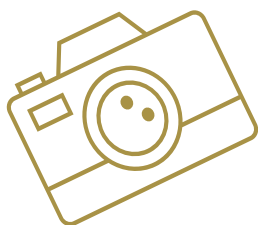


Turismo

Relatório mensal

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



VENDA DE PASSAGENS RODOVIÁRIAS PARA MUNICÍPIOS CAPIXABAS ALCANÇA MAIOR VOLUME DESDE SETEMBRO DE 2022, COM ALTA DE 126,6% EM RELAÇÃO A MARÇO DE 2025

TURISMO NO ESPÍRITO SANTO CRESCE 4,6% EM MARÇO E SUPERA DESEMPENHO NACIONAL

ATIVIDADES TURÍSTICAS

VARIAÇÃO MENSAL

-1,2%

CRESCIMENTO INTERANUAL

4,6%

CRESCIMENTO ACUMULADO EM 12 MESES

1,1%

Movimentação de Passageiros

TRANSPORTE AÉREO

149.756

DESEMBARQUES

TRANSPORTE RODOVIÁRIO

220.266

PASSAGEIROS

Por meio da análise do Índice de Atividades Turísticas (IATUR/IBGE)¹ 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.

Turismo capixaba cresce 4,6% em março e apresenta desempenho acima da média nacional

Em março de 2026, o volume das atividades turísticas no Espírito Santo recuou 1,2% em relação a fevereiro, período marcado pelo Carnaval e pelo encerramento da temporada de verão. Apesar da retração, o desempenho capixaba foi melhor do que o observado no Brasil, onde o setor registrou queda mensal de 4%. Entre os 17 estados analisados pelo indicador, apenas três apresentaram crescimento no período, evidenciando um cenário de desaceleração da atividade turística no país ao longo do mês de março.

Na comparação com março de 2025, entretanto, o turismo no Espírito Santo apresentou crescimento expressivo de 4,6%, em contraste com o resultado nacional, que registrou retração de 3,9% no mesmo período. Dessa forma, o desempenho do turismo

capixaba foi superior ao registrado no cenário nacional, reforçando a capacidade do estado em manter um ritmo de crescimento da atividade mesmo em um contexto de desaceleração no país.

Historicamente, o mês de março costuma apresentar redução na movimentação turística em função do término da temporada de verão, além da retomada das aulas e da normalização das atividades econômicas após o período de férias e festividades de início de ano. Com o resultado no mês, o Espírito Santo acumula alta de 1,1% no primeiro trimestre de 2026, em relação ao mesmo período do ano anterior, desempenho ligeiramente superior à média brasileira, que foi de 0,9%.

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

Atividades	Mar/26 x Fev/26*	Mar/26 x Mar/25	Acumulado no ano**
Espírito Santo	-1,2	4,6	1,1
Brasil	-4	-3,9	0,9

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



Após retração em fevereiro, turismo no Espírito Santo volta a apresentar crescimento interanual em março

