

Turismo

Relatório mensal

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



CERCA DE 98,2% DOS VISITANTES DURANTE O CARNAVAL DE 2026 RECOMENDAM O ESPÍRITO SANTO

TURISMO CAPIXABA REGISTRA QUEDA MENSAL DE 1% EM FEVEREIRO, MAS MANTÉM ALTO NÍVEL DE SATISFAÇÃO ENTRE OS TURISTAS

ATIVIDADES TURÍSTICAS

VARIAÇÃO MENSAL

-1%

CRESCIMENTO INTERANUAL

-6%

CRESCIMENTO ACUMULADO EM 12 MESES

-0,3%

Movimentação de Passageiros

TRANSPORTE AÉREO

131.431

DESEMBARQUES

TRANSPORTE RODOVIÁRIO

133.407

PASSAGEIROS

Avaliação dos turistas no carnaval

98,2%

RECOMENDAM O DESTINO

90%

AFIRMAM QUE A VIAGEM CORRESPONDEU ÀS EXPECTATIVAS

Volume de atividades turísticas cai 6% em relação a fevereiro de 2025

Em fevereiro de 2026, período em que ocorreu o Carnaval, um dos eventos mais relevantes para o setor turístico, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo registrou retração de 1% em relação a janeiro. Esse comportamento acompanhou a tendência observada no Brasil, que apresentou queda de 0,9% no período.

Além da realização do Carnaval, fevereiro marca o encerramento da alta temporada de verão. Com o início do ano letivo, o fim do período de férias e a retomada mais ampla das atividades econômicas após os recessos e festividades, é comum que haja desaceleração no turismo em comparação aos meses anteriores.

Na comparação com fevereiro de 2025, o turismo capixaba apresentou recuo de 6% no volume de atividades. Esse resultado deve ser analisado considerando-se excelente desempenho observado no ano anterior, quando foi registrado o melhor resultado para o mês de fevereiro desde 2014.

Assim, a variação negativa observada decorre, em grande medida, de uma base de comparação elevada, tanto em relação a janeiro de 2026 quanto a fevereiro de 2025, ambos entre os melhores resultados do setor desde 2014. Apesar disso, o nível de atividade turística no estado permanece próximo ao verificado no primeiro bimestre de 2025, acumulando leve retração de 0,3% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Varição do IATUR (%) - Comparação Brasil e Espírito Santo, Fev/26

Atividades	Fev/26 x Jan/26*	Fev/26 x Fev/25	Acumulado no ano**
Espírito Santo	-1	-6	-0,3
Brasil	-0,9	0,8	3

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

Com queda registrada em fevereiro, turismo capixaba encerra sequência de cinco meses consecutivos com alta interanual

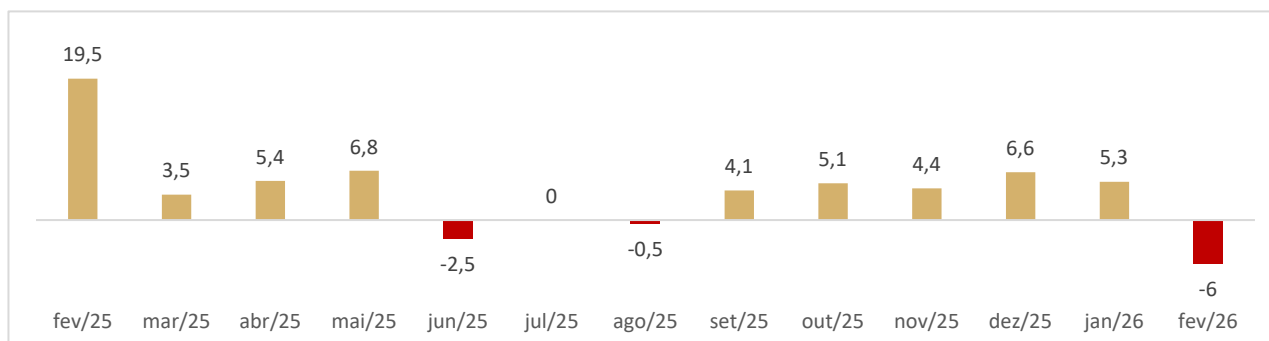
A retração de 6% no volume de atividades turísticas registrada em fevereiro interrompe uma sequência de cinco meses consecutivos de crescimento no estado. Desde setembro de 2025, o setor vinha apresentando resultados interanuais positivos, com o volume de atividades superando o do mesmo período do ano anterior e registrando taxas de crescimento superiores a 4% ao mês.

