

Turismo capixaba teve aumento de 2,1% em abril de 2024

Ainda assim, o volume de atividades turísticas foi 9,7% inferior ao observado em abril de 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 abril, mês em que ocorreu a tradicional Festa da Penha, em Vila Velha, **o volume de atividades turísticas no Espírito Santo teve um aumento de 2,1% em relação a março**. O crescimento do turismo capixaba foi levemente inferior ao registrado no Brasil como um todo, que foi de 2,3%.

Apesar do aumento em relação a março, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo em abril foi 9,7% inferior ao observado em abril de 2023. Já o turismo no Brasil apresentou crescimento de 4,5% nesse período.

O desempenho do turismo capixaba em 2024 foi inferior ao observado em 2023 nos quatro primeiros meses do ano. **A queda acumulada no ano, até o mês de abril, é de 11% considerando o mesmo período do ano anterior**. Por outro lado, o volume de atividades turísticas no Brasil teve um leve crescimento de 1,4% no período.



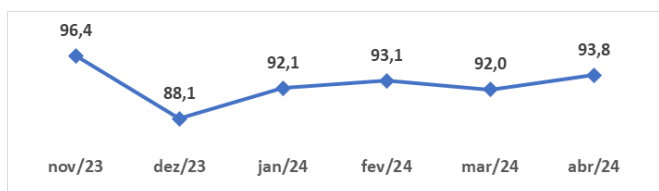
Varição do IATUR (%) – Comparação Brasil e Espírito Santo

Atividades	Abr/24 x Mar/24	Abr/24 x Abr/23	Acumulado no Ano
Espírito Santo	2,1	-9,7	-11
Brasil	2,3	4,5	1,4

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

Apesar do desempenho inferior quando comparado a 2023, em abril, o IATUR registrou o maior patamar no ano, sendo o melhor desempenho das atividades turísticas do Espírito Santo desde novembro.

Índice de Atividades Turísticas (IATUR) com ajuste sazonal



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

Com exceção dos anos de 2022 e 2023, o turismo capixaba teve o melhor mês de abril desde 2015. Ainda, o volume de atividades turísticas foi 7,9% superior ao observado em abril de 2019, indicando que o desempenho do turismo no mês em 2024 foi acima dos níveis pré-pandemia de Covid-19.

Em 2024, também ocorreu uma estabilização no nível de preços dos produtos turísticos no Espírito Santo. Observou-se grandes reduções nos preços das passagens aéreas (-44,64%) e dos pacotes turísticos (-11,42%). No mês de abril, três dos cinco produtos turísticos analisados apresentaram queda no IPCA, enquanto a Alimentação fora do domicílio apresentou estabilidade (0,04) em relação a março. **No geral, os níveis de preços na Grande Vitória estão menores que os observados no Brasil em 2024.**

Índice de Atividades Turísticas (IATUR) com ajuste sazonal

Produto	Abril 2024		Acumulado 2024	
	Grande Vitória	Brasil	Grande Vitória	Brasil
Alimentação fora do domicílio	0,04	0,39	1,7	1,48
Ônibus interestadual	-0,21	0,41	1,13	1,81
Passagem aérea	-3,65	-12,09	-44,64	-39,53
Hospedagem	1,94	0,75	6,51	1,6
Pacote turístico	-4,26	-2,09	-11,42	-8,39
Geral	0,43	0,38	1,57	1,8

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

O que está acontecendo?

Os dados do Índice de Atividades Turísticas (IATUR) em abril de 2024 revelaram um aumento no volume das atividades turísticas no Espírito Santo, após a queda registrada em março. Além disso, o IATUR em abril atingiu o maior patamar no ano, com o melhor desempenho no turismo desde novembro de 2023.

Apesar disso, o volume de atividades turísticas em abril foi inferior aos observados no mesmo mês em 2022 e 2023. Esses dois anos se destacaram pelo aumento expressivo do consumo e do turismo, ocasionados pela retomada das atividades econômicas após as medidas restritivas, e de circulação de pessoas, ocorridas em função da pandemia de Covid-19. A liberação da circulação de pessoas, a reabertura dos estabelecimentos, e a volta dos encontros presenciais fez com que ocorresse uma expansão no consumo em bares e restaurantes, assim como a retomada da possibilidade da realização de viagens, que fortaleceram muito o turismo interno capixaba.

Em 2023, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo foi o maior desde 2015. Dessa forma, apesar do desempenho em 2024 ser inferior aos últimos dois anos (2022 e 2023), o volume de atividades turísticas em abril está em um patamar superior aos níveis pré-pandemia.

