

# TURISMO CAPIXABA CRESCE 3,9% EM OUTUBRO E ATINGE O MAIOR PATAMAR DESDE JANEIRO DE 2023

Volume de atividades turísticas é 10,2% maior que o registrado em outubro do ano passado

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Felipe Montini e Eduarda Gripp

Por meio da análise do Índice de Atividades Turísticas (IATUR)<sup>1</sup>, 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.

## Resultados

Em outubro, mês do Dia das Crianças, data que movimenta o comércio e serviços ligados ao turismo, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo registrou um aumento de 3,9% em relação a setembro. Já no Brasil, o turismo cresceu 4,7% na comparação mensal.

### Variação do IATUR (%) Comparação Brasil e Espírito Santo

Atividades	Out/24 x Set/24*	Out/24 x Out/23	Acumulado no ano**
Espírito Santo	3,9	10,2	-4,5
Brasil	4,7	8,5	2,3

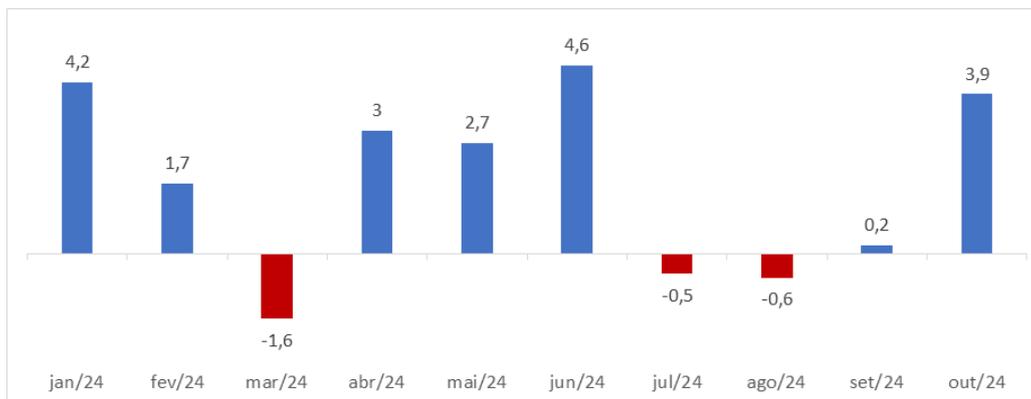
Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

\*Variação com ajuste sazonal; \*\*Em relação ao mesmo período do ano anterior.

O crescimento de 3,9% observado em outubro foi o terceiro maior do ano de 2024, superado apenas pelas variações registradas em junho (4,6%) e janeiro (4,2%)



