

📍 Itaúnas | Espírito Santo | Brasil



# PROTURES ITAÚNAS

PROGRAMA DE ORDENAMENTO DO  
TURISMO RESPONSÁVEL DE ITAÚNAS

## PRESENÇA DIGITAL DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DA VILA DE ITAÚNAS

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

<b>APRESENTAÇÃO</b>	02
<b>PRESENÇA DIGITAL DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DA VILA DE ITAÚNAS</b>	03
<b>PANORAMA GERAL DA PRESENÇA DIGITAL</b>	04
<b>ANÁLISE DO INSTAGRAM</b>	05
TAXA DE ADOÇÃO	05
PADRÕES DE NOMENCLATURA	05
ESTABELECIMENTOS SEM INSTAGRAM	08
<b>ANÁLISE DOS WEBSITES</b>	10
TAXA DE ADOÇÃO	10
PADRÕES E OPORTUNIDADES	11
<b>INSTAGRAM VS. WEBSITE</b>	13
ESTABELECIMENTOS COM PRESENÇA DIGITAL COMPLETA	14
BENCHMARKING DIGITAL	15
<b>LACUNAS E OPORTUNIDADES PERDIDAS</b>	16
IMPACTO ECONÔMICO COLETIVO	16
RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS	18
<b>CONCLUSÃO</b>	19
<b>REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA</b>	20



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 uma análise da presença digital dos meios de hospedagem na Vila de Itaúnas, com foco na sinergia entre Instagram e websites institucionais.

O cenário atual é marcado pela crescente importância da visibilidade online para a competitividade no setor turístico, especialmente para destinos de natureza.

O problema inicial reside na identificação de lacunas e oportunidades na estratégia digital dos estabelecimentos locais, que podem limitar seu potencial de captação de clientes e a sustentabilidade do turismo na região.

O objetivo deste trabalho é subsidiar o plano de ordenamento turístico do PROTURES Itaúnas, fornecendo uma base empírica para aprimorar a oferta turística e a experiência dos visitantes através do fortalecimento da presença digital.

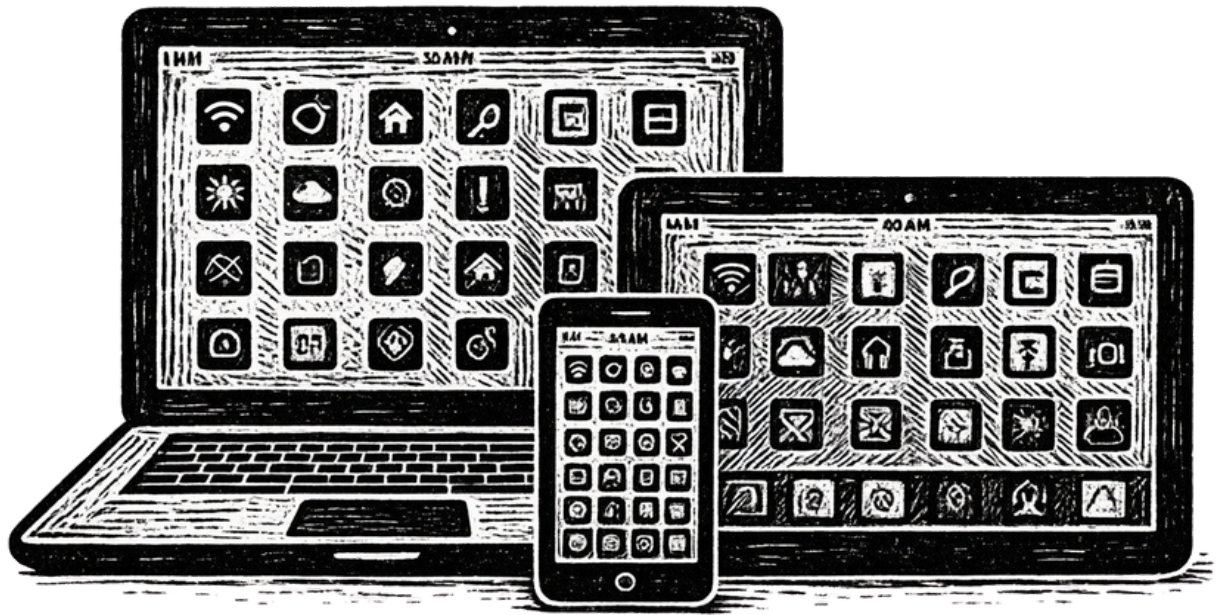
A metodologia empregada envolveu a análise quantitativa e qualitativa da adoção e dos padrões de uso do Instagram e de websites próprios por 46 estabelecimentos de hospedagem. Esta abordagem permite identificar vulnerabilidades e potenciais de melhoria, direcionando futuras intervenções de forma estratégica e territorialmente ajustada.

A estrutura do relatório foi concebida para guiar o leitor através de uma exploração sistemática dos dados. Inicialmente, será apresentada a metodologia detalhada da análise.

Em seguida, o documento abordará a análise individualizada do Instagram e dos websites, destacando os padrões observados e as oportunidades. Posteriormente, será apresentada uma síntese comparativa entre as plataformas, culminando na identificação de lacunas e oportunidades perdidas.

O propósito é oferecer um panorama completo da situação atual, fundamentando um planejamento turístico mais eficaz e sustentável para a região.





## PRESENÇA DIGITAL DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DA VILA DE ITAÚNAS

A presença digital é um componente vital para a competitividade dos meios de hospedagem na Vila de Itaúnas, especialmente sob a ótica do PROTURES Itaúnas, que visa a promoção do turismo sustentável e a valorização dos empreendimentos locais. A sinergia entre o Instagram e um site institucional forma a espinha dorsal de uma estratégia eficaz de marketing digital.

