidade do território e ampliem a permanência dos visitantes.

Em relação à **sustentabilidade e responsabilidade social**, observou-se que os guias e receptivos orientam os visitantes sobre a conservação

ambiental, a valorização do patrimônio cultural e o respeito às comunidades locais, incorporando esses temas às experiências oferecidas. A atuação desses profissionais também contribui para a geração de renda, para a valorização da história e da cultura de Anchieta e para a aproximação dos visitantes com os modos de vida do território. Embora existam práticas sustentáveis e participação de profissionais locais, essas iniciativas ainda ocorrem de forma pouco padronizada e podem ser fortalecidas por meio da integração com comunidades, produtores, artesãos e empreendedores. Também se mostra necessário avançar na inclusão e na preparação dos serviços para atender diferentes públicos, eliminando barreiras de comunicação, acessibilidade e atendimento. Esses aspectos reforçam o papel dos guias e receptivos na construção de um turismo responsável, educativo e comprometido com o desenvolvimento local.

SÍNTESE

De forma geral, os serviços de guiamento e receptivo representam um componente estratégico da oferta turística de **Anchieta,** possuindo potencial para ampliar a qualidade das experiências, fortalecer a comercialização dos produtos turísticos e contribuir para a geração de benefícios econômicos e sociais para a comunidade local.

2.1.5 Infraestrutura Turística

A infraestrutura turística corresponde ao conjunto de equipamentos, serviços e estruturas que dão suporte à atividade turística e influenciam diretamente a experiência dos visitantes. Aspectos relacionados ao acesso, mobilidade, sinalização, segurança, conectividade, serviços urbanos e equipamentos de apoio são fundamentais para garantir a qualidade da experiência turística e a competitividade do destino.

Em Anchieta, a infraestrutura relacionada ao turismo é condicionada pela extensão e pela diversidade do território, que reúne sede urbana, balneários, comunidades rurais, lagoas, manguezais e 23 praias distribuídas ao longo de aproximadamente 30 quilômetros de litoral. A dispersão dos atrativos entre a área central, a faixa costeira e o interior amplia as possibilidades de visitação, mas também exige uma rede eficiente de acessos, transporte, sinalização e equipamentos de apoio para garantir o deslocamento dos visitantes e a integração da oferta turística.



Praia de Ubu. Foto: Setur Anchieta, 2026.

Para os visitantes que chegam por via aérea, o principal portão de entrada é o Aeroporto de Vitória, de onde o deslocamento até Anchieta prossegue por rodovia. No que se refere ao acesso regional, Anchieta está situada a aproximadamente 85 km de Vitória, com tempo estimado de deslocamento rodoviário de uma hora e meia. Os principais acessos são realizados pela BR-101 e pela Rodovia do Sol (ES-060), que conecta o município aos destinos do litoral e aos balneários. Em 2026, a entrega da pavimentação da ES-146, ligando a sede municipal à comunidade de Chapada do A, representou um avanço para a mobilidade e o acesso às áreas do interior.

Em relação à mobilidade interna, a avaliação participativa identificou limitações na frequência e na abrangência do transporte coletivo, fazendo com que o automóvel particular permaneça como a alternativa mais prática para circular entre os atrativos. Essa condição dificulta a experiência de visitantes sem veículo próprio e reduz a integração entre a sede, os balneários, as comunidades rurais e os atrativos naturais. A sinalização turística foi considerada insuficiente ou incompleta, enquanto a distância entre os pontos de visitação e a ausência de conexões regulares dificultam a estruturação de roteiros integrados. Anchieta possui Plano de Mobilidade Urbana, mas seu escopo concentra-se predominantemente na área urbana da sede, indicando a necessidade de ampliar o planejamento para os deslocamentos turísticos em todo o território.

A análise também identificou condições relacionadas aos serviços urbanos e à infraestrutura básica. O município dispõe de unidades de Saúde da Família, Pronto Atendimento Municipal, hospital e outros serviços assistenciais, que constituem uma rede importante para moradores e visitantes. Os mecanismos de segurança, iluminação e resposta a emergências foram considerados parcialmente adequados, embora existam localidades que demandem melhorias e tenham sido relatadas demoras no atendimento e no deslocamento dos meios de socorro.

Nos períodos de maior fluxo, especialmente durante o verão, foram apontadas pressões sobre o abastecimento de água, o fornecimento de energia, a limpeza urbana e a coleta de resíduos. Também foram registradas limitações de conectividade e acesso à internet em algumas áreas. Essas condições afetam tanto a experiência dos visitantes quanto o funcionamento dos meios de hospedagem, restaurantes, atrativos e demais empreendimentos turísticos, demonstrando a necessidade de planejar os serviços de acordo com as variações sazonais da população presente no município.

Entre os principais **pontos fortes** destacam-se a localização estratégica no litoral sul do Espírito Santo, a conexão pelas principais rodovias regionais, a existência de espaços culturais e de lazer e a presença de infraestrutura de apoio em alguns dos balneários mais visitados. As praias Costa Azul, em Iriri, e Castelhanos, por exemplo, contam com orla organizada, banheiros e estruturas de apoio. Outro equipamento relevante é o Parque Sede da Reserva de Desenvolvimento Sustentável Papagaio, com 14 mil metros quadrados, estacionamento, banheiros, auditório, circuito para caminhada, playground, mirante, sinalização temática e videomonitoramento. Esses equipamentos demonstram a capacidade do município de oferecer espaços qualificados de lazer, visitação e educação ambiental.



Parque Sede da Reserva de Desenvolvimento Sustentável Papagaio. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

Por outro lado, ainda são observados **desafios** relacionados à mobilidade entre os atrativos, à sinalização turística, à disponibilidade de estacionamento e à conservação e ampliação das estruturas de apoio. A acessibilidade universal constitui uma das fragilidades mais relevantes, envolvendo calçadas, rampas, banheiros adaptados, circula- ção nos espaços públicos e condições de acesso aos atrativos naturais, culturais e costeiros. Também se destacam a oferta insuficiente de banheiros públicos, áreas de descanso e pontos de apoio, além da necessidade de estruturar um ser- viço integrado de informação turística, com aten- dimento presencial e canais digitais atualizados.

No campo da segurança e da responsabilidade social, a avaliação identificou a necessidade de melhorar a iluminação em algumas localidades, qualificar o acolhimento aos diferentes públicos e incorporar medidas permanentes de prevenção à discriminação e às violações de direitos. Também não foram reconhecidas ações sistemáticas de prevenção e combate à exploração sexual de crianças e adolescentes associadas ao turismo, indicando a importância de campanhas, protocolos e capacitações envolvendo órgãos públicos, empreendimentos e trabalhadores do setor.

Outro aspecto relevante refere-se à capacidade da infraestrutura de acompanhar o crescimento do turismo. A rede existente atende parcialmente ao fluxo atual, mas apresenta limitações nos períodos de maior demanda e ainda não oferece suporte homogêneo em todo o território. A expansão do turismo requer investimentos articulados em saneamento, mobilidade, acessibilidade, sinalização, conectividade, gestão de resíduos, iluminação e qualificação dos espaços públicos, considerando a capacidade de suporte dos balneários, áreas naturais e comunidades.

Entre as oportunidades de melhoria encontra-se o conjunto de investimentos previstos para a Lagoa de Mãe-Bá. A iniciativa contempla ampliação da rede de saneamento, implantação de parque linear, calçada, ciclovia, píer e ações de gestão hídrica, com potencial para qualificar o espaço público, fortalecer o turismo e favorecer a atividade pesqueira. A pavimentação da ES-146 e os investimentos em requalificação de espaços turísticos também sinalizam condições favoráveis para ampliar a conectividade e estruturar novas áreas de visitação.



Lagoa de Mãe-Bá. Foto: Setur Anchieta, 2026.

SÍNTESE

De forma geral, a infraestrutura representa um elemento estratégico para o desenvolvimento turístico de Anchieta. O município dispõe de acessos regionais importantes, equipamentos qualificados e investimentos com potencial para ampliar a oferta. Contudo, sua competitividade depende da superação dos gargalos de mobilidade interna, sinalização, acessibilidade, informação turística, serviços básicos e capacidade de atendimento durante a alta temporada. O enfrentamento desses desafios permitirá melhorar a experiência dos visitantes e preparar o território para crescer de forma organizada, inclusiva e ambientalmente responsável.

2.1.6 Segmentos Turísticos

Os segmentos turísticos representam uma importante ferramenta para compreender a vocação turística do território e orientar o posicionamento estratégico do destino. A análise dos segmentos permite identificar quais experiências estão mais estruturadas, que possuem maior capacidade de atração de visitantes e quais apresentam oportunidades de desenvolvimento para os próximos anos.

Em Anchieta, a atividade turística está associada principalmente aos segmentos de **Turismo de Praia e Mar, Turismo Religioso, Turismo Gastronômico e Turismo de Eventos**. Esses segmentos refletem a diversidade do município, articulando litoral, patrimônio jesuítico, religiosidade, pesca artesanal, gastronomia, comunidades rurais, áreas naturais e modos de vida tradicionais.

Turismo de Praia e Mar

ESTÁGIO: CONSOLIDADO

No âmbito nacional, o Ministério do Turismo adota a nomenclatura Turismo de Sol e Praia para designar as atividades turísticas relacionadas à recreação, ao entretenimento e ao descanso em praias. No Espírito Santo, entretanto, a política estadual de turismo utiliza a denominação Turismo de Praia e Mar. Dessa forma, considerando o alinhamento deste plano às diretrizes estaduais e à maneira como o litoral capixaba é apresentado ao mercado, adota-se neste documento a nomenclatura Turismo de Praia e Mar, compreendendo as atividades desenvolvidas nos ambientes costeiros e sua integração com os serviços, equipamentos e estruturas de apoio ao visitante.

Em Anchieta, o segmento apresenta estágio de desenvolvimento **consolidado**, constituindo um dos principais responsáveis pela atração de visitantes e pela movimentação da atividade turística municipal. Sua oferta é representada por 23 praias distribuídas ao longo de aproximadamente 30 quilômetros de litoral, com paisagens e características diversificadas. Entre os principais polos de visitação destacam-se os balneários de Iriri, Castelhanos e Ubu, além da Praia Central e de localidades como Parati, Inhaúma e Guanabara.

As experiências oferecidas incluem banho de mar, descanso, contemplação da paisagem, caminhadas, passeios de bicicleta, esportes de praia, atividades náuticas, pesca artesanal e consumo gastronômico nos restaurantes, bares e quiosques localizados nos balneários. A diversidade existente possibilita atender diferentes perfis de visitantes, desde famílias interessadas em praias tranquilas e com infraestrutura até públicos que procuram atividades esportivas, contato com a natureza e ambientes litorâneos mais preservados.



Praia da Areia Preta em Iriri. Foto: Renan Alves, 2026.

A análise realizada indica que o segmento possui como principais pontos fortes a **diversidade das praias, a beleza das paisagens, a presença de balneários reconhecidos no mercado regional e a capacidade de atrair diferentes perfis de visitantes**. Destacam-se a infraestrutura turística existente em áreas como Iriri, Castelhanos e Ubu, a proximidade entre meios de hospedagem, estabelecimentos gastronômicos e praias, além da expressiva movimentação registrada no verão, nos feriados e nos finais de semana. A variedade entre praias urbanizadas, familiares, esportivas e ambientes litorâneos mais tranquilos amplia a atratividade de Anchieta e reforça o segmento como um dos principais motores do turismo municipal.

Por outro lado, foram identificados desafios relacionados à **forte sazonalidade, à concentração dos visitantes nos principais balneários, à comercialização limitada de experiências e à promoção insuficiente do litoral fora da alta temporada**. Também se observam diferenças nas condições de infraestrutura, conservação, limpeza, sinalização, acessibilidade e segurança entre as praias, além da necessidade de qualificar o atendimento e organizar melhor os serviços nos períodos de maior movimento. Somam-se a esses aspectos a importância de monitorar a capacidade de suporte dos ambientes costeiros, aprimorar a gestão de resíduos e integrar as praias aos atrati- vos culturais, gastronômicos, rurais e naturais, transformando a visita ao litoral em uma experiência mais diversificada e distribuída ao longo do ano.

A qualificação e a integração do segmento com a gastronomia, a cultura, os eventos, a natureza e as comunidades pesqueiras podem contribuir para ampliar a permanência dos visitantes, reduzir a sazonalidade, distribuir melhor os fluxos pelo território e fortalecer a geração de emprego e renda no município.

Turismo Religioso

ESTÁGIO: CONSOLIDADO

Segundo o Ministério do Turismo, o Turismo Religioso compreende as atividades turísticas motivadas pela busca espiritual e pela prática da fé, realizadas em espaços, celebrações, peregrinações, festas e itinerários relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo dos visitantes.

Em Anchieta, o segmento apresenta estágio de **desenvolvimento consolidado**, apoiado na forte relação histórica e cultural do município com São José de Anchieta. Sua principal referência é o Santuário Nacional de São José de Anchieta, conjunto formado pela Igreja de Nossa Senhora da Assunção, pela antiga residência jesuítica e pelo museu. Também integram a oferta a Igreja de Nossa Senhora da Penha, as celebrações dedicadas à Nossa Senhora da Assunção e outros espaços e manifestações religiosas presentes no município.

Entre as experiências de maior capacidade de atração destacam-se a Caminhada Passos de Anchieta — percurso de aproximadamente 100 quilômetros entre Vitória e Anchieta, realizado no feriado de Corpus Christi — e a Festa Nacional de São José de Anchieta, cuja programação ocorre entre o final de maio e o mês de junho, culminando em 9 de junho, data dedicada à memória do santo. As celebrações reúnem peregrinos, moradores e visitantes. Soma-se a essas iniciativas a criação da **Rota Mar e Fé**, destinada a integrar capelas, paisagens litorâneas, comunidades, manifestações religiosas e elementos da história local. A estruturação da rota representa uma oportunidade para ampliar a oferta do segmento, distribuir os visitantes pelo território e proporcionar novas experiências de espiritualidade, contemplação e contato com o patrimônio religioso de Anchieta.

A análise realizada indica que o segmento possui como principais pontos fortes **a autenticidade das**

experiências, o valor histórico e simbólico do patrimônio religioso, o reconhecimento do Santuário e a capacidade de atrair visitantes em diferentes períodos do ano. Destacam-se ainda a relação direta do segmento com a identidade do município, a existência de experiências organizadas e seguras e a integração entre fé, história, cultura e paisagem.



Caminhada Luminosa da catequese na Festa de São José de Anchieta. Foto: Rozinere Bernardi, 2026

A **Caminhada Passos de Anchieta** amplia a visibilidade do destino e atrai milhares de peregrinos, enquanto o Santuário constitui um dos principais referenciais do turismo religioso capixaba. A canonização de São José de Anchieta, em 2014, também contribuiu para ampliar a projeção do município como destino de fé. Nesse contexto, a Rota Mar e Fé poderá fortalecer a integração entre o patrimônio religioso da sede, as capelas e as comunidades, ampliando as possibilidades de visi- tação e diversificando as experiências oferecidas.

Por outro lado, foram identificados **desafios** relacionados à divulgação contínua, à comercialização das experiências, à acessibilidade, à qualificação do atendimento e à disponibilidade de guias e serviços de interpretação histórica e religiosa. A oferta permanece concentrada principalmente na sede, indicando a necessidade de integrar melhor o Santuário, as igrejas, as capelas, os espaços culturais e as comunidades do interior.

A consolidação da Rota Mar e Fé exigirá o mapeamento e a organização dos pontos de visitação, a definição do percurso, a implantação de sinalização turística e interpretativa, a produção de conteúdos sobre as capelas e comunidades, a qualificação dos responsáveis pelo atendimento e a articulação com hospedagens, restaurantes, comércio, transportadores, guias e agências de receptivo. Também será necessário estabelecer estratégias de manutenção, gestão, promoção e monitoramento da rota.

Nos períodos de maior fluxo, especialmente durante a Festa Nacional e a chegada dos participantes dos Passos de Anchieta, devem ser fortalecidos o ordenamento, a mobilidade, a segurança e o monitoramento da capacidade de atendimento. Esses cuidados também deverão ser considerados na operação da Rota Mar e Fé, de maneira a assegurar experiências organizadas, acessíveis e respeitosas com o patrimônio e com as comunidades envolvidas.

De forma geral, o Turismo Religioso apresenta-se como um segmento consolidado em sua identidade, atratividade e reconhecimento, mas ainda com oportunidades de aprimoramento na estruturação comercial e na integração da oferta. Seu fortalecimento pode contribuir para atrair visitantes durante todo o ano, reduzir a dependência da temporada de verão, ampliar a permanência no município, preservar o patrimônio histórico e religioso e gerar benefícios para hospedagens, restaurantes, comércio, artesãos, guias e demais empreendimentos locais.

A integração entre fé, história, cultura, natureza e hospitalidade representa um dos principais diferenciais competitivos de Anchieta e pode ampliar sua projeção como destino de Turismo Religioso nos cenários estadual e nacional.



Capelas integrantes da Rota Mar e Fé. Foto: SETUR Anchieta, 2026.

Turismo Gastronômico

ESTÁGIO: EM DESENVOLVIMENTO

Segundo o Ministério do Turismo, o Turismo Gastronômico compreende as atividades turísticas motivadas pelo interesse em conhecer e vivenciar práticas alimentares, ingredientes, receitas, modos de preparo e outras manifestações relacio- nadas à identidade cultural de um território.

Em Anchieta, o segmento encontra-se **em desenvolvimento**. A culinária local, marcada pelos pescados, frutos do mar, receitas tradicionais, pesca artesanal e produtos da agricultura familiar, constitui um importante componente da experiência dos visitantes. No entanto, a gastronomia ainda atua predominantemente como uma oferta complementar às praias, aos eventos, ao patrimônio histórico-religioso e às visitas às comunidades, não se configurando, por si só, como uma motivação capaz de gerar fluxo turístico expres- sivo para o município.



Gastronomia local. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

O destino possui potencial para ampliar a relevância do segmento por meio da valorização de seus ingredientes, receitas, produtores e modos de vida. Para isso, será necessário fortalecer a identi- dade gastronômica municipal, ampliar a presença da culinária local nos cardápios, qualificar a apresentação dos produtos e estruturar experiências que integrem restaurantes, pescadores, produtores rurais, agroindústrias familiares, mercados, eventos e comunidades.

SÍNTESE

De forma geral, o fortalecimento do Turismo Gastronômico pode contribuir para transformar a alimentação em uma experiência turística mais estruturada e reconhecida, ampliar os gastos e a permanência dos visitantes e distribuir os benefícios da atividade entre diferentes empreendimentos e comunidades de Anchieta.

Turismo de Eventos

ESTÁGIO: EM DESENVOLVIMENTO

Segundo o Ministério do Turismo, os eventos são ações de abrangência local, regional ou nacional que reúnem pessoas para atividades de caráter científico, comercial, cultural, esportivo, político ou social. Nesse contexto, o Turismo de Eventos compreende os deslocamentos motivados pela participação nessas programações, que podem atrair visitantes, movimentar a economia e contribuir para a valorização da identidade local (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006).

Em Anchieta, o segmento encontra-se **em desenvolvimento**, apoiado em uma programação formada principalmente por eventos culturais, além de festividades gastronômicas, religiosas, musicais e esportivas. Parte dessas iniciativas já possui capacidade de mobilizar visitantes, sobretudo do Espírito Santo e, em eventos de maior alcance, também de Minas Gerais e do Rio de Janeiro. A participação costuma ser combinada com experiências relacionadas às praias, à gastronomia e ao patrimônio histórico-religioso.



Festival de Moda de Viola ao Pé da Serra de Alto Joeba. Foto: Rozinere Bernardi, 2025.

Entre os principais pontos fortes estão a diversidade da programação, sua relação com a identidade local, o envolvimento das comunidades e a movimentação gerada na hospedagem, na gastronomia, no comércio e nos serviços. Entretanto, o potencial turístico varia entre os eventos: enquanto alguns estimulam o pernoite e a permanência durante o fim de semana, outros atraem principalmente públicos locais e visitantes regionais que permanecem apenas um dia.



Festival Capixaba de Frutos do Mar em Iriri. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

Os principais desafios estão relacionados ao planejamento e à divulgação antecipada do calendário, à integração com os empreendimentos turísticos e à criação de experiências complementares. Também é necessário aprimorar a infraestrutura, a mobilidade, a acessibilidade, a segurança, a gestão de resíduos e o monitoramento do público e dos resultados econômicos.

O fortalecimento do segmento depende da organização de um calendário anual integrado, da priorização dos eventos com maior potencial turístico e de sua articulação com hospedagem, gastronomia, praias, patrimônio, comércio e comunidades. Essas medidas podem ampliar a permanência dos visitantes, distribuir os fluxos pelo território e gerar movimento econômico em períodos de menor demanda.



Centro Cultural de Anchieta. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

2.2 Análise do Mercado Turístico

O turismo é impulsionado pelo encontro entre aquilo que o destino oferece e os interesses das pessoas que escolhem visitá-lo. Por essa razão, compreender o mercado turístico é fundamental para orientar decisões relacionadas ao posicionamento do destino, à promoção turística, à comercialização de produtos e à priorização de investimentos.

De forma simplificada, o mercado turístico é composto pelos visitantes atuais e potenciais do destino, seus perfis, comportamentos, motivações de viagem, hábitos de consumo e formas de acesso às informações e experiências turísticas. Conhecer essas características permite compreender quem são os públicos mais relevantes para o território e quais estratégias podem ser adotadas para ampliar sua competitividade.

A análise de mercado também ajuda o destino a compreender seu posicionamento em relação à concorrência. Em um cenário cada vez mais competitivo, não basta possuir atrativos e serviços turísticos de qualidade. É necessário entender o que diferencia o destino de outros territórios que disputam os mesmos visitantes e identificar atributos capazes de fortalecer sua imagem e aumentar sua capacidade de atração.

Além disso, o comportamento dos consumidores vem passando por transformações cada vez mais rápidas. O avanço das tecnologias digitais, o acesso facilitado à informação, o surgimento de novas tendências de viagem e as mudanças nas expectativas dos visitantes exigem que os destinos acompanhem constantemente a evolução do mercado. O que atraía turistas há alguns anos pode não ser suficiente para manter sua competitividade no futuro.

Nesse contexto, a análise do mercado turístico não busca apenas compreender a realidade atual, mas também identificar oportunidades de adaptação e fortalecimento do posicionamento do destino, garantindo maior alinhamento entre a oferta turística, as demandas dos visitantes e as tendências do setor.

As informações apresentadas neste capítulo resultam da combinação entre análises técnicas, pesquisas documentais e reflexões realizadas junto aos atores envolvidos no processo de planejamento. A partir dessa abordagem, foi possível identificar aspectos relacionados ao posicionamento do destino, às características da demanda, às estratégias de promoção e aos mecanismos de comercialização atualmente utilizados.

Essa análise permite compreender como o destino se relaciona com o mercado turístico, identificar oportunidades de fortalecimento e criar bases mais consistentes para a definição das estratégias que orientarão seu desenvolvimento nos próximos anos.

2.2.1 Posicionamento e Identidade

O posicionamento turístico representa a forma como um destino deseja ser reconhecido pelos visitantes e pelo mercado. Já a identidade turística está relacionada aos elementos que tornam o território único, incluindo sua história, cultura, paisagens, tradições, experiências e características que o diferenciam de outros destinos.

Em Anchieta, a identidade turística está fortemente associada à combinação entre **mar, fé, história, tranquilidade, hospitalidade e gastronomia**. O município reúne 23 praias, comunidades pesqueiras, o Rio Benevente, manguezais, lagoas, áreas rurais, manifestações culturais e um patrimônio histórico-religioso diretamente ligado a São José de Anchieta. Essa diversidade permite articular Turismo de Praia e Mar, Turismo Religioso, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Natureza, Turismo de Eventos e experiências rurais e comunitárias.



Manifestação cultural do Jaraguá no Centro Histórico de Anchieta. Foto: Setur Anchieta, 2026.

A percepção dos atores locais confirma a **importância desses atributos**, especialmente das praias, do ambiente familiar, da religiosidade, dos eventos, da gastronomia e da hospitalidade. Entre- tanto, a identidade ainda aparece de maneira dis- persa, sem uma narrativa central suficientemente forte para integrar todos esses elementos e diferenciá-los no mercado.

Em relação à marca turística, Anchieta **ainda não possui uma marca de destino** formalizada, reconhecida e utilizada de maneira integrada pelos diferentes atores da cadeia turística. Os grupos participantes do Fortalece atribuíram avaliações baixas ou inexistentes à presença de marca turística, à clareza do posicionamento e à atualização do site turístico. A comunicação utiliza principalmente a identidade institucional da Prefeitura e materiais específicos de eventos, projetos ou campanhas, sem unidade visual e narrativa permanente voltada ao turismo.

Anchieta possui, contudo, iniciativas que podem contribuir para a construção dessa marca. O **Projeto Iconográfico de Anchieta** identificou cores, formas e referências relacionadas ao patrimônio

natural, arquitetônico e cultural, com o objetivo de fortalecer a identidade visual do município e esti- mular sua apropriação por moradores, artesãos e empreendedores. Essa iniciativa constitui uma base relevante, mas não substitui uma estratégia de marca turística, que exige definição de posicionamento, narrativa, identidade visual, orientações de aplicação e participação efetiva do trade.

A **percepção dos visitantes**, analisada de forma exploratória em plataformas digitais, demonstra uma reputação predominantemente positiva. No Tripadvisor, entre os atrativos com maior número de avaliações, a Praia de Ubu apresenta nota 4,4, a Praia dos Castelhanos 4,3, o Santuário Nacional de São José de Anchieta 4,3 e a Praia Costa Azul 4,2. Os comentários valorizam principalmente as águas calmas e limpas, a tranquilidade, o ambiente familiar, as paisagens, os quiosques, a gastronomia e a possibilidade de descanso. No Santuário, aparecem referências positivas à conservação do espaço, ao conteúdo histórico, ao atendimento dos guias e à integração entre igreja, museu, loja e café.

As avaliações das hospedagens reforçam atributos como localização próxima às praias, limpeza, conforto, café da manhã, atendimento e hospitalidade. Na amostra consultada no Booking, meios de hospedagem com volume relevante de avalia- ções apresentam notas entre 8,5 e 9,2, indicando percepção favorável da experiência nos empreendimentos avaliados.

Por outro lado, as avaliações e as análises locais também apontam limitações relacionadas à conservação e à infraestrutura de determinados espaços, à disponibilidade reduzida de serviços fora da temporada, à necessidade de deslocamento por automóvel entre os atrativos e à falta de opções em algumas praias. Também aparecem demandas por melhoria da sinalização, acessibilidade, informação turística e manutenção dos espaços públicos. Em alguns casos, o visitante reconhece a beleza do atrativo, mas encontra poucos serviços de apoio ou funcionamento irregular.

Observa-se, portanto, **alinhamento parcial entre a identidade percebida pelos atores locais e a imagem reconhecida pelos visitantes**. Ambos associam Anchieta principalmente às praias, à tranquilidade, ao ambiente familiar, à religiosidade e à hospitalidade. A principal diferença está na amplitude dessa percepção: os atores locais reconhecem uma oferta que inclui turismo rural, natureza, comunidades tradicionais, gastronomia e eventos, enquanto a imagem espontânea do mercado permanece concentrada nas praias, em Iriri, Castelhanos, Ubu e no Santuário Nacional. Os demais atributos ainda apresentam menor visibilidade e reduzida integração comercial.

A **comunicação turística atual** enfatiza principalmente o litoral, os eventos, o Santuário e a figura de São José de Anchieta. Essa abordagem é coe- rente com os principais produtos e com a percep- ção dos visitantes, mas ainda não apresenta de maneira integrada a diversidade territorial do município. Os conteúdos estão distribuídos entre o portal municipal, páginas institucionais, redes sociais e canais dos empreendimentos, sem uma estratégia contínua que conecte inspiração, infor- mação, planejamento da viagem e comercializa- ção.

As análises do Fortalece **também apontaram a ausência** de plano de marketing vigente, calendário digital permanentemente atualizado, acompanhamento dos resultados promocionais, articulação consistente com operadoras, agências e receptivos, ampliar o escopo das pesquisas, integrar os dados existentes e incorporá-los regularmente às decisões de promoção e mercado, a atualização insuficiente dos canais digitais e a reduzida integração entre atrativos e empreendimentos.

No **ambiente concorrencial**, Anchieta está inserida entre destinos litorâneos consolidados. Guarapari possui reconhecimento nacional pelas praias e maior estrutura urbana e turística, enquanto Piúma associa seu posicionamento às praias familiares e ao título de Capital das Conchas. Nesse contexto, Anchieta encontra uma oportunidade de diferenciação ao não disputar

mercado apenas pela oferta de praias. Sua principal **vantagem competitiva** está na combinação entre litoral tranquilo, patrimônio jesuítico, turismo de fé, gastronomia, comunidades pesqueiras, natureza e experiências rurais, elementos que poucos destinos próximos conseguem reunir com a mesma autenticidade.



Garças no Rio Benevente. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

SÍNTESE

De forma geral, Anchieta possui atributos autênticos e suficientemente relevantes para sustentar um posicionamento competitivo. A **oportunidade estratégica** está na construção de uma narrativa integrada que articule mar, fé, história e modos de vida, tendo a tranquilidade, a hospitalidade e a sustentabilidade como valores permanentes. O fortalecimento dessa identidade, associado a uma marca turística compartilhada, a conteúdos digitais atualizados, à integração dos produtos e à melhoria da experiência entregue, tende a ampliar o reconhecimento de Anchieta, diversificar os públicos, aumentar a permanência e reduzir a dependência da alta temporada.



Praia Central. Foto: Setur Anchieta, 2026.

2.2.2 Características da Demanda

Compreender a demanda turística é fundamental para orientar decisões relacionadas ao desenvolvimento da oferta, ao posicionamento do destino e à definição de estratégias de promoção e comercialização. Mais do que conhecer o número de visitantes, essa análise busca entender quem são as pessoas que visitam o território, quais são suas motivações, como consomem experiências turísticas e quais fatores influenciam suas escolhas de viagem.

Além da demanda atual, é igualmente importante compreender a demanda potencial do destino. Enquanto a demanda atual permite identificar os públicos que já utilizam e reconhecem o território como destino turístico, a demanda potencial ajuda a identificar oportunidades de crescimento, diversificação de mercados e fortalecimento do posicionamento turístico no longo prazo.

Como o comportamento dos consumidores e as tendências de viagem estão em constante transformação, o monitoramento da demanda deve ser um processo contínuo. A atualização periódica dessas informações contribui para que o destino mantenha suas estratégias alinhadas às expectativas dos visitantes e às mudanças observadas no mercado turístico.

