

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Ananindeua – Pará

2026 - 2029



Fotos: Adrielson Furtado





PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Ananindeua – Pará

2026 - 2029

**ANANINDEUA VIVA:
TURISMO E LAZER PARA TODOS**

**ANANINDEUA
2026**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ANANINDEUA - PMA

Hugo Fernando de Souza Atayde

Prefeito

SECRETARIA MUNICIPAL DE LAZER E TURISMO – SELTUR

Kedna de Jesus Coelho Barbosa

Secretária

Herlem do Socorro Barra Farias

Secretária Adjunta

DIRETORIA DE POLÍTICAS PARA O LAZER E TURISMO

Adrielson Furtado Almeida

Diretor

COORDENAÇÃO DE GESTÃO DO LAZER E TURISMO

Matheus Paulo da Silva Miranda

Coordenador

COORDENAÇÃO DE PLANEJAMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Vitor Gabriel de Souza Lima

Coordenador

MENSAGEM DO PREFEITO

Hugo Atayde

Prefeito Municipal de Ananindeua

Ananindeua vive um novo momento em sua trajetória de desenvolvimento. Em 2025, o município recebeu o título de Município Turístico pelo Ministério do Turismo (MTur), reconhecimento que reflete os avanços alcançados nos últimos anos e o compromisso da gestão municipal com a construção de uma cidade mais estruturada, acolhedora e preparada para receber visitantes e promover experiências turísticas de qualidade.

Esse reconhecimento é resultado de um processo contínuo de transformação iniciado em 2021, com investimentos e ações voltadas à infraestrutura urbana, à valorização dos espaços públicos, ao lazer, à cultura e ao turismo. Entre os equipamentos que simbolizam essa nova fase estão a Orla de Ananindeua, o Parque Cultural Vila Maguary, o Teatro Municipal de Ananindeua, o Parque Linear, o Parque do 8 e a Praça da Bíblia, espaços que ampliam as possibilidades de lazer, convivência e visitação.

Por meio da Prefeitura Municipal de Ananindeua e da Secretaria Municipal de Lazer e Turismo, estamos construindo uma política pública de turismo integrada ao desenvolvimento do município, alinhada às diretrizes da política nacional de turismo e voltada à valorização das nossas potencialidades. Nosso propósito é consolidar Ananindeua como um destino turístico competitivo, sustentável e reconhecido regional e nacionalmente, promovendo especialmente o turismo de natureza, o turismo cultural e o turismo de aventura.

Ananindeua possui uma diversidade de atrativos turísticos. Ao Norte, destaca-se a Região Insular, formada por nove ilhas e correspondente a aproximadamente 40% do território municipal; ao Sul, o Quilombo do Abacatal, território ancestral marcado pela resistência, memória e identidade de sua comunidade. Na área urbana, o município reúne balneários, clubes, marinas, praças, bares e restaurantes, que oferecem diversas opções de lazer, entretenimento e gastronomia.

Este Plano Municipal de Turismo é um compromisso com o futuro de Ananindeua, orientando o avanço das políticas públicas, o fortalecimento da infraestrutura, a qualificação dos serviços e a atração de investimentos, com foco em um turismo competitivo e sustentável que valorize nossa história, cultura, natureza e gastronomia, transformando nossas potencialidades em oportunidades de desenvolvimento, inclusão, pertencimento e qualidade de vida. Ananindeua está preparada para avançar. E o turismo faz parte desse futuro.

SUMÁRIO

1 Apresentação	05
2 Aspectos metodológicos	06
3 Turismo no cenário global: Dados e tendências	07
4 Dados socioeconômicos de Ananindeua/PA	13
5 Diagnóstico: Aspectos gerais do turismo no destino	16
6 Análise FOFA: Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças	37
7 Diretrizes estratégicas	40
8 Indicadores, metas e monitoramento	44
Referências	47
Ficha técnica	49



Foto: Adrielson Furtado (2024)

1 APRESENTAÇÃO

O município de Ananindeua faz parte da política de regionalização do turismo no Estado do Pará, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo (MTur), integrando a Região Turística de Belém como uma das 14 regiões turísticas listadas na Portaria nº 164/2019 da Secretaria de Estado de Turismo (SETUR).

Em março de 2022, Ananindeua passou a integrar o Mapa do Turismo Brasileiro, na Categoria C, instrumento do Programa de Regionalização do Turismo que orienta a atuação prioritária do MTur no desenvolvimento de políticas públicas para o setor. Em dezembro de 2024, o município avançou para a Categoria B. Em abril de 2025, alcançou a Categoria A, recebendo o reconhecimento de “Município Turístico”, a classificação mais alta do Mapa do Turismo Nacional, condição mantida em 2026.

O órgão responsável pelo setor do turismo de 2022 a 2024 foi a Diretoria de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (DDCT), subordinada à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SEDEC) da Prefeitura Municipal de Ananindeua (PMA). Em 27 de dezembro de 2024, foi criada a Secretaria Municipal de Lazer e Turismo (SELTUR) por meio da Lei nº 3.425, com a finalidade de desenvolver e implementar políticas públicas de turismo e lazer, com vistas a gerar renda, desenvolver e estruturar as cadeias econômicas do turismo e do lazer, no âmbito do Município de Ananindeua.

Para auxiliar o poder público no planejamento, acompanhamento e fortalecimento das políticas públicas de turismo no município, foi criado em maio de 2021, o Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo (COMDET) através da Lei nº 3.144. O COMDET reúne as entidades representativas da comunidade local, setor público e privado, com a responsabilidade de assessorar na definição e implementação das políticas públicas municipais de turismo.

Em novembro de 2022, foi lançado o primeiro Plano Municipal de Turismo de Ananindeua (2022-2025), que reúne em um documento os princípios orientadores para o desenvolvimento da atividade turística no município de Ananindeua. Em setembro de 2026, foi lançado o Plano Municipal de Turismo de Ananindeua (2026-2029), o principal instrumento técnico e estratégico que orientará o desenvolvimento do turismo a curto, médio e longo prazo. Visando à organização, o planejamento e o direcionamento das ações do turismo de forma sustentável e integrada.

2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O processo de construção do Plano Municipal de Turismo de Ananindeua foi realizado a partir das reuniões com o COMDET, iniciadas no primeiro semestre de 2025. Nas reuniões foram definidos os eixos estruturantes do plano, com base na Lei Nº 3.437, de 13 de fevereiro de 2025, que alterou parcialmente a Lei nº 3.194 de 11 de novembro de 2021 – Plano Plurianual (PPA 2022-2025) do Município de Ananindeua, para inclusão da SELTUR, e a criação do Programa Ananindeua Viva: Turismo e Lazer para Todos.

Em julho de 2025, iniciou a elaboração do Plano Plurianual – PPA (2026-2029), a partir da análise da matriz FOFA (força, oportunidade, fraqueza e ameaças), que auxiliou na identificação das diretrizes estratégicas, em conjunto com o COMDET. Em 16 de dezembro de 2025, foi lançado o PPA contendo os objetivos e metas para o período.

Por último, foram realizadas pesquisas de campo e de dados secundários, considerando os aspectos socioeconômicos, infraestrutura de apoio, serviços turísticos e atrativos naturais e culturais para atualização do Inventário da Oferta Turística e para análise da competitividade turística de Ananindeua. Em fevereiro de 2026, ocorreu o lançamento oficial do Inventário da Oferta Turística e seus subprodutos: Mapa Turístico e o Guia de Serviços Turísticos de Ananindeua.

A elaboração da redação final do Plano Municipal de Turismo foi iniciada em maio de 2026, com a apresentação da versão preliminar para validação e aprovação pelos conselheiros do COMDET, realizada no dia 10 de setembro de 2026, durante reunião do Conselho. Posteriormente disponibilizada no subportal da SELTUR no site oficial da Prefeitura Municipal de Ananindeua.

O documento manteve o padrão técnico adotado no Plano Municipal de Turismo de 2022, preservando suas principais seções e estrutura, porém incorporando dados atualizados e novas diretrizes estratégicas. Essa abordagem permite estabelecer comparações entre os diferentes períodos e avaliar a evolução da política pública de turismo no município ao longo dos últimos anos.

3 TURISMO NO CENÁRIO GLOBAL: DADOS E TENDÊNCIAS

3.1. Panorama Mundial

O turismo mundial entrou em 2026 consolidando a recuperação pós-pandemia e ampliando sua importância econômica global. Os principais mercados emissores globais são o Oriente Médio, a Europa e a África. Nas Américas, a recuperação atingiu 97% dos níveis de chegadas internacionais pré-pandemia em 2024, com um crescimento de 7% em relação a 2023 (ONU TURISMO, 2025).

Organizações internacionais como a World Travel & Tourism Council (Conselho Mundial de Viagens e Turismo - WTTC) e a UN Tourism (Organização Mundial do Turismo da ONU) apontam que o setor vive um novo ciclo de expansão, impulsionado pela retomada das viagens internacionais, pela digitalização e pela busca por experiências mais sustentáveis e autênticas (WTTC, 2026).

A WTTC destaca que na próxima década o setor sustente quase 89 milhões de novos empregos em todo mundo, o que representa um terço de todos os novos empregos esperados pela economia em geral. Enquanto o PIB global do setor de viagens e turismo deverá crescer a uma taxa anual de 3,6%, 1,5 vezes mais rápido do que a economia global, que deverá crescer 2,4%.

A WTTC ressalta a importância do investimento contínuo em infraestrutura inteligente, inovação digital, gestão sustentável de destinos, desenvolvimento de competências e conectividade transfronteiriça para manter a forte trajetória de crescimento de longo prazo do setor, considerando que a inteligência artificial e as novas tecnologias contribuirão para a melhoria da experiência do viajante, da eficiência operacional e do desenvolvimento da força de trabalho em todo o segmento turístico.

PRÓXIMA DÉCADA

\$ 89M

Novos empregos globais

CRESCIMENTO DO PIB ANUAL

3,6%

Setor de Viagens e Turismo

2,4%

Economia global

3.2. Cenário Brasil

O Plano Nacional de Turismo 2024-2027 estabeleceu como objetivo posicionar o Brasil como o país que mais recebe turistas internacionais na América do Sul até 2027. Tendo como meta principal alcançar 8,1 milhões de turistas internacionais até 2027 (BRASIL, 2024). No entanto, em 2025, o Brasil alcançou o melhor desempenho da história no turismo internacional, registrando 9,28 milhões de turistas estrangeiros, o maior volume já observado no país. O resultado representa crescimento de 37,1% em relação a 2024, consolidando o Brasil como um destino cada vez mais competitivo no cenário global. Além de bater o recorde histórico, o país superou em 34,6% a meta prevista no Plano Nacional de Turismo 2024-2027, evidenciando o fortalecimento das políticas públicas, da promoção internacional e da integração entre governos e setor privado (BRASIL, 2026a).

PRINCIPAIS PORTÕES DE ENTRADA DO TURISTA INTERNACIONAL

- 1º São Paulo**
- 2º Rio de Janeiro**
- 3º Rio Grande do Sul**

MERCADOS EMISSORES

- 1º Argentina**
- 2º Chile**
- 3º Estados Unidos**

Os principais hubs turísticos e aeroportuários permaneceram como as maiores portas de entrada de turistas internacionais no Brasil em 2025, com destaque para São Paulo (2.753.869), Rio de Janeiro (2.196.443) e Rio Grande do Sul (1.535.806). Entre os mercados emissores, a Argentina (3.386.823 turistas) liderou com ampla vantagem, seguida por Chile (801.921 visitantes) e Estados Unidos (759.637 chegadas), enquanto os países europeus (França, Portugal, Alemanha, Itália, Reino Unido e Espanha) também registraram participação significativa (1.274.567 visitantes). O desempenho histórico reforça o turismo como importante motor de desenvolvimento econômico, geração de empregos e fortalecimento da imagem do Brasil no cenário internacional (BRASIL, 2025a).

A projeção do Brasil para o turismo internacional até 2030 é de forte crescimento, consolidando o país como um dos principais destinos turísticos da América do Sul e ampliando sua competitividade no cenário global. O desempenho recorde alcançado em 2025, quando o país ultrapassou a marca de 9,2 milhões de turistas estrangeiros, reforçou ainda mais as expectativas positivas para o setor. Nesse contexto, a tendência é que o Brasil alcance ou até supere a marca de 10 milhões de visitantes internacionais antes de 2030. Dentro das tendências globais para 2030, o Brasil aparece com potencial competitivo especialmente em segmentos ligados à sustentabilidade, biodiversidade, turismo de experiência e economia criativa, alinhando-se às demandas do novo perfil do turista internacional (BRASIL, 2025a).

3.3. Estado do Pará

Entre 2026 e 2030, o Estado do Pará projeta um cenário de forte expansão turística, impulsionado principalmente pelo legado da COP30, realizada em Belém em 2025, pelos investimentos em infraestrutura e pela crescente promoção internacional da Amazônia. O evento representou um marco histórico para o turismo paraense e para a região Norte, ampliando a visibilidade global do Estado, acelerando melhorias em mobilidade, hotelaria, conectividade aérea, saneamento e requalificação urbana, além de fortalecer a imagem do Pará associada à sustentabilidade, bioeconomia e turismo de experiência (BRASIL, 2025b).

Nesse contexto, Belém consolidou-se como porta de entrada da Amazônia para o mundo, enquanto o estado ampliou sua oferta turística, estimulou a qualificação profissional do setor e valorizou a diversidade cultural e socioambiental amazônica. A integração entre comunidades tradicionais, setor produtivo e poder público também contribuiu para a geração de oportunidades econômicas e para o fortalecimento do Pará como um dos principais destinos de natureza e cultura do Brasil (BRASIL, 2025b).

Entre 2026 e 2030, a expectativa é de crescimento contínuo do fluxo turístico regional, nacional e internacional, especialmente nos segmentos de: ecoturismo; turismo de base comunitária; turismo cultural; turismo gastronômico; turismo fluvial; observação de aves; turismo de experiência; turismo científico e climático.

O Pará vem consolidando o turismo como política estratégica de desenvolvimento regional, e de fortalecimento da gestão pública municipal através da adesão ao Programa Regionalização do Turismo (PRT) do MTUR, através da inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro. O SISMAPA constitui uma das principais ferramentas de planejamento territorial do turismo nacional, permitindo a descentralização das políticas públicas e fortalecendo destinos emergentes em todas as regiões do Pará.

Foto: Adrielson Furtado (2026)

Em 2022, haviam 52 municípios integrados ao Mapa do Turismo Brasileiro. Em 2025, esse número aumentou para 78 municípios cadastrados no SISMAPA, ampliando ainda mais sua presença na política nacional de regionalização do turismo. Em maio de 2026, haviam 88 municípios (Figura 1) (BRASIL, 2026b). Esse crescimento evidencia a consolidação do turismo como política estratégica de desenvolvimento regional no Pará, fortalecendo a captação de investimentos, a promoção turística, a qualificação profissional e o acesso a políticas públicas federais.

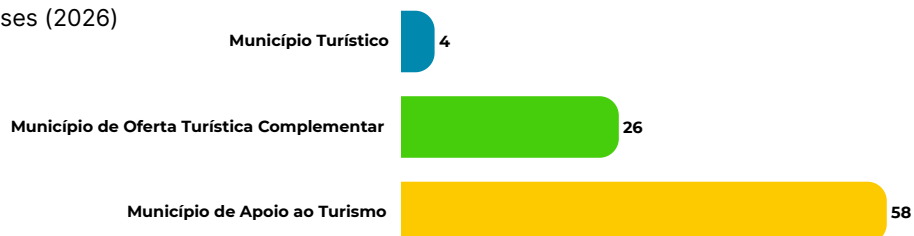
O fortalecimento do turismo paraense apoia-se na valorização da Amazônia, na sustentabilidade e na crescente demanda global por destinos autênticos, naturais e culturais. O Pará tende a se consolidar como uma das principais vitrines do turismo amazônico no mundo durante a próxima década.

No quadro 1, apresentam-se os municípios paraenses segundo a sua região turística e categorização. Conforme a categorização, Ananindeua configura-se como um Município Turístico. Porém, verifica-se que a maioria dos municípios paraenses está como Município de Apoio ao Turismo, seguido de Município de Oferta Turística Complementar e Município Turístico (Gráfico 1).