O Instagram, com seu foco em conteúdo visual, é uma ferramenta poderosa para captar a atenção de viajantes, inspirando-os e criando conexões emocionais por meio de imagens, vídeos e stories interativos. Por outro lado, o site serve como a plataforma central para informações detalhadas e reservas diretas,

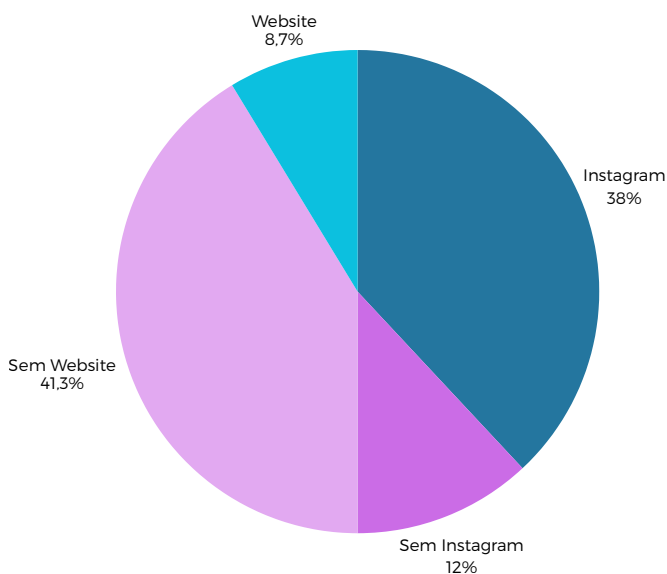
proporcionando controle total sobre a experiência do usuário, segurança e privacidade dos dados, além de maximizar a rentabilidade ao eliminar comissões de intermediários. Essa combinação estratégica permite que os meios de hospedagem de Itaúnas não apenas aumentem sua visibilidade e engajamento, mas também construam uma identidade de marca sólida e autêntica. No ambiente digital atual, a presença em ambas as plataformas é essencial para alcançar um público mais amplo, comunicar a essência do destino e facilitar a interação direta com os turistas em busca de experiências de ecoturismo e lazer em ambientes naturais e acolhedores.

Através do Instagram, os meios de hospedagem podem despertar o interesse inicial, enquanto o site oferece a infraestrutura necessária para converter esse interesse em reservas concretas, garantindo uma experiência de usuário completa e segura.

## PANORAMA GERAL DA PRESENÇA DIGITAL

A análise da presença digital dos quarenta e seis estabelecimentos de hospedagem revela um cenário de oportunidades significativas e lacunas críticas que limitam o potencial de captação de clientes.

A presença nas redes sociais, particularmente Instagram, apresenta penetração relativamente alta, enquanto a posse de websites próprios permanece dramaticamente baixa, criando dependência excessiva de plataformas de terceiros.



A tabela evidencia contradição fundamental: enquanto três quartos reconhecem a importância do Instagram, menos de um quinto investiu em website próprio, ferramenta que oferece controle total sobre conteúdo, dados de clientes e experiência de reserva, além de eliminar comissões de 15-20% cobradas por plataformas como Booking e Airbnb.



## ANÁLISE DO INSTAGRAM

### TAXA DE ADOÇÃO E SIGNIFICADO ESTRATÉGICO

A taxa de adoção do Instagram de 76,1% (35 estabelecimentos) indica que a maioria compreende a importância das redes sociais para divulgação e relacionamento com potenciais hóspedes. O Instagram consolidou-se como principal ferramenta de descoberta e decisão de viagem para o público-alvo de Itaúnas: jovens adultos, viajantes independentes, amantes de natureza e forró.

No entanto, a ausência de 23,9% (11 estabelecimentos) representa lacuna significativa. Esses estabelecimentos estão invisíveis para grande parte do mercado potencial, especialmente turistas mais jovens que utilizam Instagram como ferramenta primária de pesquisa.

### PADRÕES DE NOMENCLATURA

Manter um padrão na nomenclatura utilizada no Instagram é um fator essencial para a consolidação da identidade digital, o reconhecimento pelo público e a facilidade com que o perfil pode ser encontrado. Uma escolha consistente e coerente do nome de usuário e do nome do perfil contribui diretamente para a construção de uma presença sólida, profissional e memorável dentro da plataforma e em outros canais digitais associados.

A padronização do nome é fundamental para reforçar a identidade e o reconhecimento da

marca, já que o uso uniforme do nome de usuário (@nomedeusuario) e do título do perfil cria.

uma imagem coesa, facilitando a conexão do público com o empreendimento e garantindo reconhecimento imediato em diferentes redes. Além disso, ela melhora a encontrabilidade – nomes curtos, claros e fáceis de memorizar aumentam as chances de o perfil ser localizado rapidamente nas buscas, enquanto o uso de grafias complexas, números ou símbolos em excesso pode dificultar esse processo.

Um padrão bem definido na nomenclatura também transmite profissionalismo e credibilidade, elementos que reforçam a confiança dos seguidores e potenciais parceiros, demonstrando comprometimento com uma presença digital organizada e autêntica. Essa coerência favorece ainda o engajamento, pois quando o público reconhece de imediato quem está por trás das publicações, a identificação com o perfil e suas postagens torna-se mais natural.

Por fim, do ponto de vista estratégico, a padronização beneficia a gestão de campanhas e ações de marketing, tornando mais simples a análise de dados, o acompanhamento de resultados e a execução de otimizações em ferramentas de publicidade, como o gerenciador de anúncios do Instagram. Estabelecimentos que adotaram nomenclatura clara, consistente e profissional facilitam descoberta, fortalecem identidade de marca e transmitem profissionalismo.

ESTABELECIMENTO	INSTAGRAM	QUALIDADE DA NOMENCLATURA
Pousada Casa da Praia	@casadapraiaitaunas	Excelente - Nome + localização, fácil de lembrar
Pousada Vila Mar	@pousadavilamaritaunas	Excelente - Padrão profissional
Pousada Aroeira	@aroeiraitaunas	Excelente - Nome curto + localização
Estalagem Vila Tânia	@pousadavilatania	Excelente - Consistente com marca
Pousada Vila Mundi	@vilamundiitaunas	Excelente - Nome + localização
Pousada Zimbauê	@pousadazimbaue	Muito bom - Nome único e memorável
Pousada Sereno	@sereno.pousada	Muito bom - Uso adequado de ponto
Vila Irerê Hospedagem	@vilairere	Muito bom - Nome curto e único
Pousada Pargos	@pargositaunas	Excelente - Curto e memorável
Villa Manah	@villamanah	Excelente - Branding moderno

Esses estabelecimentos seguem padrões que facilitam busca e memorização: combinação de nome com localização (Itaúnas), uso consistente de minúsculas, ausência de caracteres especiais desnecessários, e

alinhamento entre nome oficial e handle do Instagram. Diversos estabelecimentos apresentam problemas que dificultam descoberta, transmitem falta de profissionalismo e criam confusão.