As análises apresentadas neste capítulo foram **construídas a partir da combinação de diferentes fontes**, incluindo os dados disponibilizados pelo Observatório de Anchieta, informações da Secretaria Municipal de Turismo, registros do Cadastur, indicadores de ocupação dos meios de hospedagem, avaliações publicadas em plataformas digitais e informações disponíveis nos canais oficiais de turismo do município e do Estado. Também foram considerados os resultados das atividades participativas do Programa Fortalece Turismo, nas quais os atores locais identificaram os principais mercados emissores, segmentos motivadores, perfis de visitantes, períodos de maior fluxo, hábitos de consumo e possibilidades de atração de novos públicos.

Quando disponíveis, os dados quantitativos foram complementados por percepções coletadas durante o processo de planejamento, permitindo uma compreensão mais ampla dos visitantes atuais e dos públicos com potencial de atração para o destino.

Demanda Atual

Os dados disponíveis indicam que a demanda turística de Anchieta é predominantemente nacional, com forte presença de visitantes provenientes dos estados de **Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo**. Na pesquisa realizada com 20 meios de hospedagem entre dezembro de 2025 e fevereiro de 2026, todos os estabelecimen- tos pesquisados informaram receber hóspedes mineiros, enquanto 90% registraram visitantes capixabas, 85% fluminenses e 35% paulistas. Também foram mencionados, em proporções menores, visitantes do Rio Grande do Sul, Paraná, Pará e Piauí, além de hóspedes estrangeiros. Esses percentuais indicam a presença das diferentes origens nos estabelecimentos pesquisados, não sua participação proporcional no total de turistas.

Observa-se a predominância de **adultos, famílias, casais e grupos**, atraídos principalmente pelas praias, pela tranquilidade dos balneários, pelo patrimônio religioso, pelos eventos e pela gastronomia. O público de Praia e Mar possui forte perfil familiar e concentra-se especialmente em Iriri, Castelhanos e Ubu. O Turismo Religioso mobiliza peregrinos, grupos organizados, adultos e pessoas com mais de 60 anos, enquanto os festivais gastronômicos e demais eventos atraem casais, famílias e grupos de amigos.

O **automóvel próprio** é o principal meio de acesso, uma vez que todos os meios de hospedagem pesquisados informaram receber hóspedes que chegam em veículo próprio, seguido por carro alugado, ônibus, motocicleta e excursões em ônibus ou vans.

Em relação ao **comportamento de consumo**, os visitantes utilizam principalmente meios de hospedagem, restaurantes, quiosques, comércio, atividades de lazer e experiências vinculadas às praias, à gastronomia, à fé e aos eventos.

A pesquisa do Observatório de Anchieta também demonstra que somente 30% dos meios de hospedagem analisados oferecem experiências turísticas diretamente aos hóspedes, indicando oportunidade para ampliar a conexão entre hospedagem, atrativos, passeios, gastronomia e receptivos. Entre as experiências já oferecidas estão passeios náuticos, circuito religioso, caiaque, pescaria, visitas a fazendas de ostras e meliponários, caminhadas ecológicas, atividades de bem-estar, oficinas e vivências rurais.

Quanto à **permanência**, não foi identificada uma média municipal única calculada diretamente a partir dos registros individuais dos visitantes. Entretanto, entre os estabelecimentos pesquisados no verão de 2025/2026, a permanência concentrou-se entre três e cinco diárias, 35% informaram permanência média de três diárias, 25% de quatro e 20% de cinco diárias. Outros 20% registraram permanência de sete diárias ou mais. Esses resultados demonstram que o turismo de verão favorece estadias de média duração, embora eventos, peregrinações e visitas de caráter regional possam gerar permanências mais curtas.

Os **períodos de maior visitação** concentram-se no verão, especialmente entre dezembro e fevereiro, além do Carnaval, feriados e finais de semana. Entre os 20 meios de hospedagem pesquisados, foram registrados 8.918 hóspedes em dezembro de 2025, 12.863 em janeiro de 2026 e 8.174 em fevereiro de 2026. A ocupação média alcançou 52% em dezembro, 70% em janeiro e 62% em feve- reiro, confirmando janeiro como o período de maior movimento. Fora da alta temporada, as celebrações religiosas, os festivais gastronômicos, as caminhadas e os eventos culturais, esportivos e musicais contribuem para gerar fluxos complementares e reduzir parcialmente a sazonalidade.

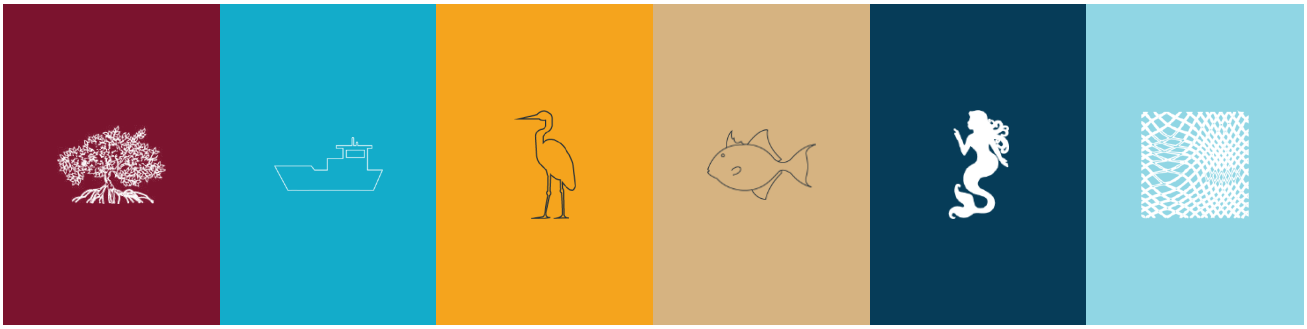
8.918
hóspedes em dezembro de 2025

12.863
hóspedes em janeiro de 2026

8.174
hóspedes em fevereiro de 2026

Fonte: Observatório de Turismo de Anchieta (20 meios de hospedagem pesquisados).

A análise realizada permitiu consolidar **quatro personas** representativas da demanda atual:





Praia da Areia Preta. Foto: Setur Anchieta, 2026.

PERSONA 1 · DEMANDA ATUAL

Família de Praia e Mar

Motivação. Desfrutar das praias, descansar, conviver em família e encontrar um destino litorâneo tranquilo, acolhedor e adequado para crianças.

PERFIL

Famílias compostas principalmente por adultos acompanhados de crianças e jovens, provenientes sobretudo do Espírito Santo, de Minas Gerais e do Rio de Janeiro. Predominam visitantes de renda intermediária, que viajam em veículo próprio e procuram Anchieta principalmente durante as férias escolares, o verão e os feriados prolongados.

INTERESSES

Banho de mar, praias de águas mais tranquilas, paisagens naturais, passeios pela orla, gastronomia à base de pescados e frutos do mar, eventos de verão e atividades de lazer que possam ser realizadas por diferentes faixas etárias.

COMPORTAMENTO

Costuma planejar a viagem pela internet, consultar avaliações e redes sociais e reservar diretamente com os meios de hospedagem ou por plataformas digitais. Permanece, em geral, por períodos curtos, com maior concentração entre dois e três dias no perfil apontado pelo formulário, e prioriza hospedagens próximas às praias, facilidade de estacionamento, segurança, limpeza e boa relação entre preço e qualidade. A visitação se concentra especialmente nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro.

OPORTUNIDADE PARA O DESTINO

Qualificar a infraestrutura das praias e dos balneários, ampliando acessibilidade, sinalização, sanitários, limpeza, segurança e espaços de convivência familiar. Também há oportunidade para integrar Praia e Mar à gastronomia, aos atrativos históricos, aos passeios náuticos e às experiências rurais, criando roteiros e pacotes que estimulem maior permanência e novas visitas fora da alta temporada.



PERSONA 2 · DEMANDA ATUAL

Peregrino e visitante de fé

Motivação. Vivenciar experiências de fé, devoção, espiritualidade e reflexão; conhecer lugares relacionados à vida e à obra de São José de Anchieta; cumprir promessas; participar de celebrações, peregrinações e eventos religiosos; e estabelecer contato com o patrimônio histórico e cultural do município.

Passos dos Imigrantes. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2024.

PERFIL

Adultos e pessoas com 60 anos ou mais, provenientes principalmente do Espírito Santo, de Minas Gerais e do Rio de Janeiro, com presença também de visitantes de São Paulo e do Distrito Federal. Viajam predominantemente em família ou em grupos organizados, como caravanas, excursões, comunidades religiosas e grupos de caminhada, pertencendo principalmente às classes B e C.

INTERESSES

Visitação ao Santuário Nacional de São José de Anchieta, à Igreja Nossa Senhora da Assunção, ao Museu Nacional São José de Anchieta e a outros espaços de memória e religiosidade. Também se interessa pelo percurso dos Passos de Anchieta, por caminhadas contemplativas, missas, romarias, festas religiosas, manifestações culturais e experiências que integrem fé, história, paisagem e gastronomia local.

COMPORTAMENTO

Realiza principalmente visitas de curta duração, com predominância de permanência de um dia e gasto inferior a R$ 300 por pessoa, conforme o perfil identificado na matriz participativa. Costuma organizar a viagem por meio de paróquias, grupos religiosos, associações, operadoras, excursões ou recomendações de conhecidos. A demanda aumenta durante feriados, celebrações religiosas e períodos de realização de peregrinações e eventos, embora o patrimônio religioso permita visitação durante todo o ano.

OPORTUNIDADE PARA O DESTINO

Ampliar a permanência desse visitante por meio da estruturação de roteiros que integrem religiosidade, patrimônio histórico, gastronomia, praias e comunidades locais. Também se mostra importante qualificar a sinalização interpretativa e religiosa, a acessibilidade, os pontos de apoio ao peregrino e as informações sobre horários e visitação; capacitar guias e condutores; criar produtos para grupos e excursões; fortalecer a divulgação do calendário religioso; e estimular parcerias com paróquias, agências e organizadores de peregrinações e a implantação da Rota Mar e Fé. Essas medidas podem consolidar Anchieta como destino de fé durante todo o ano e aumentar os benefícios econômicos gerados pelas visitas.



Gastronomia local. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

PERSONA 3 · DEMANDA ATUAL

Visitante gastronômico

Motivação. Conhecer e degustar a culinária local, especialmente pescados, frutos do mar e preparações tradicionais, além de participar de festivais e eventos gastronômicos.

PERFIL

Jovens e adultos, predominantemente entre 18 e 59 anos, provenientes principalmente do Espírito Santo, de Minas Gerais e do Rio de Janeiro. Viajam sobretudo em família, pertencem majoritariamente às classes B e C e representam uma demanda de alcance regional.

INTERESSES

Restaurantes especializados em moqueca capixaba, torta capixaba, bobó, caranguejo e pescados; Mercado de Peixes; agroindústrias familiares; produtos artesanais; propriedades rurais; contato com produtores e participação em eventos gastronômicos. Valoriza experiências que relacionem alimentação, cultura, história, pesca artesanal e modos de vida locais.

COMPORTAMENTO

Permanece, em geral, de dois a três dias e apresenta gasto diário estimado entre R$ 301 e R$ 600 por pessoa. A visitação ocorre principalmente durante feriados e eventos, com destaque para os meses de junho, setembro e outubro. Planeja a viagem com apoio de redes sociais, recomendações, avaliações digitais e divulgação dos eventos, destinando parte relevante dos gastos à alimentação e às experiências turísticas.

OPORTUNIDADE PARA O DESTINO

Estruturar roteiros gastronômicos que integrem restaurantes, pescadores, comunidades tradicionais, agroindústrias e propriedades rurais; ampliar a divulgação dos estabelecimentos e eventos; incentivar a presença de ingredientes e receitas locais nos cardápios; qualificar atendimento, ambientação e apresentação dos produtos; e distribuir os festivais ao longo do ano. Essas iniciativas podem fortalecer a gastronomia como motivação de viagem, estimular o consumo de produtos locais e contribuir para ampliar a permanência e reduzir a sazonalidade.



Evento Iriri Vinhos e Abraços. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026



Festa de Réveillon em Iriri. Foto: Setur, 2025.

PERSONA 4 · DEMANDA ATUAL

Visitante de Eventos

Motivação. Participar de festivais gastronômicos, festas religiosas, apresentações culturais, eventos musicais, atividades esportivas e celebrações tradicionais, combinando a programação dos eventos com momentos de lazer, descanso e convivência.

PERFIL

Jovens, adultos e pessoas com 60 anos ou mais, provenientes principalmente do Espírito Santo, de Minas Gerais e do Rio de Janeiro. Viajam em família, em casal, com grupos de amigos ou em excursões organizadas, atraídos pela programação cultural, gastronômica, religiosa, musical e esportiva do município.

INTERESSES

Festivais de gastronomia e frutos do mar, festas tradicionais e religiosas, shows, feiras, manifestações culturais, competições esportivas e atividades ao ar livre. Também valoriza experiências complementares relacionadas às praias, à culinária local, ao patrimônio histórico-religioso e às comunidades do município.

COMPORTAMENTO

Organiza a viagem de acordo com as datas e a programação dos eventos, buscando informações principalmente nas redes sociais, nos canais oficiais, em grupos de mensagens e por indicação de conhecidos. A permanência costuma ser curta, variando entre um dia e um fim de semana, e o consumo concentra-se em alimentação, hospedagem, transporte, comércio, lazer e produtos locais. Em eventos de maior porte, pode realizar reservas antecipadas; nas atividades de alcance regional, é comum a visita sem pernoite.

OPORTUNIDADE PARA O DESTINO

Organizar e divulgar com antecedência um calendário anual integrado de eventos, facilitando o planejamento da viagem e a comercialização de hospedagens, passeios e experiências complementares. Também é importante estruturar pacotes para os períodos dos eventos, ampliar a articulação entre organizadores e empreendimentos turísticos e qualificar a sinalização, a mobilidade, a acessibilidade, os pontos de apoio e as informações ao visitante. A integração dos eventos com a gastronomia, as praias, o patrimônio histórico-religioso e as comunidades pode ampliar a permanência dos participantes, distribuir os fluxos pelo território e gerar movimento turístico em diferentes períodos do ano.

Demanda Potencial

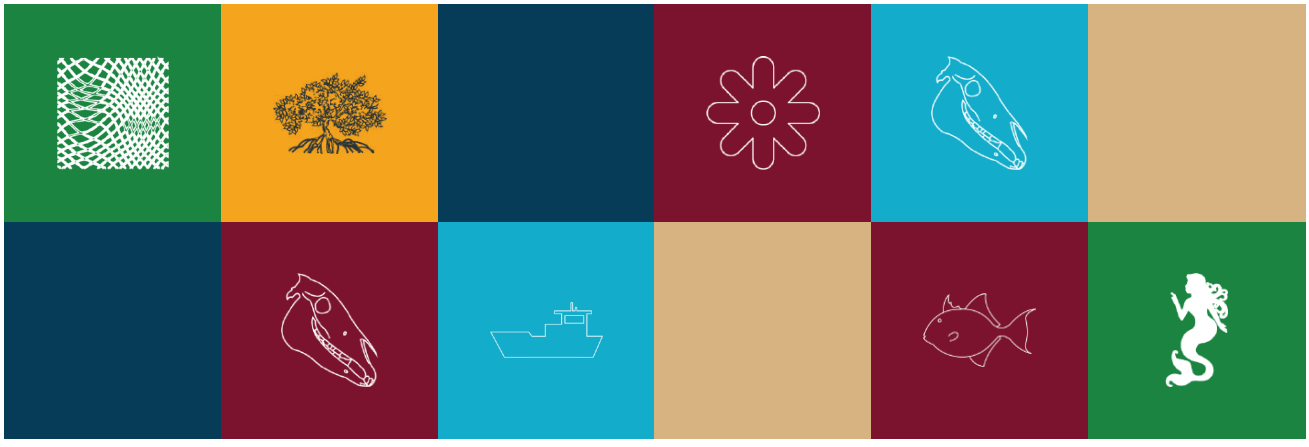
Além dos visitantes atualmente predominantes, a análise também permitiu identificar oportunidades relacionadas à atração de novos públicos alinhados às características e ao potencial de desenvolvimento do destino.

Considerando os segmentos prioritários, as tendências de mercado e a oferta existente, observa-se **potencial para atrair visitantes interessados** em turismo de aventura e natureza, turismo de base comunitária e turismo de casa- mentos e celebrações. Esses públicos podem ser motivados pelas praias, rios, manguezais, áreas rurais, comunidades pesqueiras, patrimônio cultu- ral, gastronomia, paisagens e modos de vida locais.

Entre os mercados potenciais identificados destacam-se visitantes provenientes de **São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia e Distrito Federal**, além do próprio mercado capixaba. No âmbito internacional, destaca-se especialmente o **mercado argentino**, considerado prioritário nas recentes estratégias de internacionalização do turismo do Espírito Santo. As ações estaduais de promoção, capacitação de agentes, rodadas de negócios, viagens de familiarização e aproximação com operadoras criam oportunidades para que Anchieta também seja inserida em roteiros e produtos destinados a esse público. A análise participativa indicou ainda a possibilidade de alcançar, de forma gradual, outros mercados internacionais interessados em experiências autênticas, atividades comunitárias e produtos turísticos especializados.

No entanto, ressalta-se que a ampliação da presença nesses mercados dependerá da estruturação e comercialização das experiências, da qualificação dos serviços, do fortalecimento do posicionamento turístico e da promoção direcionada aos diferentes públicos. Também será necessário integrar atrativos, comunidades, meios de hospedagem, alimentação, transporte e receptivo, transformando recursos dispersos em produtos turísticos organizados e disponíveis para reserva.

A análise permitiu consolidar **três personas representativas da demanda potencial**, construídas a partir das oportunidades identificadas pelos atores locais. Por se tratar de públicos que o des- tino pretende atrair ou ampliar, esses perfis devem orientar ações de estruturação da oferta, promoção e comercialização, sendo posteriormente validados por pesquisas de demanda e monitoramento dos visitantes.





PERSONA POTENCIAL 1 · DEMANDA POTENCIAL

Turista de Aventura e Natureza

Motivação. Praticar atividades ao ar livre, conhecer paisagens naturais e vivenciar experiências que combinem aventura, contato com a natureza, lazer e descoberta do território.

Passeio Canoa Havaiana. Foto: Anchieta Va'a, 2026.

PERFIL

Jovens e adultos, principalmente entre 18 e 59 anos, provenientes de mercados como Rio de Janeiro, São Paulo e Bahia. Viajam individualmente, em casal ou em grupos de amigos e possuem, predominantemente, perfil de renda intermediária.

INTERESSES

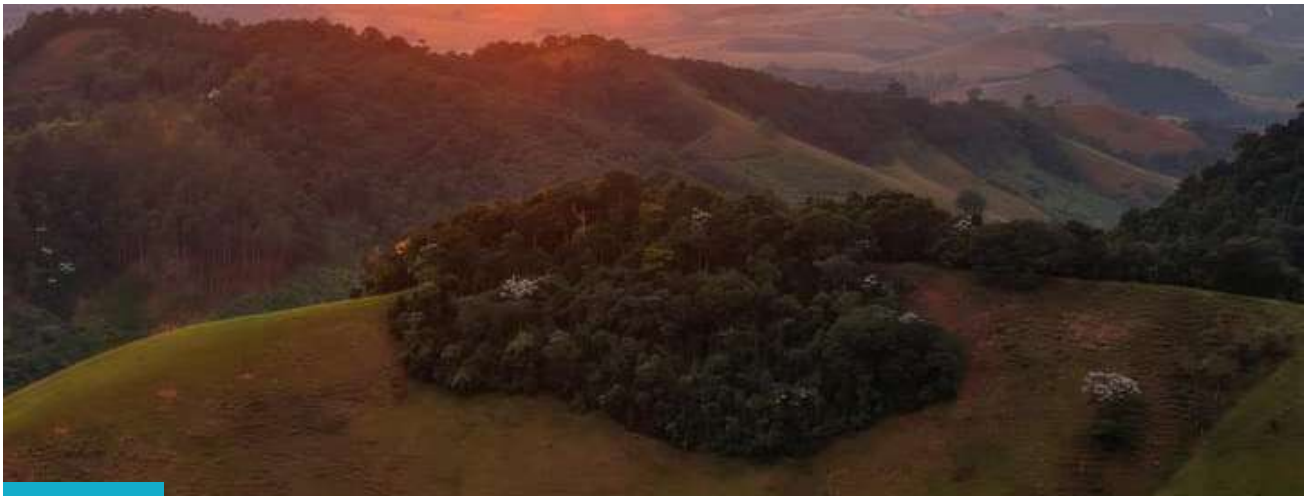
Trilhas, caminhadas, cicloturismo, canoagem, caiaque, stand-up paddle, passeios náuticos, pesca esportiva, observação da fauna e da flora, praias, rios, manguezais e áreas rurais.

COMPORTAMENTO

Busca informações em redes sociais, plataformas especializadas, vídeos, avaliações de outros viajantes e grupos ligados a esportes e atividades ao ar livre. Tende a permanecer de dois a três dias, consumir alimentação, hospedagem, transporte e experiências e valorizar segurança, orientação, equipamentos adequados e acompanhamento de condutores capacitados.

OPORTUNIDADE PARA O DESTINO

Estruturar e sinalizar percursos, qualificar condutores, definir protocolos de segurança e organizar atividades comercializáveis que integrem praias, Rio Benevente, manguezais, comunidades e áreas rurais. A oferta de pacotes de fim de semana e a realização de eventos esportivos podem ampliar a visitação fora da alta temporada.



Mirante da Sobra, experiência do nascer do sol. Foto: Flávio Vanini, 2026.



Experiência de Turismo de Base Comunitária na comunidade de Belo Horizonte. Foto: Setur Anchieta, 2026.

PERSONA POTENCIAL 2 · DEMANDA POTENCIAL

Visitante de Turismo de Base Comunitária

Motivação. Conhecer os modos de vida, os saberes, as tradições e as práticas produtivas das comunidades locais, buscando experiências autênticas, educativas e responsáveis.

PERFIL

Jovens e adultos provenientes principalmente do Espírito Santo, de São Paulo e do Distrito Federal, com possibilidade de atração gradual de visitantes estrangeiros. Viajam individualmente, em casal, em família, com grupos de interesse ou em ativida- des acadêmicas e educacionais.

INTERESSES

Comunidades pesqueiras e rurais, pesca artesanal, gastronomia tradicional, mariscagem, cultivo de ostras, agroindústrias familiares, artesanato, agricultura, manifestações culturais, histórias locais, conservação ambiental e contato direto com moradores e produtores.

COMPORTAMENTO

Pesquisa experiências diferenciadas em redes sociais, sites especializados, universidades, organizações sociais, agências e recomendações de outros viajantes. Valoriza grupos menores, contato com anfitriões locais, respeito às comunidades, sustentabilidade e participação em atividades práticas. Apresenta potencial de visitação durante todo o ano, inclusive em períodos de menor movimento.

OPORTUNIDADE PARA O DESTINO

Apoiar as comunidades na organização das experiências, formação de anfitriões, definição de preços, agendamento, segurança, comunicação e comercialização. A criação de roteiros integrados pode distribuir os fluxos turísticos pelo território, fortalecer a identidade local e gerar renda direta- mente para moradores, pescadores, agricultores, artesãos e pequenos empreendedores.



PERSONA POTENCIAL 3 · DEMANDA POTENCIAL

Visitante de Casamentos e Celebrações

Motivação. Participar de casamentos, renovação de votos, aniversários e outras celebrações em ambientes litorâneos, religiosos, históricos ou integrados à natureza.

PERFIL

Adultos provenientes principalmente de Minas Gerais, São Paulo e Distrito Federal, incluindo casais, familiares, convidados e grupos de amigos. Possuem perfil de consumo intermediário ou elevado e podem permanecer no município por vários dias.

INTERESSES

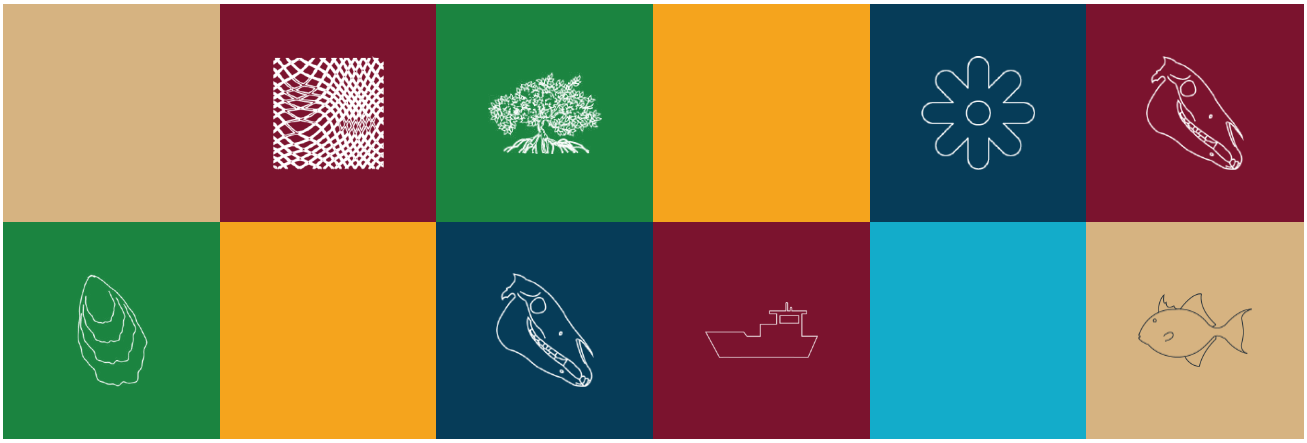
Cerimônias em igrejas e espaços religiosos, celebrações próximas às praias, recepções, gastronomia local, fotografia, decoração, hospedagem, lazer e passeios complementares para os convida- dos.

COMPORTAMENTO

Planeja a viagem com antecedência e contrata diferentes serviços, como hospedagem, alimentação, transporte, produção de eventos, fotografia, decoração e atividades de lazer. Pode permanecer entre quatro e sete dias, especialmente quando a celebração é associada a uma programação turística para os convidados.

OPORTUNIDADE PARA O DESTINO

Articular fornecedores e estruturar uma rede especializada em casamentos e celebrações, reunindo espaços, hospedagens, restaurantes, cerimonialistas, fotógrafos, transportadores e demais prestadores. A criação de pacotes que combinem a celebração com gastronomia, praias, patrimônio e passeios pode ampliar o gasto e a permanência, além de movimentar o destino em períodos de menor procura.



Síntese da Análise

A análise da demanda demonstra que Anchieta possui uma base de visitantes alinhada às suas principais características e vocações turísticas. Ao mesmo tempo, foram identificadas oportunidades relacionadas à ampliação dos mercados emissores, à diversificação dos perfis de visitantes, ao aumento do tempo de permanência e à redução da sazonalidade. Para isso, será importante conec- tar praias, patrimônio, comunidades, áreas rurais, natureza e gastronomia, estimulando a visitação em diferentes regiões do município e períodos do ano, além de estruturar novos produtos e serviços capazes de atrair esses públicos ao longo do ano.

SÍNTESE

De forma geral, a compreensão da demanda atual e potencial fornece subsídios importantes para orientar as estratégias de desenvolvimento da oferta turística, posicionamento, promoção e comercialização propostas neste Plano Municipal de Turismo. O acompanhamento contínuo do perfil, da origem, das motivações, da permanência, dos gastos e da satisfação dos visitantes será fundamental para qualificar as decisões, ampliar a competitividade e promover o desenvolvimento sustentável do turismo em Anchieta nos próximos anos.

2.2.3 Estratégias de Promoção

A promoção turística corresponde ao conjunto de ações voltadas à divulgação do destino e ao fortalecimento de sua imagem junto aos mercados prioritários. Seu principal objetivo é ampliar o reconhecimento do território, despertar o interesse dos visitantes e estimular fluxos turísticos compatíveis com os produtos, as experiências e os segmentos estratégicos do destino.

A análise das estratégias de promoção de Anchieta foi realizada a partir dos resultados das atividades participativas do Programa Fortalece Turismo, da observação dos canais institucionais e das redes sociais, dos materiais de divulgação disponíveis e das informações fornecidas pelos atores locais. Também foram considerados os dados relacionados à demanda, ao posicionamento, à participação em feiras, às parcerias e às ações de comercialização, permitindo avaliar como o destino se apresenta ao mercado e quais mecanismos utiliza para ampliar sua visibilidade.

Atualmente, as **ações de promoção turística** concentram-se principalmente na divulgação de eventos, festas religiosas, festivais gastronômicos, praias e atividades realizadas nos balneários, com utilização das redes sociais e dos canais institucionais da Prefeitura. Também foram identificadas a participação em feiras e eventos do setor, a realização pontual de ações promocionais e o desenvolvimento de iniciativas em parceria com instituições públicas e privadas. A realização de eventos ao longo do ano, inclusive em períodos de menor movimento, constitui um dos principais instrumentos utilizados para atrair visitantes e reduzir parcialmente a sazonalidade.

Entretanto, **não foi identificada uma estratégia formal e atualizada de promoção turística** estruturada a partir de objetivos, públicos prioritários, mercados emissores, cronograma de campanhas, orçamento, responsabilidades, indicadores e mecanismos de monitoramento. As ações são realizadas, em grande parte, conforme as demandas dos eventos, das temporadas e das oportunidades de participação em feiras. Também não foram identificados procedimentos sistemáticos para

acompanhar o alcance das campanhas e avaliar sua influência sobre o fluxo, a permanência e o consumo dos visitantes.

Anchieta possui informações sobre a origem e o perfil de parte de sua demanda, inclusive por meio do Observatório do Turismo e de levantamentos realizados com os meios de hospedagem. Contudo, esses dados ainda não estão plenamente incorporados ao planejamento promocional. Não foram reconhecidos mercados prioritários formalmente definidos para orientar investimentos e campanhas. Considerando a demanda atual, os esforços podem ser direcionados inicialmente aos mercados do Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, com conteúdos específicos para famílias, casais, peregrinos, visitantes gastronômicos e públicos de eventos. A promoção também pode alcançar gradualmente os segmentos potenciais de aventura e natureza, Turismo de Base Comunitária e casamentos e celebrações.

Em relação à **marca turística**, não foi identificada uma marca de destino formalizada, amplamente reconhecida e utilizada de forma integrada pelos diferentes atores do turismo. A comunicação utiliza principalmente a identidade institucional da Prefeitura, além de peças específicas de eventos, projetos e campanhas. Embora os materiais divulguem atributos importantes do município, ainda falta uma narrativa comum que articule praias, fé, história, gastronomia, natureza, hospitalidade e modos de vida locais. Essa ausência limita a continuidade da comunicação e dificulta a construção de uma imagem diferenciada e facilmente reconhecida pelo mercado.