Gráfico 1. Quantificação das categorias dos municípios paraenses no Mapa do Turismo Brasileiro (2026)

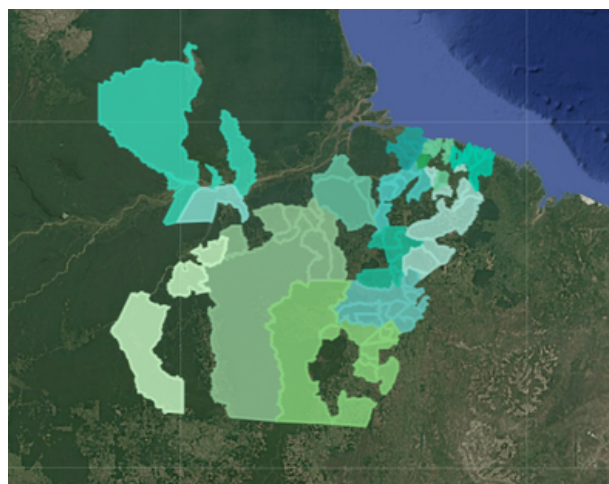
Mapa do Turismo Brasileiro

Categorização dos municípios paraenses (2026)

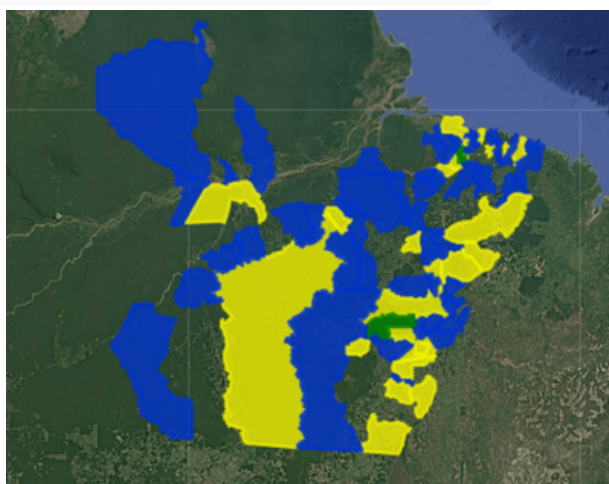


Fonte: Adaptado pela SELTUR a partir de SISMAPA (BRASIL, 2026b).

Figura 1. Mapa do Turismo Brasileiro (2026): a) Municípios paraenses que integram o SISMAPA, b) Categorias dos municípios paraenses no SISMAPA.



Nº de Macrorregiões	1
Nº de UF	1
Nº de Regiões Turísticas	14
Nº de Municípios	88



Categoria	Nº de Casos	% de Casos
Município turístico	4	4.55%
Município com oferta turística complementar	26	29.5%
Município de apoio ao turismo	58	65.9%
Total	88	100%

Fonte: Adaptado pela SELTUR a partir de SISMAPA (BRASIL, 2026b).

3.4 Tendências de comportamento e consumo

Tendências são mudanças duradouras no comportamento das pessoas e da sociedade, refletindo transformações em valores, necessidades e preferências de consumo. Diferem das modas e ondas passageiras por seu desenvolvimento gradual, maior alcance cultural e impacto de longo prazo. Mesmo em um mundo altamente conectado, essas mudanças demandam tempo para serem amplamente aceitas e incorporadas, sendo sua recorrência e disseminação fatores que confirmam sua relevância.

A identificação de tendências permite compreender transformações em curso, antecipar oportunidades e orientar estratégias de desenvolvimento. No turismo, a análise dessas tendências contribui para entender a evolução do setor e apoiar o planejamento de ações e negócios, motivo pelo qual a Revista Tendências do Turismo 2026 apresenta 18 tendências organizadas em três grupos analíticos (BRASIL, 2026c):

a) Experiência no Destino: Reúne vivências e sensações que os viajantes buscam durante a viagem:

1. Saúde e bem-estar nas viagens - O turismo de saúde e bem-estar cresce em 2026, impulsionado pela busca por autocuidado, saúde mental e experiências transformadoras. Atividades em contato com a natureza, práticas holísticas e espaços de relaxamento tornam-se cada vez mais valorizados.

2. Em busca do esporte - O turismo esportivo se fortalece com o aumento do interesse por eventos, competições e experiências ligadas ao esporte. Além de assistir a partidas, os viajantes buscam conhecer arenas, museus e praticar modalidades esportivas durante as viagens.

3. Experiências gastronômicas - A gastronomia consolida-se como um importante motivador de viagens, permitindo conhecer à cultura local por meio de sabores e tradições. Cresce o interesse por mercados, oficinas culinárias, enoturismo e eventos gastronômicos.

4. Destinos inspirados pela mídia - O turismo motivado por filmes, séries e cultura pop ganha força, levando viajantes a conhecer cenários e experiências relacionadas às suas produções favoritas. A tendência estimula roteiros temáticos e fortalece a interação entre fãs e comunidades locais.

5. De volta ao passado - Experiências que resgatam memórias, histórias familiares e elementos do passado tornam-se cada vez mais procuradas. A tendência reflete a busca por vivências autênticas, sentimento de pertencimento e valorização da estética vintage.

6. Conexão com a natureza - O turismo de natureza cresce impulsionado pelo desejo de contato com o meio ambiente, bem-estar e desaceleração da rotina urbana. Trilhas, observação da fauna e experiências em ambientes naturais favorecem a contemplação, a autodescoberta e a conscientização ambiental.

b) Fatores que orientam a escolha: motivações, valores e critérios que influenciam a decisão de viajar e a escolha do destino:

7. Turismo de eventos - Eventos culturais, esportivos e musicais influenciam cada vez mais a escolha dos destinos e períodos de viagem, consolidando-se como importantes motivadores do turismo.

8. Escolhas mais conscientes - A sustentabilidade ganha relevância nas decisões dos viajantes, estimulando a valorização da cultura local, dos negócios regionais e de práticas mais responsáveis no setor turístico.

9. Foco no custo-benefício - Os turistas buscam equilibrar economia e qualidade, priorizando viagens mais acessíveis sem abrir mão de experiências significativas e momentos de conforto.

10. Vivências autênticas - Experiências genuínas e personalizadas tornam-se mais valorizadas, com destaque para a cultura local, recomendações de moradores e maior conexão com os destinos.

11. Destinos alternativos - Locais menos conhecidos atraem viajantes em busca de autenticidade, menor fluxo de turistas e experiências mais próximas das comunidades locais.

12. Viagens literárias - O turismo inspirado pela literatura cresce ao proporcionar experiências ligadas à leitura, à imaginação e aos cenários que remetem a histórias e universos ficcionais.

c) Comportamento e Planejamento da Viagem: como os viajantes pesquisam, organizam e estruturam suas jornadas.

13. Inteligência Artificial como ferramenta - A inteligência artificial torna o planejamento e a experiência das viagens mais ágeis, personalizadas e eficientes, auxiliando os viajantes antes e durante a jornada.

14. O transporte como parte da experiência - Os meios de transporte ganham protagonismo no turismo ao oferecer experiências imersivas, transformando o deslocamento em parte importante da viagem.

15. Viagens em família e multigeracionais - As viagens em família fortalecem os vínculos entre gerações, valorizando momentos de convivência, compartilhamento de experiências e conexões afetivas.

16. Viagens inspiradas pelas redes sociais - As redes sociais influenciam cada vez mais a escolha dos destinos, com destaque para conteúdos autênticos e recomendações que transmitam experiências reais.

17. Viagens mais longas - As viagens de longa duração tornam-se mais atrativas para quem busca maior imersão, desconexão da rotina e experiências mais profundas nos destinos visitados.

18. Viagens com propósito - As viagens passam a ser motivadas por objetivos pessoais e significados mais profundos, priorizando experiências transformadoras, aprendizado e autoconhecimento.

Essas 18 tendências foram selecionadas por sua relevância estratégica e potencial de impacto futuro, servindo de referência tanto para gestores públicos quanto para os gestores do setor privado no planejamento e desenvolvimento do setor turístico.

4 DADOS SOCIOECONÔMICOS DE ANANINDEUA/PA

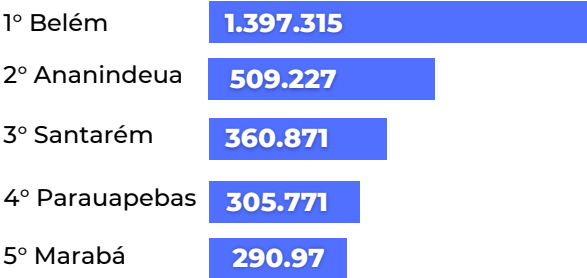
O município de Ananindeua destaca-se como uma capital sub-regional de elevada influência na Região Metropolitana de Belém (RMB), desempenhando papel estratégico na dinâmica econômica, social e urbana do Estado do Pará.

Ananindeua é o segundo município mais populoso do Estado (Gráfico 2), com população estimada em 509.227 habitantes em 2025, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025). Seu território abrange 190,581 km² e apresenta uma configuração diversificada, composta por áreas urbanas, uma área rural ao sul – onde se localiza o Quilombo do Abacatal – e uma região insular ao norte, formada por nove ilhas (IBGE, 2023).

O Produto Interno Bruto (PIB) de Ananindeua alcançou aproximadamente R\$ 11,5 bilhões em 2023, consolidando o município como uma das principais economias do Estado do Pará. A estrutura econômica local é predominantemente baseada no setor de serviços, responsável por 61,9% do valor adicionado bruto, seguido pela administração pública (24,3%), pela indústria (13,7%) e pela agropecuária (0,2%) (IBGE, 2023).

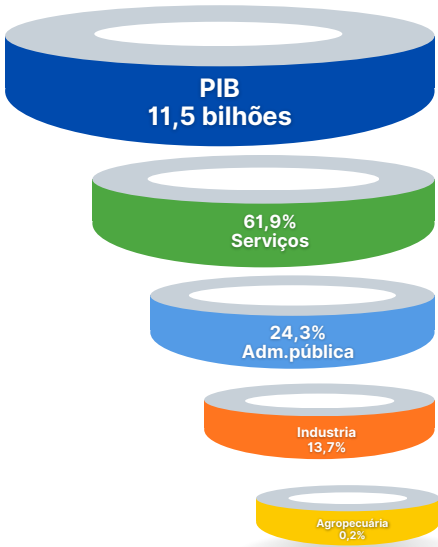
O PIB per capita do município foi de R\$ 23.964,96 em 2023, valor inferior à média estadual, estimada em cerca de R\$ 31.280,00, bem como ao registrado em Belém, de aproximadamente R\$ 31.100,00 (IBGE, 2023). Esses indicadores evidenciam a importância de políticas voltadas ao aumento da produtividade, da geração de renda e da diversificação econômica, visando promover um desenvolvimento mais equilibrado e inclusivo para os ananindeuense.

Gráfico 2. Ranking dos municípios mais populosos do Estado do Pará (2025)

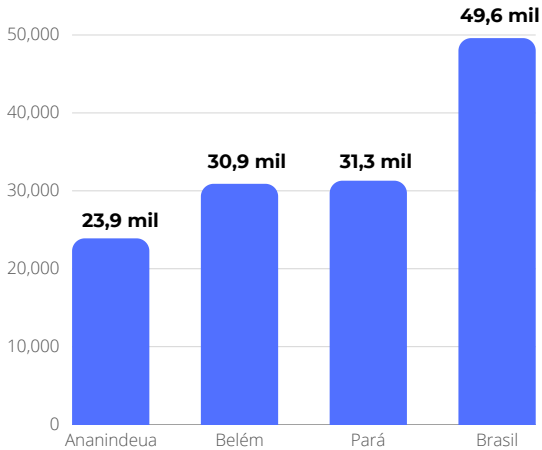


Fonte: IBGE (2025).

Gráfico 3. Bens e serviços produzidos em Ananindeua (2023)



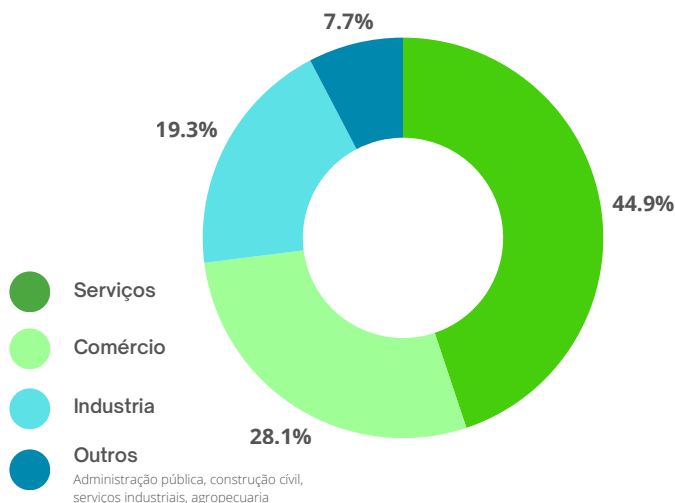
PIB per capita



Fonte: IBGE (2023).

Ao final de 2025, Ananindeua contabilizava 72.134 vínculos formais de trabalho. A estrutura ocupacional do município é predominantemente composta por trabalhadores dos serviços, vendedores do comércio em lojas e mercados, que somam 24.390 vínculos formais. Em seguida, destacam-se os trabalhadores da produção de bens e serviços industriais, com 18.864 vínculos, e os trabalhadores de serviços administrativos, com 14.558 vínculos (Gráfico 4) (BRASIL, 2025c).

Gráfico 4. Número de empregos formais em Ananindeua no ano de 2025



Fonte: BRASIL (2025c).

Esse perfil reflete a dinâmica econômica de Ananindeua, caracterizada pela expressiva atividade comercial, pela oferta de serviços e pela presença de estabelecimentos industriais que contribuem para a geração de emprego e renda no município.

Quanto ao dinamismo empresarial, Ananindeua possuía 45.384 empresas ativas em 2025, demonstrando a força de sua economia. No mesmo ano, foram registrados 9.915 novos empreendimentos, número superior ao de 2024, quando foram abertas 7.826 empresas. A remuneração média dos trabalhadores formais foi de aproximadamente R\$ 2,8 mil mensais, valor inferior à média estadual (R\$ 5.300,00) (Gráfico 5) (BRASIL, 2025c).

Gráfico 5. Empresas ativas e remuneração média em Ananindeua (PA).

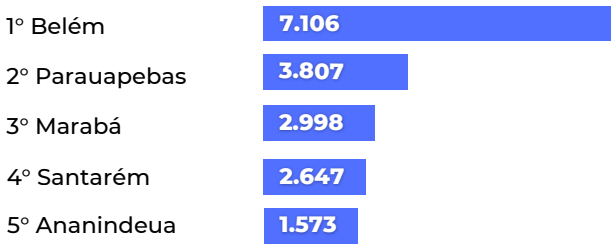


Fonte: BRASIL (2025c).

Entre janeiro e dezembro de 2025, Ananindeua registrou 33.154 admissões e 31.581 desligamentos formais, resultando em um saldo positivo de 1.573 novos postos de trabalho. Embora inferior ao saldo observado em 2024, quando foram geradas 2.094 vagas formais, o resultado mantém a trajetória de crescimento do mercado de trabalho no município (BRASIL, 2026d).

Em termos absolutos, Ananindeua apresentou o 5º melhor desempenho na geração de empregos formais do Estado. Quando considerada a relação entre o saldo de vagas e o tamanho da população, o município ocupa a 9ª posição entre os que mais cresceram no Estado, evidenciando sua capacidade de geração de oportunidades e sua relevância na dinâmica econômica paraense (Gráfico 6) (BRASIL, 2026d).

Gráfico 6. Ranking dos municípios que mais geram empregos no Pará em 2025.