Ao longo de 2025, apenas os meses de junho e agosto apresentaram queda em relação a 2024, enquanto todos os demais registraram desempenho positivo, evidenciando o excelente desempenho do turismo no estado naquele ano. Destaca-se, em particular, fevereiro de 2025, que apresentou crescimento de 19,5% em comparação com o mesmo mês do ano anterior, configurando a maior variação interanual do período.

Além disso, ao se considerar a série com ajuste sazonal, que possibilita a comparação direta entre os meses ao eliminar efeitos específicos do calendário, observa-se que fevereiro de 2025 apresentou o melhor desempenho do ano. Nesse contexto, a queda verificada em fevereiro de 2026 reflete, em grande medida,

a base de comparação elevada e atípica do ano anterior, mais do que uma redução efetiva da atividade turística no estado. Assim, o resultado não deve ser interpretado, necessariamente, como uma reversão da trajetória recente de crescimento do setor turístico capixaba.

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



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

Apesar da queda interanual, volume de atividades turísticas é o quinto maior para o mês de fevereiro desde 2011

Apesar da retração observada na comparação interanual, o volume de atividades turísticas em fevereiro de 2026 permaneceu em patamar elevado quando analisado em perspectiva histórica. De modo geral, o resultado configura-se como o quinto melhor para o mês de fevereiro em toda a série iniciada em 2011.

Além disso, trata-se do terceiro maior resultado desde 2014, ficando atrás apenas dos registrados em fevereiro de 2025 e de 2023. Esse desempenho indica que, mesmo diante de uma desaceleração em relação ao ano

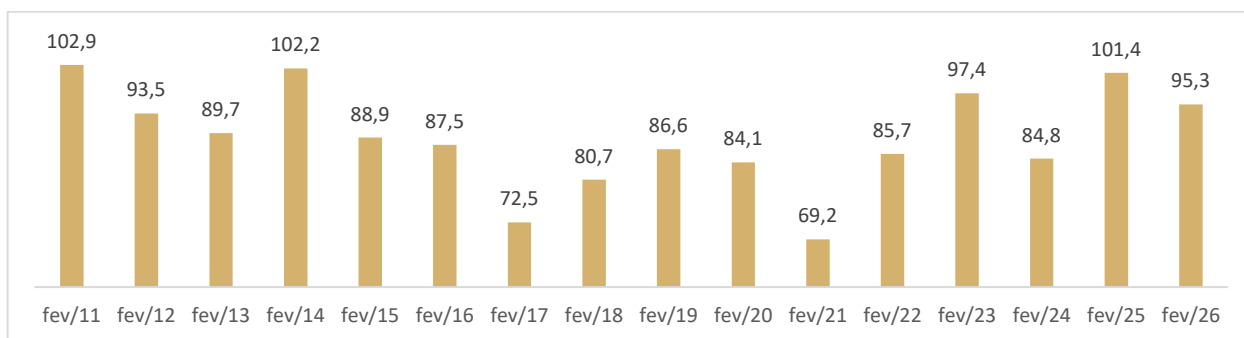
anterior, o nível de atividade turística no estado segue elevado.

O mês de fevereiro possui caráter estratégico no calendário do turismo, pois concentra o Carnaval, uma das principais datas para o setor, ao mesmo tempo em que marca o encerramento da alta temporada de verão. Trata-se, portanto, de um período de intensa concorrência na atração de visitantes, especialmente em relação a estados como Bahia e Rio de Janeiro, que se destacam nacionalmente e internacionalmente pela movimentação turística de suas festividades.

