



Turismo

Relatório mensal

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



TURISMO CAPIXABA ALCANÇA MAIOR PATAMAR DE 2025 NO MÊS DE SETEMBRO

ATIVIDADES TURÍSTICAS

CRESCIMENTO
MENSAL

3,4%

CRESCIMENTO
INTERANUAL

4,3%

CRESCIMENTO
ACUMULADO
NO ANO

4,5%

TRANSPORTE AÉREO

SETEMBRO
CRESCIMENTO DE (+19,3%)

157.040
PASSAGEIROS

NO 3º TRIMESTRE

469.155
PASSAGEIROS

Por meio da análise do índice de Atividades Turísticas (IATUR/IBGE)ⁱ e da movimentação de passageiros aéreos e rodoviários (ANAC e ANTT), 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 crescem 3,4% em setembro e mantêm tendência de expansão

Em setembro de 2025, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo cresceu 3,4% em relação a agosto. Esse resultado representou a segunda maior expansão entre os 17 estados analisados pelo IATUR

IBGE, ficando atrás apenas do Pará, que registrou aumento de 4,9%. No cenário nacional, o setor permaneceu praticamente estável, com variação positiva de apenas 0,1%.

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

Atividades	Set/25 x Ago/25*	Set/25 x Set/24	Acumulado no ano**
Espírito Santo	3,4	4,3	4,5
Brasil	0,1	4,6	5,7

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

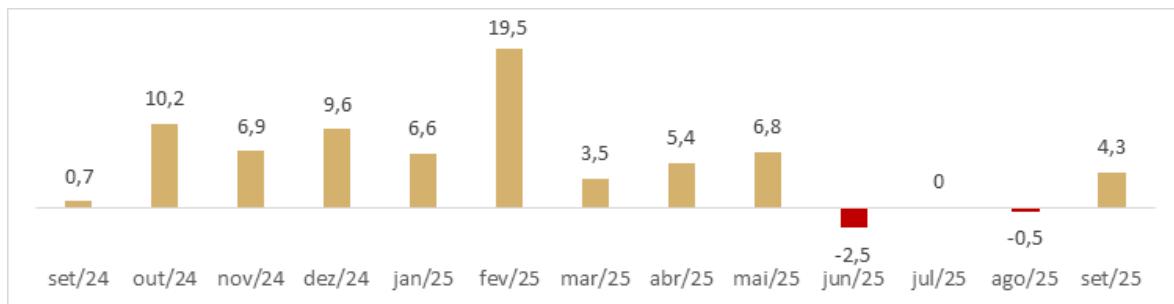
*Variação com ajuste sazonal. **Em relação ao mesmo período do ano anterior.



Na comparação interanual, o turismo capixaba avançou 4,3% frente a setembro de 2024, interrompendo uma sequência de três meses de retração ou estabilidade, em junho (-2,5%), julho (0%) e agosto (-0,5%). Esse crescimento ganha ainda mais relevância ao se considerar que o segundo semestre de 2024 já havia apresentado forte expansão, o que torna a base de comparação elevada. Mesmo assim, o setor mantém trajetória positiva em 2025. Com o bom desempenho do primeiro semestre, que acumulou alta de 6,3% em rela-

ção ao mesmo período do ano anterior, a relativa estabilidade em julho e agosto e a recuperação observada em setembro, o turismo do Espírito Santo registra um crescimento acumulado de 4,5% em 2025. O resultado reforça o otimismo para o último trimestre do ano, tradicionalmente um dos mais aquecidos para o setor. Ainda assim, permanece o desafio de manter o desempenho em níveis próximos, ou até superiores, aos observados no segundo semestre de 2024, que foi especialmente favorável ao turismo capixaba.

