



TURISMO CAPIXABA TEM O SEGUNDO MELHOR MAIO DOS ÚLTIMOS 11 ANOS

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

Volume de atividades turísticas apresenta crescimento acumulado de 8,2% no ano

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.

Resultados

Em maio de 2025, mês marcado pela celebração do Dia das Mães, data importante para o varejo e o turismo no país movimentando bares, restaurantes, hotéis e serviços de lazer, o volume de atividades no Espírito Santo teve um **crescimento de 1,7% em relação a abril**. Esse comportamento foi oposto ao observado no cenário nacional, que registrou retração de 0,7% no mês.

Na comparação com maio de 2024, o crescimento foi ainda mais expressivo, com alta de 6,9%. Esse desempenho reforça a trajetória positiva do setor, que apresentou resultados superiores aos de 2024 em **todos os cinco primeiros meses do ano**. No acumulado de janeiro a maio, o volume de atividades turísticas no estado avançou **8,2%** em relação ao mesmo período do ano anterior, superando a média nacional de 7%.

Variação do IATUR (%) - Comparação Brasil e ES, Mai/25

Atividades	Mai/25 x Abr/25*	Mai/25 x Mai/24*	Acumulado no ano**
Espírito Santo	1,7	6,9	8,2
Brasil	-0,7	9,5	7

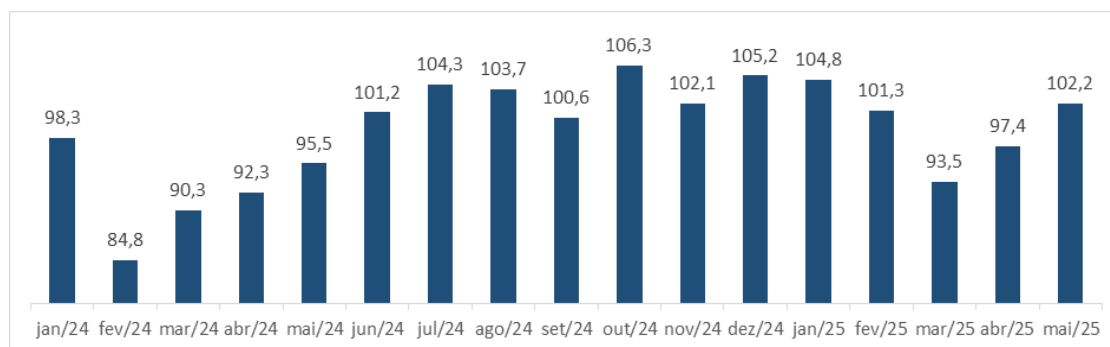
Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

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

No mês de maio, o setor turístico do Espírito Santo registrou sua **segunda maior movimentação do ano**, atrás apenas da observada em janeiro.

O volume de atividades no mês também superou todos os meses do primeiro semestre de 2024.

IATUR - Número Índice sem Ajuste Sazonal, ES

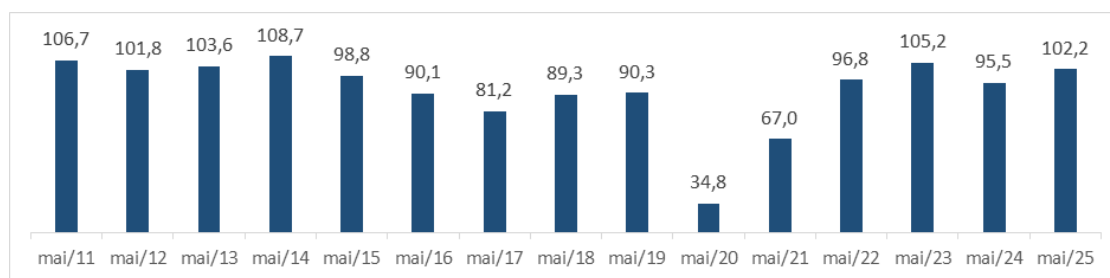


Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Além disso, o volume de atividades turísticas em maio de 2025 foi o **segundo maior para o mês nos últimos 11 anos**, superado apenas pelo registrado 2023.

O resultado reforça o bom desempenho do setor no estado, tanto em maio quanto ao longo dos primeiros meses de 2025.

