

Planejamento Estratégico do Turismo do Espírito Santo 2015 - 2018

Secretaria de Estado do Turismo – SETUR

Vitória, 15 de setembro de 2015.



Missão

Promover o turismo como uma atividade econômica sustentável, proporcionando a inclusão social com a geração de emprego e renda.

Visão

**Ser referência nacional em
gestão do turismo.**

Valores

- **Ética na relação público-privado**
- **Responsabilidade ambiental**
- **Compromisso com resultados**
- **Compromisso com a geração de emprego e renda**
- **Turismo em rede com a sociedade / turismo na palma da mão**

Princípios Norteadores

- Planejamento e gestão estratégica
- Gestão integrada
- Fortalecimento da regionalização
- Parcerias institucionais e privadas
- Sustentabilidade e integração com o meio ambiente e a cultura
- Consolidação da segmentação e dos produtos turísticos
- Atenuar a sazonalidade do turismo
- Viabilização de recursos para investimentos
- Geração de novos postos de trabalho

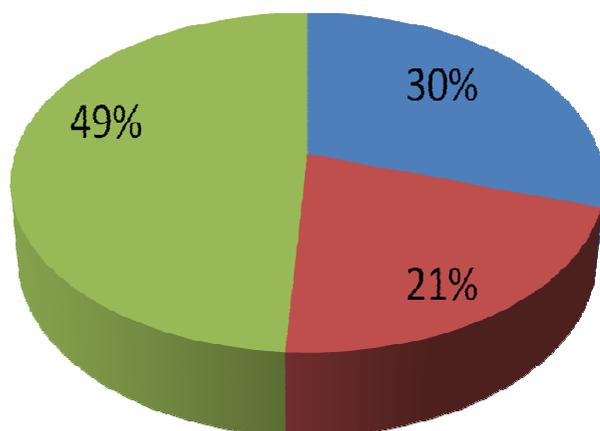
Cenário Atual do Turismo no Espírito Santo

Relatório Pesquisas de Demanda Turística

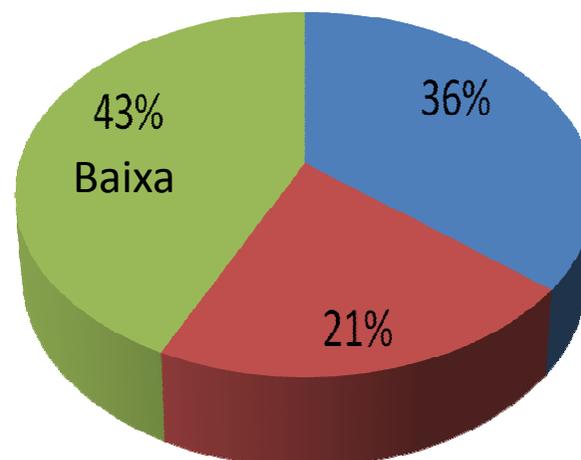
Fluxo Turístico por Temporada

Temporadas	2012		2013		2014		2015	
	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%
Verão (2 Meses)	1.4 M	30%	1.8 M	36%	1.1M	35%	1.8 M	-
Inverno (2 Meses)	960 mil	21%	1 M	21%	540mil	17%		
Entre Estações (8 Meses)	2.2M	49%	2.1M	43%	1.5 M	49%		
Total	4.6M		4.9M		3.2 M			

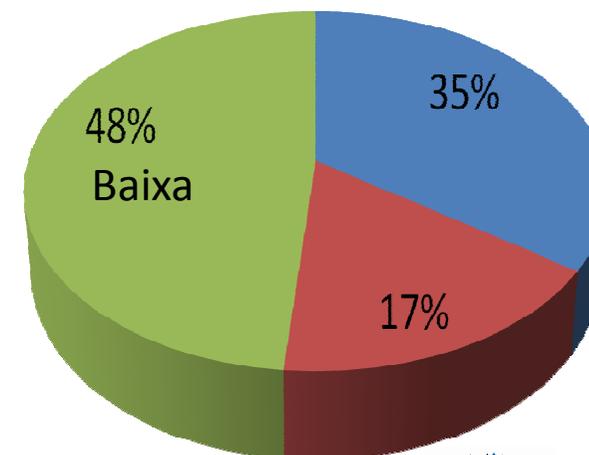
2012



2013



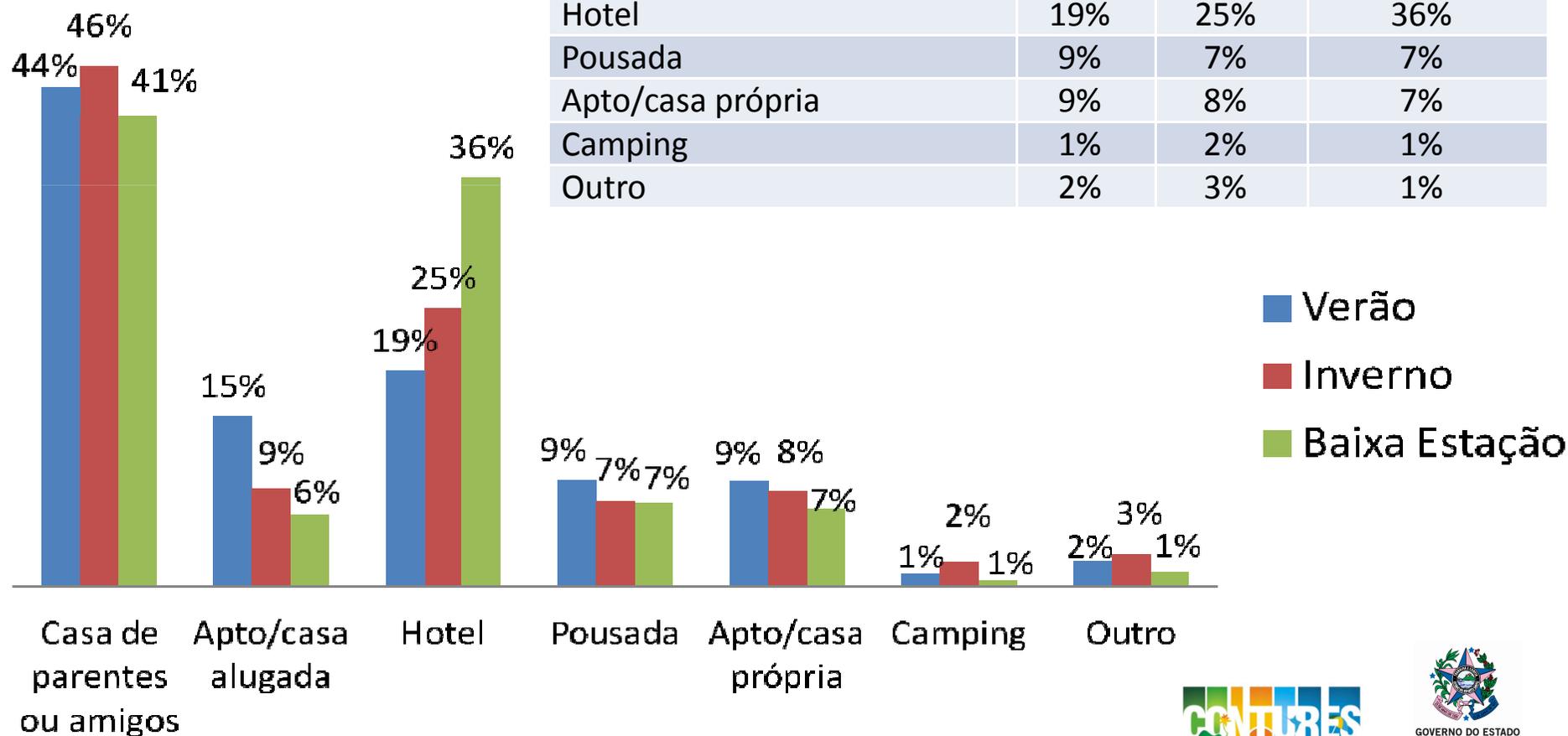
2014



Gastos Médio do Turista

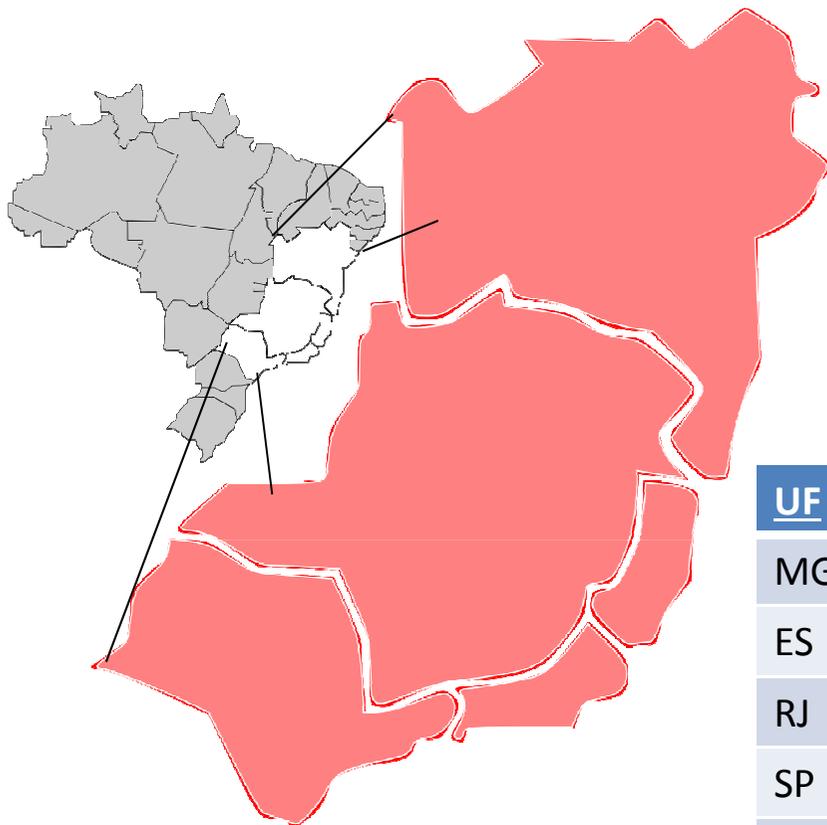
GASTO DOS TURISTAS		
2012	Gasto Individual por Viagem	Gasto Médio Diário Individual
Verão	R\$ 430,51	R\$ 40,68
Inverno	R\$ 413,73	R\$ 51,79
Entre Estações	R\$ 569,88	R\$ 78,11
2013		
Verão	R\$ 569,81	R\$ 68,30
Inverno	R\$ 528,71	R\$ 63,85
Entre Estações	R\$ 401,50	R\$ 58,22
2014		
Verão	R\$ 448,53	R\$ 46,85
Inverno	R\$ 332,77	R\$ 46,00
Entre Estações	R\$ 392,59	R\$ 65,27
2015		
Alta	R\$ 445,83	R\$ 46,70

Meios de Hospedagem



Meios de Hospedagem			
	Verão	Inverno	Baixa Estação
Casa de parentes ou amigos	44%	46%	41%
Apto/casa alugada	15%	9%	6%
Hotel	19%	25%	36%
Pousada	9%	7%	7%
Apto/casa própria	9%	8%	7%
Camping	1%	2%	1%
Outro	2%	3%	1%

