

📍 Itaúnas | Espírito Santo | Brasil



PROTURES ITAÚNAS

PROGRAMA DE ORDENAMENTO DO
TURISMO RESPONSÁVEL DE ITAÚNAS

DIAGNÓSTICO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS

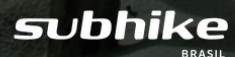
REALIZAÇÃO



APOIO



EXECUÇÃO



PROTURES ITAÚNAS

PROGRAMA DE ORDENAMENTO DO TURÍSTICO RESPONSÁVEL

O PROTURES ITAÚNAS (Programa de Ordenamento do Turismo Responsável de Itaúnas) nasceu da necessidade de estruturar, de forma participativa e tecnicamente embasada, o desenvolvimento turístico de um dos destinos mais singulares do Espírito Santo.

A Vila de Itaúnas reúne um patrimônio natural e cultural de rara densidade: dunas que soterraram uma vila inteira, um parque estadual de alto valor ecológico, comunidades quilombolas e indígenas ativas, e uma identidade cultural construída em torno do forró de raiz.

A Fase 01 do programa, executada pela SubHike Brasil, entre os meses de julho e novembro em 2025, combinou inventário técnico georreferenciado, pesquisa de gabinete e escuta qualificada de moradores, empreendedores e gestores públicos para mapear atrativos naturais e culturais, avaliar a maturidade ESG e SGS dos serviços de ecoturismo e turismo de aventura, e lançar as bases de uma governança local participativa.

Os resultados confirmam um território com potencial turístico robusto e subutilizado. A oferta está concentrada em produtos âncora, com forte sazonalidade e pressão localizada sobre ecossistemas frágeis, que formam um portfólio amplo, ainda pouco estruturado e comunicado. Equacionar essa assimetria é o desafio central que este programa se propõe a enfrentar.



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	02
DIAGNÓSTICO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE ITAÚNAS	03
ANÁLISE DE SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM	04
TIPOLOGIA	04
REGIME ALIMENTAR	05
CAPACIDADE INSTALADA	06
EQUIPAMENTOS DISPONÍVEIS	07
SERVIÇOS OFERECIDOS	08
LÍNGUA ESTRANGEIRA	08
EXPERIÊNCIAS E ATIVIDADES OFERECIDAS	11
ACESSIBILIDADE	12
COMPLEMENTOS E ASPIRAÇÕES	12
ANÁLISE DE SERVIÇOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS	15
TIPOLOGIA	15
SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS	16
ESPECIFICAÇÕES DA GASTRONOMIA	16
LÍNGUA ESTRANGEIRA	19
EXPERIÊNCIAS OFERECIDAS	21
INTENÇÕES DE INOVAÇÃO	23
ACESSIBILIDADE	25
COMPLEMENTOS E ASPIRAÇÕES	26

ANÁLISE DE SERVIÇOS DE RECEPTIVO	28
TIPOLOGIA	28
SERVIÇOS OFERECIDOS	29
SERVIÇOS ADICIONAIS	32
LÍNGUA ESTRANGEIRA	35
ACESSIBILIDADE	37
CONCLUSÃO	38
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	41



Este programa é executado pela SubHike Brasil, empresa de consultoria e treinamento especializada em turismo de natureza, atuando na curadoria de experiências turísticas sustentáveis e seguras, contribuindo para que negócios e destinos adotem estratégias que valorizam o patrimônio natural e cultural.



@subhikebrasil



As imagens contidas neste documento são registros reais do território, representados artisticamente por meio da técnica de linoleogravura. Elas capturam a essência e as características autênticas da paisagem local sob uma perspectiva artística tradicional.

APRESENTAÇÃO

Este documento apresenta os resultados do diagnóstico da oferta turística da Vila de Itaúnas, conduzido com o objetivo de subsidiar o plano de ordenamento turístico em curso e fornecer base empírica para a tomada de decisões estratégicas voltadas à qualificação do destino como referência em turismo responsável e sustentável.

O levantamento foi estruturado a partir de um processo de autoavaliação aplicado diretamente aos gestores de 78 empreendimentos locais entre 23 de setembro e 16 de novembro de 2025, abrangendo os setores de hospedagem, alimentos e bebidas e receptivo. A metodologia permitiu mapear indicadores objetivos de infraestrutura, capacidade operacional, atendimento em línguas estrangeiras, acessibilidade universal e diversidade de serviços e experiências ofertadas.

A análise foi conduzida de forma independente para cada segmento, com posterior leitura transversal dos dados, permitindo identificar padrões, convergências e divergências entre os três eixos da cadeia de serviços. Os resultados aqui sistematizados constituem insumo técnico essencial para o desenvolvimento de políticas de qualificação, inclusão e responsabilidade socioambiental aplicadas ao turismo na Vila de Itaúnas.

Por se tratar de dados autodeclarados, as informações devem ser interpretadas com o rigor metodológico apropriado, reconhecendo os limites inerentes a essa abordagem na aferição de aspectos como acessibilidade e segurança operacional.





DIAGNÓSTICO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE ITAÚNAS

Este relatório técnico apresenta os resultados de um diagnóstico abrangente da oferta turística na Vila de Itaúnas, fundamentado na análise de 78 formulários preenchidos por empreendedores locais. O levantamento abrangeu os setores de hospedagem, alimentos e bebidas, e serviços de receptivo, proporcionando uma visão detalhada e atualizada da infraestrutura e dos serviços disponíveis. Este trabalho visa subsidiar o plano de ordenamento turístico em andamento na Vila de Itaúnas, oferecendo dados concretos para a tomada de decisões estratégicas.

A metodologia empregada consistiu na coleta de dados primários diretamente dos empreendimentos, através de um processo de autoavaliação conduzido pelos próprios gestores. Essa abordagem permitiu capturar informações fidedignas sobre

diversos indicadores, incluindo a capacidade de atendimento em línguas estrangeiras, a oferta de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, e a diversidade de serviços e experiências oferecidas.

A análise minuciosa desses dados é crucial para compreender o perfil atual dos empreendimentos e suas contribuições para o desenvolvimento turístico da região.

Os resultados compilados neste documento fornecem um panorama essencial para a compreensão das potencialidades e dos desafios da oferta turística de Itaúnas. Ao examinar cada setor e seus respectivos indicadores, é possível identificar pontos fortes a serem valorizados e áreas que demandam intervenção e aprimoramento.

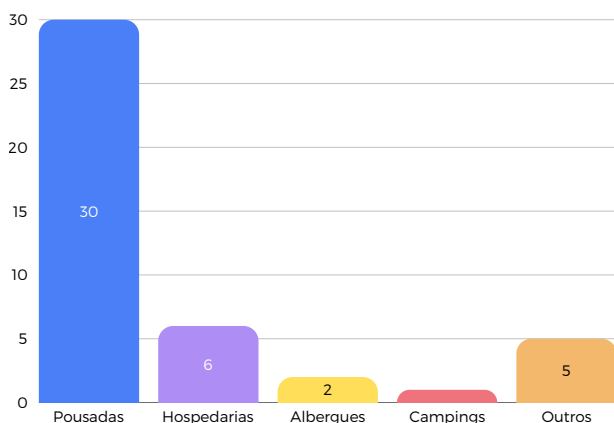
Este diagnóstico é uma ferramenta valiosa para o planejamento de ações que visem à qualificação dos serviços, à diversificação das experiências e à promoção de um turismo mais inclusivo e responsável na Vila de Itaúnas.

ANÁLISE DE SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM

A análise dos quarenta e quatro estabelecimentos de hospedagem que participaram do levantamento revela um setor diversificado e em processo de consolidação, com padrões elevados de infraestrutura básica, mas lacunas críticas em três áreas estratégicas: presença digital, acessibilidade universal e atendimento em línguas estrangeiras.

TIPOLOGIA

A composição da oferta de hospedagem apresenta predominância de pousadas, seguida por hospedarias e formatos alternativos:



A predominância de Pousadas (68%) confirma padrão característico de destinos turísticos de pequeno porte no Brasil, onde gestão familiar e escala reduzida constituem base da oferta. Este modelo atende demanda por experiências personalizadas e autênticas, diferenciando-se de redes hoteleiras padronizadas que dominam grandes centros urbanos.



Hospedarias (14%) ocupam segmento intermediário, oferecendo acomodação confortável com estrutura operacional enxuta e precificação competitiva.

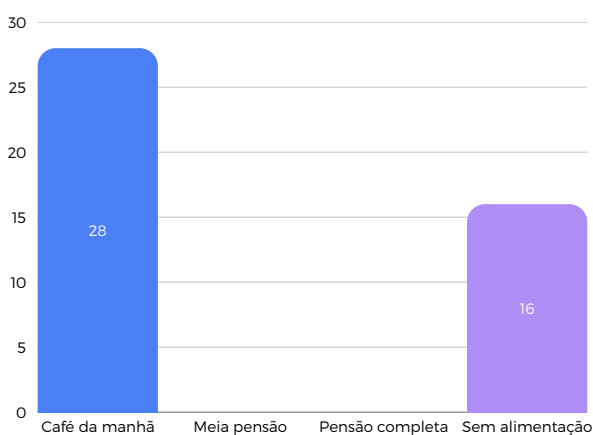
Albergues (5%) atendem nicho específico de viajantes jovens que valorizam socialização sobre privacidade. A presença reduzida desta categoria sugere perfil de demanda predominantemente composto por casais e famílias.

Campings (2%) capitalizam proximidade com Parque Estadual de Itaúnas, atendendo público que busca imersão em natureza e experiência de acampamento.

A categoria "Outros" (11%) revela diversidade de formatos não convencionais, incluindo suítes independentes e espaços multifuncionais que demonstram criatividade empreendedora local.

REGIME ALIMENTAR

A análise do tipo de diária oferecido revela padrões de agregação de valor e posicionamento de mercado dos estabelecimentos:



O Café da Manhã (64%) como padrão dominante confirma modelo brasileiro de hospitalidade em pousadas, onde esta refeição funciona como ritual de convivência que diferencia estabelecimentos e cria oportunidade para valorização de produtos locais.

Estabelecimentos que oferecem café da manhã estabelecem interação diária com hóspedes, funcionando como curadores informais do destino através de recomendações e orientações.

A presença de 16 estabelecimentos Sem alimentação (36%) inclusa indica segmento que prioriza autonomia do hóspede e redução de complexidade operacional, padrão comum em hospedarias e formatos alternativos.

A ausência completa de pensão completa reflete tendência contemporânea do turismo, onde viajantes preferem autonomia para experimentar restaurantes locais e construir roteiros gastronômicos personalizados.

Este padrão também reduz complexidade operacional e investimento em infraestrutura de cozinha para estabelecimentos, modelo esse que parece estar se configurando em Itaúnas.

CAPACIDADE INSTALADA

A análise de capacidade revela dimensionamento da oferta de hospedagem em Itaúnas. Devido à heterogeneidade das respostas fornecidas (alguns estabelecimentos informaram apenas número de unidades, outros incluíram leitos, e campings informaram capacidade de barracas), a consolidação quantitativa precisa apresenta limitações metodológicas.

INDICADOR	OBSERVAÇÃO
Estabelecimentos com dados completos	38 de 45 (84,4%)
Estabelecimentos com dados parciais	7 de 45 (15,6%)
Formato predominante de resposta	Número de quartos + leitos

Dos 38 estabelecimentos com dados completos, a média é de 6 a 8 unidades habitacionais – perfil típico de gestão familiar. Pousadas alcançam 8 a 10 unidades; hospedarias e albergues operam com 4 a 6.

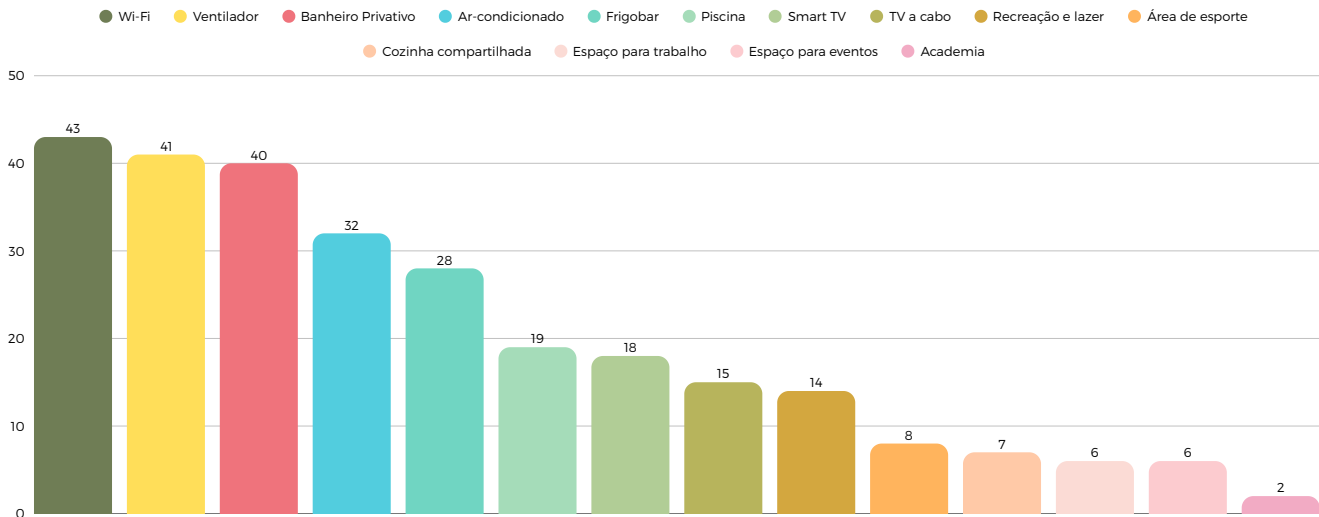
A capacidade total estimada situa-se entre 550 e 650 leitos – volume expressivo para uma vila de pequeno porte, suficiente para absorver os picos de demanda do Festival de Forró e feriados prolongados.