Nesse contexto, a manutenção de um nível elevado de movimentação turística revela-se fundamental para a sustentabilidade do setor no longo prazo. Esse resultado também sinaliza a capacidade

do Espírito Santo de aproveitar de forma eficiente o final da alta temporada, ao mesmo tempo em que se posiciona para enfrentar o período subsequente, caracterizado por menor demanda turística.

IATUR - Volume de Atividades Turísticas (Número Índice) no mês de fevereiro, por ano



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



Número de desembarques no Aeroporto de Vitória cresce 17% em relação a fevereiro de 2025

De acordo com dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), 131.431 passageiros desembarcaram no Aeroporto de Vitória em fevereiro de 2026, o que representa um crescimento de 17% em relação ao mesmo mês de 2025.

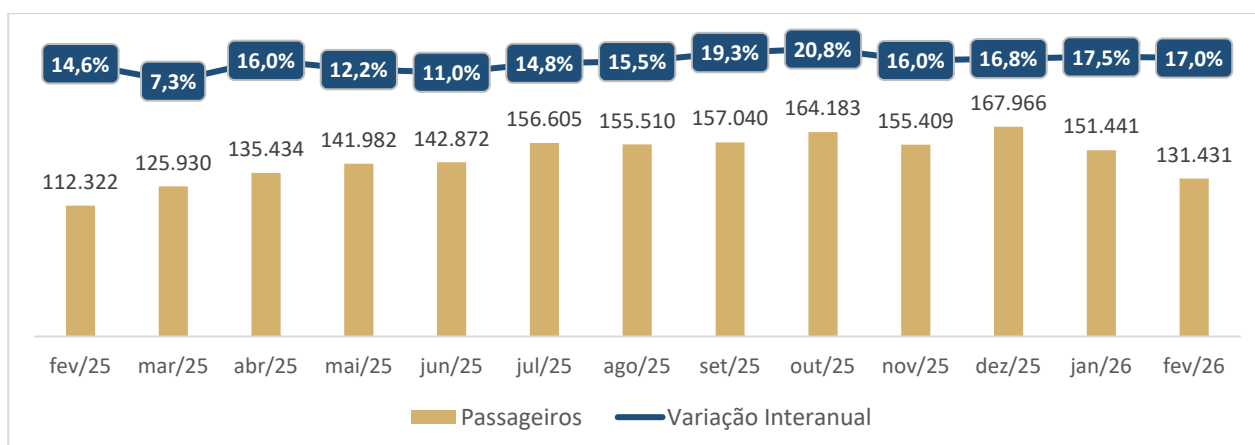
Com esse resultado, foi encerrada a sequência de sete meses consecutivos em que o volume de desembarques superou a marca de 150 mil passageiros. Ainda assim, esse comportamento já era esperado, uma vez que fevereiro possui apenas 28 dias e corresponde ao período de encerramento da alta temporada de verão.

Apesar dessa redução pontual, o fluxo de passageiros chegan-

do a Vitória por via aérea mantém trajetória consistente de expansão. Esse movimento já vinha sendo observado ao longo de todo o ano de 2025, quando todos os meses registraram crescimento interanual superior a 7%. O desempenho de fevereiro de 2026 dá continuidade a esse ciclo, considerando que, desde agosto de 2025, as taxas de crescimento interanual permanecem acima de 15%.

Esses resultados reforçam a tendência recente de ampliação do uso do transporte aéreo pelos visitantes que chegam ao estado, evidenciando o fortalecimento da demanda turística no período mais recente.

