



ANUÁRIO ESTATÍSTICO 2016



PREFEITURA DE  
VITÓRIA







# Expediente

## **Prefeito de Vitória**

Luciano Rezende

## **Vice-prefeito de Vitória**

Waguinho Ito

## **Secretário Municipal de Turismo, Trabalho e Renda**

Leonardo Caetano Krohling

## **Subsecretário Municipal de Turismo**

Felipe Ramaldes Correa

## **Gerente de Desenvolvimento do Turismo**

Naone Garcia

## **Coordenador do Observatório do Turismo**

Laurent Rassi

## **Estagiários**

Diana Silva, Eliane Agostinho, Gleice Kelly Dias,  
Helivelton Morozesky, Joelson Thomazelli, Juliana Lima, Juliani Fernandes,  
Kamila Simões, Kristhyan Bassani, Wanderley Tenente, Willyan Bayerl, Rafael Machado.

# Créditos

## **Fotos**

André Sobral, Diego Alves, Elizabeth Nader, Leonardo Silveira e Arquivo PMV

## **Ícones**

Freepik - [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

## **Dados**

ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

Contermi SA

Ecooutdoor

FOHB - Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil

Infraero

Instituto Goia

Milanez & Milaneze S/A

Ministério do Trabalho

Ministério do Turismo

Parque Botânico Vale

Poltrona 1 Pesca Oceânica

Projeto Tamar

SEMFA - Secretaria Municipal da Fazenda

SEMTTRE - Secretaria Municipal de Turismo, Trabalho e Renda

SETUR - Secretaria de Estado do Turismo

UNWTO - World Tourism Organization



# Mensagem Secretário de Turismo, Trabalho e Renda

Caro leitor,

A atividade Turística na nossa linda capital capixaba, Vitória, é encarada pela atual gestão como um importante fator de geração de negócios, que ficou explícito após a fusão promovida pelo prefeito entre as secretarias de Trabalho e Geração de Renda com a de Turismo, formando assim a Secretaria Municipal de Turismo Trabalho e Renda (SEMTTRE). É importante pontuarmos este marco da visão de quanto o Turismo é importante e que pode ser o maior propulsor da economia da capital a longo prazo.

A intenção da administração é fortalecer a parceria com as entidades de todo o trade turístico, que é de suma importância para que os dados continuem sendo medidos, fortalecer e consolidar Vitória como um destino de Turismo de Lazer, buscando identificar, fomentar e incentivar o desenvolvimento de atrações e produtos turísticos que possam elevar a nossa captação neste segmento.

A publicação deste anuário é uma demonstração do trabalho profissional realizado pela SEMTTRE, cujos resultados são acompanhados pelo Ministério do Turismo, que a cada ano mede a evolução do setor através do Índice de Competitividade do Turismo Nacional, onde Vitória vem se destacando e ocupando patamares acima da média nacional, principalmente nos anos de 2013 e 2014 conforme os dados apresentados nas páginas seguintes deste anuário.

Realizar e não medir é não aproveitar ao máximo a realização de uma ação, medir e não publicitar segue na mesma lógica. Portanto essa é a importância deste material que é disponibilizado pela Prefeitura Municipal de Vitória.

Parabéns à equipe da SEMTTRE e de toda Prefeitura de Vitória por mais esta conquista e que esta publicação se multiplique e que a cada ano possamos, com muito trabalho e esforço, medir e compartilhar dados cada vez melhores sobre nossa querida capital.

**Leonardo Caetano Krohling**  
**Secretário Municipal de Turismo, Trabalho e Renda**



# Índice

1.	Turismo no Mundo	09
2.	Turismo no Brasil	10
3.	Turismo em Vitória	12
3.1	A Cidade de Vitória	12
3.2	Competitividade Turística	13
3.3	Economia do Turismo	15
3.4	Mercado de Trabalho no Turismo	16
3.5	Fluxo de Passageiros (Aeroporto e Rodoviária)	18
3.6	Meios de Hospedagem	19
3.7	Demanda Turística - Alta Temporada	22
3.8	Centros de Atendimento ao Turista (CAT)	25
3.9	Visitar (Centro Histórico)	26
3.10	Fim de Semana na Ilha	28
3.11	Pesca Oceânica	29
3.12	Parque Botânico e Tamar	30
3.13	Eventos	31
	ANEXO - Lista de Atividades Características do Turismo (ACT)	37





# 1. Turismo no Mundo

O Turismo é uma importante atividade geradora de emprego, renda e desenvolvimento no mundo, vem crescendo de forma contínua e experimentando profunda diversificação, sendo um dos setores econômicos que mais crescem no mundo. Segundo estimativas da Organização Mundial do Turismo (OMT), é responsável por 1 a cada 11 empregos, representa cerca de 10% do PIB mundial, 6% do comércio internacional, 30% de exportação de serviços. Além disso, o turismo internacional é a quarta atividade que mais gera ganhos com exportação, alcançando US\$ 1,4 trilhão em 2015. Fica atrás apenas da produção de combustíveis, produtos químicos e alimentos (Tourism Highlights, 2016).