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

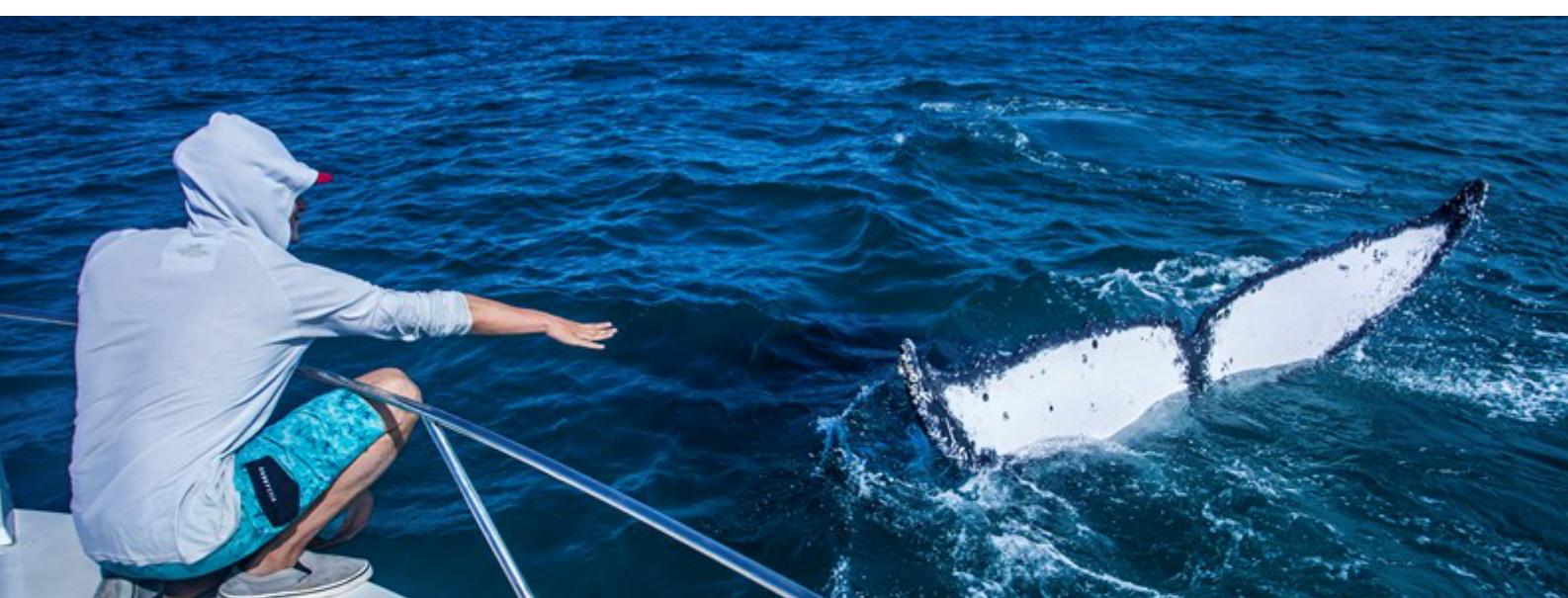


Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Turismo capixaba alcança maior patamar de 2025 no mês de setembro

Com os avanços observados tanto na comparação mensal quanto na interanual, o setor turístico capixaba registrou em setembro sua maior movimentação de 2025, superando ligeiramente os resultados obtidos em janeiro. Assim, mesmo fora dos períodos de alta temporada, tanto de verão quanto de inverno, o turismo no Espírito Santo conseguiu se destacar e manter um volume expressivo de atividades. Os dados reforçam a ampla diversificação da

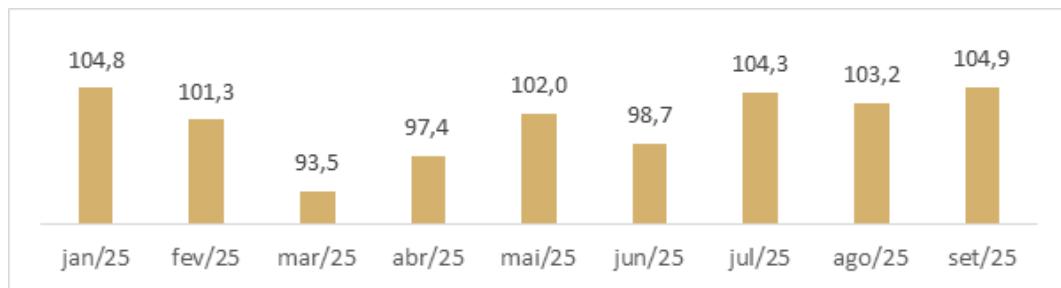
oferta turística capixaba, que abrange desde o turismo de sol e praia, mais procurado nos meses quentes, até o turismo de montanha, de aventura, o ecoturismo e o turismo rural e gastronômico, mais atrativos durante o inverno. Essa variedade de produtos e experiências evidencia o potencial do estado em atrair visitantes ao longo de todo o ano, configurando-se como um dos principais diferenciais competitivos do Espírito Santo.



