

TURISMO NO ESPÍRITO SANTO TEVE LEVE QUEDA EM MARÇO

Desempenho no primeiro trimestre
é inferior a 2023

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Felipe Montini.

Por meio da análise do Índice de Atividades Turísticas (IATUR), 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

Conforme os dados do Índice de Atividades Turísticas (IATUR)¹ do mês de março, **o volume de atividades turísticas no Espírito Santo teve uma leve queda de 0,9% em relação ao mês de fevereiro, após dois meses de alta.** Enquanto que o turismo no Brasil apresentou relativa estabilidade, com um aumento sutil de 0,2% em relação ao mês anterior.

Já em relação a março de 2023, o turismo no Brasil apresentou um leve aumento de 0,5% no volume de atividades turísticas. **Por outro lado, observou-se uma queda de 12,5% nas atividades turísticas capixabas em relação ao ano anterior,** o que já havia ocorrido nos meses janeiro e fevereiro, em que, apesar das variações mensais positivas, o turismo apresentou um desempenho inferior em comparação com 2023.

Quanto ao 1º trimestre, observa-se que o desempenho do turismo no verão de 2024, considerando os meses de janeiro, fevereiro e março, foi abaixo do observado em 2023. Assim, em relação ao primeiro trimestre de 2023, o turismo capixaba apresentou uma queda de 11,1% no volume das atividades turísticas.

Varição do IATUR (%) – Comparação Brasil e Espírito Santo

Atividades Turísticas	Mar/24 x Fev/24	Mar/24 x Mar/23	1º Tri/24 x 1º Tri/23
Espírito Santo	-0,9	-12,5	-11,1
Brasil	0,2	0,5	0,4



Já no Brasil, o turismo apresentou relativa estabilidade no verão, com um leve incremento de 0,4%. Por outro lado, os três estados vizinhos, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia, apresentaram os melhores desempenhos do país, com destaques para o forte crescimento das atividades turísticas na Bahia (7,3%) e em Minas Gerais (7%).

Varição do IATUR em relação ao mesmo trimestre do ano anterior (%)

Ranking	Estados	1º Tri/24 x 1º Tri/23
1º	Bahia	7,3
2º	Minas Gerais	7
3º	Rio de Janeiro	4,8
4º	Pernambuco	4,4
5º	Santa Catarina	3,6
6º	Paraná	2,7
7º	São Paulo	-0,8
8º	Rio Grande do Sul	-3,4
9º	Ceará	-6
10º	Distrito Federal	-7,8
11º	Goiás	-8,8
12º	Espírito Santo	-11,1
-	Brasil	0,4

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

Um dos pontos a se destacar é o custo dos produtos turísticos. No mês de março, houve uma diminuição de preços dos produtos turísticos. Já no acumulado do ano, o IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) na Grande Vitória está abaixo do IPCA nacional. Dentre os produtos turísticos, os preços das hospedagens permanecem com um aumento no ano (4,5%), porém, já observando uma tendência de queda, com uma redução de 0,31% no mês de março.

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

Produtos Turísticos	Março 2024		Acumulado 2024	
	Grande Vitória	Brasil	Grande Vitória	Brasil
Alimentação fora do domicílio	0,5	0,35	1,7	1,1
Ônibus interestadual	-1,08	0,17	1,3	1,4
Passagem aérea	-16,78	-9,14	-42,5	-31,2
Hospedagem	-0,31	0,76	4,5	0,8
Pacote turístico	-2,31	-4,63	-7,5	-6,4
Geral	0,05	0,16	1,1	1,4

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

O que está acontecendo?

Os dados do Índice de Atividades Turísticas (IATUR) no primeiro trimestre de 2024 revelaram um desempenho abaixo do turismo capixaba em relação ao verão de 2023. Com a leve queda no mês de março em relação a fevereiro, a queda acumulada no ano foi de 11,1%.

Além da queda observada no estado, os seus três estados vizinhos, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia, obtiveram aumentos em suas atividades turísticas em relação ao verão de 2023. Dessa forma, o turismo capixaba pode ter enfrentado uma concorrência geográfica direta, sendo que os estados vizinhos já apresentam produtos turísticos nacionalmente consolidados, e estão entre os principais destinos turísticos do Brasil.

O setor turístico tem sido tratado como um setor prioritário para o Governo do Estado de Espírito Santo. A iniciativa “Turismo como alavanca da transformação territorial”, que é uma realização do Sebrae, Senar, Senac, Câmara Empresarial do Turismo (Fecomércio-ES) e Governo do Estado, por meio da Secretaria de Turismo (Setur), e vem sendo apresentada para diversos segmentos, e mostrando o esforço estratégico das entidades e a alocação dos recursos financeiros para fortalecer o turismo no estado.

Além disso, a Setur lançou recentemente o novo Mapa do Turismo Capixaba 2024, que contempla 61 municípios, e se trata de um instrumento fundamental para a estruturação e o desenvolvimento do setor turístico no Espírito Santo. O novo mapa do turismo do estado traz novos critérios de inserção, como a presença obrigatória de um órgão municipal de turismo, a existência de um conselho municipal de turismo, e a destinação de orçamento para o fomento do setor. Também foi aumentado o número mínimo de estabelecimentos regulares no Cadastur, de três para cinco, o que reflete a necessidade de maior profissionalização e qualidade na oferta dos serviços turísticos. Ainda, estar inserido no mapa reflete tanto a estruturação mínima de gestão voltada para o turismo, quanto a possibilidade de participar em projetos e programas da Setur nas áreas de promoção, infraestrutura e qualificação.

O desempenho do turismo capixaba e de seus vizinhos, no início de 2024, indica um cenário desafiador para o setor turístico capixaba. Tal desafio é evidenciado principalmente pela necessidade de posicionar e divulgar o Espírito Santo como um destino atraente para turistas do Brasil e do mundo. Apesar do grande desafio, a priorização do setor no âmbito do governo estadual, e o esforço integrado de diversas organizações do estado, são extremamente importantes para o fortalecimento do setor e a promoção do turismo no estado, na busca para torná-lo mais competitivo no longo prazo.

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 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).

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: Ana Carolina Júlio : Reveni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Wendel Alexandre I Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br