Passageiros de avião que desembarcaram no Aeroporto de Vitória, Fev/25 a Fev/26



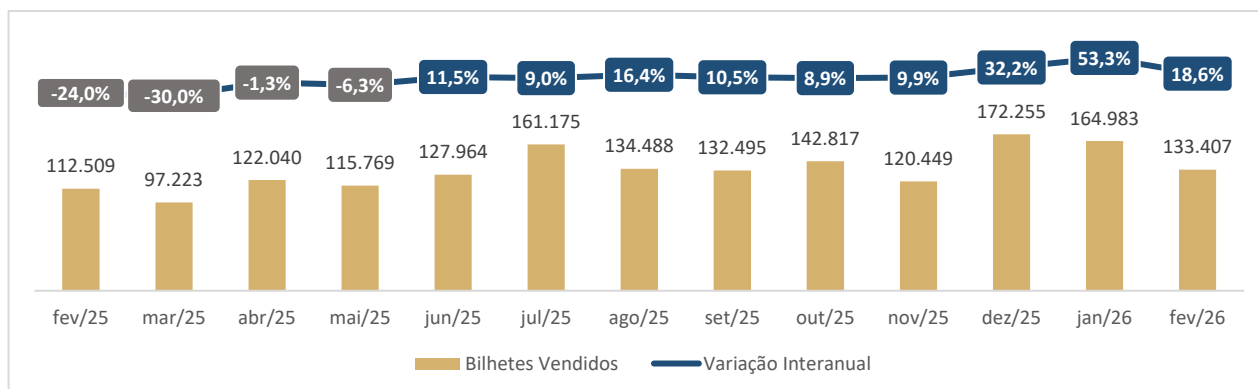
Fonte: Agência Nacional de Aviação (ANAC). Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Vendas de passagens com destino ao Espírito Santo crescem 18,6% em relação ao ano anterior

Conforme os dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT)³, foram vendidos 133.407 bilhetes de passagens intermunicipais e interestaduais com destino a municípios capixabas para viagens realizadas em fevereiro de 2026. Esse volume representa um aumento de 18,6% em relação ao mesmo mês de 2025, equivalente a 20.898 bilhetes adicionais.

No acumulado do primeiro bimestre de 2026, foram comercializadas 298.390 passagens com destino ao Espírito Santo, resultado que supera em 78.267 unidades o registrado no mesmo período do ano anterior. Esse desempenho corresponde a um crescimento de 35,6% e indica uma expansão relevante na utilização do transporte rodoviário como meio de acesso ao estado.

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.

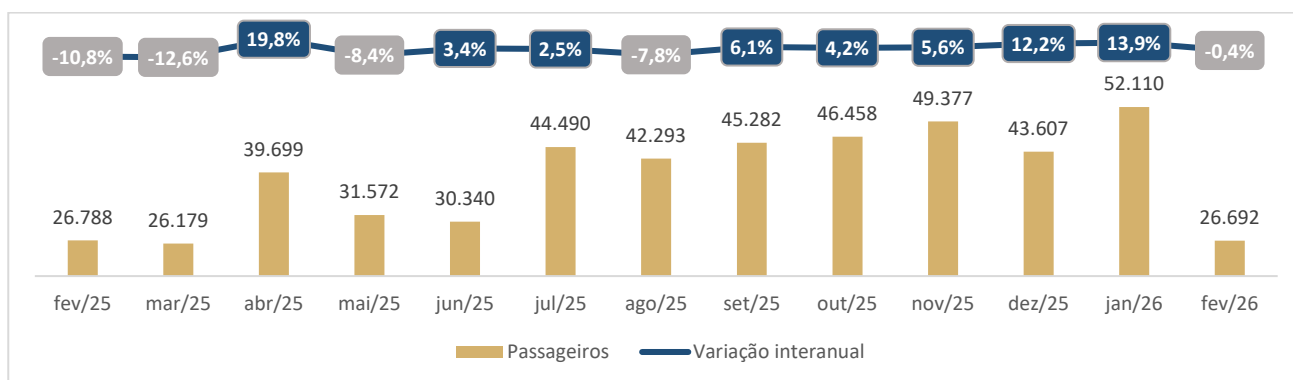
No segmento de transporte fretado, modalidade mais diretamente associada ao turismo por atender excursões, passeios e eventos, o número de passageiros totalizou 26.692 em fevereiro de 2026. O resultado indica estabilidade em relação ao ano anterior, com leve retração de 0,4%, e marca o encerramento de uma sequência de cinco meses consecutivos de crescimento interanual, observada desde setembro de 2025.