Diante desse cenário, torna-se fundamental o fortalecimento de políticas e ações de promoção e divulgação dos atrativos turísticos capixabas, tanto em âmbito nacional quanto internacional. O aumento da visibilidade e da

atratividade do destino tem potencial para consolidar o turismo como um importante gerador de emprego e renda, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento econômico do estado.

Volume de Atividades Turísticas (IATUR) por mês em 2025



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

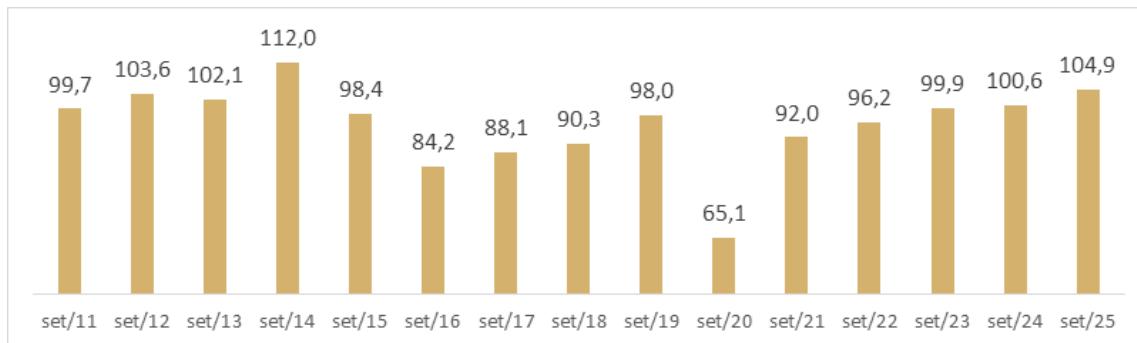


Setembro e terceiro trimestre de 2025 alcançam os melhores resultados desde 2014

O resultado alcançado em setembro também se destaca em uma perspectiva histórica. Foi o maior volume de atividades turísticas para um mês de setembro no Espírito Santo desde 2014, além de representar o segundo maior da série

iniciada em 2011. Esses números refletem o excelente momento vivido pelo setor turístico capixaba, que mantém um ritmo consistente de crescimento desde o segundo semestre de 2024.

IATUR — Volume de Atividades Turísticas (Número Índice) no mês de setembro por ano, ES



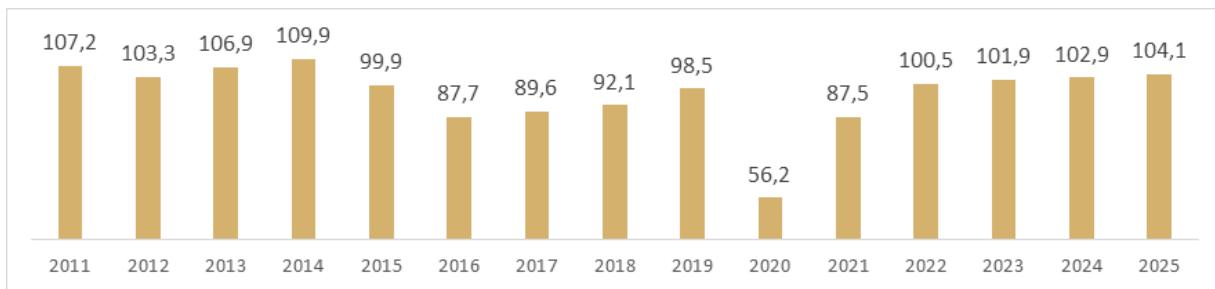
Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



