



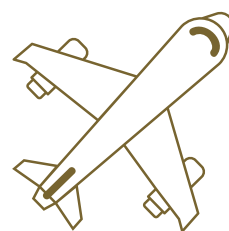
Turismo

Relatório mensal

Elaborado por: André Spalenza, Felipe Montini e Eduarda Gripp.



TURISMO CAPIXABA ENCERRA A TEMPORADA DE INVERNO EM ALTA: 99,3% DOS VISITANTES RECOMENDAM O DESTINO



ATIVIDADES TURÍSTICAS

**VARIAÇÃO
INTERANUAL
(ESTABILIDADE)**

0%

**CRESCIMENTO
ACUMULADO
DO ANO**

+4,6%

**MOVIMENTAÇÃO
NO TRANSPORTE AÉREO
NO ANO**

+12,5%

SATISFAÇÃO DOS TURISTAS

99,3%

**RECOMENDAM
O DESTINO**

92,4%

**ATENDEU
OU SUPEROU
EXPECTATIVAS**

Por meio da análise do Índice de Atividades Turísticas (IATUR)¹, o objetivo deste relatório é acompanhar os indicadores de turismo no Espírito Santo. A intenção é identificar as tendências do setor e oferecer informações relevantes para apoiar o processo de tomada de decisão.

Volume de

ATIVIDADES TURÍSTICAS

recua 0,4% em relação a julho

Em agosto de 2025, mês que marca o encerramento da temporada de inverno para o turismo, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo registrou um leve **recuo de 0,4%** em relação a julho. Essa retração ocorreu após o expressivo crescimento de 2,1% observado no mês anterior, sendo o maior avanço mensal entre todos os estados brasileiros naquele período. No cenário nacional, o turismo apresentou crescimento de 0,8% em agosto, encerrando uma sequência de três meses consecutivos de queda.

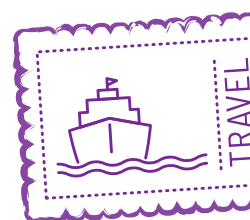


Na comparação interanual, em relação a agosto de 2024, o turismo capixaba manteve-se praticamente estável, com o volume de atividades em níveis idênticos aos do mesmo mês do ano anterior. Apesar da aparente estabilidade, o resultado ganha relevância quando se considera que, em 2024, o setor havia apresentado forte

expansão no segundo semestre, superando os resultados do primeiro semestre em todos os meses. Além disso, o segundo semestre de 2024 foi o melhor para o turismo capixaba desde 2014, o que reforça a importância de manter esse patamar elevado de atividade.

Dessa forma, sustentar níveis próximos aos de 2024 representa um sinal positivo para o setor, sobretudo porque o primeiro semestre de 2025 já havia superado o mesmo período do ano anterior em 6,3%. Com o bom desempenho na primeira metade do ano e a relativa estabilidade nos dois primeiros meses do segundo semestre, o turismo capixaba acumula, até agosto, um **crescimento de 4,6% no ano.**

A expansão observada no Espírito Santo acompanha o movimento do turismo nacional, que apresenta um avanço acumulado de 6% em 2025. Esse resultado no Brasil tem sido impulsionado, principalmente, pelo aumento das receitas do transporte aéreo e pelo fortaleci-



fortalecimento do turismo internacional. Entre janeiro e setembro, o país recebeu mais de 7 milhões de turistas estrangeiros², um crescimento de 45% em relação ao mesmo período de 2024.

Variação do IATUR (%) — Comparação Brasil e Espírito Santo, Ago/25

Atividades	Ago/25 x Jul/25*	Ago/25 x Ago/24	Acumulado no ano**
Espírito Santo	-0,4	0	4,6
Brasil	0,8	4,6	6

Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.
*Variação com ajuste sazonal. **Em relação ao mesmo período do ano anterior.



TURISMO CAPIXABA

registra crescimento interanual em 13 dos últimos 14 meses

Com o resultado de agosto, o turismo no Espírito Santo consolida mais um mês de desempenho igual ou superior ao registrado no mesmo período do ano anterior. Em junho, houve uma retração de 2,5% em relação a junho de 2024, o que interrompeu uma sequência de 11 meses consecutivos de crescimento. No entanto, o leve avanço observado em julho (0,4%) e a estabilidade de agosto reforçam a trajetória positiva do setor. Nos últimos 14 meses, o volume de atividades turísticas no estado foi igual ou superior ao do ano anterior em 13 ocasiões, evidenciando o bom desempenho recente do turismo capixaba.