Os números, porém, exigem investigação mais aprofundada: a variação entre estabelecimentos é ampla, com uma única hospedagem podendo ofertar entre 4 e 60 leitos, o que compromete a representatividade da amostra atual.



CAPACIDADE INSTALADA

A análise de infraestrutura revela padrões de investimento e diferenciação competitiva:



A análise da infraestrutura básica revela que a maioria dos estabelecimentos atende às expectativas contemporâneas de conforto, com presença quase universal de equipamentos essenciais.

Wi-fi (96%) alcança quase universalidade, confirmando status de infraestrutura essencial para competitividade. Apenas 1 estabelecimentos não oferecem conectividade, possivelmente por limitações técnicas de acesso à internet na vila.

Ventilador (91%) e Banheiro privativo (89%) constituem padrão mínimo de conforto amplamente adotado. Ar-condicionado (72%) representa investimento significativo em conforto térmico, essencial em clima tropical. Os 28% que não oferecem podem enfrentar desvantagem competitiva em períodos de calor intenso, particularmente para hóspedes não acostumados a clima quente.

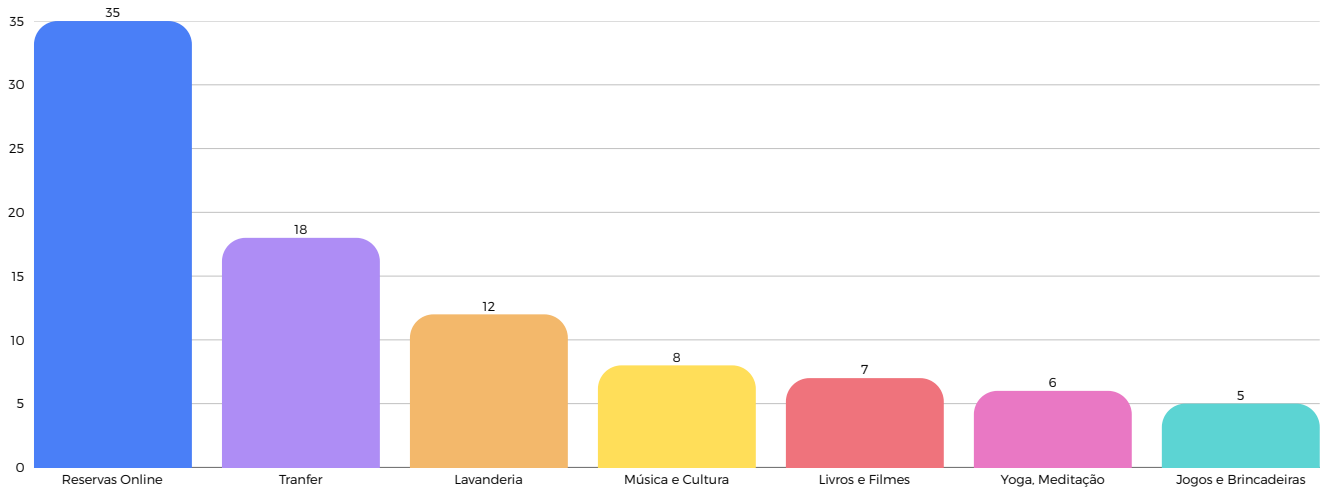
FrigoBar (62%) agrega conveniência valorizada por hóspedes que desejam manter bebidas geladas ou lanches.

Piscina (42%) representa diferencial competitivo significativo, particularmente para famílias com crianças. Em destino litorâneo, piscina compete com praia, mas ainda assim oferece vantagens. Smart TV (40%), TV a cabo (33%) e Áreas de recreação e lazer (31%) atendem demanda por entretenimento em períodos de descanso ou dias de chuva.

Equipamentos especializados apresentam adoção limitada: Área de esporte (18%), Cozinha compartilhada (15%), Espaço para trabalho remoto (13%), Espaço para eventos (13%) e Academia (4%). Esta lacuna representa oportunidade para estabelecimentos que desejam diferenciar-se por meio de infraestrutura especializada, mas também pode não ser uma demanda latente dentro do destino turístico.

SERVIÇOS OFERECIDOS

A oferta de serviços complementares à hospedagem básica revela setor que ainda tem significativo potencial de desenvolvimento e diversificação.



Reservas online (78%) demonstram adaptação crescente a canais digitais de comercialização, embora 22,2% ainda operem exclusivamente por meio de telefone ou redes sociais, demonstrando insuficiência frente a tendência de mercado. Transfer (40,0%) atende necessidade crítica de mobilidade em destino com transporte público limitado.

Lavanderia (26,7%) permanece serviço minoritário, subofertado, criando inconveniência para hóspedes em estadias prolongadas. Embora isso possa oferecer distribuição de emprego e renda para prestadores terceirizado da comunidade local.

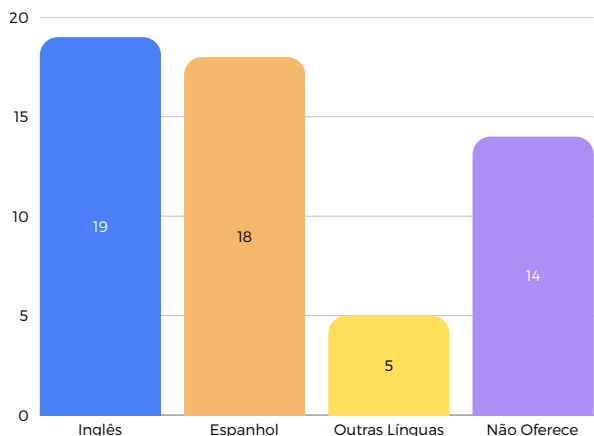
Serviços relacionados a bem-estar, cultura e entretenimento (Música e Cultura, Livros e Filmes, Yoga, Meditação e Jogos e Brincadeiras) apresentam adoção limitada, com clara oferta ineficiente, sugerindo que maioria dos estabelecimentos foca em

hospedagem básica sem agregação de experiências complementares.

Esta lacuna representa oportunidade para diferenciação através de programação cultural conectada ao forró pé de serra e práticas de bem-estar alinhadas ao perfil de ecoturismo do destino.

LÍNGUA ESTRANGEIRA

É fundamental ter uma visão clara da capacidade de atendimento em línguas estrangeiras dos estabelecimentos de hospedagem da Vila de Itaúnas, pois isso impacta diretamente a experiência de turistas internacionais e a estratégia de desenvolvimento do turismo responsável na região. O gráfico a seguir apresenta a contagem dos estabelecimentos que mencionam cada língua estrangeira, considerando que um mesmo empreendimento pode oferecer múltiplos idiomas.

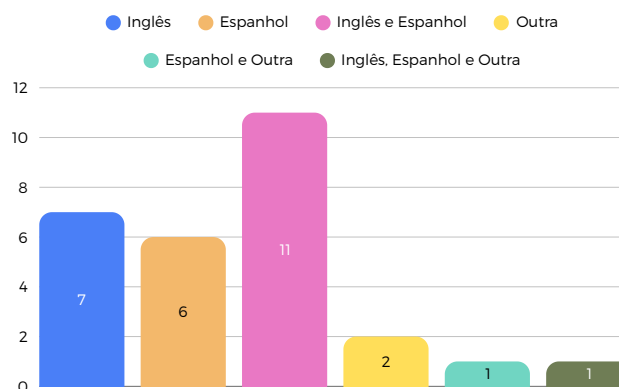


Dos 44 empreendimentos pesquisados, 30 (68,18%) informaram oferecer atendimento em pelo menos uma língua estrangeira - Inglês (43,18%), Espanhol (40,91%) e Outras Línguas (11,36%). Os 14 estabelecimentos restantes (31,82%) não especificaram ou não oferecem tal serviço.

Este dado indica que a maioria dos estabelecimentos possui alguma capacidade de comunicação com turistas internacionais, o que é um ponto favorável.

No entanto, a parcela de quase um terço que não oferece ou não informa representa uma lacuna na oferta de serviços e na comunicação com o mercado externo.

A diversificação linguística nos estabelecimentos de hospedagem é um fator que amplia o alcance de mercado e a capacidade de acolhimento.



O gráfico acima detalha as combinações de idiomas oferecidos pelos 44 empreendimentos.



Esta distribuição revela que 15 estabelecimentos (34,09%) oferecem apenas uma língua estrangeira, enquanto 13 estabelecimentos (29,54%) oferecem duas ou mais línguas. A maior parte dos empreendimentos que se comunicam em idiomas estrangeiros ainda se concentra em uma ou duas opções.

A limitação a uma única língua pode restringir o alcance de mercado, pois turistas de diferentes origens podem ter

necessidades de comunicação variadas. A ampliação da oferta de múltiplos idiomas por estabelecimento é uma estratégia para diversificar o público e aumentar a competitividade do destino.

A análise da capacidade de atendimento em línguas estrangeiras nos estabelecimentos de hospedagem da Vila de Itaúnas permite uma avaliação direcionada para mercados turísticos específicos, conforme detalhado a seguir:

MERCADO SUL-AMERICANO Espanhol

A presença do Espanhol em 18 estabelecimentos, correspondendo a 40,91% do total, é um ponto positivo para a atração de turistas da Argentina, Uruguai e Chile, que representam um mercado estratégico para Itaúnas devido à proximidade geográfica e ao perfil dos atrativos. Este percentual é considerado bom, pois quase metade dos empreendimentos está apta a atender a esse público. No entanto, para um mercado de tamanha relevância e potencial de crescimento, há espaço para aprimoramento, visando que uma parcela ainda maior dos estabelecimentos possa se comunicar em Espanhol, fortalecendo a acessibilidade e o acolhimento a esses visitantes.

MERCADO GLOBAL Inglês

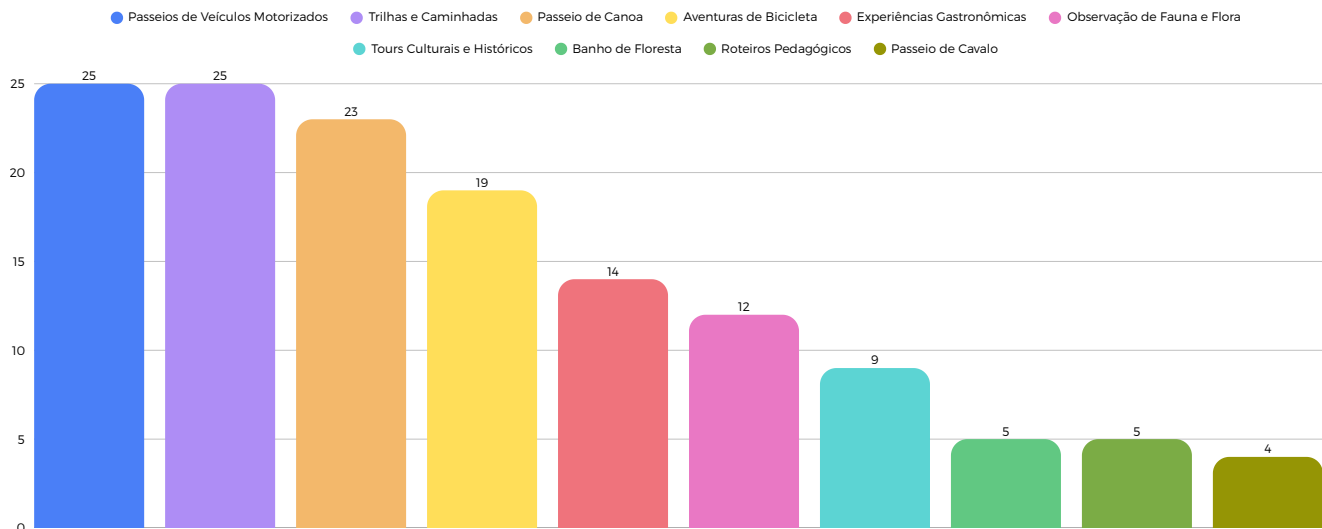
O Inglês, como língua franca global, é fundamental para atrair turistas da Europa, América do Norte e outras nacionalidades. Sua oferta em 19 estabelecimentos, representando 43,18% do total, é um indicador bom de preparação para o turismo internacional. Contudo, para maximizar o potencial de atração para o mercado global diversificado, seria estratégico buscar um percentual mais elevado. Uma maior proficiência em Inglês no setor de hospedagem projeta uma imagem de profissionalismo e proatividade para o turismo internacional, contribuindo para a consolidação de Itaúnas como um destino internacional.

Conclui-se que a Vila de Itaúnas demonstra uma base sólida no atendimento em línguas estrangeiras, com a maioria dos empreendimentos oferecendo algum idioma. Contudo, a análise aponta para a necessidade de programas de capacitação e incentivo ao multilinguismo, visando

aumentar a proporção de estabelecimentos que oferecem Espanhol e Inglês, e encorajar a oferta de mais de uma língua por empreendimento. Tais ações são cruciais para o desenvolvimento do turismo responsável e para a diversificação do perfil de visitantes.