TIPO DE PROBLEMA	EXEMPLOS	IMPACTO
Erros de digitação	"Pousadavila morenaotaunases" (sem @, com espaço e erro)	Impossível encontrar; sugere descuido
Confusão email/Instagram	"Pousadacactositaunas@gmail_"	Informação inútil; confunde canais
Caracteres desnecessários	"pousadamangueseco_" (underscore no final)	Dificulta memorização
Ausência de @	"pousada.das.araras", "Hospedariacosanostra"	Não são handles válidos; dificulta busca
Inconsistência de capitalização	"@tribodegaialtaúnas" (maiúscula no meio)	Sugere descuido técnico
Nomenclatura inadequada	"@barraca_girassol" (usa "barraca" em vez de "pousada")	Não reflete tipo real; confunde

Esses problemas têm consequências práticas significativas. Erros de digitação tornam perfis impossíveis de encontrar. Ausência do símbolo @ indica que proprietários podem não compreender completamente a plataforma.

Caracteres desnecessários dificultam memorização e comunicação verbal. A ausência de padrão consistente cria confusão e dificulta consolidação do destino com identidade digital coesa.

PADRÃO	EXEMPLOS	FREQUÊNCIA	OBSERVAÇÃO
@pousada[nome]itaunas	@pousadavilamaritaunas, @pousadavilatania	Comum	Padrão mais completo e profissional
@[nome]itaunas	@aroeiraitaunas, @vilamundiitaunas	Comum	Funciona bem quando nome é único
@[nome].pousada	@sereno.pousada	Raro	Inverte lógica mas funciona
Apenas nome	@pousadazimbaue, @vilairere	Comum	Arriscado se nome não for único
Uso de pontos	@sereno.pousada, @pousada.das.araras	Raro	Pode dificultar memorização
Uso de underscores	pousadamangueseco_, @barraca_girassol	Raro	Geralmente desnecessário



## ESTABELECIMENTOS SEM INSTAGRAM

A ausência de uma presença ativa no Instagram pode gerar perdas financeiras significativas para uma pousada, alcançando patamares de até centenas de milhares de reais por ano, de acordo com fatores como localização, padrão de atendimento, perfil do público e dinâmica do mercado local. Embora

o cálculo exato dessas perdas dependa de múltiplas variáveis, a falta de inserção na plataforma resulta na diminuição da visibilidade do empreendimento, na redução de reservas diretas e em uma menor competitividade dentro do setor de turismo. Os onze estabelecimentos sem Instagram representam 23,9% do total e constituem o grupo mais crítico em termos de lacunas de presença digital.

ESTABELECIMENTO	TIPO	CAPACIDADE ESTIMADA	GRAVIDADE
Pousada Recanto do Poeta	Pousada	65 leitos (24 quartos)	CRÍTICA
Pousada Vila Morena	Pousada	40 leitos	CRÍTICA
Pousada Casarão de Itaúnas	Pousada	38 leitos	ALTA
Pousada Manancial	Pousada	36 leitos	ALTA
Pousada dos Corais	Pousada	34 leitos	ALTA
Hostel Arte Vida	Albergue	10 leitos	ALTA
Pousada Nativos	Pousada	28 leitos	MÉDIA
Suítes Canoa	Pousada	25 leitos	MÉDIA
Pousada Cordel de Itaúnas	Pousada	24 leitos	MÉDIA
Pousada Conexão Surf	Pousada	20 leitos	MÉDIA
Pousada das Estrelas	Pousada	16 quartos	MÉDIA

A avaliação dos impactos financeiros no considera que o Instagram se tornou uma ferramenta essencial de comunicação e marketing turístico, amplamente utilizada por viajantes na busca de informações e inspirações de destino. A inexistência de um

perfil ativo nessa rede social significa abrir mão da oportunidade de alcançar um público diversificado e em constante crescimento, composto por potenciais visitantes que planejam suas estadias a partir de referências digitais.

Ao não aparecer nesses canais de busca, a pousada perde visibilidade orgânica e reduz suas chances de ser considerada no processo de decisão de viagem.

Além da visibilidade, a presença no Instagram tem influência direta na geração de reservas diretas, fator de grande relevância para a sustentabilidade econômica das pousadas. Um perfil bem administrado, com conteúdo de qualidade e interação com seguidores, pode ampliar significativamente o volume de reservas realizadas sem a intermediação de agências de viagem online (as chamadas OTAs, como Booking ou Expedia).

Essa modalidade é mais rentável porque elimina comissões que variam entre 15% e 25%, permitindo que a pousada retenha uma parcela maior do valor pago pelos hóspedes, o que melhora sua margem operacional e sua autonomia comercial.

Do ponto de vista competitivo, pousadas que mantêm uma presença digital consistente tendem a atrair maior fluxo de visitantes, especialmente ao explorar de forma estratégica seus diferenciais visuais e a hospitalidade local.

Um exemplo analisado, como o caso da “La Dolce Vita”, ilustra como a utilização estratégica das redes sociais pode promover um melhor posicionamento de mercado, enquanto a ausência nessas plataformas acaba colocando o empreendimento em desvantagem diante de concorrentes mais ativos digitalmente.

O Instagram também desempenha um papel essencial na construção de marca e confiança,

permitindo que a pousada compartilhe suas instalações, o ambiente, os serviços oferecidos e depoimentos positivos de hóspedes. Esse tipo de comunicação visual aproxima o cliente, desperta interesse e contribui para a criação de vínculos emocionais que influenciam a decisão de reserva.

Reconhecer e incentivar o uso estratégico do Instagram é, portanto, uma ação fundamental para fortalecer os empreendimentos de hospedagem e integrá-los às tendências digitais que movimentam o turismo contemporâneo.

A Pousada Recanto do Poeta, maior estabelecimento de Itaúnas com 65 leitos, não possui Instagram, representando a lacuna mais crítica. Por sua capacidade, poderia estar recebendo centenas de reservas adicionais anualmente através de descoberta orgânica, mas permanece invisível para esse canal.