No **ambiente digital**, Anchieta está presente nas redes sociais e nas plataformas de busca e avaliação utilizadas pelos visitantes. As redes sociais constituem um importante canal de divulgação dos atrativos, eventos e atividades turísticas, enquanto plataformas como Google e Tripadvisor contribuem espontaneamente para a visibilidade dos empreendimentos e dos principais pontos de visitação. Entretanto, a análise participativa apontou que o site municipal apresenta informações incompletas ou desatualizadas e que a comunicação digital permanece fragmentada entre diferentes canais.

Esse cenário evidencia a **necessidade de estruturar um portal oficial de turismo** completo, atualizado e responsivo, que concentre informações sobre atrativos, experiências, eventos, hospedagem, gastronomia, transporte, acessibilidade, horários de funcionamento, roteiros e contatos para reservas. O portal deve estar integrado às redes sociais e aos canais dos empreendimentos, permitindo que o visitante avance da inspiração para o planejamento e a aquisição de serviços. Também será importante definir uma rotina de atualização, produção de conteúdo, atendimento digital e acompanhamento de indicadores.

Em relação aos **materiais promocionais**, verificou-se a existência de peças institucionais, conteúdos digitais, materiais relacionados aos atrativos e divulgações específicas dos eventos. Contudo, esses recursos apresentam diferentes níveis de atualização e nem sempre representam de maneira integrada a diversidade da oferta turística municipal. A promoção concentra-se nos produtos mais conhecidos, principalmente praias, eventos e patrimônio religioso, enquanto comunidades rurais e pesqueiras, natureza, produção artesanal e outras experiências recebem menor visibilidade.

Entre as necessidades identificadas estão a criação de um banco atualizado de fotografias e vídeos, a revisão dos mapas e materiais informativos, a produção de conteúdos acessíveis e a organização de um catálogo digital de experiências e serviços. Esses materiais devem seguir uma identidade visual comum, apresentar informações práticas e confiáveis e ser adaptados aos diferentes canais e públicos, incluindo visitantes, imprensa, operadores e agentes de viagens.

Outro aspecto relevante refere-se às **parcerias estabelecidas para a promoção turística**. Anchieta mantém articulação com a Prefeitura, a Secretaria Municipal de Turismo, o Observatório do Turismo, o Sebrae, órgãos estaduais, organizadores de eventos e representantes do trade. Essas

relações ampliam as possibilidades de participação em ações promocionais, qualificação, produção de informações e divulgação do destino. Entretanto, a cooperação ainda ocorre de maneira pontual, sendo necessário ampliar a participação dos empresários e estabelecer responsabilidades compartilhadas entre poder público, iniciativa privada e governança turística.

A participação em **feiras e eventos do setor** constitui um ponto positivo da promoção turística de Anchieta, com registros de ações em espaços estaduais, nacionais e, em alguns casos, internacionais. Essas oportunidades favorecem o relacionamento institucional, a divulgação dos atrativos e o contato com outros destinos e profissionais do turismo. Contudo, a participação nem sempre está associada a metas, mercados previamente selecionados, produtos disponíveis para comercialização ou avaliação dos resultados obtidos.



Stand de Anchieta na Feira dos Municípios 2026. Foto: Setur Anchieta, 2026.

Também foram mencionadas experiências com visitas técnicas, famtours e ações em parceria com outros órgãos, mas essas iniciativas não apresentam continuidade ou planejamento regular. A realização de **famtours, press trips e ações com criadores de conteúdo** pode contribuir para ampliar a presença de Anchieta na imprensa e nos canais digitais, desde que os participantes sejam selecionados conforme os segmentos e mercados prioritários e que as visitas estejam apoiadas em roteiros organizados, prestadores preparados e resultados acompanhados.

Entre os principais **pontos fortes** da promoção turística destacam-se a presença nas redes sociais, a realização de eventos ao longo do ano, a participação em feiras, a existência de atrativos reconhecidos e a capacidade de mobilização institucional. Anchieta também dispõe de atributos com forte potencial de comunicação, como suas praias, o Santuário Nacional de São José de Anchieta, os Passos de Anchieta, a gastronomia baseada em pescados e frutos do mar, os festivais, as comunidades e as paisagens naturais.

Por outro lado, as principais **fragilidades** estão relacionadas à ausência de um plano de marketing vigente, à falta de marca turística compartilhada, à indefinição dos mercados prioritários, à fragmentação dos canais digitais, à atualização insuficiente do site e dos materiais, à baixa integração entre as ações e à ausência de monitoramento sistemático

dos resultados. Também se destacam a limitada participação do trade na produção e distribuição dos conteúdos e a reduzida conexão entre promoção e comercialização.

As transformações no comportamento dos consumidores e a influência crescente dos canais digitais exigem estratégias de promoção mais segmentadas, integradas e orientadas por dados. Nesse contexto, Anchieta precisa avançar de uma comunicação predominantemente institucional e centrada em eventos para uma estratégia permanente, capaz de apresentar experiências, inspirar viagens, facilitar o planejamento, direcionar o visitante aos canais de reserva e manter relacionamento com o público ao longo do ano.

SÍNTESE

De forma geral, Anchieta possui condições para fortalecer suas estratégias de promoção por meio da definição de mercados e públicos prioritários, da criação de uma marca turística compartilhada, da implantação de uma estratégia digital integrada, da atualização dos canais oficiais e da ampliação das parcerias com o trade. Essas ações devem estar alinhadas à Visão de Futuro do município, que busca consolidar um turismo sustentável, organizado, inovador e construído com participação comunitária. O aprimoramento da promoção contribuirá para ampliar a visibilidade do território, reduzir a sazonalidade, diversificar os visitantes e fortalecer o posicionamento competitivo do destino nos próximos anos.

2.2.4 Estratégias de Comercialização

A comercialização turística compreende os mecanismos utilizados para transformar produtos, serviços e experiências em oportunidades efetivas de venda. Ela envolve os canais de distribuição, as relações com operadores e agências de viagem, a atuação dos receptivos locais, as plataformas digitais de venda e todas as estratégias que facilitam o acesso dos visitantes à oferta turística do destino.

Mais do que atrair o interesse dos visitantes, é necessário que o destino possua condições para que suas experiências sejam facilmente encontradas, comparadas, reservadas e adquiridas. Nesse sentido, um destino pode possuir atrativos e produtos turísticos de qualidade, mas apresentar resultados limitados caso seus canais de comercialização sejam insuficientes ou pouco estruturados.

A análise das **estratégias de comercialização** de Anchieta foi realizada a partir das atividades participativas do Programa Fortalece Turismo, das informações fornecidas pelos atores locais e da observação da presença dos empreendimentos e serviços nos canais digitais. Foram considerados os meios de hospedagem, os estabelecimentos de alimentação, os atrativos, os eventos, as agências, os prestadores de serviços, as plataformas digitais e as relações existentes com operadores e parceiros comerciais.

Atualmente, a comercialização da oferta turística ocorre principalmente por meio da **venda direta realizada pelos próprios empreendimentos**, utilizando telefone, WhatsApp, redes sociais, sites próprios e plataformas digitais. Os meios de hospedagem apresentam maior presença nos canais online, especialmente por meio de plataformas de reserva, enquanto restaurantes, organizadores de eventos e prestadores de serviços utilizam principalmente redes sociais e contatos diretos com os consumidores.

Também existem vendas realizadas por **agências, operadores, organizadores de excursões e grupos religiosos**, especialmente em atividades relacionadas ao Turismo Religioso, aos Passos de

Anchieta, aos eventos e às viagens em grupo. Entretanto, essa presença ainda é pontual e não representa uma distribuição abrangente da oferta municipal. Não foi identificada uma rede consolidada de operadores e agências que comercialize, de maneira contínua, um portfólio diversificado de produtos turísticos de Anchieta.

De forma geral, o nível de comercialização da oferta pode ser considerado **moderado** para os serviços individuais e **reduzido** para os produtos integrados. Hospedagens, alimentação e alguns eventos podem ser encontrados e adquiridos com relativa facilidade. Contudo, experiências que combinem atrativos, transporte, alimentação, condução, atividades e visitação ainda possuem baixa presença nos canais de venda.

Em relação à **estruturação dos produtos turísticos**, Anchieta dispõe de atrativos reconhecidos e de algumas experiências com capacidade de mobilizar visitantes, como o Santuário Nacional de São José de Anchieta, os Passos de Anchieta, as praias, os festivais gastronômicos, as celebrações religiosas e os eventos culturais e esportivos. Apesar disso, parte significativa da oferta ainda se apresenta como **recurso ou atividade isolada**, e não como produto turístico completo e disponível para compra.

Para tornar uma experiência efetivamente comercializável, é necessário definir público, duração, capacidade de atendimento, programação, preço, responsáveis, condições de participação, canais de reserva e formas de pagamento. Muitos dos potenciais turísticos relacionados à gastronomia, às comunidades pesqueiras e rurais, à natureza, aos passeios náuticos, ao Turismo de Base Comunitária e às experiências histórico-culturais ainda precisam avançar nesses aspectos.

No **ambiente digital**, a oferta turística encontra-se distribuída entre redes sociais, sites dos empreendimentos, plataformas de hospedagem, sistemas de busca e canais informais de atendimento. Essa presença favorece a venda direta e permite que alguns empreendimentos alcancem o visitante sem intermediários. Por outro lado, a **fragmentação** dificulta a compreensão da oferta completa do destino e exige que o turista pesquise diferentes canais para organizar sua viagem.

Não foi identificado um canal digital integrado que apresente os produtos e serviços turísticos do município e direcione o visitante para informações, atendimento e reservas. O portal oficial de turismo pode exercer essa função sem necessariamente realizar vendas, reunindo a oferta organizada e conectando cada produto ao canal comercial do responsável. Também poderá incluir roteiros, calendário de eventos, contatos, preços indicativos, disponibilidade, políticas de atendimento e links para reservas.

Outro fator relevante refere-se ao **grau de integração entre os prestadores de serviços**. A análise demonstra que os empreendimentos atuam predominantemente de maneira individual, com articulação comercial ainda limitada entre hospedagem, gastronomia, atrativos, transporte, guias, eventos e comunidades. Embora existam parcerias pontuais, elas nem sempre resultam em produtos integrados, com responsabilidades, preços e formas de comercialização previamente definidos.

Essa baixa integração reduz as possibilidades de criação de pacotes e dificulta o aumento da permanência do visitante. Uma família hospedada em um balneário, por exemplo, poderia ter acesso a passeios, experiências gastronômicas, visitas ao patrimônio religioso, atividades náuticas e vivências rurais por meio do próprio estabelecimento. Para isso, é necessário que os prestadores conheçam a oferta uns dos outros e estabeleçam acordos comerciais, procedimentos de reserva e mecanismos de indicação ou comissionamento.

Entre os principais **pontos fortes** da estrutura comercial de Anchieta destacam-se a diversidade de meios de hospedagem, restaurantes, eventos e atrativos; a presença digital de parte dos empreendimentos; a venda direta pelas empresas; o reconhecimento de produtos como os Passos de Anchieta; e o apoio do poder público e de parceiros institucionais às iniciativas do turismo. A participação em feiras e eventos do setor também cria

oportunidades de relacionamento com operadores, agentes e potenciais parceiros comerciais.

Por outro lado, foram identificadas **fragilidades** relacionadas à baixa quantidade de produtos estruturados, à ausência de um receptivo local fortemente articulado, à limitada integração entre os prestadores, à reduzida presença de roteiros nos canais de venda e ao relacionamento ainda pontual com operadores e agências emissivas. Também se observam dificuldades na apresentação comercial das experiências, na precificação, na definição de condições de funcionamento e na manutenção de informações atualizadas.

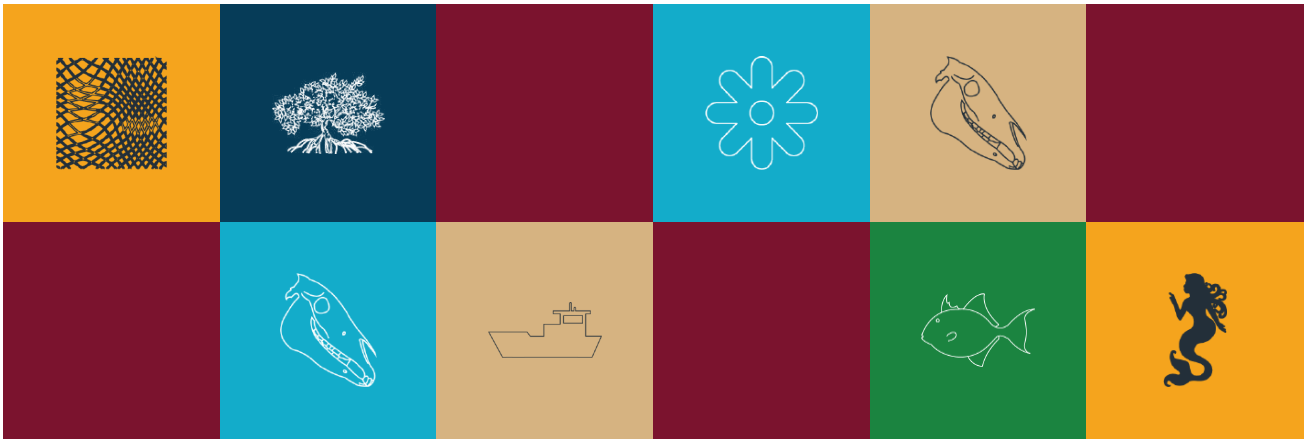
Outro desafio é a **distância entre divulgação e comercialização**. Em diferentes situações, o visitante encontra fotografias, notícias ou convites para conhecer determinado atrativo, mas não localiza com facilidade informações sobre como reservar, quanto custa, quais atividades estão incluídas, quem realiza o atendimento ou em quais dias a experiência está disponível. A promoção desperta o interesse, mas a ausência de uma continuidade clara até a compra pode reduzir a conversão em visitas e vendas.

As **oportunidades de aprimoramento** incluem a realização de oficinas de estruturação e precificação de produtos, a elaboração de um catálogo comercial, a formação de redes entre os prestadores, a qualificação do atendimento digital e a aproximação com operadoras e agências dos mercados prioritários. Também se mostra relevante estimular meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação a funcionarem como pontos de informação e indicação das experiências existentes.

A comercialização pode ser fortalecida por meio da **criação de roteiros e pacotes** dirigidos aos principais públicos atuais e potenciais. Entre as possibilidades estão os fins de semana de Praia e Mar em família, roteiros religiosos, experiências gastronômicas, pacotes associados aos eventos, atividades de aventura e natureza, vivências comunitárias e rurais e produtos voltados a casamentos e celebrações. A combinação entre diferentes atividades pode ampliar a permanência, distribuir o fluxo pelo território e aumentar o gasto do visitante.

SÍNTESE

De forma geral, Anchieta possui oferta e diversidade suficientes para ampliar sua capacidade de comercialização, mas precisa transformar seus recursos e experiências em produtos organizados, disponíveis e facilmente adquiridos. O fortalecimento das parcerias comerciais, a integração dos prestadores, a ampliação da presença nos canais digitais e a aproximação com operadores e agentes de viagens contribuirão para converter a visibilidade do destino em vendas efetivas, ampliar o tempo de permanência e gerar melhores resultados para a economia local.



2.3 Análise da Governança Turística



Fortalece Turismo Anchieta. Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

O desenvolvimento do turismo depende não apenas da existência de atrativos, serviços e visitantes, mas também da capacidade do território de planejar, coordenar e implementar ações de forma organizada e colaborativa. É nesse contexto que a governança turística assume um papel fundamental.

De forma simplificada, a governança turística corresponde à forma como os diferentes atores do turismo se organizam, tomam decisões e trabalham de forma articulada para promover o desenvolvimento da atividade. Ela envolve a atuação do setor público, da iniciativa privada, das entidades representativas, das instituições de ensino, das organizações da sociedade civil e da própria comunidade.

Uma governança fortalecida contribui para transformar objetivos em ações, ampliar a cooperação entre os atores locais, melhorar a utilização dos recursos disponíveis e garantir maior continuidade às iniciativas voltadas ao turismo. Por outro lado, fragilidades relacionadas à organização institucional, à participação dos atores, ao planejamento, à disponibilidade de recursos e à produção de informações podem limitar a capacidade do destino de implementar estratégias e alcançar resultados.

As análises apresentadas neste capítulo foram construídas a partir de informações obtidas por meio de pesquisa documental, levantamento de dados secundários, observação técnica e contribuições dos participantes envolvidos no processo de planejamento. A combinação dessas diferentes fontes permitiu compreender como o turismo está estruturado do ponto de vista da gestão e quais condições existem para apoiar seu desenvolvimento nos próximos anos.

A compreensão desses elementos permite identificar avanços já conquistados, desafios que precisam ser enfrentados e oportunidades para fortalecer a capacidade de gestão do território, criando bases mais sólidas para a implementação das estratégias e ações propostas neste Plano Municipal de Turismo.

2.3.1 Órgão de Turismo

O órgão responsável pela gestão do turismo desempenha papel fundamental na coordenação das políticas públicas, na articulação dos atores locais e na implementação das ações voltadas ao desenvolvimento do setor. Sua capacidade institucional influencia diretamente a continuidade das iniciativas, a mobilização de recursos e a execução das estratégias definidas para o território.

Em Anchieta, a gestão pública do turismo está vinculada à **Secretaria Municipal de Turismo – SETUR**, órgão de assistência direta e imediata ao prefeito. De acordo com a Lei Municipal nº 1.737/2025, compete à Secretaria planejar, organizar, direcionar e acompanhar o desenvolvimento do setor, qualificar serviços, estruturar projetos, promover o destino, apoiar eventos, estimular fluxos turísticos ao longo do ano e estabelecer parcerias com instituições públicas, privadas e organizações da sociedade civil.

A estrutura administrativa prevista na legislação compreende **seis funções ou unidades de direção e execução**: Secretário Municipal de Turismo, Subsecretário de Turismo, Gerência Operacional de Desenvolvimento da Atividade Turística, Coordenadoria de Infraestrutura Turística, Gerência Operacional de Promoção e Marketing Turístico e Coordenadoria de Eventos Turísticos. Essa organização contempla competências relacionadas ao planejamento, à infraestrutura, à promoção, à criação de produtos, à realização de pesquisas, à gestão de mídias, aos eventos e à articulação de parcerias.

Em relação aos recursos financeiros, verificou-se a existência de **dotação orçamentária específica para a unidade administrativa responsável pelo turismo**. A Lei Orçamentária Anual de 2026 destinou aproximadamente **R$ 2,85 milhões** à unidade identificada no orçamento como Secretaria de Turismo, Comércio e Empreendedorismo. Apesar dessa previsão, o diagnóstico participativo apontou limitações orçamentárias e a necessidade de ampliar a captação de recursos, ativar mecanismos complementares de financiamento e assegurar maior regularidade aos investimentos.

A capacidade operacional da SETUR é fortalecida pela integração com outras áreas da administração municipal, especialmente cultura e patrimônio histórico, meio ambiente, infraestrutura, obras, mobilidade, educação, agricultura, pesca, comunicação e segurança. A estrutura legal também atribui ao órgão a responsabilidade de articular ações com instituições estaduais e federais, associações, empreendedores e demais organizações relacionadas ao turismo. Essa atuação intersetorial é indispensável, considerando que parte significativa das ações turísticas depende de competências compartilhadas.

A Secretaria participa da governança local por meio do **Conselho Municipal de Turismo – COMTUR**, que possui composição formal vigente, e mantém articulação regional com a **Agência de Desenvolvimento do Turismo da Região da Costa e da Imigração – ADETURCI**. Também foram identificadas parcerias com entidades como o Sebrae/ES, o Santuário Nacional de São José de Anchieta, o MEPES/EFTUR, associações, organizadores de eventos e empreendimentos da cadeia turística. Os registros oficiais demonstram, inclusive, a celebração de termos de fomento destinados à qualificação, à realização de eventos e à atuação regional.

Entre as principais realizações recentes destacam-se a condução participativa da elaboração do Plano Municipal de Turismo, a articulação de projetos de circuitos e rotas, o apoio a eventos turísticos, as iniciativas de fortalecimento do turismo religioso, as parcerias para qualificação e a participação em ações regionais de desenvolvimento turístico. O PPA 2026–2029 também contempla o programa **“Anchieta com Turismo para o Desen-**

volvimento Socioeconômico”, demonstrando a inserção do turismo nos instrumentos formais de planejamento municipal.

Entre os principais **pontos fortes** identificados estão a existência de uma Secretaria formalmente instituída, a definição legal de suas competências, a presença de uma equipe com experiência prática, a capacidade de articulação com diferentes instituições, o funcionamento do COMTUR e a abertura da gestão aos processos participativos. Os formulários também destacaram a **disponibilidade da equipe técnica para atender, orientar e dialogar com os diferentes atores do turismo**, além da elaboração participativa do Plano Municipal de Turismo.

Por outro lado, os **principais desafios** estão relacionados à ampliação e especialização da equipe, ao fortalecimento da comunicação turística, à produção e análise sistemática de dados, ao monitoramento dos projetos, à disponibilidade de profissionais de atendimento e orientação, à insuficiência dos recursos financeiros e à continuidade das ações para além das mudanças administrativas. Também será necessário aprimorar a integração entre as secretarias e definir mecanismos permanentes de acompanhamento das metas do Plano Municipal de Turismo.

SÍNTESE

De forma geral, a Secretaria Municipal de Turismo apresenta **nível relevante de desenvolvimento institucional**, com estrutura formal, competências definidas e capacidade de articulação, desempenhando papel estratégico no desenvolvimento turístico de Anchieta. O órgão possui condições para liderar a implementação deste Plano Municipal de Turismo, desde que sejam fortalecidos seu quadro técnico, seus instrumentos de monitoramento, sua capacidade orçamentária e a articulação permanente com o COMTUR, as demais secretarias, a iniciativa privada e as organizações do território.

2.3.2 Instância de Governança

A governança turística desempenha papel fundamental na articulação dos diferentes atores envolvidos no desenvolvimento do turismo. Por meio dela, torna-se possível construir consensos, coordenar esforços, fortalecer a participação social e ampliar a capacidade de implementação das ações voltadas ao setor.

Em **Anchieta**, a principal instância local de governança turística é o **Conselho Municipal de Turismo de Anchieta – COMTUR**, constituído por representantes do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil. O Conselho foi instituído pela **Lei Municipal nº 101, de 28 de novembro de 1995**, e possui caráter consultivo e deliberativo, participando da discussão das políticas, prioridades e iniciativas relacionadas ao desenvolvimento turístico municipal.

A análise realizada demonstra que o COMTUR se encontra **ativo**, com reuniões periódicas e referência à realização de aproximadamente **quatro reuniões por ano**. Sua composição contempla diferentes segmentos relacionados ao turismo, como meios de hospedagem, alimentação, comércio, artesanato, agroturismo, associações comunitárias, empreendedores e órgãos públicos. Essa diversidade favorece uma visão mais abrangente das necessidades do território e contribui para o equilíbrio entre o setor público, a iniciativa privada e a sociedade civil.

Os formulários preenchidos durante o processo de planejamento destacam como pontos fortes a

atuação efetiva do COMTUR, sua representatividade, a participação dos membros e o alcance de quórum nas reuniões. A instância mantém integração direta com a Secretaria Municipal de Turismo e possui capacidade para contribuir em temas relacionados ao planejamento, à estruturação da oferta, aos eventos, à promoção, à qualificação, ao acompanhamento do Fundo Municipal de Turismo e à articulação dos atores locais.

A participação do COMTUR no processo de elaboração do Plano Municipal de Turismo demonstra sua capacidade de mobilização e contribuição para a construção coletiva das políticas públicas. Representantes do Conselho, do setor público, da iniciativa privada, de entidades e da comunidade participaram das discussões que subsidiaram o diagnóstico e a definição das ações estratégicas do município.

No âmbito regional, a governança local mantém relação com a **Agência de Desenvolvimento do Turismo da Região da Costa e da Imigração – ADETURCI**, reconhecida como Instância de Governança Regional (IGR). Essa articulação favorece a participação de Anchieta em projetos integrados, ações promocionais, iniciativas de estruturação turística e discussões relacionadas ao desenvolvimento da Região Turística da Costa e da Imigração.

Por outro lado, foram identificados desafios relacionados à ampliação e à continuidade da participação dos diferentes segmentos, à melhoria da comunicação entre os membros, ao acompanhamento sistemático das decisões e à transformação das deliberações em resultados concretos. Os materiais analisados também indicam a oportunidade de criar grupos de trabalho ou câmaras temáticas, fortalecer o monitoramento das ações, ampliar a participação da iniciativa privada e das comunidades e estabelecer uma rotina permanente de acompanhamento do Plano Municipal de Turismo.

SÍNTESE

De forma geral, observa-se que o COMTUR desempenha um papel **estratégico e em processo de fortalecimento** no desenvolvimento turístico de Anchieta. Sua representatividade, articulação com a Secretaria Municipal de Turismo e participação no planejamento constituem bases importantes para o acompanhamento deste Plano. Para ampliar sua capacidade de atuação, recomenda-se manter um calendário regular de reuniões, registrar e monitorar os encaminhamentos, instituir grupos de trabalho para temas prioritários e realizar avaliações periódicas da implementação das ações.

2.3.3 Mapeamento das Partes Interessadas

O desenvolvimento do turismo depende da atuação articulada de diferentes organizações, instituições, lideranças e grupos sociais que influenciam direta ou indiretamente as decisões relacionadas ao setor. Compreender quem são esses atores e qual seu nível de interesse e influência é funda- mental para fortalecer a governança e ampliar a capacidade de implementação das estratégias definidas para o território.

Com base nas análises realizadas e nas contribuições obtidas ao longo do processo de planejamento, foram identificadas as principais partes interessadas relacionadas ao desenvolvimento do turismo em **Anchieta**.

A análise demonstra que os atores com maior capacidade de influência são a **Prefeitura Municipal e o Gabinete do Prefeito, a Secretaria Municipal de Turismo, o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), a Câmara Municipal e as secretarias responsáveis por áreas diretamente relacionadas ao turismo, especialmente cultura e patrimônio histórico, infraestrutura e obras, mobilidade e serviços urbanos, meio ambiente e educação**. Também se destacam o **Sebrae/ES e as instituições responsáveis pela gestão dos principais patrimônios e atrativos turísticos**. Esses atores possuem capacidade de decisão, execução orçamentária, regulamentação, mobilização, articulação institucional ou apoio técnico, sendo fundamentais para assegurar a implementação e a continuidade do Plano Municipal de Turismo.

A **Secretaria Municipal de Turismo** ocupa posição central na coordenação das políticas públicas, na elaboração de projetos, na mobilização dos atores e na articulação com instituições parceiras. Também desempenha papel relevante na proposi- ção dos programas e recursos destinados ao turismo, posteriormente analisados e ajustados com a **Gerência Estratégica de Planejamento** e o Gabinete do Prefeito. A participação do **Sebrae/ES** fortalece essa atuação por meio de apoio técnico, qualificação, planejamento e desenvolvimento de projetos.

O **COMTUR** apresenta elevado interesse e influência institucional, considerando seu caráter consultivo e deliberativo. Entretanto, sua capacidade de apoiar financeiramente a implementação de projetos ainda é limitada pela ausência de recursos no Fundo Municipal de Turismo, que se encontra institucionalizado e possui conta bancária, mas permanece com saldo zerado. A ativação financeira do Fundo poderá ampliar a autonomia do Conse- lho e sua participação nas decisões sobre investi- mentos turísticos.

A **Prefeitura Municipal e o Gabinete do Prefeito** possuem elevada capacidade de influência em razão de seu papel na definição de prioridades, na aprovação orçamentária e na articulação para captação de recursos. Destaca-se a atuação do Gabinete na obtenção de recursos provenientes de compensações relacionadas aos impactos da Samarco, incluindo investimentos previstos para os parques lineares de Mãe-Bá e Ubu. A **Câmara Municipal**, os vereadores e os parlamentares estaduais e federais também constituem partes interessadas importantes, especialmente pela possibilidade de destinação de emendas para projetos turísticos.

A **Samarco** e outras empresas parceiras apresentam influência relevante por sua capacidade de financiar projetos e apoiar iniciativas de maior porte. A parceria com a empresa tem possibilitado a estruturação de projetos desenvolvidos pela Secretaria de Turismo em conjunto com organizações da sociedade civil, incluindo a reconstrução e a revitalização da Casa do Artesanato de Mãe-Bá e propostas voltadas às comunidades de Belo Horizonte, Parati, Ubu e Chapada do Á.

As **organizações da sociedade civil, associações comunitárias e entidades locais** também desempenham papel estratégico na execução de ações por meio de termos de fomento, planos de trabalho e parcerias institucionais. Essas organizações contribuem para a realização de eventos, manutenção de estruturas de apoio ao visitante, elaboração de pesquisas e desenvolvimento de projetos comunitários. Nesse grupo, destacam-se a **ADETURCI - Agência de Desenvolvimento do Turismo da Região da Costa e da Imigração**, as associações de artesãos, as organizações dos bal- neários e do interior e as entidades envolvidas nos eventos turísticos.

O **Santuário Nacional de São José de Anchieta** ocupa posição estratégica em razão de sua importância histórica, cultural e religiosa e de sua capacidade de atrair peregrinos e visitantes. Também devem ser consideradas as paróquias, comunidades religiosas e instituições parceiras ligadas ao turismo de cultura e fé. A aproximação com equipe técnica relacionada ao **Santuário Nacional de Aparecida** representa uma oportunidade de cooperação especializada para a estruturação e o posicionamento desse segmento.

As entidades empresariais, os meios de hospedagem, os estabelecimentos gastronômicos, as agências, os receptivos, o comércio e os organizadores de eventos possuem papel essencial na transformação dos atrativos em produtos e experiências comercializáveis. A participação desses atores ganha ainda mais importância diante das possíveis mudanças na arrecadação municipal relacionadas à Reforma Tributária, que reforçam a necessidade de fortalecer o consumo, o comércio e a prestação de serviços no próprio município.

Também foram identificados atores com elevado interesse, mas com capacidade individual de influência mais limitada, como **artesãos, pescadores, produtores rurais, agroindústrias familiares, pequenos empreendedores, guias, condutores e representantes comunitários**. A organização desses grupos em associações, redes, comissões ou grupos de trabalho pode ampliar sua representatividade e fortalecer sua contribuição para o turismo.

Embora o processo participativo tenha reunido representantes do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor, ainda é necessário fortalecer a participação contínua das comunidades do interior e dos balneários, dos profissionais do receptivo, das instituições de ensino e dos representantes de públicos relacionados à acessibilidade e à inclusão. A ampliação dessa representatividade contribuirá para que as decisões considerem as diferentes realidades sociais, econômicas e territoriais de Anchieta.