Com a expansão registrada em setembro, o turismo do Espírito Santo alcançou o melhor desempenho para um terceiro trimestre desde 2014, superando em 1,2% os resultados de 2024. Esse desempenho reforça a tendência de expansão observada em 2025, com todos os trimestres do ano, até o momento, apresentando resultados superiores aos do ano anterior. Além disso, o setor vem se aproximando dos níveis registrados entre 2011 e 2014, período considerado o mais

favorável para o turismo capixaba desde o início da série histórica. O bom resultado do terceiro trimestre também reflete um dos principais diferenciais competitivos do estado: o turismo de inverno. As regiões de montanha, o clima ameno, as paisagens naturais e a rica programação cultural e gastronômica desse período evidenciam a ampla diversificação da oferta turística capixaba, que atrai visitantes em busca de experiências típicas da estação mais fria do ano.

IATUR — Volume de Atividades Turísticas (Número Índice) no 3º trimestre por ano, ES



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

Aeroporto de Vitória registra recorde anual de desembarques em setembro

De acordo com dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), 157.040 passageiros desembarcaram no Aeroporto de Vitória em setembro de 2025, o maior volume do ano, superando o registrado em julho. Esse resultado representa um aumento de 19,3% em relação a setembro de 2024, configurando a maior variação interanual de 2025.

Em todos os meses do ano, o aeroporto capixaba registrou movimentação de passageiros superior à observada no mesmo período de 2024. Com exceção de janeiro (8,5%) e março (7,3%), todas as variações mensais apresentaram crescimento de dois dígitos, evidenciando a expansão consistente da demanda por transporte aéreo.

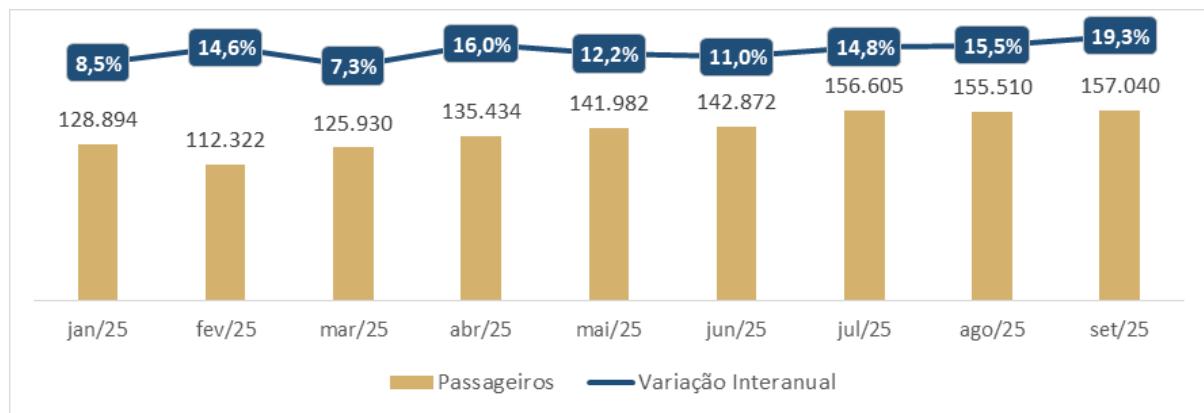
Nos meses de julho, agosto e setembro, o número de desembarques superou 150 mil passageiros, marca inédita em relação ao ano anterior, quando nenhum mês ultrapassou esse patamar. O maior volume de 2024 havia sido registrado em dezembro, com 143.855 desembarques.

Entre janeiro e setembro de 2025, o total de passageiros desembarcados no estado chegou a 1.256.589, o que representa um aumento de 13,3% em relação ao mesmo período de 2024, ou 147.645 pessoas a mais.