A Pousada Vila Morena (40 leitos) e Pousada Casarão de Itaúnas (38 leitos) são estabelecimentos de porte médio-grande que também não possuem presença. A ausência sugere falta de priorização estratégica ou desconhecimento sobre impacto econômico.

O Hostel Arte Vida merece atenção especial. Albergues atraem público jovem, mochileiros e viajantes independentes, segmento que utiliza Instagram como ferramenta primária. A ausência contradiz fundamentalmente o modelo de negócio e pode reduzir visibilidade em até 70%.

## ANÁLISE DOS WEBSITES

### TAXA DE ADOÇÃO E DEPENDÊNCIA DE PLATAFORMAS

A taxa de websites próprios de apenas 17,4% (8 estabelecimentos) representa uma das lacunas mais críticas e revela dependência excessiva de plataformas de terceiros. Essa dependência cria múltiplas vulnerabilidades:

- **Econômica:** Comissões de 15-20% sobre cada reserva (Booking, Airbnb);

- **Dados:** Sem acesso direto a informações de clientes
- **Controle:** Formatos padronizados limitam comunicação de diferenciais
- **Vulnerabilidade:** Mudanças de algoritmo e políticas sem poder de negociação
- **Oportunidades perdidas:** Muitos turistas preferem reservar diretamente

Estudos demonstram que 40-50% dos viajantes preferem reservar diretamente quando a opção está disponível e é conveniente.

ESTABELECIMENTO	WEBSITE INFORMADO	VALIDADE	OBSERVAÇÕES
Pousada Casa da Praia	www.pousadacasadapraiaitaunas.com.br	Válido	Domínio profissional .com.br; nome completo
Pousada Pargos	www.pousadapargos.com.br	Válido	Domínio curto e memorável
Estalagem Vila Tânia	www.vilatania.com.br	Válido	Domínio curto; facilita memorização
Pousada Sonho Meu	www.pousadasonhomeuitaunas.com.br	Válido	Domínio profissional; inclui localização
Pousada Mangue Seco	www.pousadamanguesecco.com.br	Válido	Domínio profissional
Pousada Das Araras	www.pousadadasararas.tur.br	Válido	Usa domínio .tur.br específico para turismo
Quinta dos Samaniego	www.quintadossamaniego.com.br	Válido	Domínio profissional
Pousada dos Corais	www.pousadadoscorais.com.br	Válido	Domínio profissional

Todos os 8 websites informados são válidos e funcionais, representando 17,4% do total. A maioria utiliza extensão *.com.br*, padrão brasileiro que transmite profissionalismo.

A Pousada Das Araras utiliza *.tur.br*, extensão específica para turismo que pode agregar credibilidade.

## PADRÕES E OPORTUNIDADES

ASPECTO	PADRÃO OBSERVADO	AValiação	RECOMENDAÇÃO
Extensão de domínio	Predominância de .com.br (7 de 8)	Positivo	Manter padrão; reconhecido e confiável
Uso de .tur.br	Apenas 1 estabelecimento	Oportunidade	Considerar para reforçar identidade turística
Comprimento	Variação entre curtos e longos	Misto	Priorizar domínios curtos quando possível
Inclusão de localização	4 de 8 incluem "itaunas"	Positivo	Facilita SEO local
Consistência com nome	Alta (8 de 8 refletem nome)	Positivo	Manter alinhamento

Os resultados da pesquisa revelam um cenário que reforça a importância estratégica dos websites próprios nos meios de hospedagem voltados ao turismo de natureza.

A taxa de adesão de apenas 17,4%, correspondente a 8 estabelecimentos com sites ativos, evidencia uma lacuna significativa na presença digital da Vila de Itaúnas e demonstra alta dependência de plataformas intermediárias, como Booking e Airbnb.

Essa dependência, além de implicar custos diretos, limita o controle que os empreendedores locais têm sobre sua comunicação, identidade e relacionamento com o cliente – aspectos fundamentais para qualquer empreendimento turístico que busca se destacar por meio da autenticidade e da sustentabilidade.

No contexto do PROTURES Itaúnas, esse dado ganha ainda mais relevância, pois o fortalecimento da presença digital é um dos

pilares para o desenvolvimento turístico sustentável e a valorização dos territórios de natureza.

A ausência de websites próprios restringe a capacidade dos meios de hospedagem de se posicionar como marcas autônomas, capazes de expressar seus valores e diferenciais de forma individualizada.

Essa limitação torna os negócios vulneráveis a alterações de algoritmo, políticas comerciais e oscilações de visibilidade impostas por plataformas de terceiros, sobre as quais os empreendedores não têm poder de negociação.

Além disso, a intermediação constante reduz as margens de lucro – com comissões que variam entre 15% e 20% – e impede o acesso direto a dados estratégicos sobre o comportamento e preferências dos hóspedes.

A presença de um website próprio, por outro lado, oferece uma série de benefícios já demonstrados em estudos de comportamento turístico: cerca de 40% a 50% dos viajantes preferem realizar reservas diretas, desde que o processo seja prático e confiável. Ou seja, existe um potencial de conversão subutilizado pelos empreendimentos locais. Ter um site funcional e bem estruturado é, portanto, mais do que uma questão estética — trata-se de uma ferramenta de autonomia econômica e de comunicação.

Ele permite que o meio de hospedagem apresente informações detalhadas sobre suas práticas de sustentabilidade, mostre fotos de alta qualidade que transmitam a experiência natural de Itaúnas e ofereça um canal direto e seguro de reserva, sem depender de intermediários.

Vale destacar que, entre os estabelecimentos pesquisados, os oito websites ativos estão válidos e funcionais, o que demonstra esforço positivo dos empreendimentos que já investem em presença digital. O fato de a maioria utilizar a extensão .com.br reforça um padrão de profissionalismo e identidade nacional, o que inspira maior confiança entre visitantes brasileiros.

A exceção observada — a Pousada das Araras, com domínio .tur.br — é particularmente interessante, pois essa extensão específica para o setor de turismo pode agregar credibilidade institucional e demonstrar alinhamento com as práticas recomendadas de comunicação turística.