MATRIZ DE INFLUÊNCIA E INTERESSE

INSTITUIÇÃO	GRAU DE INTERESSE	GRAU DE INFLUÊNCIA	PAPEL ESTRATÉGICO
Secretaria Municipal de Turismo	Alto	Alto	Coordenar a política municipal de turismo, mobilizar os atores, desenvolver projetos e acompanhar a implementação do Plano Municipal de Turismo
Conselho Municipal de Turismo – COMTUR	Alto	Alto	Fortalecer a governança, ampliar a participação social, definir prioridades e acompanhar a execução das ações

INSTITUIÇÃO	GRAU DE INTERESSE	GRAU DE INFLUÊNCIA	PAPEL ESTRATÉGICO
Prefeitura Municipal e Gabinete do Prefeito	Alto	Alto	Assegurar apoio político, administrativo, financeiro e institucional, além de articular investimentos e recursos externos
Gerência Estratégica de Planejamento	Médio	Alto	Analisar e compatibilizar os programas e recursos do turismo com o planejamento e o orçamento municipal
Secretaria Municipal de Infraestrutura	Médio	Alto	Planejar e executar obras, edificações e intervenções estruturantes relacionadas ao turismo
Demais secretarias municipais relacionadas ao turismo	Médio	Alto	Executar ações integradas nas áreas de cultura, patrimônio, mobilidade, meio ambiente, agricultura, pesca, educação, esporte, comunicação e eventos
Câmara Municipal e vereadores	Médio	Alto	Apoiar a legislação, fiscalizar as políticas públicas e direcionar emendas para projetos turísticos
Deputados e senadores	Médio	Alto	Destinar emendas parlamentares e apoiar a articulação do município com programas e órgãos governamentais
Sebrae/ES	Alto	Alto	Oferecer apoio técnico, qualificação, planejamento, articulação institucional e suporte aos empreendimentos
Agência de Desenvolvimento do Turismo da Região da Costa e da Imigração – ADETURCI	Alto	Médio	Exercer a governança turística regional, integrar os municípios e apoiar pesquisas, projetos e ações conjuntas de promoção e desenvolvimento
Governo do Estado do Espírito Santo	Médio	Alto	Apoiar ações de promoção, infraestrutura, qualificação, captação de visitantes e integração do município às políticas estaduais
Órgãos estaduais e federais de turismo, cultura, patrimônio e meio ambiente	Médio	Alto	Regulamentar, financiar e apoiar tecnicamente projetos relacionados ao desenvolvimento turístico

INSTITUIÇÃO	GRAU DE INTERESSE	GRAU DE INFLUÊNCIA	PAPEL ESTRATÉGICO
Samarco e demais empresas parceiras	Médio	Alto	Apoiar financeiramente projetos turísticos, comunitários e de infraestrutura, em parceria com a Prefeitura e as organizações sociais
Santuário Nacional de São José de Anchieta	Alto	Alto	Fortalecer o turismo religioso, preservar o patrimônio e articular peregrinações, celebrações e experiências de fé
Paróquias, comunidades e organizações religiosas	Alto	Médio	Mobilizar peregrinos, divulgar o calendário religioso e apoiar a realização de celebrações e experiências de fé
Equipe técnica vinculada ao Santuário Nacional de Aparecida	Médio	Médio	Prestar apoio especializado à estruturação e ao desenvolvimento do turismo de cultura e fé
Observatório de Turismo de Anchieta	Alto	Médio	Produzir pesquisas e indicadores, monitorar a atividade turística e apoiar a avaliação dos resultados do Plano
Entidades empresariais e Câmara de Dirigentes Lojistas – CDL	Médio	Alto	Mobilizar empresários, ampliar parcerias, fortalecer o comércio e estimular o consumo de produtos e serviços locais
Meios de hospedagem, restaurantes, bares, quiosques e comércio	Alto	Médio	Qualificar a oferta, atender os visitantes e participar da promoção, comercialização e criação de produtos turísticos
Agências, receptivos, guias e condutores de turismo	Alto	Médio	Estruturar, operar e comercializar roteiros, passeios e experiências turísticas
Organizadores de eventos	Alto	Médio	Estruturar e divulgar o calendário, atrair visitantes e integrar os eventos aos serviços e atrativos turísticos
Organizações da sociedade civil – OSCs	Alto	Médio	Executar projetos por meio de parcerias e termos de fomento, mobilizar comunidades e apoiar eventos e estruturas turísticas

INSTITUIÇÃO	GRAU DE INTERESSE	GRAU DE INFLUÊNCIA	PAPEL ESTRATÉGICO
Associação de Artesanato de Mãe-Bá e demais organizações de artesãos	Alto	Médio	Valorizar a produção artesanal, gerir projetos comunitários e inserir produtos locais na oferta turística
Artesãos, pescadores, produtores rurais e agroindústrias familiares	Alto	Médio	Incorporar produtos, saberes, práticas e modos de vida locais às experiências turísticas
Associações comunitárias e comunidades dos balneários e do interior	Alto	Médio	Representar demandas locais, mobilizar moradores e contribuir para a distribuição territorial dos benefícios do turismo
Instituições de ensino e pesquisa	Médio	Médio	Desenvolver estudos, atividades educativas, qualificação profissional e projetos de apoio ao turismo
Conselhos setoriais e representantes da acessibilidade e inclusão	Médio	Médio	Contribuir para a integração das políticas públicas e para a construção de experiências acessíveis e inclusivas
Imprensa, influenciadores e canais locais de comunicação	Médio	Médio	Divulgar o destino e as ações do Plano, formar opinião e ampliar o acesso da população às informações

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

A matriz demonstra que **a maior capacidade de influência está concentrada nos atores públicos, nas instituições de apoio e nos parceiros com capacidade técnica e financeira, enquanto os empreendimentos turísticos, profissionais do setor, produtores, organizações sociais e comunidades apresentam elevado interesse, mas influência predominantemente média**. Esse padrão evidencia a necessidade de fortalecer a participação desses grupos nos espaços de governança, ampliar a articulação entre poder público, iniciativa privada e sociedade civil e distribuir responsabilidades pela implementação do Plano.

Entre os principais pontos fortes observados destacam-se **a existência de instituições e lideranças mobilizadoras, a diversidade de atores envolvidos, a presença de mecanismos de parceria com as OSCs, a capacidade de articulação para captação de recursos e a participação de instituições com capacidade técnica, institucional e financeira**. A atuação conjunta da Secretaria Municipal de Turismo, Prefeitura, COMTUR, Sebrae/ES, empresas parceiras, instituições religiosas e organizações comunitárias constitui uma base importante para a execução das ações.

Por outro lado, os principais desafios estão relacionados à **concentração das decisões e responsabilidades na Secretaria Municipal de Turismo e em um grupo reduzido de lideranças, à dependência das decisões orçamentárias da administração municipal, à ausência de recursos no Fundo Municipal de Turismo e à necessidade de ampliar a participação permanente de determinados setores e comunidades**. A dependência de parceiros externos e de fontes pontuais de finan-

ciamento também exige a definição de mecanismos que assegurem continuidade aos projetos.

Para equilibrar essas relações, recomenda-se fortalecer o COMTUR, estabelecer uma agenda regular de reuniões, organizar grupos de trabalho vinculados aos objetivos estratégicos, definir responsabilidades institucionais e criar mecanismos transparentes de acompanhamento. Também será importante ampliar a articulação entre as secretarias municipais, integrar o planejamento turístico ao orçamento e estimular maior participação do setor privado e das comunidades na execução e no monitoramento das ações.

SÍNTESE

De forma geral, o mapeamento demonstra que Anchieta dispõe de uma rede diversificada de instituições e grupos capazes de apoiar a implementação do Plano Municipal de Turismo. O principal desafio consiste em transformar essa rede em uma estrutura permanente de governança, com responsabilidades compartilhadas, comunicação contínua, representatividade territorial, capacidade de mobilização de recursos e acompanhamento sistemático dos resultados.

2.3.4 Recursos Financeiros

A disponibilidade de recursos financeiros influencia diretamente a capacidade do destino de implementar ações, desenvolver projetos e manter iniciativas voltadas ao turismo. Além dos recursos próprios, a atividade turística pode ser apoiada por diferentes mecanismos de financiamento, como fundos específicos, convênios, editais, pro- gramas governamentais e parcerias institucionais.

Em **Anchieta**, identificou-se a existência de orçamento específico para o turismo, programado para o período de **2026 a 2029** e distribuído entre programas e ações voltados ao desenvolvimento socioeconômico, às parcerias institucionais, à elaboração do Plano Municipal de Turismo, à infraestrutura turística, aos circuitos, à promoção, à capacitação e à qualificação. Apesar dessa previsão, os recursos foram considerados insuficientes diante da amplitude das atribuições do órgão e das ações planejadas, indicando a necessidade de ampliar a captação de recursos, diversificar as fontes de financiamento e assegurar maior regularidade aos investimentos. Nos últimos anos, foram realizados investimentos em sinalização turística, espaços de interação e registro fotográfico, eventos e projetos comunitários. Destacam-se ainda a reconstrução e revitalização da Casa do Artesanato de Mãe-Bá, os projetos previstos para Belo Horizonte, Parati, Ubu e Chapada do Á e os investimentos relacionados aos parques lineares de Mãe-Bá e Ubu.

O **Fundo Municipal de Turismo está institucionalizado por lei e possui conta bancária**, mas permanece inativo do ponto de vista financeiro, pois não dispõe de fonte regular de captação e apresenta saldo zerado. Atualmente, os principais recursos destinados ao setor são provenientes do orçamento próprio da Prefeitura, dos royalties do petróleo aplicados em infraestrutura, de emendas parlamentares, de editais e de parcerias com empresas e outras instituições.

A análise demonstra que a capacidade de financiamento do turismo é **média**, com condições concretas de investimento e captação, mas sujeita a limitações institucionais e orçamentárias. A Secretaria Municipal de Turismo possui capacidade para desenvolver projetos e buscar recursos externos, incluindo emendas de vereadores, deputados e senadores, participação em editais e articulação junto a órgãos governamentais. Também se destacam as parcerias com organizações da sociedade

civil, Sebrae, Governo do Estado e Samarco, além da utilização de termos de fomento para apoiar eventos, pesquisas, manutenção de estruturas e outras iniciativas relacionadas ao turismo.

Entre os principais pontos fortes identificados destacam-se **a existência de orçamento próprio, a diversidade de programas previstos, a capacidade de articulação institucional e o histórico recente de investimentos no setor**.

Por outro lado, os principais desafios estão relacionados à **ausência de recursos no Fundo Municipal de Turismo, à dependência da aprovação e da distribuição do orçamento municipal e à necessidade de assegurar recursos para a execução das ações de médio prazo**. Soma-se a esses fatores o risco de redução das receitas municipais decorrente das mudanças introduzidas pela Reforma Tributária, situação que reforça a importância de diversificar as fontes de financiamento e fortalecer o turismo, o comércio e os serviços locais.

SÍNTESE

De forma geral, Anchieta apresenta capacidade financeira e institucional para iniciar a implementação das ações de curto prazo previstas neste Plano Municipal de Turismo, especialmente aquelas que demandam investimentos mais moderados. Para as iniciativas de médio e longo prazo, será necessário integrar as prioridades do Plano ao orçamento municipal, ativar financeiramente o Fundo Municipal de Turismo e ampliar a captação por meio de editais, emendas, programas governamentais e parcerias com a iniciativa privada e organizações da sociedade civil. O fortalecimento desses mecanismos será fundamental para assegurar continuidade, autonomia e sustentabilidade aos investimentos turísticos do município.

2.3.5 Ordenamento e Fiscalização

O ordenamento turístico corresponde ao conjunto de normas, instrumentos e mecanismos que orientam o desenvolvimento da atividade turística, buscando garantir que seu crescimento ocorra de forma organizada, segura e compatível com as características do território. Já a fiscalização contribui para assegurar o cumprimento dessas regras, promovendo maior qualidade na experiência dos visitantes e maior sustentabilidade para o destino.

Em **Anchieta**, verificou-se a existência de diferentes instrumentos legais e de planejamento relacionados ao turismo e à organização territorial. Entre eles destacam-se o **Plano Diretor Municipal**, instituído pela Lei Complementar nº 123/2023, que estabelece diretrizes para o desenvolvimento turístico e para o uso e a ocupação do território; a **Política Municipal de Gerenciamento Costeiro**, instituída pela Lei nº 973/2014; o **Código de Posturas Municipal**, instituído pela Lei nº 49/1990 e posteriormente atualizado; e a legislação que regulamenta o comércio sazonal e ambulante. Soma-se a esses instrumentos o **Plano de Gestão Integrada da Orla Marítima de Anchieta**, elaborado no âmbito do Projeto Orla com participação de diferentes órgãos públicos e setores da sociedade.

A análise demonstra que o nível de ordenamento do turismo é **médio**, considerando a existência de uma base legal e de instrumentos territoriais relevantes, mas também a necessidade de ampliar sua aplicação integrada, atualizar determinadas normas e fortalecer os mecanismos de acompanhamento e fiscalização. O Plano Diretor contempla diretrizes como a organização das informações turísticas, a promoção do destino, a qualificação profissional e o fortalecimento dos segmentos

turísticos, enquanto os instrumentos de gerenciamento costeiro orientam o uso sustentável da orla e a proteção dos recursos naturais e paisagísticos.

Em relação à formalização dos empreendimentos turísticos, observa-se uma situação relativamente positiva entre os meios de hospedagem, embora ainda existam lacunas. Pesquisa realizada com 20 estabelecimentos identificou que **85% estavam cadastrados no Cadastur**, enquanto 15% ainda não possuíam o cadastro obrigatório e 5% dos entrevistados informaram não possuir CNPJ. Esses resultados demonstram a necessidade de manter ações permanentes de orientação, regularização e atualização cadastral, abrangendo também agências, transportadoras, organizadoras de eventos, guias e demais prestadores de serviços turísticos.

Em relação à gestão dos atrativos e das áreas de visitação, verificou-se a **existência de mecanismos relacionados ao licenciamento, à fiscalização de posturas, à vigilância sanitária, à fiscalização ambiental, ao controle do comércio ambulante e sazonal e à regulamentação do uso dos espaços públicos**. O Plano de Gestão Integrada da Orla também estabelece diretrizes para organizar as atividades realizadas nas praias, proteger áreas ambientalmente sensíveis, melhorar o controle do uso do solo e monitorar os impactos decorrentes da visitação e do turismo de massa durante o verão. Entretanto, não foi identificado um sistema padronizado de controle de acesso, capacidade de suporte e monitoramento da visitação aplicado a todos os atrativos do município.

Entre os principais pontos fortes destacam-se a existência de instrumentos de planejamento territorial e costeiro, a articulação entre as áreas de turismo, meio ambiente, infraestrutura, pesca, vigilância sanitária e fiscalização de posturas e os esforços municipais de incentivo ao Cadastur. Esses mecanismos contribuem para organizar os serviços, proteger o patrimônio natural e cultural e oferecer melhores condições de segurança e atendimento aos visitantes.

Por outro lado, os principais desafios estão relacionados à integração entre os diferentes setores responsáveis pela fiscalização, à atualização e divulgação das normas, à ampliação da formalização dos prestadores, ao acompanhamento do Cadastur e à manutenção de equipes e recursos suficientes para fiscalização contínua. Também demandam atenção o comércio informal, os usos conflitantes da orla, o trânsito de veículos em áreas de praia, a ocupação de espaços ambientalmente sensíveis, a gestão de resíduos, a pressão sobre a infraestrutura durante a alta temporada e o monitoramento da capacidade de atendimento das localidades mais visitadas. O diagnóstico participativo reforçou a necessidade de ampliar o acompanhamento das normas e fortalecer a atuação conjunta dos órgãos municipais.

SÍNTESE

De forma geral, a análise demonstra que o ordenamento e a fiscalização possuem papel relevante para o desenvolvimento turístico de **Anchieta**. O município dispõe de uma base normativa importante, mas precisa avançar na aplicação integrada dos instrumentos existentes, na regularização dos prestadores, no monitoramento dos espaços turísticos e na fiscalização preventiva. O fortalecimento desses mecanismos contribuirá para proteger os recursos naturais e culturais, reduzir conflitos de uso, qualificar os serviços e proporcionar uma experiência mais segura, organizada e sustentável para moradores e visitantes.

2.3.6 Inteligência Turística

A inteligência turística corresponde à capacidade do destino de produzir, organizar, analisar e utilizar informações para apoiar a tomada de decisão e orientar o desenvolvimento do turismo. Mais do que coletar dados, ela envolve transformar informações em conhecimento capaz de subsidiar o planejamento, o monitoramento e a definição de estratégias para o setor.

Em **Anchieta**, a produção de informações ocorre principalmente por meio do **Observatório de Turismo de Anchieta**, estrutura voltada à coleta, análise e divulgação de dados sobre o desempenho da atividade turística municipal. O Observatório realiza, desde 2024, pesquisas trimestrais com uma amostra de 20 meios de hospedagem, acompanhando indicadores relacionados à ocupação, permanência média, valores das diárias, sazonalidade, perfil dos estabelecimentos, características dos hóspedes e canais de comunicação e comercialização.

A análise demonstra que o nível de estruturação da inteligência turística é **médio e em processo de consolidação**. O município possui uma iniciativa específica, metodologia definida, levantamentos periódicos e uma plataforma pública para divulgação dos resultados. O projeto prevê a aplicação continuada das pesquisas entre 2025 e 2027, a produção de relatórios e infográficos e a apresentação dos resultados em reuniões, eventos e meios digitais.

Em relação à geração de informações, destacam-se a **Pesquisa de Desempenho dos Meios de Hospedagem**, os levantamentos sobre ocupação hoteleira, permanência média, preços praticados e sazonalidade, além das análises sobre estrutura, serviços, formalização e perfil dos hóspedes. O município também é **contemplado por pesquisas realizadas pelo Observatório do Turismo do Espírito Santo**, como o levantamento do perfil dos visitantes do Festival Capixaba de Frutos do Mar de Iriri, que analisou origem, permanência, gastos, hospedagem, transporte e avaliação dos serviços.

Outro aspecto relevante refere-se à utilização prática das informações produzidas. Os dados disponíveis são **parcialmente utilizados** para acompanhar o desempenho da hospedagem, compreender a sazonalidade, analisar o perfil dos visitantes e subsidiar o planejamento turístico. Também contribuíram para a análise da demanda e para a definição de estratégias deste Plano Municipal de Turismo. Entretanto, ainda é necessário institucionalizar uma rotina de apresentação dos resultados ao órgão gestor, ao COMTUR e aos empreendimentos, vinculando os indicadores ao monitoramento das ações e à definição das prioridades municipais.

Entre os principais pontos fortes destacam-se a existência de um **Observatório próprio**, a continuidade das pesquisas, a formação de uma série histórica, a disponibilidade pública de relatórios e infográficos e a parceria entre a Secretaria Municipal de Turismo e a ADETURCI. A apresentação dos resultados em linguagem acessível facilita sua utilização por gestores, empresários e demais atores do turismo.

Por outro lado, os principais desafios estão relacionados à ampliação do escopo das pesquisas, atualmente concentrado nos meios de hospedagem. É necessário incorporar de forma sistemática dados sobre fluxo e perfil dos visitantes, visitação nos atrativos, desempenho dos eventos, gastos, satisfação, movimentação econômica, empregos, Cadastur, comercialização dos produtos, comportamento digital e impactos ambientais e sociais. Também se mostra importante integrar diferentes bases de dados, ampliar a participação dos empreendimentos e definir indicadores diretamente relacionados às metas deste Plano Municipal de Turismo.

SÍNTESE

De forma geral, a inteligência turística representa **uma fortaleza em processo de consolidação** para Anchieta. A manutenção do Observatório, a ampliação dos temas pesquisados e a utilização regular dos resultados pelo órgão gestor, pelo COMTUR e pela cadeia produtiva poderão fortalecer a capacidade do município de acompanhar tendências, avaliar resultados e orientar decisões com base em evidências.



2.3.7 Sustentabilidade

A sustentabilidade é um princípio fundamental para o desenvolvimento do turismo, pois busca equilibrar os benefícios econômicos da atividade com a conservação do patrimônio natural e cultural, a valorização das comunidades locais e o uso responsável dos recursos do território. Um destino sustentável é aquele que consegue gerar oportunidades no presente sem comprometer sua capacidade de atender às necessidades das futuras gerações.

A análise realizada em **Anchieta** demonstra que a sustentabilidade está presente **de forma parcial e em processo de fortalecimento** nas iniciativas relacionadas ao turismo. O município possui instrumentos de planejamento, normas ambientais, áreas protegidas e ações voltadas à conservação da orla, à valorização do patrimônio cultural, à participação comunitária e à geração de oportunidades para empreendedores, pescadores, artesãos, produtores rurais e demais atores locais.

Em relação à dimensão ambiental, destacam-se a **Política Municipal de Gerenciamento Costeiro**, o **Plano de Gestão Integrada da Orla Marítima**, a Área de Proteção Ambiental Municipal Tartarugas e outras medidas direcionadas à proteção dos ambientes costeiros e das áreas de desova das tartarugas marinhas. Esses instrumentos orientam a conservação das praias, restingas, lagoas, rios, manguezais e demais ecossistemas que constituem parte essencial da oferta turística de Anchieta.

O Plano de Gestão Integrada da Orla também contempla diretrizes relacionadas à fiscalização ambiental, proteção das áreas de preservação permanente, controle de veículos na faixa de areia, saneamento, gestão de resíduos, educação ambiental e ordenamento das atividades realizadas nas praias. Entretanto, permanecem desafios relacionados ao descarte inadequado de resíduos, à pressão sobre os serviços urbanos durante a alta temporada, à erosão costeira, à ocupação de áreas sensíveis e à necessidade de ampliar o monitoramento dos impactos ambientais da visitação.

No campo sociocultural, o turismo contribui para a valorização da história, da religiosidade, da pesca artesanal, do artesanato, da gastronomia, das manifestações culturais e dos modos de vida das comunidades rurais e litorâneas. O Plano Diretor Municipal estabelece diretrizes para a proteção do patrimônio histórico, cultural e paisagístico, incluindo o Centro Histórico, o conjunto jesuítico, os saberes das comunidades pesqueiras e os espaços de interesse cultural. A participação de moradores, empreendedores, entidades e lideranças na elaboração deste Plano e do Plano de Gestão Integrada da Orla também fortalece a construção coletiva das políticas públicas.

A atividade turística também gera impactos econômicos positivos por meio da movimentação dos meios de hospedagem, restaurantes, comércio, eventos, transporte, artesanato, pesca e produção rural. A valorização de produtos, serviços e experiências locais pode ampliar a geração de renda e

distribuir os benefícios do turismo entre diferentes localidades. Contudo, a concentração dos fluxos no verão e em determinados eventos ainda limita a continuidade dos resultados econômicos e reforça a necessidade de diversificar a oferta e reduzir a sazonalidade.

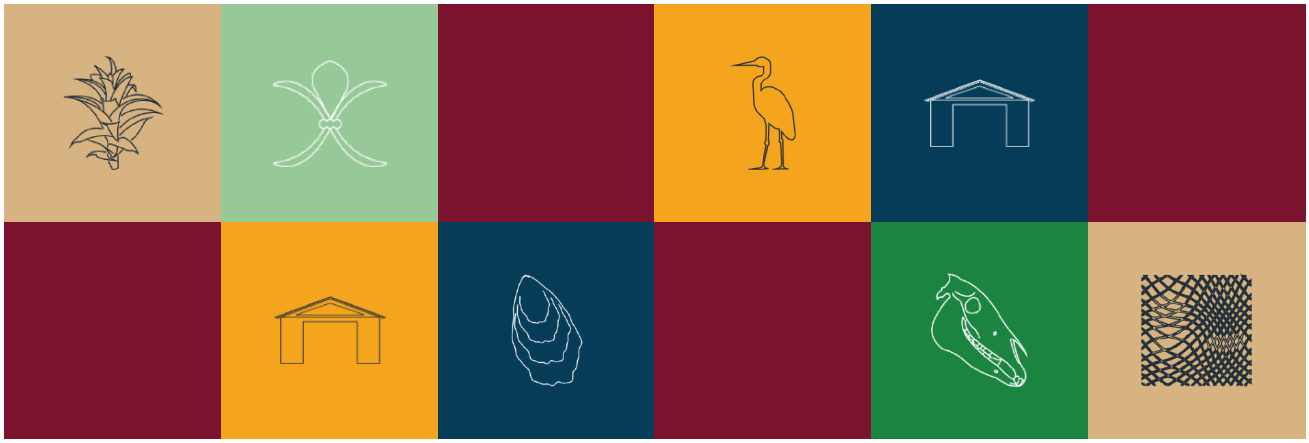
Em relação à inclusão, foram identificadas iniciativas e diretrizes relacionadas à participação comunitária e à melhoria da acessibilidade, mas parte dos atrativos, espaços públicos e estabelecimentos ainda apresenta limitações para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Este Plano contempla ações destinadas à qualificação da infraestrutura e da acessibilidade turística, à sensibilização dos profissionais e à ampliação da participação das comunidades. Não foi identificada, entretanto, uma ação municipal permanente e especificamente integrada ao turismo para a prevenção e o enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes, configurando uma lacuna que deverá ser enfrentada por meio da capacitação dos prestadores, campanhas educativas e articulação com a assistência social, o Conselho Tutelar, a segurança pública e a rede de proteção.

Entre os principais pontos fortes destacam-se a diversidade e a relevância dos recursos naturais e culturais, a existência de instrumentos de gestão costeira, a presença de áreas protegidas, a atuação de instituições ambientais e culturais e o envolvimento de comunidades, pescadores, artesãos, produtores e empreendedores. Também merece destaque a existência do Observatório de Turismo, que pode contribuir para o acompanhamento dos resultados econômicos e da sazonalidade. Entretanto, o monitoramento ainda precisa incorporar indicadores ambientais, sociais, culturais e de distribuição dos benefícios gerados pela atividade.

Os principais desafios estão relacionados à implementação efetiva dos instrumentos existentes, à gestão de resíduos nas áreas turísticas e nos eventos, à proteção dos ecossistemas, ao ordenamento dos fluxos durante a alta temporada, à acessibilidade, à prevenção de impactos sobre as comunidades e à ampliação das oportunidades econômicas para os atores locais. Também é necessário integrar de forma mais consistente as agendas de turismo, meio ambiente, cultura, assistência social, educação, infraestrutura e desenvolvi- mento econômico.

SÍNTESE

De forma geral, a sustentabilidade representa **uma oportunidade estratégica de fortalecimento** para o desenvolvimento turístico de **Anchieta**. A integração das práticas ambien- tais, sociais, culturais e econômicas ao planejamento e à gestão contribuirá para preservar os recursos que sustentam o turismo, melhorar a qualidade de vida da população, qualificar a expe- riência dos visitantes e ampliar a competitividade do destino no longo prazo.



2.4 Análise Estratégica

A definição de estratégias para o desenvolvimento do turismo exige uma compreensão integrada da realidade do destino. Após a análise da oferta turística, do mercado e da governança, torna-se possível identificar os fatores que favorecem ou limitam o desenvolvimento da atividade e que devem ser considerados na construção do planejamento estratégico.

Para apoiar essa reflexão, foi utilizada a análise SWOT, ferramenta amplamente empregada em processos de planejamento estratégico. A metodologia permite identificar fatores internos e externos que influenciam o desenvolvimento do turismo, contribuindo para a definição de prioridades e para a construção de estratégias mais alinhadas à realidade do território.

Os fatores internos correspondem às **Forças** e **Fraquezas**, ou seja, elementos que estão sob influência direta do destino e que podem favorecer ou dificultar seu desenvolvimento. Já os fatores externos correspondem às **Oportunidades** e **Ameaças**, representando tendências, condições de mercado e aspectos do ambiente externo que podem impactar positiva ou negativamente o turismo.

Mais do que um exercício de análise, a SWOT busca consolidar os principais aprendizados do diagnóstico e identificar os aspectos que merecem maior atenção por parte dos atores envolvidos no desenvolvimento do turismo.

A matriz SWOT apresentada a seguir sintetiza os aspectos considerados mais relevantes para a construção das estratégias do Plano Municipal de Turismo de **Anchieta.**



AMBIENTE INTERNO

14 Forças

14	15
Forças	Fraquezas
11	15
Oportunidades	Ameaças

1. Diversidade de recursos naturais, praias, lagoas, paisagens e patrimônio histórico, cultural e religioso.
2. Reconhecimento do Santuário Nacional de São José de Anchieta e dos Caminhos de Anchieta.
3. Gastronomia vinculada aos pescados, frutos do mar, pesca artesanal e eventos gastronômicos consolidados.
4. Oferta diversificada de hospedagem e calendário de eventos culturais, religiosos, esportivos e gastronômicos.
5. Demanda regional consolidada, proveniente principalmente do Espírito Santo, de Minas Gerais e do Rio de Janeiro.
6. Presença de públicos familiares e visitantes interessados em praia, gastronomia, religiosidade, cultura e eventos.
7. Existência de atrativos, balneários e eventos reconhecidos que geram fluxo turístico e estimulam a visitação recorrente.
8. Participação do destino em feiras e eventos do setor e presença digital de empreendi- mentos e eventos locais.
9. Potencial de consumo dos visitantes, espe- cialmente dos públicos regionais perten- centes às classes B e C.
10. Existência de Secretaria Municipal de Turismo, COMTUR ativo e representativo e Observatório de Turismo.
11. Presença de empreendedores, comunidades, artesãos, pescadores e produtores capazes de compor experiências turísticas autênticas.
12. Proximidade de importantes mercados emissores, especialmente Espírito Santo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.
13. Possibilidade de ampliar gradualmente a presença nos mercados de São Paulo, Bahia, Distrito Federal e Argentina.
14. Fortalecimento da promoção turística do Espírito Santo nos mercados nacionais e internacionais.

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.



Capelas da Rota Mar e Fé (Setur Anchieta, 2026) e Praia Central (Setur Anchieta, 2026).