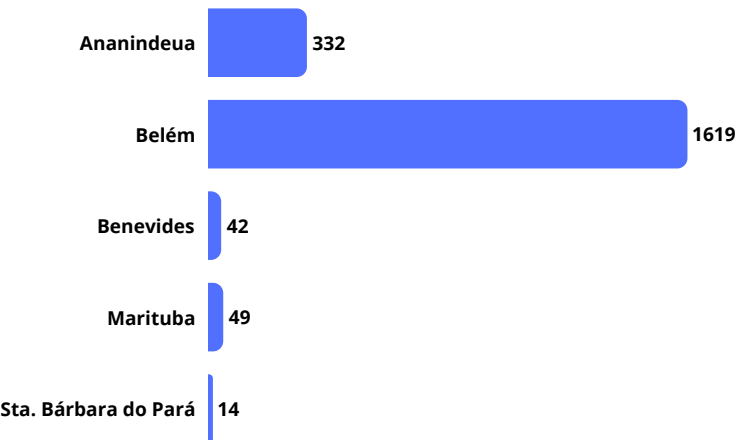


Fonte: BRASIL (2026d).

Ananindeua possui expressivo potencial turístico em razão de sua localização estratégica na Amazônia e da proximidade com Belém e do seu Aeroporto Internacional. O município reúne diversos atrativos naturais, culturais e gastronômicos, incluindo florestas, rios, comunidades tradicionais, patrimônios históricos, parques e praças, além de uma rede de comércio, serviços e meios de hospedagem que contribuem para a recepção dos visitantes.

Essas características favorecem o desenvolvimento de segmentos como o turismo de natureza, cultural, gastronômico e comunitário. Em maio de 2026, o município registrava 332 prestadores de serviços turísticos com cadastro regular no CADASTUR, evidenciando a presença de uma atividade turística formalizada e com potencial de crescimento (Gráfico 7) (PARÁ, 2026a).

Gráfico 7. Cadastro regular do CADASTUR (Maio/2026)



Fonte: PARÁ (2026a).

5 DIAGNÓSTICO:

ASPECTOS GERAIS DO TURISMO NO DESTINO

5.1 Oferta Turística

Para o planejamento turístico de Ananindeua, é fundamental identificar sua oferta turística, entendida como o conjunto de atrativos, serviços, equipamentos e infraestrutura de apoio disponíveis para visitantes atuais e potenciais (BRASIL, 2004). Esse diagnóstico é realizado por meio do Inventário da Oferta Turística (IOT), instrumento que levanta, identifica e registra informações sobre o município, sua infraestrutura de apoio ao turismo, serviços e equipamentos turísticos, atrativos naturais e culturais, além dos eventos que compõem o destino turístico.

IOT

INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA

Instrumento que levanta, identifica e registra a oferta turística do município.

Em 2022, foi publicado o primeiro IOT do município de Ananindeua pela Diretoria de Turismo da SEDEC. Em 04 de março de 2026, foi lançado oficialmente o segundo IOT no Teatro Municipal de Ananindeua. A elaboração deste novo IOT, iniciou em novembro de 2025, com a revisão dos dados, nos meses seguintes ocorreram as visitas de campo para identificação de novos empreendimentos, infraestrutura e atrativos turísticos, seguindo a metodologia do MTUR, a partir do Sistema de inventariação da oferta turística (INVITUR). O IOT do município de Ananindeua 2026 está disponível no site da Secretaria de Estado de Turismo (SETUR) e no site da Prefeitura Municipal de Ananindeua.

5.2 As principais conclusões da análise da oferta turística de Ananindeua

A infraestrutura de apoio ao turismo de Ananindeua é composta por diferentes serviços e equipamentos que dão suporte à atividade turística e ao atendimento de moradores e visitantes. O município possui sistema de comunicação com serviços de correios, telefonia celular, internet e veículos de imprensa. Na área de segurança pública, conta com 11 Delegacias de Polícia Civil e 01 Unidade do Corpo de Bombeiros. A rede de saúde é formada por 4 Unidades de Pronto Atendimento (UPAs), 08 Unidades de Urgência e Emergência, 41 Unidades Básicas de Saúde (UBS), 02 Clínicas de Saúde, 05 Policlínicas e 01 Clínica Materno-infantil. No campo educacional, o município dispõe de 08 Instituições de Ensino Superior (IES). Além disso, os principais acessos ao município passam por intervenções de requalificação e reestruturação viária.



Os serviços e equipamentos turísticos apresentaram um avanço na sua oferta: 05 meios de hospedagem, que totalizam 350 unidades habitacionais e 294 leitos; 78 estabelecimentos de alimentação e bebidas (Restaurantes, churrascarias, quiosques, pizzarias, hamburguerias, sorveterias, lanchonetes e similares); 48 agências de turismo; 30 transportadoras turísticas; 05 locadoras de veículos; 08 organizadoras de eventos; 03 prestadoras de infraestrutura de apoio para eventos; 16 espaços de lazer e entretenimento (Orla de Ananindeua, Parque Cultural Vila Maguary, Parque do 8, Parque Linear, Praça da Bíblia, Balneário do Isaac, Balneário Paraíso da Família, etc.) e, 78 guias de turismo.

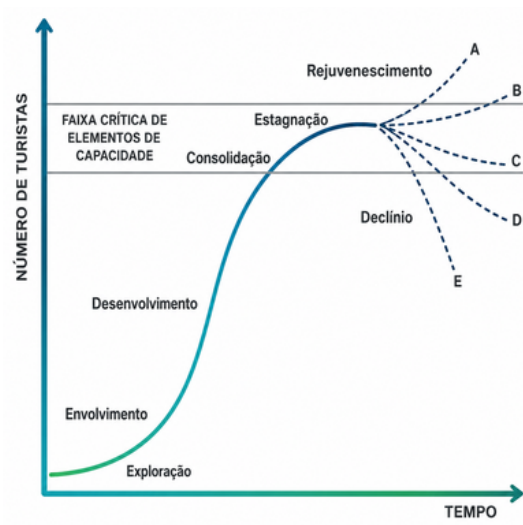
Os atrativos turísticos representados pelos atrativos naturais, destacam-se a Bacia Hidrográfica de João Pilatos, com seus rios, furos e igarapés de diferentes dimensões. Além da Região Insular, composta de 9 ilhas (Ilha de Viçosa, Ilha de João Pilatos, Ilha de Santa Rosa, Ilha de Guajarina, Ilha de Sassunema, Ilha de São José de Sororoca, Ilha do Arauarí e Ilha do Mutá), com suas 09 comunidades e 11 localidades, em ambientes de floresta de terra firme, várzea fluviomarinha, mangue e igapó.

Os atrativos culturais estão representados pelas manifestações e patrimônio histórico e cultural, a exemplo da Igreja de Santa Maria Mãe de Deus (Local do primeiro núcleo religioso do município), Santuário de N. Sra. das Graças da Medalha Milagrosa, Caminho de Pedras do Abacatal, Casarão do Curtume Maguary e suas ruínas (Caixa d'água e chaminé), além dos eventos programados como o Carnanindeua (fevereiro/março) e, Forró Ananindeua e, o Círio de N. Sra. das Graças (agosto), que junto com os demais presentes no calendário são importantes vetores de aumento de fluxo de turistas para o município.

Desde 2021, a gestão pública municipal vem desenvolvendo ações voltadas à estruturação da política de turismo, com o objetivo de consolidar Ananindeua como um destino de turismo ecológico e cultural na Região Turística de Belém. Além desses segmentos, o município apresenta potencial para o desenvolvimento de experiências relacionadas ao turismo de aventura, ao turismo náutico e ao turismo de pesca, a partir da integração entre as políticas públicas de turismo, cultura, meio ambiente e desenvolvimento econômico.

Com base no modelo do Ciclo de Vida dos Destinos Turísticos, proposto por Butler (1980) e amplamente utilizado nos estudos sobre desenvolvimento turístico, Ananindeua encontra-se no estágio de Desenvolvimento (Figura 2). Nessa fase, torna-se fundamental fortalecer a priorização do turismo como atividade estratégica para o desenvolvimento econômico local, capaz de gerar emprego e renda, valorizar o patrimônio histórico-cultural, estimular o empreendedorismo e promover a conservação dos atrativos naturais.

Figura 2. Ciclo de evolução na área do turismo



Fonte: Butler (1980).

Nesse contexto, o turismo deve consolidar-se como uma política pública prioritária da gestão municipal, orientada para o aprimoramento contínuo da oferta turística e para o aumento da competitividade do destino nos mercados regional e nacional.



Foto: Adrielson Furtado (2023)

5.3. Análise da demanda turística no Brasil

A pesquisa de demanda turística constitui instrumento estratégico para a identificação do perfil, das motivações, das expectativas e dos padrões de consumo dos visitantes, considerando os diferentes períodos de sazonalidade. Seus resultados subsidiam o planejamento e a gestão do turismo municipal, orientando a qualificação da oferta, o desenvolvimento de produtos e serviços turísticos e a definição de estratégias de promoção e fortalecimento do destino.

PDT

PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

Coleta e análise de dados sobre o perfil e as preferências dos turistas de um destino.

5.3.1 Demanda turística internacional

O estudo mais atual disponível para compreender o comportamento da demanda turística no Brasil é a Revista Tendências do Turismo 2026 – 7ª Edição – Ano Base 2025 (BRASIL, 2026c), publicada pelo Ministério do Turismo (MTUR), em parceria com a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR) e a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (BRAZTOA). Complementarmente, são consideradas as informações disponibilizadas pelo MTUR, por meio do Observatório Nacional de Turismo, e pela EMBRATUR, através do Painel de Inteligência de Dados.

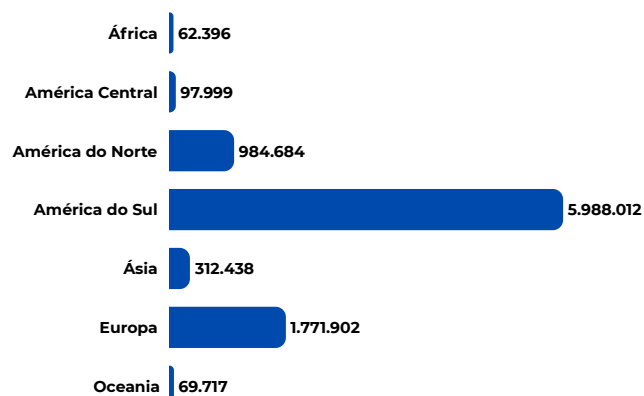
O estudo evidencia os principais movimentos do setor de viagens em 2026 e apresenta perspectivas para os mercados doméstico e internacional, com base em análises estratégicas destinadas a subsidiar a tomada de decisão de gestores públicos e privados e profissionais do setor (BRASIL, 2026c). Os dados refletem o contexto de recuperação e consolidação do turismo no período pós-pandemia de COVID-19, contribuindo para a compreensão do cenário atual e para a formulação de estratégias voltadas à continuidade e ao fortalecimento da atividade turística.

As informações sobre o turismo internacional receptivo subsidiam a identificação de oportunidades e a formulação de estratégias para a atração de turistas internacionais, considerando novos mercados, perfis de visitantes e formas de consumo dos produtos turísticos. Para fins deste estudo, o termo turista internacional compreende as pessoas residentes no exterior que visitam o Brasil por motivação turística, incluindo tanto estrangeiros quanto brasileiros residentes fora do país.



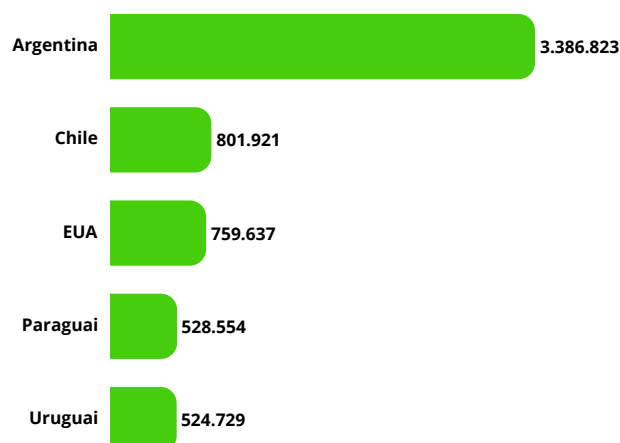
Turismo Internacional no Brasil

Gráfico 8. Chegada de turistas internacionais ao Brasil (2025)



Fonte: BRASIL (2026e).

Gráfico 9. Países emissores de turistas internacionais (2025)



Fonte: BRASIL (2026c).

Em 2024, o Brasil registrou a chegada de 6.773.619 turistas internacionais (BRASIL, 2026e). Em 2025, esse número alcançou 9.287.196 visitantes, representando um crescimento de 37,1% em relação ao ano anterior (BRASIL, 2026e). O resultado demonstra o expressivo avanço do turismo internacional no país e permitiu ao Brasil atingir, com antecedência, a meta estabelecida pelo Plano Nacional de Turismo (PNT) 2024–2027.

Os dados apresentados no Gráfico 8 retratam o cenário do turismo internacional no Brasil em 2025, período marcado pela retomada e consolidação das atividades turísticas no contexto pós-pandemia da COVID-19. Entre os principais continentes emissores, destaca-se a América do Sul, com 5.988.012 chegadas (64,5%), seguida pela Europa, com 1.771.902 (19,1%), e pela América do Norte, com 984.684 (10,6%). Entre os principais países emissores, destacam-se Argentina (36,47%), Chile (8,63%), Estados Unidos (8,18%), Paraguai (5,69%) e Uruguai (5,65%) (Gráfico 9) (BRASIL, 2026c).

Turismo receptivo internacional

Os dados do turismo receptivo por Unidade da Federação (UF), consideradas como principais portões de entrada, permitem avaliar a distribuição e o desempenho do Brasil na recepção de turistas internacionais.

Em 2025, São Paulo concentrou a maior participação nas entradas internacionais, com 29,7%, seguido pelo Rio de Janeiro (23,7%), Rio Grande do Sul (16,5%), Paraná (11,5%) e Santa Catarina (8,0%) (Gráfico 10) (BRASIL, 2026e).

Os meios de transporte utilizados para entrada de turistas internacionais no Brasil em 2025 foram predominantemente a via aérea (66,0%), seguida pelo transporte terrestre (30,8%) e pelo transporte marítimo (1,8%) (Gráfico 11) (BRASIL, 2026e).

No mesmo período, os destinos brasileiros que apresentaram maior interesse nas buscas realizadas na internet por turistas estrangeiros foram Rio de Janeiro (22,6%), São Paulo (19,7%) e Brasília (11,5%) (Gráfico 12) (BRASIL, 2026c).