## Variações mensais do IATUR (%) - Com Ajuste Sazonal

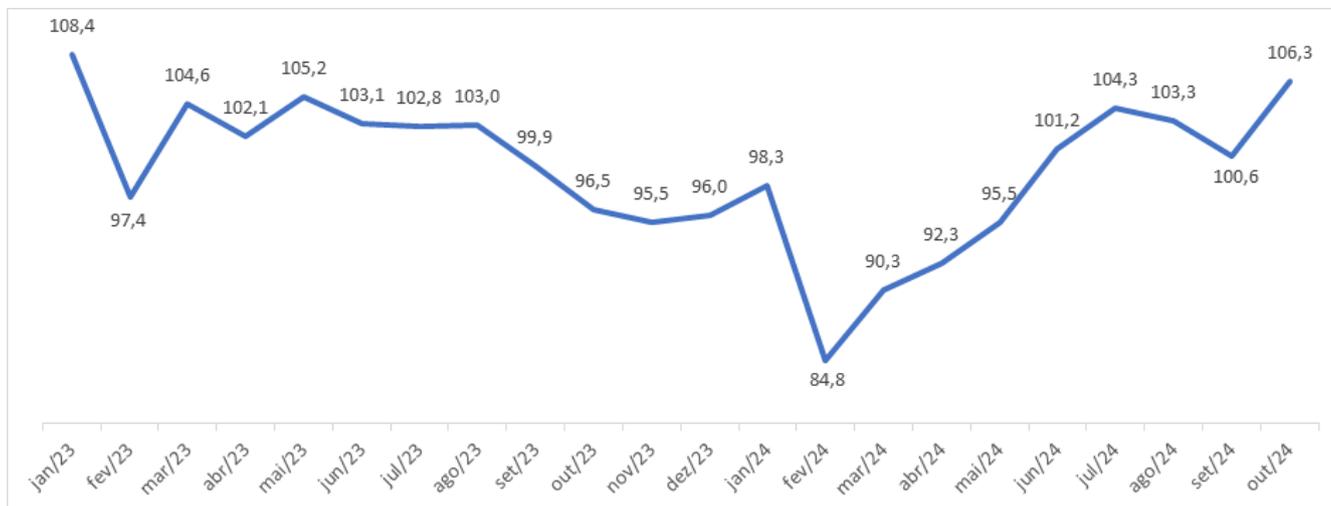


Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Com o crescimento mensal em relação a setembro, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo atingiu, em outubro, o maior patamar desde janeiro de 2023. Em outubro, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo foi cerca de 2% maior que o registrado no mês de julho, mês que mais havia movimentado as atividades turísticas em 2024. Também é possível observar uma tendência de aumento no

volume de atividades turísticas no estado ao longo do ano. **Nos três primeiros trimestres do ano ocorreram crescimentos, de modo que cada trimestre superou o anterior.** Assim, como o quarto trimestre iniciou-se registrando o maior volume de atividades turísticas no ano, há boas expectativas para o final do ano e início de 2025.

## Índice de Volume de Atividades Turísticas (IATUR) no Espírito Santo



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

O bom desempenho do turismo capixaba em outubro também pode ser evidenciado quando comparado com o registrado no ano anterior. **O volume de atividades turísticas em outubro de 2024 foi 10,2% superior ao observado em outubro de 2023.** Esse aumento expressivo foi maior que a média nacional (8,5%). Além disso, após os ajustes realizados pelo IBGE com relação aos meses anteriores<sup>2</sup>, os dados mostram que **o volume mensal de atividades turísti-**

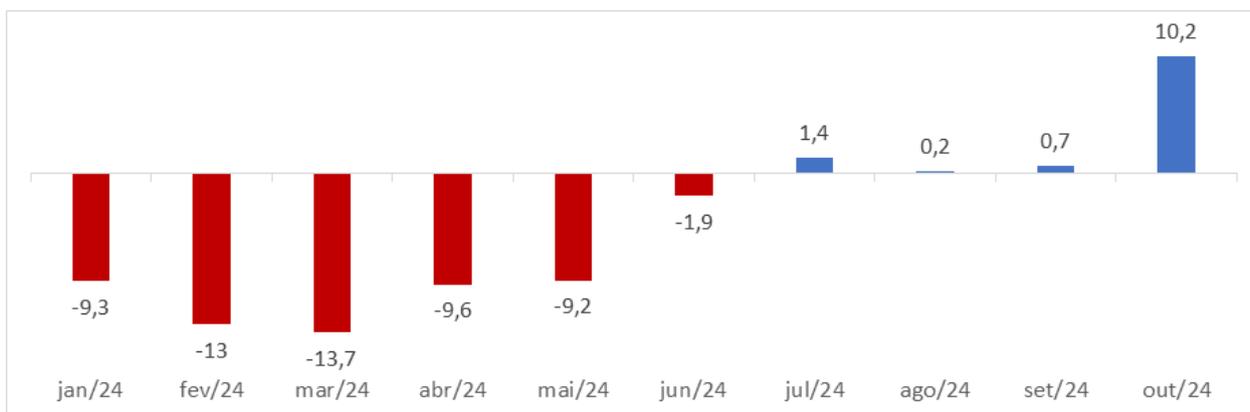
**cas superou o registrado no ano anterior nos últimos quatro meses.** No segundo semestre, todos os meses até o momento registraram variações positivas quando comparados com os mesmos períodos de 2023. Os meses de julho (1,4%), agosto (0,2%) e setembro (0,7%) tiveram aumentos sutis em relação a 2023. Julho foi o primeiro mês do ano a superar o registrado em 2023, representando um ponto de virada no turismo capixaba em 2024.



Já no primeiro semestre, **todos os meses registraram desempenhos inferiores ao observado em 2023.** Com isso, há uma queda acumulada de 9,4%, quando comparado com o primeiro semestre do ano anterior.