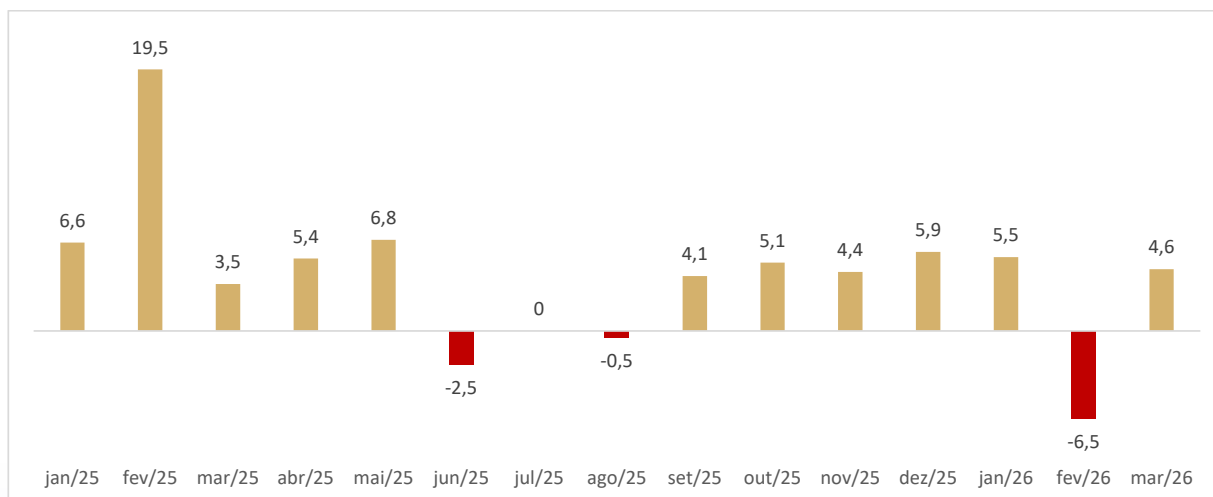
Com o avanço de 4,6% em março, o turismo capixaba voltou a apresentar crescimento após a retração interanual de 6,5% registrada em fevereiro. O resultado mantém o desempenho observado nos meses anteriores, já que entre setembro de 2025 e janeiro de 2026 o setor apresentou crescimento consistente e superior a 4%.

Esse comportamento reforça a tendência recente de expansão da atividade turística no Espírito Santo, observada desde setembro do ano passado. Nesse contexto, a queda registrada em fevereiro de 2026 esteve associada, principalmente, à elevada base de comparação, uma vez que fevereiro de 2025 foi o melhor mês para o turismo naquele ano

considerando a série com ajuste sazonal. Assim, mesmo com a retração interanual, o volume de atividades turísticas em fevereiro de 2026 permaneceu em patamar elevado, registrando o quinto maior resultado da série histórica iniciada em 2011.

Dessa forma, o turismo no Espírito Santo segue em trajetória de crescimento e mantém um elevado nível de atividade no período recente e no início de 2026. Esse cenário contribui para perspectivas positivas ao longo do segundo trimestre e da temporada de inverno, no qual se destacam o turismo de montanha, cultural e gastronômico no estado.

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



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

Espírito Santo registra o segundo maior crescimento interanual do turismo entre os estados analisados

O desempenho do turismo capixaba em março também se destacou na comparação com as demais unidades da federação. Entre os 17 estados analisados pelo indicador, o Espírito Santo registrou o segundo maior crescimento interanual do país, com avanço de 4,6% em relação ao mesmo mês de 2025, ficando atrás apenas do Rio Grande do Norte, que apresentou alta de 7,3%.

Enquanto o Brasil registrou retração de 3,9% no volume de atividades turísticas em março, apenas seis estados apresentaram crescimento no período. Nesse cenário, o Espírito Santo manteve trajetória positiva e consolidou um desempenho acima da média nacional, reforçando o destaque do turismo capixaba mesmo diante da desaceleração observada no setor em âmbito nacional.

Variação Interanual do volume de atividades turísticas (%) por estado, mar/26

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

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

Turismo capixaba alcança o quarto melhor 1º trimestre da série histórica, iniciada em 2011