Gráfico 12. Destinos brasileiros de maior interesse dos turistas estrangeiros (2025)

Gráfico 10. Portão de entrada de turistas internacionais no Brasil (2025)

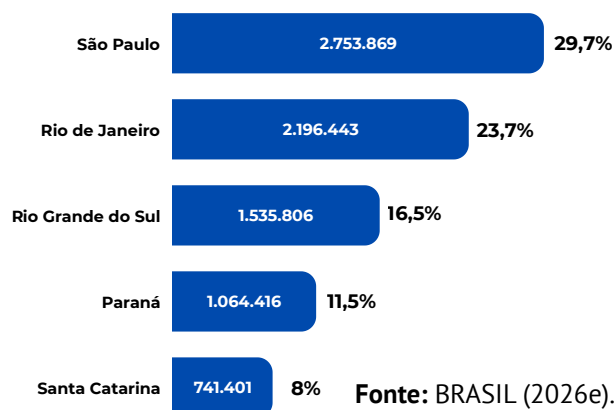
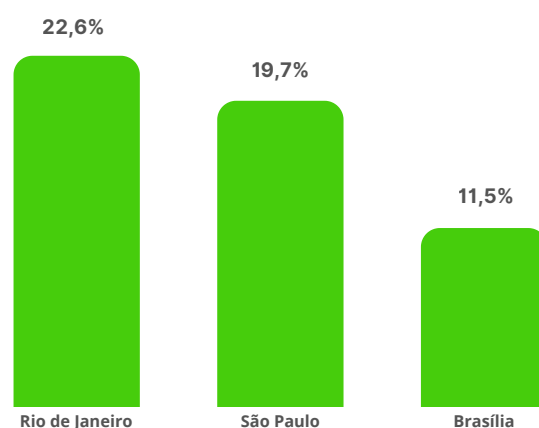
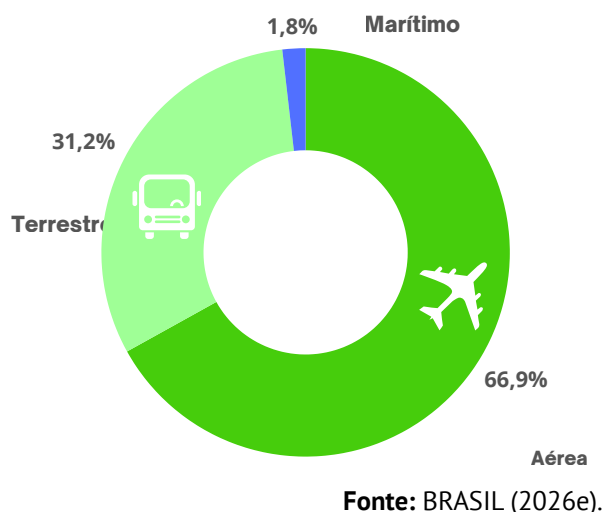


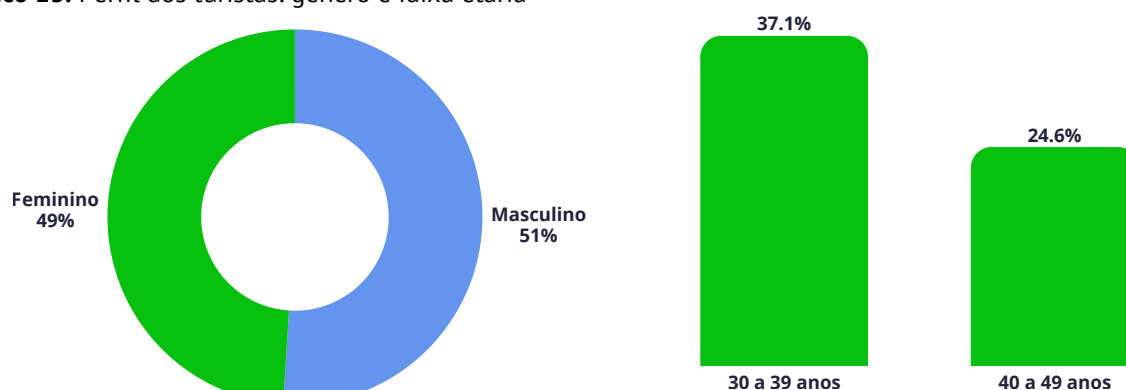
Gráfico 11. Chegada de turistas internacionais ao Brasil (2025)



Perfil do turista internacional

O perfil dos turistas provenientes dos cinco principais países emissores em 2025, observa-se uma distribuição relativamente equilibrada entre os gêneros, com 51,0% do sexo masculino e 49,0% do sexo feminino. Em relação à faixa etária, predominam os turistas entre 30 e 39 anos (37,1%), seguidos por aqueles entre 40 e 49 anos (24,6%) (Gráfico 13) (BRASIL, 2026f).

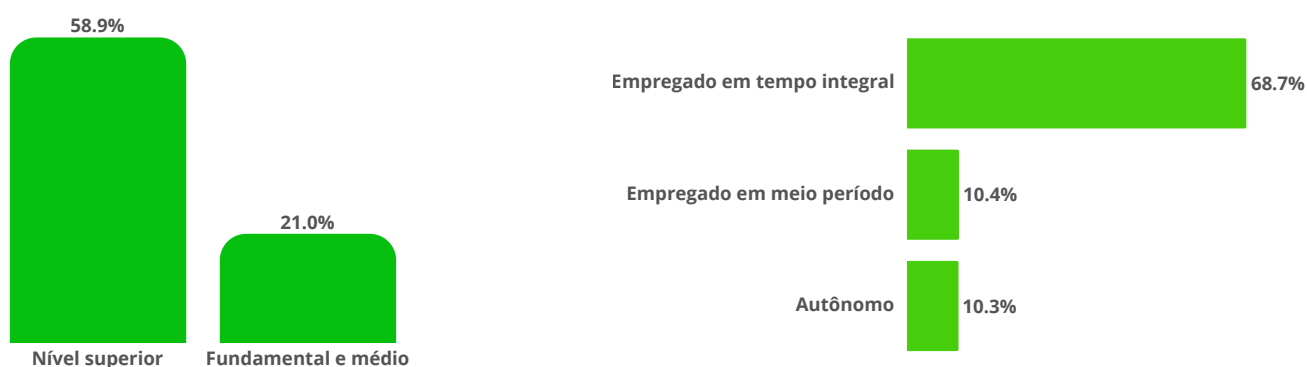
Gráfico 13. Perfil dos turistas: gênero e faixa etária



Fonte: BRASIL (2026f).

O grau de instrução da maioria dos turistas: nível superior (58,9%), seguida pelos níveis fundamental e médio (21,0%). No que se refere à situação profissional, predominam os empregados em tempo integral (68,7%), seguidos pelos empregados em meio período (10,4%) e autônomos (10,3%) (Gráfico 14) (BRASIL, 2026f).

Gráfico 14. Grau de instrução e situação profissional



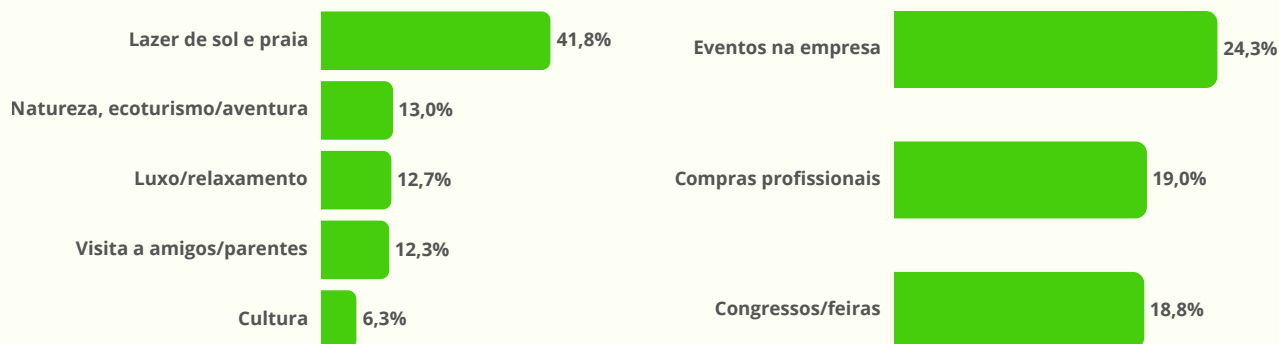
Fonte: BRASIL (2026f).



Foto: Anugrah Lohiya(2015)

Os principais motivos de viagem desses turistas ao Brasil, em 2025, foram pessoais (94,1%) e profissionais (5,9%). Entre as motivações pessoais, destacam-se lazer de sol e praia (41,8%), natureza, ecoturismo ou aventura (13,0%), luxo ou relaxamento (12,7%), visita a amigos e/ou parentes (12,3%) e cultura (6,3%). Entre as motivações profissionais, destacam-se eventos na empresa (24,3%), compras profissionais (19,0%) e participação em congressos/feiras (18,8%) (Gráfico 15) (BRASIL, 2026f).

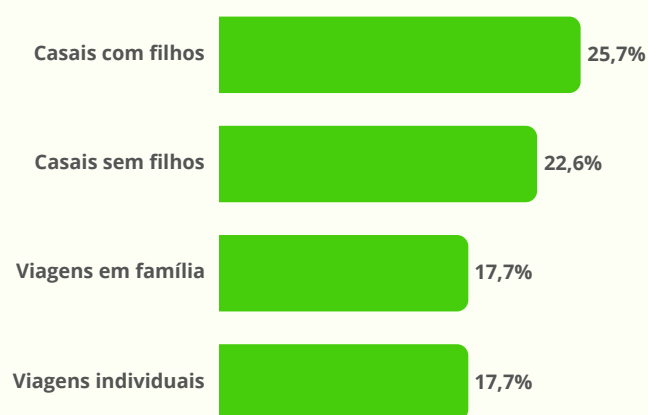
Gráfico 15. Principais motivos de viagem: pessoais e profissionais



Fonte: BRASIL (2026f).

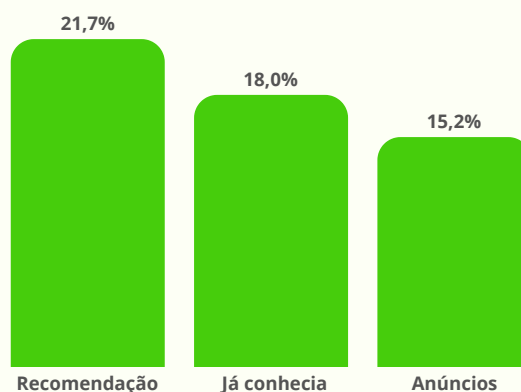
Quanto à composição do grupo turístico, predominam as viagens realizadas por casais com filhos (25,7%), seguidas por casais sem filhos (22,6%), viagens em família (17,7%) e viagens individuais (17,7%) (Gráfico 16). Em relação aos fatores que influenciaram a decisão de viajar para o Brasil, destacam-se a recomendação de amigos e parentes (21,7%), o fato de já conhecer o país (18,0%) e os anúncios nas redes sociais (15,2%) (Gráfico 17) (BRASIL, 2026f).

Gráfico 16. Composição do grupo turístico



Fonte: BRASIL (2026f).

Gráfico 17. Fatores de influência da decisão de viajar para o Brasil



Fonte: BRASIL (2026f).

Quanto à forma de organização da viagem ao Brasil, a maioria dos turistas realizou o planejamento por conta própria (57,2%), seguida pela utilização de serviços de agências de viagem (22,7%) e pela organização em grupos de viagem ou com amigos (13,9%). Em relação aos canais utilizados para o planejamento, destacam-se como principais fontes de informação os sites de busca, como o Google (50,6%), e as redes sociais (48,3%) (BRASIL, 2026f).

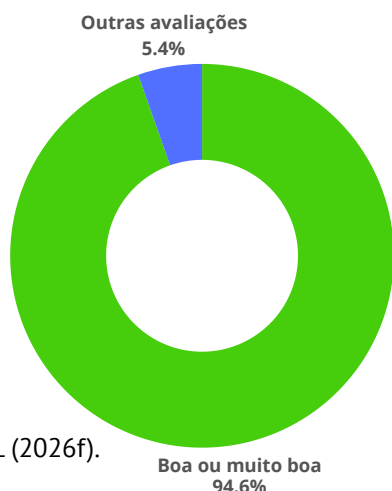
Entre os turistas provenientes dos cinco principais mercados estratégicos, os tipos de alojamento mais utilizados foram hotéis ou pousadas (63,9%), seguidos por Airbnb e similares (19,5%), casas de amigos ou parentes (16,8%) e casas alugadas (10,6%) (Gráfico 18) (BRASIL, 2026f).

Quanto à duração da viagem, predominam estadias de 8 a 15 pernoites (38,2%) e de 4 a 7 pernoites (35,2%). Em relação à distribuição do orçamento, os maiores gastos são destinados à hospedagem (21,1%), seguida pela alimentação (17,1%) (Gráfico 19) (BRASIL, 2026f).

Em relação aos fatores considerados pelos turistas na escolha do Brasil como destino, destacam-se praias (17,5%), natureza (16,3%), cultura (14,7%) e gastronomia/culinária (14,4%) (Gráfico 20) (BRASIL, 2026f).

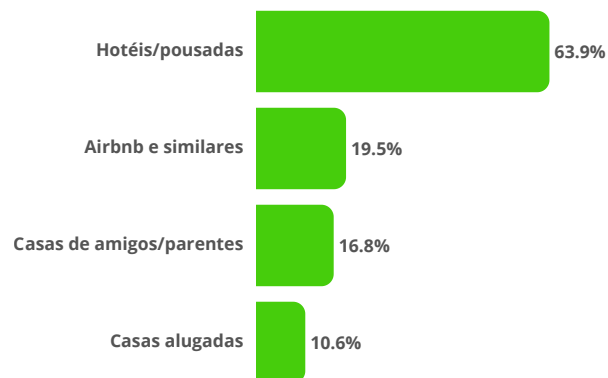
A avaliação geral da viagem apresentou resultado bastante positivo, com 94,6% dos turistas classificando a experiência como boa ou muito boa (Gráfico 21) (BRASIL, 2026f).

Gráfico 21. Avaliação geral da viagem ao Brasil



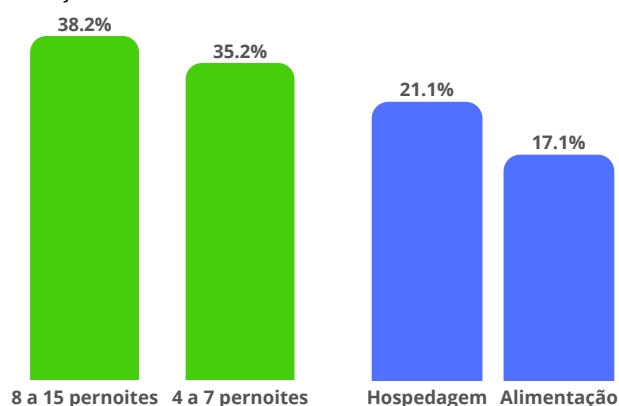
Fonte: BRASIL (2026f).

Gráfico 18. Alojamentos mais utilizados



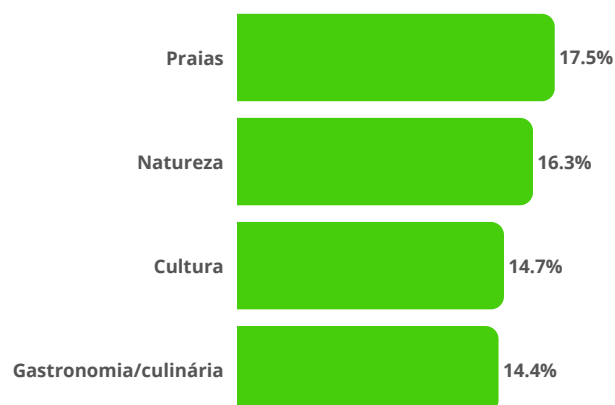
Fonte: BRASIL (2026f).

Gráfico 19. Duração da viagem e distribuição do orçamento



Fonte: BRASIL (2026f).

Gráfico 20. Duração da viagem e distribuição do orçamento



Fonte: BRASIL (2026f).

5.3.2 Demanda turística interna

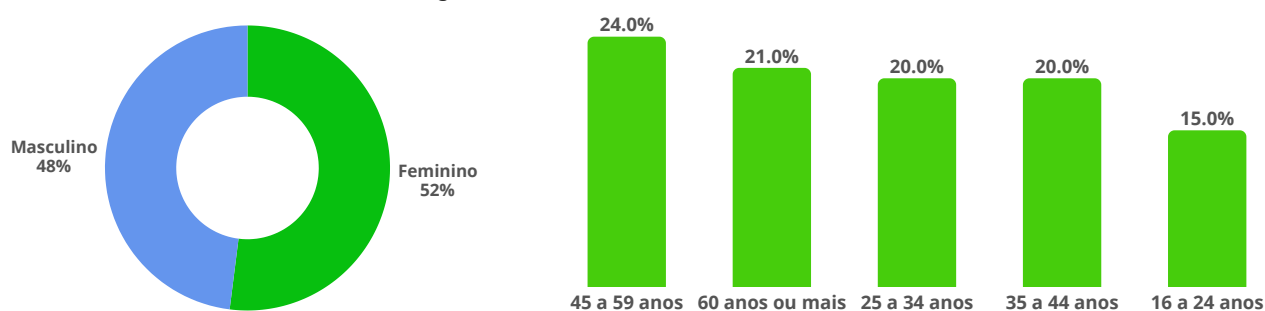
Em 2025, o Ministério do Turismo (MTUR), em parceria com o Instituto Nexus, publicou o estudo mais recente sobre a demanda turística doméstica, intitulado *Tendências e Percepções: Turismo no Brasil*, que possibilitou a análise do cenário do turismo interno. Os resultados refletem o comportamento dos turistas em um contexto de pós-pandemia da COVID-19, com a retomada das atividades turísticas à normalidade. A pesquisa foi realizada por meio de 2.503 entrevistas, entre os dias 9 e 15 de agosto de 2025, com pessoas com 16 anos ou mais, abrangendo as 27 Unidades da Federação (UFs) (BRASIL, 2025d).