Índice de Volume de Atividades Turísticas (IATUR) no mês de Maio, ES

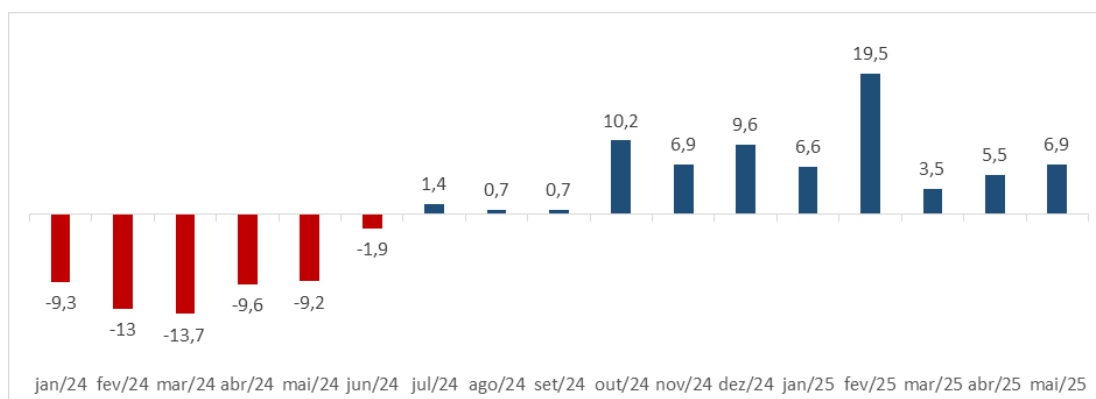


Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Os dados mostram um crescimento consistente das atividades turísticas no estado. Desde julho de 2024, todos os meses registraram volumes superiores aos do mesmo período do ano anterior.

Com o desempenho de maio, o estado alcança **11 meses consecutivos de alta interanual** nas atividades turísticas.

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



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

Em maio, o Espírito Santo registrou a **terceira maior variação mensal** entre os 17 estados analisados pelo IBGE, com crescimento de 1,7% em relação a abril. O desempenho ficou atrás apenas do

Paraná (2,6%) e do Rio de Janeiro (2,3%). No cenário nacional, houve retração de 0,7%, o que destaca a expansão do turismo capixaba mesmo diante da queda observada no país.

Variação mensal do volume de atividades turísticas (%) por estado

Ranking	UF	Mai/25 x Abr/25*
1º	Paraná	2,6
2º	Rio de Janeiro	2,3
3º	Espírito Santo	1,7
4º	Distrito Federal	1,6
5º	Mato Grosso	1,4
6º	Pará	1,1
7º	Amazonas	1
8º	Minas Gerais	0,5
9º	Santa Catarina	-0,4
10º	Ceará	-0,6
11º	Rio Grande do Norte	-1,2
12º	Bahia	-1,8
13º	Rio Grande do Sul	-1,8
14º	São Paulo	-2,7
15º	Pernambuco	-3,3
16º	Goiás	-4,3
17º	Alagoas	-7,8
-	Brasil	-0,7

Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES. *Com ajuste sazonal.

Com relação aos preços dos produtos turísticos, as passagens aéreas na Grande Vitória caíram 16,85% em relação a abril, uma redução mais acentuada que a média nacional (-11,31%). No acumulado de 2025 até maio, a queda chega a 26,3%. Os pacotes turísticos também registraram recuo de 1,48% no mês e acumulam queda de 9,86% no

ano. Já os preços da alimentação fora do domicílio, que inclui bares e restaurantes, permaneceram praticamente estáveis (+0,07%). No total, o nível geral de preços na Grande Vitória subiu 2,95% nos cinco primeiros meses do ano, ligeiramente acima da média nacional (2,75%).

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

Produto	Mai/25 x Abr/25		Acumulado 2025*	
	Grande Vitória	Brasil	Grande Vitória	Brasil
Alimentação fora do domicílio	0,07%	0,58%	5,38%	3,34%
Ônibus interestadual	0,53%	-0,87%	1,64%	-2,17%
Passagem aérea	-16,85%	-11,31%	-26,3%	-28,5%
Hospedagem	1,65%	0,28%	8,07%	4,90%
Pacote turístico	-1,48%	0,31%	-9,86%	-4,16%
Geral	0,20%	0,26%	2,95%	2,75%

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

A redução nos preços de passagens e pacotes turísticos contribui para tornar o Espírito Santo um destino mais acessível, especialmente para visitantes de outras regiões.

Esse cenário reforça a competitividade do estado e favorece o crescimento do fluxo de turistas, com impactos positivos na economia do setor.