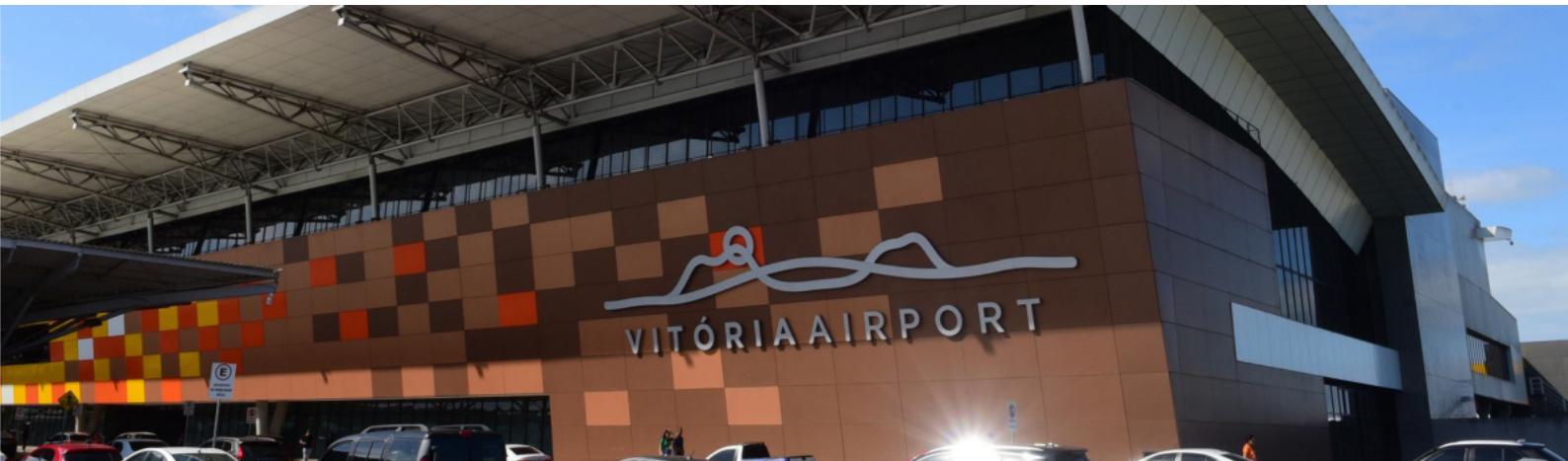
Segundo a Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista no Inverno de 2025, realizada pela Secretaria de Turismo do Espírito Santo (Setur-ES)2, 21,9% dos visitantes que vieram ao estado durante a temporada de inverno utilizaram o avião como meio de transporte, en-

quanto 14,2% optaram pelo ônibus de linha. Esses dados reforçam a importância da infraestrutura aeroportuária para a atração de turistas, especialmente aqueles provenientes de regiões mais distantes.

Passageiros de avião que desembarcaram no Aeroporto de Vitória em 2025



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



Vendas de passagens rodoviárias com destino ao Espírito Santo continuam em queda

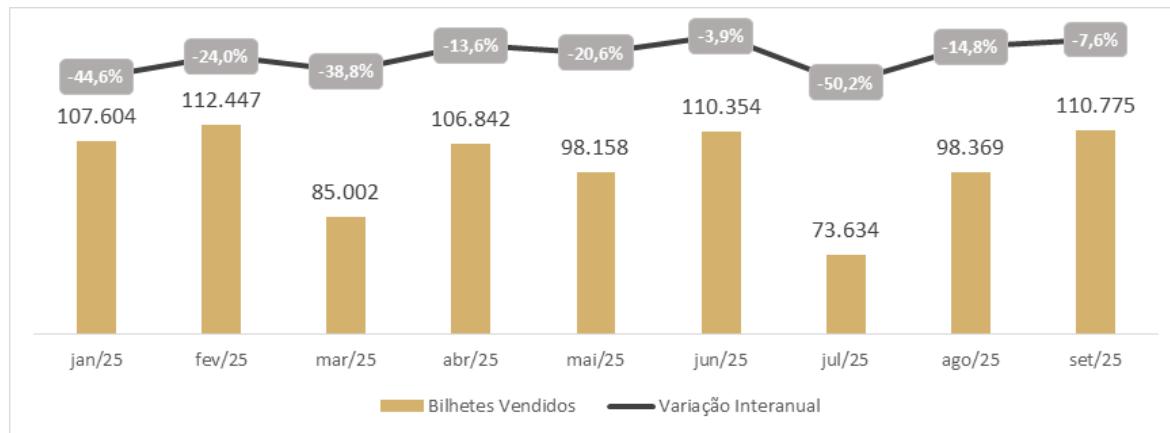
Ao contrário do que se observa no transporte aéreo, houve uma redução significativa na movimentação de passageiros do transporte rodoviário no Espírito Santo. Em setembro de 2025, foram vendidos 110.775 bilhetes de passageiros intermunicipais e interestaduais com destino a municípios capixabas. Apesar de ser o segundo maior volume do ano, atrás apenas de fevereiro (112.447 bilhetes), o resultado representa uma queda de 7,6% em relação a setembro de 2024. Em todos os meses de 2025 houve retração nas vendas de pa-