**No segundo semestre, todos os meses até o momento registraram variações positivas quando comparados a 2023**

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

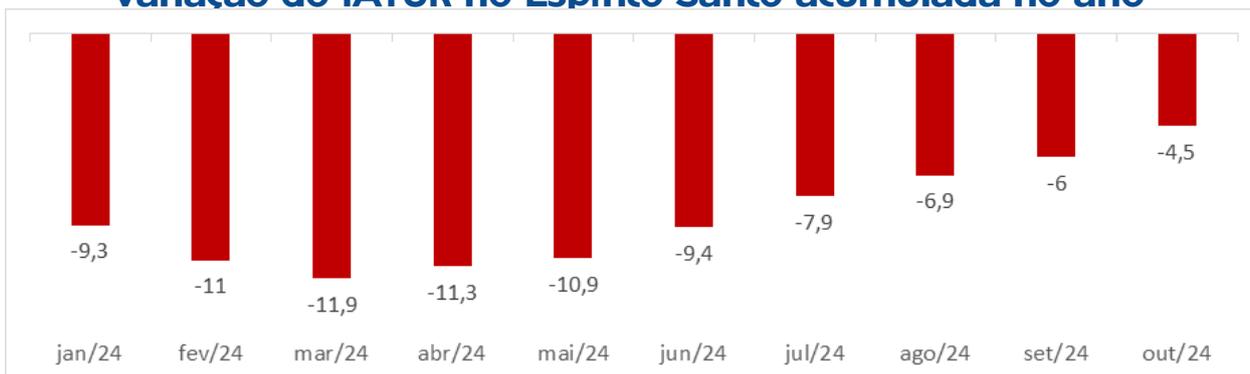


Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

**Apesar da melhora do desempenho no 2º semestre, o volume de atividades turísticas acumulado em 2024 é inferior ao registrado em 2023. Porém, a diferença vem caindo ao longo do ano, fechando outubro em -4,5%.**

A diferença acumulada chegou a 11,9% em março. Assim, é possível esperar que o volume de atividades turísticas feche o ano de 2024 em níveis próximos ao registrado em 2023, melhor ano para o turismo capixaba desde 2015.

### Variação do IATUR no Espírito Santo acumulada no ano\*



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



Um dos fatores que pode estar contribuindo para a melhora no desempenho do setor turístico capixaba ao longo do ano é o índice de preços ao consumidor dos produtos turísticos. No acumulado até o mês de outubro, a variação nos níveis de preços de todos os principais produtos turísticos foi menor na Grande Vitória do que no Brasil como um todo.

Em outubro, destacaram-se a redução de 1% nos níveis de preços das hospedagens e a queda de 11,74% nas passagens aéreas. O aumento nos níveis gerais de preços na Grande Vitória (3,56%) é menor do que a média nacional (3,88), o que implica positivamente no poder de compra dos consumidores do Espírito Santo.

## IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) dos produtos turísticos (%)

Produto	Outubro 2024		Acumulado 2024*	
	Grande Vitória	Brasil	Grande Vitória	Brasil
Alimentação fora do domicílio	0,33	0,65	3,22	4,13
Ônibus interestadual	1,96	0,1	2,15	3,68
Passagem aérea	-11,74	-11,5	-48,34	-39,32
Hospedagem	-1	-0,02	5,90	6,76
Pacote turístico	2,24	1,91	-12,01	-9,41
<b>Geral</b>	<b>0,5</b>	<b>0,56</b>	<b>3,56</b>	<b>3,88</b>

Fonte: IPCA/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES. \*Até o mês de referência (Outubro).

### O que está acontecendo?

Os dados do Índice de Atividades Turísticas (IATUR) em outubro revelaram um crescimento de 3,9% no volume de atividades turísticas em relação a setembro no Espírito Santo. Essa variação foi a terceira maior no ano. Com o crescimento mensal, o volume de atividades turísticas atingiu, o maior patamar desde janeiro de 2023.

Além disso, o volume de atividades turísticas foi 10,2% superior ao registrado em outubro de 2023, o que evidencia o bom desempenho do setor turístico capixaba no mês.

Em outubro ocorre o Dia das Crianças, data que movimentou o comércio e serviços relacionados ao turismo, principalmente com destinos e atividades voltadas ao lazer em família.

Cidades com atrações voltadas ao público infantil, como aquários, zoológicos e parques de diversões, registram aumento no fluxo de visitantes. Isso também impacta positivamente nos serviços de hospedagens e alimentação, como hotéis, pousadas, bares e restaurantes.