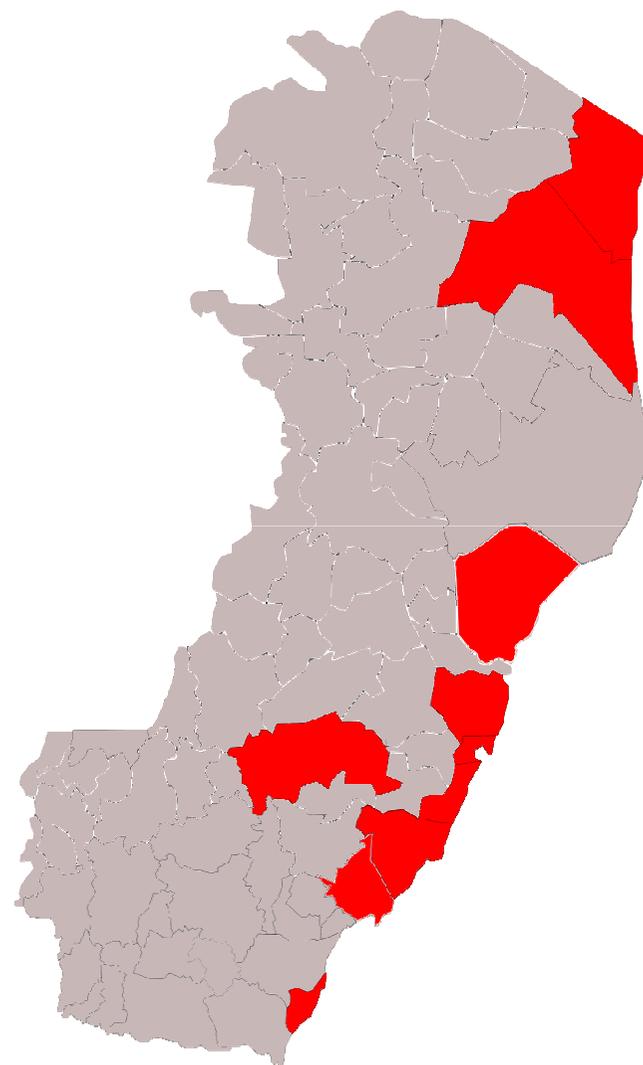
Fluxo por estado emissores



<u>UF</u>	2012	2013	2014
MG	1,29 milhões	1,21 milhões	1,15 milhões
ES	1,08 milhões	625 mil	1 milhão
RJ	715 mil	1 milhão	510 mil
SP	675 mil	800 mil	370 mil
BA	330 mil	240 mil	170 mil
Outros	510 mil	700 mil	420 mil
Estrangeiros	100 mil	90 mil	60 mil

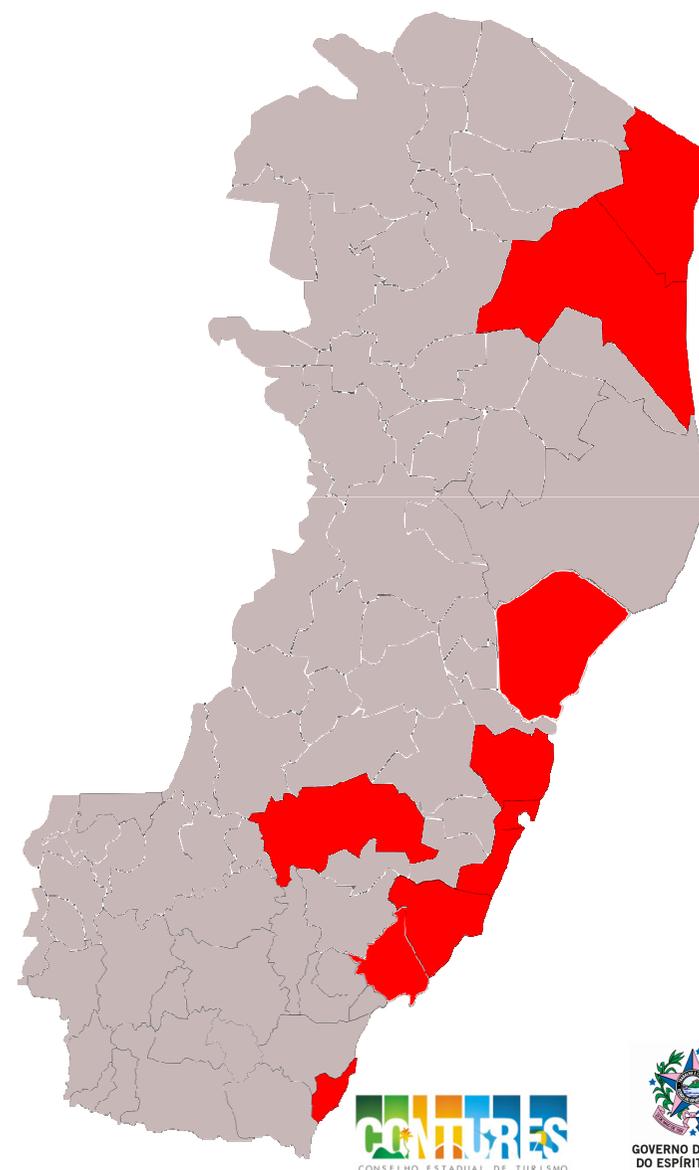
10 Principais Destinos dos Turistas – 2012 / 2014

Fluxo Anual			
Município	2012	2013	2014
Guarapari	31,8%	29,4%	19,1%
Vitoria	13,1%	13,3%	13,6%
Serra	18,0%	17,4%	12,3%
Vila Velha	8,8%	7,3%	7,5%
São Mateus	4,9%	4,9%	6,0%
Marataízes	2,1%	2,3%	5,3%
Anchieta	4,0%	4,2%	4,1%
Conceição da Barra	1,6%	1,7%	3,3%
Domingos Martins	2,1%	2,1%	3,2%
Aracruz	0,3%	0,4%	3,2%
Outros Destinos	13,2%	17,0%	22,6%



10 Principais Destinos dos Turistas – 2012 / 2014

Município	2012	2013	2014
Guarapari	1.497.382	1.373.504	702.067
Vitoria	615.221	624.135	499.502
Serra	846.759	814.974	452.220
Vila Velha	414.671	340.802	276.766
São Mateus	232.578	228.728	220.562
Marataízes	100.668	106.979	193.575
Anchieta	186.274	198.473	152.479
Conceição da Barra	74.230	81.585	120.707
Domingos Martins	101.153	96.282	117.003
Aracruz	12.857	16.425	116.293
Outros Destinos	623.229	794.224	834.138



Perfil dos principais Mercados Emissores

MG

Motivo: Lazer (75%)

Meio de Transporte: Automóvel (65%)

Meio de Hospedagem: Casa de Parentes e Amigos (47%)

Gasto Individual Por viagem: R\$424,29

Destinos (5 principais): Guarapari, Serra, Vila Velha, Vitória e Anchieta.

Origem (Top 3 municípios): Belo Horizonte, Governador Valadares e Ipatinga.

RJ

Motivo: Lazer (50%)

Meio de Transporte: Automóvel (55%)

Meio de Hospedagem: Casa de Parentes e Amigos (42%)

Gasto Individual Por viagem: R\$554,90

Destinos (5 principais): Vitória, Guarapari, Vila Velha, Serra e Domingos Martins.

Origem (Top 3 municípios): Rio de Janeiro, Campos dos Goytacazes e Niterói.

Perfil dos principais Mercados Emissores

SP

Motivo: Lazer (40%)

Meio de Transporte: Automóvel (51%)

Meio de Hospedagem: Casa de
Parentes e Amigos (49%)

Gasto Individual Por viagem: R\$783,66

Destinos (5 principais): Vitória, Vila
Velha, Serra, Guarapari e Aracruz.

Origem (Top 3 municípios): São Paulo,
Campinas e São José dos Campos.

ES

Motivo: Lazer (70%)

Meio de Transporte: Automóvel (62%)

Meio de Hospedagem: Casa de Parentes
e Amigos (53%)

Gasto Individual Por viagem: R\$308,25

Destinos (5 principais): Santa Teresa,
Domingos Martins, Marataízes,
Conceição da Barra e São Mateus.

Origem (Top 3 municípios): Vitória, Vila
Velha e Cachoeiro de Itapemirim

Perfil dos principais Mercados Emissores

BA

Motivo: Lazer (39%)

Meio de Transporte: Automóvel (58%)

Meio de Hospedagem: Casa de
Parentes e Amigos (64%)

Gasto Individual Por viagem: R\$ 484,79

Destinos (5 principais): Vitória, São
Mateus, Serra, Conceição da Barra e
Vila Velha.

Origem (Top 3 municípios): Teixeira de
Freitas, Salvador e Nova Viçosa.

DF

Motivo: Lazer (63%)

Meio de Transporte: Avião (68%)

Meio de Hospedagem: Casa de
Parentes e Amigos (48%)

Gasto Individual Por viagem: R\$ 744,94

Destinos (5 principais): Guarapari,
Vitória, Vila Velha, Serra e Domingos
Martins.

Origem: Brasília.

Perfil dos principais Mercados Emissores

GO

Motivo: Lazer (50%)

Meio de Transporte: Avião (65%)

Meio de Hospedagem: Casa de
Parentes e Amigos (42%)

Gasto Individual Por viagem: R\$801,20

Destinos (5 principais): Vitória, Vila
Velha, Guarapari, Serra e Conceição da
Barra.

Origem (Top 3 municípios): Goiânia,
Anápolis e Cristalina.

Média dos 7 Emissores

Motivo: Lazer (55%)

Meio de Transporte: Automóvel (58%)

Meio de Hospedagem: Casa de
Parentes e Amigos (49%)

Gasto Individual Por viagem: R\$586,00

Destinos (5 principais): Vitória,
Guarapari, Vila Velha, Serra e
Conceição da Barra.

Origem (Top 3 municípios): Belo
Horizonte, Rio de Janeiro e Vitória.

Cenário Atual do Turismo no Espírito Santo

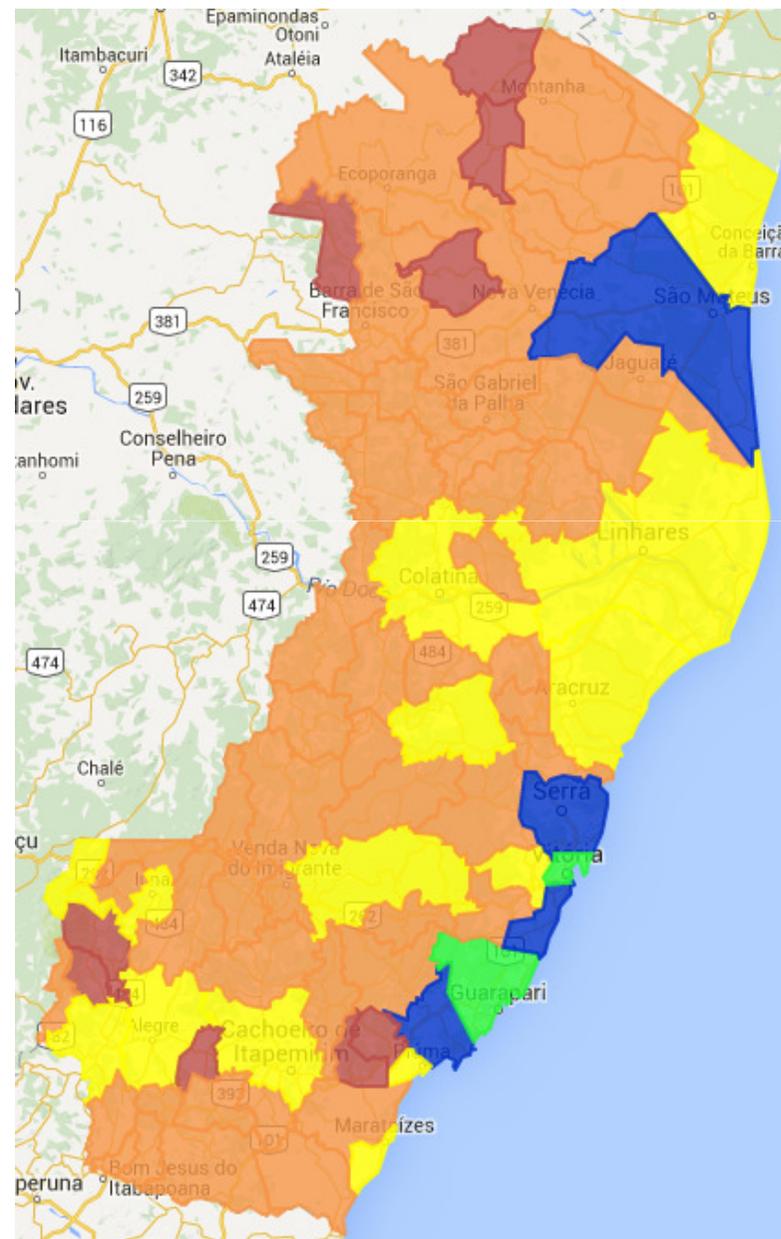
Mapa da Categorização do Ministério do Turismo (prévia)

Resumo da Seleção

Categoria	Nº de Casos	% de Casos
A	2	2.56%
B	4	5.13%
C	13	16.7%
D	50	64.1%
E	9	11.5%
Total	78	100%