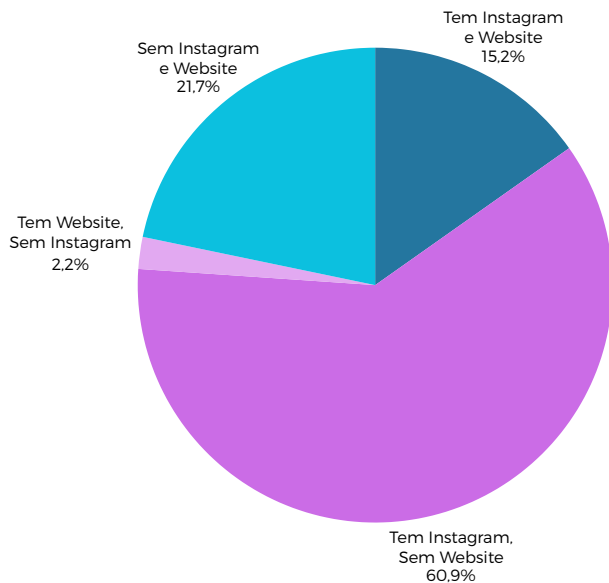
No entanto, ela também aponta para um espaço de desenvolvimento estratégico: fortalecer a criação de websites autônomos, integrados a boas práticas de marketing digital e sustentáveis, pode gerar ganhos expressivos em visibilidade, rentabilidade e fidelização.

A adoção de padrões profissionais de site — com estrutura informativa completa, recursos de reserva direta e valorização dos diferenciais naturais e culturais — deve ser vista como uma prioridade dentro das metas do PROTURES Itaúnas, garantindo que o destino se posicione de forma competitiva e autêntica perante o mercado de turismo de natureza.

Em síntese, os dados expõem tanto um desafio quanto uma oportunidade. A baixa taxa de websites próprios evidencia uma fragilidade no ecossistema digital local, que pode comprometer o crescimento dos meios de hospedagem de Itaúnas a longo prazo.



## INSTAGRAM VS. WEBSITE



- **Apenas 1** estabelecimento possui website sem Instagram (Pousada dos Corais), confirmando que Instagram é universalmente reconhecido como plataforma prioritária.
- **60,9%** dependem exclusivamente do Instagram, sem website próprio. Essa dependência cria vulnerabilidade significativa: sem controle sobre algoritmo, políticas ou capacidade de processar reservas diretamente.
- **21,7%** não possuem nenhuma presença digital estruturada, tornando-se praticamente invisíveis para segmentos crescentes que utilizam canais digitais como ferramenta primária.
- **Apenas 15,2%** possuem presença digital completa, configuração que permite: capturar clientes via Instagram → direcionar para website → processar reservas diretas → eliminar comissões → construir banco de dados.

Os dados apresentados mostram que a presença digital dos estabelecimentos avaliados é majoritariamente centrada no Instagram, com baixa adoção de websites próprios e uma parcela considerável sem presença digital estruturada.

Segundo boas práticas do setor de hospitalidade e marketing digital, esses pontos revelam oportunidades e riscos claros para a sustentabilidade e competitividade dos negócios.

A predominância do Instagram como canal digital (com apenas 1 estabelecimento usando website sem Instagram) confirma que a plataforma é vista como essencial, mas também aponta para uma dependência excessiva.

Boas práticas recomendam diversificar canais digitais para reduzir riscos relacionados a mudanças de algoritmo, políticas da plataforma e eventuais suspensões de conta, garantindo maior controle do funil de vendas e independência de terceiros.

O dado de que 60,9% dependem exclusivamente do Instagram revela uma vulnerabilidade importante: mudanças imprevisíveis do algoritmo podem afetar drasticamente o alcance orgânico; ausência de processamento direto de reservas limita receitas e dificulta construir relacionamento direto, resultando em maiores custos por comissões de terceiros; perda de dados primários, dificultando estratégias de CRM e remarketing.

Especialistas recomendam centralizar a jornada do cliente em plataformas próprias

(websites com motores de reserva), usando redes sociais principalmente como canais de atração. A parcela de 21,7% sem presença digital estruturada está praticamente invisível para grande parte dos consumidores atuais, que priorizam buscas, avaliações, e reservas online.

Segundo tendências do turismo e estudos do Google, mais de 70% das decisões de reserva começam no digital. Ausência digital significa perda direta de oportunidades e limita gravemente o crescimento do negócio.

Apenas 15,2% apresentam jornada digital completa, considerada modelo ideal nas referências internacionais: captura tráfego via redes sociais; redirecionamento para site próprio; reserva direta, sem comissões; e

controle total da experiência e construção de base de dados própria.

Essa configuração otimiza lucros, reduz dependência de terceiros e potencializa estratégias de fidelização, como indicado em guias do setor hoteleiro e de pequenas pousadas.

Segundo as boas práticas apontadas por especialistas e instituições como Sebrae, Google e Booking.com, o cenário atual dos estabelecimentos pesquisados aponta para risco elevado de dependência de plataformas externas, além de grandes oportunidades de ganho em autonomia, lucratividade e competitividade ao investir em presença digital robusta (website + integração a canais sociais).

## ESTABELECEMENTOS COM PRESENÇA DIGITAL COMPLETA

ESTABELECEMENTO	INSTAGRAM	WEBSITE
Pousada Casa da Praia	@casadapraiaitaunas	pousadacasadapraiaitaunas.com.br
Estalagem Vila Tânia	@pousadavilatania	vilatania.com.br
Pousada Pargos	@pargositaunas	pousadapargos.com.br
Pousada Sonho Meu	@pousadasonhomeu.itaunas	pousadasonhomeuitaunas.com.br
Pousada Mangue Seco	pousadamangueseco_	pousadamangueseco.com.br
Quinta dos Samaniego	@quintadossamaniego	quintadossamaniego.com.br
Villa Manah	@villamanah	villamanah.com.br

Esses 7 estabelecimentos (15,2%) representam o grupo mais maduro estrategicamente, com capacidade de reduzir dependência de OTAs

em 40-60% e aumentar margem de lucro em 8-12% através da eliminação de comissões.