EXPERIÊNCIAS E ATIVIDADES OFERECIDAS

A análise das experiências oferecidas ou intermediadas pelos estabelecimentos revela forte concentração em atividades relacionadas à natureza e aventura.



Trilhas e caminhadas (52%) lideram a oferta de experiências, capitalizando a vocação de ecoturismo do destino e a rede de trilhas do Parque Estadual de Itaúnas. No mesmo patamar, Passeios de veículos motorizados (52%) também se destacam, direcionados sobretudo ao transporte de turistas de baixa mobilidade até a praia e às experiências no litoral do extremo sul da Bahia.

Passeio de canoa (52,3%) representa a experiência mais emblemática de Itaúnas, abrindo ao visitante o universo do rio e dos manguezais. Na mesma linha, Aventuras de bicicleta (43%) se destacam, impulsionadas pelos cenários paradisíacos das áreas mais remotas do Parque Estadual de Itaúnas.

A Observação de fauna e flora (27,0%) que complementa este perfil de turista,

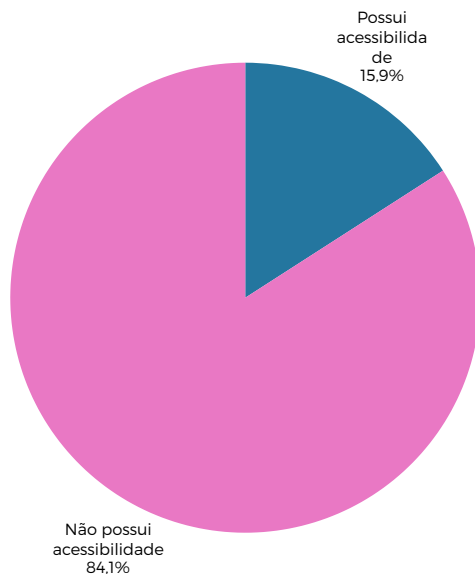
atendendo demanda crescente por turismo de natureza e birdwatching, é insipiente em Itaúnas, embora o inventário de oferta turística desmonte enorme potencial para estas atividades.

Experiências gastronômicas (32%) permanecem minoritárias, revelando oportunidade concreta para a valorização da culinária regional e dos ingredientes locais. No mesmo campo, Tours culturais e históricos (20%) conectam visitantes ao patrimônio imaterial do forró pé de serra e às comunidades quilombolas, mas o percentual ainda modesto indica potencial subaproveitado.

Banho de floresta (11,1%) e Roteiros pedagógicos (6,7%) representam nichos emergentes com espaço relevante para crescimento.

ACESSIBILIDADE

A análise da acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida revela a lacuna mais crítica identificada no levantamento.



Apenas 7 estabelecimentos (16%) declaram possuir facilidades para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, revelando barreira crítica para segmento que representa aproximadamente 24% da população brasileira, segundo o IBGE.

Esta lacuna não apenas exclui segmento significativo de potenciais visitantes e limita drasticamente potencial de mercado e contraria princípios de inclusão e acessibilidade universal, mas também coloca estabelecimentos em situação de não conformidade com a Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146/2015).

A maioria absoluta (84%) não possui rampas, banheiros adaptados, quartos acessíveis ou outras facilidades essenciais. Esta deficiência não se limita a estabelecimentos individuais, mas reflete problema territorial mais amplo, como vias não pavimentadas, ausência de calçadas adequadas e topografia acidentada criam barreiras de mobilidade que transcendem infraestrutura interna.

A implementação de acessibilidade universal exige abordagem integrada que combine adaptações em estabelecimentos individuais com melhorias em infraestrutura pública de mobilidade. Programa abrangente deve incluir diagnóstico técnico de viabilidade de adaptações, capacitação sobre atendimento a pessoas com deficiência, e articulação com poder público para melhorias territoriais.

Importante lembrar que essa pesquisa foi autodeclaratória, o que pode não refletir com a realidade apresentada, levando a um quadro de não conformidade ainda maior.

COMPLEMENTOS E ASPIRAÇÕES

Esta seção apresenta informações complementares fornecidas pelos proprietários de hospedagens. Inclui serviços já oferecidos que não foram contemplados nas questões anteriores do formulário e atividades que os estabelecimentos desejam implementar.

Os dados foram organizados em duas categorias.

JÁ OFERECE

- *Roupa de cama e banho*
- *Refeições personalizadas*
- *Área para churrasco*
- *Rodas de conversas*
- *Área social com leitura*
- *Área para meditação e yoga*
- *Bicicletas gratuitas*
- *Restaurante à la carte*
- *Observação de pássaros*
- *Cafezinho da tarde*
- *Transfer para praia*
- *Sinuca*
- *Galeria de arte e cultura*
- *Cozinhas individuais*
- *Mercado*
- *Centro de informações culturais*
- *Visita ao Ateliê de artes*
- *Estrutura de praia com ombrelone*
- *Aluguel de caiaques*
- *Jardim com redário*

GOSTARIA DE OFERECER

- *Aulas de yoga*
- *Passeios*
- *Maior acessibilidade para praia*
- *Trilhas*
- *Vivência na farinha*
- *Passeio de canoa*
- *Vivências culturais quilombolas*
- *Terapias integrativas*
- *Caminhadas (banho de floresta)*
- *Leitura terapêutica compartilhada*
- *Sessão de coaching*
- *Kitesurf downwind*
- *Reforma para acessibilidade*

Os proprietários destacam forte oferta em vivências e experiências imersivas. Há demanda clara por acessibilidade e atividades na natureza. Muitas ofertas já existem mas não foram capturadas no formulário anterior. Interesse em turismo cultural e de bem-estar é evidente.

1. Atividades na natureza e trilhas (8 menções)

A recorrência de atividades na natureza reflete a posição estratégica de Itaúnas como destino de ecoturismo. Esta análise é fundamental para o plano de ordenamento turístico porque identifica a demanda real dos prestadores de serviço por estruturação de produtos baseados em recursos naturais. As oito menções abrangem caminhadas estruturadas, trilhas sinalizadas, banho de floresta, passeios em canoa e deslocamento por bicicleta. Indica que hospedagens reconhecem a natureza como ativo competitivo diferenciador.

Para o Comitê Gestor do PROTURES, significa observar sobre a necessidade de investimento em infraestrutura de trilhas, sinalização ambiental e capacitação de condutores. Aponta também oportunidade de padronização de roteiros e protocolos de segurança.

2. Bem-estar e terapias (7 menções)

A prevalência de serviços de bem-estar indica tendência de posicionamento no segmento wellness. Esta análise é relevante porque demonstra que hospedagens buscam diversificar receita através de experiências imersivas de saúde mental e física. As menções incluem yoga, meditação, terapias integrativas, coaching e leitura terapêutica. Representa alinhamento com demanda global por turismo de bem-estar.

Para o ordenamento turístico, implica necessidade de certificação de profissionais, regulamentação de serviços terapêuticos e criação de padrões de qualidade. Requer também estrutura física adequada e possível parceria com profissionais especializados. A análise revela oportunidade de criar pacotes experienciais diferenciados que agreguem valor e justifiquem permanência prolongada de hóspedes.

3. Experiências culturais (5 menções)

As experiências culturais emergem como terceiro tema mais citado. Esta análise é importante porque demonstra potencial de valorização do patrimônio cultural imaterial local. As menções incluem vivências quilombolas, farinheira, ateliê de artes, centro cultural e histórias da vila. Indica interesse dos proprietários em conectar hóspedes com identidade cultural de Itaúnas.

Para o plano de ordenamento, significa oportunidade de estruturação de roteiros culturais e vivências comunitárias. Requer mapeamento de detentores de conhecimento tradicional, formalização de parcerias com artistas locais e documentação de práticas culturais. Conecta-se também à preservação de saberes ancestrais e ao reconhecimento de comunidades quilombolas na região.

4. Acessibilidade e mobilidade (4 menções)

A acessibilidade e mobilidade aparecem como demanda estrutural. Esta análise é crítica porque identifica barreira

operacional na prestação de serviços. As menções incluem acesso à praia, cadeirantes, transfer e bugres. Demonstra que hospedagens reconhecem limitação na infraestrutura de deslocamento para públicos com dificuldade de locomoção.

Para o comitê gestor e Prefeitura, significa necessidade de investimento em infraestrutura acessível, padronização de serviços de transporte e regulamentação de bugres. Requer também adequação de espaços públicos e privados conforme normas de acessibilidade. A demanda indica oportunidade de inclusão de públicos com mobilidade reduzida.

5. Gastronomia e convivência (4 menções)

A gastronomia e convivência emergem como elemento transversal que potencializa experiência cultural. Esta análise é importante pois conecta hospedagem com vivência autêntica da comunidade local. As menções incluem “refeições personalizadas”, “cafezinho da tarde” e “rodas de conversas”. Demonstra interesse em criar momentos de socialização que reforcem identidade local.

Para o plano de ordenamento, significa oportunidade de valorizar ingredientes regionais, receitas tradicionais e conhecimento gastronômico local. Possibilita estruturação de vivências culinárias e experiências comunitárias. Conecta-se à segurança alimentar e ao patrimônio cultural imaterial. Requer capacitação em boas práticas de manipulação de alimentos e formalização de pequenos produtores.

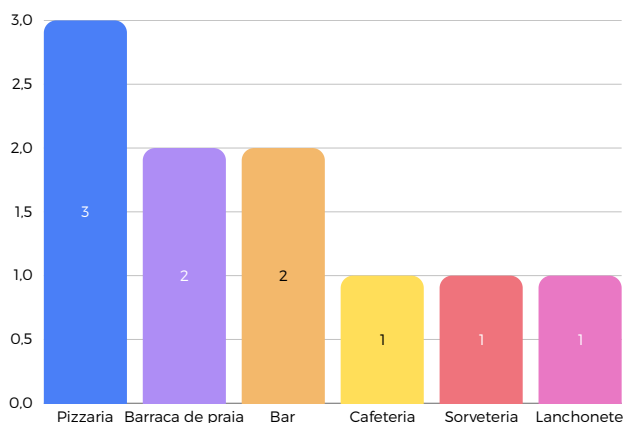
ANÁLISE DE SERVIÇOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS

A análise dos dezessete estabelecimentos de alimentos e bebidas que participaram do levantamento do setor, revela forte presença de restaurantes e pizzarias, destacando-se pela oferta de culinária regional (Capixaba e Nordestina) e uma crescente atenção a dietas específicas como a vegetariana.

Este relatório setorial detalha a oferta atual, identificando desafios e oportunidades que serão consolidados e abordados com recomendações estratégicas nos relatórios transversais e no plano estratégico integrado do destino.

TIPOLOGIA

A composição da oferta de alimentos e bebidas apresenta predominância de restaurantes, seguida por pizzarias, barracas de praia e outras:



Com a correção, a predominância de Restaurantes (41,2%) é ainda mais acentuada, consolidando-os como a principal categoria de serviço de alimentação em Itaúnas.



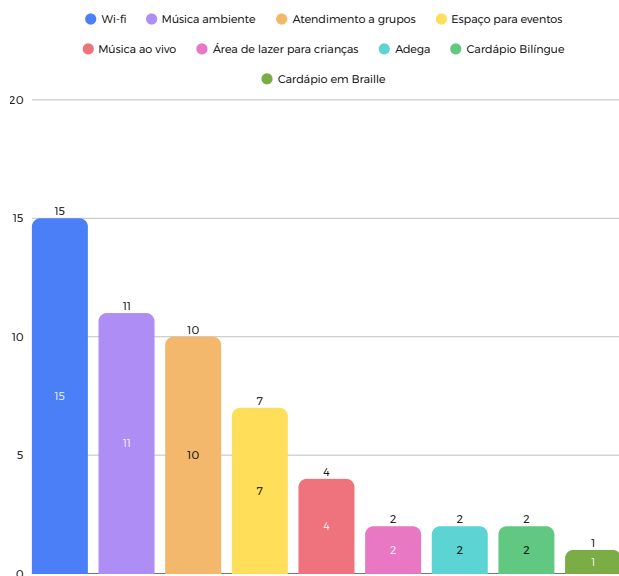
As Pizzarias (17,6%), Barracas de praia (11,8%) e Bares (11,8%) continuam a complementar a oferta, atendendo a diferentes momentos de consumo e perfis de clientes.

A categoria "Casa de show" que aparecia na análise anterior foi reclassificada como "Bar" ou "Restaurante" conforme a função principal do estabelecimento.

A diversificação para Cafeteria (5,9%), Sorveteria (5,9%) e Lanchonete (5,9%) permanece, indicando uma oferta variada para diferentes preferências.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS

A análise da infraestrutura e dos serviços oferecidos revela os padrões de investimento e os diferenciais competitivos dos estabelecimentos de alimentos e bebidas:



A infraestrutura básica apresenta penetração elevada. Wi-fi está em 88,2% dos estabelecimentos, indicando alinhamento com expectativa de conectividade.

Música ambiente em 64,7% contribui para experiência multissensorial. Atendimento a grupos em 58,8% demonstra capacidade operacional para eventos. Espaço para eventos em 41,2% representa lacuna moderada.

Conjuntamente, estes indicadores revelam investimento em infraestrutura essencial, porém com oportunidade de ampliação de espaços para eventos como diferenciador competitivo.