Os números sobre chegada de turistas internacionais no mundo aponta o potencial de desenvolvimento do setor. Em 2015, cresceu 4,4%, superando mais um recorde, foram 1,184 bilhão de turistas internacionais, como pode ser verificado a seguir. A tendência de crescimento reforça a expectativa da OMT de 1,8 bilhão de turistas até 2030.

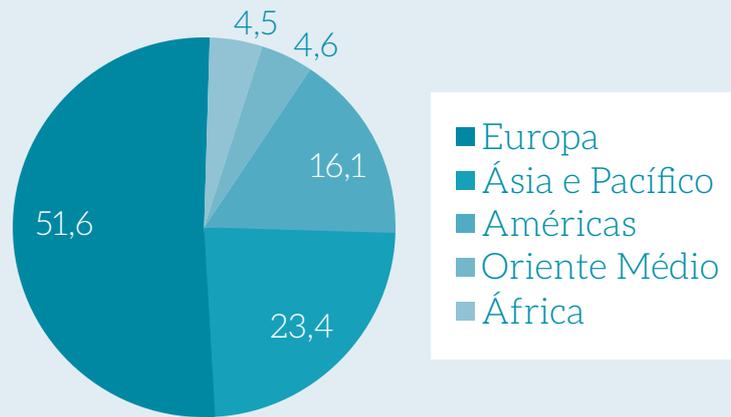
Entretanto, com relação à distribuição dos turistas por região, observa-se a concentração em economias mais desenvolvidas continuando com o padrão observado nos anos anteriores, como a Europa, por exemplo, que detém mais da metade desse fluxo turístico. Países como França, Estados Unidos e Espanha aparecem no topo do ranking receptivo, o Brasil encontra-se na 42ª posição, subindo 3 posições em relação a 2013, os dados consolidados são de 2014, ano em que o país sediou a Copa do Mundo.

Sabe-se que os motivadores dos fluxos turísticos são variados, incluindo distância, infraestrutura, acesso, condições econômicas/sociais, promoção/divulgação entre outros. Porém, esses dados mostram a oportunidade de crescimento nos destinos ainda poucos explorados fora do eixo Europa - América do Norte.

## Chegadas de Turistas Internacionais no Mundo, 2010 a 2015 (bilhões)



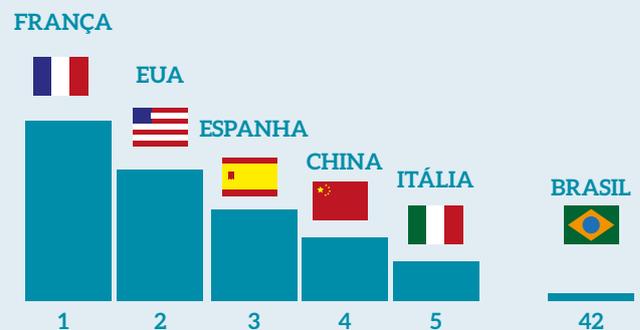
## Destino dos Turistas Internacionais, 2015 (%)



## Varição na Chegada de Turistas Internacionais no Mundo, 2010 a 2015

ANO	Var. Anual (%)	Var. 2010 - 2015 (%)
2010	-	
2011	5,1	
2012	4,1	
2013	4,7	32,9
2014	4,4	
2015	4,3	

## Ranking dos Principais Países Receptores, 2014



Fonte: World Tourism Organization (OMT), 2016. Ministério do Turismo (MTur), 2016.