Indicadores baseados em:

- ✓ quantidade de meios de hospedagem,
- ✓ empregos formais em meios de hospedagem
- ✓ pesquisa FIPE

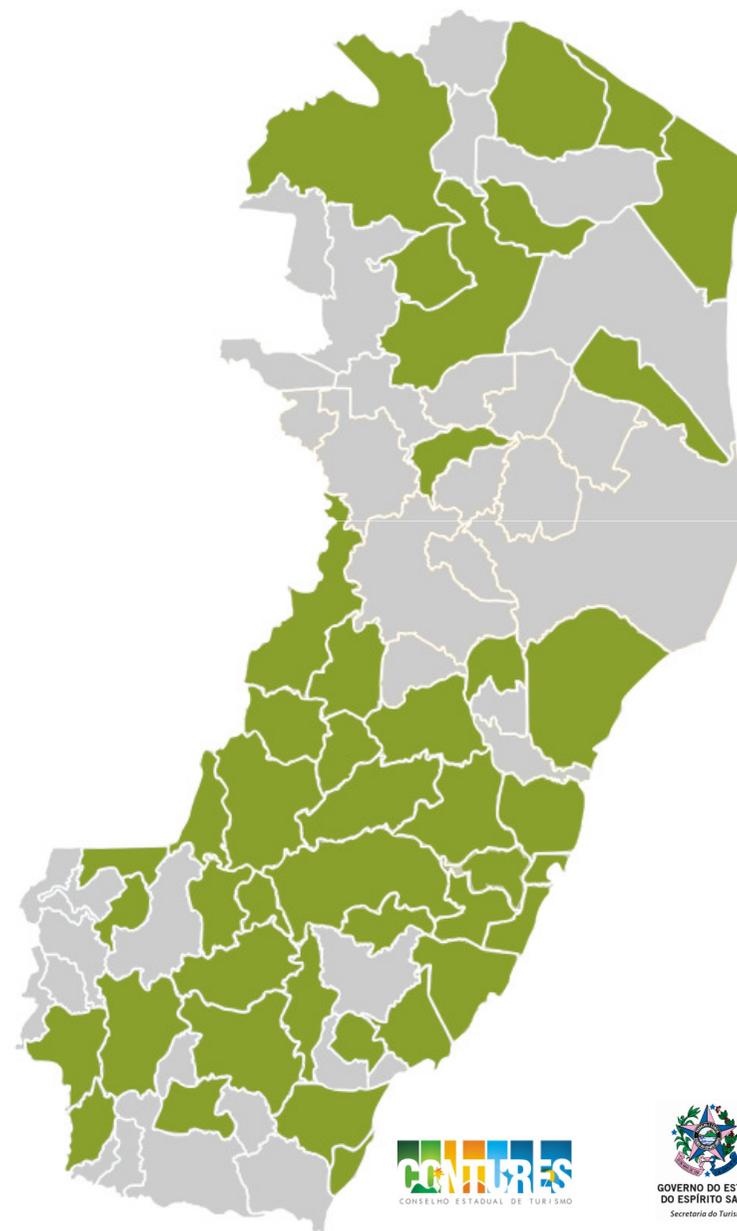


Mapa da Avaliação Turística 2015 - SETUR

Mapa da Avaliação Turística 2015 realizada pela Secretaria de Estado do Turismo - SETUR

 Municípios que responderam - 43

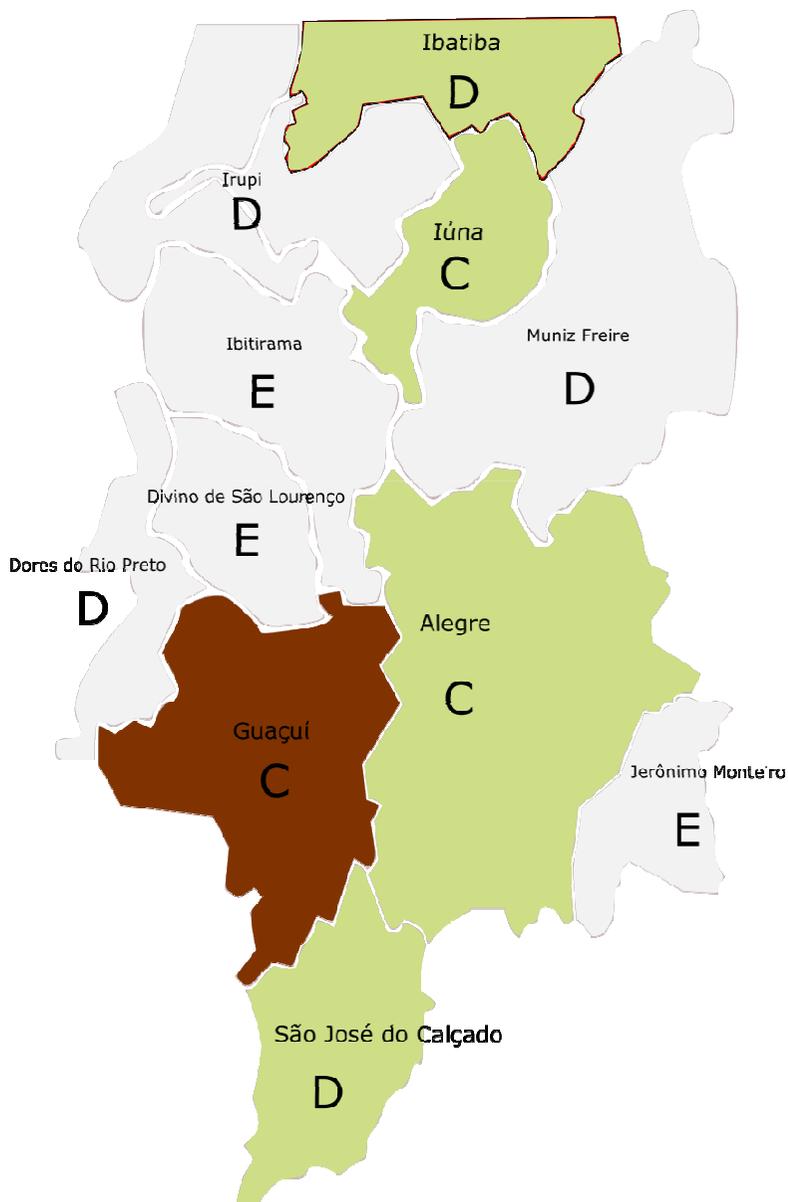
 Municípios que não responderam - 35



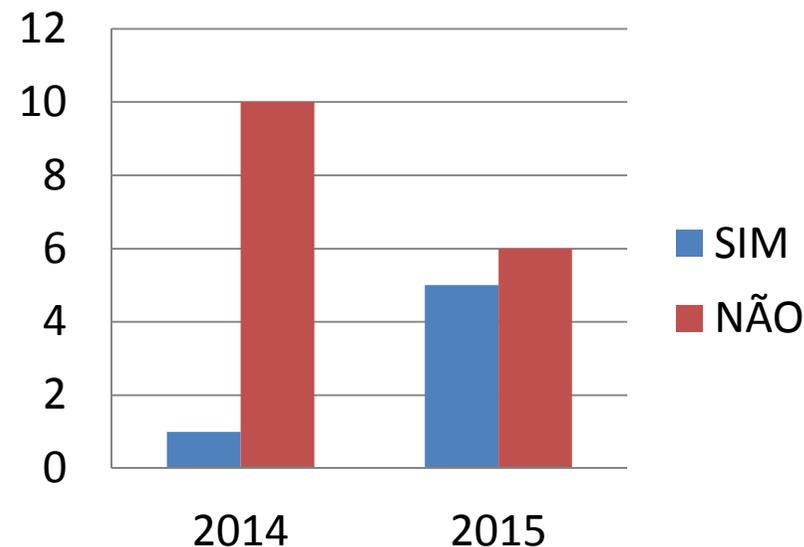
Cartela de ações para cada categoria

		BRONZE	PRATA	OURO	DIAMANTE
1	Ações de Gestão	X	X	X	X
2	Apoio a eventos municipais		X	X	X
3	Oferta de cursos de qualificação profissional		X	X	X
4	Apoio a eventos estaduais		X	X	X
5	Oferta de cursos de qualificação empresarial			X	X
6	Apoio a eventos macrorregionais			X	X
7	Apoio em ações de promoção e comercialização do Município a nível estadual e macrorregional (Região Sudeste)			X	X
8	Apoio na execução de pesquisas em eventos e estudos diversos			X	X
9	Apoio a eventos nacionais e internacionais				X
10	Apoio em ações de promoção e comercialização do Município a nível nacional e internacional				X

Mapa da Avaliação Turística - Região do Caparaó

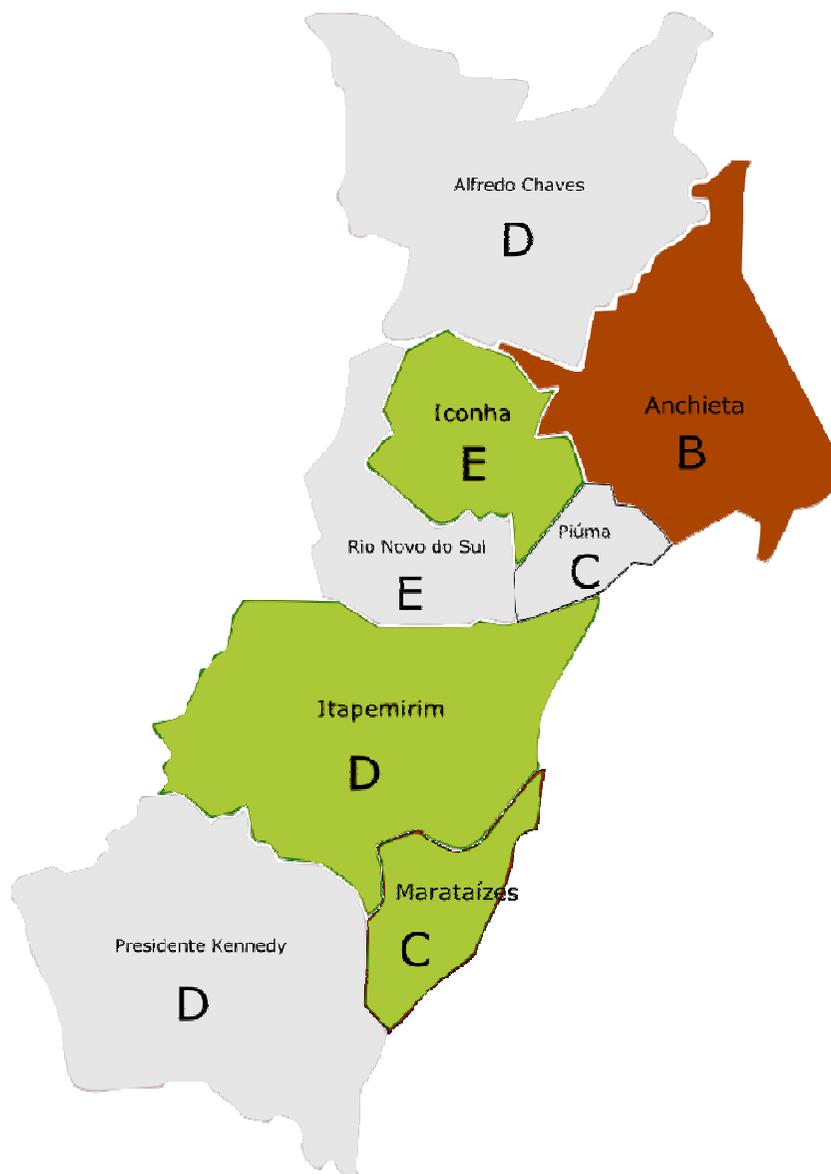


Participação

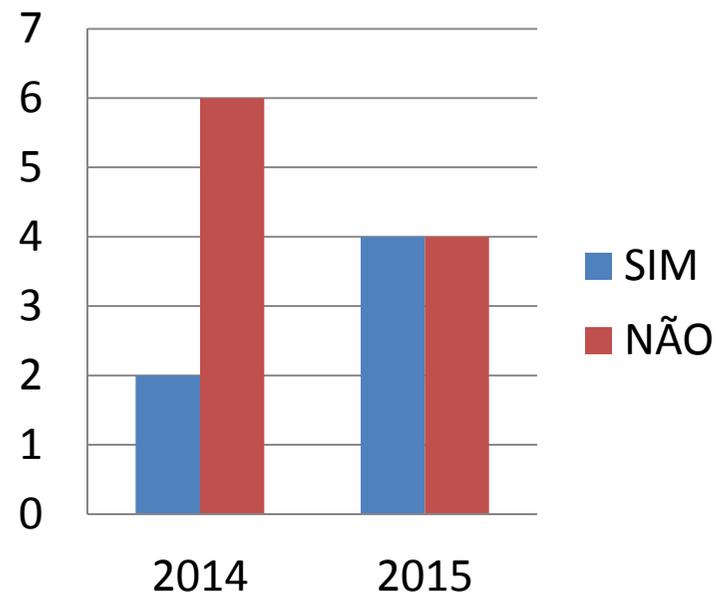


-  Municípios que responderam - 5
-  Municípios que não responderam - 6
-  BRONZE - GUAÇUI