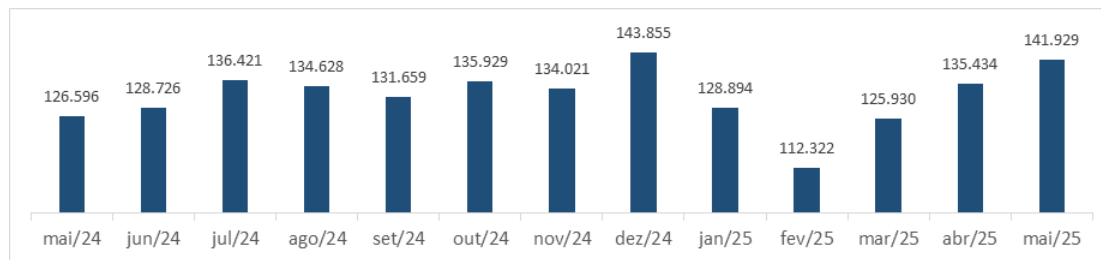
Movimentação de Passageiros no Espírito Santo

A redução nos preços das passagens aéreas e dos pacotes turísticos pode estar contribuindo para o aumento do número de passageiros que chegam ao Espírito Santo em 2025. Segundo a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), o Aeroporto de Vitória recebeu **141.929 passageiros em maio**, maior volume mensal registrado no ano até o momento. Esse número supera o movimento de **11 dos 12 meses de 2024**, ficando atrás apenas de dezembro

(143.855). Em relação a maio do ano anterior, o crescimento foi de **21,6%**.

No acumulado de janeiro a maio de 2025, o aeroporto já contabiliza **644.509 desembarques**, representando um aumento de 11,6% frente ao mesmo período de 2024. Em todos os meses do ano até agora, a movimentação aérea superou os volumes observados nos meses equivalentes do ano anterior.

Passageiros de avião que desembarcaram no Aeroporto de Vitória

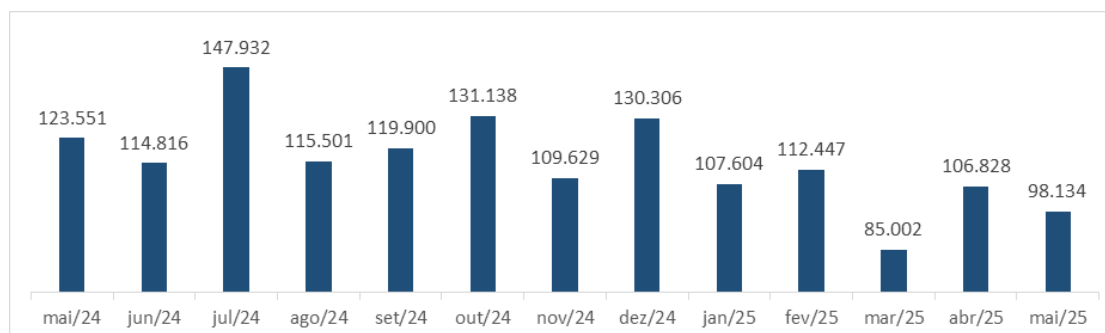


Fonte: Agência Nacional de Aviação (ANAC).

Por outro lado, no setor rodoviário observa-se uma queda na movimentação quando comparado ao ano anterior. Segundo dados da ANTT, foram vendidas **98.134 passagens de ônibus regular** com destino aos municípios do Espírito Santo em maio, uma queda de 20,6%

em relação a maio de 2024. No acumulado do ano, 510.015 bilhetes de passagens foram vendidos, 218.411 a menos que no mesmo período do ano anterior, o que corresponde a uma redução de cerca de 30%.

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



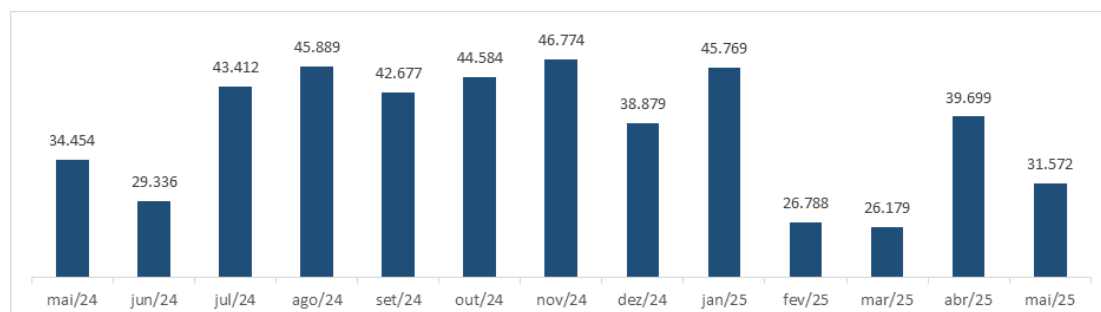
Fonte: Sistema Monitrip - Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT).