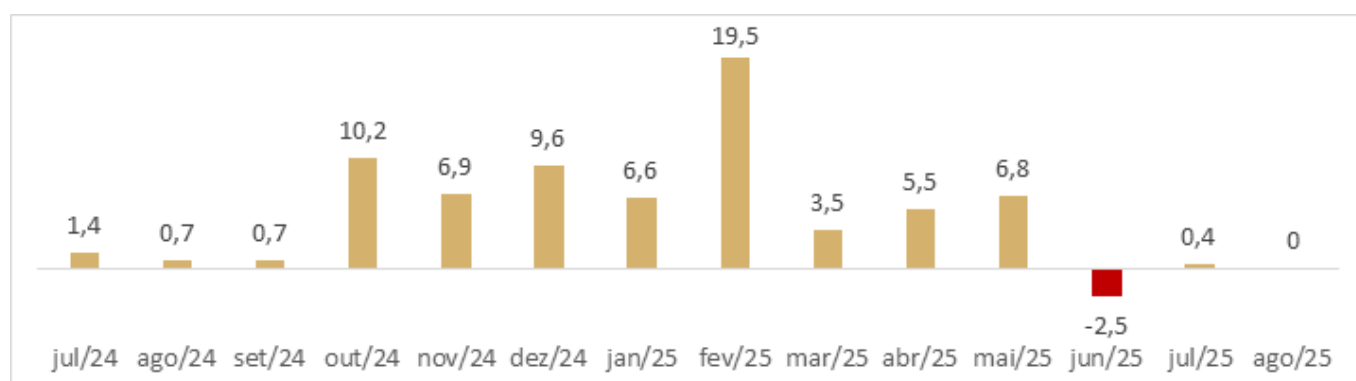
O excelente resultado alcançado no segundo semestre de 2024 estabelece uma base de comparação elevada para 2025. Por isso, é natural que o ritmo de crescimento interanual se mostre mais moderado até o final do ano. O principal desafio para os próximos meses será manter o volume de atividades em níveis próximos aos do ano anterior, preservando o dinamismo do setor.

O Governo do Espírito Santo, por meio da Secretaria de Turismo (Setur), tem intensificado ações voltadas ao fortalecimento e à expansão do turismo capixaba³. Entre as iniciativas, destacam-se visitas

técnicas a diversos municípios, com o objetivo de conhecer de perto as potencialidades de cada região, identificar boas práticas e mapear demandas locais que requerem maior atenção e investimentos. Essas ações contribuem para fortalecer a promoção dos destinos e ampliar a atratividade do estado.

Além disso, a Setur tem participado de feiras e eventos nacionais voltados à divulgação do Espírito Santo e de seus atrativos culturais, naturais, gastronômicos e de lazer para o público de outras regiões do país⁴. Essa estratégia é fundamental para ampliar a visibilidade do estado, atrair investidores, consolidar parcerias com empresas e agências do setor e captar novos fluxos de visitantes.

Variação do IATUR em relação ao mesmo mês do ano anterior (%), ES



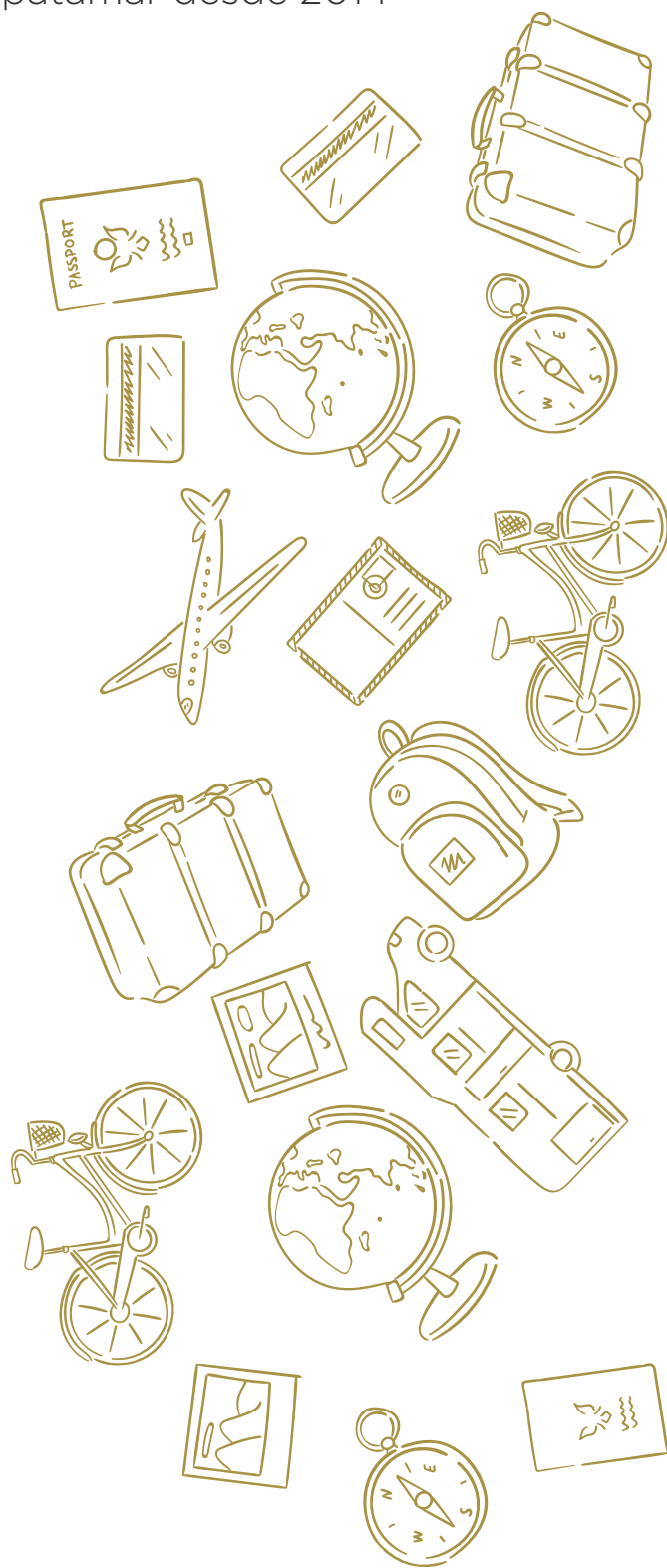
Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