Mapa da Avaliação Turística - Região da Costa e da Imigração

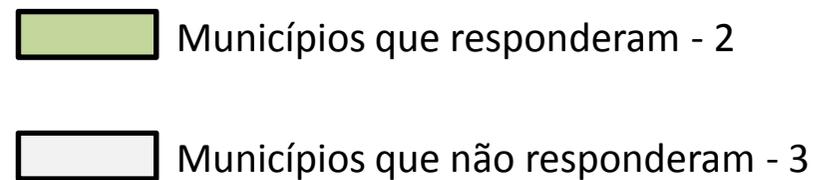
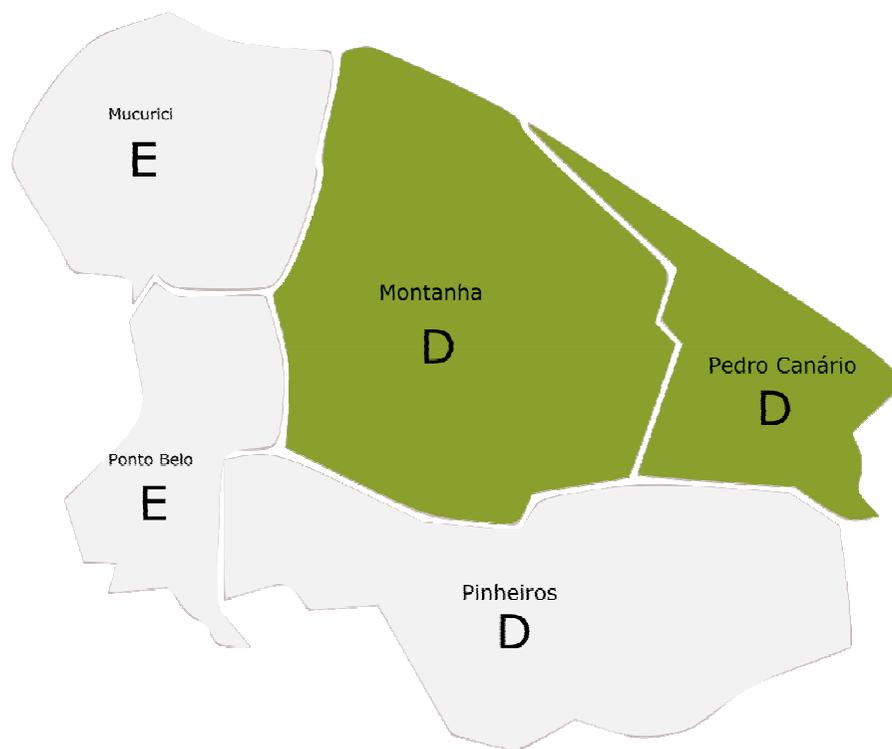


Participação

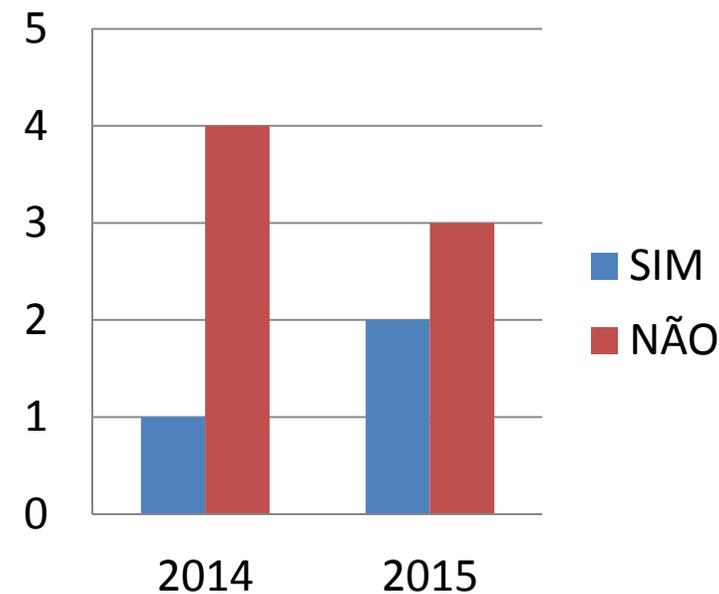


-  Municípios que responderam - 4
-  Municípios que não responderam - 4
-  BRONZE - ANCHIETA

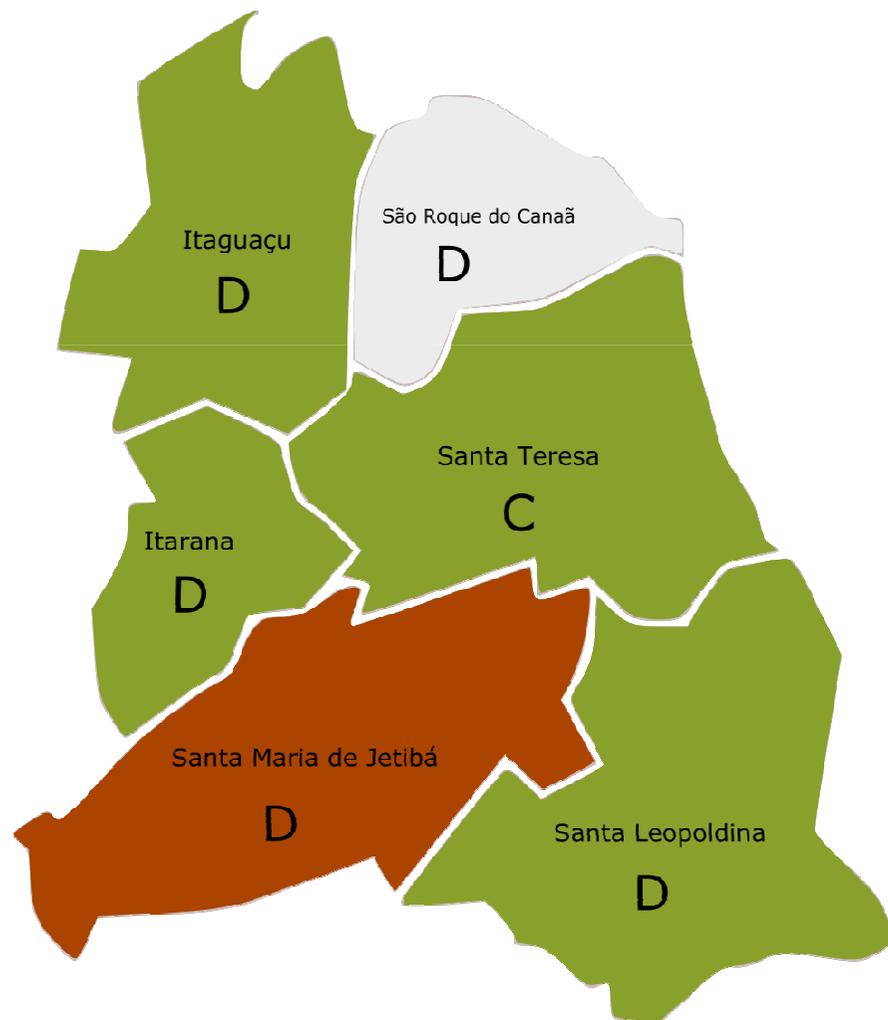
Mapa da Avaliação Turística - Região Doce Terra Morena