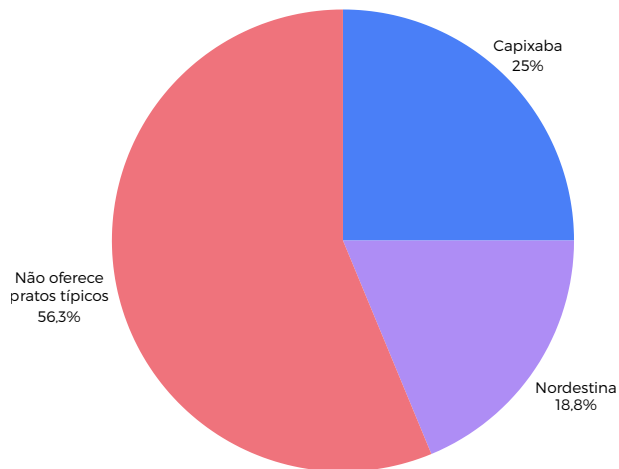
Serviços de diferenciação apresentam penetração baixa. Música ao vivo em 23,5% contrasta com importância do forró como motor econômico local. Área de lazer para crianças, Adega e cardápio bilingue representam 11,8% cada, indicando limitação na inclusão de famílias e turistas estrangeiros. Cardápio em Braille em apenas 5,9% revela lacuna crítica de acessibilidade.

Para o ordenamento turístico, recomenda-se incentivo a música ao vivo, ampliação de espaços para eventos, capacitação em acessibilidade universal e orientação sobre cardápios multilíngues.

ESPECIFICAÇÕES DA GASTRONOMIA

Os dados a seguir apresentam o resultado da análise aborda em três dimensões: culinária regional, especialização culinária e opções dietéticas. Estes indicadores são fundamentais para avaliar capacidade de diversificação da oferta gastronômica e inclusão de públicos com restrições alimentares.

REGIONAL



A oferta de pratos típicos apresenta fragilidade estrutural.

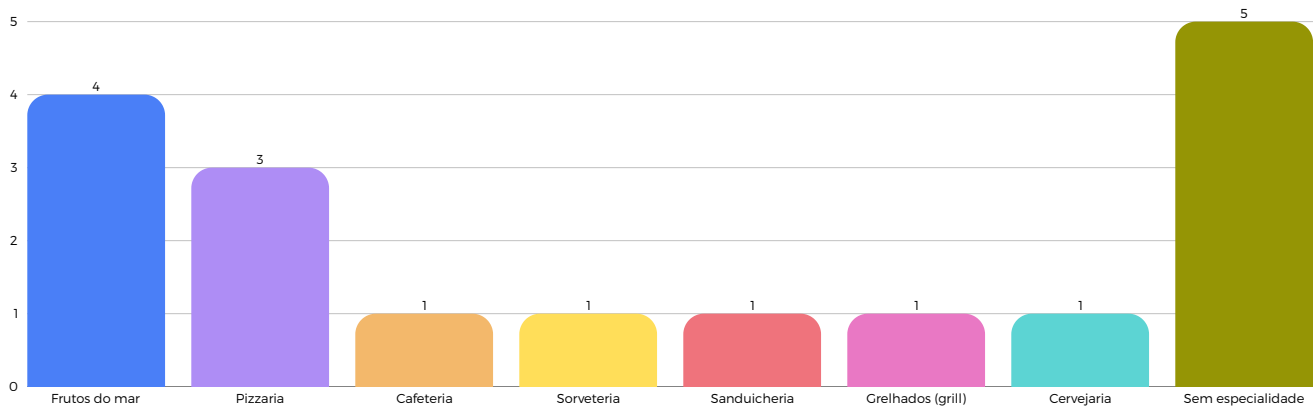
Apenas 56,3% dos estabelecimentos oferecem culinária regional, enquanto 43,8% não oferece pratos típicos. Entre os que oferecem, predomina Culinária capixaba (25,0%), seguida de Nordestina (18,8%).

Esta configuração indica desalinhamento com potencial de valorização do patrimônio gastronômico local. A pesca artesanal constitui fonte de segurança alimentar e patrimônio cultural imaterial de Itaúnas, porém não se traduz em oferta diferenciada de pratos típicos baseados em frutos-do-mar e técnicas tradicionais. Representa oportunidade perdida de conexão entre hospedagem, gastronomia e vivência cultural.

Para o plano de ordenamento, pode significar a necessidade de capacitação em gastronomia regional e estruturação de cardápios que valorizem ingredientes locais e conhecimento culinário tradicional.



ESPECIALIZAÇÃO



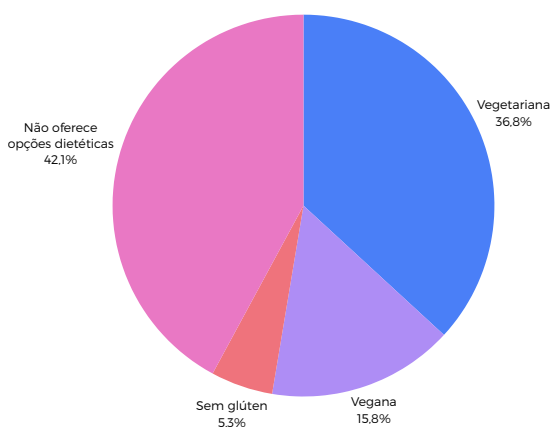
A especialização apresenta distribuição dispersa. Frutos do mar e Pizzaria lideram com 23,5 e 17,6% respectivamente. Cafeteria, Sorveteria, Sanduicheria, Grelhados, Cervejaria, representam 5,9% cada. É significativo notar que 29,4% dos estabelecimentos não oferecem especialidades culinárias definidas. Esta fragmentação sugere falta de posicionamento estratégico.

Para o comitê gestor, implica necessidade de orientação técnica aos empresários sobre posicionamento de mercado e desenvolvimento de especialidades que explorem vantagens competitivas locais.

A oferta de opções dietéticas é insuficiente. 42% dos estabelecimentos não oferece opções dietéticas. Entre os que oferecem, Vegetariana lidera com 36,8%, seguida de Vegana (15,8%) e Sem glúten (5,3%).

Esta configuração representa barreira de inclusão. Demanda crescente por opções vegetarianas, veganas e sem glúten não é atendida por maioria dos estabelecimentos. Significa exclusão de públicos com restrições alimentares e perda de receita potencial. A existência de um estabelecimento com oferta integrada indica que inclusão dietética é operacionalmente viável.

DIETA



Para o ordenamento turístico, requer capacitação em manipulação de alimentos, desenvolvimento de cardápios inclusivos e comunicação clara sobre opções disponíveis.

Vale destacar que um estabelecimento oferece simultaneamente as três opções dietéticas (vegetariana, vegana e sem glúten), demonstrando viabilidade de inclusão abrangente.

A análise das Especificações da Gastronomia revela três fragilidades estruturais:

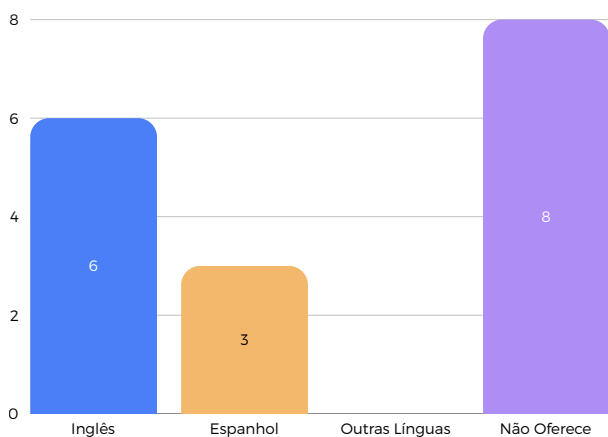
1. *subutilização de patrimônio gastronômico regional;*
2. *falta de especialização e diferenciação;*
3. *baixa inclusão de públicos com restrições dietéticas.*

Conjuntamente, indicam oportunidade de qualificação da oferta gastronômica como elemento estratégico do ordenamento turístico. Recomenda-se ação integrada envolvendo capacitação técnica, orientação sobre posicionamento de mercado e valorização de ingredientes e técnicas locais.

LÍNGUA ESTRANGEIRA

Este segmento do relatório técnico apresenta uma análise da capacidade de atendimento em línguas estrangeiras dos 17 empreendimentos de alimentos e bebidas da Vila de Itaúnas, com base nos dados coletados.

O gráfico a seguir apresenta a distribuição das línguas estrangeiras mencionadas pelos 17 empreendimentos pesquisados.



A análise revela que, dos 17 empreendimentos de alimentos e bebidas, 9 (52,94%) informaram oferecer atendimento em pelo menos uma língua estrangeira (Inglês ou Espanhol). Em contrapartida, 8 estabelecimentos (47,06%) não disponibilizam tal serviço.

Este dado indica que quase metade dos estabelecimentos do setor de alimentos e bebidas não possui uma capacidade formal de comunicação em idiomas estrangeiros,

o que representa uma limitação significativa para a recepção e o atendimento de turistas internacionais.

A capacidade de atendimento em línguas estrangeiras é um fator crucial para a experiência do visitante e para a expansão do mercado turístico de Itaúnas.

A seguir, são apresentadas considerações sobre a preparação para mercados turísticos específicos:

MERCADO SUL-AMERICANO Espanhol

A oferta de atendimento em Espanhol por 3 estabelecimentos, correspondendo a 17,65% do total, é um percentual baixo para a atração de turistas da Argentina, Uruguai e Chile. Estes países representam um mercado estratégico para Itaúnas, dada a proximidade geográfica e a afinidade com os atrativos locais. A baixa cobertura em Espanhol no setor de alimentos e bebidas indica uma subutilização do potencial de mercado e pode dificultar a experiência desses visitantes, que buscam comunicação em seu idioma nativo. A ampliação da oferta de Espanhol é fundamental para fortalecer a acessibilidade e o acolhimento a esses mercados.

MERCADO GLOBAL Inglês

O Inglês, reconhecido como a língua franca global no turismo, é oferecido por 6 estabelecimentos, representando 35,29% do total. Este percentual é considerado baixo para um destino que busca atrair turistas da Europa, América do Norte e outras nacionalidades. Embora seja superior à oferta de Espanhol, ainda indica uma preparação limitada para o público global. A baixa proficiência em Inglês no setor de alimentos e bebidas pode impactar negativamente a experiência de turistas internacionais, limitando a compreensão de cardápios e a interação com o serviço. A ampliação da oferta de Inglês é estratégica para maximizar o potencial de atração de um público global diversificado e reforçar a imagem de profissionalismo do destino.

O setor de alimentos e bebidas da Vila de Itaúnas demonstra uma capacidade limitada de atendimento em línguas estrangeiras, com quase metade dos estabelecimentos sem oferta formal. Os percentuais de atendimento em Espanhol e Inglês são baixos, indicando uma necessidade

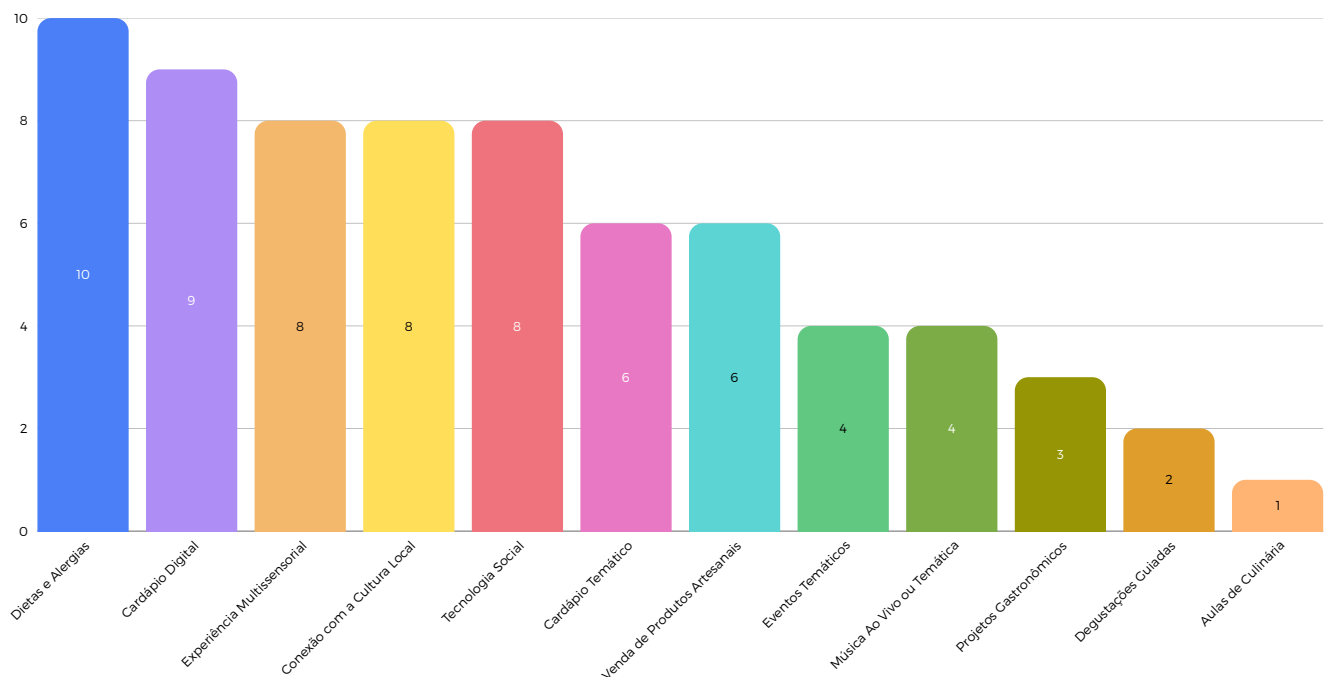
premente de programas de capacitação linguística para os colaboradores. Tais ações são cruciais para melhorar a experiência do turista internacional, expandir o alcance de mercado e alinhar o setor aos objetivos de desenvolvimento do turismo responsável na Vila de Itaúnas.