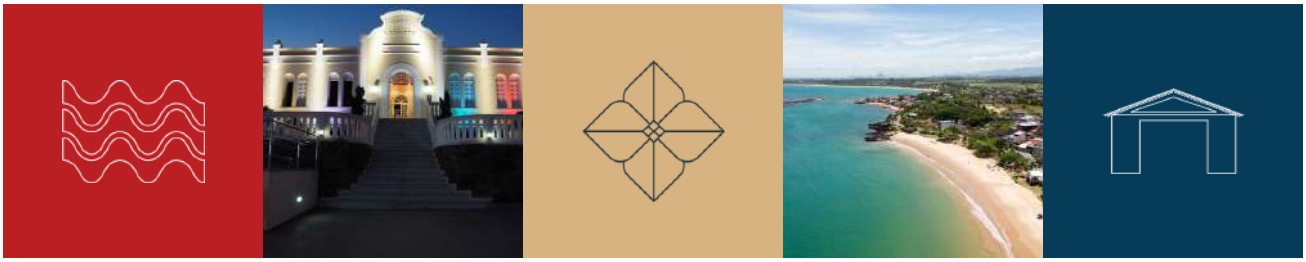
AMBIENTE INTERNO

15 Fraquezas

14	15
Forças	Fraquezas
11	15
Oportunidades	Ameaças

1. Baixa integração entre atrativos, hospedagens, gastronomia, eventos, comunidades, agências e demais prestadores de serviços turísticos.
2. Poucos produtos, roteiros e experiências estruturados, precificados, reserváveis e disponíveis para comercialização.
3. Sazonalidade acentuada, concentração dos fluxos na alta temporada e redução do tempo de permanência dos visitantes.
4. Dependência dos mercados emissores regionais já consolidados e pouca presença em outros estados e mercados nacionais.
5. Ausência de marca turística consolidada, posicionamento definido e planejamento contínuo de marketing.
6. Comunicação fragmentada, informações turísticas descentralizadas e presença digital institucional insuficiente.
7. Falta de portal turístico atualizado, banco profissional de imagens e produção regular de conteúdos sobre o destino.
8. Baixa articulação comercial com agências, operadoras, plataformas de venda e mercados emissores.
9. Serviços de receptivo pouco estruturados e baixa integração entre as ações comerciais dos empreendimentos locais.
10. Dados sobre demanda, impactos dos eventos, gastos, satisfação e resultados comerciais ainda limitados ou pouco integrados à tomada de decisão.
11. Fragilidades na mobilidade interna, acessibilidade, sinalização, manutenção e infraestrutura de apoio ao visitante.
12. Necessidade de qualificação do atendimento, da hospitalidade, dos profissionais e dos empreendimentos da cadeia turística.
13. Concentração da hospedagem, da gastronomia e dos serviços nos balneários, com menor integração da sede, do Centro Histórico e das comunidades do interior.
14. Fundo Municipal de Turismo sem fonte regular de recursos e limitações orçamentárias para execução das ações.
15. Falhas de comunicação entre os atores e necessidade de maior monitoramento das decisões e ações relacionadas ao turismo.

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.



Centro Cultural de Anchieta (Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026); Praia de Ubu (Setur Anchieta, 2026).

AMBIENTE EXTERNO

11 Oportunidades

14	15
Forças	Fraquezas
11	15
Oportunidades	Ameaças

1. Crescimento da demanda por turismo de experiência, religioso, cultural, gastronômico, de natureza e de base comunitária.
2. Maior interesse dos consumidores por destinos autênticos, sustentáveis, seguros e menos massificados.
3. Integração regional por meio da Região Turística da Costa e da Imigração e da ADETURCI, favorecendo roteiros compartilhados e ações promocionais conjuntas.
4. Expansão das plataformas digitais, redes sociais, marketplaces e sistemas de reserva, facilitando a promoção e a comercialização da oferta turística.
5. Possibilidade de estabelecer parcerias com agências, operadoras, receptivos, imprensa especializada e influenciadores digitais.
6. Crescimento das viagens de curta duração, de fim de semana e motivadas por eventos, favorecendo a atração de visitantes regionais.
7. Valorização crescente da gastronomia regional, da pesca artesanal, da agricultura familiar, do artesanato e da economia criativa.
8. Disponibilidade de editais, convênios, emendas parlamentares e programas estaduais e federais voltados ao turismo, à cultura, ao patrimônio, à infraestrutura e à sustentabilidade.
9. Ampliação da demanda por destinos acessíveis e inclusivos, criando oportunidades para diferenciar e qualificar a oferta de Anchieta.
10. Avanço das tecnologias de informação e da inteligência turística, permitindo segmentar campanhas, conhecer melhor os visitantes e acompanhar os resultados das ações.
11. Potencial de integração de Anchieta a rotas e circuitos regionais relacionados à fé, ao patrimônio, à gastronomia, ao litoral e às experiências comunitárias.

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.



Passeio de Canoa Havaiana (Anchieta Va'a, 2026); Mirante da Sobra (Flávio Vanini, 2026); Feira dos Municípios 2026 (Setur Anchieta, 2026).

AMBIENTE EXTERNO

15 Ameaças



1. Intensificação da concorrência com destinos litorâneos já consolidados no Espírito Santo e em estados vizinhos.
2. Mudanças climáticas, erosão costeira, elevação do nível do mar, alagamentos e eventos extremos que podem afetar praias, lagoas, manguezais, acessos e estruturas turísticas.
3. Degradação ambiental e poluição dos recursos naturais, comprometendo a qualidade das paisagens e das experiências oferecidas.
4. Pressão da urbanização e de atividades econômicas sobre áreas naturais, comunidades tradicionais e bens de interesse histórico e cultural.
5. Oscilações econômicas, inflação e redução do poder de compra das famílias, com impactos sobre as viagens e o consumo turístico.
6. Aumento dos custos de transporte, hospedagem, alimentação e operação dos empreendimentos turísticos.
7. Dependência do transporte rodoviário e possíveis limitações nas conexões regionais de acesso ao destino.
8. Mudanças nas preferências e no comportamento dos visitantes, exigindo atualização constante dos produtos, serviços e estratégias de comunicação.
9. Concentração da demanda no verão, em feriados e eventos, ampliando os impactos da sazonalidade sobre os empreendimentos e os empregos.
10. Crescimento desordenado da visitação em períodos de maior fluxo, com riscos de sobrecarga da infraestrutura, geração de resíduos, congestionamentos e conflitos de uso.
11. Redução ou descontinuidade de programas, editais, convênios e transferências estaduais e federais destinados ao turismo, à cultura e à infraestrutura.
12. Vulnerabilidade dos pequenos empreendimentos turísticos diante de crises econômicas, eventos climáticos e mudanças no mercado.
13. Descaracterização das manifestações culturais, religiosas, gastronômicas e dos modos de vida locais em decorrência da exploração turística inadequada.
14. Avaliações negativas em redes sociais e plataformas digitais provocadas por problemas de infraestrutura, atendimento, conservação ou segurança, prejudicando a imagem do destino.
15. Possíveis crises sanitárias, ambientais ou de segurança capazes de reduzir os deslocamentos e comprometer a confiança dos visitantes.

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

FORÇAS · AMBIENTE INTERNO

A análise dos resultados demonstra que Anchieta apresenta importantes ativos para o fortalecimento de sua atividade turística, especialmente relacionados à **diversidade de praias, lagoas e paisagens naturais; ao patrimônio histórico, cultural e religioso; ao reconhecimento do Santuário Nacional de São José de Anchieta e dos Caminhos de Anchieta; à gastronomia associada à pesca artesanal; e à realização de eventos culturais, religiosos, esportivos e gastronômicos**. Somam-se a esses diferenciais a hospitalidade, os saberes e modos de vida das comunidades, a oferta de hospedagem e a existência de estruturas de gestão, participação e produção de informações turísticas. Esses aspectos representam vantagens que podem ser potencializadas para ampliar a competitividade do território e fortalecer seu posicionamento junto aos mercados prioritários.

FRAQUEZAS · AMBIENTE INTERNO

Por outro lado, o diagnóstico também evidenciou desafios que precisam ser enfrentados para que o turismo alcance seu pleno potencial de desenvolvimento. Entre os aspectos que deman- dam maior atenção destacam-se a **baixa integração entre atrativos, empreendimentos e comunidades; a quantidade ainda reduzida de produtos e experiências estruturados e comercializáveis; a sazonalidade; a curta permanência dos visitantes; as limitações de infraestrutura, mobilidade, acessibilidade, sinalização e atendimento; e a necessidade de qualificação contínua dos serviços**.

Também foram identificadas fragilidades relacionadas à ausência de uma marca turística consolidada, à comunicação digital pouco integrada, à limitada presença nos canais de comercialização e à necessidade de ampliar o monitoramento dos resultados da atividade.

OPORTUNIDADES · AMBIENTE EXTERNO

No ambiente externo, observam-se oportunidades associadas principalmente ao **crescimento da demanda por experiências autênticas, sustentáveis, religiosas, culturais, gastronômicas, de natureza e de base comunitária; à proximidade de importantes mercados emissores; à expansão dos canais digitais de promoção e comercialização; à integração regional; e à disponibilidade de programas, editais e parcerias técnicas e financeiras**. Também se destacam as possibilidades de ampliar gradualmente a presença do destino nos mercados de São Paulo, Bahia, Distrito Federal e Argentina, além de fortalecer sua atuação no Espírito Santo, em Minas Gerais e no Rio de Janeiro.

AMEAÇAS · AMBIENTE EXTERNO

Da mesma forma, foram identificadas ameaças relacionadas à **concorrência com destinos litorâneos consolidados, às oscilações econômicas, ao aumento dos custos das viagens, às mudanças no comportamento dos consumidores, à redução de recursos públicos e aos efeitos das mudanças climáticas sobre as áreas costeiras e os recursos naturais**. Também exigem atenção a pressão da urbanização, a degradação ambiental, a sobrecarga da infraestrutura nos períodos de maior fluxo e o risco de descaracterização do patrimônio e das manifestações culturais locais.

De forma integrada, a análise estratégica evidencia que o fortalecimento do turismo em **Anchieta** dependerá da capacidade dos atores locais de potencializar seus diferenciais, enfrentar desafios estruturais, aproveitar as oportunidades identificadas e desenvolver respostas adequadas aos fatores externos que podem influenciar o futuro da atividade turística.

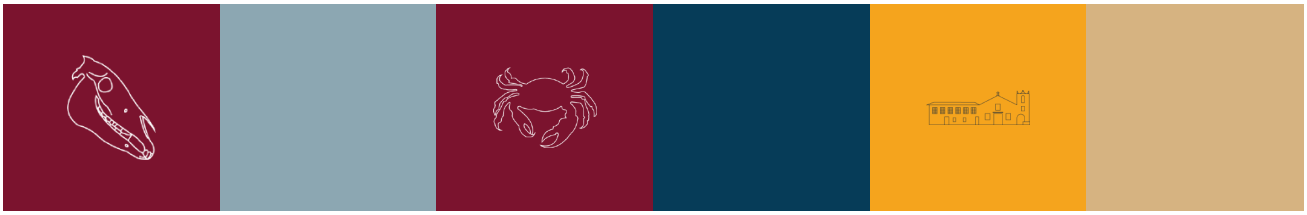
Os resultados obtidos reforçam a necessidade de priorizar ações voltadas à **estruturação e integração de produtos, roteiros e experiências; qualificação da infraestrutura, mobilidade e acessibilidade; requalificação e dinamização do Centro Histórico; melhoria da informação e do atendimento ao turista; qualificação profissional e sensibilização da comunidade; criação da marca turística e fortalecimento da promoção digital; gestão estratégica dos eventos; ampliação da comercialização; e fortalecimento da governança, do financiamento e da inteligência turística**.

EM SÍNTESE

Em síntese, a análise demonstra que o território possui condições favoráveis para avançar em seu desenvolvimento turístico, desde que os esforços dos diferentes atores sejam direcionados para superar os principais gargalos identificados e fortalecer os atributos que tornam Anchieta competitiva e atrativa para visitantes.

PRÓXIMO PASSO · VISÃO DE FUTURO

É a partir dessa compreensão integrada da realidade atual que se constrói a Visão de Futuro apresentada a seguir e se definem as prioridades estratégicas que orientarão o desenvolvimento do turismo nos próximos anos.





Circuito Vale Viver Corindiba. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta.



Praia da Boca da Baleia. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

CAPÍTULO

3 Estratégia 2027–2030

O diagnóstico apresentado neste plano permitiu compreender a realidade atual de **Anchieta**, seus desafios, potencialidades e oportunidades de desenvolvimento. A partir dessa análise, torna-se possível dar o próximo passo: **definir os caminhos que orientarão o turismo nos próximos anos.**

A estratégia apresentada neste capítulo representa a escolha coletiva do futuro que o destino deseja construir. Ela reúne as prioridades consideradas essenciais para fortalecer a atividade turística, ampliar sua competitividade e gerar benefícios para visitantes, empreendedores e comunidade.

Mais do que um conjunto de intenções, esta estratégia estabelece um direcionamento para a tomada de decisões, a mobilização de recursos e a coordenação dos esforços necessários para transformar potencialidades em resultados concretos.

Sua construção foi baseada nas contribuições dos atores locais, nas análises realizadas ao longo do processo de planejamento e na compreensão de que o desenvolvimento do turismo exige continuidade, articulação e compromisso coletivo.

Os próximos tópicos apresentam essa visão compartilhada e os objetivos estratégicos que deverão orientar o desenvolvimento do turismo no horizonte de planejamento definido para este plano.

3.1 VISÃO DE FUTURO

A Visão de Futuro representa o **cenário que o destino deseja construir** para o turismo ao longo do horizonte de planejamento. Ela expressa uma aspiração coletiva e deve orientar as decisões, prioridades e investimentos relacionados ao desenvolvimento da atividade turística.

Mais do que uma frase inspiradora, a Visão de Futuro funciona como uma referência para a gestão do turismo, ajudando a alinhar diferentes atores em torno de um propósito comum e oferecendo uma direção para as ações que serão desenvolvidas nos próximos anos.

Sendo assim, a Visão de Futuro construída para **Anchieta** é:

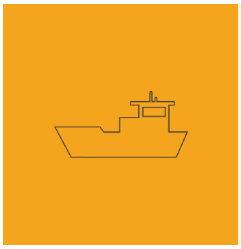
Ser uma cidade desejada pelos turistas, amada pelos moradores e preservada por todos.



Mirante da Sobra, experiência do nascer do sol. Foto: Flávio Vanini, 2026.

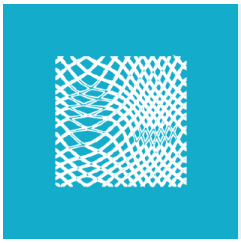
Observa-se que essa visão reflete o desejo de tornar Anchieta um destino **atrativo para os visitantes, valorizado por seus moradores e preservado de forma coletiva**, consolidando o turismo como uma atividade capaz de gerar experiências positivas, oportunidades econômicas, pertencimento e qualidade de vida para a comunidade local.

Ao destacar as ideias de desejar, amar e preservar, o município estabelece **três compromissos complementares**.



Desejada

Ser uma cidade **desejada** pelos turistas significa despertar curiosidade, vontade de conhecer e interesse em retornar, por meio de uma oferta qualificada, diversificada e acolhedora.



Amada

Ser **amada** pelos moradores representa fortalecer o orgulho, o pertencimento e a participação da comunidade no desenvolvimento turístico.



Preservada

Ser **preservada** por todos expressa o compromisso compartilhado com a proteção do patrimônio natural, histórico, cultural e religioso, garantindo que o crescimento do turismo ocorra de maneira sustentável.

A visão também estabelece um compromisso com a transformação da realidade atual, buscando superar desafios relacionados à infraestrutura, acessibilidade, sinalização, integração da oferta, qualificação dos serviços, sazonalidade, posicionamento, promoção e comercialização. Ao mesmo tempo, propõe fortalecer atributos que diferenciam Anchieta, como suas praias, paisagens, patrimônio religioso, história, gastronomia, hospitalidade, comunidades e modos de vida locais. O cenário desejado é o de um destino mais **sustentável, estruturado, acolhedor e surpreendente**, capaz de beneficiar tanto quem visita quanto quem vive no município.

Tendo essa visão como norte, são apresentados a seguir os objetivos estratégicos e as ações prioritárias que orientarão o desenvolvimento do turismo em **Anchieta** durante o período de vigência deste Plano Municipal de Turismo. As estratégias buscarão transformar a visão em resultados concretos por meio da qualificação e integração da oferta, do fortalecimento do posicionamento e da comercialização, da preservação dos recursos e da consolidação de uma governança participativa e comprometida com a continuidade das ações.

3.2 Mapa Estratégico

Para alcançar a Visão de Futuro definida para Anchieta, foram estabelecidas **11 ações estratégicasa serem executadas ao longo de 4 anos** conforme apresentado no mapa a seguir:

VISÃO DE FUTURO

Ser uma cidade desejada pelos turistas, amada pelos moradores e preservada por todos.

OBJETIVO 1

Melhoria da Oferta Turística

1. Estruturação de Produtos e Experiências Turísticas
2. Rede de Informação e Atendimento ao Turista
3. Revitalização Turística e Cultural do Centro Histórico
4. Qualificação e Sensibilização para o Turismo
5. Infraestrutura, Mobilidade e Acessibilidade Turística

OBJETIVO 2

Fortalecimento do Mercado

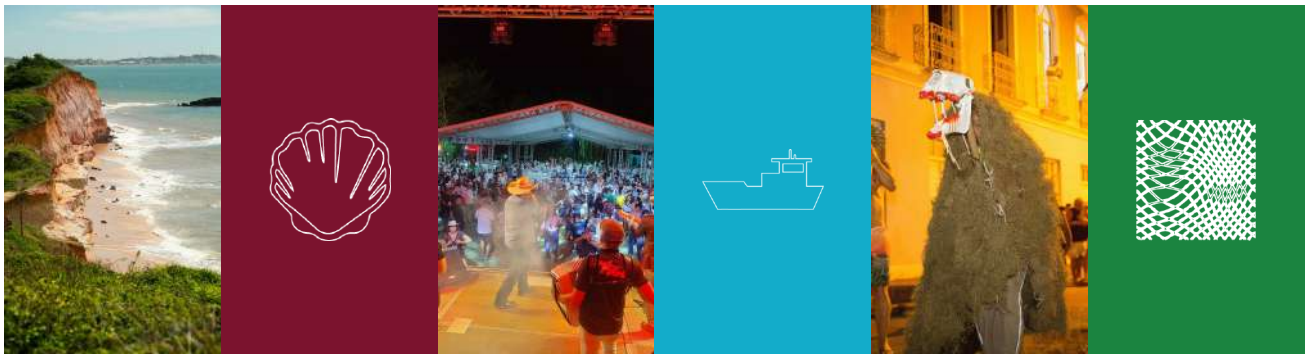
6. Marca, Posicionamento e Promoção Digital do Destino
7. Gestão do Calendário de Eventos Turísticos
8. Comercialização e Distribuição Turística

OBJETIVO 3

Fortalecimento da Governança

9. Gestão, Governança Participativa e Fundo Municipal de Turismo
10. Observatório e Inteligência Turística
11. Ordenamento, Fiscalização e Sustentabilidade Turística

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.



Falésias de Mãe-Bá (Setur Anchieta, 2026); Festival de Moda de Viola ao Pé da Serra de Alto Joeba (Rozinere Bernardi, 2025); Jaraguá no Centro Histórico (Setur Anchieta, 2026).

Essas ações representam as principais prioridades identificadas durante o processo de planejamento e buscam responder aos desafios e oportunidades observados ao longo da Análise da Situação Atual do destino.

Cada ação está vinculada a um dos três objetivos estratégicos definidos para orientar o desenvolvimento do turismo no território:



Melhoria da Oferta Turística

Este objetivo reúne ações voltadas ao fortalecimento dos produtos, serviços, experiências, infraestrutura e demais componentes da oferta turística do destino. As iniciativas associadas a este objetivo buscam ampliar a qualidade da experiência dos visitantes, valorizar os diferenciais do território e aumentar a competitividade da atividade turística.

As ações relacionadas a este objetivo são:

01 Estruturação de Produtos e Experiências Turísticas

02 Rede de Informação e Atendimento ao Turista

03 Revitalização Turística e Cultural do Centro Histórico

04 Qualificação e Sensibilização para o Turismo

05 Infraestrutura, Mobilidade e Acessibilidade Turística



Fortalecimento do Mercado

Este objetivo concentra as ações relacionadas ao posicionamento, à promoção e à comercialização do destino. Seu propósito é ampliar a visibilidade do território, fortalecer sua presença nos mercados prioritários, atrair visitantes alinhados à oferta turística e aumentar sua capacidade de converter interesse em visitação e consumo turístico.

As ações relacionadas a este objetivo são:

06 Marca, Posicionamento e Promoção Digital do Destino

07 Gestão do Calendário de Eventos Turísticos

08 Comercialização e Distribuição Turística

Fortalecimento da Governança

Este objetivo reúne ações voltadas ao fortalecimento da capacidade institucional, da gestão, da articulação e da coordenação do turismo no território. As iniciativas associadas a este objetivo buscam ampliar a participação dos atores locais, fortalecer os instrumentos de gestão, assegurar recursos para o setor, aprimorar a produção e a utilização de dados e criar condições para a implementação, o monitoramento e a continuidade das estratégias previstas neste Plano.

As ações relacionadas a este objetivo são:

09	Gestão, Governança Participativa e Fundo Municipal de Turismo
10	Observatório e Inteligência Turística
11	Ordenamento, Fiscalização e Sustentabilidade Turística

AGENDA INTEGRADA

Em conjunto, esses três objetivos estratégicos formam uma agenda integrada para o desenvolvimento do turismo em Anchieta. Enquanto a melhoria da oferta turística busca qualificar a experiência dos visitantes e valorizar os diferenciais do território, o fortalecimento do mercado amplia a capacidade do destino de atrair visitantes e converter demanda em consumo turístico. Por sua vez, o fortalecimento da governança cria as condições institucionais, financeiras e técnicas necessárias para coordenar esforços e assegurar a implementação das estratégias ao longo do tempo.

A seguir, apresenta-se o detalhamento de cada ação estratégica, sua justificativa, os resultados esperados e os principais direcionamentos para sua implementação.

3.3 Detalhamento das Ações

O Mapa Estratégico apresentado anteriormente sintetiza os principais caminhos definidos para fortalecer o turismo em Anchieta ao longo do período de vigência deste Plano Municipal. No entanto, para que esses direcionamentos possam orientar a tomada de decisão e apoiar a implementação das estratégias propostas, é importante compreender de forma mais aprofundada o propósito de cada ação.

Por essa razão, este capítulo apresenta uma análise complementar das ações estratégicas priorizadas para o destino, destacando os desafios e oportunidades que motivaram sua inclusão no plano, os resultados que se pretende alcançar e os principais direcionamentos para sua implementação.

O objetivo não é detalhar operacionalmente cada iniciativa, mas oferecer uma interpretação estratégica que ajude gestores, lideranças e demais atores envolvidos a compreenderem sua relevância para o desenvolvimento do turismo e sua contribuição para a Visão de Futuro construída para o território.

Ressalta-se que os direcionamentos apresentados não representam atividades obrigatórias a serem executadas, mas referências que podem apoiar a construção das iniciativas necessárias para alcançar os resultados pretendidos. Sua implementação deverá considerar a realidade local, a disponibilidade de recursos e as prioridades definidas pelos atores envolvidos no desenvolvimento do turismo.

Os **detalhes operacionais** relacionados à execução, aos responsáveis, aos parceiros, aos indicadores e às fontes de recursos podem ser consultados nas respectivas **Fichas de Ação anexas a este Plano Municipal de Turismo**.



AÇÃO

01 Estruturação de Produtos e Experiências Turísticas

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Média**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 250.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **transformar os recursos naturais, culturais, religiosos, históricos e gastronômicos de Anchieta em produtos turísticos integrados, qualificados e comercializáveis, ampliando as possibilidades de visitação e de circulação dos turistas pelo município**.

Esse aspecto é considerado prioritário diante da necessidade de diversificar a oferta existentes, integrar atrativos, empreendimentos e comunidades e aumentar o tempo de permanência e os gastos dos visitantes no destino.

A implementação desta ação deverá qualificar produtos, roteiros, circuitos e experiências turísticas, buscando sempre valorizar a identidade de Anchieta e conectar o litoral, o Centro Histórico, as comunidades, o patrimônio religioso, a gastronomia e os espaços naturais e culturais.

Entre os caminhos para sua execução estão o mapeamento da oferta turística; a criação e qualificação de roteiros integrados; o fortalecimento do Santuário Nacional de São José de Anchieta e dos Caminhos de Anchieta; a estruturação da Rota Mar e Fé e de um polo gastronômico no Centro Histórico; e o desenvolvimento de circuitos, pacotes e experiências relacionados à cultura, à gastronomia, ao artesanato, à pesca, à religiosidade e aos modos de vida locais.



Subida ao Monte Urubu. Foto: Rozinere Bernardi, 2026.

Ver Ficha de Ação 01 · p. 118

AÇÃO

02 Rede de Informação e Atendimento ao Turista

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Alta**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 100.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **ampliar e organizar o acesso de moradores e visitantes a informações confiáveis e atualizadas sobre os atrativos, serviços e experiências turísticas de Anchieta**, aspecto considerado prioritário para **melhorar a orientação e a circulação dos visitantes pelo município.**

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados ao atendimento ao turista, à sinalização e à organização das informações sobre a oferta local, gerando impactos positivos sobre a experiência do visitante, a circulação pelo território, o consumo de produtos e serviços e o monitoramento da atividade turística, contribuindo para fortalecer a competitividade e a sustentabilidade do turismo.

Entre os caminhos que podem contribuir para sua execução estão a implantação da Casa do Turista no Mirante de Castelhanos; a avaliação de novos pontos de atendimento em locais estratégicos; a ampliação e padronização da sinalização turística; a instalação de placas interpretativas e totens informativos; e a disponibilização de ferramentas para coleta de dados e avaliação do atendimento, dos serviços utilizados e da experiência dos visitantes.



Praia Costa Azul - Iriri. Foto: Setur Anchieta, 2026

Ver Ficha de Ação 02 · p. 120

AÇÃO

03 Revitalização Turística e Cultural do Centro Histórico

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Alta**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 600.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **preservar, qualificar e ampliar o uso turístico, cultural e econômico do Centro Histórico de Anchieta**, aspecto considerado prioritário diante da concentração de imóveis e espaços de interesse patrimonial que necessitam de conservação, melhor infraestrutura, interpretação e ocupação permanente.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à **conservação do patrimônio, à qualificação dos espaços públicos e à dinamização cultural e econômica**, gerando impactos positivos sobre a oferta turística, a segurança, a circulação de pessoas, a valorização da identidade local e o fortalecimento dos empreendimentos, contribuindo para a competitividade e a sustentabilidade do turismo no território.

Entre os caminhos que podem contribuir para sua execução estão o inventário dos imóveis e bens de interesse histórico e cultural; a recuperação de fachadas, edificações, monumentos e espaços públicos; a melhoria da iluminação, limpeza, paisagismo, segurança, mobilidade e acessibilidade; a instalação de placas interpretativas e recursos digitais; o fortalecimento do Centro Cultural, da sala de memória e dos espaços de artesanato; o incentivo à ocupação dos imóveis por atividades econômicas e turísticas; a realização de feiras, exposições, visitas guiadas e eventos culturais; e a articulação entre poder público, proprietários, comerciantes, empreendedores, instituições culturais e comunidade.



Casa da Cultura de Anchieta. Fonte: Prefeitura Municipal de Anchieta.

Ver Ficha de Ação 03 · p. 122

AÇÃO

04 Qualificação e Sensibilização para o Turismo

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Média**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 150.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **qualificar os profissionais e empreendimentos ligados ao turismo e ampliar a compreensão da comunidade sobre a importância da atividade, do patrimônio e da hospitalidade para o desenvolvimento de Anchieta**, aspecto considerado prioritário para melhorar a experiência dos visitantes e fortalecer o envolvimento dos moradores com o turismo.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à qualificação profissional, à sensibilização turística e à valorização da identidade e do patrimônio local, gerando impactos positivos sobre a qualidade dos serviços, a hospitalidade, a acessibilidade, a sustentabilidade e a participação da comunidade, contribuindo para fortalecer a competitividade e a sustentabilidade do turismo no território.

Entre os caminhos para sua execução estão a oferta contínua de capacitações para profissionais e empreendimentos, a realização de campanhas de sensibilização e o desenvolvimento de ações educativas sobre turismo, hospitalidade, acessibilidade, sustentabilidade e valorização do patrimônio junto às escolas e comunidades.



Fortalece Turismo – Encontros 7 e 8. Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

Ver Ficha de Ação 04 · p. 124

AÇÃO

05 Infraestrutura, Mobilidade e Acessibilidade Turística

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Alta**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 450.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **melhorar as condições de acesso aos atrativos, os deslocamentos dentro do município e a utilização segura, confortável e inclusiva dos espaços turísticos**, aspecto considerado prioritário para o desenvolvimento turístico do destino.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à infraestrutura, à mobilidade, à acessibilidade e à qualidade urbana, gerando impactos positivos sobre a experiência de moradores e visitantes, a integração entre os principais pontos de interesse e a competitividade e sustentabilidade do turismo no território.

Entre os caminhos que podem contribuir para sua execução estão o acompanhamento do Plano de Mobilidade nas áreas turísticas; a melhoria das vias de acesso aos atrativos, praias, balneários, comunidades e espaços de eventos; a construção, recuperação e manutenção de calçadas, rampas, passarelas, ciclovias, iluminação, sinalização e equipamentos urbanos; a adequação dos espaços às necessidades das pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida; a ampliação de banheiros públicos, estacionamentos, áreas de descanso, pontos de apoio e serviços essenciais; e a realização de ações de paisagismo, limpeza, ordenamento, qualificação visual, manutenção preventiva e monitoramento das estruturas implantadas.



Parque Sede da Reserva de Desenvolvimento Sustentável Papagaio. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

Ver Ficha de Ação 05 · p. 126

AÇÃO

06 Marca, Posicionamento e Promoção Digital do Destino

Objetivo estratégico: Fortalecimento do Mercado

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Média**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 300.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **construir uma identidade turística reconhecível para Anchieta e organizar sua comunicação de forma profissional, contínua e integrada**, aspecto considerado prioritário diante da ausência de uma marca turística consolidada e da necessidade de ampliar a presença do destino nos canais digitais. A comunicação deverá representar os diferenciais do município e dialogar com os públicos e mercados prioritários identificados na análise da demanda.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à criação da marca turística, à definição do posicionamento e ao fortalecimento da presença digital de Anchieta, gerando impactos positivos sobre a visibilidade do destino, a divulgação dos seus atrativos, produtos, eventos e experiências e o relacionamento com visitantes e parceiros. Busca-se assegurar maior unidade à comunicação, ampliar o alcance das ações promocionais e fortalecer o reconhecimento de Anchieta como destino turístico.

Entre os caminhos para sua execução estão a criação participativa da marca e da identidade visual turística; a definição de diretrizes para sua aplicação; a produção e organização de um banco profissional de fotografias, vídeos e conteúdos; a criação e atualização do site oficial; a gestão permanente do perfil oficial do turismo no Instagram; a elaboração de calendário editorial; a definição de profissionais responsáveis pela comunicação; e o monitoramento de acessos, alcance, engajamento e resultados das campanhas digitais.



Grupo de Ciclistas em Castelhanos. Fonte: Rozinere Bernardi e Flavio Vanini.