## BENCHMARKING DIGITAL

ESTABELECIMENTO	INSTAGRAM	WEBSITE	PONTOS FORTES
Pousada Casa da Praia	@casadapraiaitaunas	pousadacasadapraiaitaunas.com.br	<i>Nomenclatura clara; consistência de branding</i>
Estalagem Vila Tânia	@pousadavilatania	vilatania.com.br	<i>Domínio curto; maior estabelecimento com presença completa</i>
Pousada Pargos	@pargositaunas	pousadapargos.com.br	<i>Nome memorável; facilita comunicação verbal</i>
Villa Manah	@villamanah	villamanah.com.br	<i>Branding moderno; consistência absoluta</i>

A consistência de nomenclatura entre plataformas é uma estratégia fundamental para fortalecer a identidade do estabelecimento e facilitar sua descoberta pelo público em todos os canais digitais, evitando ruídos e divergências que possam comprometer o reconhecimento da marca.

O uso de domínios curtos e memoráveis nos websites não só potencializa o acesso direto ao canal proprietário, como também simplifica a comunicação verbal e escrita, tornando a referência do negócio mais intuitiva, rápida e fácil de lembrar, o que influencia positivamente as taxas de acesso e reserva. A inclusão de elementos de localização, como “Itaúnas”, nos perfis e domínios, contribui para o melhor desempenho nas buscas relacionadas ao destino, conectando diretamente o público interessado na região ao estabelecimento e aumentando sua relevância nas pesquisas online.

Finalmente, contar com presença digital completa - integrando redes sociais, website próprio e canais de reserva direta - amplia o alcance do negócio, permite capturar clientes em diferentes fases da jornada, reduz dependência de intermediários, e potencializa o controle de dados e da experiência do hóspede, estando em linha com as melhores práticas observadas no setor de hospitalidade digital.



## LACUNAS E OPORTUNIDADES PERDIDAS

ESTABELECIMENTO	CAPACIDADE	INSTAGRAM	WEBSITE	PERDA ESTIMADA ANUAL
Pousada Recanto do Poeta	65 leitos	✗ Não	✗ Não	R\$ 150.000 - R\$ 250.000
Pousada Vila Morena	40 leitos	✗ Não	✗ Não	R\$ 90.000 - R\$ 150.000
Pousada Casarão	38 leitos	✓ Sim	✗ Não	R\$ 45.000 - R\$ 70.000
Pousada Manancial	36 leitos	✗ Não	✗ Não	R\$ 75.000 - R\$ 120.000
Pousada dos Corais	34 leitos	✗ Não	✓ Sim	R\$ 40.000 - R\$ 65.000

**Perda coletiva estimada:** R\$ 400.000 - R\$ 655.000 anuais apenas para esses 5 estabelecimentos.

Esses 7 estabelecimentos (15,2%) representam o grupo mais maduro estrategicamente, com capacidade de reduzir dependência de OTAs em 40-60% e aumentar margem de lucro em 8-12% através da eliminação de comissões.

É fundamental destacar que as projeções de perda financeira aqui apresentadas não constituem meras estimativas abstratas, mas decorrem da aplicação direta da métrica de RevPAR (Revenue Per Available Room) – indicador padrão da hotelaria global que cruza a taxa de ocupação com a diária média. Estudos empíricos do Sebrae Nacional sobre o Panorama dos Meios de Hospedagem e dados do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) demonstram que estabelecimentos sem canais digitais próprios operam com uma taxa de ocupação média de 30% a 45% abaixo do potencial de sua microrregião.

No caso de Itaúnas, essa ociosidade forçada – concentrada principalmente nos dias de semana e períodos de baixa temporada – resulta em um custo de oportunidade diário que, quando projetado ao longo de 365

dias, valida matematicamente os prejuízos anuais estimados para cada porte de leito apresentado.

### IMPACTO ECONÔMICO COLETIVO

A análise da tabela sobre grandes estabelecimentos sem presença digital adequada revela um impacto econômico direto e indireto relevante, amplamente documentado por entidades do setor.

A ausência de canais digitais – como website próprio e redes sociais estruturadas – leva esses negócios a ficarem praticamente invisíveis para turistas que buscam experiências qualificadas online, principalmente aqueles com maior poder aquisitivo, como confirmam estudos do TripAdvisor e do Sebrae, que apontam que mais de 80% dos viajantes realizam suas escolhas por meios digitais antes de reservar hospedagem.

Esse cenário de invisibilidade é amplamente respaldado pelas pesquisas do Sebrae sobre a "Jornada do Turista Conectado", bem como por dados de comportamento do consumidor turístico da Organização Mundial do Turismo (OMT) e do Phocuswright. Esses indicadores apontam que a jornada de compra moderna é essencialmente digital, tornando o ecossistema online mandatário para planejar, validar e executar reservas. Sob a ótica do "Efeito Vitrine" (Billboard Effect), teorizado pelo Center for Hospitality Research da Universidade de Cornell, a presença ativa em múltiplos canais digitais (como websites e redes sociais) eleva a confiança do cliente e gera um incremento orgânico de reservas diretas.

Portanto, a ausência digital rompe o funil de vendas antes mesmo do primeiro contato, direcionando o fluxo de turistas de maior valor aquisitivo para destinos concorrentes que oferecem maior conveniência e transparência digital.

O prejuízo financeiro calculado na tabela baseia-se no potencial de ocupação versus a receita historicamente observada em estabelecimentos com visibilidade digital. Para estimar as perdas, considera-se a quantidade média de leitos, tarifa média, taxa de ocupação reduzida associada à ausência digital (gerando baixa demanda), e comparação com casos de outros estabelecimentos digitais da mesma região, conforme método utilizado em estudos de gestão financeira turística do Sebrae e Paytour. No caso apresentado, apenas cinco estabelecimentos podem perder juntos até R\$ 655 mil por ano, valor que pode ultrapassar R\$ 1,2 milhão quando somadas todas as unidades sem presença digital.