ATIVIDADES TURÍSTICAS

se iguala a agosto de 2024 no maior patamar desde 2014

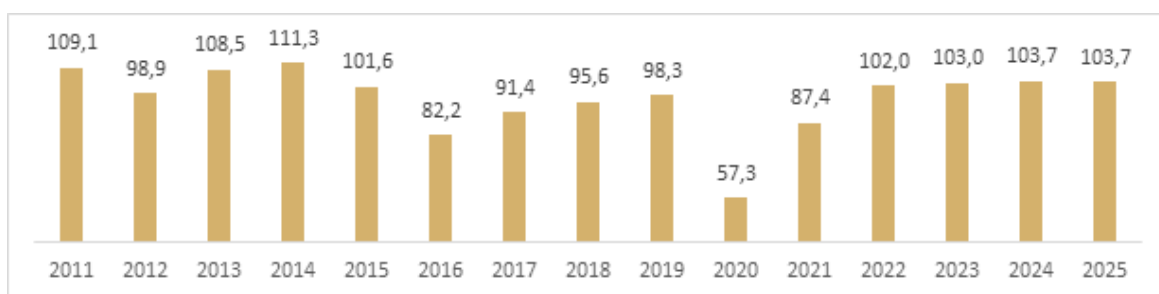
O mês de agosto marca o encerramento da alta temporada de inverno para o setor turístico no país. No Espírito Santo, essa temporada representa um importante diferencial competitivo, resultado da ampla diversificação da oferta turística do estado. As regiões montanhosas, com clima ameno e paisagens naturais, combinam-se a uma rica programação cultural e gastronômica, atraindo visitantes em busca de experiências típicas do período mais frio do ano.

Em agosto de 2025, o volume de atividades turísticas manteve-se idêntico ao registrado no mesmo mês de 2024, repetindo o nível de atividades mais elevado desde 2014. A manutenção desses níveis elevados, equivalentes aos observados no segundo semestre de 2024, é um sinal positivo de consolidação do setor e da demanda turística no estado.



Dessa forma, o Espírito Santo encerra a temporada de inverno de 2025 registrando o melhor julho e o melhor agosto dos últimos dez anos. O período vem se consolidando como um dos motores do turismo estadual, impulsionado especialmente pelas regiões das Montanhas Capixabas e do Caparaó, que concentram parte expressiva dos eventos, atrativos e experiências mais procurados nessa época do ano.

IATUR - Número Índice no mês de agosto por ano, ES



Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



TRANSPORTE AÉREO

Aeroporto de Vitória recebe mais de 150 mil passageiros pelo segundo mês consecutivo

De acordo com dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), **155.510 passageiros desembarcaram no Aeroporto de Vitória** em agosto de 2025, o segundo maior volume do ano, ficando atrás apenas de julho. Esse resultado representa um aumento de 15,5% em relação a agosto de 2024.

Nos meses de julho e agosto, o aeroporto capixaba registrou movimentação superior a **150 mil passageiros**, um patamar inédito em relação ao ano anterior, quando nenhum mês ultrapassou essa marca. De modo que, o maior volume de 2024 foi observado em dezembro, com **143.855 desembarques**. Esse desempe-

nho reforça o forte crescimento da movimentação aeroportuária e do uso do transporte aéreo no Espírito Santo em 2025.

Entre janeiro e agosto de 2025, **1.099.549 passageiros desembarcaram no estado**, um crescimento de **12,5%** frente ao mesmo período de 2024, o que representa **122.264 pessoas a mais**.