Nota: Os dados referem-se ao Transporte Regular Rodoviário (sem contar o transporte Semiurbano), e são agregados pelo mês em que ocorreu a viagem.

O transporte por **fretamento eventual e turístico**, voltado a passeios e eventos, também registrou redução. Em maio, **31.572 passageiros** chegaram ao estado por esse tipo de serviço, número

8,4% menor que o registrado no mesmo mês de 2024. No acumulado, foram **170.007 passageiros**, com uma leve queda de **4.302 viajantes** em relação ao ano anterior.

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.

Entre os destinos mais procurados no fretamento rodoviário, **Vitória liderou com 8.885 passageiros**, seguida por **Serra (5.060)**, **Vila Velha (2.050)** e **Guarapari (1.672)**. A Região Metropolitana da Grande Vitória concentrou cerca de

60% da movimentação no mês. Já os municípios do interior receberam **12.858 viajantes**, com destaque para **Cachoeiro de Itapemirim (1.416)** e **Linhares (1.132)**.

Passageiros de Ônibus Fretado por município, Maio/25

Ranking	Município	Passageiros
1º	Vitória	8.885
2º	Serra	5.060
3º	Vila Velha	2.050
4º	Guarapari	1.672
5º	Cachoeiro de Itapemirim	1.416
6º	Linhares	1.132
-	Grande Vitória	18.714
-	Interior	12.858
-	Espírito Santo	31.572

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

O que está acontecendo?

Em maio de 2025, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo cresceu **1,7% em relação a abril**, registrando a terceira **maior variação mensal** entre os 17 estados analisados pelo IBGE. Esse foi o segundo resultado positivo consecutivo, após a queda observada em março.

O desempenho também foi expressivo na comparação interanual, com o volume de atividades turísticas sendo **6,9% superior ao de maio de 2024**. Além disso, **maio teve o segundo maior volume de atividades do ano**, atrás apenas de janeiro, que tradicionalmente corresponde ao pico da temporada de

verão, marcado pelas férias escolares e maior movimentação de viagens em família.

O setor turístico capixaba completou 11 meses seguidos de crescimento interanual

O volume de atividades no mês superou o observado em todos os meses do primeiro semestre do ano anterior, sendo

também o **segundo melhor resultado para um mês de maio nos últimos 11 anos**, ficando atrás apenas de 2023. Com esse resultado, o setor turístico capixaba completa **11 meses seguidos de crescimento interanual**, com todos os meses desde julho de 2024 apresentando volumes superiores aos dos mesmos perío-

períodos do ano anterior. No acumulado de janeiro a maio de 2025, o crescimento é de **8,2%**, acima da média nacional de 7%.

O bom desempenho em maio pode ter sido impulsionado, em parte, pelo Dia das Mães, uma das datas mais importantes para o varejo brasileiro. Segundo estimativa da Confederação Nacional do Comércio (CNC), divulgadas em relatório do projeto Connect², a data movimentou cerca de R\$ 290,77 milhões em vendas no Espírito Santo. Além do comércio, o feriado fortalece a demanda por serviços ligados ao turismo, como hospedagem, alimentação, transporte e lazer, beneficiando diretamente bares, restaurantes, hotéis e pousadas no estado.

Muitas famílias aproveitam o período para viajar, visitar parentes ou celebrar em destinos próximos, o que impulsiona especialmente o turismo interno. Regiões com forte tradição turística, como Domingos Martins, Santa Teresa e Venda Nova do Imigrante, costumam ser beneficiadas com o aumento da procura por experiências gastronômicas, culturais e de lazer.

Os meses de abril e maio também marcam a transição entre o verão e o inverno, o que se reflete em mudanças no perfil dos turistas e nas modalidades

de turismo mais buscadas no Espírito Santo. Com o fim da alta temporada de sol e praia, típica do verão, cresce o interesse por experiências ligadas ao turismo de montanha, de aventura, ecológico e gastronômico.