Considerando o acumulado de janeiro e fevereiro de 2026, 78.802 passageiros desembarcaram em municípios capixabas por meio do transporte fretado, o que representa um aumento de 8,6% em relação ao mesmo período de 2025. Esse avanço contribui para sustentar a trajetória de crescimento do turismo no estado.

O transporte fretado exerce papel estratégico tanto no turismo interno, ao facilitar o deslocamento dos próprios capixabas entre diferentes regiões e atrativos, quanto na recepção de visitantes de estados vizinhos, como Minas

Gerais, Rio de Janeiro e Bahia. Nesse sentido, a manutenção do fluxo nesse segmento contribui para ampliar a acessibilidade, fortalecer a integração regional e sustentar o desenvolvimento do turismo no Espírito Santo.

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 Carnaval Capixaba: para 90% dos visitantes o destino atendeu ou superou as expectativas

A Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista no Carnaval 2026, realizada pela Secretaria de Turismo do Espírito Santo (Setur-ES) por meio do Observatório do Turismo³, traçou um panorama sobre os visitantes que estiveram nos destinos capixabas durante o carnaval. Ao todo, foram realizadas 1.678 entrevistas entre os dias 13 e 18 de fevereiro de 2026, abrangendo 17 municípios do estado.

Os resultados indicam que os turistas permaneceram, em média, 6,43 dias no Espírito Santo, o que representa um tempo de estadia relativamente elevado para o período. Observa-se também que a maior parcela dos visitantes

foi composta por turistas internos, provenientes de municípios capixabas, que corresponderam a 45,6% do total.

Entre os visitantes de fora do estado, foram identificadas origens em 19 unidades da federação, com destaque para Minas Gerais, responsável por 31,1% do total de turistas, seguido por Rio de Janeiro, com 14,2%, e São Paulo, com 2,6%. No conjunto, 53,6% dos visitantes vieram de outros estados e 0,83% do exterior. Esse resultado evidencia a forte presença do público mineiro, que representa mais da metade dos turistas não residentes no Espírito Santo durante o Carnaval, reforçando sua relevância para o turismo estadual.

Origem dos Turistas no Espírito Santo

Estado	Representatividade
Minas Gerais	31,1%
Rio de Janeiro	14,2%
São Paulo	2,6%
Bahia	2,2%
Outros Estados	3,6%
Estrangeiros	0,83%
Espírito Santo	45,6%

Fonte: Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista – CARNAVAL 2026 – SETUR/ES.
Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No que se refere ao perfil dos visitantes, predominam pessoas casadas, que representam 48,8% do total, além de jovens e adultos entre 18 e 44 anos, que correspondem a 64,8%. Também se destaca a elevada proporção de indivíduos com ensino superior completo, que alcança 39,75%. Esse conjunto de características indica que o público visitante é majoritariamente formado por jovens e jovens casais, informação relevante para o direciona-

mento de estratégias de atração e retenção.

Em relação às motivações de viagem, a grande maioria dos entrevistados, equivalente a 86,2%, declarou ter viajado a lazer ou passeio. Entre os fatores que influenciaram a escolha do destino, os atrativos naturais, como praias, rios, cachoeiras e montanhas, foram mencionados por 50,1% dos turistas, enquanto 12,5% destacaram os eventos e festas locais como fator decisivo.

Quanto aos meios de transporte, observa-se predominância do uso de automóvel próprio, utilizado por 58,7% dos visitantes. O ônibus de linha foi utilizado por 17,5%, enquanto o transporte aéreo respondeu por 13,9%. Esses dados indicam que, apesar do crescimento recente do transporte aéreo, especialmente para visitantes de regiões mais distantes, o transporte terrestre continua desempenhando papel central na acessibilidade ao estado.