Demanda TURÍSTICA INTERNA

Fluxo de viagens realizadas por residentes dentro do próprio país, motivadas pelo turismo.

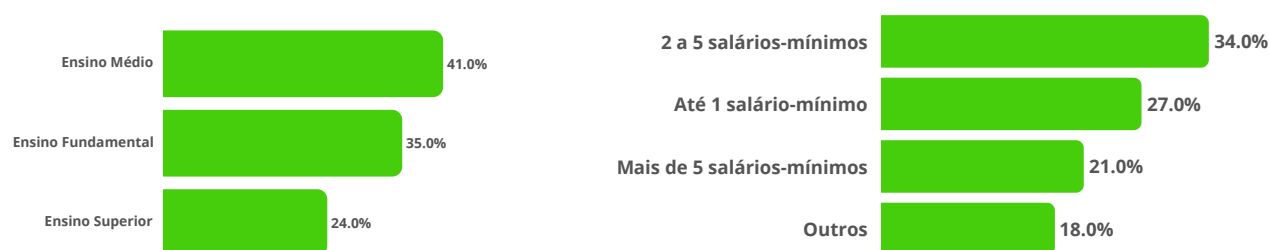
O perfil dos turistas brasileiros participantes da pesquisa revela predominância do gênero feminino (52,0%), seguido pelo masculino (48,0%). Em relação à faixa etária, destacam-se os turistas com idade entre 45 e 59 anos (24,0%), seguidos por aqueles com 60 anos ou mais (21,0%) (Gráfico 22). Quanto ao grau de instrução, a maior parcela possui ensino médio (41,0%), seguida por aqueles com ensino fundamental (35,0%) e ensino superior (24,0%). No que se refere à faixa de renda, predominam os turistas com rendimento entre 2 e 5 salários-mínimos (34,0%), seguidos por aqueles que recebem até 1 salário-mínimo (27,0%) e mais de 5 salários-mínimos (21,0%) (Gráfico 23) (BRASIL, 2025d).

Gráfico 22. Perfil do turista brasileiro: gênero e faixa etária



Fonte: BRASIL (2025d).

Gráfico 23. Perfil do turista brasileiro: Grau de instrução e faixa de renda

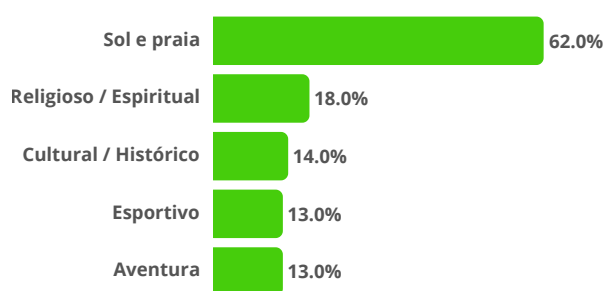


Fonte: BRASIL (2025d).

O principal meio de transporte utilizado pelos turistas para chegar aos destinos turísticos no Brasil foi o transporte aéreo, que registrou 93.378.987 passageiros em 2024 e 101.247.471 em 2025, representando um crescimento de 8,4% no número de passageiros domésticos, segundo dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) (BRASIL, 2026g).

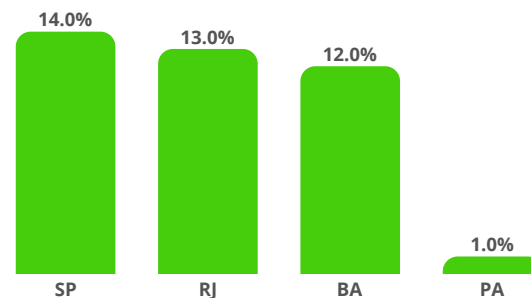
Os resultados da pesquisa apontam que a experiência turística preferida pelos brasileiros é o turismo de sol e praia (62,0%), seguido pelo turismo religioso/espiritual (18,0%), turismo cultural/histórico (14,0%), turismo esportivo (13,0%) e turismo de aventura (13,0%) (Gráfico 24). Em relação aos estados brasileiros preferidos para viagens de turismo, São Paulo (14,0%) lidera a preferência dos turistas, seguido pelo Rio de Janeiro (13,0%) e pela Bahia (12,0%), o Pará ocupa a 18º (1%) (Gráfico 25) (BRASIL, 2025d).

Gráfico 24. Experiência turística preferida dos brasileiros



Fonte: BRASIL (2025d).

Gráfico 25. Estado preferidos dos brasileiros



Fonte: BRASIL (2025d).

Em relação ao interesse em visitar os principais destinos turísticos brasileiros, a pesquisa utilizou uma escala de 0 a 10 para mensurar o grau de interesse dos turistas, em que 0 corresponde a “nenhum interesse” e 10, a “muito interesse”. Entre os destinos avaliados, destacam-se Fernando de Noronha (PE), com 7,1 pontos, Porto de Galinhas (PE), com 6,9 pontos, e Lençóis Maranhenses (MA), com 6,7 pontos, que apresentaram os maiores níveis de interesse entre os turistas entrevistados (BRASIL, 2025d).

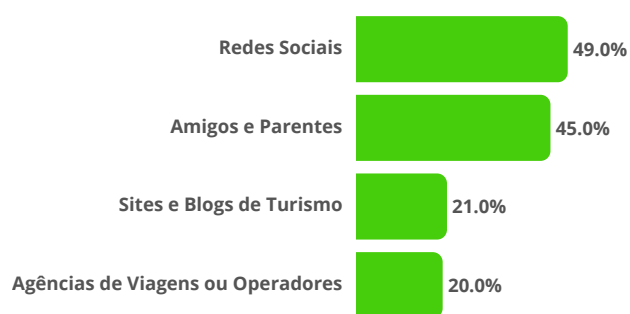
Entre os fatores considerados mais importantes na escolha de um destino turístico no Brasil, destacam-se o preço baixo ou favorável (33,0%), seguido pelas belezas naturais do destino (31,0%), pelas promoções (24,0%) e pela segurança do destino ou local turístico (15,0%). Nesse contexto, os preços também se destacam, na percepção dos turistas brasileiros, entre os principais fatores que contribuem para o aprimoramento da qualidade das viagens de turismo, especialmente no que se refere a passagens mais acessíveis (30,0%), hospedagem mais acessível (25,0%) e alimentação mais acessível (25,0%) (BRASIL, 2025d).

Considerando as principais fontes de informação utilizadas pelos turistas sobre destinos turísticos no Brasil, a pesquisa aponta as redes sociais (49,0%) como a fonte mais relevante, seguidas por informações de amigos e parentes (45,0%), sites e blogs de turismo (21,0%) e agências de viagens ou operadores turísticos (20,0%) (Gráfico 26) (BRASIL, 2025d).

No período de 2023 a 2025, a pesquisa aponta que, quanto à frequência de viagens a turismo, a maior parcela dos turistas realizou mais de cinco viagens (22,0%), seguida por aqueles que realizaram duas viagens (20,0%) e três viagens (18,0%) (Gráfico 27). Em relação à duração das viagens, predominam os períodos de 3 a 6 dias (43,0%), seguidos pelos períodos de 7 a 10 dias (21,0%) e de 1 a 2 dias (18,0%) (Gráfico 28) (BRASIL, 2025d).

A percepção em relação à avaliação geral dos turistas brasileiros sobre as condições para o desenvolvimento do turismo no Brasil revelam que 45,0% as consideram ótimas ou boas, 38,0% as classificam como regulares e 11,0%, como ruins ou péssimas (Gráfico 29). Em relação à percepção sobre a evolução das condições para o turismo no país, 36,0% dos entrevistados consideram que houve melhora, 34,0% avaliam que se mantiveram no mesmo nível e 21,0% percebem uma piora (BRASIL, 2025d).

Gráfico 26. Estado preferidos dos brasileiros



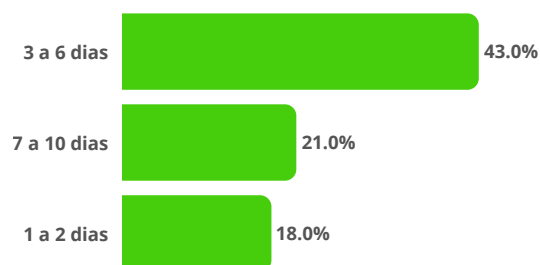
Fonte: BRASIL (2025d)

Gráfico 27. Frequência de viagens a turismo 2023-2025



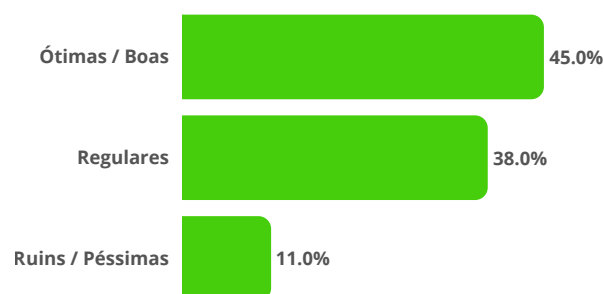
Fonte: BRASIL (2025d)

Gráfico 28. Duração das viagens



Fonte: BRASIL (2025d)

Gráfico 29. Avaliação geral dos turistas: condições para o desenvolvimento do turismo no Brasil



Fonte: BRASIL (2025d)

5.3.3 Demanda Turística no Pará

A movimentação nacional de passageiros nos aeroportos do Estado do Pará em 2025 foi de 2.398.864 embarques e 3.196.694 desembarques de voos regulares e não regulares, que totalizaram 5.595.558 de passageiros nacionais nos aeroportos do Estado. Os meses de maiores desembarques de passageiros foram: novembro (318.068), junho (286.171) e dezembro (285.980). Este resultado com o mês de novembro sendo o mais visitado em 2025, muito influenciado pela realização da COP 30 em Belém no período de 10 a 21 de novembro, atraindo muitos visitantes e turistas. Os meses com os menores desembarques foram: março (240.571), fevereiro (241.492) e abril (249.623) (BRASIL, 2026g).

MOVIMENTAÇÃO NOS AEROPORTOS DO PARÁ EM 2025

2.398,864

Embarques

3.196.694

Desembarques

1.574.766

Turistas

Os dados oficiais da SETUR presentes no documento “Turismo no Pará – Sistema Estadual de Estatística do Turismo”, divulgado em agosto de 2026, apontam que o Pará recebeu 1.574.766 turistas em 2025, representando crescimento de 30,6% se comparado a 2024, com destaque para o turismo internacional, que passou de 64.314 para 350.000 visitantes, representando um crescimento de 444,2%. Esse aumento no número de visitantes também refletiu na receita gerada pelo turismo. (PARÁ, 2026b).

Os gastos dos turistas alcançou R\$ 1,143 bilhão, um crescimento de 31,1% em 2025. O estudo ainda aponta que a receita proveniente dos turistas internacionais apresentou crescimento expressivo, passando de aproximadamente R\$ 48,67 milhões para R\$ 265 milhões. (PARÁ, 2026b).

Outro aspecto importante é a geração de empregos nas atividades características do turismo, que incluem transporte, alojamento, alimentação, aluguel de transportes, agências de viagens, cultura e lazer. Em 2025, essas atividades registraram 42.481 admissões e 36.857 desligamentos, resultando em um saldo positivo de 5.624 empregos formais. O setor de alimentação apresentou o maior saldo, com 2.522 empregos, seguido pelo transporte, alojamento e cultura e lazer. (PARÁ, 2026b).

5.4 Competitividade Turística

Para o planejamento turístico de Ananindeua, é fundamental compreender que a competitividade turística está relacionada à capacidade do destino de ampliar, de forma contínua e sustentável, a geração de negócios e oportunidades nas atividades econômicas vinculadas ao turismo, proporcionando experiências positivas aos visitantes (BRASIL, 2008).

Competitividade Turística

capacidade de um destino de atrair e manter turistas, oferecendo experiências de qualidade e diferenciais competitivos.

A análise da competitividade turística constitui uma importante ferramenta de gestão, pois permite ao município identificar suas potencialidades, limitações e oportunidades de desenvolvimento. A partir desse diagnóstico, tornar-se possível planejar ações estratégicas voltadas ao fortalecimento das vantagens competitivas do destino. Quando adequadamente geridos e articulados, os recursos turísticos podem ampliar a atratividade local por meio da criação de novos produtos turísticos, da qualificação da infraestrutura, do aprimoramento dos serviços e da melhoria das operações relacionadas ao setor, contribuindo para a dinamização da economia local (BRASIL, 2009).

Nesse contexto, a competitividade deve ser entendida como um processo contínuo de evolução e aperfeiçoamento, fundamentado no monitoramento sistemático dos fatores que influenciam o desempenho e o desenvolvimento do destino turístico ao longo do tempo. Para avaliar esse desempenho, foi adotada a metodologia do Índice de Competitividade do Turismo Nacional (ICTN), desenvolvida pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2008), que permite mensurar e acompanhar os diferentes aspectos que condicionam a competitividade de um destino turístico.

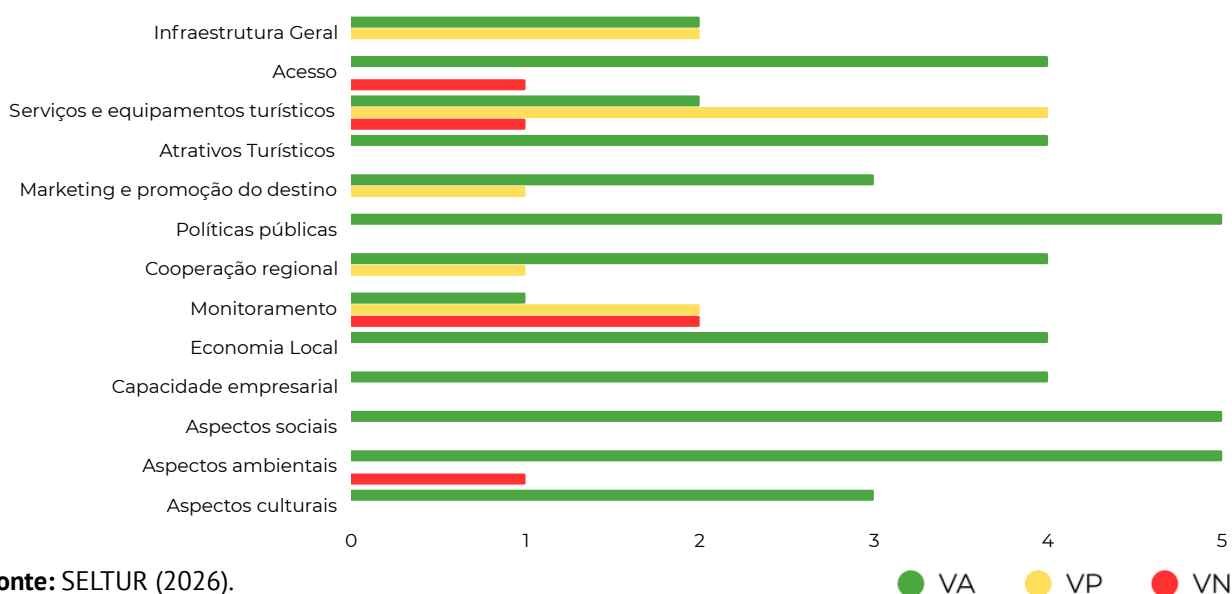
O Índice de Competitividade Turística analisa um conjunto de variáveis que possibilitam avaliar as capacidades e condições, direta e indiretamente relacionadas à atividade turística, que contribuem para torna um destino mais competitivo. Essas variáveis representam fatores estratégicos que influenciam o desempenho do turismo local em diferentes níveis de intensidade (MTUR, 2008). Nesse contexto, quanto maior a disponibilidade e a qualidade dos recursos, serviços, infraestrutura e diferenciais competitivos, maior tende a ser a capacidade do destino de atrair visitantes, gerar experiências positivas e consolidar sua posição no mercado turístico (BRASIL, 2014; SILVA; SANTOS, 2015; VIEIRA; HOFFMANN, 2013).