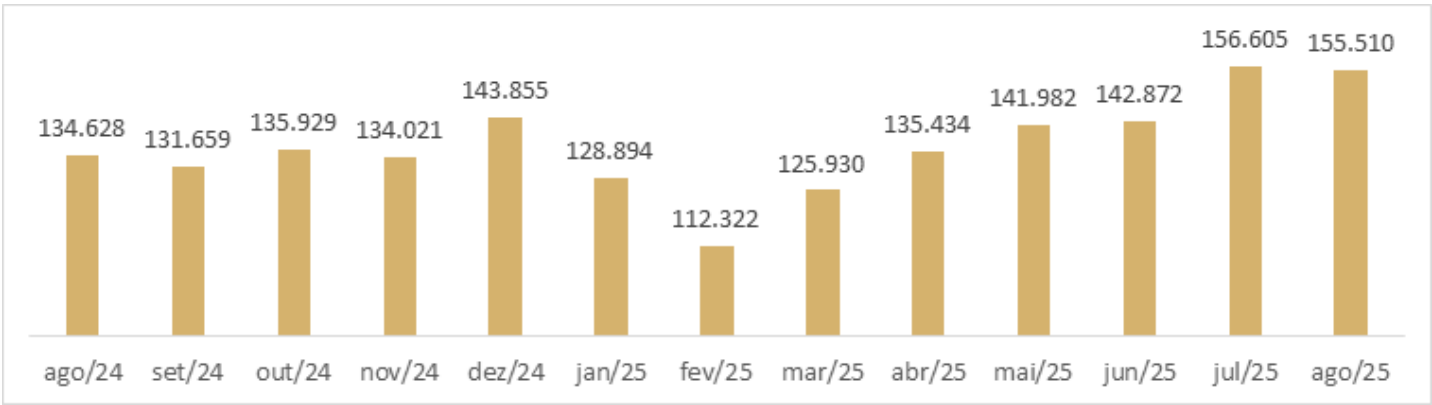
Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua:



Turismo (Pnad Contínua Turismo)⁵, realizada pelo IBGE em parceria com o Ministério do Turismo, o transporte aéreo vem ampliando sua participação nas viagens pelo Brasil. Em 2024, as viagens realizadas de avião corresponderam a 14,7% do total, superando, pela primeira vez desde 2020, o uso de ônibus de linha (11,9%).

Esses dados indicam uma mudança no comportamento do turista brasileiro, que tem recorrido cada vez mais ao transporte aéreo, tendência que se reflete diretamente no aumento da movimentação aeroportuária. Esse crescimento da demanda reforça a importância da infraestrutura aeroportuária capixaba como elemento estratégico para o fortalecimento do turismo no estado e para a ampliação da conectividade regional e nacional.

Passageiros de avião que desembarcaram no Aeroporto de Vitória



Agência Nacional de Aviação (ANAC). Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

TRANSPORTE RODOVIÁRIO

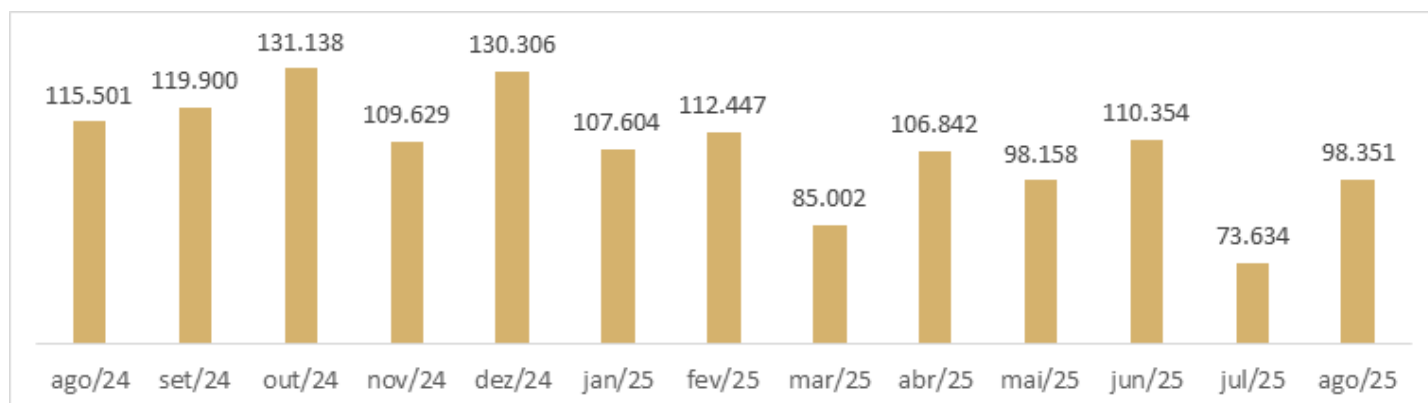
Queda nas vendas de passagens de
Ônibus com destino ao ES

Com essa mudança de comportamento e o aumento da preferência dos turistas pelo transporte aéreo, observa-se uma redução significativa na movimentação de passageiros rodoviários no Espírito Santo. Em agosto de 2025, foram **vendidos 98.351 bilhetes** de passagens intermunicipais e interestaduais com destino aos municípios capixabas, o que representa uma **queda de 14,8% em relação a agosto de 2024**.