Quanto ao aumento no volume das atividades turísticas em abril, é importante destacar que, nesta mesma época, ocorreu a tradicional Festa da Penha, em Vila Velha, um dos principais eventos do turismo religioso e cultural do estado. Segundo os organizadores, cerca de 2,7 milhões de pessoas participaram do evento. Assim, o evento pode ter contribuído para o desempenho da atividade turística no estado no mês de abril, trazendo turistas de diversos estados do Brasil, aumentando o consumo dos produtos turísticos.

A divulgação gerada pela Festa da Penha pode contribuir para posicionar o estado do Espírito Santo como um destino turístico atraente para visitantes do Brasil e do mundo.

Por fim, a estabilização dos preços dos produtos turísticos, no ano de 2024, pode promover um aumento do consumo dos produtos turísticos no estado, principalmente os relacionados a alimentação fora do lar, em bares, restaurantes, cafeterias entre outros. Tais fatores podem favorecer o início de uma retomada do crescimento da atividade turística no estado nos próximos meses.

Além disso, o evento permite que diversas pessoas venham e conheçam o Espírito Santo, a sua cultura, a sua culinária, as suas belezas naturais, e a sua infraestrutura turística. Dessa forma, a Festa da Penha pode atuar como um forte elemento de divulgação do estado em âmbito nacional, tanto em termos midiáticos quanto de divulgação espontânea por parte dos próprios visitantes, que compartilham com outras pessoas sua experiência ao visitarem o estado.



Opinião do Empresariado Capixaba:

Segundo Valdeir Nunes dos Santos, Diretor Presidente das Montanhas Capixabas Convention & Visitors Bureau e Proprietário do China Park:

“O ano de 2023 foi muito bom, foi um ano diferente. Nós ainda estamos com ganho em relação a 2019, antes da pandemia. Mas, de qualquer maneira, o ano de 2023 realmente foi melhor. Ainda estamos em crescimento, mas está aquém do que aconteceu em 2023.

A nossa expectativa para o inverno é muito boa, as montanhas em geral dependem muito do inverno. Os fatores climáticos influenciam, se não chover muito, pois isso atrapalha, se continuar o que estamos vendo hoje, o clima está muito bom, e teremos um inverno muito bom.

Considerando as montanhas capixabas o melhor mês é o mês de julho. A partir de junho todos os restaurantes começam a abrir mais cedo, a movimentação é maior nos meses de junho, julho e agosto, que são os três melhores meses de maneira geral para as montanhas capixabas. A não ser para as empresas que trabalham com lazer, que buscam as famílias, e o movimento é bom todo ano.

O turismo de experiência está crescendo, com a cervejaria, o agroturismo e agora com os balões em Pedra Azul, que tem sido o maior atrativo, a gente espera que essa experiência seja positiva. O ruim é que aqui muitas pessoas pensam que a gente só vive no inverno, mas nós vivemos no ano todo. As pessoas vêm para cá e só querem abrir o restaurante no inverno.

Nós queremos que as pessoas venham para cá e passem ter a experiência geral, todos os dias, porque através disso trazemos o turista de fora. Se os restaurantes não acreditarem que tem que abrir todos os dias, nós sempre vamos estar com o turismo regional.

Estamos trabalhando com a Fecomércio e o Sebrae para divulgarmos o turismo a nível nacional, não podemos ficar divulgando empresas que abrem apenas aos sábados e domingos. Pois o turista que vem de fora vai ficar aonde durante a semana? Aos sábados e domingos, as montanhas capixabas já, de maneira geral, estão ocupadas, estão lotadas. Com isso vem o turista de fora para se hospedar e os preços estão lá em cima, ele não vai voltar mais. Queremos o turista nas montanhas de segunda, terça, quarta, quinta e sexta. Se queremos turistas a nível nacional, nós temos que estar com o nosso empreendimento funcionando todos os dias.

De maneira geral as pessoas reclamam muito do valor das montanhas. Por que reclamam? Porque o hotel, ou o restaurante, trabalha apenas sexta, sábado e domingo, muitas vezes dois dias só. Mas o funcionário recebe 30 dias. Assim eles precisam compensar isso tudo em dois dias.

Quando o hotel passa a funcionar todos os dias ele dilui os custos e com isso vai ficar mais barato para o cliente. Por isso é importante trazermos o turista de fora para que possamos ter ocupação. Nós do China Park por exemplo, se nós estivéssemos trabalhando só no final de semana, nossa diária teria que ser o dobro do que está hoje. O nosso maior faturamento já não está mais no final de semana, mas sim, no meio da semana. Nós trabalhamos para isso e fazemos com que tudo funcione todos os dias. O hotel, para fazer isso, ele tem que bancar o início, porque para começar vai dar prejuízo. Então é isso que o empresário tem que ver, porque no início não é fácil mesmo não, passamos muita dificuldade para termos esse ritmo de abertura, de nunca fechar. “

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 : Reviene C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br