Para avaliar a competitividade turística de Ananindeua, adotaram-se os princípios metodológicos do Índice de Competitividade do Turismo Nacional (ICTN), mediante a adaptação de sua matriz de análise às características e à realidade local (BRASIL, 2008). A avaliação qualitativa contemplou a verificação da existência e do nível de atendimento de 51 variáveis distribuídas em 13 dimensões: infraestrutura geral; acesso; serviços e equipamentos turísticos; atrativos turísticos; marketing e promoção do destino; políticas públicas; cooperação regional; monitoramento; economia local; capacidade empresarial; aspectos sociais; aspectos ambientais; e aspectos culturais.

Para cada variável analisada, foram atribuídas as seguintes classificações: Variável Atendida (VA), quando plenamente contemplada; Variável Parcialmente Atendida (VPA), quando observada de forma incompleta; e Variável Não Atendida (VNA), quando inexistente ou não evidenciada. Essa metodologia permitiu identificar os pontos fortes, as fragilidades e as oportunidades de aprimoramento da competitividade turística do município (BRASIL, 2014; RUIZ; AKEL; GÂNDARA, 2015; ALMEIDA; JARDIM, 2019) (Quadro 1).

O resultado consolidado das 61 variáveis analisadas, demonstram que as dimensões que apresentaram todas as VA e, que mais contribuem para a competitividade do destino são: atrativos turísticos, políticas públicas, economia local, capacidade empresarial, aspecto social e aspecto cultural. As dimensões que tiveram as VP e, que devem ser consideradas para evolução da competitividade são: infraestrutura geral, serviços e equipamentos turísticos e marketing e promoção do destino, cooperação regional. A dimensão que apresentou o maior número de VN foi monitoramento, conforme o gráfico 30.

Gráfico 30. Estudo da competitividade turística de Ananindeua, Pará.



Quadro 1. Dados qualitativos sobre a competitividade do turismo em Ananindeua. Legenda: Variável atendida (VA), variável parcialmente atendida (VPA) e variável não atendida (VNA).

DIMENSÕES	VARIÁVEIS	ANANINDEUA
Infraestrutura geral	Capacidade de atendimento médico ao turista	VA
	Fornecimento de energia	VA
	Serviço de proteção ao turista	VP
	Estrutura urbana nas áreas turísticas	VP
Acesso	Acesso aéreo	VA
	Acesso rodoviário	VA
	Acesso aquaviário	VN
	Sistema de transporte no destino	VA
	Proximidade de grandes centros emissivos de turistas	VA
Serviços e Equipamentos turísticos	Sinalização turística	VP
	Centro de atendimento ao turista (CAT)	VN
	Espaço para eventos	VP
	Capacidade dos meios de hospedagem	VA
	Capacidade do turismo receptivo	VP
	Estrutura de qualificação para o turismo	VP
Atrativos Turísticos	Capacidade dos restaurantes	VA
	Atrativos naturais	VA
	Atrativos culturais	VA
	Eventos programados	VA
Marketing e promoção do destino	Realizações técnicas, científicas ou artísticas	VA
	Plano de marketing	VA
	Participação em feiras e eventos	VA
	Promoção do destino	VA
Políticas Públicas	Página do destino na internet	VP
	Estrutura municipal para apoio turismo	VA
	Grau de cooperação com o governo estadual	VA
	Grau de cooperação com o governo federal	VA
	Planejamento para a cidade e atividade turística	VA
Cooperação Regional	Grau de cooperação público-privada	VA
	Governança	VA
	Projeto de cooperação regional	VA
	Planejamento turístico regional	VA
	Roteirização	VA
Monitoramento	Promoção e apoio a comercialização de forma integrada	VP
	Pesquisa de demanda	VP
	Pesquisa de oferta	VA
	Sistema de estatística do turismo	VN
	Medição dos impactos da atividade turística	VN
	Sector específico de estudos e pesquisas	VP

Quadro 1. Dados qualitativos sobre a competitividade do turismo em Ananindeua. Legenda: Variável atendida (VA), variável parcialmente atendida (VPA) e variável não atendida (VNA) (Continuação).

DIMENSÕES	VARIÁVEIS	ANANINDEUA
Economia Local	Aspectos da economia local	VA
	Infraestrutura de comunicação	VA
	Infraestrutura e facilidades para negócios	VA
	Empreendimentos ou eventos alavancadores	VA
Capacidade empresarial	Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local	VA
	Presença de grupos nacionais ou internacional do setor de turismo	VA
	Concorrência e barreiras de entrada	VA
	Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias	VA
Aspecto Social	Acesso à educação	VA
	Empregos gerados pelo turismo	VA
	Política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil	VA
	Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população	VA
	Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística	VA
Aspectos ambientais	Estrutura e legislação municipal de meio ambiente	VA
	Atividades em curso potencialmente poluidoras	VA
	Rede pública de distribuição de água	VA
	Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	VN
	Coleta e destinação pública de resíduos	VA
	Unidades conservação no território municipal	VA
Aspectos Culturais	Produção cultural associado ao turismo	VA
	Patrimônio histórico cultural	VA
	Estrutura municipal para apoio a cultura	VA

Fonte: Adaptado pela SELTUR (2026) a partir de Brasil (2008).

No quadro 2, serão apresentadas as 13 dimensões, com as descrições das principais VA, representado pelos aspectos positivos, que contribuem para competitividade turística. Bem como as VP e as VN, que devem ser consideradas para evolução da competitividade turística de Ananindeua.



Foto: Adrielson Furtado (2023)

Quadro 2. Análise das dimensões e variáveis do estudo de competitividade turística de Ananindeua, Pará.

DIMENSÕES	VARIÁVEIS ANALISADAS	
	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Infraestrutura Geral	- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergência 24 horas; - Fornecimento interrupto de energia elétrica ao longo do ano; - Existência dos órgãos de proteção aos cidadãos, como Polícia Militar, Polícia Civil, Corpo de Bombeiros, Defesa Civil e Guarda Municipal. - Presença de órgãos responsáveis pela conservação urbana.	- O município não possui na Polícia Militar um grupamento especial de atendimento ao turista. - Ausência de lixeiras, banheiros públicos e abrigo nas paradas de ônibus no entorno e nas áreas turísticas.
Acesso	- O aeroporto que atende ao município fora do seu território (Aeroporto Internacional de Belém. Val-de-Cans – Júlio César Ribeiro), a 10 km do destino, possui infraestrutura de serviço e recebe voos nacionais e internacionais regulares. - O terminal rodoviário de Ananindeua oferta viagens para a maioria das cidades paraenses e capitais brasileiras. - O transporte público possui linhas de ônibus que operam regularmente. - Há disponibilidade de serviços de taxis e aplicativos moveis de mobilidade. - Proximidade do centro emissor de turistas (Capital Belém -12 km), com facilidade de vias de acesso.	- O terminal rodoviário que atende ao município necessita de ampliação da infraestrutura (embarque), melhoria na oferta de serviços e no conforto dos passageiros que utilizam o terminal. - As principais vias apresentam congestionamento nos horários de pico. - Ausência de terminal hidroviário/porto e linha regular de transporte fluvial para as ilhas.
Serviços e equipamentos turísticos	- Há espaços em praças, canteiros e parques para a realização de eventos culturais, esportivos e artísticos. - Hotel de rede internacional (01) e 04 hotéis, que ofertam mais de 300 leitos. - As empresas de turismo receptivo realizam passeios para destinos do entorno. - Há guias de turismo bilíngue cadastrados no CADASTUR do Ministério do Turismo. - Existem 08 instituições de nível superior (pública e privada), que ofertam diferentes cursos de graduação e pós-graduação. - O programa de capacitação profissional dos prestadores de serviços turísticos vem realizando qualificações em parceria com outras instituições públicas e privadas. - Há inúmeros restaurantes que estão buscando capacitar seus profissionais (manipulação de alimentos, qualidade no atendimento, etc.), buscando se adequar as normas de acessibilidade e fortalecer a gastronomia regional, buscando um padrão turístico.	- Expandir a sinalização turística viária e, implantar a sinalização descritiva nos atrativos turísticos, em língua estrangeira e braile. - Ausência de Centro de Atendimento ao Turista. - Inexistência de Centro de Convenções, espaços multifuncionais, pavilhões para feiras, parques de exposições. - As empresas de turismo receptivo não ofertam city tour, turismo de aventura, passeios de barco, visitas guiadas e by night.
Atrativos turísticos	- Os atrativos naturais presentes nas áreas rurais e rururbanas apresentam singularidades dentro do bioma Amazônia, com bom estado de conservação e preservação. - O Caminho de Pedras do Quilombo do Abacatal é um atrativo cultural de grande singularidade, em bom estado de conservação. - As realizações técnicas, científicas ou artísticas são capazes de atrair turistas para sua participação.	- A região insular tem carência de infraestrutura de embarque e desembarque (Porto/ trapiche/ atracadouro). - As vias de acesso a região das ilhas e ao Quilombo do Abacatal necessitam de melhorias (Pavimentação e rede de drenagem pluvial). - Dificuldade de acesso ou circulação de pessoas com deficiência nesses atrativos turísticos. - Necessidade de estudo de capacidade de carga.
Marketing e promoção do destino	- O plano de marketing é uma política pública alinhada com as metas da gestão municipal. - Há um guia de serviços turístico bilíngue, com vários serviços, equipamentos e atrativos turísticos. - Há um mapa turístico bilíngue, com informações sobre os produtos turísticos e infraestrutura de apoio da área urbana e da Região Insular. - A realização de eventos turísticos vem sendo realizados para promoção do destino. - O material promocional do destino reflete a realidade local e, aos segmentos prioritários que pretende atingir.	- O destino necessita disponibilizar na página na web (página do município na internet ou portal governamental) as informações para promoção e informação aos turistas. - O município precisa participar mais das principais feiras e eventos turísticos e, de outras áreas afins. - Assessoria de comunicação da prefeitura em parceria com a SELTUR necessita produzir matérias e campanhas especiais de promoção do destino.

Quadro 2. Análise das dimensões e variáveis do estudo de competitividade turística de Ananindeua, Pará (Cont.).

DIMENSÕES	VARIÁVEIS ANALISADAS	
	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Políticas públicas	- O município possui uma estrutura para apoio ao desenvolvimento do turismo, com fontes próprias de recursos, que interage com outras pastas da gestão municipal. - O destino participa dos fóruns estaduais de cooperação com o governo estadual. - Os investimentos estaduais no destino são em infraestrutura geral, acesso, esporte e lazer e, ação social. - O Grau de cooperação com o governo federal ocorre através da participação no Programa de Regionalização do Turismo, como a participação no Mapa Nacional do Turismo Brasileiro. - A cidade está sendo reestruturada e modernizada segundo seu Plano Diretor Municipal, contemplando o setor turístico. - A cooperação público-privada ocorre visando: o incremento positivo da imagem do destino, participação nos treinamentos e educação para o turismo, participação em feiras de turismo, etc.	- A estrutura municipal para apoio ao turismo necessita de uma equipe técnica e infraestrutura adequada para o desenvolvimento das políticas públicas direcionadas ao setor. - O destino necessita receber recursos provenientes de emenda parlamentar (nível federal) para os projetos turísticos.
Cooperação regional	- O município participa da Instância de Governança Regional Caminhos da Grande Belém, com discursões de cooperação regional. - Planejamento turístico ocorre em consonância com as políticas públicas regionais. - Os roteiros turísticos foram elaborados de maneira que forneçam aos visitantes uma visão ampla e clara do destino. Além Integrar segmentos considerados prioritários pelo Ministério do Turismo.	O destino vem participando de reuniões da IGR Caminhos da Grande Belém para promoção e apoio à comercialização de forma integrada, visando o aumento do fluxo de turistas.
Monitoramento	O destino possui informações atualizadas da sua oferta turística, realizadas sob orientação da Secretaria Estadual de Turismo, a partir da metodologia do Ministério do Turismo.	- Ausência de pesquisa de demanda turística no último ano, que auxilie na elaboração de políticas públicas, planejamento, marketing e promoção do destino. - A elaboração de sistema de informações turísticas que contenha um inventário técnico de estatísticas turísticas. - Medição dos impactos positivos e negativos da atividade turística nos aspectos ambientais, socioeconômicos e culturais. - Setor especializado, com profissionais experientes na realização de pesquisas e análises de dados.
Economia Local	- Os negócios turísticos estão em processo de desenvolvimento, porém alguns empreendimentos nos segmentos de hospedagem e alimentação estão em processo de consolidação na economia local. - Boa infraestrutura de comunicação e acesso a meios eletrônicos de pagamento. - Disponibilidade de terminais de autoatendimento (caixas eletrônicos) e de casas lotéricas que permitem saques com cartão de crédito ou débito. - O município possui eventos alavancadores com capacidade de movimentar a economia local e gerar um fluxo turístico.	- Ausência de dados dos gastos turísticos no destino, e sua contribuição no PIB e PIB per capita. - Benefícios fiscais e redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo. - Linhas especiais de financiamento para as atividades características do turismo.
Capacidade empresarial	- O destino possui instituições de ensino superior e escolas de idiomas que qualificam profissionais para cadeia produtiva do turismo. - Os empreendimentos turísticos do destino absorvem mão de obra local. - Há representatividade e instalação das unidades do Sistema S (Sebrae, Sesc, Senac) no destino. - Há presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (hospedagem, locadoras de veículo, restaurante, etc.). - O destino possui terrenos ou espaço físico para a instalação de novos empreendimentos. - O setor empresarial conta filiais e subsidiárias de empresas de grande porte no destino.	As instituições de ensino técnico e superior instaladas no município não ofertam cursos de guia de turismo, hospedagem, eventos, e graduação em turismo.

Quadro 2. Análise das dimensões e variáveis do estudo de competitividade turística de Ananindeua, Pará (Cont.).

VARIÁVEIS ANALISADAS		
DIMENSÕES	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Aspectos sociais	• O município está no 2º lugar no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB). • Os empreendimentos turísticos cumprem a política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil. • O órgão gestor do turismo apoia e restringe campanhas publicitárias que possam ter conotação sexual, em consonância com as instituições, entidades de classe e, os órgãos relacionados com aos direitos humanos e proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes. • Promoção da inclusão social através da utilização de atrativos e de equipamentos turísticos pela população. • O envolvimento das comunidades locais com a atividade turística, para minimizar os impactos negativos da atividade turística.	• Dados da taxa de emprego aplicada nas atividades características do turismo no destino. • Análise do grau de informalidade ou de emprego temporário nos segmentos turísticos do município.
Aspectos ambientais	• Destino possui uma Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SEMA) e uma legislação municipal de meio ambiente. • Existência de uma rede pública de distribuição de água. • Existência de serviço de coleta domiciliar de resíduos sólidos, com destinação para o Aterro Sanitário de Marituba. • Serviços de limpeza pública realizados nas áreas turísticas do destino. • O destino possui unidades de conservação: Museu Parque Seringal (Parque), Parque Ambiental Antônio (Parque), Área de proteção ambiental Metropolitana de Belém (APA), Refúgios da Vida Silvestre Metrópole da Amazônia (REVIS).	• Ausência de uma rede pública de coleta e tratamento de esgoto. • Ampliar a operação de coleta seletiva de resíduos. • Carência de campanha educativa sobre a destinação de resíduos sólidos e uso racional de água. • Despejo in natura de esgoto nas bacias hidrográficas do município.
Aspectos culturais	• Produção cultural associada ao turismo, como atividades artesanais, culinárias típicas, grupos artísticos de manifestação popular, manifestações religiosas e comunidades tradicionais • Existência de patrimônio histórico e cultural (bens, obras, edificações e conjuntos urbanos) e imaterial (conhecimentos, processos e rituais). • Destino possui uma Secretaria Municipal de Cultura (SECULT), com legislação local para a cultura e, calendário de festas tradicionais. • Destino possui um projeto para implantação de uma rota cultural. • Existência de centro cultural, bibliotecas públicas.	• Controle de capacidade de carga e manejo para seus bens culturais.

Fonte: SELTUR (2026)

A análise dessas 61 variáveis permite obter uma visão ampla dos elementos que devem ser considerados no planejamento turístico do destino. As variáveis classificadas como parcialmente atendidas ou não atendidas demandam atenção prioritária, devendo ser aperfeiçoadas ou solucionadas para que alcancem a condição de atendidas e contribuam para o fortalecimento da competitividade e do desenvolvimento turístico do município.



