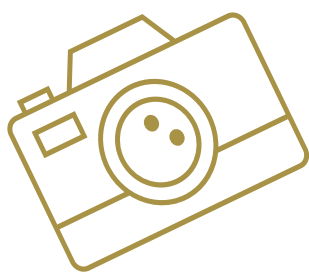


Turismo

Relatório mensal

Elaborado por: André Spalenza e Felipe Montini.



VOLUME DE ATIVIDADES TURÍSTICAS CRESCCE 2,4% NO ESPÍRITO SANTO EM JULHO, IMPULSIONADO PELAS FÉRIAS ESCOLARES

TURISMO DE INVERNO TEM AVALIAÇÃO POSITIVA:
99,1% DOS TURISTAS RECOMENDAM O DESTINO VISITADO NO ESTADO

ATIVIDADES TURÍSTICAS

VARIAÇÃO
MENSAL

2,4%

VARIAÇÃO
INTERANUAL

0,4%

CRESCIMENTO
ACUMULADO
NO ANO

2,3%

PERCEPÇÃO DO TURISTA

RECOMENDAM O DESTINO

99,1%

VIAGEM CORRESPONDEU ÀS EXPECTATIVAS

92%

Por meio da análise do Índice de Atividades Turísticas (IATUR/IBGE) 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 no Espírito Santo cresce 2,4% em relação a junho

Em julho de 2026, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo cresceu 2,4% em relação a junho, resultado próximo ao observado na média nacional, de 2,7%. O desempenho ocorre em um período marcado pelas férias escolares de inverno, que tradicionalmente favorecem as viagens em família e ampliam a procura por atividades de lazer, entretenimento e experiências, contribuindo para o aumento da demanda por serviços turísticos.

Na comparação com julho de 2025, o turismo capixaba apresentou crescimento de

0,4%. Embora o avanço tenha sido moderado, o resultado se destaca diante do cenário nacional, que registrou retração de 1,6% no mesmo período.

No acumulado de janeiro a julho de 2026, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo cresceu 2,3% em relação ao mesmo período de 2025, enquanto o Brasil apresentou queda de 1,0%. Esse desempenho reforça a trajetória positiva do turismo no Espírito Santo, que permanece em crescimento, mesmo em um contexto de desaceleração da atividade turística no país.

Variação do IATUR (%) – Comparação Brasil e Espírito Santo, Jul/26

Atividades	Jul/26 x Jun/26*	Jul/26 x Jul/25	Acumulado no ano**
Espírito Santo	2,4	0,4	2,3
Brasil	2,7	-1,6	-1

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



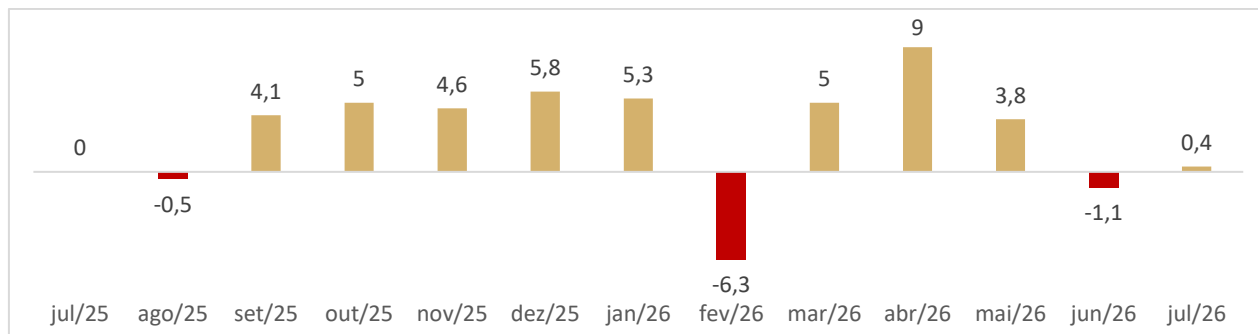
Volume de atividades turísticas apresenta retomada no crescimento interanual após queda em junho

Após o leve avanço de 0,4% em relação a julho de 2025, o turismo capixaba voltou a apresentar crescimento interanual, após a retração de 1,1% registrada em junho. Com esse resultado, o volume de atividades turísticas superou o registrado no mesmo mês do ano anterior em cinco dos sete meses de 2026. Apesar do crescimento sutil, o resultado observado no Espírito Santo em julho é bastante positivo quando comparado com os demais estados do país. Dos 17 estados acompanhados pelo indicador, apenas sete registraram crescimento em julho, enquanto quatro dos dez estados que apresentaram retração tiveram quedas superiores a 11%.