No **acumulado de janeiro a agosto**, o número total de bilhetes vendidos com destino ao estado atingiu **792.392 unidades**, uma **redução de 28,4%** frente ao mesmo período do ano anterior, o que equivale a **314.283 passagens a menos**.



Passagens de ônibus regulares vendidas com destino aos municípios do ES (Intermunicipal e Interestadual)



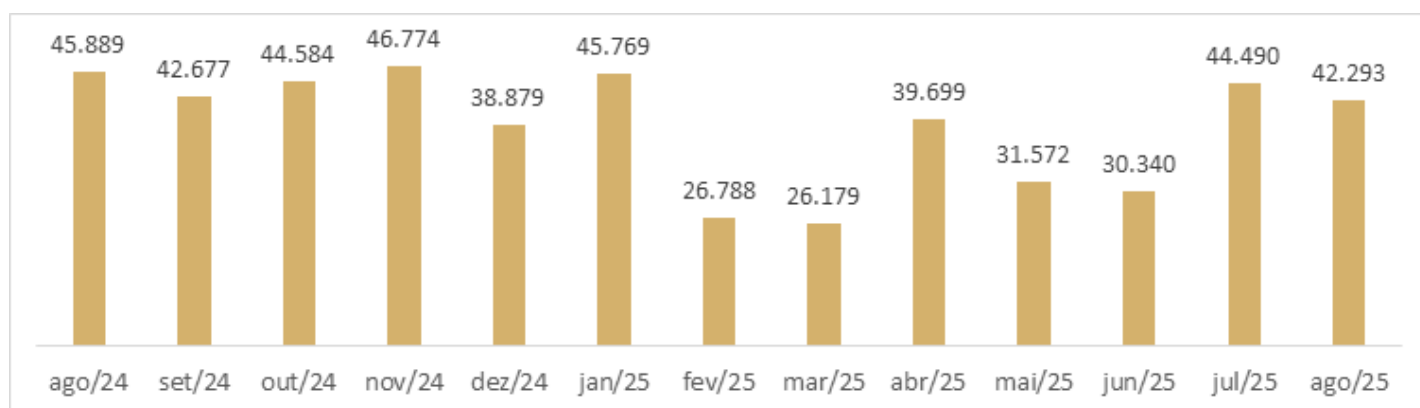
Fonte: Sistema Monitrip - Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT).
Nota: Os dados referem-se ao Transporte Regular Rodoviário (sem contar o transporte Semiurbano), e são agregados pelo mês em que ocorreu a viagem.

No caso do transporte fretado, mais diretamente associado ao turismo por atender excursões, passeios e eventos, o número de passageiros foi de **42.293** em agosto de 2025, o que representa uma queda de 7,8% em relação ao mesmo mês de 2024. No acumulado do ano, 287.130 pessoas desembarcaram em municípios capixabas por esse modal, uma redução de 2% frente ao mesmo período do ano anterior.

Esses resultados reforçam a mudança no perfil dos viajantes observada recentemente, com o transporte aéreo ganhando espaço e o rodoviário registrando retração. Ainda assim, como grande parte dos visitantes do Espírito Santo é proveniente de estados vizinhos, como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Bahia, o transporte rodoviário continua desempenhando um papel estratégico para a acessibilidade e integração regional do turismo capixaba.

Nesse contexto, tornam-se fundamentais as políticas voltadas ao fortalecimento e modernização da infraestrutura rodoviária e do transporte de passageiros, especialmente para ampliar o acesso às regiões turísticas mais afastadas da Grande Vitória, garantindo competitividade e sustentabilidade ao desenvolvimento do setor no estado.

Passageiros de Ônibus Fretado com destino aos municípios do Espírito Santo (Intermunicipal e Interestadual)



Fonte: Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT). Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



PERFIL DO TURISTA NO INVERNO CAPIXABA

para 92,4% dos visitantes o destino atendeu ou superou as expectativas

A Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista no Inverno de 2025, realizada pela Secretaria de Turismo do Espírito Santo (Setur-ES) por meio do Observatório do Turismo⁶, traçou um panorama sobre o perfil dos visitantes que estiveram nos destinos capixabas durante a temporada de inverno. Ao todo, foram 1.249 entrevistas realizadas em 13 municípios com forte tradição turística.

Os resultados apontam que os turistas permaneceram em média **6,9 dias no estado**, demonstrando um tempo de permanência relativamente elevado para o período. A **maior parcela dos visitantes (38,4%)** é composta por **turistas internos**,

provenientes de municípios do próprio Espírito Santo.