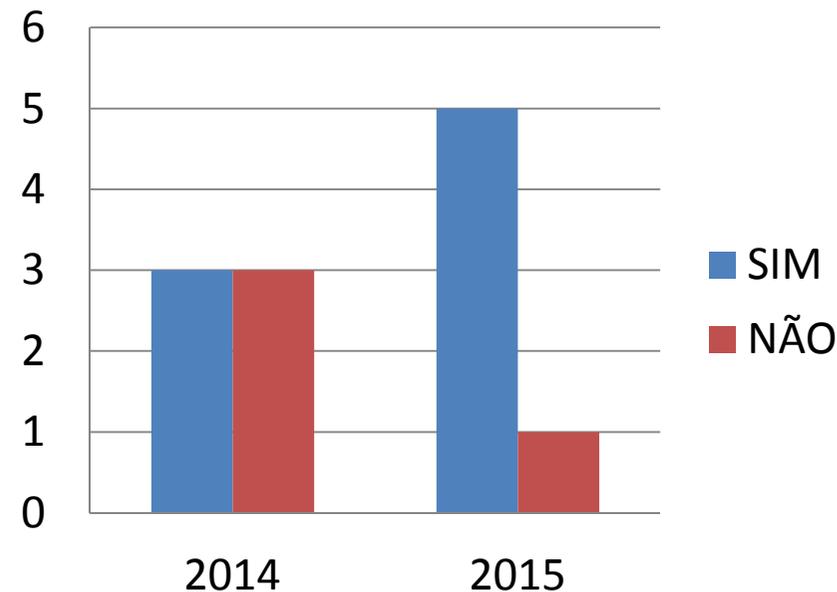
Participação



Mapa da Avaliação Turística - Região dos Imigrantes



Participação

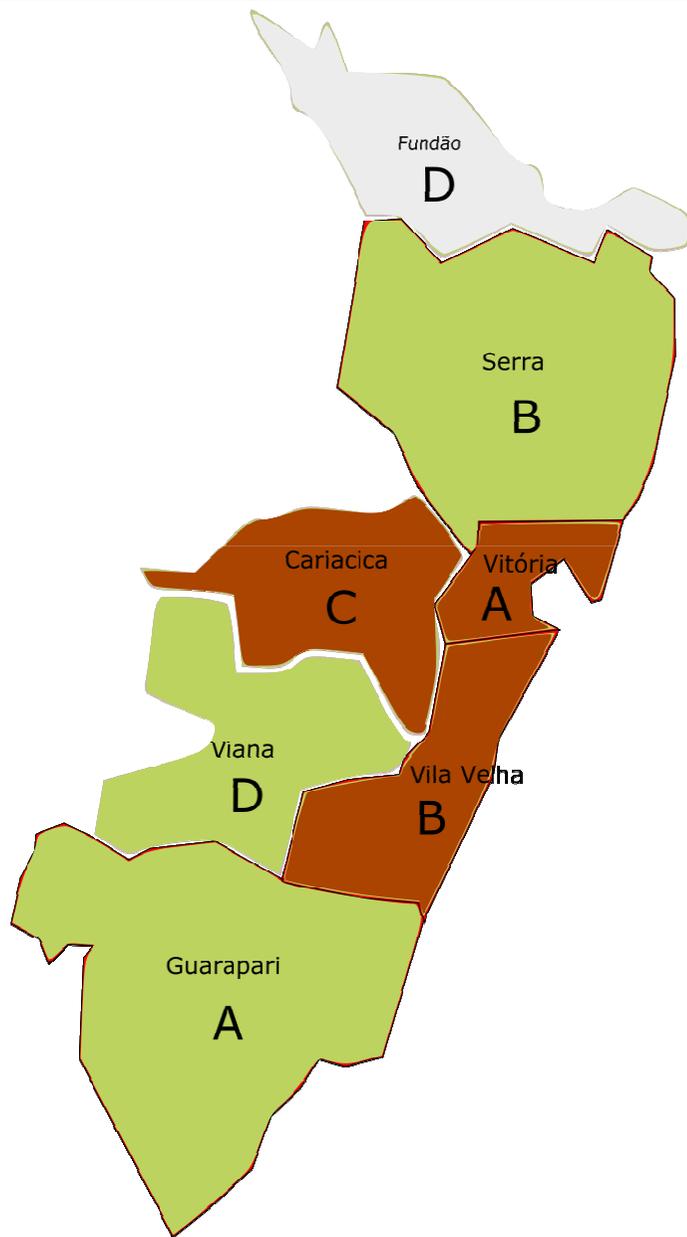


Municípios que responderam - 4

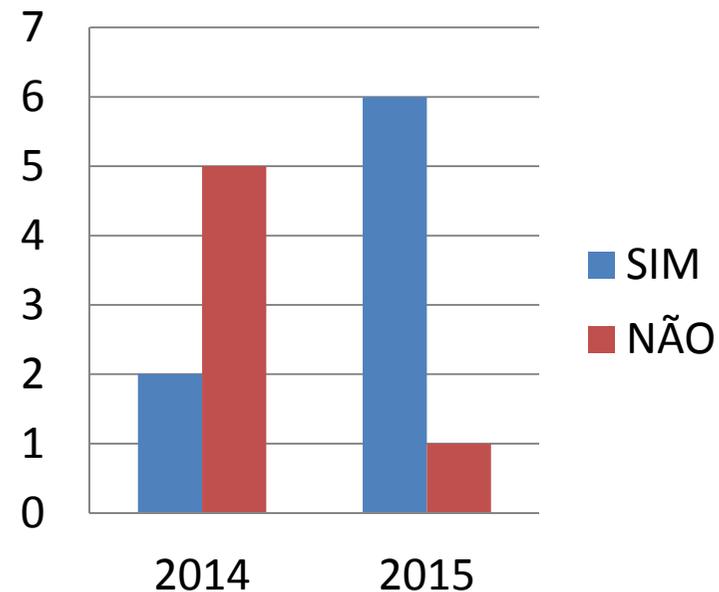
Municípios que não responderam - 1

BRONZE – SANTA MARIA DE JETIBÁ

Mapa da Avaliação Turística - Região Metropolitana



Participação

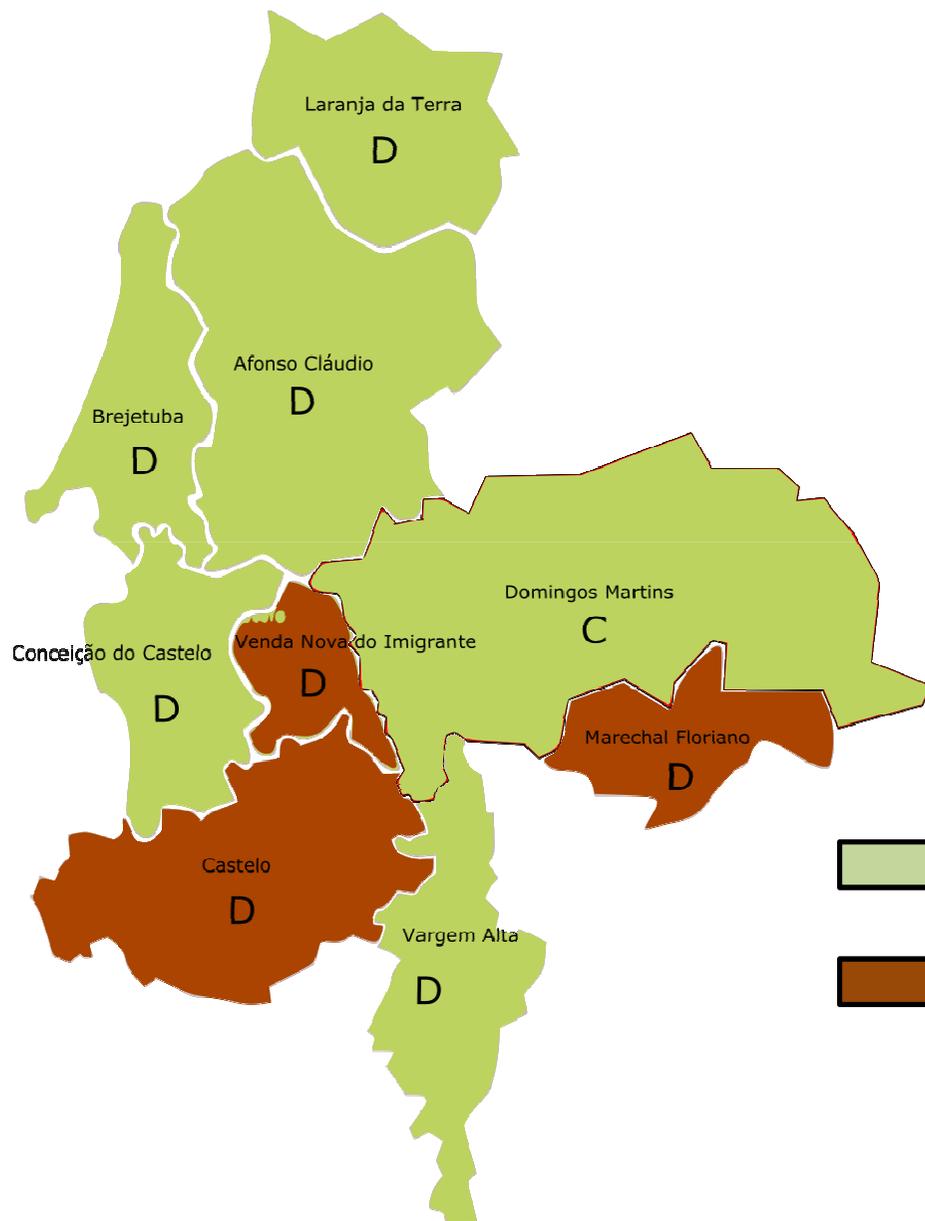


 Municípios que responderam - 6

 Municípios que não responderam - 1

 BRONZE – CARIACICA, VILA VELHA E VITORIA

Mapa da Avaliação Turística - Região Montanhas Capixabas

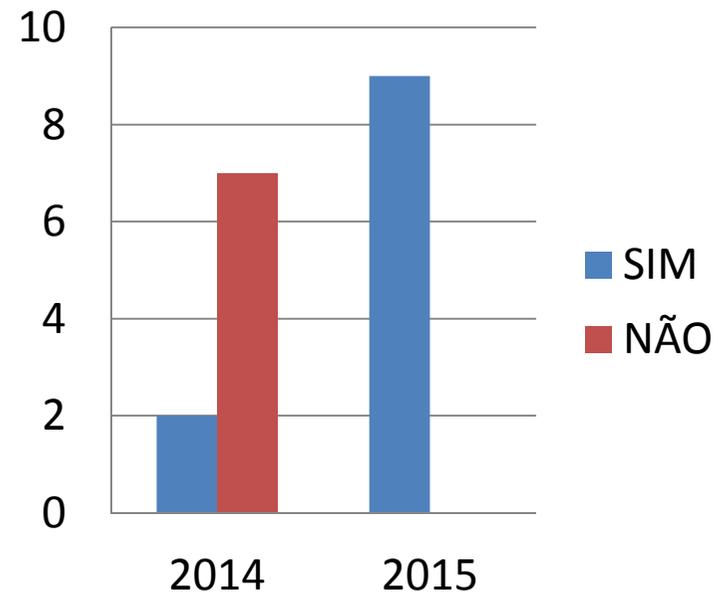


Municípios que responderam - 9

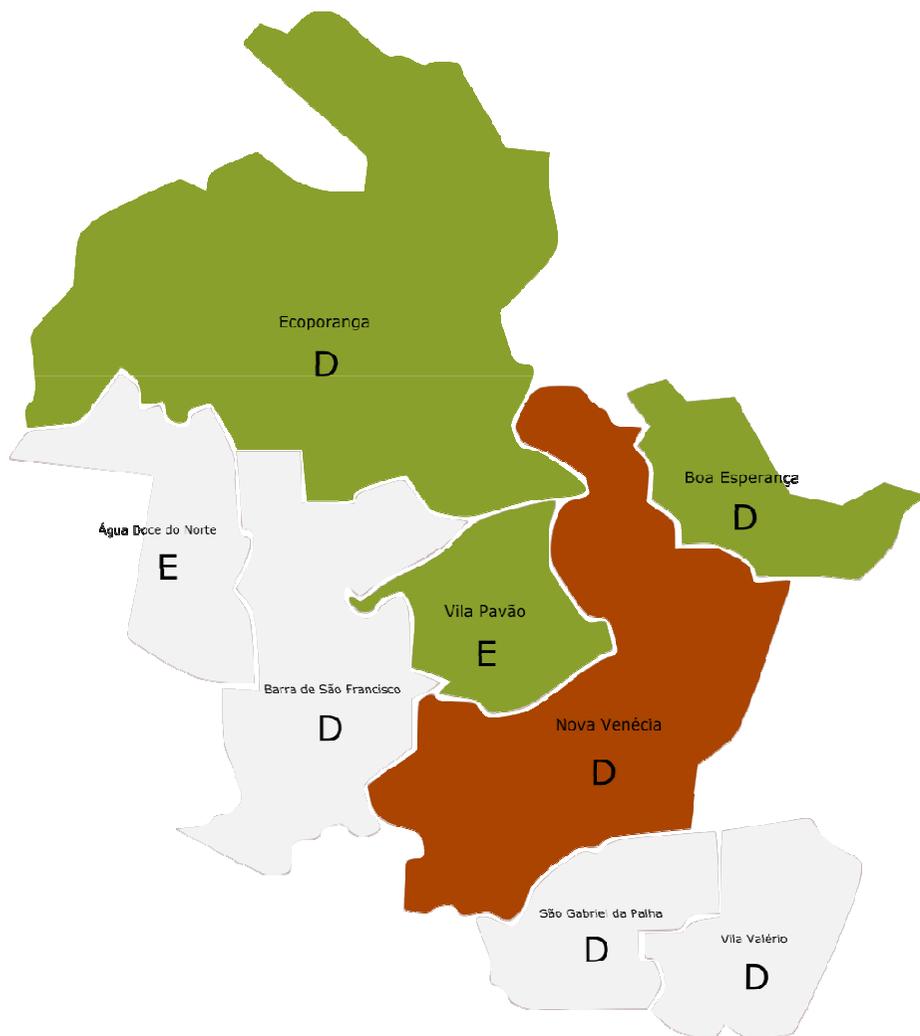


BRONZE – MARECHAL FLORIANO, CASTELO E VENDA NOVA DO IMIGRANTE

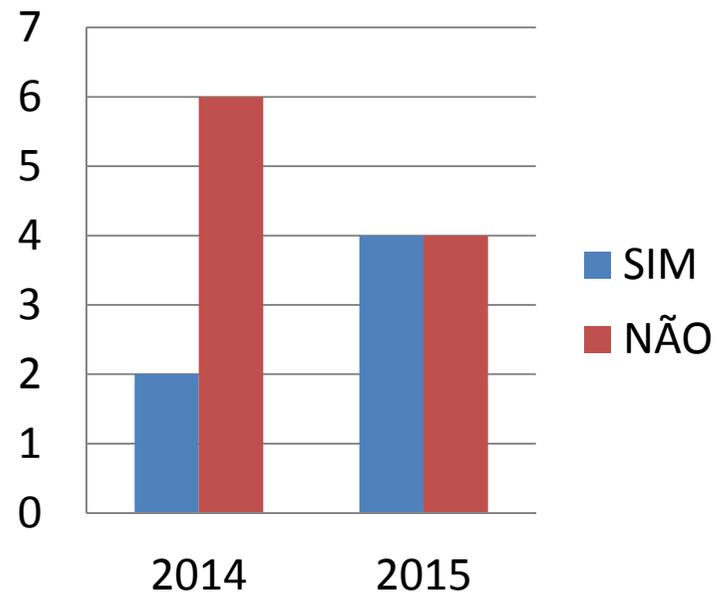
Participação



Mapa da Avaliação Turística - Região Pedras, Pão e Mel



Participação

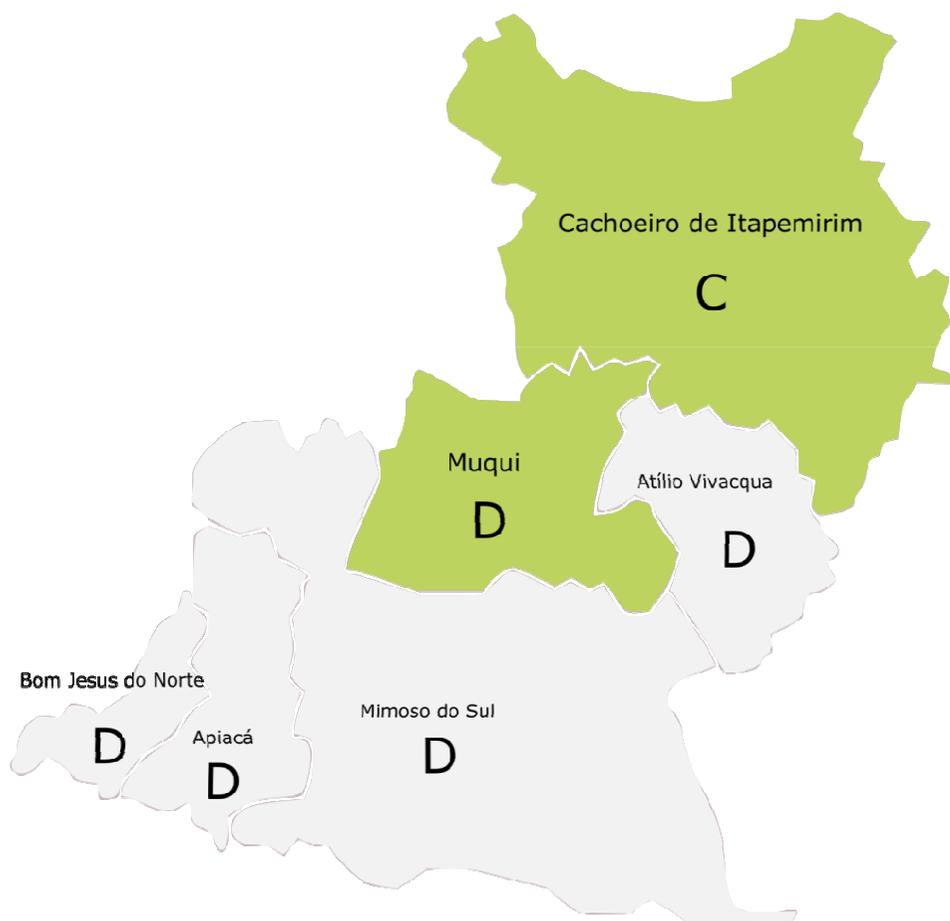


 Municípios que responderam - 4

 Municípios que não responderam - 4

 BRONZE – NOVA VENÉCIA

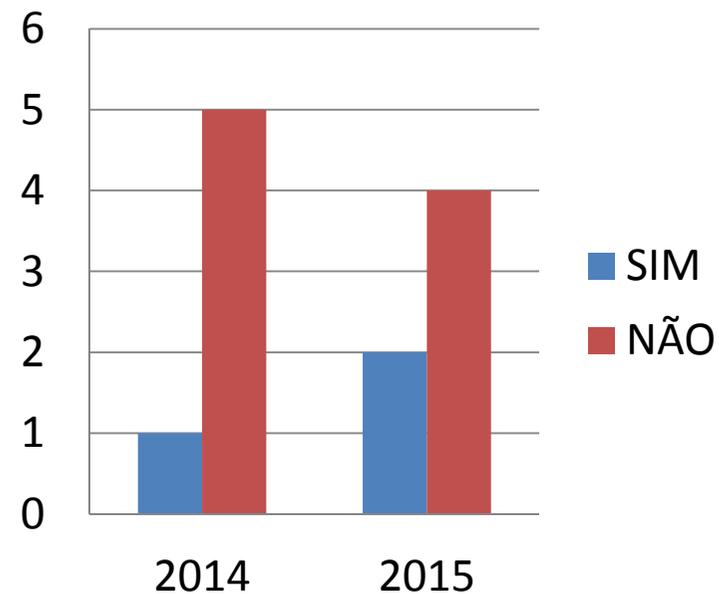
Mapa da Avaliação Turística - Região dos Vales e do Café



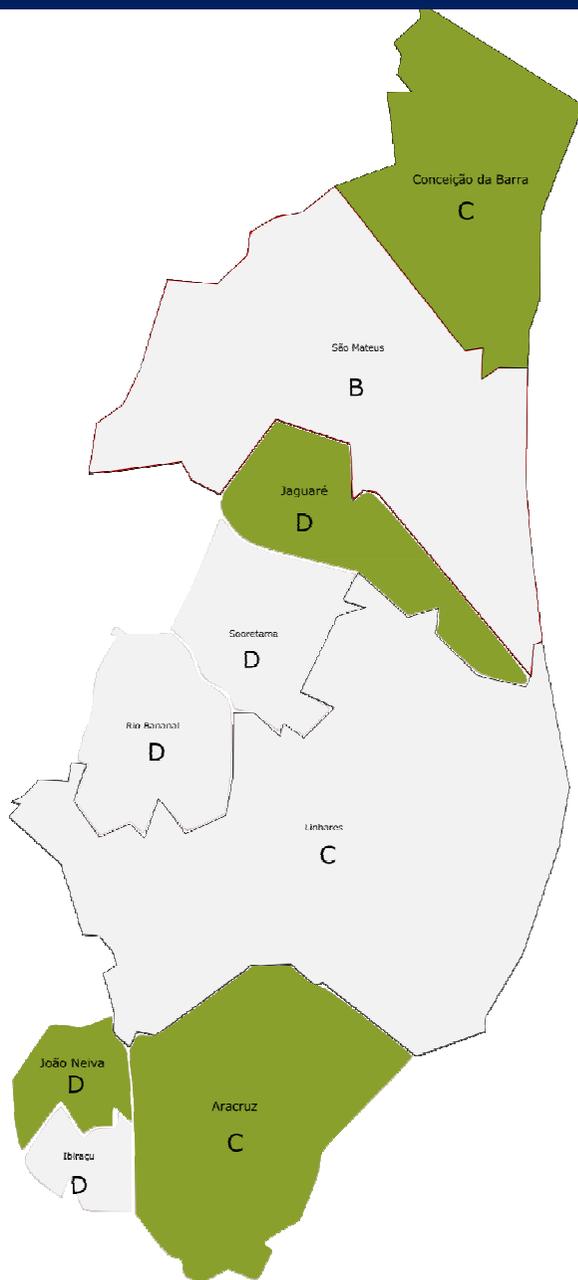
 Municípios que responderam - 2

 Municípios que não responderam - 4

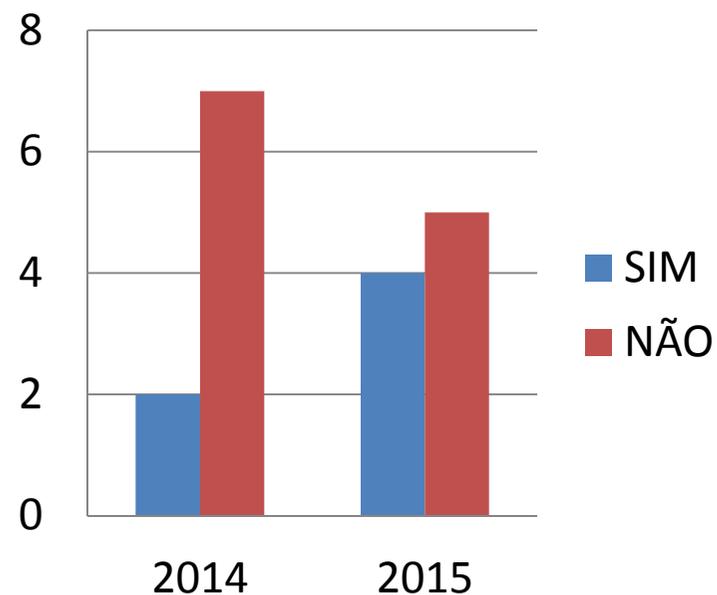
Participação



Mapa da Avaliação Turística - Região do Verde e das Águas



Participação



Municípios que responderam - 4

Municípios que não responderam - 5

Cenário Atual do Turismo no Espírito Santo

Matriz de Segmentos

Sol e Praia	Ecoturismo	Aventura	Cultura	Negócios e Eventos
Lazer	Caminhadas	Trekking	Religioso	Feiras
Esportes Náuticos	Interpretação da natureza	Voo livre	Étnico	Congressos
Cruzeiros	Bridwatcher	Rapel	Cultura Viva	Eventos técnicos e corporativos
	Escolas de natureza	Escalada	Patrimônio edificado	Visitas Técnicas
		Rafting	Festas Populares	Compras
			Agroturismo Gastronomia	

Mercado Alvo

Estados	Cidades Prioritárias
São Paulo	São Paulo, Campinas, Ribeirão Preto, Bauru, São José do Rio Preto, São Carlos, Araraquara, Sorocaba
Rio de Janeiro	Rio de Janeiro e Região Metropolitana, Campos, Macaé e Itaperuna (cidades até 300 km de distancia da Capital)