passagens em comparação com o mesmo período do ano anterior. As maiores reduções ocorreram em janeiro (-44,6%) e julho (-50,2%), meses tradicionalmente associados às viagens em família e aos períodos de alta temporada de verão e inverno.

No acumulado de janeiro a setembro, o total de bilhetes vendidos com destino ao estado foi de 903.185, o que representa uma redução de 26,4% em relação ao mesmo período de 2024, equivalendo a 323.393 passageiros a menos.



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



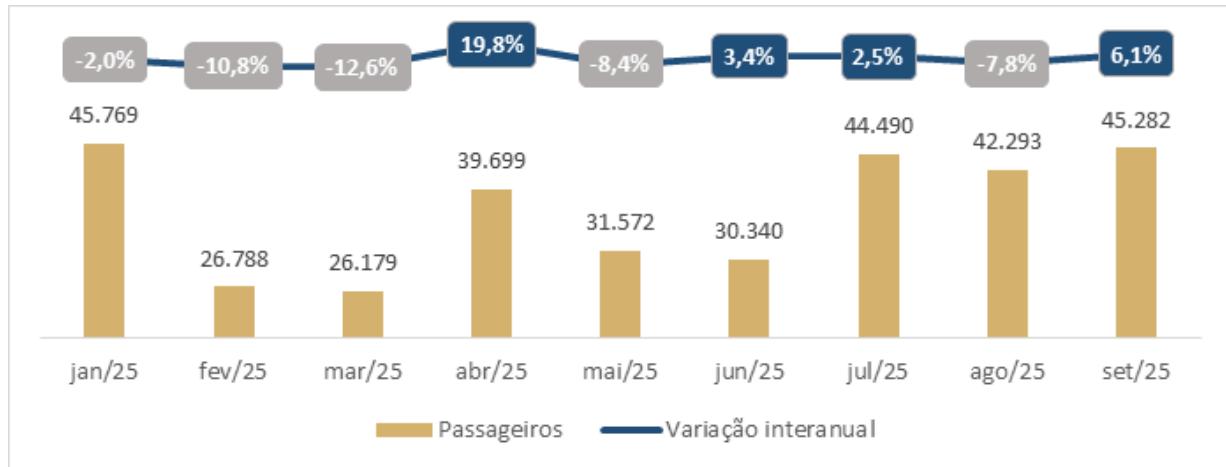
Fonte: Sistema Moniitrip - Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT).

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 vinculado ao turismo por atender excursões, passeios e eventos, o número de passageiros chegou a 45.282 em setembro de 2025, um aumento de 6,1% em relação ao mesmo mês do ano anterior. No acumulado do ano, 332.412 pessoas desembarcaram em municípios capixabas por esse modal

o que representa uma leve queda de 1% em comparação a 2024. Assim, o transporte fretado mantém um desempenho semelhante ao do ano anterior, enquanto a retração no transporte rodoviário total é fortemente influenciada pela redução nas vendas de passagens do transporte regular, operado em linhas fixas.

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.