O Gasto Médio Individual Diário (GMDI) foi de R\$ 217, sendo que a maior parcela das despesas concentrou-se em Hospedagem, com média de R\$ 2,06 mil por visitante. Em relação ao tipo de acomodação, 26,2% optaram por imó-

veis por apartamentos ou casas alugadas (como Airbnb), 13,6% utilizaram pousadas e 7,2% ficaram em hotéis. Por outro lado, 49,1% dos visitantes se hospedaram em casas de parentes ou amigos ou em imóveis próprios, indicando que quase metade dos turistas não utilizou meios formais de hospedagem durante o período.

Os gastos com Alimentação também tiveram destaque, com média de R\$ 984 por visitante. A pesquisa mostra que 88,9% dos turistas consumiram em bares, restaurantes, cafeterias, sorveterias e outros estabelecimentos, evidenciando a importância da gastronomia na experiência turística no estado.

Outras despesas relevantes incluíram Transporte, com média de R\$ 568, abrangendo passagens, aluguel de veículos e combustíveis, além de gastos com Passeios e Serviços Turísticos, que atingiram R\$ 669 por visitante, incluindo atividades como a contrata-

ção de guias e ingressos para atrações culturais. As Compras também tiveram participação significativa, com gasto médio de R\$ 429, sendo que 32,2% dos visitantes adquiriram souvenirs ou lembranças, contribuindo para a movimentação do comércio local.

Gastos dos Turistas no Espírito Santo

Tipo de Gasto	Valor
Transporte	R\$ 568
Hospedagem	R\$ 2,06 mil
Alimentação	R\$ 984
Passeios e Serviços	R\$ 669
Compras	R\$ 429
GMDI*	R\$ 217

Fonte: Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista – CARNAVAL 2026 – SETUR/ES.
Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

*GMDI = Gasto Médio Diário Individual



A pesquisa também avaliou a percepção dos visitantes em relação a diferentes aspectos da experiência turística no Espírito Santo. De forma geral, os destinos capixabas receberam avaliações predominantemente positivas em todas as categorias analisadas, com classificações concentradas entre “ótimo” e “bom”, o que indica elevado nível de satisfação.

Entre os principais destaques estão a Gastronomia Capixaba (91,6% de avaliações positivas, nota média de 4,33, com avaliação máxima sendo 5), Segurança Pública (88,3%, nota 4,15), Hospitalidade Capixaba (83,3%, nota 4,05) e Limpeza Pública (80,1%, nota 3,95). Esses resultados refletem a qualidade da experiência oferecida e a boa receptividade percebida pelos visitantes.

Outros aspectos, como a Programação dos eventos (76,7%), a Sinalização Turística Rodoviária (74,6%) e os serviços de Táxi e Aplicativos de Transporte (71,3%), também foram bem avaliados, embora apresentem maior espaço para aprimoramento, especialmente no que se refere à mobilidade dentro dos destinos.

De forma bastante expressiva, 98,2% dos visitantes afirmaram que recomendariam o destino, enquanto 90% declararam que a viagem atendeu ou superou suas expectativas. Esses indicadores reforçam o elevado grau de satisfação e a alta probabilidade de retorno, fatores fundamentais para a fidelização dos turistas e para a consolidação de uma imagem positiva do Espírito Santo como destino turístico, sobretudo em um período de forte concorrência como o Carnaval.

Essa percepção positiva também tende a impulsionar o turismo por meio da divulgação espontânea realizada pelos próprios visitantes, ampliando a visibilidade do estado no cenário nacional e estimulando a atração de novos fluxos turísticos. Além disso, a expansão do turismo

para além do público tradicional, composto majoritariamente por capixabas e visitantes de Minas Gerais, contribui para a sustentabilidade de longo prazo do setor, ao reduzir a dependência de mercados específicos e fortalecer a diversificação da demanda turística.

Percepção do Turista no Espírito Santo

Categoria	Avaliação positiva	Avaliação (média)*
Gastronomia Capixaba	91,6%	4,33
Segurança Pública	88,3%	4,15
Hospitalidade Capixaba	83,3%	4,05
Limpeza Pública	80,1%	3,95
Programação	76,7%	3,98
Sinalização Turística Rodoviária	74,6%	3,92
Taxi/Applicativo	71,3%	3,72
Recomenda o Destino	98,2%	
Viagem Correspondeu às Expectativas	90,0%	

Fonte: Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista – CARNAVAL 2026 – SETUR/ES.

Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

*Escala de avaliação de 1 a 5, em que 1 = Péssimo e 5 = Ótimo.



Opinião do Empresariado Capixaba



Raimundo Nonato

“O grande ponto é que o Espírito Santo precisa olhar com mais estratégia para o turista interestadual. Trazer pessoas de fora, de estados como Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia e outros, é fundamental.”

Para a análise desse mês do latur, trouxemos uma fala do Raimundo Nonato, presidente da Câmara Empresarial do Turismo do Espírito Santo (CET-ES) e da Associação Brasileira de Empresas de Eventos no estado (ABEOC-ES). Para ele, o principal desafio para ampliar o impacto econômico dos eventos capixabas está na capacidade de atrair turistas

de fora do estado. O Espírito Santo possui um forte potencial turístico, especialmente em eventos culturais e religiosos. Confira:

“A gente percebe que muitos eventos no Espírito Santo acabam tendo um impacto mais regional do que poderiam. O grande ponto é que o Espírito Santo precisa olhar

com mais estratégia para o turista interestadual. Trazer pessoas de fora, de estados como Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia e outros, é fundamental, principalmente diante das mudanças trazidas pela reforma tributária, em que o consumo passa a ser ainda mais determinante para a geração de receita. Ou seja, não adianta apenas circular o consumo internamente; é preciso trazer novos visitantes, novos consumidores.

Quando há planejamento e estrutura, os resultados aparecem. Eventos como o Santa Jazz mostram isso com clareza: são bem organizados, têm visibilidade e conseguem atrair inclusive turistas de fora do país. Isso evidencia o potencial que o estado tem, o

que falta, muitas vezes, é ampliar esse modelo para outros eventos, com mais planejamento estratégico, divulgação e apoio institucional.

Um exemplo muito claro dessa oportunidade está na Festa da Penha. Hoje, ela já movimenta um volume grande de pessoas, grande parte com um perfil regional, são visitantes que vêm de outras cidades do próprio estado, mas já percebemos crescimento do público de fora. Isso mostra que existe uma enorme capacidade de atração, mas ainda pouco explorada. O desafio agora é transformar esse fluxo em permanência: fazer com que o turista fique mais tempo, consuma mais e, ao mesmo tempo, ampliar a divulgação para atrair visitantes de fora do estado.

No fim das contas, o Espírito Santo tem produtos turísticos fortes, seja na cultura, na gastronomia ou nos eventos religiosos, mas ainda precisa investir mais em planejamen-

to e, principalmente, em divulgação. É como aquela ideia simples: não basta ter um bom produto, é preciso mostrar para o Brasil e para fora que ele existe.”



Notas

¹O 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 dezessete Unidades da Federação selecionadas para o levantamento são: Amazonas, Pará, Alagoas, Rio Grande do Norte, Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás, Mato Grosso e Distrito Federal.

O CNAE ^{2.º}, ou Classificação Nacional de Atividades Econômicas ^{2.º}, 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.º} da PMS utilizados para representar o Índice de Atividades Turísticas (IATUR), juntamente com algumas as 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).

²Em ²⁰²⁶, a Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) realizou uma atualização do Sistema de Monitoramento do Transporte Rodoviário Interestadual e Internacional de Passageiros (Monitriip), implementando o novo padrão tecnológico (DIS ^{4.º}), com o objetivo de aprimorar a qualidade e a confiabilidade das informações coletadas. Em decorrência desse processo, a base de dados foi revisada, resultando na alteração do total de bilhetes de passagens vendidos em todos os meses de ²⁰²⁵, com variações positivas nos totais anteriormente divulgados.

³Disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/pesquisas-carnaval>

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 de O. Cabral : Mateus Haddad : Ryan Procopio : João Guimarães | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br