Minas Gerais	Belo Horizonte e Região Metropolitana, Uberlândia, Uberaba, Araxá, Montes Claros, Governador Valadares e Ipatinga (cidades até 300 km de distancia da Capital)
Espírito Santo	Todo o Estado

Mercado Alvo

Estados	Cidades Prioritárias
Rio Grande do Sul	Porto Alegre
Santa Catarina	Florianópolis
Paraná	Curitiba
Distrito Federal	Brasília
Bahia	Salvador, Vitória da Conquista, Feira de Santana e Itabuna
Pernambuco	Recife
Sergipe	Aracaju
Paraíba	João Pessoa

Países	Cidades Prioritárias
Argentina	Buenos Aires, Rosário, Córdoba e Mendoza
Chile	Santiago
Uruguai	Montevideo
América do Norte, Europa	Estados Unidos e Portugal

Público Alvo - Jovens

Jovens - entre 20 e 29 anos, representam 17,2 milhões

- ✓ **já tem autonomia plena para decidir e realizar viagens, que ainda pode ser um estudante regular em nível de graduação ou de pós-graduação e que está iniciando Consultoria sua vida profissional**
- ✓ **são decisivos para a consolidação do posicionamento e da imagem dos destinos, porque eles são identificados pelo mercado como responsáveis pela prospecção de novas possibilidades, por influenciar novas tendências, por colocar destinos em moda**

Segmento foco: SOL E PRAIA, ECOTURISMO, AVENTURA

Público Alvo – Melhor Idade

Melhor Idade - (acima de 59 anos), representam 19,1 milhões

- ✓ É o segmento etário que mais cresce no Brasil, em uma década a participação relativa deste grupo na estrutura etária da população aumentou de 9% para 12,1%.

Segmento foco: SOL E PRAIA E CULTURA

Quadro 23: preferências do turista da melhor idade



Fonte: PROVAR/FIA, elaboração Ornellastour.

Público Alvo - Pedagógico

Pedagógico - 50 milhões estudantes no Brasil entre crianças, adolescentes, adultos nos diferentes níveis de escolaridade.

- ✓ **É um segmento de público com gasto médio individual proporcionalmente menor que o turista de lazer, no entanto, ele gera ocupação nos períodos de baixa ocupação e é um instrumento promocional estratégico, capaz de motivar o interesse das famílias e entre os próprios jovens para viagens de férias.**

Segmento foco: ECOTURISMO E CULTURA

Público Alvo - Pedagógico

1º ciclo do ensino fundamental (entre 6 e 10 anos), as atividades de aula de campo acontecem no perímetro do próprio município, normalmente circunscrita ao horário escolar.