**Com o quarto trimestre iniciando no nível mais elevado do ano, as expectativas para o turismo capixaba nos últimos meses de 2024 e no início de 2025, especialmente para a temporada de verão, são bastante promissoras**

Outro fator que pode ter influenciado no bom desempenho do turismo no Espírito Santo no mês de outubro foi a chamada "Semana do Saco Cheio", um recesso escolar entre os dias 14 e 18 de outubro, em Minas Gerais. Os turistas mineiros são um dos principais públicos que movimentam o setor turístico capixaba ao longo do ano. A proximidade geográfica, a boa infraestrutura rodoviária e as praias capixabas, com destaque para Guarapari, Vila Velha e Vitória, tornam o estado uma escolha atrativa para os mineiros, especialmente durante feriados prolongados e as férias de verão.

Dessa forma, a “Semana do Saco Cheio” pode ter atraído um número significativo de turistas vindos de Minas Gerais para o ES, movimentando o setor turístico capixaba.

Os dados também mostram uma tendência positiva do turismo capixaba ao longo do ano. Em todos os meses do primeiro semestre o volume de atividades turísticas foi menor que no ano anterior. Isso gerou uma queda acumulada de 9,4% no primeiro semestre. Porém, todos os meses do segundo semestre superaram os valores de 2023.

Nos três primeiros trimestres do ano, registraram-se crescimentos consecutivos, com cada trimestre apresentando resultados superiores ao anterior. Com o quarto trimestre iniciando no nível mais elevado do ano, as expectativas para o turismo capixaba nos últimos meses de 2024 e no início de 2025, especialmente para a temporada de verão, são bastante promissoras. Nesse contexto, é fundamental investir na divulgação e promoção do ES como destino turístico, destacando suas belezas naturais, praias e toda a riqueza cultural e gastronômica, para ampliar sua visibilidade no cenário nacional.

As políticas de incentivo fiscal direcionadas aos diversos segmentos do setor turístico capixaba desempenham um papel essencial para elevar a competitividade do Espírito Santo. Um exemplo recente é a aprovação do Projeto de Lei 625/20243 que reduziu a alíquota do ICMS sobre bebidas alcoólicas (drinks) para 3,2% no setor de bares e restaurantes, equiparando-a com a tributação dos demais alimentos. Essa medida corrigiu distorções e alinhou a carga tributária do estado à de outras unidades federativas, como Minas Gerais.

Essa política não apenas diminui os custos operacionais do setor de bares e restaurantes, mas também o torna mais atrativo para novos investimentos e o fornecimento de produtos e serviços cada vez mais qualificados. Além disso, fortalece o turismo local, já que bares e restaurantes são componentes importantes da experiência turística. Com um ambiente mais competitivo, o Espírito Santo poder vir a se destacar na captação de turistas, especialmente aqueles que buscam destinos com o melhor custo-benefício.





“  
Final de ano, férias, verão, é  
uma época que é boa como um  
todo para nós  
”

**Rodrigo Vervloet – Presidente do Sindicato dos Restaurantes, Bares e Similares do Espírito Santo (Sindbares)**

“As nossas expectativas para o final de ano e para o verão são ótimas. As pessoas se juntam para comemorar o final de ano em restaurantes e bares, é uma época boa para nós, do verão até o carnaval. A movimentação no setor tem sido bem homogênea ao longo do ano. Nas férias de julho temos um leve aumento e agora no final de ano também.

Hoje a mão de obra é um grande problema para o setor de bares e restaurantes. É um setor que emprega muito. A ajuda do Senac tem sido fundamental, mas ainda temos um grande déficit, inclusive travando investimentos por falta de mão de obra.

Se tivesse mão de obra o mercado expandiria ainda mais rapidamente. Existe muita dificuldade de encontrar trabalhadores que queiram formalizar o contrato de trabalho. Há uma escassez em todos os casos, desde garçom, cozinheiro, auxiliar de cozinha, até gerente.

Sobre o ICMS houve uma mudança de entendimento no início do ano, sobre a tributação dos drinks. O entendimento era de que no momento em que se mistura bebidas estaria criando um produto novo, que deveria ser tributado novamente.

## Opinião do Empresariado Capixaba

No nosso entendimento, era uma bitributação. Fizemos vários estudos e demonstramos isso para o governo, e assim conseguimos fazer essa reversão.