Foto: Adrielson Furtado (2024)

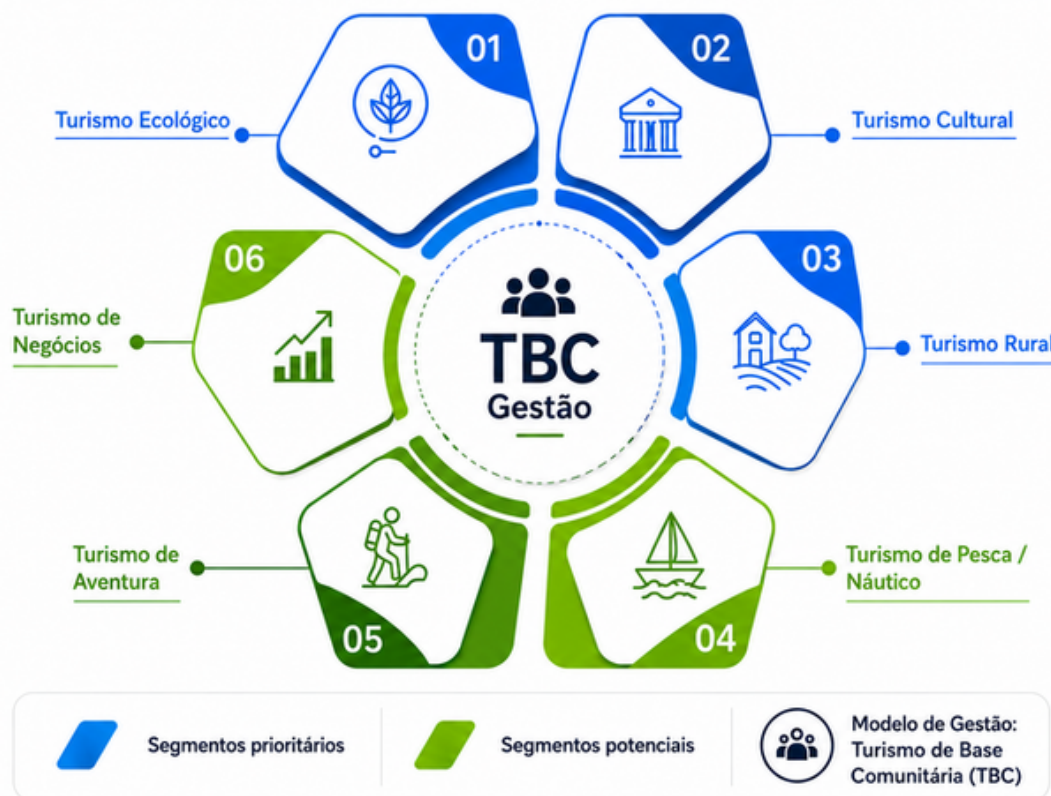
5.5 Segmentos turísticos prioritários

O município de Ananindeua apresenta potencial para o desenvolvimento da atividade turística em diferentes territórios. Na porção Norte, destaca-se a Região Insular, composta por nove ilhas, enquanto ao Sul localiza-se o Quilombo do Abacatal, ambos reunindo atributos naturais, culturais e paisagísticos que favorecem principalmente o desenvolvimento do turismo ecológico e do turismo cultural, definidos como segmentos prioritários para o município.

Para orientar o desenvolvimento da atividade turística, adota-se como modelo de gestão o Turismo de Base Comunitária (TBC), fundamentado na participação ativa das comunidades locais nos processos de planejamento, implementação, gestão e avaliação dos produtos e serviços turísticos. Essa abordagem busca promover o protagonismo comunitário, a valorização do patrimônio local e a distribuição mais equilibrada dos benefícios gerados pelo turismo.

Além dos segmentos prioritários, as potencialidades do território também permitem o fortalecimento de modalidades complementares, como o turismo de pesca, o turismo náutico, o turismo de aventura, o turismo de negócios e o turismo rural (Figura 3).

Figura 3. Segmentos prioritários do turismo de Ananindeua.



Fonte: SELTUR (2026).

6 ANÁLISE FOFA:

Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças

A matriz FOFA, também denominada análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats), constitui uma importante ferramenta de planejamento estratégico utilizada para diagnosticar a realidade atual e subsidiar a construção de cenários orientadores para o desenvolvimento do destino turístico. Por meio da identificação dos fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças), a metodologia possibilita compreender as condições existentes e apoiar a definição de estratégias e ações prioritárias. Em Ananindeua, a análise foi estruturada por eixos temáticos correspondentes às dimensões de forças, oportunidades, fraquezas e ameaças, permitindo uma leitura integrada do contexto turístico municipal. Os resultados consolidados são apresentados a seguir:

6.1 FORÇAS:

- Inserção de Ananindeua no Mapa do Turismo Brasileiro (2026), no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- Estrutura institucional do turismo consolidada, com Secretaria Municipal de Lazer e Turismo (SELTUR), Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Ananindeua (COMDET) e equipe técnica especializada;
- Disponibilidade do Inventário da Oferta Turística de Ananindeua (2026) em plataformas oficiais do município;
- Existência de rede pública de saúde com atendimento 24 horas e de serviços de segurança e proteção ao cidadão;
- Localização estratégica, com acesso rodoviário e proximidade ao principal polo emissor regional e ao Aeroporto Internacional de Belém;
- Diversidade de recursos naturais, incluindo ilhas, rios, igarapés e ecossistemas conservados de terra firme e várzea;
- Presença de instituições de ensino técnico e superior com oferta de formação relacionada ao turismo e setores correlatos;
- Desenvolvimento de ações de qualificação profissional voltadas à cadeia produtiva do turismo;
- Disponibilidade de materiais de apoio ao visitante, incluindo mapas e guias turísticos bilíngues;
- Calendário de eventos culturais, esportivos e artísticos com capacidade de atração e dinamização do fluxo turístico;
- Oferta de infraestrutura turística, com meios de hospedagem, empresas de receptivo e atuação de guias de turismo;
- Participação em feiras, eventos e ações promocionais para fortalecimento da imagem do destino;
- Infraestrutura de comunicação e realização de eventos com potencial de geração de fluxo turístico e impactos econômicos positivos;

- Existência de áreas disponíveis para expansão e implantação de novos empreendimentos turísticos;
- Incentivo à inclusão social por meio da participação das comunidades locais na atividade turística;
- Existência de quatro Unidades de Conservação (UCs) e estrutura institucional voltada à gestão ambiental;
- Presença de patrimônio cultural e de manifestações culturais com potencial de valorização e integração à atividade turística.

6.2 FRAQUEZAS:

- Inexistência de unidade especializada do Batalhão de Polícia Turística no destino;
- Existência de empreendimentos turísticos com situação cadastral irregular junto ao Cadastur;
- Insuficiência de sinalização turística e de informações interpretativas nos atrativos;
- Estado de abandono e baixa conservação de edificações históricas;
- Deficiências na limpeza e manutenção das vias de acesso aos atrativos turísticos;
- Ausência de transporte regular para atendimento da região insular e do Quilombo do Abacatal;
- Carência de segurança pública nos principais locais de visitação;
- Infraestrutura insuficiente do terminal rodoviário quanto às condições de segurança, conforto e operação de embarque e desembarque;
- Ausência de terminal ou estrutura portuária destinada ao transporte hidroviário;
- Inexistência de Centro de Atendimento ao Turista (CAT);
- Carência de infraestrutura turística na região insular, especialmente em trapiches, conectividade digital e segurança;
- Necessidade de melhorias nas vias e condições de acesso às ilhas;
- Limitações de acessibilidade para pessoas com deficiência nos atrativos turísticos;
- Ausência de captação de recursos por meio de emendas parlamentares destinados ao desenvolvimento do turismo;
- Inexistência de pesquisas sistemáticas de demanda turística;
- Ausência de mecanismos de monitoramento e avaliação dos impactos positivos e negativos da atividade turística;
- Ausência de oferta de cursos superiores em Turismo e de formação técnica para guias de turismo pelas Instituições de Ensino Superior locais;
- Necessidade de ampliação da cobertura da coleta seletiva de resíduos;
- Carência de campanhas permanentes de educação ambiental voltadas à destinação adequada de resíduos;
- Necessidade de implantação de centros ou espaços especializados para realização de convenções e eventos.

6.3 OPORTUNIDADES:

- Diversidade e valorização do patrimônio natural, histórico e cultural como elemento de fortalecimento da atividade turística;
- Ampliação das políticas e iniciativas voltadas à conservação e valorização do patrimônio histórico e ambiental;
- Acesso a editais, programas e mecanismos de fomento promovidos pelo Ministério do Turismo e demais instituições de apoio;
- Desenvolvimento de programas e projetos em parceria com empresários, entidades representativas e demais atores da cadeia produtiva do turismo;
- Expansão da oferta turística por meio da implantação de novos empreendimentos públicos e privados;
- Criação e fortalecimento de eventos gastronômicos, esportivos, culturais e de entretenimento;
- Investimentos em infraestrutura urbana e qualificação dos serviços públicos com impactos positivos para o turismo;
- Consolidação e fortalecimento do posicionamento do destino no mercado turístico;
- Ampliação e fortalecimento das políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do turismo.

6.4 AMEAÇAS:

- Elevados níveis de informalidade no setor, dificultando o acesso a linhas de crédito e instrumentos de fomento ao turismo;
- Risco de massificação do destino em decorrência da ampliação da exposição em grandes mídias, com possíveis impactos sobre a sustentabilidade da atividade turística;
- Baixo nível de qualificação da mão de obra vinculada direta e indiretamente ao setor turístico;
- Insuficiente sensibilização ambiental e valorização do patrimônio cultural pela população e visitantes;
- Percepção de insegurança em áreas rururbanas com potencial turístico;
- Crescimento da demanda e do uso dos equipamentos turísticos em ritmo superior à capacidade de investimento e manutenção pelo poder público.

A análise FOFA permitiu construir uma visão integrada do ambiente interno e externo do destino, por meio da identificação dos elementos estratégicos que influenciam a gestão municipal do turismo. A ferramenta também contribuiu para o estabelecimento de prioridades de atuação e para a orientação do processo decisório, subsidiando a definição de ações e posturas voltadas à mitigação de riscos e ao enfrentamento dos desafios identificados. Em conjunto, esses resultados serviram de base para a formulação das diretrizes estratégicas do Plano.

7 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

As diretrizes estratégicas do Plano Municipal de Turismo foram promulgadas por meio do Projeto de Lei nº 3.437, de 13 de fevereiro de 2025, que alterou parcialmente a Lei nº 3.194, de 11 de novembro de 2021 – Plano Plurianual (PPA) 2022–2025 do Município de Ananindeua – para inclusão da Secretaria Municipal de Turismo (SELTUR) e criação do Programa Ananindeua Viva: Turismo e Lazer para Todos. Posteriormente, em 16 de dezembro de 2025, foi publicado o PPA 2026–2029, consolidando os objetivos e metas da política municipal de turismo para o novo ciclo de planejamento.

O Plano Plurianual (PPA) constitui o principal instrumento de planejamento estratégico municipal, orientando a atuação integrada dos diversos setores responsáveis pelo desenvolvimento econômico, social, cultural, educacional, ambiental, habitacional e de infraestrutura urbana, e demais áreas que influenciam diretamente a qualidade de vida da população. Sua elaboração considerou o contexto atual do município e os desafios das áreas estratégicas, especialmente no eixo Trabalho, Desenvolvimento Econômico e Turismo, voltado à geração de emprego e renda, qualificação profissional, estímulo ao empreendedorismo e valorização do patrimônio cultural e natural (PARÁ, 2025).

Nesse contexto, o PPA 2026–2029 foi estruturado a partir da identificação das dimensões estratégicas e dos macrodesafios prioritários para o próximo quadriênio. Na Dimensão Econômica e Ambiental, destaca-se o Macrodesafio 17 – Turismo Sustentável e Valorização do Patrimônio Local, que busca consolidar o turismo como vetor de desenvolvimento econômico e social, com foco no turismo de base comunitária, ecológico, cultural e gastronômico, promovendo a valorização dos rios, ilhas, tradições locais e patrimônios históricos do município (PARÁ, 2025).

Apresentam-se, a seguir, os elementos norteadores do planejamento:

7.1 Missão

Promover o desenvolvimento turístico de Ananindeua de forma competitiva, sustentável e inclusiva, valorizando o patrimônio natural e cultural e proporcionando experiências de qualidade com benefícios para as comunidades locais.

PPA

PLANO PLURIANUAL

Instrumento que define as prioridades e metas do governo para quatro anos.

7.2 Visão de futuro

Ser referência até 2029 como destino turístico competitivo e sustentável, impulsionando o desenvolvimento econômico por meio do empreendedorismo e da valorização do patrimônio natural e cultural.

7.3 Valores

Os princípios que fundamentam o plano municipal de turismo são: Compromisso – Gestão participativa – Cooperação – Excelência – Integração – Inovação – Ética – Empreendedorismo – Respeito – Diversidade – Transparência.

7.4 Eixos temáticos, linhas de atuação e ações

A partir do diagnóstico e da análise FOFA, foram listados cinco (05) eixos temáticos com 27 áreas de atuação, que juntas contribuem para o desenvolvimento do turismo no destino. Os eixos temáticos e suas respectivas linhas de atuação estão demonstradas na figura 4.

Figura 4. Eixos temáticos do PMT Ananindeua, Pará (2026-2029) .



Ser referência até 2029 como destino turístico competitivo e sustentável, impulsionando o desenvolvimento econômico por meio do empreendedorismo e da valorização do patrimônio natural e cultural.

As linhas de atuação são detalhadas a seguir como objetivos a serem alcançados. No quadro 3, serão apresentadas as atividades definidas, separadas por eixo temático.

Quadro 3. Detalhamento das linhas de atuação do PMT de Ananindeua (2026-2029)

GOVERNANÇA

Política de turismo local

Ação: Atualizar o Plano Municipal de Turismo
Prazo: Médio
Parceiros para execução: PMA, SELTUR e COMDET.

Inventário da Oferta Turística - IOT

Ação: Inventariar a oferta turística
Prazo: Médio
Parceiros para execução: PMA e SELTUR.

Estudos e pesquisas relacionadas à atividade turística

Ação: Elaborar estudos e pesquisas
Prazo: Curto
Parceiros para execução: PMA e SELTUR

Mapa do turismo nacional

Ação: Inserir o município no SISMAPA
Prazo: Curto
Parceiros para execução: SELTUR e SETUR

CADASTUR

Ação: Aumentar o número de empreendedores
Prazo: Longo
Parceiros para execução: SELTUR e SETUR

Conselho Municipal de Turismo

Ação: Realizar as reuniões periodicamente
Prazo: Médio
Parceiros para execução: SELTUR e COMDET

Instância de Governança Regional - IGR

Ação: Participar das reuniões periodicamente
Prazo: Longo
Parceiros para execução: SELTUR e COMDET

Trade Turístico

Ação: Realizar reunião anualmente
Prazo: Longo
Parceiros para execução: SELTUR e COMDET

INFRAESTRUTURA

Sinalização Turística

Ação: Instalar sinalização turística bilíngue
Prazo: Longo
Parceiros para execução: SELTUR e SEMUTRAN

Trapiche turístico

Ação: Implantar trapiche turístico na Orla de Ananindeua e nas comunidades da Região das Ilhas.
Prazo: longo
Parceiros para execução: SELTUR e SESAN

Centro de Atendimento ao Turista (CAT)

Ação: Implantar Centro de Atendimento ao Turista.
Prazo: Longo
Parceiros para execução: SELTUR e SESAN

Posto de Atendimento ao Turista (PIT)

Ação: Implantar Posto de Atendimento ao Turista (PIT)
Prazo: Médio
Parceiros para execução: SELTUR e SESAN

Acessibilidade nos equipamentos de lazer e turismo

Ação: Garantir acessibilidade aos novos equipamentos de lazer e turismo.
Prazo: Longo
Parceiros para execução: SELTUR e SESAN

MARKETING E PROMOÇÃO

Plano de marketing do turismo

Ação: Elaborar o plano de marketing do turismo
Prazo: Médio
Parceiros para execução: PMA e SELTUR

Eventos nacionais e internacionais de promoção ao turismo

Ação: Participar de eventos nacionais e internacionais de promoção ao turismo
Prazo: longo
Parceiros para execução: SELTUR e SETUR

Material promocional de divulgação do destino

Ação: Elaborar material promocional para captação de investimento

Prazo: Médio

Parceiros para execução: PMA e SELTUR

Eventos para a divulgação do destino

Ação: Patrocinar eventos para a divulgação do destino Ananindeua

Prazo: Médio

Parceiros para execução: PMA e SELTUR

CAPACITAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO

Capacitação profissional

Ação: Capacitar e requalificar a mão-de-obra da cadeia produtiva do turismo local.