Com o resultado de julho, o volume de ativi-

dades turísticas no Espírito Santo acumula crescimento de 2,3% em 2026. Esse desempenho reforça a trajetória positiva do setor no estado, especialmente diante do recuo observado na atividade turística nacional. Um dos fatores que contribuem para esse comportamento é a diversidade da oferta turística capixaba, que reúne destinos de sol e praia, mais procurados durante o verão, e opções associadas ao turismo de natureza, montanha, cultura e gastronomia, que ganham maior relevância nos meses de outono e inverno. Essa variedade de atrativos permite distribuir a demanda ao longo do ano, reduzindo a concentração sazonal das atividades e favorecendo a sustentabilidade do setor no longo prazo.

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



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



Turismo capixaba tem o melhor desempenho para o mês de julho desde 2014

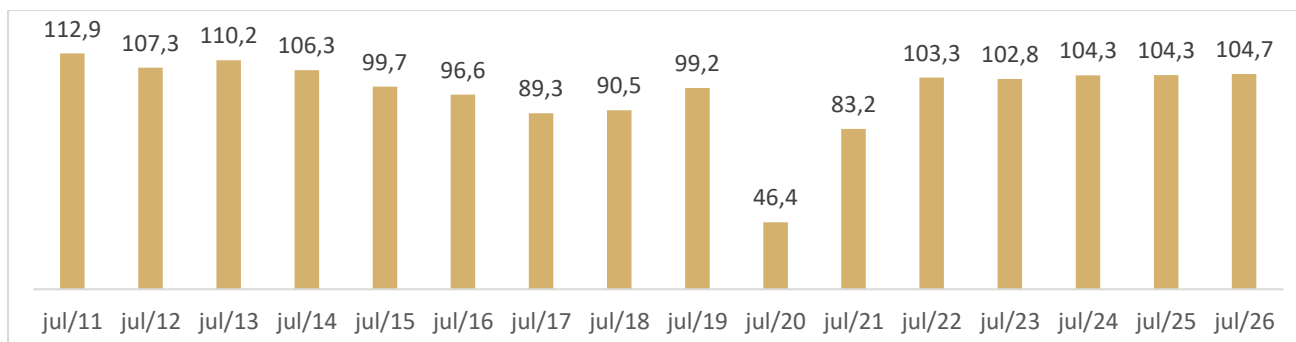
Apesar do leve crescimento de 0,4% em relação a julho de 2025, o resultado foi suficiente para que o turismo capixaba alcançasse, em julho de 2026, o maior volume de atividades turísticas para o mês desde 2014, configurando o melhor desempenho para julho dos últimos 12 anos. O primeiro semestre já havia apresentado o segundo maior volume de atividades para o período desde o início da série, reforçando que o estado inicia a segunda metade do ano em um patamar elevado de atividade turística e mantém resultados positivos no período recente.

O desempenho de julho também está relacionado à sazonalidade característica do período. As férias escolares de inverno favorecem as viagens em família e estimulam

tanto deslocamentos para visitar parentes quanto passeios e viagens de curta duração. Esse movimento amplia a procura por serviços de hospedagem, alimentação, transporte e atividades de lazer, beneficiando diferentes segmentos da cadeia turística.

Além disso, julho corresponde ao período de alta temporada do turismo de inverno no Espírito Santo, uma característica que representa um importante diferencial do estado na atração de visitantes durante os meses mais frios. Destinos como Domingos Martins, Santa Teresa e Venda Nova do Imigrante tendem a receber um fluxo maior de turistas em busca de experiências gastronômicas e culturais, além do contato com a natureza e do clima de montanha.

IATUR – Volume de Atividades Turísticas (Número Índice) no mês de Julho, por ano



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



Em julho, Aeroporto de Vitória registra o maior número de desembarques no ano de 2026