2º ciclo do ensino fundamental (entre 11 e 14 anos) as viagens de turismo pedagógico costumam envolver percursos entre 100 e 500 km, com permanência entre 01 e 08 pernoites;

Ensino médio (entre 15 e 17 anos), nesta fase é comum a realização de viagens de aprendizado e de lazer, envolvendo toda a turma da sala de aula, percursos superiores a 500 km, trechos aéreos, permanência média entre 05 e 10 pernoites;

No ensino superior (18 anos ou mais) nesta fase as viagens de aprendizado têm um caráter mais técnico e normalmente são organizadas pelas próprias universidades, é um segmento bastante interessante, mas implica em um trabalho de promocional especializado e direcionado às próprias instituições de ensino nos mercados geográficos

Público Alvo - Família

Família – seriam 57 milhões de família brasileiras

- ✓ **Cresceu a proporção de casais sem filhos (que podem ser uniões heterossexuais e homossexuais), representam 20% das famílias.**
- ✓ **Famílias reconstituídas formadas por filhos de relacionamentos anteriores dos parceiros já representam 16,3%.**
- ✓ **Aumentou a presença feminina no comando familiar, atualmente 37% dos lares são chefiados por mulheres e em 62,7% do total elas contribuem com o rendimento familiar.**
- ✓ **influência feminina na decisão dos destinos das viagens de lazer, sobretudo quando estas incluem a companhia dos filhos.**

Segmento foco: SOL E PRAIA, ECOTURISMO, CULTURA

Público Alvo – Lua de Mel

Lua de Mel – número de pessoas casadas no civil e/ou no religioso 42,9%

- ✓ **Celebração do casamento mais tarde garante aos noivos mais autonomia financeira, o que pode significar também mais investimentos nas festividades e na viagem de lua de mel.**
- ✓ **Maio não é mais o mês preferido para os casamentos, dezembro é o período em que se realizam mais essas celebrações, devido ao aumento da massa salarial provocada pelo 13º salário.**
- ✓ **No Brasil existem mais de 60 mil casais homossexuais, a maioria de uniões estáveis. Com o reconhecimento da união pelo STF, a tendência é que o número de casamentos homoafetivos cresçam, com todos os rituais das cerimônias heterossexuais, incluindo a lua de mel.**

Segmento foco: : Cultura e Ecoturismo

Público Alvo - Empresarial

Empresarial

- ✓ Segmento de público compreende os empresários, executivos e altos funcionários de empresas públicas e privadas que, por obrigação das atividades profissionais, precisam viajar para os lugares de interesse comercial.
- ✓ O foco da promoção é o turismo de eventos, mas deve ser apresentada a oferta de lazer existente no destino, como opções complementares, estimulando a realização de atividades pré e pós eventos, para aumentar o tempo de permanência e o gasto médio individual; mas também para induzir viagens acompanhadas e de retorno com familiares e amigos.
- ✓ Outro foco é apresentar a oferta de natureza (aventura e ecoturismo), como alternativa para programas de treinamento, simultâneos ou não aos eventos

**Foco do segmento: ECOTURISMO/AVENTURA, NEGÓCIOS E
EVENTOS**



Macro Programa - Gestão e Relações Institucionais



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
GESTÃO E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS	PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO	Revisão do Programa de Regionalização Turística no Estado do Espírito Santo	Revisar o Mapa do Turismo do Estado	Repensar os critérios da Setur para a Avaliação Turística
				Fazer o alinhamento de informações das novas regras após publicação da Categorização do Mtur
				Promover a Avaliação Turística para o Mapa de 2016
				Publicar Instrução Normativa
		Fortalecimento institucional para a Regionalização do Turismo	Estruturar as Instâncias de Governança	Fortalecer a rede de comunicação entre Estado, Regiões, Municípios e Empresários
				Fortalecer as Instâncias de Governança
			Estimular a revisão ou elaboração de planejamentos estratégicos municipais e regionais	Apoiar realização de oficinas
				Monitoramento



Macro Programa - Infraestrutura e Fomento



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
INFRAESTRUTURA E FOMENTO	CAPTAÇÃO DE RECURSOS "PRODETUR"	Execução do PRODETUR Espírito Santo/ Região Metropolitana	Levantamento do status da proposta junto à SEG/SUBCAP para informação ao Mtur e acompanhamento da assinatura do contrato	Publicar novamente a comissão especial de licitação do PRODETUR
				Criação da UCP e designação dos respectivos membros nas suas respectivas funções
				Publicação de Manifestação de Interesse para a conclusão da fase da lista curta das empresas de apoio gerencial à UCP
		Assinatura do contrato Primeiro desembolso		
		Levantamento PRODETUR NORDESTE II "Região do Verde e das Águas" para verificar status e acompanhamento dos Projetos	Levantamento do projeto e das etapas que foram executadas para avaliação da tomada de decisão	Reunião interna para levantamento de informações.

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
INFRAESTRUTURA E FOMENTO	ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS TURÍSTICOS	<p>Incentivar a Elaboração de Políticas Fiscais de incentivo ao setor turístico privado, municipais e estadual</p>	<p>Estudo para criação do ICMS turístico</p>	<p>Visita à Secretaria da Fazenda do Governo de Minas Gerais para levantamento do projeto</p>
		<p>Criar de portfólio / carteira de projetos para atração de projetos privados</p>	<p>Manifestação de interesse para apresentações de projetos de infraestrutura turística para obtenção de apoio ao setor privado.</p>	<p>Realização de Rodada de ideias</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
INFRAESTRUTURA E FOMENTO	ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS TURÍSTICOS	Linhas de Financiamento	<p>Estudos para identificar as linhas de financiamento existentes</p> <p>Fomento a criação de novas linhas de financiamento</p>	<p>Estudos para identificar as linhas de financiamento existentes</p> <p>Articulações junto às instituições financeiras para criação de novas linhas de financiamento de fomento às empresas do setor turístico</p>
		Parceria Publico Privado	<p>Criação de portfólio de projetos</p> <p>Incentivo a projetos de concessão pública de atrativos turísticos.</p> <p>Viabilização da Parceria Público Privada do Centro de Eventos da Grande Vitória</p>	<p>Parceria com a SEDES para construção de portfólio de grandes projetos</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
INFRAESTRUTURA E FOMENTO	QUALIFICAÇÃO DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	Incentivar à melhoria da infraestrutura turística existente e execução de novos projetos de infraestrutura.	Fomento e apoio à casa do Turista no âmbito regional conforme avaliação turística	Incentivo à viabilidade econômica própria (manutenção);
				Criar critérios para criação da casa do Turista
				Casa do turista do Caparaó;
			Sinalização, revitalização das estradas no contexto dos roteiros turísticos existentes.	Discussão junto ao DER para elaboração de projetos de sinalização e revitalização de estradas. Articulação com o DNIT para sinalização das estradas federais.
			Viabilização dos atrativos estratégicos.	Elencar de acordo com a avaliação turística os atrativos estratégicos para elaboração e execução de projetos de infraestrutura.



Macro Programa -Qualificação da atividade Turística



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
QUALIFICA ES TURISMO	QUALIFICAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS	Pólos Gastronômicos	Qualificar os Pólos Gastronômicos de acordo com o calendário de eventos gastronômicos	Levantar os polos gastronômicos estruturados
				Identificar os festivais gastronômicos que acontecem dentro dos polos
				Estruturar o projeto de capacitação em parceria com o Sebrae e Senac
				Executar as capacitações

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
QUALIFICA ES TURISMO	QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	Projeto de Qualificação	Qualificar a mão de obra do turismo para o verão (contrato SENAC)	Construir portfólio de cursos de qualificação
				Oferecer os cursos de qualificação em parceria com os municípios
			Qualificar a mão de obra do turismo para os próximos anos	Construir portfólio de cursos de qualificação
				Contratar empresa para ministrar os cursos
				Oferecer os cursos de qualificação em parceria com os municípios

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
QUALIFICA ES TURISMO	QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	Rede Qualifica ES	Criar sistema de informação	Contratar consultoria para elaborar o termo de referência para criação do sistema
				Contratar empresa para criar sistema
				Buscar parceiros para o sistema (SINE e demais entidades interessadas)
				Criar banco de dados com portfólio de cursos próprios e de parceiros
				Criar banco de dados da mão de obra qualificada
				Inserir informações no sistema
				Dar publicidade ao banco de dados
				Desenvolver campanha para aproveitamento da mão de obra qualificada

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
QUALIFICA ES TURISMO	QUALIFICAÇÃO DE AGENTES PÚBLICOS	Capacitação dos Gestores Públicos de Turismo	Realizar curso de Políticas Públicas e Gestão para o Turismo	Levantar possibilidades de execução (EAD, presencial ou ambos) e tipo de curso a ser oferecido
				Elaborar a ementa do curso
				Elaborar termo de referência
				Mobilizar pessoas
				Executar curso
			Capacitar os servidores da Setur para ações de sensibilização junto às Regiões	Solicitar à ESESP um curso específico para a Setur

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
QUALIFICA ES TURISMO	OCUPAÇÃO SOCIAL	Produção Associada ao Turismo	Fortalecer a Produção Associada ao Turismo em comunidades tradicionais com elementos de relevância (cultura e/ou gastronomia)	Identificar comunidades tradicionais
				Selecionar comunidades tradicionais têm interesse em trabalhar com turismo "projeto piloto"
			Oferecer capacitação para jovens da população vulnerável na área de gastronomia	Definir quais comunidades de risco social
				Firmar parcerias



Programa - Competitividade dos Produtos Turísticos



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
COMPETITIVIDADE DOS PRODUTOS TURÍSTICOS	QUALIFICAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS SEGMENTADOS	Qualificação Produtos Segmentados	Desenvolver a Marca Coletiva do Agroturismo	Desenvolver/Analisar baseado nos critérios para obtenção da marca coletiva em parceria com o AGROTURES e SEBRAE

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
COMPETITIVIDADE DOS PRODUTOS TURÍSTICOS	QUALIFICAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS SEGMENTADOS	Estruturação e Fortalecimento da segmentação turística	<p>Redefinição dos segmentos turísticos prioritários visando a promoção /comercialização dos produtos segmentados.</p>	<p>Elaboração do mapa de segmentação turística</p>
			<p>Sugestão: Sol e Praia, Turismo Náutico, Ecoturismo e Aventura,</p>	<p>Workshop dos segmentos com os municípios.</p>
			<p>Cultural (religioso, gastronomia e étnico), Negócios e Eventos, Agroturismo</p>	<p>Elaboração de projeto para desenvolvimento dos segmentos prioritários</p>
				<p>Avaliação das Rotas e circuitos turísticos em função do segmentos elencados</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
COMPETITIVIDADE DOS PRODUTOS TURÍSTICOS	QUALIFICAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS SEGMENTADOS	Projeto de desenvolvimento do Ecoturismo e Turismo de Aventura	Mapear os atrativos existentes nos segmentos (Ecoturismo e Turismo de Aventura) nos Municípios potenciais.	Levantamento "in loco" dos atrativos e integrar atrativo x operação.
			Fomentar a abertura dos parques estaduais para a prática de Ecoturismo e Turismo de Aventura	Firmar acordo de cooperação com SEAMA, IEMA e SETUR.
			Desenvolver o Turismo de Observação de Aves	Apoio à realização do evento Avistar/ES

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
COMPETITIVIDADE DOS PRODUTOS TURÍSTICOS	INOVAÇÃO x EXPERIÊNCIA	Turismo de Experiência	Elaboração de projeto Turismo de Experiência voltado para o Agroturismo	Identificação de circuitos turísticos e propriedades para a implantação da primeira fase do projeto
				Contratação de empresa de consultoria para implementação do Turismo de Experiência no Espírito Santo
				Divulgação das experiências do agroturismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
COMPETITIVIDADE DOS PRODUTOS TURÍSTICOS	ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS CAPIXABAS DO SETOR DE TURISMO	Criação do Índice de Competitividade das Empresas Capixabas do Setor de Turismo	Articulação com os parceiros e entidades envolvidas	Acordo de Cooperação Técnica entre SETUR e SEDES
				Convênio entre SETUR e SEBRAE
			Criação do Prêmio "PECTUR" (Prêmio Empresarial Capixaba do Turismo)	Criação da logomarca do PECTUR
				Realização da Solenidade de Premiação