Crescimento do transporte aéreo e retração do transporte rodoviário indicam mudança no perfil dos viajantes

No terceiro trimestre de 2025, um total de 469.155 passageiros desembarcaram no Aeroporto de Vitória, com mais de 150 mil desembarques registrados em cada um dos meses de julho, agosto e setembro. Nesse período, o número de passageiros transportados por via aérea foi aproximadamente 66% superior ao total de passageiros rodoviários vendidas com destino aos municípios capixabas.

Esse cenário contrasta fortemente com o observado no primeiro trimestre de 2024, quando a movimentação aérea era 31% menor do que a rodoviária. Desde o segundo trimestre de 2024, o transporte aéreo vem superando o transporte

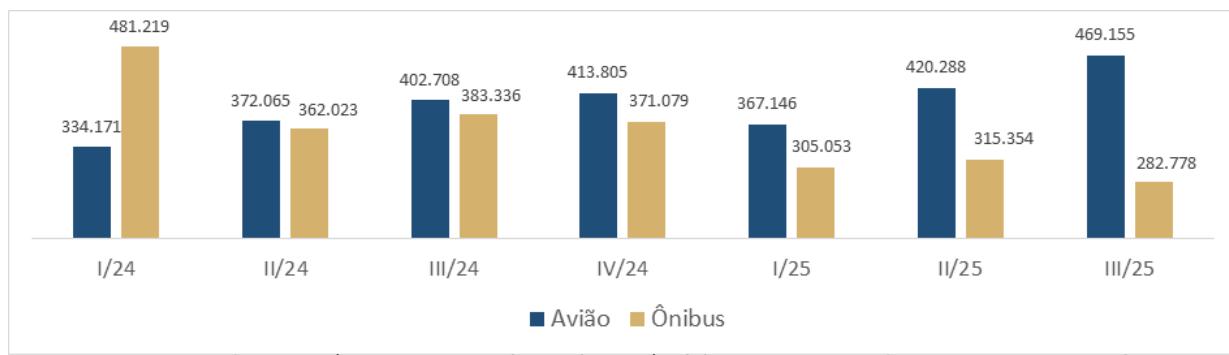
rodoviário regular no estado, com a diferença entre os dois modais aumentando de forma consistente a cada trimestre. Os resultados indicam uma mudança no perfil dos viajantes, marcada por um crescimento expressivo na preferência pelo transporte aéreo em detrimento do rodoviário.



No entanto, como grande parte dos visitantes do Espírito Santo é proveniente de estados vizinhos, como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Bahia, o transporte rodoviário mantém papel estratégico na acessibilidade e integração regional do turismo capixaba. Além disso, esse modal possui grande importância para o turismo interno, pois permite que os próprios capixabas

exploreem os atrativos naturais, culturais e gastronômicos do estado. Nesse contexto, as políticas voltadas à melhoria da infraestrutura rodoviária e ao incentivo à venda de passagens e da mobilidade terrestre tornam-se fundamentais para ampliar a acessibilidade e reforçar a competitividade do Espírito Santo na atração de visitantes.

Movimentação de Passageiros (Avião e Ônibus) que desembarcaram no Espírito Santo por trimestre



Fonte: ANAC e ANTT (Transporte Regular Rodoviário). Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



— OPINIÃO DE ESPECIALISTA —



Aline Lopes, gerente do Conselho de Turismo da CNC

“Hoje, promovemos essa conexão e integração entre o Sistema CNC, Fecomércio, Sesc e Senac para impulsionar o movimento.”

Para compreender as iniciativas que estão moldando o futuro do turismo no Brasil, é essencial falar sobre o movimento Vai Turismo. Criado ainda durante a pandemia, esse projeto nacional tem como objetivo Valorizar, Apoiar e Impulsionar – que forma a sigla VAI – o turismo em todo o país.

Através de seu Painel de Inteligência, o movimento reúne e divulga os principais indicadores do setor, formando uma base sólida para a tomada de decisão tanto do poder público quanto dos empresários.



Quem detalha essa atuação é Aline Lopes, gerente do Conselho de Turismo da CNC. Confira abaixo:

“O movimento Vai Turismo é um projeto que nasceu ainda durante a pandemia, entre 2021 e 2022. Entendemos que se trata de uma iniciativa de importância nacional, mas com um impacto direto no fomento de cada estado.