Ver Ficha de Ação 06 · p. 128

AÇÃO

07 Gestão do Calendário de Eventos Turísticos

Objetivo estratégico: Fortalecimento do Mercado

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Média**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 50.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **aprimorar o planejamento, a integração e a divulgação dos eventos realizados em Anchieta, transformando o calendário anual em uma ferramenta estratégica de atração de visitantes e valorização da cultura local**. Esse aspecto é considerado prioritário diante da importância dos eventos para movimentar a economia, fortalecer a identidade do município e gerar fluxo turístico em diferentes períodos do ano.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à organização do calendário, à qualificação dos eventos e à integração entre setor público, organizadores e cadeia produtiva do turismo, gerando impactos positivos sobre a visibilidade do destino, a permanência dos visitantes, o consumo nos empreendimentos locais e a redução da sazonalidade. Busca-se fortalecer especialmente os eventos com maior potencial turístico e aqueles realizados nos períodos de menor movimento.

Entre os caminhos para sua execução estão a divulgação antecipada do calendário anual; a melhoria da estrutura, da programação, da identidade visual e da promoção dos eventos; a criação de atividades complementares relacionadas à cultura, gastronomia, artesanato e experiências turísticas; a participação de artistas, produtores e empreendedores locais; a integração dos eventos às estratégias de promoção e comercialização do destino; e o monitoramento do público, da origem dos visitantes, da ocupação dos meios de hospedagem e dos resultados econômicos gerados.



Evento em Anchieta. Fonte: SETUR.

Ver Ficha de Ação 07 · p. 130

AÇÃO

08 Comercialização e Distribuição Turística

Objetivo estratégico: Fortalecimento do Mercado

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Média**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 150.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **ampliar a presença dos produtos e experiências turísticas de Anchieta nos canais de venda e facilitar sua localização, reserva e aquisição pelos visitantes**, aspecto considerado prioritário para transformar o interesse pelo destino em fluxo turístico, consumo e oportunidades de negócios para os empreendimentos locais.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à estruturação comercial dos produtos, à ampliação dos canais de distribuição e ao relacionamento com compradores do mercado turístico, gerando impactos positivos sobre a geração de vendas, a atuação dos empreendimentos, a permanência dos visitantes e a movimentação da economia local, contribuindo para fortalecer a competitividade e a sustentabilidade do turismo no território.

Entre os caminhos para sua execução estão a aproximação dos empreendimentos com agências, operadoras, receptivos e plataformas de comercialização; o fortalecimento da venda de roteiros, pacotes e experiências; o uso de ferramentas digitais para reservas e atendimento; a realização de rodadas de negócios e viagens de familiarização; a participação em feiras e eventos do setor; o desenvolvimento de promoções vinculadas a eventos e períodos estratégicos; e o monitoramento dos resultados comerciais.



Festival Capixaba de Frutos do Mar em Iriri. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

Ver Ficha de Ação 08 · p. 132

AÇÃO

09 Gestão, Governança Participativa e Fundo Municipal de Turismo

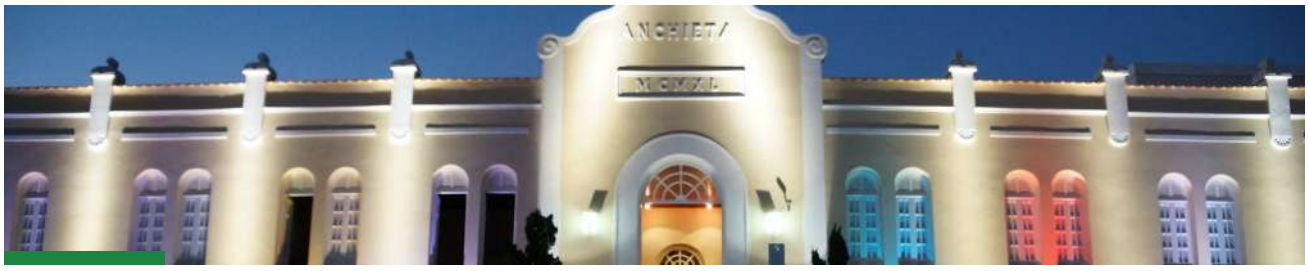
Objetivo estratégico: Fortalecimento da Governança

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Média**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 180.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **fortalecer a capacidade institucional da gestão turística, consolidar o COMTUR como principal espaço de participação e acompanhamento da política municipal e tornar o Fundo Municipal de Turismo efetivamente operacional**. Esses aspectos são fundamentais para ampliar a articulação entre o poder público, a iniciativa privada, as comunidades e a sociedade civil, bem como assegurar recursos para implementar as prioridades do setor.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à **atuação integrada do órgão municipal de turismo e do COMTUR, ao acompanhamento permanente do Plano Municipal de Turismo e à estruturação financeira e transparente do Fundo Municipal de Turismo**. Busca-se ampliar a participação dos diferentes setores, distribuir responsabilidades, fortalecer a continuidade das políticas públicas e criar condições financeiras para executar projetos e ações prioritárias, reduzindo a dependência exclusiva do orçamento municipal.

Entre os caminhos para sua execução estão o fortalecimento e a qualificação do COMTUR; a mobilização dos segmentos com menor participação; a elaboração de um plano de trabalho anual; a criação de câmaras ou grupos temáticos; a realização de reuniões periódicas; o monitoramento das metas e dos resultados do Plano; e a articulação com outras secretarias e com a governança regional. Também deverão ser contempladas a revisão e a regulamentação da legislação do Fundo Municipal de Turismo; a definição de procedimentos de gestão, aplicação e prestação de contas; a avaliação jurídica e orçamentária de fontes permanentes e diversificadas de receita; a captação por editais, convênios, emendas e parcerias; a definição de critérios transparentes para o financiamento de projetos; e a participação do COMTUR na definição das prioridades de investimento e na divulgação dos resultados.



Centro Cultural de Anchieta. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

Ver Ficha de Ação 09 · p. 134

AÇÃO

10 Observatório e Inteligência Turística

Objetivo estratégico: Fortalecimento da Governança

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Média**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 220.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **fortalecer e institucionalizar o Observatório do Turismo de Anchieta, ampliando a produção, a organização e a utilização de dados sobre a atividade turística**, aspecto considerado prioritário para qualificar o planejamento e orientar as decisões do poder público, do COMTUR e da cadeia produtiva.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados à coleta sistemática de dados, à definição de indicadores e ao monitoramento do desempenho do turismo e das metas do Plano Municipal de Turismo.

Busca-se transformar as informações produzidas em conhecimento útil para orientar investimentos, desenvolver produtos, qualificar eventos, direcionar ações promocionais e acompanhar os impactos econômicos, sociais e ambientais da atividade.

Entre os caminhos para sua execução estão o fortalecimento institucional do Observatório; a definição de equipe, atribuições e parcerias; a ampliação e diversificação da coleta de dados quantitativos e qualitativos; a realização de pesquisas periódicas sobre demanda, oferta, eventos, sazonalidade, ocupação, satisfação e desempenho dos empreendimentos; a criação de indicadores para acompanhamento das metas do Plano; a organização de uma base municipal integrada e permanentemente atualizada; e a produção e divulgação de relatórios periódicos para gestores, COMTUR, empreendimentos e comunidade.



Praia de Ubu. Foto: Setur Anchieta, 2026.

Ver Ficha de Ação 10 · p. 136

AÇÃO

11 Ordenamento, Fiscalização e Sustentabilidade Turística

Objetivo estratégico: Fortalecimento da Governança

LÍDER	COMPLEXIDADE	PRAZO	INVESTIMENTO (4 ANOS)
Caio Mozer Secretaria Municipal de Turismo	**Alta**	**Longo prazo (acima de 1 ano)**	**R$ 50.000,00**

A presente ação está relacionada à necessidade de **aprimorar e integrar as normas, os mecanismos de fiscalização e as práticas de sustentabilidade aplicáveis ao turismo em Anchieta**, aspecto considerado prioritário para organizar a atividade, qualificar os serviços, proteger o patrimônio natural e cultural e assegurar uma convivência equilibrada entre moradores, visitantes e empreendimentos.

A implementação desta ação deverá promover avanços relacionados ao ordenamento das atividades e dos espaços turísticos, à formalização dos prestadores de serviços e à incorporação de critérios ambientais, sociais, culturais, econômicos, de segurança e acessibilidade na gestão do turismo. Busca-se fortalecer a atuação integrada das áreas municipais responsáveis, prevenir impactos negativos e assegurar que o crescimento da atividade gere benefícios para as comunidades e para a economia local.

Entre os caminhos para sua execução estão a revisão e o aprimoramento da legislação municipal relacionada ao turismo; a regulamentação de atividades, eventos, excursões, transportes turísticos e uso dos espaços públicos; a definição de critérios para licenciamento, funcionamento e fiscalização dos serviços; o incentivo à formalização e ao Cadastur; a integração entre os órgãos responsáveis pela fiscalização; a adoção de medidas de gestão de resíduos e proteção dos recursos naturais e culturais; o monitoramento dos impactos da visitação; a construção de um pacto de sustentabilidade com empreendimentos, comunidades e visitantes; e a realização de ações permanentes de educação e sensibilização turística, patrimonial e ambiental.



Garças no Rio Benevente. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.

Ver Ficha de Ação 11 · p. 138

3.4 Transformando Estratégia em Resultados

Em conjunto, as ações apresentadas neste capítulo constituem a principal agenda estratégica para o desenvolvimento do turismo em **Anchieta** durante o período de vigência deste plano.

Embora cada ação possua objetivos e resultados específicos, todas estão alinhadas à Visão de Futuro construída para o território e contribuem para fortalecer a oferta turística, ampliar a competitividade do mercado e consolidar uma governança mais estruturada e participativa.

A implementação dessas ações exigirá articulação entre diferentes atores, mobilização de recursos e acompanhamento contínuo dos resultados alcançados. O sucesso dessa estratégia dependerá da capacidade do destino de transformar as prioridades definidas neste plano em iniciativas concretas, capazes de gerar benefícios para os visitantes, os empreendedores e a comunidade local.

No capítulo seguinte serão apresentados os mecanismos de gestão, monitoramento e implementação que apoiarão a execução das ações e o acompanhamento da evolução do Plano Municipal de Turismo ao longo dos próximos anos.





Parque Sede da Reserva de Desenvolvimento Sustentável Papagaio. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta.



Participantes do Programa Fortalece Turismo – Turma Anchieta. Foto: Lab Turismo, 2026.

CAPÍTULO

4 Gestão e Implementação

A implementação deste Plano Municipal de Turismo exigirá **coordenação, acompanhamento e compromisso** contínuo dos diferentes atores envolvidos no desenvolvimento do turismo. Por isso, além das ações estratégicas apresentadas anteriormente, são estabelecidos os mecanismos de gestão e implementação que apoiarão a execução, o monitoramento e a atualização permanente deste plano.

Os instrumentos apresentados neste capítulo têm como objetivo fortalecer a governança da implementação e criar condições para que as estratégias definidas ao longo do planejamento se transformem em resultados concretos para o destino.

4.1 Envolvimento das Partes Interessadas

A implementação do Plano Municipal de Turismo depende da atuação coordenada de diferentes organizações e lideranças do território. Nenhuma instituição possui, isoladamente, os recursos ou competências necessárias para executar todas as ações previstas.

Por esse motivo, apresenta-se a seguir os papéis e responsabilidades dos principais atores envolvidos na implementação do plano.

MATRIZ DE RESPONSABILIDADE DAS PARTES INTERESSADAS

ENTIDADE	PRINCIPAIS RESPONSABILIDADES	AÇÕES RELACIONADAS
Secretaria Municipal de Turismo	Coordenar a implementação do Plano; articular responsáveis e parceiros; organizar planos de trabalho; buscar recursos; acompanhar metas e indicadores; integrar as ações de oferta, mercado e governança; e apresentar periodicamente os resultados ao COMTUR e à sociedade.	Todas as ações (01 a 11)
Conselho Municipal de Turismo - COMTUR	Acompanhar a implementação do Plano; mobilizar os atores; participar da definição de prioridades; criar grupos temáticos; avaliar resultados; propor ajustes; deliberar sobre a aplicação dos recursos do Fundo Municipal de Turismo; e contribuir para a continuidade das políticas públicas.	Ações 09, 10 e 11
Secretarias e órgãos municipais parceiros – áreas de infraestrutura, mobilidade, serviços urbanos, meio ambiente, cultura e patrimônio, educação, comunicação, planejamento, fazenda, administração, fiscalização e desenvolvimento econômico	Elaborar projetos técnicos; executar obras e melhorias; apoiar ações educativas, culturais, promocionais e de fiscalização; integrar informações; avaliar a viabilidade jurídica e orçamentária das iniciativas; e incorporar o turismo aos instrumentos municipais de planejamento.	Ações 02, 03, 04, 05, 06, 07, 09 e 11, conforme as competências de cada área

ENTIDADE	PRINCIPAIS RESPONSABILIDADES	AÇÕES RELACIONADAS
Instituições de apoio e governança regional – Sebrae/ES, Setur/ES, ADETURCI, Senac, Sesc, Ifes, universidades e demais instituições estaduais e federais	Oferecer apoio técnico, institucional e financeiro; promover capacitações e consultorias; apoiar a estruturação de produtos, a promoção e a comercialização; contribuir para estudos e pesquisas; ampliar a articulação regional; e apoiar a captação de recursos.	Ações 01, 04, 06, 08, 09 e 10
Instituições de proteção do patrimônio e do meio ambiente – IPHAN, órgãos ambientais e instituições culturais	Orientar intervenções em áreas protegidas e bens de interesse histórico e cultural; emitir pareceres e autorizações; apoiar projetos de preservação; contribuir para o ordenamento da visitação; e acompanhar os impactos ambientais e patrimoniais do turismo.	Ações 03, 05 e 11
Iniciativa privada – meios de hospedagem, estabelecimentos gastronômicos, comércio, agências, receptivos, organizadores de eventos e demais prestadores de serviços	Participar da estruturação e comercialização dos produtos; qualificar os serviços; disponibilizar informações; aderir às ações promocionais; apoiar eventos; utilizar ferramentas digitais de venda; compartilhar dados; adotar práticas sustentáveis; e participar das instâncias de governança.	Ações 01, 04, 06, 07, 08, 09 e 11
Observatório do Turismo e instituições de ensino e pesquisa	Produzir, organizar e analisar dados; realizar pesquisas de demanda, oferta e impacto dos eventos; definir e acompanhar indicadores; apoiar o monitoramento do Plano; promover capacitações; e desenvolver ações de educação turística, patrimonial e ambiental.	Ações 04, 07, 10 e 11
Santuário Nacional de São José de Anchieta, organizações culturais e religiosas, associações comunitárias, artesãos, pescadores, produtores rurais e organizações da sociedade civil	Contribuir para a valorização da identidade e do patrimônio local; participar da estruturação de roteiros e experiências; apoiar eventos e ações educativas; mobilizar as comunidades; fornecer informações sobre o território; adotar práticas sustentáveis; e ampliar a participação social na governança.	Ações 01, 03, 04, 07, 09 e 11
Câmara Municipal, Procuradoria, órgãos de controle e setor financeiro municipal	Apoiar a revisão e aprovação de leis; avaliar a viabilidade jurídica dos instrumentos de financiamento; regulamentar e acompanhar o Fundo Municipal de Turismo; fortalecer a transparência; e apoiar a atualização das normas relacionadas à atividade turística.	Ações 09 e 11

ENTIDADE	PRINCIPAIS RESPONSABILIDADES	AÇÕES RELACIONADAS
Moradores e visitantes	Participar de consultas, pesquisas e ações de sensibilização; avaliar os serviços e as experiências; contribuir para a conservação dos espaços turísticos; respeitar as normas de visitação; e fornecer informações que apoiem o aprimoramento da gestão do destino.	Ações 02, 04, 05, 07 e 11

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

A matriz apresentada estabelece os principais compromissos institucionais relacionados à implementação deste plano. Embora a execução das ações exija colaboração entre diferentes organizações, a definição de responsabilidades contribui para fortalecer a coordenação dos esforços, ampliar a capacidade de execução e reduzir riscos de descontinuidade ao longo do tempo.

A efetividade deste Plano Municipal de Turismo dependerá da capacidade dos atores envolvidos de manter o compromisso com sua implementa- ção, atuando de forma articulada em torno dos objetivos definidos para o destino.

É esse processo contínuo de implementação, monitoramento e aperfeiçoamento que permitirá ao território avançar em direção à Visão de Futuro construída coletivamente.



4.2 Rotinas de Gestão

O acompanhamento da implementação deste Plano Municipal de Turismo deverá integrar a rotina de gestão do turismo no destino, sendo acompanhado pelo **COMTUR** e pela **Secretaria Municipal de Turismo de Anchieta** responsáveis por coordenar o monitoramento das ações, mobilizar os parceiros envolvidos e promover os ajustes necessários ao longo do processo.

Apresenta-se a seguir uma proposta de agenda periódica para monitoramento das ações, permitindo fortalecer sua continuidade, avaliar resultados, identificar dificuldades e promover os ajustes necessários ao longo do processo.

PROPOSTA DE ROTINA DE GESTÃO

PERIODICIDADE Mensal	PERIODICIDADE Trimestral	PERIODICIDADE Semestral	PERIODICIDADE Anual
ATIVIDADE	ATIVIDADE	ATIVIDADE	ATIVIDADE
Acompanhamento das ações em andamento	Reunião ampliada de avaliação da implementação	Revisão dos avanços e ajustes nas prioridades	Avaliação geral dos resultados e atualização das ações

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

O monitoramento das ações previstas neste plano utilizará os indicadores definidos nas respectivas Fichas de Ação, permitindo acompanhar o progresso da implementação, avaliar resultados e apoiar a tomada de decisão.

Mais do que um instrumento de controle, o monitoramento deverá funcionar como uma ferramenta de aprendizagem e aperfeiçoamento, contribuindo para identificar avanços, reconhecer dificuldades e manter o planejamento alinhado à realidade do território.



Subida ao Monte Urubu. Foto: Rozinere Bernardi, 2026.

4.3 Estimativa de Investimento

A implementação das ações previstas neste Plano Municipal de Turismo exigirá diferentes níveis de investimento ao longo de sua vigência. Embora os valores efetivos dependam de fatores como detalhamento técnico, projetos executivos, disponibilidade de recursos e parcerias estabelecidas, apresenta-se a seguir uma **estimativa preliminar de investimento**.

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS POR AÇÃO ESTRATÉGICA, COM ORÇAMENTO TOTAL DE R$ 2.500.000,00

Nº	AÇÃO ESTRATÉGICA	INVESTIMENTO ESTIMADO
MELHORIA DA OFERTA TURÍSTICA		**R$ 1.550.000,00**
01	Estruturação de Produtos e Experiências Turísticas	R$ 250.000,00
02	Rede de Informação e Atendimento ao Turista	R$ 100.000,00
03	Revitalização Turística e Cultural do Centro Histórico	R$ 600.000,00
04	Qualificação e Sensibilização para o Turismo	R$ 150.000,00
05	Infraestrutura, Mobilidade e Acessibilidade Turística	R$ 450.000,00
FORTALECIMENTO DO MERCADO		**R$ 500.000,00**
06	Marca, Posicionamento e Promoção Digital do Destino	R$ 300.000,00
07	Gestão do Calendário de Eventos Turísticos	R$ 50.000,00
08	Comercialização e Distribuição Turística	R$ 150.000,00
FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA		**R$ 450.000,00**
09	Gestão, Governança Participativa e Fundo Municipal de Turismo	R$ 180.000,00
10	Observatório e Inteligência Turística	R$ 220.000,00
11	Ordenamento, Fiscalização e Sustentabilidade Turística	R$ 50.000,00
TOTAL ESTIMADO (4 ANOS)		**R$ 2.500.000,00**

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

As estimativas apresentadas possuem caráter orientativo e deverão ser refinadas durante as etapas de planejamento e execução de cada ação, considerando as especificidades do destino e as condições vigentes no momento de sua implementação.

A mobilização de recursos para execução das ações previstas será uma responsabilidade compartilhada entre os atores envolvidos na implementação das ações previstas neste plano, sendo que muitas delas exigirão parcerias, fontes complementares de financiamento e articulação entre diferentes instituições.

Nesse contexto, recomenda-se que os responsáveis por cada iniciativa busquem continuamente oportunidades de financiamento, cooperação técnica e apoio institucional compatíveis com os objetivos definidos para o turismo do destino. Segue abaixo algumas possibilidades de Fontes de Recurso.

POTENCIAIS FONTES DE RECURSOS

FONTE DE RECURSOS	POSSÍVEIS APLICAÇÕES
Orçamento Municipal de Anchieta	Gestão do Plano, manutenção, infraestrutura, eventos, promoção, qualificação e contrapartidas municipais
Fundo Municipal de Turismo	Financiamento das ações estratégicas, mediante sua ativação financeira, regulamentação e disponibilidade de recursos
Receitas provenientes de royalties	Infraestrutura urbana e turística, mobilidade, acessibilidade, qualificação de espaços públicos e equipamentos
Governo do Estado do Espírito Santo	Infraestrutura, promoção, sinalização, qualificação, eventos, cultura e desenvolvimento regional
Governo Federal	Projetos estruturantes apoiados pelo Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Ministério das Cidades, IPHAN e demais órgãos
Emendas parlamentares	Obras, sinalização, equipamentos, eventos, recuperação do patrimônio e projetos turísticos específicos
Sistema S – Sebrae, Senac, Sesc e demais instituições	Capacitações, consultorias, estruturação de produtos, desenvolvimento empresarial, promoção e comercialização
Editais, convênios e programas de fomento	Projetos de turismo, cultura, patrimônio, inovação, sustentabilidade, acessibilidade e desenvolvimento territorial
Leis e fundos de incentivo à cultura	Recuperação e valorização do patrimônio, eventos, programação cultural e produção de conteúdos
Bandes, BNDES e instituições financeiras de desenvolvimento	Financiamento de infraestrutura, empreendimentos, inovação, sustentabilidade e modernização dos serviços
Parcerias com a iniciativa privada	Patrocínio de eventos, campanhas, materiais promocionais, equipamentos e projetos específicos
Contrapartidas dos empreendimentos e entidades empresariais	Qualificação dos estabelecimentos, desenvolvimento de produtos, promoção conjunta e ações comerciais

FONTE DE RECURSOS	POSSÍVEIS APLICAÇÕES
Termos de fomento com organizações da sociedade civil	Projetos culturais, comunitários, educativos, ambientais e de valorização dos saberes locais
Cooperação institucional e técnica	Estudos, pesquisas, monitoramento, desenvolvimento de projetos e apoio à captação de recursos

Fonte: Lab Turismo Consultoria, 2026.

Mais importante do que conhecer as fontes disponíveis é desenvolver a capacidade de transformar prioridades em projetos capazes de acessar esses recursos. Nesse processo, a atuação da governança, o fortalecimento das parcerias e a existência de planejamento estratégico representam fatores fundamentais para ampliar a capacidade de investimento do destino e viabilizar a implementação das ações previstas neste plano.

4.4 Compromisso com a Implementação

Os mecanismos apresentados neste capítulo buscam criar condições para que as ações previstas neste Plano Municipal de Turismo sejam acompanhadas, monitoradas e implementadas de forma contínua ao longo de sua vigência.

O sucesso deste plano dependerá da capacidade dos diferentes atores de manter o compromisso com suas responsabilidades, fortalecer a cooperação e transformar as estratégias definidas em resultados concretos para o turismo e para a comunidade local.

Mais do que um documento de planejamento, este plano deve funcionar como uma ferramenta permanente de gestão, orientando decisões, investimentos e ações voltadas ao desenvolvimento do destino.



Considerações Finais

O Plano Municipal de Turismo de Anchieta 2027–2030 consolida um processo participativo de análise, diálogo e definição de prioridades para o desenvolvimento turístico do município. Sua construção reuniu setor público, iniciativa privada, instituições, organizações sociais, comunidades e lideranças locais, reconhecendo que o turismo somente produzirá resultados consistentes quando for conduzido de forma integrada e compartilhada.

O diagnóstico demonstrou que Anchieta reúne diferenciais capazes de fortalecer sua competitividade, entre eles a diversidade de praias e paisagens naturais, o patrimônio histórico e religioso associado a São José de Anchieta, a gastronomia vinculada à pesca artesanal, os eventos, as comunidades rurais e litorâneas e os saberes e modos de vida locais. Ao mesmo tempo, evidenciou desa- fios relacionados à integração da oferta, à infraestrutura, à mobilidade, à acessibilidade, à qualificação dos serviços, à sazonalidade, à comunicação, à comercialização e à capacidade de gestão e financiamento da atividade.

Para responder a essa realidade, o Plano estabelece **11 ações estratégicas** organizadas em três objetivos complementares: **Melhoria da Oferta Turística, Fortalecimento do Mercado e Fortalecimento da Governança Turística**. Essa estrutura reconhece que qualificar atrativos e serviços não é suficiente sem ampliar a visibilidade e a comercialização do destino, assim como nenhuma estratégia poderá avançar de forma sus- tentável sem governança participativa, recursos, informações e capacidade de implementação.

A execução do Plano exigirá liderança da Secretaria Municipal de Turismo, participação ativa do COMTUR, integração entre as secretarias municipais e compromisso dos empreendimentos, comunidades e instituições parceiras. Também dependerá da elaboração de planos anuais de trabalho, da mobilização de recursos, da definição clara de responsabilidades e do acompanhamento periódico das metas e dos indicadores estabelecidos nas fichas de ação.

O Plano deverá permanecer como instrumento vivo de gestão. Seus resultados precisarão ser avaliados periodicamente, permitindo corrigir caminhos, incorporar novas oportunidades e responder às transformações do território e do mercado turístico. Essa atualização, contudo, deverá preservar a Visão de Futuro construída coletivamente e assegurar continuidade às prioridades consideradas essenciais para Anchieta.

Transformar Anchieta em uma cidade desejada pelos turistas, amada pelos moradores e preservada por todos pressupõe equilibrar desenvolvimento econômico, valorização cultural, inclusão social e conservação do patrimônio natural e histórico. Significa ampliar oportunidades para os empreendedores e as comunidades sem perder a autenticidade, a tranquilidade e os valores que diferenciam o município.

O diagnóstico mostrou a realidade atual, e a estratégia definiu os caminhos para o futuro. **A partir de agora, o avanço do turismo dependerá da capacidade coletiva de transformar planejamento em projetos, projetos em ações e ações em benefícios duradouros para moradores, visitantes e empreendimentos**.

Esse é o compromisso assumido pelo Plano Municipal de Turismo de Anchieta para o período de 2027 a 2030.

Referências Bibliográficas

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DA REGIÃO DA COSTA E DA IMIGRAÇÃO (ADETURCI). **Região da Costa e da Imigração**. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://www.regiaodacostaeimigracao.com/>. Acesso em: 13 out. 2026.

ANCHIETA (ES). **Agenda oficial**. Anchieta: Prefeitura Municipal de Anchieta, [s. d.]. Disponível em: <https://www.anchieta.es.gov.br/pagina/2195/agenda-oficial->. Acesso em: 13 out. 2026.

ANCHIETA (ES). **História de Anchieta**. Anchieta: Prefeitura Municipal de Anchieta, [s. d.]. Disponível em: <https://www.anchieta.es.gov.br/turismo/pagina/1000/historia>. Acesso em: 07 out. 2026.

ANCHIETA (ES). **O que fazer em Anchieta**. Anchieta: Prefeitura Municipal de Anchieta, [s. d.]. Disponível em: <https://www.anchieta.es.gov.br/turismo/pagina/2069/o-que-fazer>. Acesso em: 07 out. 2026.

ANCHIETA (ES). **Portal de atos normativos compilados**. Anchieta: Prefeitura Municipal de Anchieta, [s. d.]. Disponível em: <https://legislacao.anchieta.es.gov.br/>. Acesso em: 08 out. 2026.

ANCHIETA (ES). **23 praias para se refrescar em Anchieta durante o verão**. Anchieta: Prefeitura Municipal de Anchieta, 3 jan. 2020. Disponível em: <https://www.anchieta.es.gov.br/noticias/82571/23-praias-para-se-refrescar-em-anchieta-durante-o-verao>. Acesso em: 07 out. 2026.

ANCHIETA (ES). **Verão 2026: confira a programação do final de semana**. Anchieta: Prefeitura Municipal de Anchieta, 29 jan. 2026. Disponível em: <https://www.anchieta.es.gov.br/noticias/87454/verao-2026-confira-a-programacao-do-final-de-semana>. Acesso em: 08 out. 2026.

ANCHIETA (ES). Secretaria Municipal de Turismo, Comércio e Empreendedorismo. **Calendário oficial de eventos de Anchieta 2026**. Anchieta, 2026. Documento institucional.

ANCHIETA (ES). Secretaria Municipal de Turismo, Comércio e Empreendedorismo. **Observatório do Turismo de Anchieta: dados, pesquisas e levantamentos da oferta e da demanda turística, 2025–2026**. Anchieta, 2026. Conjunto de documentos e bases de dados institucionais.

BOOKING.COM. **Hotéis e acomodações em Anchieta, Espírito Santo**. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://www.booking.com/city/br/anchieta-br.pt-br.html>. Acesso em: 09 out. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadastur: sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor turístico**. Brasília, DF, [s. d.]. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/sou-turista/inicio>. Acesso em: 09 out. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadernos e manuais de segmentação do turismo**. Brasília, DF, [s. d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/assuntos-categoria/caderno-e-manuais-de-segmentacao>. Acesso em: 16 out. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo Brasileiro**. Brasília, DF, [s. d.]. Disponível em: <https://mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 09 out. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo: marcos conceituais**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-marcos-conveituais.pdf>. Acesso em: 09 out. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. 2. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-de-negocios-e-eventos-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 09 out. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas.** 3. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-cultural-orientacoes-basicas.pdf. Acesso em: 5 nov. 2026

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de sol e praia: orientações básicas**. 2. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-de-sol-e-praia-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 09 out. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Portarias**. Brasília, DF, [s. d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/institucional/atos-normativos/portarias/>. Acesso em: 06 out. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). **Lei nº 11.640, de 7 de junho de 2022**. Declara de utilidade pública a Agência de Desenvolvimento Turístico da Região da Costa e da Imigração – ADETURCI. Vitória, 2022. Disponível em: <https://www3.al.es.gov.br/Arquivo/Documents/legislacao/html/lei116402022.html>. Acesso em: 16 out. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Secretaria de Estado do Turismo. **Anchieta**. Vitória: SETUR-ES, [s. d.]. Disponível em: <https://descubraoespiritosanto.es.gov.br/cidades/an

chieta>. Acesso em: 16 out. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Secretaria de Estado do Turismo. **Descubra o Espírito Santo**. Vitória: SETUR-ES, [s. d.]. Disponível em: <https://descubraoespiritosanto.es.gov.br/>. Acesso em: 09 out. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Secretaria de Estado do Turismo. **Espírito Santo estreia na FIT Argentina com estratégia para atrair turistas e ampliar presença internacional**. Vitória, 29 out. 2026. Disponível em: https://setur.es.gov.br/espirito-santo-estreia-na-fit-argentina-com-estrategia-para-atrair-turistas-e-ampliar-presenca-internacional. Acesso em: 5 nov. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Secretaria de Estado do Turismo. **Espírito Santo amplia presença internacional e promove Semana do ES na Argentina**. Vitória, 26 out. 2026. Disponível em: https://turismoespiritosanto.es.gov.br/noticias/espirito-santo-amplia-presenca-internacional-e-promove-semana-do-es-na-argentina. Acesso em: 5 nov. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Secretaria de Estado do Turismo. **Semana do Espírito Santo na Argentina gera negócios e amplia presença do turismo capixaba no mercado internacional**. Vitória, 3 nov. 2026. Disponível em: https://setur.es.gov.br/semana-do-espirito-santo-na-argentina-gera-negocios-e-amplia-presenca-do-turismo-capixaba-no-mercado-internacional. Acesso em: 5 nov. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Secretaria de Estado do Turismo. **Praia e mar**. Vitória: SETUR-ES, [s. d.]. Disponível em: <https://descubraoespiritosanto.es.gov.br/segmento/praia-e-mar>. Acesso em: 16 out. 2026.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Secretaria de Estado da Cultura. **Agência de Desenvolvimento Turístico da Região da Costa e da Imigração – ADETURCI**. Mapa Cultural ES. Vitória, [s. d.]. Disponível em: <https://mapa.cultura.es.gov.br/agente/3727745/>. Acesso em: 16 out. 2026.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Anchieta: panorama**. Rio de Janeiro: IBGE, [s. d.]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/es/anchieta.html>. Acesso em: 07 out. 2026.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Após restauro, Santuário Nacional de São José de Anchieta (ES) é reaberto ao público**. Brasília, DF, [s. d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/iphan/pt-br/assuntos/noticias/apos-restauro-santuario-nacional-de-sao-jose-de-anchieta-es-e-reaberto-ao-publico>. Acesso em: 07 out. 2026.