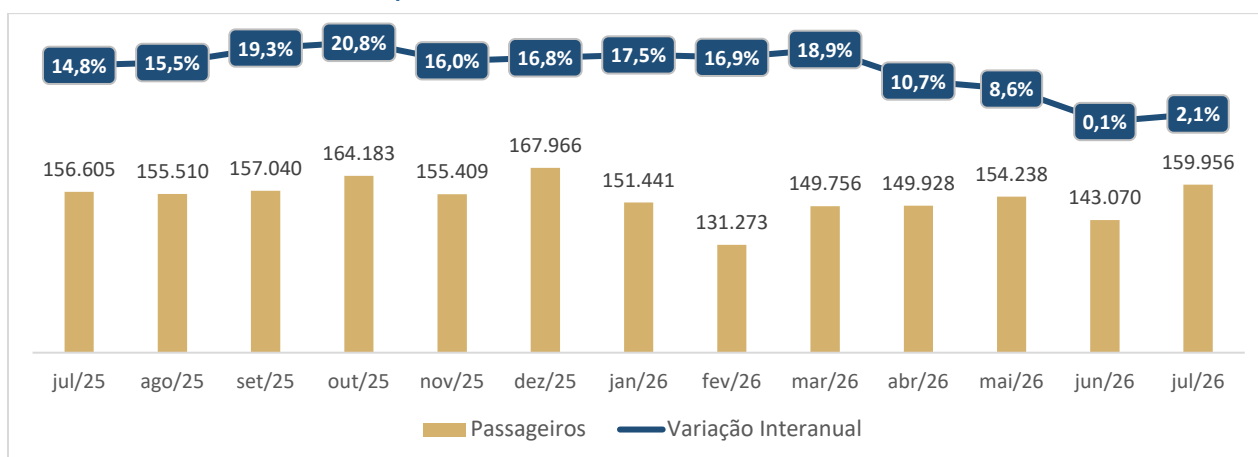
Os dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) mostram que 159.956 passageiros desembarcaram no Aeroporto de Vitória em julho de 2026, o maior volume registrado no ano até então, superando o resultado observado em maio. Na comparação com julho de 2025, houve crescimento de 2,1%, mantendo a trajetória de expansão da movimentação aérea com destino ao Espírito Santo.

O fluxo de passageiros que desembarcam no estado vem apresentando crescimento contínuo. Ao longo de 2025, os desembarques aumentaram em todos os meses na comparação com os respectivos períodos do ano anterior, tendência que se manteve em todos os meses de 2026 até julho. Apesar da continuidade do crescimento, junho e julho apresentaram as menores taxas de variação interanual desse período. Esse comportamento é esperado diante da forte expansão

registrada em 2025, especialmente no segundo semestre, que elevou a base de comparação e tende a contribuir para uma desaceleração das taxas de crescimento nos próximos meses, ainda que a movimentação permaneça em patamares elevados.

Com o resultado de julho, o Aeroporto de Vitória ultrapassou a marca de 1 milhão de passageiros desembarcados no Espírito Santo em 2026. Entre janeiro e julho, foram registrados 1.039.662 desembarques por via aérea, volume 10,1% superior ao observado no mesmo período de 2025. Em termos absolutos, isso representa a chegada de 95.623 passageiros adicionais ao estado. Os resultados reforçam a expansão da movimentação aérea e sua contribuição para o turismo capixaba, ao ampliar o fluxo de visitantes e favorecer a circulação de pessoas e o consumo de serviços turísticos no território estadual.

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



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

Perfil do Turista no Inverno Capixaba: 92% dos visitantes afirmam que a viagem atendeu ou superou as expectativas

A Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista no Inverno 2026, realizada pela Secretaria de Turismo do Espírito Santo (Setur-ES), por meio do Observatório do Turismo¹, traçou um panorama do perfil dos visitantes que estiveram nos destinos capixabas durante a temporada de inverno. Ao todo, foram realizadas 1.433 entrevistas entre os dias 10 e 31 de julho de 2026, abrangendo 15 municípios do estado².

Os resultados mostram que os turistas permaneceram, em média, 5,8 dias no Espírito Santo. O período da pesquisa coincide com as férias escolares de inverno, que favorecem as viagens em família e podem contribuir para a ampliação do tempo de permanência no destino. Entre os entrevistados, 39% eram turistas internos, provenientes de outros municípios capixabas, enquanto 60% vieram de outros estados e cerca de 1,1% eram estrangeiros. A expressiva participação de visitantes de fora do estado é especialmente relevante para a economia capixaba, uma vez que representa a entrada de recursos externos e amplia o potencial de geração de renda a partir da atividade turística.

Entre os turistas provenientes de outras unidades da federação, foram identificadas

origens em 20 estados, com forte concentração na região Sudeste. Minas Gerais foi o principal mercado emissor, respondendo por 34,1% do total de turistas entrevistados, seguido pelo Rio de Janeiro, com 11,4%, e São Paulo, com 5,9%. A participação mineira merece destaque, pois representa mais da metade dos turistas não residentes no Espírito Santo identificados pela pesquisa, reforçando a importância desse mercado para o turismo capixaba durante o inverno.