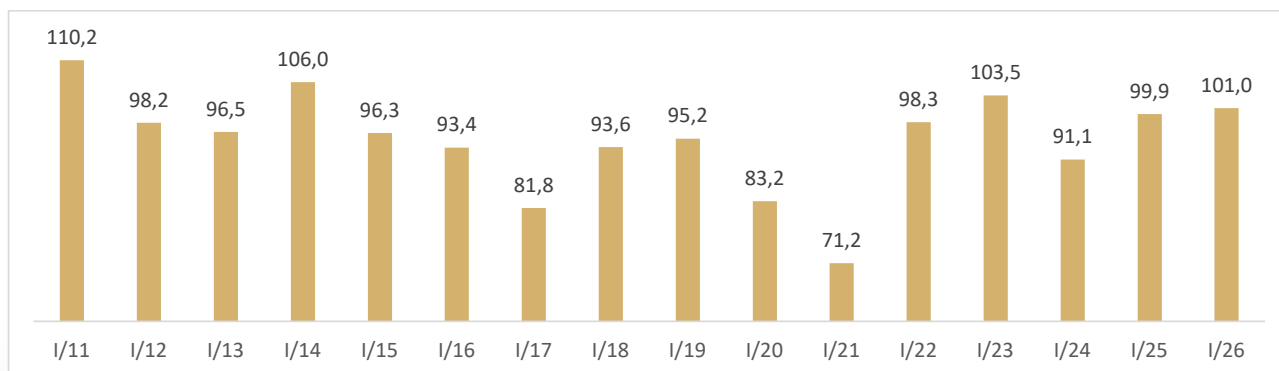
Com o resultado de março, o turismo no Espírito Santo acumulou crescimento de 1,1% no primeiro trimestre de 2026. Os três primeiros meses do ano apresentaram desempenho de destaque na perspectiva histórica. Em janeiro, o volume de atividades turísticas registrou o terceiro melhor resultado para o mês desde o início da série histórica, em 2011. Já fevereiro e março alcançaram o quinto melhor desempenho para esses meses no mesmo período.

Com isso, o turismo capixaba registrou o quarto melhor primeiro trimestre da série histórica e o segundo melhor resultado desde 2014, ficando atrás apenas do observado em 2023. Os dados demonstram que o Espírito Santo conseguiu aproveitar de forma

eficiente o período da alta temporada e do Carnaval, mantendo a expansão da atividade turística mesmo diante da forte concorrência com destinos consolidados no cenário nacional, como Bahia e Rio de Janeiro.

Nesse contexto, a manutenção de um elevado nível de movimentação turística mostra-se fundamental para a sustentabilidade do setor no longo prazo. O desempenho positivo do primeiro trimestre fortalece as perspectivas para os próximos meses e posiciona o estado de forma mais favorável para o período de menor atividade turística, normalmente observado entre abril e maio, antes do aumento da movimentação associado à temporada de inverno nos meses de junho e julho.

IATUR – Volume de Atividades Turísticas (Número Índice) no 1º trimestre, por ano



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

Desembarques no Aeroporto de Vitória avançam 18,9% em relação a março de 2025

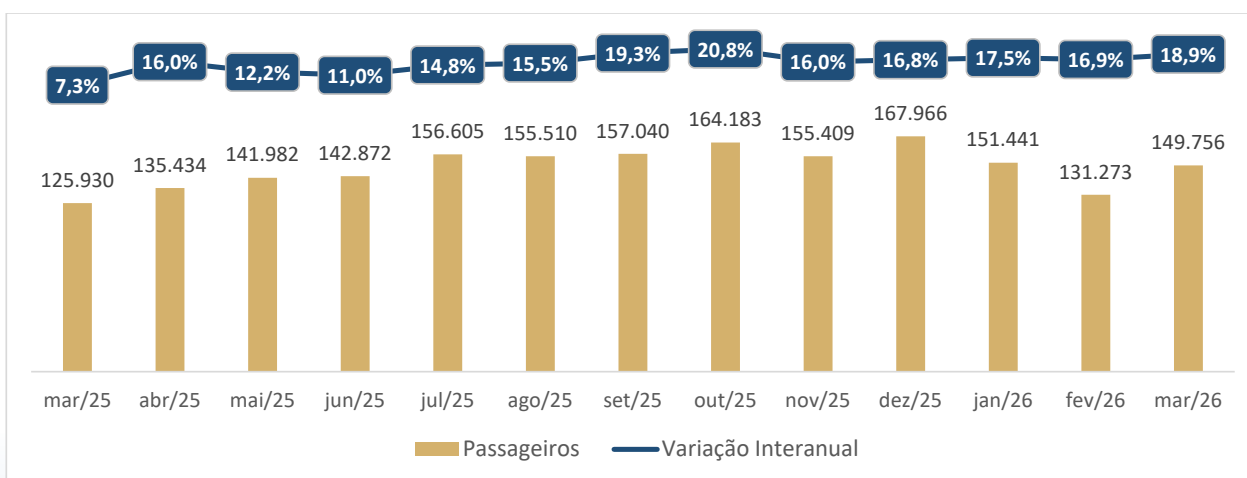
De acordo com dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), 149.756 passageiros desembarcaram no Aeroporto de Vitória em março de 2026, resultado que representa crescimento de 18,9% em relação ao mesmo mês de 2025. Essa foi a terceira maior variação interanual registrada desde março de 2025, ficando atrás apenas dos resultados observados em setembro e outubro daquele ano.