LAB TURISMO CONSULTORIA. **Programa Fortalece Turismo – Anchieta: relatório dos encontros 1 e 2**. Florianópolis: Lab Turismo Consultoria, 2026.

LAB TURISMO CONSULTORIA. **Programa Fortalece Turismo – Anchieta: relatório dos encontros 3 e 4**. Florianópolis: Lab Turismo Consultoria, 2026.

LAB TURISMO CONSULTORIA. **Programa Fortalece Turismo – Anchieta: relatório dos encontros 5 e 6**. Florianópolis: Lab Turismo Consultoria, 2026.

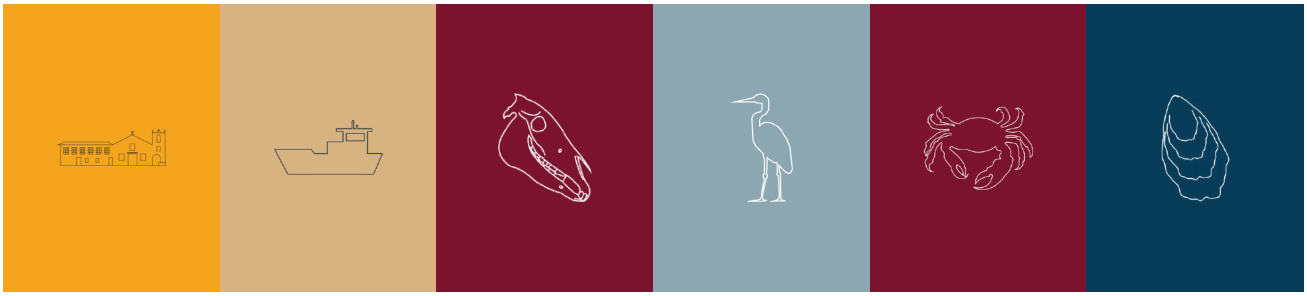
OS PASSOS DE ANCHIETA. **Caminhada Os Passos de Anchieta**. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://ospassosdeanchieta.com/>. Acesso em: 16 out. 2026.

SANTUÁRIO NACIONAL DE SÃO JOSÉ DE ANCHIETA. **Cultura e histórico**. Anchieta, [s. d.]. Disponível em: <https://www.santuariodeanchieta.com/cultura-historico/>. Acesso em: 09 out. 2026.

SANTUÁRIO NACIONAL DE SÃO JOSÉ DE ANCHIETA. **História**. Anchieta, [s. d.]. Disponível em: <https://www.santuariodeanchieta.com/historia/>. Acesso em: 09 out. 2026.

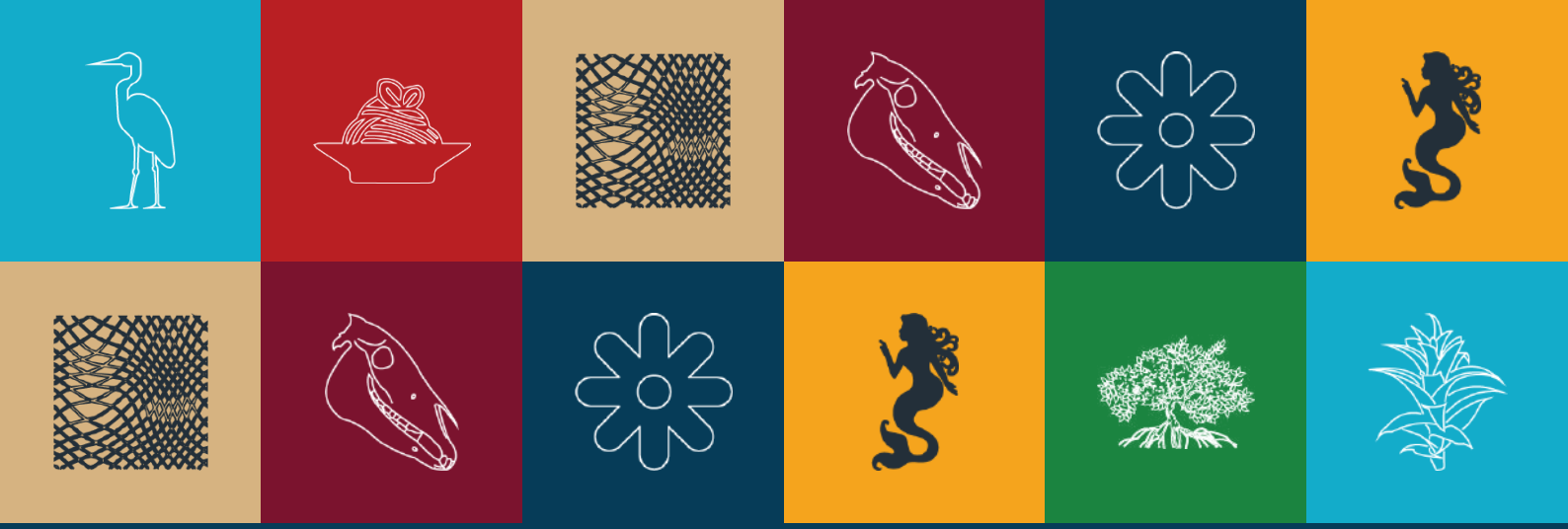
SANTUÁRIO NACIONAL DE SÃO JOSÉ DE ANCHIETA. **Santuário Nacional de São José de Anchieta**. Anchieta, [s. d.]. Disponível em: <https://www.santuariodeanchieta.com/>. Acesso em: 09 out. 2026.

TRIPADVISOR. **Turismo em Anchieta, Espírito Santo**. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g2351284-Anchieta_State_of_Espirito_Santo-Vacations.html>. Acesso em: 08 out. 2026.





Passos dos Imigrantes. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2024.



Fichas de Ação

Detalhamento operacional das 11 ações estratégicas: líder e responsáveis, parceiros, metas, indicadores, forma de acompanhamento, diretrizes, prazos, orçamento, fontes de recurso, riscos e oportunidades.

MELHORIA DA OFERTA TURÍSTICA
01 · 02 · 03 · 04 · 05

FORTALECIMENTO DO MERCADO
06 · 07 · 08

FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA
09 · 10 · 11

OBSERVAÇÃO

Estas fichas têm caráter estratégico e visam orientar a implementação, o monitoramento e a avaliação das ações do Plano Estratégico de Turismo. As informações aqui apresentadas não substituem instrumentos de gestão operacional, planos de trabalho, projetos executivos ou cronogramas detalhados.

FICHA DE AÇÃO

01 Estruturação de Produtos e Experiências Turísticas

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística



LÍDER

Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE

Média

PRAZO

Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Edlaine Braga · Henner Scheidegger Fonte · Pe. Raimundo Nonato Resende**

INSTITUIÇÕES Sebrae/ES · ADETURCI · Santuário Nacional de São José de Anchieta · COMTUR

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para a melhoria e a diversificação da oferta turística, esta ação consiste em estruturar produtos, roteiros e experiências integradas e comercializáveis, valorizando os recursos naturais, culturais, religiosos, históricos e gastronômicos de Anchieta. Busca-se fortalecer a identidade local, ampliar a circulação e a permanência dos visitantes e aumentar o consumo turístico no município.

METAS

1 Concluir, até o final do primeiro ano de vigência do Plano, 1 mapeamento integrado da oferta turística, contemplando 100% dos atrativos, serviços, empreendimentos e iniciativas identificados como prioritários.

2 Estruturar, até o final do segundo ano, pelo menos quatro produtos, roteiros ou experiências turísticas integradas, incluindo a Rota Mar e Fé e uma experiência relacionada ao Centro Histórico, com a participação de empreendimentos, produtores e comunidades locais.

3 Disponibilizar, até o final do terceiro ano, pelo menos 4 produtos turísticos comercializáveis, com roteiro, duração, público-alvo, preço, contato para reserva e material de divulgação, realizando sua avaliação e atualização anualmente.

INDICADORES DE RESULTADO

- Percentual da oferta turística prioritária mapeada
- Número de produtos, roteiros ou experiências turísticas integradas estruturados
- Número de produtos turísticos disponíveis para comercialização e atualizados anualmente

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta das informações por meio de fichas de cadastro, registros dos parceiros e materiais de comercialização.
2. Registro e atualização dos dados em planilha de monitoramento pela Secretaria Municipal de Turismo.

Ficha de Ação 01 · continuação

3 Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.

4 Verificação semestral dos indicadores.

5 Revisão anual dos produtos, roteiros e experiências estruturados.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Priorizar produtos alinhados aos segmentos e perfis de visitantes estratégicos.
- Valorizar a identidade, a cultura, a religiosidade, a gastronomia e os modos de vida locais.
- Garantir a participação e a integração de empreendedores, comunidades e prestadores de serviços.
- Adotar critérios de qualidade, segurança, acessibilidade, sustentabilidade e viabilidade comercial.
- Fortalecer a Rota Mar e Fé e o polo gastronômico do Centro Histórico.
- Testar, avaliar e atualizar os produtos antes e após sua inserção no mercado.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 250.000,00

Considerando mapeamento da oferta, consultorias, elaboração e teste dos roteiros, qualificação dos participantes e produção dos materiais necessários à estruturação dos produtos turísticos. Não inclui obras ou intervenções físicas.

FONTES DE RECURSO

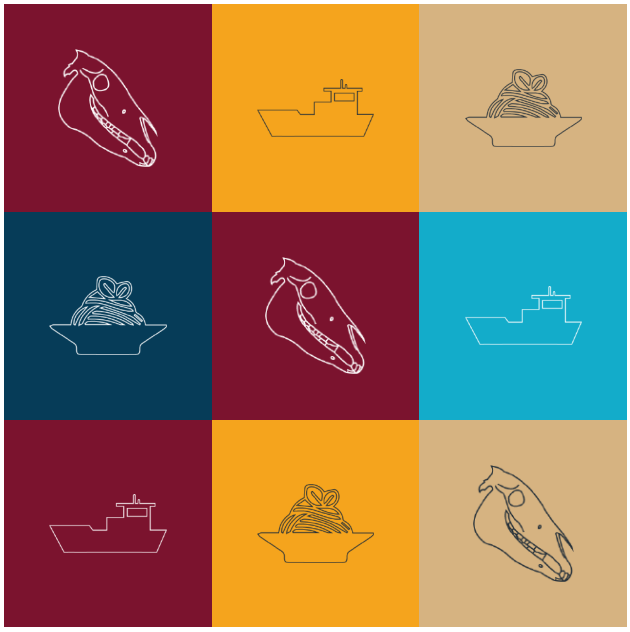
- Orçamento municipal
- Fundo Municipal de Turismo
- Sebrae/ES
- Governo do Estado do Espírito Santo e Secretaria de Estado do Turismo
- Ministério do Turismo]
- Emendas parlamentares
- Convênios, programas e editais públicos
- ADETURCI
- Termos de fomento com organizações da sociedade civil
- Patrocínios e parcerias com empresas, entidades empresariais e empreendimentos turísticos.

RISCOS

- Baixa adesão ou participação descontínua dos empreendimentos, comunidades e instituições envolvidas.
- Dificuldades de articulação entre atrativos, pres- tadores de serviços, agências, produtores e demais parceiros.
- Insuficiência de recursos financeiros, equipe téc- nica qualificada e condições de infraestrutura para estruturar e comercializar os produtos turísticos.

OPORTUNIDADES

- Diversidade de atrativos com potencial para compor produtos turísticos integrados.
- Presença de iniciativas estruturantes já em desenvolvimento ou consolidação, que podem servir como âncoras para a estruturação e comercialização de novos produtos turísticos.
- Crescimento da demanda por experiências autênticas, turismo religioso, cultural, gastronômico e de natureza.
- Possibilidade de articulação entre empreendimentos, comunidades e instituições para estruturação e comercialização conjunta de experiências turísticas.
- Disponibilidade de parceiros técnicos e institucionais capazes de apoiar o desenvolvimento, a promoção e a comercialização dos produtos turísticos.



FICHA DE AÇÃO

02 Rede de Informação e Atendimento ao Turista

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER

Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE

Alta

PRAZO

Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Claudio Calais · Robson Ceccon**

INSTITUIÇÕES COMTUR · Secretaria Mobilidade de Serv. Urbanos · Observatório de Turismo de Anchieta

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para a melhoria da oferta turística, esta ação consiste em implantar uma rede municipal de informação e atendimento, integrando a Casa do Turista, pontos de atendimento, sinalização e ferramentas de coleta de dados. Busca-se facilitar o acesso às informações, melhorar a orientação e a circulação dos visitantes e qualificar sua experiência em Anchieta.

METAS

1 Concluir, até o final do primeiro ano, 1 diagnóstico das necessidades de informação, atendimento e sinalização nas áreas turísticas prioritárias.

2 Implantar, até o final do segundo ano, 1 Casa do Turista no Mirante de Castelhanos, com estrutura, equipe, materiais e ferramenta de coleta de coleta de dados sobre os visitantes.

3 Implantar, até o final do terceiro ano, os pontos de informação turística e os elementos de sinalização definidos como prioritários pelo diagnóstico, garantindo cobertura das principais áreas turísticas do município e atualização periódica das informações.

INDICADORES DE RESULTADO

- Número de estruturas de informação e atendimento turístico implantadas e em funcionamento
- Número de elementos de sinalização turística implantados e mantidos atualizados
- Número de atendimentos e registros de visitantes realizados pela Rede Municipal de Informação e Atendimento ao Turista
- Percentual das áreas turísticas prioritárias atendidas pela Rede Municipal de Informação e Atendimento ao Turista

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta das informações por meio dos registros da Secretaria Municipal de Turismo, relatórios da Casa do Turista e vistorias presenciais.
2. Registro e atualização dos dados em planilha de monitoramento.

Ficha de Ação 02 · continuação

3. Verificação trimestral dos pontos de atendimento, placas, totens e demais elementos de sinalização.
4. Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.
5. Revisão anual do funcionamento da Rede Municipal de Informação e Atendimento ao Turista.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Adotar padrões comuns de identidade visual, linguagem, atendimento e apresentação das informações.
- Priorizar locais estratégicos, com maior fluxo de visitantes ou dificuldade de orientação.
- Garantir acessibilidade, boa localização, sinalização e atendimento adequado aos diferentes públicos.
- Disponibilizar informações confiáveis, claras e atualizadas sobre a oferta turística.
- Observar as normas técnicas de sinalização, acessibilidade, proteção de dados e patrimônio.
- Definir responsáveis pela atualização das informações, manutenção das estruturas e utilização dos dados coletados.
- Utilizar os dados coletados na Rede Municipal de Informação e Atendimento ao Turista para subsidiar decisões de gestão, promoção, qualificação da oferta e monitoramento da demanda turística.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 100.000,00

Considerando a adequação e implantação da Casa do Turista, instalação de pontos de atendimento, sinalização turística, placas interpretativas, totens, equipamentos e ferramentas de coleta de dados. O valor poderá variar conforme a necessidade de obras.

FONTES DE RECURSO

- Orçamento municipal
- Fundo Municipal de Turismo, mediante sua ativação financeira
- Governo do Estado do Espírito Santo
- Ministério do Turismo
- Emendas parlamentares
- Convênios e editais públicos
- Parcerias com Sebrae/ES e iniciativa privada.

RISCOS

- Insuficiência de recursos financeiros e atrasos nos projetos, licitações, autorizações e obras.
- Falta de equipe qualificada e de integração entre o poder público, os atrativos e os empreendimentos.
- Desatualização das informações e falta de manutenção dos pontos de atendimento, placas, totens e demais estruturas.

OPORTUNIDADES

- Localização estratégica do Mirante de Castelhanos e diversidade da oferta turística de Anchieta.
- Uso de tecnologias para ampliar o acesso às informações e coletar dados sobre os visitantes.
- Possibilidade de estabelecer parcerias e captar recursos por meio de programas, convênios, editais e emendas parlamentares.



FICHA DE AÇÃO

03 Revitalização Turística e Cultural do Centro Histórico

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER

Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE

Alta

PRAZO

Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Flávio Sant'Anna · Robson Mattos dos Santos**

INSTITUIÇÕES COMTUR · Secretaria Municipal de Obras, Projetos e Fiscalizaç ·Gerência Estratégica de Cultura e Patrimônio Histórico

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para a melhoria da oferta turística, esta ação consiste em conservar e qualificar o Centro Histórico, incentivar sua ocupação cultural, gastronômica e comercial e ampliar sua programação. Busca-se tornar a área mais atrativa, segura, acessível e frequentada, valorizando o patrimônio histórico-cultural, ampliando as oportunidades de visitação e fortalecendo a experiência dos moradores e visitantes.

METAS

1	Concluir, até o final do primeiro ano, 1 inventário dos imóveis e bens de interesse histórico e 1 projeto integrado de requalificação do Centro Histórico.
2	Executar, até o final da vigência do Plano (4 anos), pelo menos 60% das intervenções prioritárias, incluindo a implantação de 10 placas ou recursos interpretativos e a qualificação de 3 espaços culturais.
3	Viabilizar, até o final da vigência do Plano, a ocupação turística, cultural, gastronômica ou comercial de pelo menos cinco imóveis desocupados ou subutilizados do Centro Histórico, por meio de parcerias, incentivos, chamamentos ou mecanismos de articulação.
4	Estruturar e manter programação regular de atividades culturais, turísticas ou gastronômicas no Centro Histórico, com realização mínima de 3 iniciativas por ano.

INDICADORES DE RESULTADO

- Percentual das intervenções prioritárias do pro- jeto integrado efetivamente executadas
- Número de imóveis ocupados por atividades turísticas, culturais, gastronômicas ou comerciais
- Número de atividades culturais, turísticas e gastronômicas realizadas anualmente no Centro Histórico
- Número de equipamentos, espaços ou recursos de interpretação patrimonial implantados e em funcionamento

Ficha de Ação 03 · continuação

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta das informações por meio de projetos, relatórios de obras, vistorias, registros fotográficos e calendário cultural.
2. Registro e atualização dos dados em planilha de monitoramento.
3. Verificação trimestral do andamento das intervenções.
4. Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.
5. Revisão anual dos resultados e das prioridades da ação.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Orientar as intervenções por projeto integrado e pelas normas de proteção do patrimônio.
- Preservar as características arquitetônicas, históricas e culturais do território.
- Priorizar segurança, iluminação, limpeza, paisagismo, mobilidade e acessibilidade.
- Incentivar usos culturais, gastronômicos, comerciais e turísticos nos imóveis desocupa- dos.
- Integrar o Centro Histórico ao Santuário, à Rota Mar e Fé, ao polo gastronômico e ao calendário de eventos.
- Garantir a participação dos proprietários, moradores, comerciantes e instituições locais.
- Condicionar as intervenções em bens protegidos à análise e autorização dos órgãos competentes, evitando descaracterizações do patrimônio.
- Prever manutenção permanente das estruturas e espaços requalificados.
- Priorizar intervenções associadas à ativação permanente dos espaços, promovendo usos capazes de gerar fluxo regular de moradores e visitantes ao longo do ano.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 600.000,00

Considerando projetos técnicos, recuperação prioritária de fachadas, monumentos e espa- ços públicos, iluminação, paisagismo, acessi- bilidade, interpretação patrimonial e apoio à programação cultural. A estimativa pressupõe execução por etapas.

FONTES DE RECURSO

Orçamento municipal

- Fundo Municipal de Turismo, mediante sua ativação financeira
- Governo do Estado do Espírito Santo
- Secretaria de Estado da Cultura e Secretaria de Estado do Turismo
- Ministério da Cultura, Ministério do Turismo e IPHAN
- Emendas parlamentares
- Convênios, programas e editais de preservação do patrimônio, cultura, turismo e desenvolvimento urbano
- Leis e fundos de incentivo à cultura
- Contrapartidas de proprietários e empreendedores
- Patrocínios e parcerias com empresas e entidades empresariais.

RISCOS

- Insuficiência de recursos e demora nos projetos, contratações, licenças e autorizações patrimoniais.
- Baixa adesão dos proprietários e dificuldade de articulação entre poder público, comerciantes e instituições.
- Intervenções inadequadas ou falta de manutenção que comprometam o patrimônio e os espaços requalificados.

OPORTUNIDADES

- Relevância histórica, cultural e religiosa do Centro Histórico e do Santuário Nacional de São José de Anchieta.
- Integração com a Rota Mar e Fé, o polo gastronômico, os Caminhos de Anchieta e o calendário de eventos.
- Existência de imóveis e espaços com potencial de reocupação para atividades turísticas, culturais, gastronômicas e criativas.
- Possibilidade de captação de recursos por meio de programas voltados ao patrimônio cultural, turismo, cultura e desenvolvimento urbano.

FICHA DE AÇÃO

04 Qualificação e Sensibilização para o Turismo

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER

Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE

Média

PRAZO

Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Edlaine Braga · Marcos Menegelli Bissa**

INSTITUIÇÕES COMTUR · Sebrae/ES · Secretaria Municipal de Educação

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para a melhoria da oferta turística, esta ação consiste em desenvolver um programa permanente de qualificação profissional, sensibilização turística e educação patrimonial. Busca-se melhorar os serviços, fortalecer a hospitalidade e ampliar a participação da comunidade na valorização da identidade e do patrimônio de Anchieta.

METAS

1. Implantar, até o final do primeiro ano, 1 ação Qualificação e Sensibilização Turística.
2. Realizar, a partir do segundo ano, no mínimo 6 capacitações e qualificar pelo menos 100 participações por ano, alcançando 80% de satisfação.
3. Realizar, a partir do segundo ano, uma campanha de sensibilização e quatro visitas educativas por ano, envolvendo progressivamente pelo menos cinco escolas da rede municipal.

INDICADORES DE RESULTADO

- Número de participações em ações de qualifica- ção, sensibilização e educação turística realiza- das anualmente
- Percentual médio de satisfação dos participan- tes das capacitações e atividades promovidas
- Número de instituições, empreendimentos, escolas e organizações envolvidas nas ações do programa
- Número de ações de qualificação, sensibilização turística e educação patrimonial realizadas por ano

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta das informações por meio de listas de presença, avaliações, relatórios e registros das atividades.
2. Registro e atualização dos resultados em plani- lha de monitoramento.
3. Verificação semestral do número de ações e participantes.
4. Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.
5. Revisão anual dos temas e públicos prioritários do programa.

Ficha de Ação 04 · continuação

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Integrar qualificação profissional, sensibilização turística e educação patrimonial.
- Articular a oferta de capacitações com as demandas identificadas pelo setor turístico.
- Priorizar públicos diretamente relacionados à experiência do visitante, incluindo empreende- dores, trabalhadores do turismo, servidores públicos, lideranças comunitárias e estudantes.
- Utilizar linguagem acessível e metodologias prá- ticas, presenciais e on-line.
- Valorizar a identidade, o patrimônio, os saberes e os modos de vida de Anchieta.
- Estabelecer parcerias com instituições de ensino, entidades empresariais e organizações comunitárias.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 150.000,00

Considerando capacitações, campanhas, materiais educativos, visitas técnicas e ativi- dades de educação turística e patrimonial durante a vigência do Plano. Parte das ações poderá ser realizada por meio de parcerias.

FONTES DE RECURSO

- Orçamento municipal
- Fundo Municipal de Turismo, mediante sua ativação financeira
- Sebrae/ES
- Governo do Estado do Espírito Santo
- Ministério do Turismo
- Convênios, editais e emendas parlamentares
- Parcerias com instituições de ensino e entidades empresariais.

RISCOS

- Baixa adesão ou participação descontínua dos profissionais, empreendedores, escolas e comu- nidades.
- Insuficiência de recursos financeiros e de profis- sionais qualificados para conduzir as ativida- des.
- Descontinuidade do programa em razão de mudanças na gestão ou nas prioridades institu- cionais.

OPORTUNIDADES

- Existência de instituições parceiras com capaci- dade técnica para apoiar ações de qualificação

  e sensibilização, como Sebrae/ES, escolas e entidades empresariais.
- Crescente necessidade de qualificação dos ser- viços turísticos para atender ao processo de desenvolvimento do destino e às novas deman- das dos visitantes.
- Potencial de fortalecimento da hospitalidade, do pertencimento e da valorização do patrimô- nio histórico, cultural e religioso junto à comu- nidade local.



FICHA DE AÇÃO

05 Infraestrutura, Mobilidade e Acessibilidade Turística

Objetivo estratégico: Melhoria da Oferta Turística

LÍDER

Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE

Alta

PRAZO

Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Robson Ceccon · Flávio Sant'Anna · Sofia Nogueira**

INSTITUIÇÕES Secretaria Municipal de Mobilidade e Serviços Urbanos · Secretaria Municipal de Obras, Projetos e Fiscalização · Secretaria Municipal de Meio Ambiente

RESUMO DA AÇÃO

Visando qualificar a oferta turística, esta ação consiste em melhorar as condições de acesso, mobilidade, infraestrutura e acessibilidade nas áreas turísticas prioritárias de Anchieta. Busca-se proporcionar deslocamentos mais seguros e confortáveis, ampliar a inclusão e garantir a manutenção das estruturas de apoio utilizadas por moradores e visitantes.

METAS

1 Concluir, até o final do primeiro ano, 1 diagnóstico integrado e 1 Plano de Intervenções Prioritárias para as áreas turísticas.

2 Executar, dentro de 4 anos, pelo menos 60% das ações previstas no Plano de Intervenções, garantindo critérios de acessibilidade em 100% das novas obras e reformas contempladas pela ação.

3 Implantar, a partir do segundo ano, rotina de inspeção preventiva e manutenção, com monitoramento semestral de 100% das obras, equipamentos e espaços públicos turísticos qualificados ou implantados no âmbito da ação.

INDICADORES DE RESULTADO

- Número de áreas turísticas beneficiadas por melhorias de mobilidade, infraestrutura ou acessibilidade
- Percentual das intervenções prioritárias executadas
- Percentual das novas obras e reformas em conformidade com os critérios de acessibilidade aplicáveis
- Número de estruturas e equipamentos turísticos monitorados pelas rotinas de inspeção preventiva

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1 Coleta das informações por meio de relatórios técnicos, ordens de serviço, vistorias e registros fotográficos.

Ficha de Ação 05 · continuação

2. Registro e atualização dos dados em planilha de monitoramento.
3. Realização de inspeções preventivas tri- mestrais.
4. Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.
5. Revisão anual das intervenções executadas e das prioridades.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Priorizar áreas com maior fluxo turístico e condi- ções mais críticas de acesso, segurança e con- servação.
- Priorizar intervenções que gerem benefícios simultâneos para moradores e visitantes, ampliando a integração entre a infraestrutura turística e a infraestrutura urbana.
- Considerar as necessidades de moradores, visi- tantes, pedestres, ciclistas, pessoas idosas e pessoas com deficiência.
- Cumprir a legislação e as normas técnicas de acessibilidade.
- Integrar as intervenções ao planejamento urbano, ambiental e de mobilidade do munici- pio.
- Respeitar as características ambientais, paisa- gísticas, históricas e culturais das localidades.
- Consultar comunidades e empreendedores na definição das prioridades.
- Prever recursos e responsabilidades para manu- tenção das estruturas implantadas.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 450.000,00

Considerando estudos, projetos e interven- ções prioritárias em acessos, calçadas, rampas, iluminação, banheiros, áreas de des- canso, estacionamentos e demais estruturas de apoio turístico. O valor dependerá da quan- tidade e do porte das obras selecionadas.

FONTES DE RECURSO

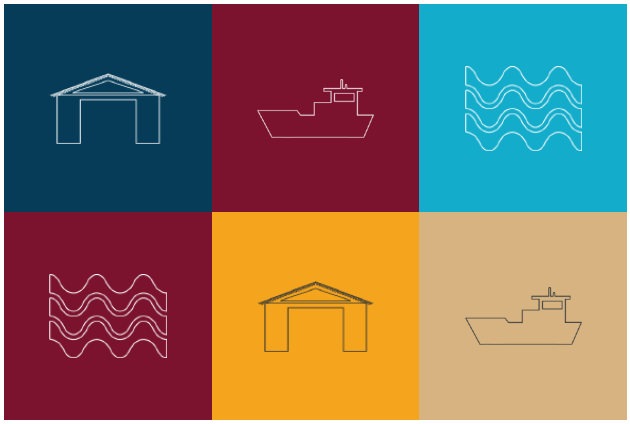
- Orçamento municipal
- Fundo Municipal de Turismo, conforme disponibilidade e regular funcionamento
- Governo do Estado do Espírito Santo
- Ministério do Turismo
- Ministério das Cidades
- Emendas parlamentares
- Convênios, programas e editais públicos estaduais e federais
- Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo
- Parcerias com empresas e associações empresariais
- Contrapartidas e patrocínios pri- vados, quando aplicáveis.

RISCOS

- Insuficiência de recursos e atrasos em projetos, licitações, autorizações e obras.
- Dificuldades de articulação entre os órgãos envolvidos e descumprimento das normas de acessibilidade.
- Falta de manutenção preventiva e danos causa- dos por eventos climáticos, erosão ou desgaste natural.