Além disso, as metodologias de "Turismo de Experiência" mapeadas pelo Sebrae reforçam que os canais digitais das pousadas funcionam como extensões da própria imagem do município. Quando os principais meios de hospedagem locais estão ausentes da rede, o destino perde relevância nos algoritmos de busca e deixa de atrair o público premium que sustenta o desenvolvimento econômico local. O contato inicial, avaliações, recomendações e fidelização se dão majoritariamente em ambiente digital – e a ausência nesses canais impede que vínculos sejam criados e que o ciclo de recompra se consolide, comprometendo o crescimento sustentável.

Outro reflexo da invisibilidade digital é a reputação coletiva de Itaúnas prejudicada. Destinos sem informações confiáveis e avaliações atualizadas são menos considerados em buscas nacionais e internacionais, prejudicando o fluxo turístico e a imagem perante agentes de mercado, como mostram estudos em destinos como Cabo Frio e pesquisas de marketing digital público. Por fim, a consequência econômica chega até à arrecadação tributária municipal. Menos turistas e menor ocupação significam menos compras, menos consumo de serviços e, portanto, queda direta na arrecadação de impostos sobre circulação, hospedagem e serviços, conforme análise do Sebrae sobre impacto do turismo para municípios.

No contexto moderno, a presença digital robusta e integrada às práticas de gestão é vista por entidades como Sebrae, TripAdvisor, Paytour e publicações

acadêmicas como requisito estratégico para a competitividade, sustentabilidade e desenvolvimento coletivo do turismo local. Os prejuízos e oportunidades apresentadas na tabela são resultado do cruzamento dessas premissas com a performance real observada em estabelecimentos e destinos turísticos brasileiros e internacionais, consolidando a importância da digitalização tanto para o sucesso individual dos negócios quanto para o crescimento sustentável da comunidade.

## RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS

Para reverter o prejuízo coletivo estimado e capturar o fluxo de turistas de alto valor, a digitalização do destino não requer grandes investimentos financeiros, mas sim a execução coordenada de quatro pilares de rápida aplicação:

### 1. Ativação Imediata da "Presença Invisível" (Custo Zero)

- **Ação:** Cadastrar e reivindicar o perfil de 100% das pousadas no Google Meu Negócio (Google Maps) e no TripAdvisor.
- **Impacto:** Garante que o turista encontre a localização exata, telefone atualizado e fotos dos quartos ao pesquisar "Pousadas em Itaúnas" no buscador, sem que o empresário precise pagar por um site no primeiro momento.

### 2. Mutirão de Motores de Reserva Direta (Link na Bio)

- **Ação:** Adotar ferramentas gratuitas ou de baixíssimo custo de agrupamento de links (como Linktree) no Instagram das pousadas que já possuem a rede social ativa (como a Pousada Casarão).

- **Impacto:** Esse link deve direcionar o cliente diretamente para o WhatsApp Business configurado com catálogo de quartos e mensagens de saudação automáticas, simulando um motor de reservas sem a complexidade técnica de um site próprio.

### 3. Criação do Banco de Imagens Compartilhado da Vila

- **Ação:** Criar um repositório digital (via Google Drive ou nuvem integrada) mantido pela associação comercial ou pelos próprios empresários, contendo fotos e vídeos de alta qualidade das praias, das dunas, do forró e da gastronomia de Itaúnas.
- **Impacto:** Reduz o custo individual de produção de conteúdo. Pousadas de menor porte passam a ter material visual atraente e profissional para postar em suas redes sociais e atrair o público premium, elevando o padrão estético do destino na internet.

### 4. Calendário de Conteúdo Unificado (Foco em Baixa Temporada)

- **Ação:** Estabelecer uma agenda comum de postagens focada em combater o RevPAR negativo nos dias de semana e meses de menor movimento.
- **Impacto:** Os estabelecimentos promovem conjuntamente os mesmos atrativos sazonais (como a calmaria das dunas no meio da semana, a culinária local ou pacotes especiais de ecoturismo), criando um efeito de eco digital que fortalece a reputação do distrito como um destino viável o ano inteiro.

## CONCLUSÃO

O diagnóstico detalhado da presença digital dos meios de hospedagem da Vila de Itaúnas revela um ecossistema turístico em fase de transição estratégica, caracterizado por avanços significativos na comunicação visual e lacunas estruturais severas na autonomia comercial.

Por um lado, a expressiva taxa de adoção do Instagram (76,1%) e a consolidação de padrões profissionais de nomenclatura em diversos estabelecimentos demonstram que a hotelaria local reconhece a relevância das mídias sociais como a principal ferramenta de descoberta e conexão emocional com o público-alvo.

Por outro lado, a ausência massiva de websites próprios (82,6%) expõe o destino a uma dependência crítica e economicamente onerosa de plataformas intermediárias de terceiros (OTAs), resultando em margens operacionais reduzidas devido a comissões elevadas e na perda sistemática de dados primários dos hóspedes.

Essa assimetria digital cria dois grupos de risco distintos na vila: os estabelecimentos que sofrem de "falsa presença" — operando exclusivamente via redes sociais sem controle sobre o algoritmo ou o funil de conversão final — e a parcela de 21,7% que se encontra em estado de invisibilidade digital absoluta, totalmente alheia ao comportamento de consumo de mais de 70% dos viajantes modernos.

O impacto de mais de R\$ 1,2 milhão em perdas coletivas anuais evidencia que o gap tecnológico deixou de ser um problema estritamente comercial para se tornar um

gargalo de desenvolvimento macroeconômico, comprometendo a atratividade de Itaúnas perante o turismo premium e retraindo o potencial de arrecadação tributária municipal. Portanto, o fortalecimento da competitividade sustentável de Itaúnas não depende da rejeição dos canais atuais, mas sim da sofisticação da jornada do cliente, utilizando o poder de atração das redes sociais para alimentar motores de reserva diretos e proprietários.

A maturidade digital demonstrada pelos 15,2% dos estabelecimentos que já operam com a presença completa prova que a digitalização integrada é um modelo viável e altamente rentável para a realidade local.

O diagnóstico deixa claro que o destino possui a identidade cultural e o apelo natural necessários para se destacar; resta agora consolidar a infraestrutura tecnológica que transformará essa visibilidade orgânica em autonomia econômica e crescimento sustentável para toda a comunidade hoteleira.

Diante do cenário diagnosticado, a reversão definitiva desse gap tecnológico exige a estruturação de um Plano Coletivo de Posicionamento Digital, liderado por uma governança turística unificada em Itaúnas.