O fluxo de passageiros desembarcando em Vitória por via aérea mantém uma trajetória consistente de expansão. Esse movimento já vinha sendo observado ao longo de 2025, período em que todos os meses apresenta-

ram crescimento interanual superior a 7%, demonstrando o fortalecimento contínuo da demanda pelo transporte aéreo no estado.

No início de 2026, essa tendência permaneceu positiva. Ao todo, 432.470 passageiros desembarcaram no Espírito Santo por meio do transporte aéreo no primeiro trimestre do ano, o que representa crescimento de 17,8% em relação ao mesmo período de 2025, equivalente a 65.324 passageiros adicionais. Os resultados reforçam a tendência de ampliação da movimentação aérea no estado, contribuindo diretamente para o fortalecimento da atividade turística capixaba.

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



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



Venda de passagens rodoviárias para o Espírito Santo cresce 126,6% e atinge maior volume desde 2022

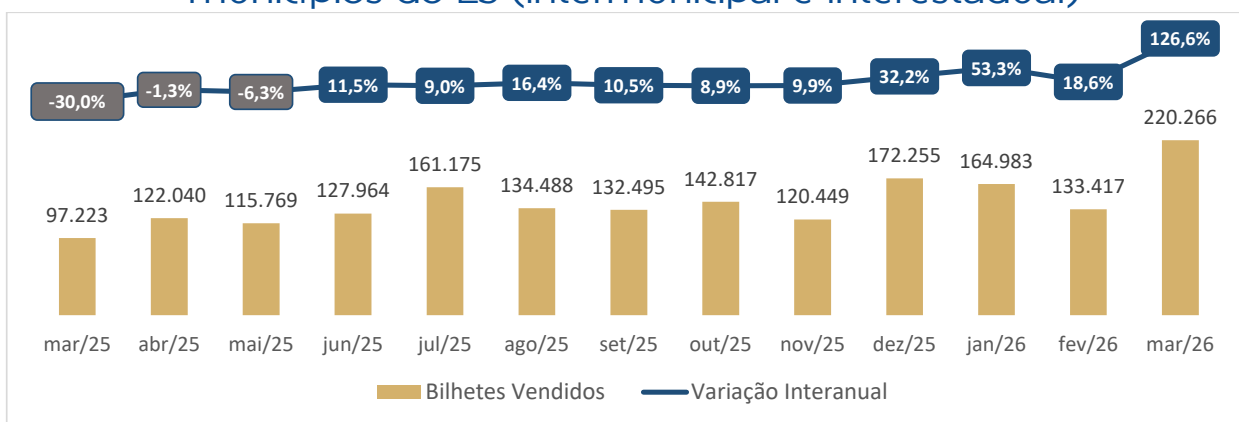
Conforme os dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT)², foram vendidos 220.266 bilhetes de passagens intermunicipais e interestaduais com destino a municípios capixabas para viagens realizadas em março de 2026. O volume representa um crescimento expressivo de 126,6% em relação ao mesmo mês de 2025, equivalente a 123.033 bilhetes adicionais.

Com esse resultado, a venda de passagens mais que dobrou na comparação interanual, alcançando o maior volume registrado desde setembro de 2022. Além disso, desde junho de 2025 o Espírito Santo vem apresentando crescimento contínuo na comercialização de

passagens rodoviárias em relação aos mesmos meses do ano anterior, evidenciando uma trajetória consistente de expansão da movimentação de passageiros no estado.