EXPERIÊNCIAS OFERECIDAS

As experiências gastronômicas constituem diferencial competitivo fundamental na oferta turística. Englobam vivências culinárias, eventos temáticos, serviços personalizados e momentos de interação com comunidade local através da alimentação. Para Itaúnas, mapeamento de experiências oferecidas pelos estabelecimentos de alimentos e

bebidas identifica potencial de diversificação da oferta e oportunidades de integração entre gastronomia, educação e lazer.

Esta análise subsidia estratégias de posicionamento de mercado e desenvolvimento de pacotes experienciais alinhados ao plano de ordenamento turístico.



Dietas e Alergias (58,8%)

Mais de metade dos estabelecimentos oferece atendimento personalizado. Indica reconhecimento de demanda por inclusão e segurança alimentar. Contrasta com baixa oferta de opções dietéticas estruturadas. Sugere que personalização ocorre por demanda reativa e não por planejamento estratégico. Para o ordenamento turístico, representa oportunidade de formalizar protocolos de manipulação segura e comunicação clara sobre alergênicos.

Cardápio Digital (52,9%)

Pouco mais da metade adotou cardápio digital. Indica penetração moderada de tecnologia. Facilita atualização de ofertas e comunicação com hóspedes. Para estabelecimentos sem cardápio digital, representa barreira de acesso a informações por turistas. Recomenda-se orientação técnica sobre ferramentas digitais acessíveis e de baixo custo.

Experiência Multissensorial (47,1%)

Menos da metade oferece experiência multissensorial. Indica limitação na diferenciação experiencial. Envolve elementos visuais, olfativos, gustativos e auditivos. Para Itaúnas, oportunidade de integração com música ao vivo e ambientação que reforce identidade local. Requer capacitação em design de experiência.

Conexão com Cultura Local (47,1%)

Menos da metade conecta gastronomia com cultura local. Contrasta com potencial de patrimônio cultural imaterial baseado em pesca artesanal e tradições comunitárias. Representa subutilização de ativo diferenciador. Para o comitê gestor, significa necessidade de orientação sobre valorização de ingredientes locais e narrativas culturais associadas à gastronomia.

Tecnologia Social (47,1%)

Menos da metade utiliza tecnologia social. Envolve engajamento comunitário e inclusão. Baixa adoção sugere foco limitado em responsabilidade social. Para ordenamento turístico, oportunidade de estruturar iniciativas de inclusão de produtores locais e artesãos.

Cardápio Temático (35,3%)

Um terço oferece cardápio temático. Indica capacidade moderada de diferenciação. Temáticas podem conectar-se a forró, pesca artesanal ou sazonalidade. Requer planejamento estratégico e comunicação clara.

Venda de Produtos Artesanais (35,3%)

Um terço vende produtos artesanais. Indica integração parcial com economia local.

Oportunidade de ampliar parcerias com artesãos e produtores. Requer formalização de cadeias de fornecimento.

Eventos Temáticos (23,5%)

Menos de um quarto oferece eventos temáticos. Baixa adoção contrasta com potencial de forró como motor econômico. Requer capacitação em gestão de eventos e infraestrutura adequada.

Música Ao Vivo ou Temática (23,5%)

Menos de um quarto oferece música ao vivo. Significativo dado importância do forró em Itaúnas. Representa oportunidade perdida de diferenciação. Para o ordenamento turístico, recomenda-se incentivo a apresentações de músicos locais.

Projetos Gastronômicos (17,6%)

Pouco mais de um sexto desenvolve projetos gastronômicos. Indica baixa inovação estruturada. Envolve pesquisa, desenvolvimento e experimentação. Requer investimento em capacitação.

Degustações Guiadas (11,8%)

Apenas dois estabelecimentos oferecem degustações guiadas. Representa oportunidade significativa de diferenciação. Requer treinamento de pessoal e estruturação de narrativas sobre ingredientes e técnicas.

Aulas de Culinária (5,9%)

Apenas um estabelecimento oferece aulas de culinária. Oportunidade praticamente inexplorada. Representa potencial de vivência experiencial e educação gastronômica. Requer espaço adequado e capacitação de instrutores.

INTENÇÕES DE INOVAÇÃO

Venda de Produtos Artesanais

(7 menções aspiracionais vs 35,3% atual)

Sete estabelecimentos desejam vender produtos artesanais. Representa aumento potencial de 35,3% para 41,2%. Indica reconhecimento de oportunidade de integração com economia local e diferenciação. Demanda formalização de cadeias de fornecimento com artesãos. Para o comitê gestor, significa potencial de estruturação de programa de parceria com produtores locais.

Eventos Temáticos

(7 menções aspiracionais vs 23,5% atual)

Sete estabelecimentos desejam oferecer eventos temáticos. Representa aumento potencial de 23,5% para 41,2%. Lacuna significativa indica limitação operacional ou de conhecimento. Eventos temáticos conectam-se ao forró como identidade cultural. Para o ordenamento turístico, recomenda-se capacitação em gestão de eventos e incentivo a ampliação de espaços.

Projetos Gastronômicos

(6 menções aspiracionais vs 17,6% atual)

Seis estabelecimentos desejam desenvolver projetos gastronômicos. Representa aumento potencial de 17,6% para 35,3%. Indica aspiração por inovação estruturada. Requer investimento em pesquisa, desenvolvimento e capacitação técnica. Para o comitê gestor, significa demanda por orientação técnica e possível apoio financeiro.

Música Ao Vivo ou Temática

(6 menções aspiracionais vs 23,5% atual)

Seis estabelecimentos desejam oferecer música ao vivo. Representa aumento potencial de 23,5% para 35,3%. Lacuna moderada. Alinha-se com forró como motor econômico. Requer infraestrutura acústica e relacionamento com músicos locais. Para o ordenamento turístico, significa oportunidade de estruturação de calendário de apresentações e incentivo a artistas.

Conexão com Cultura Local

(5 menções aspiracionais vs 47,1% atual)

Cinco estabelecimentos desejam ampliar conexão com cultura local. Representa aumento potencial de 47,1% para 52,9%. Lacuna pequena. Indica que metade já oferece, mas há demanda por expansão. Conecta-se a patrimônio imaterial de pesca artesanal e tradições comunitárias. Para o comitê gestor, recomenda-se orientação sobre narrativas culturais e valorização de ingredientes locais.

Experiência Multissensorial

(5 menções aspiracionais vs 47,1% atual)

Cinco estabelecimentos desejam oferecer experiência multissensorial. Representa aumento potencial de 47,1% para 52,9%. Lacuna pequena. Envolve elementos visuais, olfativos, gustativos e auditivos. Requer design de experiência e capacitação. Para o ordenamento turístico, significa demanda por orientação técnica.

Degustações Guiadas

(4 menções aspiracionais vs 11,8% atual)

Quatro estabelecimentos desejam oferecer degustações guiadas. Representa aumento potencial de 11,8% para 23,5%. Lacuna significativa. Experiência de alto valor agregado. Requer treinamento de pessoal e estruturação de narrativas. Para o comitê gestor, representa oportunidade de capacitação técnica.

Cardápio Temático

(3 menções aspiracionais vs 35,3% atual)

Três estabelecimentos desejam oferecer cardápio temático. Representa aumento potencial de 35,3% para 17,6%. Lacuna pequena. Indica que maioria já oferece ou não vê como prioridade. Para o ordenamento turístico, significa consolidação desta prática.

Tecnologia Social

(3 menções aspiracionais vs 47,1% atual)

Três estabelecimentos desejam ampliar tecnologia social. Representa aumento potencial de 47,1% para 17,6%. Lacuna pequena. Indica que metade já oferece, mas há demanda limitada por expansão. Envolve engajamento comunitário e inclusão. Para o comitê gestor, recomenda-se orientação sobre responsabilidade social.

Dietas e Alergias

(3 menções aspiracionais vs 58,8% atual)

Três estabelecimentos desejam ampliar atendimento personalizado. Representa aumento potencial de 58,8% para 17,6%. Lacuna pequena. Indica que maioria já oferece. Para o ordenamento turístico, significa consolidação desta prática e possível formalização de protocolos.

Cardápio Digital

(2 menções aspiracionais vs 52,9% atual)

Dois estabelecimentos desejam oferecer cardápio digital. Representa aumento potencial de 52,9% para 11,8%. Lacuna pequena. Indica que maioria já adotou ou não vê como prioridade. Para o ordenamento turístico, recomenda-se orientação técnica para estabelecimentos sem acesso.

Aulas de Culinária

(1 menção aspiracional vs 5,9% atual)

Um estabelecimento deseja oferecer aulas de culinária. Representa aumento potencial de 5,9% para 5,9%. Lacuna crítica. Experiência praticamente inexplorada. Requer espaço adequado e capacitação de instrutores. Para o comitê gestor, representa oportunidade significativa de diferenciação.

A análise revela padrão de aspiração concentrado em experiências de diferenciação média a alta. Venda de produtos artesanais (7), eventos temáticos (7) e projetos gastronômicos (6) lideram intenções. Lacunas críticas: aulas de culinária (1 menção) e degustações guiadas (4 menções) indicam oportunidades praticamente inexploradas. Contrasta com oferta atual onde experiências básicas dominam.

Discrepância entre aspiração e oferta atual revela três padrões: (1) experiências com alta aspiração e baixa oferta (eventos temáticos, projetos gastronômicos, degustações guiadas) indicam barreiras operacionais ou de conhecimento; (2) experiências com oferta consolidada e baixa aspiração adicional (cardápio digital, atendimento

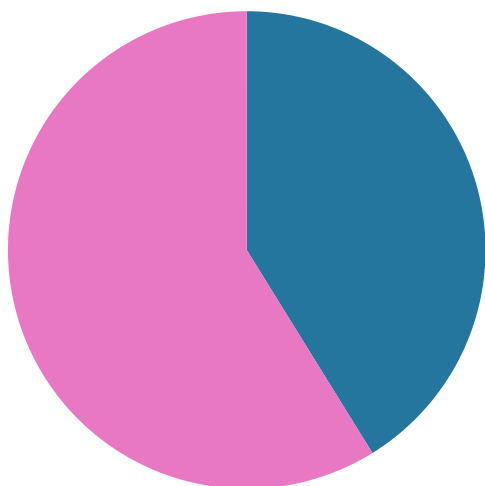
personalizado) indicam saturação; (3) experiências com oferta moderada e aspiração moderada (conexão cultural, experiência multissensorial) indicam interesse contínuo. Para o comitê gestor do PROTURES, Prefeitura e AETI, recomenda-se:

1. capacitação em gestão de eventos temáticos;
2. orientação sobre projetos gastronômicos e inovação culinária;
3. formalização de programa de parceria com artesãos e produtores locais;
4. treinamento em degustações guiadas e narrativas culturais;
5. estruturação de calendário de música ao vivo alinhado ao forró;
6. incentivo a aulas de culinária como vivência experiencial diferenciada.

ACESSIBILIDADE

Foi identificada uma carência no levantamento reside na análise da acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

● Possui acessibilidade ● Não possui acessibilidade



A análise revela que 7 (41,18%) informam oferecer serviços acessíveis para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Em contrapartida, 10 estabelecimentos (58,82%) declaram não possuir tais facilidades. Este cenário indica uma carência na oferta de acessibilidade no setor de alimentos e bebidas da Vila de Itaúnas.

Embora uma parcela significativa dos estabelecimentos declare possuir facilidades, a maioria ainda não está preparada para atender a este segmento de turistas.

Levando em conta que esta pesquisa não atingiu parte significativa de outros estabelecimentos, imagina-se que essa parcela seja maior.

Por isso, constata-se que, para um destino que busca promover o turismo responsável e inclusivo, a proporção de serviços de alimentos e bebidas acessíveis ainda é insuficiente, limitando o potencial de atração e acolhimento de turistas com deficiência ou mobilidade reduzida.

A acessibilidade no setor de alimentos e bebidas é fundamental para garantir que todos os visitantes possam desfrutar plenamente da gastronomia local e das experiências sociais.

A atual situação em Itaúnas pode encontrar obstáculos como a falta de rampas de acesso, banheiros adaptados, espaços de circulação adequados entre mesas, ou cardápios em formatos acessíveis (como braile ou digital com recursos de áudio).

A situação atual sugere a implementação de programas de conscientização e fomento à adaptação. Isso inclui a promoção de adequações estruturais como rampas, portas mais largas e banheiros acessíveis; a disponibilização de cardápios em formatos acessíveis; e a capacitação de equipes para um atendimento inclusivo. Tais ações são cruciais para alinhar o setor aos princípios do turismo responsável e para garantir que a Vila de Itaúnas se torne um destino verdadeiramente inclusivo, onde a gastronomia e a cultura possam ser desfrutadas por todos.