O movimento se sustenta em dois pilares fundamentais. O primeiro é a formulação de políticas públicas e recomendações com base nas necessidades específicas de cada estado, a partir do olhar do trade turístico, ou seja, de quem realmente atua na área. Não se trata de uma visão apenas do setor privado ou do governo, mas de uma pers

pectiva embasada na realidade de quem conhece as carências e oportunidades locais.

O segundo pilar é o nosso Painel de Inteligência, que reúne os principais indicadores e números do setor. Essa ferramenta é vital, e contamos com parcerias essenciais, como a dos Observatórios e do Instituto Fecomércio, que possuem os dados estaduais. Esses números demonstram os impulsos da atividade econômica e os aspectos mais relevantes do segmento em cada estado, permitindo-nos divulgar informações precisas.

Hoje, promovemos essa conexão e integração entre o Sistema CNC, Fecomércio, Sesc e Senac para impulsionar o movimento.

Através do painel, evidenciamos o quanto o Sistema Fecomércio impacta e investe no turismo. Trabalhamos com dados concretos e embasados, que complementam as informações dos observatórios e institutos de todo o país, pois acreditamos que é com subsídios sólidos, e não dados fictícios, que se possibilita a melhor tomada de decisão.

Essa tomada de decisão estratégica beneficia não apenas as secretarias de turismo, mas também o setor privado, nossos empresários e o trade turístico. O movimento Vai Turismo é, portanto, uma força conjunta que envolve o poder público e o empresariado. Nesse contexto, Fecomércio tem uma atuação primordial, representando os empresários estaduais e facilitando a

integração entre o público e o privado, sempre com o objetivo de fornecer números estratégicos que orientem o desenvolvimento do turismo em cada estado.

Queria deixar registrado que o objetivo do Vai é “valorizar, apoiar e impulsionar” o turismo. É o Vai, é a sigla. O principal papel hoje não só no âmbito nacional, é também impulsionar o turismo nos estados, através do efeito comércio das federações, de turismo, que são os nossos braços, além do Sesc e Senac, que nós temos em cada estado. Então, é importante ter esse olhar.”



66



Enzo Arns, CEO da Arns Inteligência Empresarial

“O movimento parte de uma ideia muito clara: enxergar o turismo como um gerador de desenvolvimento socioeconômico. Isto é, não apenas como uma atividade de lazer, mas como um vetor de desenvolvimento econômico e social”

“O movimento parte de uma ideia muito clara: enxergar o turismo como um gerador de desenvolvimento socioeconômico. Isto é, não apenas como uma atividade de lazer, mas como um vetor de desenvolvimento econômico e social que gera renda, emprego e promove o desenvolvimento das regiões.

Para traduzir essa visão na prática, atuamos em duas frentes principais. A primeira é fomentar políticas públicas alinhadas a esse conceito. Foi o que fizemos em 2022, quando formulamos, em conjunto com cada unidade federativa – incluindo o Espírito Santo –, um conjunto de recomendações direcionadas aos candidatos aos governos estaduais e à presidência.

A segunda frente é o monitoramento contínuo. Por meio do nosso Painel de Inteligência, buscamos identificar correlações entre o que foi proposto e o que de fato foi – ou não – executado pelos estados. O objetivo é compreender se, eventuais mudanças de rumo ocorreram por desconhecimento da relevância daquelas propostas, ou devido a uma mudança de contexto, como a que vivenciamos durante a pandemia.

Agora, nos preparamos para

um novo ciclo eleitoral em 2026. Desta vez, no entanto, não partiremos do zero. Teremos como base as recomendações já consolidadas em 2022 e todo o aprendizado adquirido durante esse período de acompanhamento. Isso nos permitirá elaborar propostas ainda mais completas e embasadas, e acreditamos que esse monitoramento contínuo nos dará uma visão muito mais clara e estratégica para o futuro dessas recomendações."



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 subclasse. 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://observatoriodoturismo.es.gov.br/Not%C3%ADcia/setur-distribui-resultados-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 Tonato | 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 : João Guimarães | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br