Entre os visitantes de fora do estado, foram identificadas pessoas oriundas de **22 unidades da federação**, com destaque para **Minas Gerais**, que respondeu por **31,9%** do total de turistas, seguido por **Rio de Janeiro (9,8%)** e **São Paulo (8%)**. No conjunto, **60,1% dos visitantes vieram de outros estados e 1,5% do exterior**. Dessa forma, os **mineiros representaram mais da metade dos turistas de fora do Espírito Santo** que visitaram o estado durante o inverno de 2025, reforçando a importância desse público para o turismo capixaba.

Origem dos Turistas no Espírito Santo

Estado	Representatividade
Minas Gerais	31,9%
Rio de Janeiro	9,8%
São Paulo	8,0%
Bahia	2,8%
Distrito Federal	2,3%
Paraná	1,2%
Goiás	0,8%
Santa Catarina	0,6%
Outros Estados	2,7%
Estrangeiros	1,5%
Espírito Santo	38,4%

Fonte: Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista INVERNO
— SETUR/ES. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio

Em relação ao perfil dos visitantes, a pesquisa revelou que **a maioria era casada (56,1%)**, com **idade acima de 40 anos (53,7%)** e **ensino superior completo (64,8%)**. Esse perfil indica que o público que visita o Espírito Santo durante o inverno tende a ser formado por pessoas de faixa etária mais elevada, que normalmente viajam em família e apresentam maior nível de escolaridade. Esse grupo busca, em geral, experiências mais tranquilas, associadas ao descanso, contato com a natureza, gastronomia e cultura local.

Entre as **motivações da viagem**, **81,4% dos entrevistados** declararam estar viajando a **lazer ou passeio**. Quanto aos **motivos de escolha do destino**, os **atrativos naturais**, como **praias, rios, cachoeiras e montanhas**, foram citados por **39,8% dos turistas**, enquanto **16,9%** mencionaram os **eventos e festas locais** como fator decisivo.

No que diz respeito ao **meio de transporte utilizado**, **51,5% dos visitantes viajaram em automóvel próprio**, **21,9% utilizaram o avião** e **14,2% o ônibus de linha**. Assim como observado em nível nacional, o transporte aéreo superou o rodoviário entre os visitantes do Espírito Santo, reforçando sua **importância para a ampliação da acessibilidade ao estado**, especialmente para turistas provenientes de regiões mais distantes.

O **gasto médio individual diário** foi de **R\$ 260**, e a **maior parte das despesas concentrou-se em hospedagem**, com média de **R\$ 1.574 por turista**. Em relação ao tipo de hospedagem, **27,7% dos visitantes** optaram por **apartamentos ou casas alugadas (como Airbnb)**, **21,6% por pousadas** e **13,2% por hotéis**.



Em seguida, aparecem os **gastos com alimentação**, que somaram em média **R\$ 1.139** no total. A pesquisa apontou que **90,8% dos turistas** consumiram em **bares, restaurantes, cafeterias, sorveterias e outros estabelecimentos de alimentação**, evidenciando o papel central da **gastronomia local** na experiência turística.

Outros gastos relevantes foram com **transporte (R\$ 603)**, incluindo passagens, aluguel de veículos e combustíveis; **passeios e serviços turísticos (R\$ 604)**, como city tours, guias, ingressos para parques, museus e teatros; e **compras (R\$ 558)**. Aproximadamente **36,1% dos visitantes adquiriram souvenirs ou lembranças**, movimentando não apenas o setor de serviços, mas também o comércio local.

Gastos dos Turistas no Espírito Santo

Tipo de Gasto	Valor
Transporte	R\$ 603
Hospedagem	R\$ 1.574
Alimentação	R\$ 1.139
Passeios e Serviços	R\$ 604
Compras	R\$ 558
GMDI	R\$ 260

Fonte: Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista INVERNO
— SETUR/ES. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio
Nota: GMDI - Gasto Médio Diário Individual

A pesquisa também avaliou a percepção dos visitantes em relação a diversos aspectos da experiência turística no Espírito Santo. De modo geral, os destinos capixabas receberam avaliações positivas (“Ótimo” ou “Bom”) em todas as categorias analisadas, demonstrando altos níveis de satisfação.

Os principais destaques foram as avaliações referentes à **Gastronomia Capixaba (94% de avaliações positivas)**, **Segurança Pública (90,6%)**, **Hospitalidade Capixaba (89,3%)** e **Limpeza Pública (85,6%)**, dimensões que refletem a qualidade da experiência oferecida e a boa receptividade do destino.

As categorias de **Sinalização Turística Rodoviária (77,6%)** e **de serviços de Táxi e Aplicativos de Transporte (74,1%)**, embora também bem avaliadas, aparecem como **pontos que ainda apresentam potencial de aprimoramento**, especialmente no que se refere aos serviços de deslocamento dentro dos destinos.



De forma bastante expressiva, **99,3% dos visitantes afirmaram que recomendariam o destino**, e **92,4% declararam que a viagem atendeu ou superou suas expectativas**. Esses indicadores reforçam o elevado grau de satisfação dos turistas e a probabilidade de retorno futuro, aspectos fundamentais para a fidelização e a consolidação da imagem positiva do Espírito Santo como destino turístico.