COMPLEMENTOS E ASPIRAÇÕES

Três dos 17 estabelecimentos descreveram experiências gastronômicas customizadas em campo aberto do formulário. Estas descrições revelam nível de sofisticação e inovação além das categorias pré-definidas. Indicam potencial de diferenciação estratégica alinhada à identidade cultural.

Um estabelecimento propõe serviço de café artesanal coado na hora. O cliente recebe na mesa um pequeno coador com café de qualidade especial e um pequeno bule com água quente. O cliente prepara seu próprio café na xícara como se estivesse em casa. O acolhimento da vila de Itaúnas complementa a experiência. Esta proposta representa inovação significativa em experiência multissensorial. Integra elementos táteis (manipulação do coador), olfativos (aroma do café fresco) e gustativos (sabor do café de qualidade).

Conecta-se à hospitalidade local e à personalização. Diferencia-se de serviço padrão ao transferir protagonismo ao cliente. Requer seleção cuidadosa de café e treinamento de pessoal. Para o ordenamento turístico, representa oportunidade de valorização de ingredientes locais e técnicas tradicionais de preparo. Potencial de parceria com produtores de café regional.

Um segundo estabelecimento oferece aulas básicas de forró para clientes que não dominam a dança. Ocorrem nos finais de semana quando há forró ao vivo.

Esta proposta alinha-se diretamente ao motor econômico e identidade cultural de Itaúnas. Transforma experiência passiva (assistir forró) em vivência ativa (aprender forró). Requer instrutor capacitado e espaço adequado. Gera permanência prolongada de hóspedes e agregação de valor. Conecta-se a patrimônio cultural imaterial.

Para o comitê gestor, representa oportunidade de estruturação de programa de aulas com padronização de conteúdo e certificação de instrutores. Possibilita também parcerias com hospedagens para pacotes integrados.

O terceiro estabelecimento descreve como sua decoração que remete à cultura local. Luzes baixas e música ambiente proporcionam experiência intimista. Esta proposta enfatiza design de experiência através de elementos ambientais. Decoração que remete à cultura local reforça identidade. Luzes baixas criam atmosfera. Música ambiente complementa.

elementos criam experiência multissensorial imersiva. Requer conhecimento de design e sensibilidade cultural. Para o ordenamento turístico, representa oportunidade de orientação sobre valorização de patrimônio cultural através de ambientação.

Possibilita também desenvolvimento de padrões de design que reforcem identidade local sem homogeneização.

As três experiências customizadas revelam padrão de inovação orientado por identidade cultural e diferenciação experiencial. Café artesanal e aulas de forró representam vivências educacionais e participativas. Ambientação cultural reforça imersão. Conjuntamente, indicam que empreendedores reconhecem potencial de experiências autênticas e personalizadas como diferencial competitivo.

Para o comitê gestor do PROTURES, Prefeitura e AETI, recomenda-se:

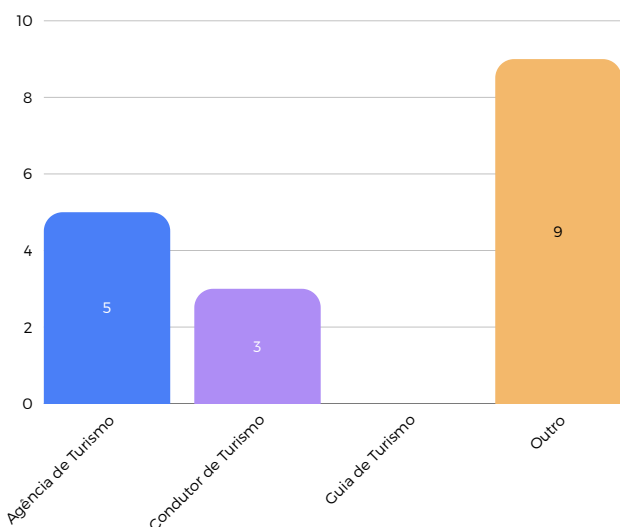
1. *documentação destas experiências como boas práticas;*
2. *capacitação de outros estabelecimentos em design de experiência;*
3. *estruturação de programa de aulas de forró com padronização;*
4. *orientação sobre valorização de patrimônio cultural através de ambientação;*
5. *apoio a parcerias entre estabelecimentos para oferta integrada de experiências.*

ANÁLISE DE SERVIÇOS DE RECEPTIVO

A pesquisa com serviços receptivos da Vila de Itaúnas mapeou dezessete empreendimentos de turismo de natureza e aventura, identificando tipologia do serviços, ofertas específicas, capacidade de atendimento em idiomas estrangeiros e acessibilidade.

TIPOLOGIA

A composição de serviços de receptivo apresenta predominância de agências de turismo, condutor de turismo e "outro":



A oferta receptiva apresenta fragilidade estrutural crítica. Categoria "Outro" concentra 52,9% (9 empreendimentos), predominantemente operadores de passeios de buggy, quadriciclo e caminhonete. Agências de turismo representam 29,4% (5 empreendimentos), sendo que uma delas não atua especificamente na Vila de Itaúnas.

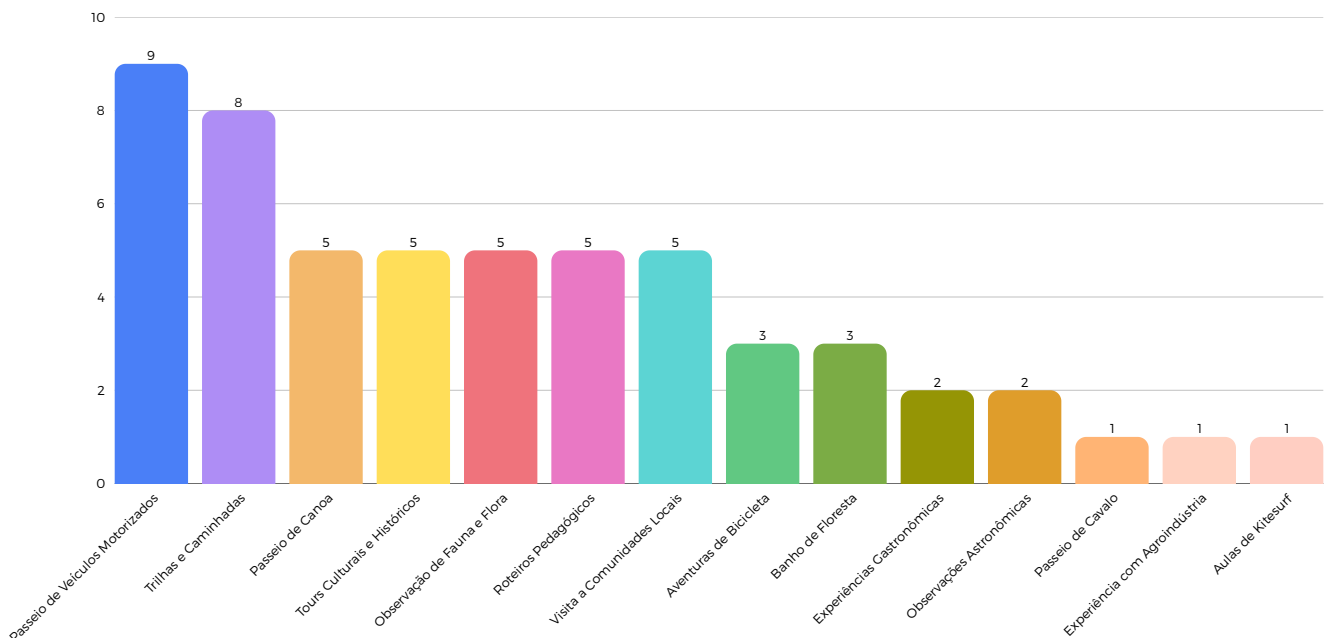


Condutores de turismo representam 17,6% (3 empreendedores). Guias de turismo representam 0% (nenhum profissional credenciado). Esta distribuição revela que mais da metade da oferta receptiva não possui formalização adequada como agência ou condutor credenciado. Os nove operadores categorizados como "Outro" executam atividades de transporte

e passeio de veículos motorizados sem estrutura formal de segurança, responsabilidade legal ou padronização de serviços. Implica risco operacional significativo, ausência de protocolos de segurança documentados, falta de capacitação técnica formalizada e vulnerabilidade legal tanto para prestadores quanto para turistas.

SERVIÇOS OFERECIDOS

A análise de serviços oferecidos pelos receptivos de Itaúnas revela oferta heterogênea



Passeios de veículos motorizados (52,9%) dominam oferta. Nove empreendimentos oferecem buggy, quadriciclo ou caminhonete. Concentram-se em deslocamentos para Riacho Doce e Costa Dourada.

Representa modelo de negócio de baixa sofisticação. Requer apenas veículo e conhecimento de trajetos. Implica baixa diferenciação experiencial.

Para ordenamento turístico, representa oportunidade de orientação sobre agregação de valor através de narrativas culturais e educacionais.

Trilhas e caminhadas (47,1%) representam segunda oferta mais frequente. Oito empreendimentos oferecem. Integram agências consolidadas, condutores especializados e operadores informais. Conectam-se a Parque Estadual de

Itaúnas. Requer conhecimento de trajetos, segurança e interpretação ambiental. Oferece potencial de diferenciação através de narrativas sobre fauna, flora e história.

Passeios de canoa (29,4%) aparecem em cinco empreendimentos. Concentram-se em condutores especializados (Damião, Bruno Santana) e agências (Puranatura, Segantini, Nativos). Ocorrem em rios Itaúnas e Angelin dentro do Parque Estadual. Requer conhecimento de hidrologia, segurança aquática e equipamentos adequados. Oferece potencial de diferenciação através de observação de fauna aquática e paisagem.

Tours culturais e históricos (29,4%), Observação de fauna e flora (29,4%), Roteiros pedagógicos (29,4%) e Visita a comunidades locais (29,4%) aparecem em cinco empreendimentos cada. Indicam potencial de educação ambiental e cultural. Concentram-se em agências consolidadas e condutor especializado. Requer capacitação em interpretação ambiental e narrativas culturais. Para ordenamento turístico, representa oportunidade de estruturação de padrões de qualidade em educação ambiental.

Aventuras de bicicleta (17,6%) aparecem em três empreendimentos. Concentram-se em agências consolidadas (Puranatura, Segantini, Nativos). Puranatura oferece bikes de dois lugares para cenários distintos. Requer infraestrutura de trilhas adequadas e equipamentos. Oferece potencial de inclusão e diferenciação.

Banho de floresta (17,6%) aparece em três

empreendimentos. Observações astronômicas (11,8%) aparecem em dois. Experiências gastronômicas (11,8%) aparecem em dois.

Representam oportunidades praticamente inexploradas. Banho de floresta conecta-se a bem-estar e educação ambiental. Observações astronômicas conecta-se a educação científica. Experiências gastronômicas conectam-se a pesca artesanal e patrimônio cultural. Para ordenamento turístico, representam oportunidades de diferenciação e inovação.

Passeio de cavalo (5,9%), experiência com agroindústria local (5,9%) e Aulas de kitesurf (5,9%) aparecem em um empreendimento cada. Representam inovação pontual. Todas estas atividades são oferecidas por uma agência de turismo. Indicam que uma agência concentra inovação. Para ordenamento turístico, representa oportunidade de disseminação de boas práticas.

A oferta de receptivo em Itaúnas é ampla em quantidade, mas ainda pouco estruturada em termos de produtos com identidade clara. O portfólio é dominado por passeios de veículos motorizados — buggy, quadriciclo e caminhonete — oferecidos por nove empreendimentos, com foco em deslocamentos rápidos e práticos para pontos icônicos como Riacho Doce e Costa Dourada. Esses passeios funcionam como “day tours” de praia, vendidos pelo apelo da comodidade e da diversão fotográfica, mas sem grande diferenciação ou narrativa de experiência.

Em segundo lugar, aparecem trilhas e caminhadas, presentes em oito empreendimentos, normalmente dentro do Parque Estadual de Itaúnas. Apesar do potencial para experiências temáticas — como trilhas históricas, caminhadas ao nascer do sol ou roteiros interpretativos —, esses produtos ainda são apresentados de forma genérica, sem storytelling ou embalagem comercial que destaque o valor único do destino.

Passeios de canoa e tours culturais/históricos aparecem em cinco empreendimentos cada, assim como observação de fauna e flora, roteiros pedagógicos e visitas a comunidades locais. No entanto, essas atividades são tratadas como complementos de roteiros, e não como experiências centrais com nome, duração e promessa de valor bem definidos.

O mesmo ocorre com aventuras de bicicleta, banho de floresta, experiências gastronômicas e observações astronômicas, que têm potencial de diferenciação, mas permanecem como itens periféricos ou experimentais.

Produtos ultra-nicho, como passeio de cavalo, vivência em agroindústria local

e aulas de kitesurf, são oferecidos por apenas um empreendimento cada, funcionando mais como “assinatura de inovação” de uma agência específica do que como linha de produto consolidada no destino.

Em resumo, o que se vende hoje em Itaúnas é uma lista de atividades soltas, sem integração clara entre elas e sem pacotes que contem uma história ou criem uma jornada de imersão.