Prazo: Longo

Parceiros para execução: SELTUR, SETUR, SENAR e SEBRAE

Certificação Turística

Ação: Certificar os empreendimentos turísticos sobre hospitalidade e qualidade no atendimento.

Prazo: Médio

Parceiros para execução: SELTUR e SEBRAE

SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA

Fomento a atividade turística

Ação: Fomentar e apoiar atividades do setor privado ou da sociedade civil municipal ligadas ao turismo ecológico, ecoturismo, afroturismo e turismo de base comunitária.

Prazo: Longo

Parceiros para execução: PMA e SELTUR

Ações de Turismo Cultural

Ação: Promover eventos gastronômicos ligados ao Turismo Cultural.

Prazo: Médio

Parceiros para execução: SELTUR e COMDET

Calendário de Eventos

Ação: Mapear eventos e festejos realizados no município

Prazo: Curto

Parceiros para execução: PMA e SELTUR

Promoção cooperada com a IGR

Ação: Realizar a promoção cooperada com a IGR

Prazo: Médio

Parceiros para execução: SELTUR e Instância de Governança Regional Caminhos da Grande Belém.

Mentoria Turística

Ação: Executar mentorias periódicas sobre negócios turísticos.

Prazo: Médio

Parceiros para execução: SELTUR e SEBRAE

Sensibilização Turística

Ação: Realizar campanhas educativas sobre a importância da hospitalidade e do atendimento ao turista.

Prazo: Médio

Parceiros para execução: SELTUR e SEBRAE

Apoio ao Turismo de Aventura

Ação: Apoiar e divulgar os negócios turísticos municipais ligados ao Turismo de Aventura.

Prazo: Médio

Parceiros para execução: SELTUR e COMDET

Incentivo ao Turismo de Pesca

Ação: Promover o Turismo de Pesca através do Torneio de Pesca Esportiva de Tucunaré.

Prazo: Médio

Parceiros para execução: SELTUR e COMDET

Fonte: SELTUR (2026).



Foto: Adrielson Furtado (2024)

8 INDICADORES, METAS E MONITORAMENTO

Para compreender a dinâmica do desenvolvimento turístico e avaliar, de forma sistemática, seus impactos no território, é fundamental estabelecer mecanismos de monitoramento que permitam acompanhar a evolução das ações, dos resultados e dos indicadores relacionados ao turismo. Esse processo possibilita aos empresários, gestores públicos e demais atores envolvidos avaliar o desempenho do destino, identificar avanços, desafios e necessidades de ajustes, subsidiando a tomada de decisões e o aprimoramento contínuo das políticas e ações de desenvolvimento turístico.

No Quadro 4, são apresentadas as atividades e respectivas ações de monitoramento, organizadas de acordo com seus respectivos eixos temáticos, permitindo uma visão integrada das estratégias e dos resultados esperados para o desenvolvimento do turismo no município.

Quadro 4. Atividades e ações de monitoramento do PMT de Ananindeua (2026-2029).

Eixo Temático	Atividades	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Governança	Política de turismo local	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Inventário da Oferta Turística - IOT	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Estudos e pesquisas relacionadas à atividade turística	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Mapa do turismo nacional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	CADASTUR	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Conselho Municipal de Turismo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Instância de Governança Regional - IGR	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Infraestrutura	Trade Turístico	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Sinalização Turística	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Trapiche turístico	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Centro de Atendimento ao Turista (CAT)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Posto de Atendimento ao Turista (PIT)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Marketing e Promoção	Acessibilidade nos equipamentos de lazer e turismo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Plano de marketing do turismo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Eventos regionais e nacionais de promoção ao turismo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Material promocional de divulgação do destino	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Calendário de Eventos	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Capacitação e Sensibilização	Promoção cooperada com a IGRT	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Capacitação profissional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Certificação Turística	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Mentoria Turística	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Segmentação Turística	Sensibilização Turística	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Fomento à atividade turística	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Ações de Turismo Cultural	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Apoio ao Turismo de Aventura	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Incentivo ao Turismo de Pesca	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Fonte: SELTUR (2026).

No quadro 5, serão apresentados os indicadores, bem como das metas estabelecidas.

Quadro 5. Indicadores de monitoramento do PMT de Ananindeua (2026-2029).

Indicador:	Número de estudos e pesquisas realizadas sobre o turismo municipal			
Descrição:	Quantidade de levantamentos, diagnósticos, pesquisas e análises produzidos para conhecer a oferta, a demanda, o perfil dos visitantes e a dinâmica do turismo local.			
Fonte:	SELTUR			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	03	03	03	03
Total:	12 (unidades)			
Indicador:	Percentual de visitas técnicas aos destinos turísticos regionais e nacionais			
Descrição:	A proporção de visitas realizadas por gestores, profissionais ou representantes do setor turístico a outros destinos, com o objetivo de conhecer experiências, práticas e modelos que possam contribuir para o desenvolvimento do turismo municipal.			
Fonte:	SELTUR			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	01	01	02	02
Total:	100%			
Indicador:	Empreendimentos turísticos cadastrados no Cadastur			
Descrição:	O cadastro permite ao prestador atuar legalmente, de acordo com a Lei do Turismo, por meio da emissão do Certificado Cadastur, assim como oferece benefícios aos cadastrados.			
Fonte:	SETUR			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	350	450	550	700
Total:	100%			
Indicador:	Sinalização turística bilíngue nos equipamentos turísticos			
Descrição:	Instalação de placas e informações em português e em outro idioma, geralmente o inglês, para facilitar a orientação, a localização e a experiência dos visitantes, especialmente turistas estrangeiros.			
Fonte:	SELTUR e SEMUTRAN			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	0	05	10	05
Total:	20 (unidades)			
Indicador:	Participação em eventos de promoção do destino regional e nacional			
Descrição:	Presença do município em feiras, encontros, congressos e outras ações promocionais destinadas a divulgar seus atrativos, produtos e experiências turísticas e ampliar sua visibilidade nos mercados regional e nacional.			
Fonte:	SELTUR			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	01	02	02	02
Total:	100%			
Indicador:	Número de eventos para promoção do destino			
Descrição:	Quantidade de eventos, ações e iniciativas realizadas com o objetivo de divulgar o município, seus atrativos, produtos e experiências turísticas, fortalecendo sua visibilidade e atraindo visitantes.			
Fonte:	SELTUR			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	03	03	03	03
Total:	12 (unidades)			

Quadro 5. Indicadores de monitoramento do PMT de Ananindeua (2026-2029) (Continuação).

Indicador:	Número de trabalhadores do turismo qualificados e requalificados			
Descrição:	Quantidade de profissionais que participaram de cursos, capacitações, treinamentos ou outras ações de formação voltadas ao aprimoramento de conhecimentos, habilidades e competências para atuação no setor turístico.			
Fonte:	SELTUR			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	500	500	500	500
Total:	2.000 (unidades)			
Indicador:	Percentual de certificação da qualidade turística dos empreendimentos locais			
Descrição:	Número absoluto de visitantes aos parques, ilhas e regiões naturais.			
Fonte:	Boletim de visitação aos atrativos			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	0%	10%	20%	20%
Total:	50%			
Indicador:	Percentual de percepção do destino turístico			
Descrição:	Proporção de visitantes que avaliam positivamente a imagem, os atrativos, os serviços e a experiência proporcionada pelo município como destino turístico.			
Fonte:	Boletim de visitação aos atrativos			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	25%	25%	25%	25%
Total:	100%			
Indicador:	Número de atividades turísticas autênticas e inovadoras no município			
Descrição:	Quantidade de experiências e produtos turísticos que valorizam as características locais e apresentam novas formas de vivenciar a cultura, a natureza, a gastronomia e os demais atrativos do destino.			
Fonte:	SELTUR, COMDET e SEBRAE			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	03	03	03	03
Total:	12 (unidades)			
Indicador:	Número de visitação a região Insular de Ananindeua em passeios turísticos			
Descrição:	Quantidade de visitantes que acessam as ilhas do município por meio de passeios e experiências turísticas organizadas, permitindo acompanhar o fluxo de turistas na região.			
Fonte:	SELTUR e COMDET			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	500	500	1.000	1.000
Total:	3.000 (unidades)			
Indicador:	Percentual de empreendimentos gastronômicos em ações de turismo cultural			
Descrição:	Proporção de estabelecimentos de alimentação que participam de eventos, projetos e atividades voltados à valorização da cultura, da gastronomia e das tradições locais como elementos da experiência turística.			
Fonte:	Boletim de visitação aos atrativos			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	0%	25%	25%	50%
Total:	100%			
Indicador:	Percentual de turistas participantes nos passeios de turismo de aventura			
Descrição:	Número absoluto de visitantes aos parques, ilhas e regiões naturais.			
Fonte:	SELTUR e COMDET			
Meta:	2026	2027	2028	2029
	25%	25%	25%	25%
Total:	100%			

Fonte: SELTUR (2026).

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A.F.; JARDIM, M.A.G. Uso de indicadores de desenvolvimento socioeconômico, urbano-ambiental e turístico para análise dos efeitos dos investimentos públicos na Amazônia Atlântica, Pará, Brasil. *Journal of Integrated Coastal Zone Management/ Revista de Gestão Costeira Integrada*. v. 19 n. 4. p:191-207. 2019.

ANANINDEUA. Prefeitura Municipal de Ananindeua. **Plano Plurianual: 2022-2025**. PMA: 2021, 143p.

ANANINDEUA, Prefeitura Municipal de Ananindeua. **Plano Plurianual 2026-2029**. PMA: 2025. 154p.

BRASIL. Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo. **Inteligência de dados**. Brasília: EMBRATUR, 2026f. Disponível em: <https://embratur.com.br/para-o-trader/inteligencia-de-dados/paineis-de-dados/turismo-internacional-cinco-mercados>. Acesso em: 09 de jun 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Aviação Civil. **Painel de demanda e oferta**. Brasília: ANAC, 2026g. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-do-transporte-aereo/demanda-e-oferta>. Acesso em: 17 de jun 2026.

BRASIL. Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Painéis do Mapa de Empresas**. Brasília: MEMP, 2025c. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em 29 de maio de 2026.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Novo CAGED - Abril de 2026**. Brasília: 2026d. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/assuntos/estatisticas-trabalho/novo-caged/2026/abril/pagina-inicial>. Acesso: 29 de maio de 2026.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Painel de Informações do RAIS**. 2025c. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view>. Acesso em 29 de maio de 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estratégia de Gestão do Inventário da Oferta Turística**. Brasília: MTUR, 2004, p. 19.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional**: Relatório Brasil. 84p. 2ª ed. Revisada. Ministério do Turismo, Brasília, Brasil. 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional**: Relatório Brasil 2009 / Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Organizador). Brasília: MTUR, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Índice de competitividade do turismo nacional: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional**: Relatório Brasil 2013. 84p. Ministério do Turismo, Brasília, Brasil. 2014.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo (2024-2027)**. Brasília: 2024.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Relatório de Monitoramento**: Plano de Atividades COP30. Brasília. 2025b.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Tendências e percepções**: Turismo no Brasil. Brasília: MTUR, 2025d.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Brasil bate recorde histórico e fecha o ano com 9,2 milhões de turistas internacionais**. 2026a. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-bate-recorde-historico-e-fecha-o-ano-com-9-2-milhoes-de-turistas-internacionais?utm_source=chatgpt.com. Acesso em 15 de maio de 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo 2026**. Brasília: MTUR, 2026b.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Revista Tendências do Turismo 2026**. 7ª Edição. Brasília: BRAZTOA/ Embratur/ MTur, 2026c.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Observatório Nacional de Turismo**. Brasília: MTUR, 2026e. Disponível em: <https://paineis.turismo.gov.br/extensions/observatorio/turistas.html>. Acesso em: 09 de jun 2026.

BUTLER, R. The concept of a tourism area of life cycle of evolution: implications for management of resources. **Canadian Geographer**, v. 19, n. 1, p. 5-12. 1980.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Área territorial brasileira 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PIB dos Municípios**. Período de referência: 31/12/2023. 2023.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estimativas da população Período de referência: 01/07/2025**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais: 2025.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estado**. 2023a. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pa/anandindeua.html>. Acesso em 10 de maio de 2026.

ONU TURISMO. **Barômetro do Turismo Mundial**. v. 23, n. 1, jan. 2025.

PARÁ. Secretaria de Estado de Turismo do Pará. **Cadastro regulares do Cadastur**. Belém: SETUR/PA, 2026a.

PARÁ. Secretaria Estadual de Turismo do Pará. **Turismo no Pará**: Sistema Estadual de Estatística do Turismo. Belém: SETUR, 2026b.

RUIZ, T.C.D.; AKEL, G.M.; GÂNDARA, J.M.G. Estudos de competitividade turística: comparativo do modelo de Dwyer e Kim e do estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do Brasil. **Turismo & Sociedade**, v. 8, n. 1, p: 15-37. 2015.

SILVA, J.A.; SANTOS, C.A.J. Análise competitiva do turismo no município de Aracaju. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 3, n. 2, p: 188-210. 2015.

VIEIRA, D.P.; HOFFMANN, V.E. Competitividade e desenvolvimento: um estudo em destinos indutores do turismo Brasileiro. **Revista Alcance-Eletrônica**, v. 20, n. 3, p: 400-416. 2013.

WTTC, Conselho Mundial de Viagens e Turismo. **O crescimento global do setor de viagens e turismo deverá superar o da economia em geral em 1,5 vezes na próxima década**. 2026. Disponível em: https://wtcc.org/news/global-travel-tourism-growth-to-outpace-wider-economy-by-1-5-times-over-the-next-decade?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 21 de maio de 2026.

FICHA TÉCNICA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ANANINDEUA - PMA

Hugo Fernando de Souza Atayde - Prefeito

SECRETARIA MUNICIPAL DE LAZER E TURISMO – SELTUR

Kedna de Jesus Coelho Barbosa - Secretária

Herlem do Socorro Barra Farias - Secretária Adjunta

DIRETORIA DE POLÍTICAS PARA O LAZER E TURISMO

Adrielson Furtado Almeida - Diretor

COORDENAÇÃO DE GESTÃO DO LAZER E TURISMO

Matheus Paulo da Silva Miranda - Coordenador

COORDENAÇÃO DE PLANEJAMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Vitor Gabriel de Souza Lima - Coordenador

CONSELHO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO - COMDET

Adrielson Furtado Almeida - Presidente

Matheus Paulo da Silva Miranda - Secretário

Carlos Rubresky de Brito Ferreira - Secretaria Municipal de Esporte

Deiziany Tavares da Costa - Turismóloga

Elizângela Silva Souza - Comunidades Tradicionais

Ernandes de Souza Lopes - Guia de Turismo

Luiz Carlos Mourão do Nascimento - Segmento de Equipamento Turístico

REDAÇÃO E REVISÃO FINAL:

Adrielson Furtado Almeida

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO:

Adrielson Furtado Almeida

ILUSTRAÇÃO:

Matheus Paulo da Silva Miranda

COMO CITAR:

Direta: Ananindeua (2006)

Indireta: (ANANINDEUA, 2026)

COMO REFERENCIAR:

ANANINDEUA, Prefeitura Municipal de Ananindeua. **Plano Municipal de Turismo:** Ananindeua - Pará (2026 - 2029). Ananindeua: PMA/SELTUR, 2026, 49p.



SELTUR
Secretaria Municipal de
Lazer e Turismo



COMDET
Conselho Municipal de Desenvolvimento
do Turismo de Ananindeua

Fotos: Adrielson Furtado