No acumulado do primeiro trimestre de 2026, o número de passagens rodoviárias vendidas com destino ao Espírito Santo totalizou 518.666 bilhetes, resultado 63,4% superior ao observado no mesmo período de 2025, o equivalente a 201.320 passagens adicionais. O desempenho demonstra uma ampliação relevante da utilização do transporte rodoviário como meio de acesso ao estado, contribuindo diretamente para o aumento da movimentação turística no início do ano.

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.

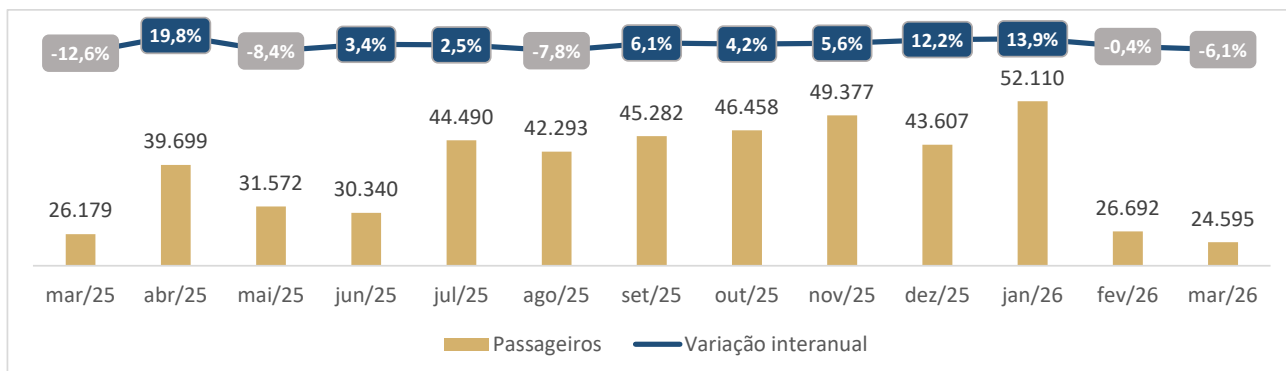
No segmento de transporte fretado, modalidade mais diretamente associada ao turismo por atender excursões, passeios e eventos, o número de passageiros totalizou 24.595 em março de 2026. O resultado representa uma queda de 6,1% em relação ao mesmo mês do ano anterior e marca o segundo mês consecutivo de retração interanual, após a leve queda de 0,4% observada em fevereiro.

Apesar das quedas observadas em fevereiro e março, o crescimento de 13,9% registrado em janeiro garantiu um desempenho positivo no acumulado do trimestre. Ao todo, 103.397 passageiros desembarcaram em municípios capixabas por meio do transporte fretado no primeiro trimestre de 2026, volume 4,7% superior ao registrado no mesmo período de 2025.

O transporte fretado desempenha um papel estratégico tanto para o turismo interno, ao facilitar o deslocamento dos próprios capixabas entre diferentes regiões e atrativos, quanto para a recepção de visitantes de estados vizinhos, como Minas Gerais, Rio de

Janeiro e Bahia. Nesse contexto, 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.

OPINIÃO DO EMPRESARIADO CAPIXABA



Lourdes Ferolla

“A experiência tem surpreendido muito positivamente. O mais bonito é perceber que as pessoas querem exatamente isso: autenticidade, contato humano e conexão com a história do lugar.”

Com 40 anos de experiência no varejo à frente da Diferolla, **Lourdes Ferolla** iniciou uma transição profissional em busca de qualidade de vida e encontrou em Santa Teresa um novo caminho no empreendedorismo rural. Hoje, atua com hospedagem e turismo de experiência em uma propriedade que reúne vivências ligadas ao campo, à gastronomia e à cultura italiana, tendo o limoncello artesanal como um dos principais elementos da experiência oferecida aos visitantes. Confira nossa entrevista:

“Depois de 40 anos no varejo, eu comecei a construir um projeto de vida muito ligado à qualidade de vida, pensando em um lugar tranquilo, harmonioso, onde eu pudesse viver bem e continuar ativa. Foi assim que eu me identifiquei com Santa Teresa e compramos um sítio, inicialmente sem grandes pretensões. Aos poucos fui percebendo que aquele lugar se encaixava exatamente no que eu imaginava para essa nova fase da vida.