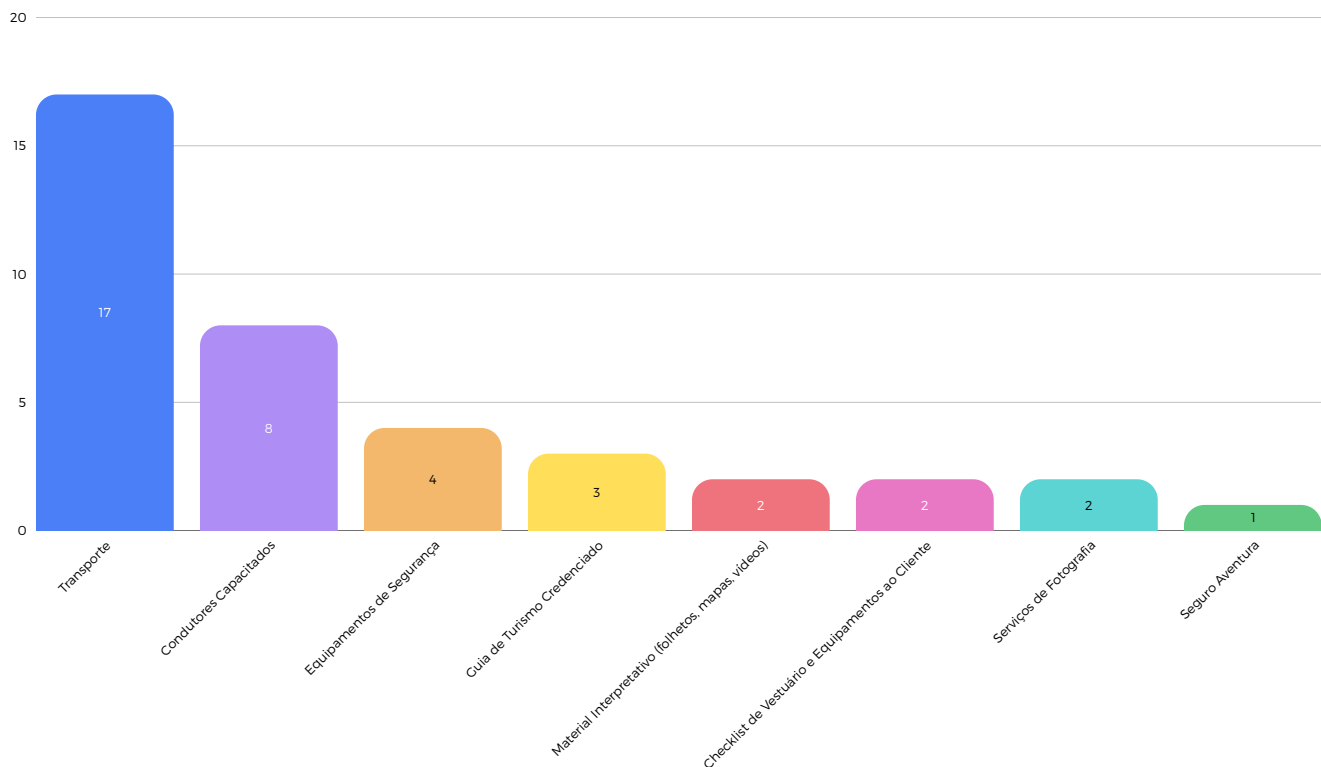
O cliente encontra “passeio de buggy”, “trilha”, “canoagem”, mas não “roteiros exclusivos com identidade de Itaúnas”. Isso limita o poder de atração do destino frente a outros polos de ecoturismo e turismo de aventura, pois a oferta carece de embalagem comercial, segmentação de público e storytelling que valorizem o conceito de “vila mágica”, “forró pé de serra” e “natureza preservada”.

Em síntese, Itaúnas hoje é vendida como um catálogo de passeios avulsos, não como experiências integradas com identidade própria, o que até atende quem já decidiu ir ao destino, mas enfraquece sua capacidade de se destacar e competir com outros polos de ecoturismo no Brasil.



SERVIÇOS ADICIONAIS

Equipamentos e serviços estruturam qualidade operacional em ecoturismo e turismo de aventura na Vila de Itaúnas. Este diagnóstico mapeia disponibilidade de infraestrutura pelos prestadores de serviço receptivo para subsidiar ações futuras na estruturação de padrões técnicos que garantem experiência de qualidade e proteção do turista.



Transporte aparece em todos os 17 empreendimentos. Constitui serviço base. Operadores informais concentram-se exclusivamente em transporte. Implica que oferta é centrada em deslocamento, não em experiência. Diferenciação através de educação ambiental, interpretação cultural e segurança é limitada.

Condutores de ecoturismo capacitados aparecem em oito empreendimentos. Implica que metade da oferta não possui condutores com formação técnica em ecoturismo. Capacitação em ecoturismo constitui pré-requisito para interpretação

ambiental e educação e atividades são conduzidas por operadores sem capacitação formal, comprometendo a qualidade de interpretação ambiental é comprometida.

Guia de turismo credenciado aparece em três empreendimentos. Cadastur é registro oficial para guias que atuam em viagens intermunicipais, roteiros nacionais e grandes centros urbanos. Em contexto local como Itaúnas, condutores de turismo capacitados suprem adequadamente a demanda de acompanhamento de visitantes. Atividades ocorrem dentro do

Parque Estadual e arredores imediatos. Trajetos são conhecidos pela comunidade local. Condutores especializados possuem conhecimento técnico de fauna, flora, história e segurança. Ausência de credenciamento Cadastur não representa lacuna operacional crítica, embora seja importante em operações específicas.

Equipamentos de segurança aparecem em apenas quatro empreendimentos, enquanto treze prestadores não descrevem qualquer equipamento, indicando que a maioria das atividades de trilha, canoa e bicicleta ocorre sem proteção adequada, expondo turistas a riscos significativos de lesão em caso de acidentes.

Agências consolidadas implementam equipamentos de segurança conforme especificidades de cada atividade, enquanto operadores informais não implementam, criando disparidade crítica de proteção entre tipologias de prestadores.

Padronização através de normas técnicas institucionalizadas é ação prioritária para garantir que todos os prestadores de serviço receptivo em Itaúnas implementem equipamentos de segurança apropriados, reduzindo risco de lesão grave e morte do turista.

Material interpretativo aparece em apenas dois empreendimentos, enquanto quinze prestadores não oferecem qualquer material educativo, indicando que a maioria das atividades depende exclusivamente de narrativa oral do condutor, comprometendo consistência e qualidade de interpretação ambiental e cultural. Folhetos, mapas e vídeos estruturam educação sobre fauna, flora, história local e riscos

operacionais, elementos fundamentais para experiência de qualidade em ecoturismo.

A carência de material interpretativo padronizado implica que cada condutor oferece narrativa baseada em conhecimento individual, criando variabilidade significativa na experiência do turista e limitando potencial educativo das atividades oferecidas na Vila de Itaúnas.

Checklist de vestuário e equipamentos ao cliente aparece em apenas dois empreendimentos, enquanto quinze prestadores não utilizam qualquer padronização, indicando que a maioria das atividades não estrutura preparação adequada do participante antes do início da atividade.

Checklist padronizado verifica se vestuário é apropriado para condições climáticas e tipo de atividade, incluindo calçado fechado, protetor solar e capa de chuva, além de garantir que equipamentos de segurança sejam utilizados corretamente conforme instruções técnicas.

O déficit de checklist implica que participantes podem iniciar atividades inadequadamente vestidos ou equipados, aumentando risco de lesão por hipotermia, queimadura solar, escorregamento ou falha de equipamento de proteção.

Seguro aventura aparece em apenas um empreendimento, enquanto dezesseis prestadores não oferecem cobertura, indicando que maioria das atividades não possui proteção financeira em caso de acidente. Seguro aventura cobre sinistros

decorrentes de acidentes durante atividades, protegendo operador legalmente e participante financeiramente contra custos médicos e hospitalares.

A falta de seguro implica que, em caso de acidente grave, participante arca integralmente com custos de tratamento médico, criando vulnerabilidade financeira significativa e responsabilidade legal indefinida do prestador de serviço.

Serviços de fotografia aparecem em apenas dois empreendimentos, enquanto quinze prestadores não oferecem documentação fotográfica, indicando que maioria das atividades não agrega valor através de registro visual da experiência. Fotografia documenta atividade, permitindo que participante reviva experiência e compartilhe em redes sociais, oferecendo valor agregado que diferencia prestadores e potencializa marketing boca a boca.

A ausência de serviço de fotografia limita potencial de diferenciação competitiva e satisfação do participante.

A análise da oferta turística de receptivo em Itaúnas evidencia uma segmentação clara entre dois perfis de prestadores: agências consolidadas, com portfólio diversificado e estruturado, e operadores informais, cuja atuação se concentra quase exclusivamente no transporte de visitantes até os atrativos.

Essa distinção não se limita à quantidade de serviços ofertados, mas reflete modelos de negócio distintos: de um lado, comercialização de experiências organizadas; de outro, prestação de serviço de deslocamento, sem acoplamento

sistemático de conteúdo, interpretação ou mediação turística.

Ressalta-se que os achados aqui apresentados derivam de dados autodeclarados pelos próprios prestadores, não tendo sido objeto desta etapa a verificação in loco da veracidade das informações nem a avaliação direta da qualidade operacional dos serviços. Ainda assim, o desenho da oferta permite identificar tendências consistentes.

Nas agências consolidadas, observa-se a incorporação de elementos típicos de produtos de ecoturismo e turismo de aventura, tais como componentes de educação ambiental, alguma forma de protocolo de segurança comunicado ao público e a oferta de documentação fotográfica ou registro da atividade, agregando valor à experiência do visitante. Em contraste, os operadores informais parecem fornecer majoritariamente apenas o serviço de transporte até dunas, praias, rios e demais atrativos, sem evidências claras de estrutura técnica complementar, interpretação ambiental ou cultural, nem de procedimentos formais de proteção e gestão de risco.

Esse padrão tende a resultar em experiências menos qualificadas, com baixa previsibilidade quanto à segurança, ao conteúdo informativo e à consistência da entrega. A consequência direta é uma elevada heterogeneidade na qualidade da experiência turística, com impacto potencial sobre a imagem do destino e a satisfação do visitante. Em segmentos como ecoturismo e turismo de aventura, a literatura e as boas práticas apontam para

a necessidade de padrões mínimos de operação, incluindo: capacitação e certificação de condutores, disponibilidade e uso adequado de equipamentos de segurança, material interpretativo sobre o ambiente natural e cultural, orientações prévias ao visitante, checklists operacionais e, quando pertinente, cobertura de seguros específicos.

A ausência ou insuficiência sistemática desses elementos entre parte dos prestadores compromete tanto a segurança dos usuários quanto a competitividade do conjunto da oferta. Nesse contexto, recomenda-se a priorização de políticas de ordenamento e qualificação do receptivo local, com base em normas técnicas institucionalizadas e parâmetros mínimos de qualidade, adotando requisitos uniformes para todos os prestadores de condição essencial para:

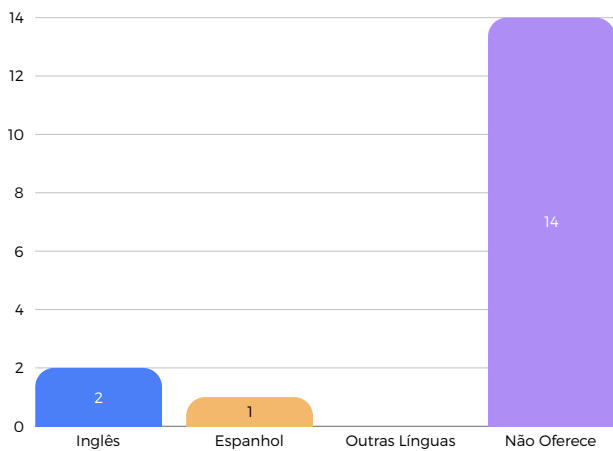
1. Reduzir a disparidade na experiência entregue ao visitante;
2. Proteger a reputação de Itaúnas enquanto destino de ecoturismo e turismo de aventura; e
3. Fortalecer a sustentabilidade econômica do setor, por meio de uma oferta mais profissionalizada e alinhada a padrões reconhecidos de qualidade.

LÍNGUA ESTRANGEIRA

Este segmento apresenta uma análise da capacidade de atendimento em línguas estrangeiras dos 17 empreendimentos de serviços de receptivo da Vila de Itaúnas, com base nos dados coletados.



O gráfico abaixo apresenta a distribuição das línguas estrangeiras mencionadas:



A análise revela que, dos 17 empreendimentos de serviços de receptivo, apenas 3 (17,65%) informaram oferecer atendimento em pelo menos uma língua

estrangeira (Inglês ou Espanhol). Em contrapartida, 14 estabelecimentos (82,35%) não disponibilizam tal serviço.

Este dado indica que a vasta maioria dos serviços de receptivo não possui uma capacidade formal de comunicação em idiomas estrangeiros, o que representa uma limitação crítica.

A capacidade de atendimento em línguas estrangeiras em um setor que lida diretamente com a orientação e acompanhamento de turistas, é um fator crucial para a experiência do visitante.

A análise da capacidade de atendimento em línguas estrangeiras nos receptivos de Itaúnas indica seu alcance em mercados turísticos específicos:

MERCADO SUL-AMERICANO Espanhol

A oferta de atendimento em Espanhol por 2 estabelecimentos, correspondendo a 11,76% do total, é um percentual extremamente baixo para a atração de turistas da Argentina, Uruguai e Chile. Estes países representam um mercado estratégico para Itaúnas, dada a proximidade geográfica e a afinidade com os atrativos locais. A ínfima cobertura em Espanhol no setor de receptivo indica uma subutilização severa do potencial de mercado e pode inviabilizar a experiência desses visitantes, que dependem da comunicação em seu idioma nativo para a contratação e fruição dos serviços. A ampliação urgente da oferta de Espanhol é fundamental para fortalecer a acessibilidade e o acolhimento a esses mercados.