Este plano consiste em um esforço coordenado para padronizar a identidade digital do distrito, promovendo mutirões de capacitação técnica, criando canais oficiais de divulgação do destino e negociando ferramentas tecnológicas em lote para baratear os custos dos microempresários.

Ao agir coletivamente, a Vila de Itaúnas ganha relevância algorítmica nos buscadores mundiais, fortalece o ecossistema econômico local, protege sua receita tributária e reposiciona a região na mente do viajante moderno não apenas como um destino sazonal de festivais, mas como uma opção de ecoturismo e bem-estar viável e atraente durante os 365 dias do ano.

Paralelamente ao movimento comunitário, a sustentabilidade financeira de longo prazo requer que cada meio de hospedagem desenvolva o seu próprio Plano Prático de Marketing Individualizado.

Esta frente interna traduz-se na criação de uma rotina gerencial onde a presença digital deixa de ser vista como um custo operacional e passa a ser tratada como um pilar estratégico de vendas.

Para cada meio de hospedagem, isso significa mapear sua persona ideal (seja o turista premium, casais ou famílias), desenhar um funil de reservas diretas via WhatsApp ou website próprio e alimentar canais digitais com conteúdos que gerem o "Efeito Vitrine".

É a soma dessas engrenagens individuais bem calibradas que dará tração ao plano coletivo, transformando o potencial ocioso de leitos em receita real e garantindo a competitividade de Itaúnas no dinâmico mercado turístico contemporâneo.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

CENTER FOR HOSPITALITY RESEARCH (Cornell University). **Search, OTAs, and Online**

**Booking: An Expanded Analysis of the Billboard Effect.** Ithaca: Cornell University, 2011.

Disponível em:

<http://www.hohtconsult.com/uploads/1/3/4/6/13463207/expandedbillboard.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2025.

CLOUDBEDS. **Instagram para hotéis:** o que postar, recursos e exemplos para se inspirar. [S. l.]: Cloudbeds, [2024?]. Disponível em:

<https://www.cloudbeds.com/pt-br/marketing-hoteleiro/instagram/>. Acesso em: 17 out. 2025.

HARUS. **Presença digital: por que é**

**importante para a hotelaria.** [S. l.]: Harus,

[2024?]. Disponível em:

<https://harus.ind.br/presenca-digital-por-que-e-importante-para-a-hotelaria/>. Acesso em: 10 nov. 2025.

MIRANDA, Larissa Reis de; SIQUEIRA, Vinicius Lima de. **Turismo e transformação digital:**

reflexões sobre a comunicação e a promoção de destinos turísticos. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 1-15, 2023. Disponível em:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/10127323.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2025.

PAYTOUR. **Tudo o que você precisa saber sobre gestão financeira no turismo.** [S. l.]:

Paytour, [2024?]. Disponível em:

<https://www.paytour.com.br/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-gestao-financeira-no-turismo/>. Acesso em: 10 nov. 2025.

SEBRAE. **A Jornada do Turista Conectado:** agências de turismo. Brasília: Sebrae, 2017. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/adb633263063b1dae50fddd9a753e0b9/\\$File/7767.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/adb633263063b1dae50fddd9a753e0b9/$File/7767.pdf). Acesso em: 08 nov. 2025.

SEBRAE. **Impacto econômico, social e ambiental do turismo.** Sebrae, [s.d.]. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impacto-economico-social-e-ambiental-do-turismo,9b95760686ff6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 10 nov. 2025.

SEBRAE. **Panorama Setorial do Turismo no Paraná: meios de hospedagem.** Curitiba: SEBRAE/PR: FECOMÉRCIO PR, 2025. (Panorama Geral do Turismo no Paraná). Disponível em: [https://sebraepr.com.br/wp-content/uploads/2026/03/caderno\\_turismo\\_panorama\\_meios\\_hospedagem\\_23x23-5\\_compressed.pdf?srsltid=AfmBOoq\\_2N\\_QyDt3zYhmd9ShC4szLTSvXAOz-nGp\\_P4PGPZ1PkMzJug1](https://sebraepr.com.br/wp-content/uploads/2026/03/caderno_turismo_panorama_meios_hospedagem_23x23-5_compressed.pdf?srsltid=AfmBOoq_2N_QyDt3zYhmd9ShC4szLTSvXAOz-nGp_P4PGPZ1PkMzJug1). Acesso em: 05 nov. 2025.

SEBRAE. **Presença digital se torna ferramenta estratégica para empresas do turismo.** G1, 23 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/ma/maranhao/especial-publicitario/sebrae-maranhao/empreenda/noticia/2020/10/23/presenca-digital-se-torna-ferramenta-estrategia-para-empresas-do-turismo.ghtml>. Acesso em: 10 nov. 2025.

SEBRAE. **Turismo de Experiência:** o que dizem os usuários das redes sociais? Pesquisa de redes sociais. Edição 2025. Vitória: Polo SEBRAE Turismo de Experiência, 2025. Disponível em: <https://es.agenciasebrae.com.br/cultura-empreedora/turismo-de-experiencia-ganha-forca-nas-redes-e-redefine-o-jeito-de-viajar/>. Acesso em: 20 fev 2026.

SILVA, Alexsandra Cabral; ROCHA, Karolynne Gomes da. **As redes sociais como ferramenta de marketing digital na comunicação dos meios de hospedagem durante a pandemia da COVID-19:** um estudo experimental no Instagram da Pousada Aconchego - Praia do Francês/AL. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Públicas) - Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes, Maceió, 2022.

SILVA, Bruna dos Santos Ressigui da. **O potencial do TripAdvisor para a gestão e qualidade de serviços de hospitalidade:** uma análise das avaliações sobre a rede hoteleira Meliá Brasil21 Brasília-DF. 2020. 98 p. Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

PHOCUSWRIGHT. **Creating value and driving recovery:** independent travel intermediaries leading the European travel sector's economic rebound. Brussels: Eu Travel Tech, 2022. 24 p. Disponível em: <https://eutraveltech.eu/wp-content/uploads/2022/04/Phocuswright-EUTT-Research-report-050422.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2025.



**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