A pandemia acabou antecipando minha saída do varejo e eu passei a ficar mais tempo no sítio, procurando uma atividade econômica que me permitisse fazer essa transição sem deixar de trabalhar. Nunca foi meu objetivo parar, mas encontrar uma nova forma de trabalhar. E, nesse processo, a própria vida foi mostrando os caminhos. Primeiro surgiu a hospedagem. Eu tinha construído um chalé sem a intenção de alugar, mas as pessoas começaram a incentivar, dizendo que o espaço era muito acolhedor. Era um período de alta procura por destinos mais tranquilos e, quando fiz o primeiro aluguel, percebi rapidamente que existia uma oportunidade ali.

A partir disso, fui me capacitando. Busquei treinamentos, consultorias do Sebrae, estudei hotelaria, gastronomia, gestão financeira e fui estruturando o negócio. Minha experiência anterior ajudou muito, claro, mas

precisei aprender bastante coisa nova também. E foi justamente convivendo com os hóspedes que comecei a perceber outro movimento: as pessoas gostavam de caminhar pelo pomar, perguntavam sobre os limões, queriam conhecer a história do lugar e entender como tudo funcionava. Aos poucos fui entendendo que existia ali uma oportunidade de transformar aquilo em uma experiência turística.

Durante muito tempo fiquei apenas observando isso, porque eu já participava de várias atividades ligadas ao município, ao turismo e ao meio ambiente, além de atuar de forma voluntária em diferentes projetos. E, com a aproximação da feira de agroturismo, veio o incentivo para finalmente transformar aquilo em uma experiência organizada. Os organizadores começaram a perguntar quando eu colocaria minha experiência em prática e eu entendi que precisava tirar a ideia do papel.

Convidei então alguns alunos recém-formados do curso de Turismo para me ajudarem a desenhar essa experiência. Nós fomos construindo juntos o roteiro, organizando as histórias, pensando na sinalização, nas fotos e em como apresentar tudo isso para o visitante. E foi muito interessante perceber que a experiência já estava praticamente pronta, porque ela era a própria vida acontecendo ali. Eu não precisei inventar nada. Os móveis já estavam aqui, o pomar já existia, os frutos já faziam parte da rotina e toda a história também já estava construída. O que fizemos foi organizar tudo de uma maneira acolhedora e agradável para que as pessoas pudessem viver aquilo junto comigo.

A experiência tem surpreendido muito positivamente. O mais bonito é perceber que as pessoas querem exatamente isso: autenticidade, contato humano e conexão com a história do lugar. Quando se fala em turismo de experiência, o visitante quer ouvir quem

produz, entender o processo, conhecer a origem e participar daquela vivência. O mais importante é a relação com as pessoas. O visitante não quer ver uma máquina funcionando, ele quer entender como aquilo acontece e ouvir a história de quem vive aquilo no dia a dia. É uma vivência, uma troca e também um aprendizado.

O limoncello nasceu desse mesmo movimento. Antes mesmo da construção do chalé, eu já tinha os limoeiros plantados no sítio. Meu companheiro sempre gostou muito do limão siciliano na gastronomia. Em determinado momento surgiu a questão do que fazer com tantos limões, porque era uma quantidade pequena para comercialização em larga escala, então acabávamos distribuindo e

presenteando amigos.

Foi então que surgiu a ideia de produzir o limoncello. André, meu filho, começou a testar receitas, experimentar combinações e estudar o processo. Aos poucos fomos ajustando a fórmula e também resgatando memórias familiares ligadas à cultura italiana. Meu pai, por exemplo, gostava muito de fazer infusões e misturas artesanais, então havia toda uma memória afetiva em torno disso. Além disso, nossa família tem origem na Sicília, o que acabou fortalecendo ainda mais essa conexão com o produto e com a história que contamos durante a experiência. O limoncello carrega cultura, convivência e tradição italiana do encontro ao redor da mesa.”



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 2.0, 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 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 4.0), 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.

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 : Mateus Haddad : Pablo Rocha : Samuel de O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br