Essa boa percepção geral tem potencial para impulsionar ainda mais o turismo no estado, por meio da divulgação espontânea feita pelos próprios visitantes, um fator que amplia a visibilidade do Espírito Santo no cenário nacional e estimula a chegada de novos turistas. Além disso, a expansão do turismo para além do público tradicional, formado principalmente por capixabas e visitantes de Minas Gerais, contribui para a sustentabilidade de longo prazo do setor, reduzindo a dependência de mercados específicos e fortalecendo a diversificação da demanda turística.

Percepção do Turista no Espírito Santo

Categoria	Avaliação positiva
Segurança Pública	90,6%
Limpeza Pública	85,6%
Gastronomia Capixaba	94,0%
Hospitalidade Capixaba	89,3%
Sinalização Turística Rodoviária	77,6%
Taxi/Aplicativo	74,1%
Recomenda o Destino	99,3%
Viagem Correspondeu às Expectativas	92,4%

Fonte: Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista INVERNO
— SETUR/ES. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio



OPINIÃO DO EMPRESARIADO CAPIXABA



“O movimento de visitantes era concentrado entre sexta e domingo, mas hoje já dá pra perceber a presença de turistas praticamente todos os dias”

Leomar Alberto Stange

Proprietário do restaurante
Ninho do Colibri

A presença de turistas vindos de outros estados em boa parte do Espírito Santo já começa a dar sinais de crescimento em cidades de forte vocação turística. Esse movimento, embora discreto, revela uma mudança importante no perfil do visitante, que passa a enxergar o estado como um destino de interesse, mesmo fora das grandes temporadas. Em municípios como Santa Teresa, essa transformação já pode ser observada no dia a dia dos empreendedores locais, que notam um fluxo mais constante e diversificado de visitantes ao longo da semana.

É o caso de Leomar Alberto Stange, proprietário do restaurante Ninho do Colibri, que compartilha sua percepção sobre esse novo cenário:

“Nosso restaurante, chamado Ninho do Colibri, está no mercado há cerca de cinco anos. No começo, o restaurante ficava ali perto do Circuito Caravaggio, que é o mais famoso da cidade. Só que o ponto não era muito bom. Depois, conseguimos este ponto aqui, que estava fechado há mais de dez anos. Era um dos primeiros restaurantes da cidade, então a gente veio, readaptou o espaço e reabriu as portas.

Hoje, cerca de 90% do nosso público é local, o que considero um grande diferencial, porque nem todas as casas conseguem atrair o público da própria cidade durante a semana.

Mas além disso, a gente também consegue atender o turista que aparece por aqui durante a semana. Antes, o movimento de visitantes era concentrado entre sexta e domingo,

mas hoje já dá pra perceber a presença de turistas praticamente todos os dias, inclusive durante a semana, e em qualquer época do ano. A maioria vem de outros estados. Normalmente, eles chegam a Vitória, e de lá sobem pra cá, passam o dia e depois retornam.

A gente ainda não tem um controle formal sobre de onde vêm exatamente, mas pela experiência dá pra perceber que esse fluxo está crescendo. Então, apesar de o nosso público principal continuar sendo o morador local, já dá pra ver esse movimento de turistas aparecendo com mais frequência, mesmo fora do fim de semana.

Aliás, enquanto muitos restaurantes daqui funcionam só de quinta a domingo, o Ninho do Colibri abre direto, de terça a domingo, sempre no almoço.”

EXPANSÃO DO TURISMO INTERESTADUAL NO ESPÍRITO SANTO

Atrair turistas de fora do estado é um dos maiores indicativos de fortalecimento e maturidade de um destino turístico. Esse tipo de visitante movimenta a economia de forma ampla: desde os meios de hospedagem, alimentação e transporte até o comércio local e os serviços de lazer. Além do impacto direto na geração de renda, o turismo interestadual também projeta a imagem do destino em outras regiões, ampliando sua visibilidade e tornando-o mais competitivo no cenário nacional.

Nos últimos anos, o Espírito Santo tem começado a observar esse movimento. Turistas de fora vem

em busca dos pontos turísticos mais famosos no estado, experiências autênticas e contato com a natureza. Cidades tradicionalmente conhecidas pela hospitalidade e pelas belezas naturais, como Santa Teresa,



Domingos Martins, Pedra Azul e Itaúnas, vêm atraindo públicos, especialmente aqueles que desejam fugir de destinos saturados e encontrar um ritmo mais tranquilo de viagem.

Em Santa Teresa, por exemplo, a combinação entre o turismo gastronômico e o charme das montanhas tem conquistado visitantes de outros estados. Já em Pedra Azul e Domingos Martins, o clima serrano e as paisagens rurais formam um convite ao turismo de inverno e ao ecoturismo. No litoral, Itaúnas segue como referência em cultura e sustentabilidade, enquanto Guarapari e Vitória ampliam sua presença em roteiros integrados, conectando praia e montanha em poucos quilômetros.