Mostramos também que os estados vizinhos fazem da forma como é agora aqui no Espírito Santo. Houve essa compreensão e preocupação, pois isso tiraria a competitividade do Espírito Santo em relação aos outros estados aqui. Como estamos buscando aumentar o turismo, trabalhar com o turismo Capixaba, isso seria fatal.

Estamos trabalhando bem para receber o turista e o capixaba para festejar o final de ano. Final de ano, férias, verão, é uma época que é boa como um todo para nós.”



## Tendências – Turismo de Experiência - Transformando o Setor e Engajando Viajantes

O turismo de experiência é uma tendência crescente que redefine a maneira como as pessoas viajam, transformando a simples visita a um destino em uma vivência imersiva e significativa. Esse segmento vai além das atrações tradicionais, priorizando a conexão emocional do viajante com a cultura, história, gastronomia e comunidade local.

Esse conceito ganha força em um cenário de mudanças no perfil dos turistas, que buscam autenticidade e personalização em suas viagens. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT)<sup>4</sup>, o turismo de experiência está alinhado às novas demandas de consumidores que valorizam o engajamento emocional, a sustentabilidade e a inovação.

### Elementos do Turismo de Experiência

- 1. Autenticidade:** Oferecer experiências que reflitam a identidade local, como a participação em festivais culturais, oficinas de artesanato ou visitas a comunidades tradicionais.
- 2. Imersão:** Promover a interação direta com a cultura local, como aprender técnicas culinárias regionais ou praticar atividades típicas, como a pesca artesanal.
- 3. Sustentabilidade:** Integrar práticas que respeitem o meio ambiente e as comunidades anfitriãs, promovendo um turismo responsável.
- 4. Personalização:** Criar roteiros adaptados aos interesses do viajante, como experiências enológicas para amantes de vinhos ou tours históricos para entusiastas de patrimônio cultural.

### Impacto Econômico e Social

O turismo de experiência agrega valor à economia local ao atrair um público disposto a investir mais em atividades diferenciadas.

**O turismo de experiência é mais do que uma tendência: é uma transformação que valoriza o aspecto humano e cultural das viagens**

Esse segmento fortalece pequenos negócios, como guias turísticos independentes, restaurantes locais e artesãos, criando uma cadeia de valor que beneficia comunidades.

No Brasil, destinos como a Chapada Diamantina, no Nordeste, e a Serra Gaúcha, no Sul, destacam-se pela oferta de experiências autênticas. Enquanto a Chapada atrai ecoturistas interessados em trilhas guiadas e imersão na natureza, a Serra Gaúcha combina cultura italiana com a produção vinícola, oferecendo atividades que mesclam degustações e história.



## Desafios e Oportunidades

Apesar do potencial, o turismo de experiência enfrenta desafios como a necessidade de capacitação de profissionais e infraestrutura adequada. A tecnologia desempenha um papel essencial no fortalecimento deste segmento. Plataformas digitais permitem a criação de pacotes personalizados e a promoção de experiências únicas, enquanto a análise de dados possibilita entender melhor o comportamento dos turistas e adaptar as ofertas às suas expectativas.

O turismo de experiência é mais do que uma tendência: é uma transformação que valoriza o aspecto humano e cultural das viagens. Ele oferece ao turista a oportunidade de criar memórias únicas, enquanto estimula o desenvolvimento sustentável e fortalece a economia local. No Brasil, a integração de experiências autênticas com inovação tecnológica representa um caminho promissor para o crescimento do setor, consolidando o país como um destino diferenciado no mercado global.

## Notas

<sup>1</sup> 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 do 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...

Iluminação cênica, operadores de câmera, artistas plásticos, restauração, escultores, escritores, pintores e desenhistas, casas de shows, casas de espetáculos, parques de diversão, parques aquáticos, danceterias, aquaviário, locação de embarcações para lazer, salões de dança, marinas.

**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).

<sup>2</sup> A cada nova atualização de dados, o IBGE realiza ajustes nos valores anteriores a partir de novas informações recebidas.

<sup>3</sup> Fonte: <https://www.al.es.gov.br/Noticia/2024/12/47958/governo-propoe-beneficio-tributario-para-bares-e-restaurantes.html>

<sup>4</sup> Fonte: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/turismo-de-experiencia-viagens-que-despertam-os-sentidos,7d0137776fff6810VgnVCM100001b00320aRCRD>

**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: Ana Carolina Júlio : Reveni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)