O turismo de inverno pode ser considerado um diferencial competitivo do Espírito Santo na atração de turistas em relação à estados vizinhos como a Bahia e outros estados da Região Nordeste, por exemplo. A Região das Montanhas Capixabas se destaca nesse cenário por reunir natureza, cultura, gastronomia e atividades ao ar livre, tornando-se um destino especialmente atrativo nesta época do ano.

Apesar do cenário positivo, um ponto de atenção foi a forte **queda na movimentação de passageiros de transporte rodoviário**. De janeiro a maio, o número de passagens de ônibus vendidas com destino ao Espírito Santo caiu **30% em relação ao mesmo período de 2024**, com **218.411 bilhetes a menos**. Essa redução reforça a necessidade de políticas voltadas ao fortalecimento do transporte de passageiros, tanto por meio de parcerias com empresas do setor e estímulo às vendas de passagens, quanto com investimentos em infraestrutura rodoviária, visando tornar o estado mais acessível e atrativo para visitantes de diferentes regiões.



Tendência: Revitalização de Espaços Urbanos como Vetor de Experiências Turísticas

A transformação de espaços urbanos degradados ou subutilizados em polos criativos e culturais tem se consolidado como uma forte tendência no turismo contemporâneo.

Em diversas partes do mundo, antigas fábricas, galpões, estações ferroviárias e centros históricos vêm sendo revitalizados e convertidos em áreas vibrantes, que oferecem experiências únicas baseadas em gastronomia, arte, design e hospedagem alternativa.

Essa renovação urbana não apenas preserva o patrimônio arquitetônico e a memória local, mas também reativa a economia por meio do turismo, promovendo novos circuitos de visitação fora dos roteiros tradicionais. O resultado é um modelo de turismo sustentável, conectado à identidade do território e aos interesses das novas gerações de viajantes, que buscam autenticidade, história e criatividade.

Entre os exemplos internacionais de sucesso, destacam-se:

- **High Line (Nova York, EUA)** – antiga linha de trem elevada transformada em parque suspenso, que conecta o bairro de Chelsea a galerias de arte, ao Whitney Museum e ao Chelsea Market, integrando natureza, design e gastronomia em pleno centro urbano;
- **Wynwood Walls (Miami, EUA)** – distrito industrial revitalizado como galeria de arte a céu aberto, com murais, galerias, cafés e lojas autorais;

Em diversas partes do mundo, antigas fábricas, galpões, estações ferroviárias e centros históricos vêm sendo revitalizados e convertidos em áreas vibrantes

- **LX Factory (Lisboa, Portugal)** – complexo de antigas fábricas convertido em polo criativo com livrarias, ateliês, coworkings e eventos culturais;

- **Shoreditch (Londres, Reino Unido)** – ex-região operária que se transformou em referência de design, arte urbana e vida noturna alternativa;

- **Poble Sec e El Raval (Barcelona, Espanha)** – bairros requalificados que se tornaram polos gastronômicos e artísticos.

No Brasil, essa tendência começa a ganhar força em cidades de médio porte. A revitalização urbana como estratégia turística aponta para um futuro em que o turismo valoriza o território, estimula a economia criativa e oferece experiências imersivas e autênticas aos visitantes. tipo de evento na dinamização da economia local — com efeitos diretos sobre hospedagem, alimentação, comércio e transporte³.





Opinião do Capixaba

Neste mês, destacamos a criação da primeira Escola de Hospitalidade e Turismo SESC-SENAC do Brasil, localizada no Espírito Santo. Com foco no fortalecimento das vocações regionais, a proposta envolve a requalificação do histórico Radium Hotel, em Guarapari, que passa a sediar essa escola pioneira. A iniciativa busca promover uma formação prática e integrada, com experiências que vão além da sala de aula, valorizando o turismo social e cultural.