O aumento do turismo interestadual também está relacionado à expansão das viagens aéreas. A malha de voos tem se

ampliado, com novas rotas diretas ligando o Espírito Santo a capitais e grandes centros urbanos, o que facilita o acesso e impulsiona a chegada de visitantes de outros estados. Esse movimento revela uma mudança no comportamento do viajante, que tem priorizado destinos mais próximos, mas com boa infraestrutura e experiências diferenciadas.

Para o setor de serviços, essa tendência representa uma oportunidade de diversificar o público e reduzir a dependência das temporadas locais. Restaurantes, pousadas, vinícolas e pequenas propriedades rurais têm percebido um aumento no fluxo durante a semana, o que contribui para a estabilidade dos negócios ao longo do ano. Além disso, a chegada de turistas de fora traz novos padrões de consumo e incentiva investimentos em qualidade, inovação e atendimento.

Consolidar o turismo interestadual como tendência significa mais do que aumentar o número de visitantes é fortalecer a imagem do Espírito Santo como um destino acolhedor, diverso e sustentável. O avanço desse público amplia as conexões econômicas, culturais e territoriais, valorizando o que o estado tem de mais genuíno: sua pluralidade de paisagens, sua gastronomia e o modo de receber que encanta quem chega, e faz com que muitos queiram voltar.

Notas

¹ O IATUR representa um grupo à parte de um conjunto de atividades características do Turismo disponibilizado pela Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) do IBGE. Reúne informações sobre o volume de serviços, que representa a receita bruta do serviço prestado, descontada a inflação.

A partir da divulgação de janeiro 2023 a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) passou por uma reestruturação das pesquisas conjunturais do IBGE, que significou também a divulgação de uma nova série histórica, com o encadeamento entre a nova pesquisa e a antiga. A atualização da pesquisa, que ocorre de forma periódica na rotina do IBGE, reuniu uma nova amostra de empresas, inclusão e exclusão de atividades e alterações nos pesos dos produtos, entre outras mudanças.

Os dados são divulgados com dois meses de defasagem e poderão sofrer alterações e atualizações na próxima divulgação.

As doze Unidades da Federação selecionadas para o levantamento são: Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal.

O CNAE 2.0, ou Classificação Nacional de Atividades Econômicas 2.0, é um sistema de classificação que organiza as atividades econômicas no Brasil em uma estrutura hierárquica composta por diversos agrupamentos e subclasses. Cada agrupamento representa um nível na hierarquia e abrange um conjunto de atividades relacionadas. Abaixo estão os agrupamentos dos CNAE 2.0 da PMS utilizados para representar o Índice de Atividades Turísticas (IATUR), juntamente com algumas das atividades representativas:

AD 1 - Serviços prestados às famílias: 01 – Alojamento (hotéis, pousadas, albergues não assistenciais, camping, serviços de pensão, hostel, aluguel de imóveis próprios para curta temporada); 02 – Alimentação (refeição a quilo, churrascaria, pizzarias, restaurantes, cafeterias, lanchonetes, sorveterias, bares, choperias); 03 – Outros Serviços Prestados às famílias (Companhia de teatro, conjunto musical, coral, eventos culturais, espetáculos...

AD 2 – Serviços Profissionais, administrativos e complementares: 01 – Aluguéis não imobiliários (Locação de automóveis sem condutor); 02 – Serviços de apoio às atividades empresariais (Agências de viagens e operadoras turísticas);

AD 3 - Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio: 01 - Rodoviário de passageiros (Transporte coletivo de passageiros municipal, intermunicipal, interestadual e internacional); 02 - Outros segmentos do transporte terrestre (Trens turísticos, teleféricos e similares); 03 - Transporte aquaviário (Transporte de passageiros por meios aquáticos); 04 - Transporte aéreo (Transporte de passageiros por meios aéreos).

²Fonte: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/brasil-bate-7-milhoes-de-turistas-pela-primeira-vez/>

³Fonte: <https://setur.es.gov.br/Not%C3%ADcia/governo-do-espirito-santo-intensifica-acoes-para-fortalecimento-do-turismo-no-estado>

⁴Fonte: <https://setur.es.gov.br/Not%C3%ADcia/setur-confirma-participacao-em-feiras-nacionais-e-estaduais-para-impulsionar-turismo-capixaba>

⁵Fonte: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202510/viagens-de-aviao-crescem-no-brasil-e-ja-representam-16-7-do-total-em-2024>

⁶Fonte: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Not%C3%ADcia/setur-divulga-resultado-do-perfil-do-turista-no-estado-durante-temporada-de-inverno>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Paulo Rody : Samuel O. Cabral : Ryan Procopio : Giulia Ortega : João Guimarães | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br