OPORTUNIDADES

- Existência de áreas turísticas consolidadas e em desenvolvimento que podem ser beneficiadas por melhorias de infraestrutura e acessibili- dade.
- Possibilidade de integração das intervenções aos investimentos municipais em mobilidade urbana, qualificação de espaços públicos e revi- talização de áreas estratégicas.
- Disponibilidade de programas e fontes de finan- ciamento voltados à acessibilidade, mobilidade urbana, infraestrutura turística e desenvolvi- mento regional.
- Crescente valorização da acessibilidade univer- sal, da mobilidade ativa e da qualificação dos espaços públicos por moradores e visitantes.



FICHA DE AÇÃO

06 Marca, Posicionamento e Promoção Digital do Destino

Objetivo estratégico: Fortalecimento do Mercado

LÍDER
Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE
Média

PRAZO
Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Edlaine Braga · Flávio Simões**

INSTITUIÇÕES Sebrae/ES · COMTUR · Comunicação da Prefeitura Municipal de Anchieta

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para o fortalecimento do mercado turístico, esta ação consiste em criar a marca turística de Anchieta e estruturar uma estratégia integrada e permanente de comunicação digital. Busca-se fortalecer o posicionamento do destino, ampliar sua visibilidade e divulgar seus atrativos, produtos, experiências e eventos junto aos públicos e mercados prioritários.

METAS

1. Criar e validar, até o final do primeiro ano, uma marca turística, seu manual de identidade visual e uma estratégia integrada de posicionamento e promoção digital, com definição de públicos, mercados prioritários, canais, conteúdos e indicadores.
2. Implantar, até o final do segundo ano, 1 site oficial de turismo e 1 banco profissional de imagens e vídeos, contendo pelo menos 200 fotografias e 30 vídeos.
3. Executar, a partir do segundo ano, 1 calendário editorial anual, garantindo a atualização permanente do site e do Instagram e a podução de 4 relatórios de desempenho digital por ano.

INDICADORES DE RESULTADO

- Site oficial de turismo implantado e atualizado regularmente (sim/não)
- Percentual de materiais e canais institucionais de turismo que utilizam corretamente a marca turística do destino
- Número de conteúdos publicados anualmente nos canais oficiais de turismo
- Número de acessos ao site oficial de turismo
- Alcance e engajamento dos canais digitais ofi- ciais

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta das informações por meio dos relatórios do site, Instagram e demais ferramentas digi- tais.
2. Registro e atualização dos resultados em plani- lha de monitoramento.
3. Verificação trimestral do calendário editorial e dos indicadores de desempenho.

Ficha de Ação 06 · continuação

4 Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.

5 Revisão anual do posicionamento, dos conteúdos e dos públicos prioritários.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Assegurar coerência entre a marca turística, o posicionamento do destino e os produtos turísticos e aos diferenciais de Anchieta.
- Representar os segmentos turísticos prioritários e os diferentes territórios do município.
- Definir critérios e orientações para uso compartilhado da marca turística por instituições, eventos, empreendimentos e demais iniciativas alinhadas ao posicionamento do destino.
- Priorizar conteúdos capazes de inspirar a viagem, qualificar a informação ao visitante e estimular a conversão do público prioritário em visitas ao destino.
- Garantir profissionais responsáveis pela produção, publicação e atualização dos conteúdos.
- Integrar a comunicação digital às ações de promoção, eventos e comercialização.
- Utilizar os indicadores de desempenho para aperfeiçoar continuamente a estratégia.
- Assegurar autorização de uso de imagem, organização dos direitos autorais e armazenamento adequado das fotografias e dos vídeos produzidos.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 300.000,00

Considerando criação da marca e do manual de identidade visual, banco profissional de imagens e vídeos, desenvolvimento do site, planejamento editorial e campanhas digitais. A gestão cotidiana dos canais poderá ser realizada pela equipe municipal.

FONTES DE RECURSO

Orçamento municipal

- Fundo Municipal de Turismo, mediante sua ativação financeira
- Sebrae/ES
- Governo do Estado do Espírito Santo
- Ministério do Turismo
- Emendas parlamentares e editais públicos
- Patrocínios e parcerias privadas.

RISCOS

- Descontinuidade da gestão dos canais e ausência de profissionais responsáveis pela comunicação.
- Insuficiência de recursos para produção de conteúdos, manutenção do site e realização de campanhas.
- Uso inconsistente da marca, informações desatualizadas e falta de integração entre os canais de comunicação.

OPORTUNIDADES

- Crescimento do uso dos canais digitais como principal fonte de inspiração, pesquisa e planejamento de viagens.
- Existência de ativos turísticos diferenciados, como o turismo religioso, as experiências costeiras, o patrimônio histórico-cultural e a gastronomia local, com elevado potencial de comunicação.
- Possibilidade de segmentar campanhas e conteúdo para públicos prioritários com base em dados de comportamento e desempenho digital.
- Disponibilidade de ferramentas digitais de baixo custo para produção, gestão e monitoramento da comunicação turística.



FICHA DE AÇÃO

07 Gestão do Calendário de Eventos Turísticos

Objetivo estratégico: Fortalecimento do Mercado

LÍDER
Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE
Média

PRAZO
Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Edlaine Braga · Flávio Simões**

INSTITUIÇÕES Sebrae/ES · COMTUR · Comunicação da Prefeitura Municipal de Anchieta

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para o fortalecimento do mercado turístico, esta ação consiste em planejar, qualificar, promover e monitorar estrategicamente o calendário anual de eventos de Anchieta. Busca-se transformar os eventos em instrumentos de atração de visitantes, fortalecimento da identidade local, dinamização econômica e redução da sazonalidade turística.

METAS

1	Estruturar e publicar, até o final do primeiro ano, um calendário turístico anual integrado, garantindo a divulgação dos eventos prioritários com antecedência mínima de 90 dias, salvo situações excepcionais devidamente justificadas.
2	Qualificar, até o final do segundo ano, pelo menos 5 eventos considerados prioritários, incorporado identidade visual, promoção e experiências complementares.
3	Monitorar, a partir do segundo ano, 100% dos eventos definidos como prioritários.
4	Fortalecer, anualmente, pelo menos quatro eventos realizados em períodos de menor fluxo turístico.

INDICADORES DE RESULTADO

- Percentual de eventos prioritários divulgados com antecedência mínima definida
- Número de eventos prioritários qualificados e monitorados anualmente
- Número de eventos estratégicos realizados em períodos de menor fluxo turístico
- Público estimado e taxa de ocupação dos meios de hospedagem durante os eventos monitora- dos

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta das informações por meio do calendário oficial, relatórios dos organizadores, pesquisas com o público e dados dos empreendimentos turísticos.

Ficha de Ação 07 · continuação

2. Registro e atualização dos resultados em planilha de monitoramento.
3. Monitoramento do público, da origem dos visitantes e da ocupação dos meios de hospedagem durante os eventos prioritários.
4. Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.
5. Revisão anual do calendário e dos eventos prioritários.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Planejar e divulgar o calendário anual com antecedência.
- Priorizar eventos alinhados à identidade e aos segmentos turísticos estratégicos de Anchieta.
- Fortalecer eventos com potencial de atração de visitantes, permanência e movimentação econômica.
- Utilizar os eventos como estratégia de redução da sazonalidade turística.
- Integrar os eventos às ações de promoção, comercialização e aos produtos turísticos do destino.
- Valorizar a cultura, a gastronomia, o artesanato e os fornecedores locais.
- Promover a articulação entre organizadores, poder público, COMTUR e cadeia produtiva do turismo.
- Adotar critérios de acessibilidade, segurança, sustentabilidade e gestão de resíduos.
- Monitorar o desempenho dos eventos prioritários e seus impactos turísticos.
- Utilizar os resultados do monitoramento para orientar melhorias e investimentos.
- Definir critérios para seleção dos eventos prioritários, considerando capacidade de atração, identidade local, geração de movimentação econômica e contribuição para a redução da sazonalidade.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 50.000,00

Considerando planejamento, identidade visual, divulgação integrada, programação complementar e monitoramento dos eventos. A estimativa não inclui os custos de produção e realização dos eventos do calendário municipal.

FONTES DE RECURSO

Orçamento municipal

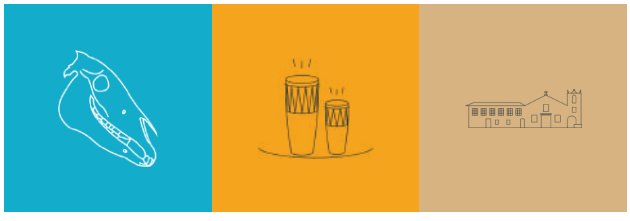
- Fundo Municipal de Turismo, mediante sua ativação financeira
- Governo do Estado do Espírito Santo
- Ministério do Turismo e Ministério da Cultura
- Emendas parlamentares
- Leis de incentivo, convênios e editais públicos
- Patrocínios e parcerias com empresas e entidades empresariais.

RISCOS

- Insuficiência de recursos e atrasos na contratação de estruturas, serviços e atrações.
- Falta de articulação entre secretarias, organizadores e empreendimentos turísticos.
- Divulgação tardia, sobreposição de datas e concentração dos eventos nos períodos de maior fluxo.

OPORTUNIDADES

- Diversidade de eventos culturais, religiosos, gastronômicos, esportivos e comunitários já realizados em Anchieta.
- Possibilidade de utilizar os eventos como instrumento para reduzir a sazonalidade e estimular a permanência dos visitantes.
- Integração dos eventos à gastronomia, ao artesanato, aos atrativos e às experiências turísticas do município.
- Maior capacidade de mobilização do trade e planejamento da promoção turística a partir da organização antecipada do calendário anual.



FICHA DE AÇÃO

08 Comercialização e Distribuição Turística

Objetivo estratégico: Fortalecimento do Mercado

LÍDER
Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE
Média

PRAZO
Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Edlaine Braga**
INSTITUIÇÕES COMTUR · Sebrae/ES

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para o fortalecimento do mercado turístico, esta ação consiste em ampliar os canais de venda e aproximar os empreendimentos de Anchieta de agências, operadoras, receptivos e plataformas de comercialização. Busca-se facilitar a reserva e a compra de produtos turísticos, gerar novos negócios e aumentar o fluxo, a permanência e os gastos dos visitantes no município.

METAS

1. Elaborar, até o final do segundo ano, um portfólio comercial contendo pelo menos quatro produtos, roteiros ou experiências estruturados e aptos à comercialização, com definição de preço, duração, público-alvo, capacidade de atendimento, canais de venda e forma de reserva.
2. Inserir, até o final do terceiro ano, pelo menos quatro produtos turísticos em três ou mais canais de comercialização.
3. Realizar, a partir do segundo ano, pelo menos três ações comerciais anuais, registrando contatos, oportunidades e parcerias geradas.

INDICADORES DE RESULTADO

- Número de produtos turísticos comercializados por meio de canais de distribuição
- Número de canais de comercialização com produtos de Anchieta ativos
- Número de ações comerciais realizadas por ano
- Número de parcerias comerciais estabelecidas com agências, operadoras, receptivos e plataformas

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta das informações por meio dos registros dos empreendimentos, agências, operadoras, plataformas e parceiros.
2. Registro dos produtos, canais, contatos comerciais, reservas e vendas em planilha de monitoramento.
3. Verificação semestral da presença dos produtos nos canais de comercialização.

Ficha de Ação 08 · continuação

4 Apresentação e avaliação dos resultados nas reuniões mensais do COMTUR.

5 Consolidação anual das oportunidades, parcerias e resultados comerciais gerados pelas ações de mercado.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Priorizar a comercialização de produtos que possuam operação definida, responsáveis identificados e condições regulares de atendimento ao visitante.
- Disponibilizar informações claras sobre preço, duração, atendimento e reserva.
- Ampliar o uso de canais digitais e ferramentas de comercialização.
- Fortalecer a articulação com agências, operadoras, receptivos e plataformas de venda.
- Integrar diferentes serviços turísticos na composição dos produtos comercializados.
- Direcionar as ações aos mercados e públicos prioritários do destino.
- Monitorar os resultados das ações comerciais e das parcerias estabelecidas.
- Priorizar a comercialização dos produtos estruturados e qualificados pelo Plano.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 150.000,00

Considerando produção do portfólio comercial, ferramentas digitais, rodadas de negócios, viagens de familiarização, materiais promocionais e participação em feiras e eventos do setor.

FONTES DE RECURSO

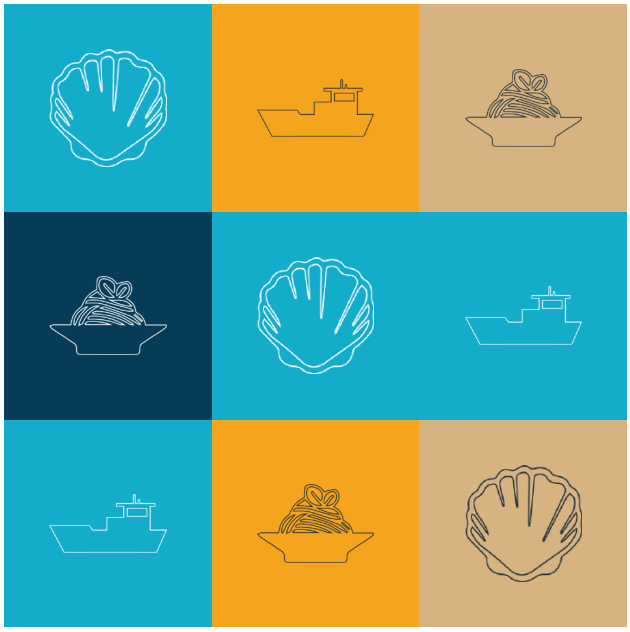
- Orçamento municipal
- Fundo Municipal de Turismo, mediante sua ativação financeira
- Sebrae/ES
- Governo do Estado do Espírito Santo
- Ministério do Turismo
- Emendas parlamentares e editais públicos
- Contrapartidas, patrocínios e parcerias privadas.

RISCOS

- Produtos sem definição adequada de preço, dis- ponibilidade, reserva e responsáveis pela ope- ração.
- Baixa adesão dos empreendimentos e dificuldade de integração entre os prestadores de serviços.
- Insuficiência de recursos e descontinuidade das relações com agências, operadoras e canais de venda.

OPORTUNIDADES

- Existência de produtos associados ao turismo religioso, cultural, gastronômico, de natureza e de sol e praia.
- Crescimento das reservas on-line e da demanda por experiências turísticas integradas.
- Possibilidade de inserção dos produtos em roteiros regionais e estratégias de comercialização do Espírito Santo.
- Ampliação de negócios por meio de feiras, rodadas comerciais, viagens de familiarização e parcerias com operadores de mercado.



FICHA DE AÇÃO

09 Gestão, Governança Participativa e Fundo Municipal de Turismo

Objetivo estratégico: Fortalecimento da Governança

LÍDER

Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE

Média

PRAZO

Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Sandro Azevedo · Pablo Damazio**

INSTITUIÇÕES COMTUR · Secretaria Municipal de Fazenda · Procuradoria-Geral do Município

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para o fortalecimento da governança turística, esta ação consiste em ampliar a capacidade institucional da gestão municipal, consolidar o COMTUR como espaço de participação e acompanhamento do Plano Municipal de Turismo e ativar o Fundo Municipal de Turismo. Busca-se integrar poder público, iniciativa privada e sociedade civil, promover decisões compartilhadas, mobilizar recursos e assegurar continuidade, transparência e efetividade às políticas públicas de turismo.

METAS

1 Fortalecer, até o final do primeiro ano, o funcionamento do COMTUR, com revisão de sua composição, aprovação de um plano de trabalho anual, realização de pelo menos seis reuniões ordinárias por ano e uma qualificação anual dos conselheiros.

2 Revisar, regulamentar e ativar financeiramente, até o final do primeiro ano, o Fundo Municipal de Turismo, estabelecendo procedimentos de gestão, movimentação financeira, aplicação dos recursos, prestação de contas e um plano anual de aplicação aprovado com a participação do COMTUR.

3 Implantar, a partir do segundo ano, o monitoramento semestral de 100% das ações do PMT, assegurar pelo menos um aporte municipal anual ao Fundo, apresentar no mínimo três propostas de captação externa por ano e publicar dois relatórios anuais sobre a execução do Plano e a aplicação dos recursos.

INDICADORES DE RESULTADO

- Funcionamento do COMTUR — número de reuniões, conselheiros qualificados e plano de trabalho aprovado por ano
- Fundo Municipal de Turismo regulamentado e ativo — situação, valor dos aportes e plano anual de aplicação aprovado
- Implementação e financiamento do PMT — percentual de ações monitoradas, número de

propostas de captação apresentadas, valor captado e número de relatórios publicados por ano

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Coleta de informações por meio de atas, listas de presença, planos de trabalho, legislação, registros contábeis, extratos e prestações de contas.
2. Registro das decisões, responsáveis, prazos, receitas, despesas, projetos financiados e andamento das ações em instrumento integrado de monitoramento.
3. Apresentação trimestral dos encaminhamentos e da situação financeira do Fundo nas reuniões do COMTUR.
4. Produção de relatórios semestrais e atualização anual dos planos de trabalho e de aplicação dos recursos.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Assegurar representação equilibrada e participação efetiva do poder público, da iniciativa privada, das comunidades e da sociedade civil.
- Integrar a atuação da Secretaria Municipal de Turismo, do COMTUR, das demais secretarias e da governança turística regional.
- Definir responsabilidades, prazos e mecanismos de acompanhamento para as decisões e ações priorizadas.
- Garantir que a regulamentação e as fontes de receita do Fundo estejam de acordo com as normas jurídicas, tributárias, orçamentárias e contábeis.
- Assegurar a participação do COMTUR na definição das prioridades e no acompanhamento da aplicação dos recursos.
- Estabelecer critérios públicos e transparentes para seleção, financiamento e avaliação de projetos alinhados ao PMT.
- Diversificar as fontes de financiamento e fortalecer a capacidade técnica para acessar editais, convênios, emendas e programas de fomento.
- Dar publicidade às decisões da governança, às receitas e despesas do Fundo, aos projetos apoiados e aos resultados alcançados. Assegurar a continuidade do monitoramento e da governança ao longo da vigência do Plano.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS
R$ 180.000,00
Considerando qualificação dos conselheiros, apoio técnico, jurídico e contábil, comunicação institucional, instrumentos de monitoramento, regulamentação e estruturação dos mecanismos de captação e transparência. O valor estimado não inclui os recursos que deverão ser aportados ou captados para o Fundo Municipal de Turismo.

FONTES DE RECURSO

Orçamento municipal ■ Sebrae/ES, por meio de apoio técnico ■ Governo do Estado do Espírito Santo ■ Ministério do Turismo ■ Emendas parlamentares ■ Convênios, programas e editais públicos ■ Cooperação técnica com instituições especializadas ■ Fundo Municipal de Turismo, após sua ativação financeira.

RISCOS

- Baixa participação ou atuação descontínua dos membros do COMTUR e concentração das responsabilidades na Secretaria Municipal de Turismo.
- Demora na revisão da legislação e na definição de mecanismos juridicamente e orçamentariamente viáveis para ativação do Fundo.
- Ausência de aportes regulares, baixa capacidade de captação ou fragilidades na gestão, no controle e na prestação de contas.

OPORTUNIDADES

- Existência de COMTUR ativo, Fundo Municipal de Turismo legalmente instituído e atores interessados no desenvolvimento turístico.
- Mobilização construída durante o Programa For- talece Turismo e maior aproximação entre poder público, iniciativa privada e sociedade civil.
- Disponibilidade de editais, convênios, emendas e programas de financiamento, associada à possibilidade de utilizar o PMT e os dados do Observatório para orientar investimentos.

FICHA DE AÇÃO

10 Observatório e Inteligência Turística

Objetivo estratégico: Fortalecimento da Governança

LÍDER

Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE

Média

PRAZO

Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Luciano Manoel Machado · Claudio Calais**

INSTITUIÇÕES COMTUR · Secretaria de Estado do Turismo do Espírito Santo – Setur/ES e Observatório do Turismo do Espírito Santo · Observatório de Turismo de Anchieta

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para o fortalecimento da governança turística, esta ação consiste em institucionalizar e ampliar a atuação do Observatório do Turismo de Anchieta, organizando a coleta, a análise e a divulgação de dados sobre a atividade. Busca-se apoiar decisões, investimentos e ações de promoção, acompanhar os resultados do Plano Municipal de Turismo e disponibilizar informações confiáveis ao poder público, ao COMTUR e à cadeia produtiva.

METAS

1 Institucionalizar, até o final do primeiro ano, o Observatório do Turismo de Anchieta, definindo equipe responsável, atribuições, parceiros, metodologia de trabalho e agenda anual de pesquisas.

2 Implantar, até o final do primeiro ano, uma base municipal integrada de dados e uma matriz de indicadores para monitoramento do PMT, garantindo atualização trimestral e acompanhamento semestral.

3 Realizar, a partir do segundo ano, pelo menos três pesquisas ou levantamentos turísticos anuais e divulgar, no mínimo, dois relatórios de inteligência turística por ano.

INDICADORES DE RESULTADO

- Percentual dos indicadores do Plano Municipal de Turismo atualizados nos prazos estabeleci- dos
- Número de pesquisas, levantamentos e relatórios produzidos e divulgados anualmente
- Número de instituições, empreendimentos e parceiros que contribuem regularmente com informações para o Observatório
- Número de reuniões, decisões ou ações do turismo apoiadas por informações produzidas pelo Observatório

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1 Atualização periódica da base municipal de dados e dos indicadores do turismo.

Ficha de Ação 10 · continuação

2. Verificação trimestral dos indicadores e da agenda de pesquisas.
3. Apresentação semestral dos resultados ao COMTUR.
4. Publicação de relatórios periódicos de inteligência turística.
5. Revisão anual dos indicadores e prioridades de monitoramento.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Manter equipe responsável e continuidade técnica das atividades do Observatório.
- Padronizar indicadores, metodologias e procedimentos de coleta e análise.
- Priorizar informações sobre demanda, oferta, eventos, sazonalidade, ocupação e desempenho do turismo.
- Integrar os dados municipais às iniciativas e metodologias do Observatório do Turismo do Espírito Santo.
- Estabelecer parcerias para coleta, produção e qualificação das informações.
- Garantir a proteção dos dados e o cumprimento da legislação aplicável.
- Disponibilizar informações acessíveis e úteis para gestores, empreendedores e sociedade.
- Manter atualizados os indicadores e informa- ções utilizados no acompanhamento das ações, metas e resultados do Plano Municipal de Turismo.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 220.000,00

Considerando pesquisas periódicas, ferramentas de coleta e análise, organização da base municipal, capacitação da equipe e produção e divulgação de relatórios durante a vigência do Plano.

FONTES DE RECURSO

Orçamento municipal

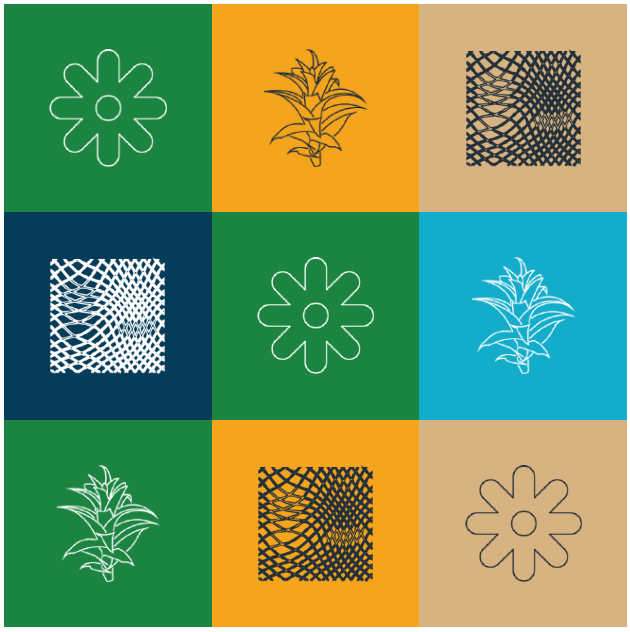
- Fundo Municipal de Turismo, após sua ativação financeira
- Sebrae/ES
- Governo do Estado do Espírito Santo e Setur/ES
- Ministério do Turismo
- Emendas parlamentares
- Convênios e editais de turismo, pesquisa, inovação e desenvolvimento
- Cooperação técnica com institui- ções de ensino e pesquisa
- Parcerias com enti- dades empresariais e empreendimentos turísticos.

RISCOS

- Ausência de equipe dedicada e descontinuidade da coleta, atualização e análise dos dados.
- Baixa adesão dos empreendimentos e parceiros ao compartilhamento regular de informações.
- Utilização de metodologias diferentes, dados incompletos ou falhas na proteção e no tratamento das informações.

OPORTUNIDADES

- Existência do Observatório do Turismo de Anchieta e de levantamentos já realizados pelo município.
- Possibilidade de integração com metodologias, pesquisas e painéis do Observatório do Turismo do Espírito Santo.
- Crescente disponibilidade de ferramentas digitais de coleta, monitoramento e visualização de dados.
- Ampliação da demanda por informações qualificadas para apoiar investimentos, promoção, comercialização e gestão do turismo.



FICHA DE AÇÃO

11 Ordenamento, Fiscalização e Sustentabilidade Turística

Objetivo estratégico: Fortalecimento da Governança

LÍDER
Caio Mozer
Secretaria Municipal de Turismo

COMPLEXIDADE
Alta

PRAZO
Longo prazo (acima de 1 ano)

PARCEIROS **Sofia Nogueira · Flávio Sant'Anna**

INSTITUIÇÕES COMTUR · Secretaria Municipal de Meio Ambiente · Secretaria Municipal de Obras, Projetos e Fiscalização

RESUMO DA AÇÃO

Visando contribuir para o fortalecimento da governança turística, esta ação consiste em aprimorar as normas, integrar a fiscalização e incorporar práticas de sustentabilidade à atividade turística. Busca-se organizar os serviços e espaços de visitação, ampliar a formalização, prevenir impactos e assegurar o desenvolvimento responsável do turismo, com benefícios para as comunidades, os empreendimentos e o patrimônio de Anchieta.

METAS

1. Concluir, até o final do primeiro ano, um diagnóstico integrado da legislação, da formalização, da fiscalização e dos impactos da atividade turística, identificando as necessidades prioritárias de regulamentação e adequação.
2. Revisar ou regulamentar, até o final do segundo ano, os temas identificados como prioritários e implantar um protocolo integrado de fiscalização, com a realização de pelo menos quatro ações conjuntas por ano.
3. Implantar, até o final do segundo ano, um pacto municipal de sustentabilidade turística, envolvendo pelo menos 30 empreendimentos e organizações, e ampliar em 30% o número de prestadores registrados no Cadastur até o final da vigência do Plano.

INDICADORES DE RESULTADO

- Percentual dos temas prioritários regulamentados ou adequados
- Número de ações integradas de fiscalização rea- lizadas por ano
- Número de empreendimentos e organizações aderentes ao pacto de sustentabilidade
- Percentual de crescimento dos prestadores cadastrados no Cadastur
- Número de ações de orientação, sensibilização ou regularização realizadas junto ao setor turístico

Ficha de Ação 11 · continuação

FORMA DE ACOMPANHAMENTO

1. Monitoramento das normas revisadas, processos de regularização e registros no Cadastur.
2. Registro das ações de fiscalização, orientação e adesão ao pacto de sustentabilidade.
3. Verificação periódica do cumprimento das adequações e compromissos assumidos.
4. Apresentação semestral dos resultados ao COMTUR.
5. Avaliação anual dos avanços relacionados à formalização, sustentabilidade e ordenamento da atividade turística.

DIRETRIZES PARA EXECUÇÃO

- Integrar os órgãos responsáveis pelo turismo, meio ambiente, fiscalização e demais áreas relacionadas.
- Harmonizar as normas turísticas com a legislação urbanística, ambiental, patrimonial e de acessibilidade.
- Priorizar áreas e atividades com maior fluxo turístico ou potencial de impacto.
- Combinar ações de orientação, sensibilização e fiscalização.
- Incentivar a formalização, o cadastro no Cadastur e a adoção de boas práticas.
- Promover sustentabilidade ambiental, proteção do patrimônio e uso responsável dos recursos.
- Incorporar princípios de inclusão, acessibilidade e proteção de grupos vulneráveis.
- Envolver comunidades e empreendimentos na construção e implementação do pacto de sustentabilidade.
- Articular as ações desta iniciativa aos programas de qualificação e sensibilização turística.
- Monitorar os impactos da atividade turística e utilizar os resultados para orientar ajustes e melhorias.

ORÇAMENTO ESTIMADO · 4 ANOS

R$ 50.000,00

Considerando estudos técnicos e jurídicos, equipamentos complementares, campanhas, materiais educativos, apoio à formalização e monitoramento dos impactos do turismo. Não inclui salários nem despesas regulares das equipes municipais de fiscalização.

FONTES DE RECURSO

Orçamento municipal ■ Fundo Municipal de Turismo, após sua ativação financeira ■ Fundos e recursos municipais relacionados ao meio ambiente ■ Governo do Estado do Espírito Santo ■ Ministério do Turismo ■ Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima ■ Emendas parlamentares ■ Convênios e editais de turismo, meio ambiente, cultura e desenvolvimento sustentável ■ Sebrae/ES ■ Contrapartidas, patrocínios e parcerias privadas.

RISCOS

- Dificuldade de articulação entre os órgãos responsáveis e demora na revisão ou regulamentação das normas.
- Resistência dos prestadores à formalização, à fiscalização ou à adoção de práticas sustentáveis.
- Insuficiência de equipe, recursos e continuidade para realizar fiscalizações e monitorar os impactos da atividade.

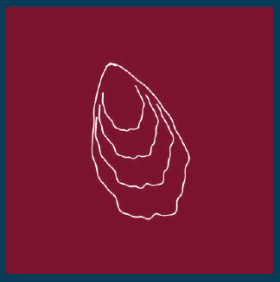
OPORTUNIDADES

- Diversidade de recursos naturais, culturais e religiosos que favorecem o posicionamento de Anchieta como destino sustentável.
- Existência de instrumentos de gestão, fiscalização e formalização passíveis de integração e fortalecimento.
- Disponibilidade de programas e parcerias voltados à sustentabilidade, conservação ambiental e qualificação dos destinos.
- Crescente valorização de práticas responsáveis e da sustentabilidade por visitantes, empreendimentos e mercados turísticos.



Centro Cultural de Anchieta. Foto: Prefeitura Municipal de Anchieta, 2026.





Anchieta não se visita de passagem.
Anchieta se conhece por dentro.

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE ANCHIETA 2027–2030
Data de publicação: novembro, 2026

lab turismo CONSULTORIA · fortalece turismo · SETUR SECRETARIA DE TURISMO · PREFEITURA DE ANCHIETA ESTADO DO ESPÍRITO SANTO · SEBRAE