MERCADO GLOBAL Inglês

O Inglês, reconhecido como a língua franca global no turismo, é oferecido por apenas 1 estabelecimento, representando 5,88% do total. Este percentual é considerado criticamente baixo para um destino que busca atrair turistas da Europa, América do Norte e outras nacionalidades. A ausência quase total de proficiência em Inglês no setor de receptivo impacta negativamente a experiência de turistas internacionais, limitando severamente a compreensão de roteiros, informações de segurança e a interação geral com os serviços. A ampliação da oferta de Inglês é estratégica e urgente para maximizar o potencial de atração de um público global diversificado e reforçar a imagem de profissionalismo do destino.

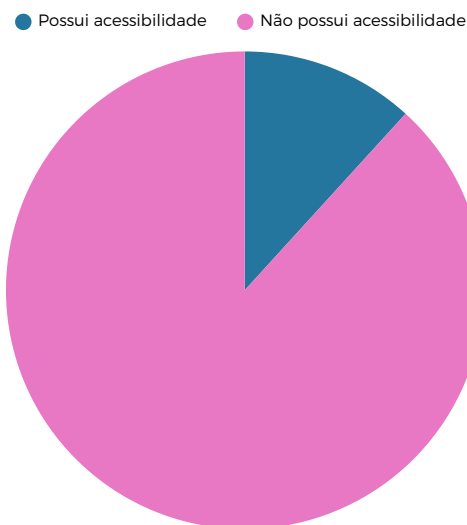
Em síntese, o setor de serviços de receptivo da Vila de Itaúnas demonstra uma capacidade extremamente limitada de atendimento em línguas estrangeiras, com a grande maioria dos estabelecimentos sem oferta formal.

Os percentuais de atendimento em Espanhol e Inglês são alarmantemente baixos, indicando uma necessidade premente e urgente de programas de capacitação linguística para os colaboradores.

Tais ações são cruciais para melhorar a experiência do turista internacional, expandir o alcance de mercado e alinhar o setor aos objetivos de desenvolvimento do turismo responsável na Vila de Itaúnas.

ACESSIBILIDADE

A análise da acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida revela a lacuna muito crítica identificada no levantamento dos serviços receptivos.



A análise revela que, dos 17 empreendimentos de serviços de receptivo, apenas 2 (11,76%) informam oferecer serviços acessíveis para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Em contrapartida, 15 estabelecimentos (88,24%) declaram não possuir tais facilidades.

A vasta maioria dos empreendimentos de receptivo da Vila de Itaúnas não está preparada para atender turistas com deficiência ou mobilidade reduzida – uma deficiência crítica que compromete tanto a inclusão quanto a imagem do destino. As lacunas são transversais a toda a oferta: trilhas sem percursos adaptados ou sinalização tátil; passeios de canoa sem assistência para embarque e sem embarcações adaptadas; quadriciclos em crescimento, mas sem veículos ou protocolos específicos para esse público; e experiências culturais inacessíveis pela ausência de rotas adaptadas e materiais em formatos inclusivos.

A resposta exige um programa que atue em quatro frentes simultâneas:

- **Atitudinal:** capacitar guias, recepcionistas e operadores para atender pessoas com diferentes condições elimina barreiras antes mesmo de qualquer adaptação física.
- **Arquitetônica:** banheiros, recepções e pontos de embarque adequados à NBR 9050 ampliam o acesso de imediato.
- **Tecnologias assistivas:** cadeiras anfíbias, roteiros com mediação sensorial, abrem a natureza de Itaúnas a públicos hoje excluídos.

CONCLUSÃO

Itaúnas apresenta uma base turística relativamente consolidada, coerente com um território de pequena escala e vocação para natureza, cultura e bem-estar. A hospedagem está bem estruturada em conforto, conectividade e capacidade, com um perfil de pousadas familiares que favorece experiências personalizadas e maior controle de impactos.

Essa base, porém, ainda não se converteu em estratégia integrada de sustentabilidade – as lacunas em acessibilidade, qualificação em idiomas, segurança nas atividades de natureza e integração com as cadeias produtivas locais indicam um destino ainda em transição entre a oferta básica de serviços e um posicionamento efetivo como destino responsável.

A hospedagem apresenta maturidade nas facilidades básicas e incorpora, pontualmente, espaços de lazer, bem-estar e trabalho remoto – mas sem coerência territorial. Na oferta de atividades, predominam trilhas e deslocamentos motorizados; gastronomia, cultura e roteiros pedagógicos seguem subrepresentados. Itaúnas responde à demanda espontânea por ecoturismo, mas ainda não traduz seu potencial em interpretação ambiental, vínculos com a pesca artesanal, o forró e as dinâmicas socioculturais que poderiam posicioná-la no turismo de base comunitária e regenerativo.

A acessibilidade é o principal ponto crítico entre a oferta atual e o padrão esperado de um destino responsável. Barreiras físicas – ausência de rampas, banheiros adaptados e interfaces acessíveis – persistem tanto nas

hospedagens e restaurantes quanto no receptivo e no entorno urbano. A fragilidade compromete a dimensão ética da inclusão, o alinhamento com marcos legais e a competitividade junto a operadoras que já adotam acessibilidade como critério de certificação. O diagnóstico indica estágio inicial, com poucos exemplos positivos e amplo espaço para evolução.

Parte dos meios de hospedagem já atende em pelo menos um idioma estrangeiro, sinalizando uma base mínima para acolhimento de fluxos externos. O quadro, porém, é crítico nos setores de alimentos e bebidas e receptivo, onde a presença de idiomas estrangeiros é muito reduzida. O resultado prático é que o visitante internacional encontra barreiras justamente nos momentos mais sensíveis – gastronomia, contratação de passeios e experiências interpretativas.

Para um destino de turismo responsável, a comunicação multilíngue é pré-requisito para transmitir informações de segurança, normas de visitação em áreas sensíveis e mensagens de conservação – dimensões ainda incipientes na oferta atual.

O setor de alimentos e bebidas ocupa um patamar intermediário: já incorpora opções vegetarianas, veganas e experiências multissensoriais com conexão ao território, demonstrando sensibilidade a perfis contemporâneos de visitantes. Ainda faltam, porém, cardápios em outros idiomas e formatos acessíveis, e uma cozinha identitária estruturada – articulada com a pesca artesanal, os ingredientes locais e a cultura do forró – que posicione a gastronomia como vetor

de inclusão e fortalecimento das cadeias produtivas locais.

O receptivo é o elo mais vulnerável da cadeia de serviços. A predominância de passeios motorizados com baixa formalização, poucos protocolos de segurança e quase nenhuma referência a normas técnicas internacionais revela um modelo baseado na informalidade. Embora existam condutores com formação específica, o quadro predominante está distante de um sistema de gestão de risco rastreável e transparente. Isso compromete o atendimento a grupos escolares e operadores especializados, e aumenta a exposição a incidentes — especialmente sensível em ambientes dinâmicos como dunas, margens de rio e zonas costeiras.

Itaúnas já opera com um mosaico de atividades que abrange trilhas, canoa, observação de fauna e flora, forró, vivências gastronômicas e visitas a comunidades — elementos suficientes para um posicionamento sólido em ecoturismo e turismo de base comunitária.

O problema está na estrutura: as experiências permanecem fragmentadas, com baixa densidade interpretativa e participação comunitária pouco formalizada. O destino acumula possibilidades, mas ainda não as converteu em um produto articulado, com narrativa clara e mecanismos explícitos para mitigar impactos e valorizar saberes locais como a pesca artesanal e as manifestações culturais enraizadas.

Itaúnas está bem alinhada a tendências de turismo de baixa escala, experiências ao ar livre, cultura viva e alimentação com

adequação dietética. Funciona bem para públicos acostumados com vilas de praia e unidades de conservação, sem exigências específicas de acessibilidade, idiomas ou certificações. A transição para segmentos mais exigentes — grupos educativos, turistas internacionais, operadores especializados e agendas ESG — exige menos expansão quantitativa e mais qualificação qualitativa, com coerência entre discurso e prática, formalização de procedimentos e integração entre hospedagem, alimentação e receptivo.

Três movimentos estruturantes emergem como prioridades. A acessibilidade deve deixar de ser exceção e tornar-se diretriz obrigatória de adequação gradual, combinando melhorias em estruturas privadas, espaço público e sinalização. A qualificação em línguas estrangeiras precisa ser organizada de forma contínua para profissionais de hospedagem, alimentação e receptivo, sempre associada à transmissão de mensagens de segurança e conservação. E os operadores de receptivo devem implementar progressivamente protocolos de segurança, documentação de riscos e planos de emergência com base nas normas técnicas já consolidadas no setor.

Os resultados decorrem de pesquisa amostral com base em autoavaliações, oferecendo um retrato consistente, mas não exaustivo. Na hospedagem, a cobertura dos meios formalizados (66) confere boa representatividade. No receptivo, o levantamento se aproxima do universo de operadores em atividade. No setor de alimentos e bebidas, a amostra é mais restrita, indicando tendências e lacunas, não a totalidade da oferta.

Por se tratar de dados autodeclarados, aspectos como acessibilidade, segurança e práticas ambientais devem ser aprofundados na Fase 2 do PROTURES, com visitas técnicas e observação direta em campo.

Mais do que ampliar o número de atividades, a estratégia mais consistente para Itaúnas é aprofundar a qualidade das experiências já existentes. Isso passa pela integração entre hospedagem, alimentação e receptivo – hoje operando como ilhas isoladas – em uma oferta coerente e articulada.

Roteiros que conectem trilhas interpretativas, vivências gastronômicas com insumos locais, oficinas de forró, visitas a comunidades e educação ambiental sobre temas como a pesca artesanal e as dinâmicas ecológicas do território são caminhos concretos nessa direção. Cada experiência deve ser amparada por critérios claros de segurança, sustentabilidade, inclusão e valorização cultural.

O processo precisa ser continuamente monitorado com indicadores qualitativos e quantitativos, permitindo ajustar rotas, valorizar boas práticas já existentes e transformar o diagnóstico inicial em um ciclo permanente de aperfeiçoamento – alinhado às tendências internacionais sem perder a singularidade que define Itaúnas.



REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ALBINO, J.; GIRARDI, G.; NASCIMENTO, K. A. do. Espírito Santo. In: MUEHE, D. (org.). **Erosão e progradação do litoral brasileiro**. Brasília: MMA, 2006. p. 227-264.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Decreto nº 4.967-E, de 8 de novembro de 1991. Cria o Parque Estadual de Itaúnas e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado do Espírito Santo**, Vitória, nov. 1991.

ESPÍRITO SANTO (Estado). Lei nº 10.094, de 15 de outubro de 2013. Estabelece normas para a utilização pública dos Parques Estaduais. **Diário Oficial do Estado do Espírito Santo**, Vitória, 16 out. 2013.

ICMBio. **Rol de Oportunidades de Visitação em Unidades de Conservação (ROVUC)**. Brasília: ICMBio, 2023.

IEMA. **Regimento Interno do Conselho do Parque Estadual de Itaúnas (CONPEI)**. [S. l.]: IEMA, [ano?].

INCAPER. **Programa de Assistência Técnica e Extensão Rural (PROATER) 2020-2023**: Conceição da Barra. Conceição da Barra: Incaper, 2020.

MAC CORD, D.; EY CONSULTORIA. **Programa de Desenvolvimento Sustentável das Unidades de Conservação do Estado do Espírito Santo (PEDUC)**. Vitória: SEAMA, 2024

MORAES, W. V. **Análise do ordenamento dos atrativos de turismo de base comunitária no território da Serra do Brigadeiro – MG**. 2011. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2011.

OLIVEIRA JUNIOR, A. P. de. **Vila de Itaúnas: qualificação urbana frente às melhorias de seu acesso viário**. Vitória: Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), 2022. 67 p. (Nota Técnica, 66).

SANTOS, C. F. S. dos; MOREIRA, S. M. Análise do índice de atratividade turística das unidades de conservação do programa de concessões de parques estaduais de Minas Gerais. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 33, n. 2, p. 364-382, maio/ago. 2022.

SOUSA, T. do V. S. B.; THAPA, B.; CASTRO, E. V. de. **Índice de atratividade turística das unidades de conservação brasileiras**. Brasília: ICMBio, [2019].

TONELA, F. V. (coord.). **Plano de Manejo do Parque Estadual de Itaúnas**. Conceição da Barra: IEMA, 2025.

VICHI CONSULTORIA; PARQUE ESTADUAL DE ITAÚNAS. **Cartilha Parque Estadual de Itaúnas**. Conceição da Barra: Vichi Consultoria/PEI, [s. d.].

GESTÃO DA SEGURANÇA | EXPERIÊNCIAS SUSTENTÁVEIS | EDUCAÇÃO AO AR LIVRE | TURISMO ESG



SEU PASSO CONECTADO AO PRÓXIMO

CONECTE-SE

**Transformando o Turismo de Natureza em uma
ferramenta de Responsabilidade Socioambiental**

Espírito Santo | Brasil

@subhikebrasil



REALIZAÇÃO



APOIO



EXECUÇÃO