A relevância de Minas Gerais também se evidencia na análise por município de origem. Belo Horizonte foi a principal cidade emissora de turistas para o inverno capixaba, considerando tanto os visitantes de outros estados quanto os provenientes do próprio Espírito Santo, respondendo por 9% do total de entrevistados. Entre as demais cidades de origem de fora do estado, destacaram-se Campos dos Goytacazes, com 3,2%, Rio de Janeiro, com 2,8%, Governador Valadares, com 2,6%, Juiz de Fora, com 2,2%, e São Paulo, com 2,0%. Esses resultados evidenciam a forte influência dos grandes centros urbanos e das cidades próximas ao Espírito Santo na formação da demanda turística durante a temporada de inverno.

Origem dos Turistas no Espírito Santo – Temporada de Inverno 2026

Estados	Representatividade
Espírito Santo	39,0%
Minas Gerais	34,1%
Rio de Janeiro	11,4%
São Paulo	5,9%
Bahia	2,3%
Rio Grande do Sul	1,1%
Goiás	1,0%
Santa Catarina	0,9%
Estrangeiro	1,1%
Outros	3,3%

Municípios	Representatividade
Belo Horizonte	9,0%
Vitória	5,9%
Cachoeiro de Itapemirim	5,3%
Vila Velha	4,8%
Campos dos Goytacazes	3,2%
Serra	3,2%
Rio de Janeiro	2,8%
Governador Valadares	2,6%
Juiz de Fora	2,2%
São Paulo	2,0%

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

No que se refere ao perfil dos visitantes, predominam pessoas casadas, que representam 55,8% do total, e adultos entre 35 e 59 anos, que correspondem a 55,3% dos entrevistados. Também se observa predominância do público feminino, responsável por 59,5% dos visitantes, além de uma elevada escolaridade, com 54,2% dos entrevistados possuindo ensino superior completo. Esse perfil indica que o turismo de inverno no Espírito Santo atrai majoritariamente um público adulto, casado e com maior nível de escolaridade, características que podem orientar estratégias de promoção e estruturação da oferta turística. Em geral, esse público tende a valorizar conforto, qualidade dos serviços e experiências que combinem descanso, gastronomia, cultura, natureza e lazer.

Em relação às motivações da viagem, o lazer e os passeios foram o principal motivo apontado pelos visitantes, mencionados por 76,8% dos entrevistados. Entre os fatores que influenciaram a escolha do destino, os atrativos naturais, como praias, rios, cachoeiras e montanhas, foram os mais citados, alcançando 48,1% das respostas. Os eventos e festas locais também tiveram participação relevante, sendo apontados por 11,8% dos turistas. Os resultados reforçam a importância da diversidade de atrativos naturais e da programação de eventos para a capacidade de atração dos destinos capixabas durante o inverno.

Quanto aos meios de transporte utilizados, o automóvel próprio foi predominante, sendo utilizado por 54,6% dos visitantes. O ônibus de linha respondeu por 12,9% dos deslocamentos, enquanto o transporte aéreo foi utilizado por 12,5% dos turistas. Os dados mostram que, embora a movimenta-

ção aérea venha apresentando crescimento e tenha papel importante na chegada de visitantes provenientes de regiões mais distantes, o transporte terrestre permanece como o principal meio de acesso aos destinos turísticos do Espírito Santo, especialmente para os mercados emissores mais próximos.

A pesquisa também evidencia um elevado grau de recorrência dos visitantes. Apenas 26,7% dos turistas estavam visitando o destino pela primeira vez, indicando que aproximadamente três em cada quatro entrevistados já haviam estado anteriormente no local. Além disso, 25,5% afirmaram visitar o destino mais de duas vezes por ano. A elevada taxa de retorno sugere um importante nível de fidelização dos visitantes e indica que os destinos conseguem proporcionar experiências capazes de estimular novas viagens. Essa recorrência é relevante para a sustentabilidade da atividade turística, pois contribui para a formação de uma demanda mais estável e favorece a divulgação espontânea dos destinos, ampliando seu alcance entre potenciais visitantes.

Em relação aos gastos, o Gasto Médio Individual Diário (GMDI) foi de R\$ 190. A Hospedagem concentrou a maior parcela das despesas, com gasto médio de R\$ 1.270 por visitante. Entre os meios de acomodação, 24,1% dos turistas utilizaram apartamentos ou casas alugadas, como imóveis ofertados por plataformas de locação, enquanto 16,6% ficaram em hotéis e 16,5% em pousadas. Por outro lado, 35,3% dos visitantes se hospedaram em casas de parentes ou amigos ou em imóveis próprios, não utilizando serviços formais de hospedagem.