Macro Programa – Promoção e Apoio a Comercialização



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
<p style="text-align: center;">PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO</p>	<p style="text-align: center;">BUSCA DE NOVOS MERCADOS</p>	<p style="text-align: center;">Fomento de Novos Mercados Nacionais</p>		<p>Criação de critérios e normas para a utilização da marca em produtos originalmente capixabas (roteiros, circuitos, artesanato, produtos do agroturismo e da economia capixaba)</p>
			<p>Incentivar a utilização da marca "Descubra o Espírito Santo" por empresas, visando ampliar a divulgação do Espírito Santo através dos produtos capixabas.</p>	<p>Elaboração de um manual de normas de utilização da marca "Descubra o Espírito Santo".</p>
				<p>Criar no CONTURES uma curadoria para acompanhar, avaliar e definir o uso da marca</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
<p style="text-align: center;">PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO</p>	<p style="text-align: center;">BUSCA DE NOVOS MERCADOS</p>	<p style="text-align: center;">Fomento de Novos Mercados Nacionais</p>	<p>Elencar mercados emissores a serem trabalhados no médio prazo (3 anos)</p>	<p>Realização de pesquisa de mercado, com finalidade de buscar novos públicos consumidores</p>
				<p>Projetar para ações para captação do novo mercado resultado da pesquisa de mercado</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
<p>PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO</p>	<p>TURISMO INTERNACIONAIS POR NICHOS DE MERCADO</p>	<p>Fomento de fluxo do mercado Internacional</p>	<p>Trabalhar a elaboração de produtos baseado em nichos de mercado</p>	<p>Elencar os principais nichos internacionais de acordo com os produtos do Estado como: observadores de aves, pesca oceânica, eventos.</p>
				<p>Elaboração de uma projeto de ação para cada nicho de mercado priorizado</p>
				<p>Articulação com operadores locais e internacionais para divulgação do produtos: seminários, rodada de negócios, etc</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	Incluir o Espírito Santo na Rota de Cruzeiros Marítimos	Inserção do Espírito Santo na Rota de Cruzeiros Marítimos	Articulação com Armadores e Operadores de Cruzeiros na Costa Brasileira	Inclusão do E.S na rota dos cruzeiros marítimos nas rotas nacionais

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
<p>PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO</p>	<p>AMPLIAR A OFERTA DE PRODUTOS PELO SETOR PRIVADO</p>	<p>Projeto Descubra o Espírito Santo</p>	<p>Realização de ações promocionais do Destino ES</p>	<p>Priorizar a realização de famtour com as operadoras e receptivos locais parceiros</p>
				<p>Elencar os eventos (seminários, workshops) prioritários das Operadoras de Turismo</p>
				<p>Priorizar a realização de capacitações de agentes de viagens em parcerias com operadoras e receptivos locais</p>
				<p>Priorizar a realização de fampress com jornalistas especializados de turismo dos mercados prioritários</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
<p>PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO</p>	<p>AMPLIAR A OFERTA DE PRODUTOS PELO SETOR PRIVADO</p>	<p>Projeto Descubra o Espírito Santo</p>	<p>Identificar as operadoras de turismo que tem interesse em trabalhar com o produto Espírito Santo</p>	<p>Realizar ações cooperadas de mídia junto às principais operadoras de turismo e agências de viagem, além de empresas de potencial "venda" do produto Espírito Santo.</p>
			<p>ROADSHOW Regional</p>	<p>Realização de ações de roadshow com o trade local nos principais mercados emissores regionais para o público-final</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
<p>PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO</p>	<p>FOMENTAR O AUMENTO DO FLUXO DO SETOR DE EVENTOS</p>	<p>Fomenta Eventos</p>	<p>Captação de Eventos Regionais, Nacionais e Internacionais</p>	<p>Estabelecer parcerias técnico/financeiras para apoiar as ações de captação dos Conventions Bureaux (participação em eventos do setor, produção de material específico, workshops)</p>
			<p>Apoio aos eventos da Agenda Turística e Cultural</p>	<p>Promover eventos turístico e culturais visando divulgar o Espírito Santo nos eventos captados</p>
			<p>Apoio aos eventos da Agenda Turística e Cultural</p>	<p>Criar critérios para apoio a eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais</p>

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	INCREMENTAR COMUNICAÇÃO COM NOVOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS	Turismo na Palma da Mão	Acesso a informações turísticas por meio digital	Atualização do Portal de Turismo e App, utilizando das novas tecnologias
			Programa mídias sociais e o turismo	Elaboração do projeto de integração de comunicação das mídias sociais do turismo: instagran, facebook,youtube, twitter
				Projeto de Integração dos blogs de turismo do ES com os projetos de promoção turística
		Serviço de Atendimento ao Turista	Reestruturação dos SAT's – Serviço de Atendimento ao Turista para prestação de informações de serviços aos turista	Contratação de empresa para prestação do serviço nos pontos prioritários (aeroporto, rodoviárias, ferroviária, pontos turísticos e centros comerciais).

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	FOMENTAR A VALORIZAÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO PELO CAPIXABA	Viaja Capixaba	Criação de uma campanha de mídia valorizando e fomentando o turismo interno	Elaboração em conjunto com agencia de publicidade de uma campanha para fomentar o capixaba a viajar pelo Espírito Santo.



Macro Programa – FORTALECIMENTO DOS ESPAÇOS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
FORTALECIMENTO DOS ESPAÇOS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL	CONTURES	Reestruturação do Conselho Estadual de Turismo	Reestruturar o Fundo Estadual de Turismo	Composição de comissão especial ligada ao CONTURES para avaliação e reestruturação
				Desenvolver atividades com base no regimento interno do Conselho
			Reestruturar a Secretaria Executiva, as Comissões Temáticas e Grupos de Trabalho	Analisar a criação um Grupo de Trabalho das Instâncias de Governança no Conselho Estadual de Turismo e integrar as ações da Comissão de Regionalização



Macro Programa – TURISMO RESPONSÁVEL



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
TURISMO RESPONSÁVEL	MOBILIZAÇÃO PARA UM TURISMO DE QUALIDADE	Criação da Campanha "Cidade Acolhedora"	Campanha publicitária interna (para os capixabas)	Criar uma campanha de sensibilização para a população utilizando as ferramentas de mídia social
			Sensibilizar o cidadão para bem acolher o turista	Palestras para comunidade
			Turista Cidadão	Criar uma campanha de sensibilização para o turista utilizando as ferramentas de mídia social
		Criação da Campanha "Turista Cidadão"	Sensibilizar o turista para respeito ao local de visitação: cultura, meio ambiente, social	Criar uma campanha para o Turista Cidadão
			CADASTUR	Incentivo a adesão ao CADASTUR
		Cria�o de campanha para estimular o público final a contrata�o de serviços legais.		

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
TURISMO RESPONSÁVEL	TURISMO PARA TODOS	Turismo Acessível	Incentivar projetos de Praia Acessível	Avaliação do grau de acessibilidade das praias
				Buscar parceiros para projetos de adaptação
			Sensibilizar atores do turismo (público / privado)	Capacitação específica para lidar com o público-alvo
			Incentivar a adaptação dos equipamentos turísticos	Avaliação dos equipamentos turísticos
			Viabilizar acesso a informação para os PNE - Portadores de Necessidades Especiais.	Parceria com o Mtur para avaliação dos atrativos do portal www.turismoacessivel.gov.br
			Facilitar o acesso aos PNE's às informações turísticas junto aos portais/apps	Articulação com o Conselho Estadual da Pessoa com Deficiência para divulgação da ferramenta para alvo público alvo
				Divulgação da ferramenta para o público final

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
TURISMO RESPONSÁVEL	TURISMO PARA TODOS	Turismo LGBT	Incentivar projetos e produtos de turismo LGBT	Reuniões com o trade para fomento
			Sensibilizar atores (gestores públicos, trade turístico e profissionais do turismo)	Capacitação específica para lidar com o público-alvo
		Turismo Pedagógico	Promover o Turismo Pedagógico em parceria com a " Escola Viva "	Conversar com responsável na Sedu e fechar parceria
			Promover o Turismo Pedagógico em parceria com a Ceturb - Mão na Roda	Conversar com responsável na Ceturb e fechar parceria

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
TURISMO RESPONSÁVEL	TURISMO PARA TODOS	Turismo Melhor Idade	Incentivar projetos e produtos de turismo para a melhor idade	Reuniões com o trade para fomento de produtos
				Reunião com a Clubes da Melhor Idade para levantamento das atividades recreativas
				Articulação com o Mtur para o extensão do Viaja Mais
			Sensibilizar atores (gestores públicos, trade turístico e profissionais do turismo)	Capacitação específica para lidar com o público-alvo



Macro Programa – MONITORAMENTO E TRANSPARÊNCIA



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
MONITORAMENTO E TRANSPARÊNCIA	AVALIAÇÃO E CONTROLE DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	Sistema de acompanhamento do Plano Estratégico (SIGES)	Monitorar do desempenho da Setur	Estabelecer objetivos e metas para as ações do plano
				Alimentar periodicamente o sistema
			Avaliar e controle do desempenho da Setur	Incluir avaliação de resultados de cada ação do planejamento
				Estabelecer cronograma para apresentação dos resultados de cada equipe
			Dar transparência do desempenho da Setur	Constituir uma ferramenta para comunicação do processo de avaliação
				Divulgar periodicamente os resultados do Plano Estratégico no site da Setur

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
MONITORAMENTO E TRANSPARÊNCIA	OBSERVATÓRIO DO TURISMO	Portal do Observatório do Turismo	Implantar sistema de informações turísticas (software-IJSN)	Firmar parceria com IJSN
			Realizar periodicamente pesquisas de demanda turística e fluxo turístico	Contratação de empresa para realização das pesquisas
			Monitorar o setor dos meios de hospedagem	Firmar acordo de cooperação com entidades representativas do setor
			Integrar os municípios ao SISTUR	Padronizar informações e métodos
				Capacitar municípios
		Pesquisa Aplicada à Políticas Públicas	Edital junto aos parceiros (FAPES/SECTTI/IJSN)	Definir modelo com os parceiros

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
MONITORAMENTO E TRANSPARÊNCIA	CANAL DO TURISMO	Canal de Comunicação com o Turista e População (Ouvidoria)	Implantar canal de interação com o público da SETUR	Criar canal de interação virtual e automatizado entre o público e a SETUR, possibilitando respostas de perguntas frequentes e estatísticas sobre questões pontuais. Comunicação direta com o turista e população
				Estabelecer um fórum eletrônico de abrangência estadual para o diálogo com os diferentes parceiros, em especial a Secretaria de Estado de Comunicação
				Criar um canal no Youtube

Macro programa	Programa	Projetos	Ações	Etapas
MONITORAMENTO E TRANSPARÊNCIA	AVALIAÇÃO E CONTROLE DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	Sistema de acompanhamento do Plano Estratégico (SIGES)	Monitorar do desempenho da Setur	Estabelecer objetivos e metas para as ações do plano
				Alimentar periodicamente o sistema
			Avaliar e controle do desempenho da Setur	Incluir avaliação de resultados de cada ação do planejamento
				Estabelecer cronograma para apresentação dos resultados de cada equipe
			Dar transparência do desempenho da Setur	Constituir uma ferramenta para comunicação do processo de avaliação
				Divulgar periodicamente os resultados do Plano Estratégico no site da Setur

Equipe SETUR

Secretário de Estado do Turismo

Jose Sales Filho

Subsecretária de Estado do Turismo

Simone Modolo

Gerência de Gestão do Turismo

Carolina Fávero

Alexandre Fraga

Joyce Coelho

Maria das Dores Soares

Thainá Venâncio

Gerente de Estudos e Negócios Turísticos

Danielli Nogueira

Igor Gonçalves Calhau

Marcos José Marsaioli

Rafael Granvilla

Rodrigo Pizzo Sattler

Gerente de Marketing Turístico

Carla Rezende Bastos

Camila Antunes Ramalho

Janete Rasseli Soares

Renata Vidon

Roberta Vaccari

Gerente Técnico Administrativo

Geruza Correa

Carla Brasil Milaneze

Joyce Martins Maziero

Filipe dos Santos Santana

Livio Pereira Meirelles

Lucileia de Fátima Silva Alves

Odyr Cesar Vargas

Patricia Agrizzi

Patricia Barbeta

Valentin Perozini Junior

Vitiane Cristina de Paula

Zennor Nascimento

Assessoria de Comunicação

Tatiana Negris

Gabinete

Keila Nascimento

Andreia Silva

Katiani Pereira Aguiar

Motoristas

Adão Ferreira

Marcio Julio Magalhaes

Sebastião Carlos Fulador

Estagiários:

André da Silva Rodrigues

Caroliny Pereira Sodré

Deis Gomes Pinheiro

Felipe Lima Stange

Gabriela da Silva Tironi

Geiza Maria da Cruz Oliveira

Nayara Lopes Rodrigues

Patrick Zannon

Rafaelli Tonete Guedes



**GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO**

Secretaria do Turismo

Secretaria de Estado do Turismo
Tel. 27 3636.8026 – www.turismo.es.gov.br