Monica Velasques, representante do SESC, compartilhou conosco, de forma potente e inspiradora, os detalhes dessa ação desenvolvida em parceria com o Governo do Estado, que representa um marco para a qualificação profissional e a inclusão social por meio do turismo, não apenas no Espírito Santo, mas em âmbito nacional. Confira:

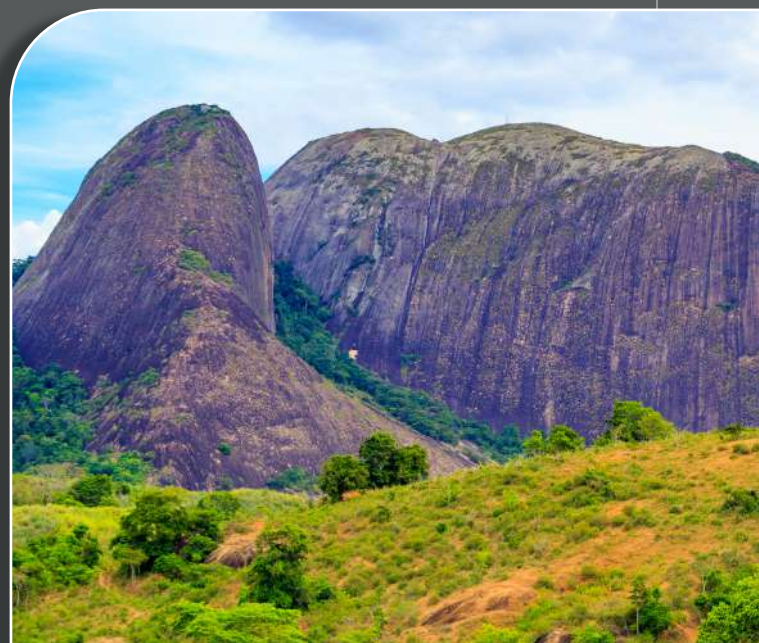
“Estamos falando da primeira Escola de Hospitalidade e Turismo SESC-SENAC do Brasil, sediada no Espírito Santo. Essa iniciativa nasce de uma parceria importante com o Governo do Estado, que está realizando a reforma do histórico Radium Hotel, em Guarapari, um símbolo turístico da cidade. O hotel será entregue ao SESC e ao SENAC para que, juntos, possamos atuar de forma integrada na formação profissional voltada ao turismo.

Estamos promovendo uma verdadeira convergência entre educação, cultura, lazer e turismo social

O SESC, em cooperação técnica com o SENAC, será o braço social dessa proposta. A ideia é que estudantes vindos de diferentes regiões do estado tenham acesso à formação de excelência e, ao mesmo tempo, vivam a experiência do turismo social. A

depende da localidade de origem, esses alunos serão hospedados no próprio hotel, com alimentação, transporte e vivências culturais e esportivas oferecidas pelos nossos programas. Ou seja, eles aprenderão enquanto vivem na prática o que é a hospitalidade.

Além disso, nossos hotéis em Domingos Martins, Guarapari e Praia Formosa serão os laboratórios vivos desse processo. É ali que os alunos poderão praticar, observar, participar. A formação vai além da sala de aula.



Esse projeto tem como base uma articulação com o poder público, hoje, com o Governo do Estado e a Prefeitura de Guarapari, e, futuramente, com outras prefeituras e com o próprio trade turístico de diversas regiões. Por exemplo, se identificarmos que as Montanhas Capixabas têm carência de recepcionistas treinados, podemos desenhar, junto à prefeitura local, uma capacitação específica. Estamos falando de desenvolvimento econômico por meio da qualificação profissional. É um passo enorme na transformação do turismo capixaba. Essa escola não é apenas pioneira: ela se tornará um centro de excelência, de inserção social e formação de talentos. Tudo isso está sendo estruturado dentro de uma proposta de modelo de operação conjunta entre SESC e SENAC, validada pela Fecomércio, com uma apresentação institucional robusta.

Estamos promovendo uma verdadeira convergência entre educação, cultura, lazer e turismo social. Vamos qualificar pessoas, abrir portas, transformar reali-

dades. Esse trabalho faz parte de um portfólio maior de projetos integrados das casas – SESC, SENAC e Fecomércio – e traz um impacto social e econômico direto. Eu gosto muito de usar esse termo: é inclusão produtiva. A gente está moldando o futuro do turismo capixaba, valorizando vocações regionais, desenvolvendo talentos, promovendo inovação e ampliando o alcance das nossas ações.

Guarapari, hoje, vive um momento de efervescência no turismo, com novos equipamentos e oportunidades surgindo. E essa escola chega como força motriz. Com tudo isso, a gente acredita que até 2032 e talvez antes mesmo, o Espírito Santo já terá consolidado seu papel como uma verdadeira potência no turismo nacional.”



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 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).

² Leia mais em: <https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/05/Dia-das-Maes-2025.pdf>

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 : Maria Clara Leite : Samuel O. Cabral : Thalís Manhães : Ryan Procópio : Giulia Ortega | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br