A alimentação também representou uma parcela importante dos gastos, com média de R\$ 973 por visitante. Além disso, 84,9% dos turistas afirmaram ter consumido em bares, restaurantes, cafeterias, sorveterias e outros estabelecimentos do segmento. O resultado evidencia a importância da gastronomia para a experiência turística e seu potencial de geração de receitas para os negócios locais, especialmente nos municípios que recebem maior fluxo de visitantes durante a temporada de inverno.

Outras despesas relevantes foram registradas em Transporte, com gasto médio de R\$ 286 por visitante, incluindo passagens, aluguel de veículos e combustíveis, e em Passeios e Serviços Turísticos, que alcançaram R\$ 455 por visitante e incluem atividades

como contratação de guias e aquisição de ingressos para atrações culturais.

As Compras também apresentaram participação significativa, com gasto médio de R\$ 351 por visitante. Cerca de 47,5% dos turistas afirmaram ter adquirido souvenirs ou lembranças durante a viagem. Dessa forma, quase metade dos visitantes realizou algum tipo de compra, indicando uma propensão relevante ao consumo de produtos locais durante a temporada de inverno. Esse comportamento contribui para ampliar os efeitos econômicos do turismo sobre o comércio, beneficiando estabelecimentos que comercializam artesanato, produtos típicos, alimentos, bebidas e outros itens associados à identidade dos destinos capixabas.

Gastos dos Turistas no Espírito Santo

Tipo de Gasto	Valor
Transporte	R\$ 286
Hospedagem	R\$ 1.270
Alimentação	R\$ 973
Passeios e Serviços	R\$ 455
Compras	R\$ 351
GMDI*	R\$ 190

Fonte: Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista – Temporada de Inverno 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 as notas concentradas entre as classificações “ótimo” e “bom”, indicando um elevado nível de satisfação dos turistas.

Entre os principais destaques estão a Gastronomia Capixaba, que apresentou 93,3% de avaliações positivas e nota média de 4,4, em uma escala de 1 a 5, seguida pela Segurança Pública, com 91,6% de avaliações positivas e nota média de 4,4. A Hospitalidade Capixaba alcançou 88,3% de avaliações positivas, com nota média de 4,3, enquanto a Limpeza Pública registrou 86,8%, com nota média de

4,2. Os resultados evidenciam a percepção favorável dos visitantes sobre diferentes elementos que compõem a experiência turística no estado, especialmente aqueles relacionados à qualidade dos serviços e à receptividade encontrada nos destinos.

Outros aspectos também apresentaram avaliações positivas, embora com maior espaço para aprimoramento. A Sinalização Turística foi considerada positiva por 80,4% dos entrevistados, enquanto os serviços de Táxi e Aplicativos de Transporte alcançaram 76,9%. Esses resultados indicam que, apesar da avaliação favorável, questões relacionadas à mobilidade e à orientação dos visitantes dentro dos destinos ainda representam oportunidades de melhoria na infraestrutura

e nos serviços turísticos.

A percepção geral da viagem também foi bastante positiva. 99,1% dos visitantes afirmaram que recomendariam o destino, enquanto 92% declararam que a viagem atendeu ou superou suas expectativas. Esses indicadores demonstram elevado nível de satisfação e reforçam o potencial de fidelização dos turistas, uma vez que experiências positivas favorecem tanto a intenção de retorno quanto a recomendação espontânea do destino. Esse resultado contribui para fortalecer a imagem do Espírito Santo como destino turístico e evidencia a importância do turismo de inverno como um dos diferenciais do estado na atração e retenção de visitantes.

Percepção do Turista na Temporada de Inverno no Espírito Santo

Categoria	Avaliação positiva	Avaliação (média)*
Gastronomia Capixaba	93,3%	4,4
Segurança Pública	91,6%	4,4
Hospitalidade Capixaba	88,3%	4,3
Limpeza Pública	86,8%	4,2
Sinalização Turística	80,4%	4
Taxi/Aplicativo	76,9%	3,9
Recomenda o Destino	99,1%	
Viagem Correspondeu às Expectativas	92,0%	

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

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



Notas

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 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).

¹Disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/perfil-do-turista-2>

²Municípios em que foram realizadas as entrevistas: Anchieta, Conceição da Barra, Divino de São Lourenço, Domingos Martins, Dorcas do Rio Preto, Guarapari, Itapemirim, Maratáizes, Piúma, Santa Teresa, São Mateus, Serra, Venda Nova do Imigrante, Vila Velha e Vitória.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | **Diretor Interino Sesc-ES:** Richardson Schmittel | **Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel | **Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa | **Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Marcus Magalhães | **Equipe Connect Fecomércio-ES:** André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Paulo Rody : Mateus Haddad | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br