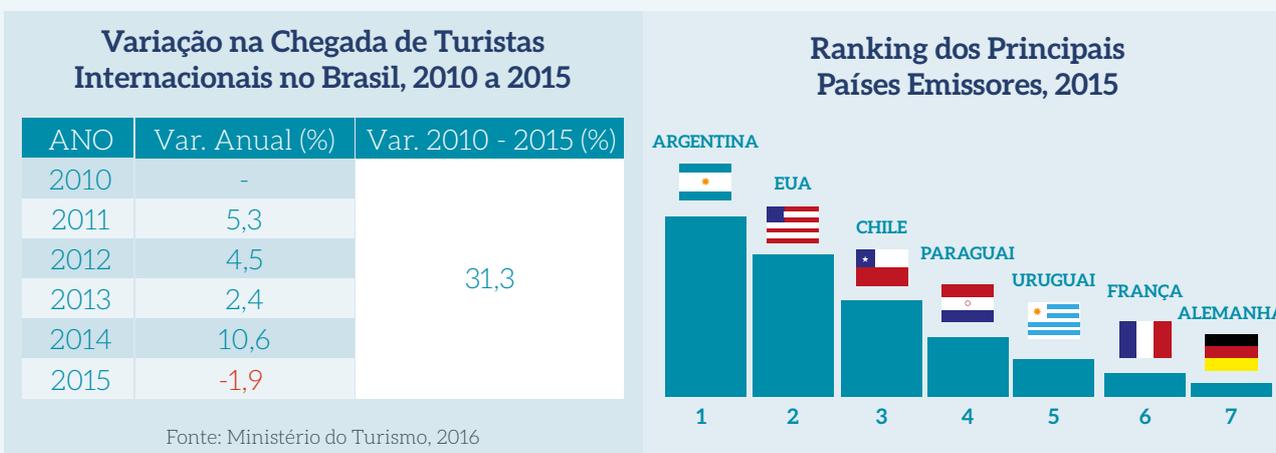
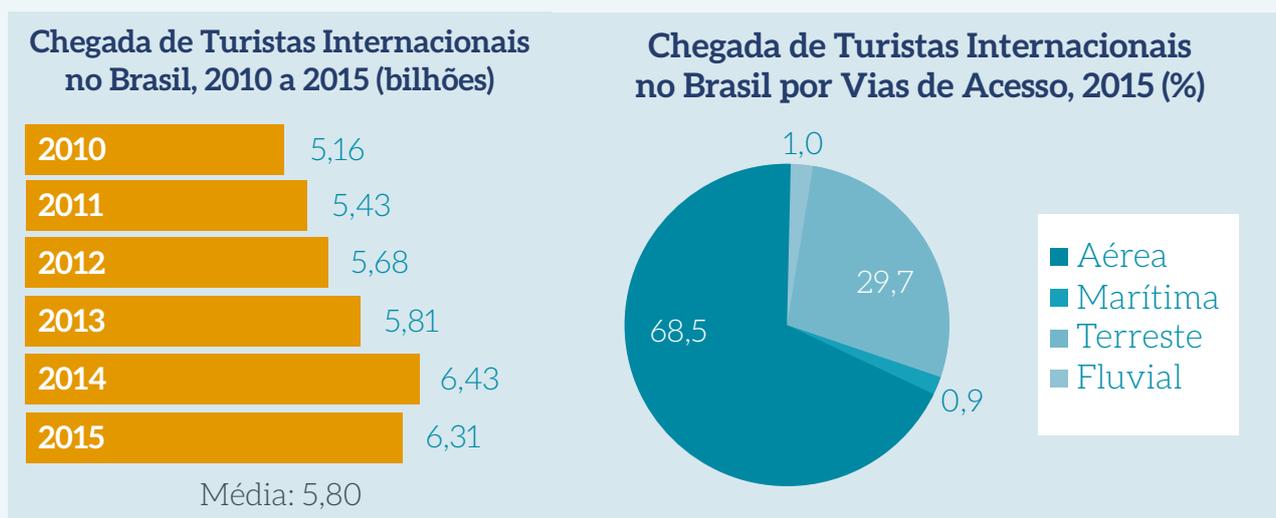


## 2. Turismo no Brasil

Apesar do turismo internacional ainda ser pouco representativo no Brasil (apenas 0,53% do fluxo mundial), existe um movimento de crescimento nos últimos anos, principalmente com o país sendo palco dos maiores eventos esportivos do planeta. Em 2015 atingiu a marca de 6,3 milhões de turistas, aumentando 31,3% desde 2010.

A via aérea destaca-se como principal modal logístico do setor, com 68,5% do fluxo, o que afirma a importância de investimento nos aeroportos do país, que vem sendo realizado nos últimos anos. Os países vizinhos que contribuem em peso com o envio de turistas para o Brasil, também tornam a via terrestre outra importante via de acesso com 29,7%.

Os principais emissores de turistas para o Brasil reforçam o fator proximidade (Argentina, Uruguai, Chile e Paraguai) e o fator relações econômicas (Estados Unidos e Alemanha), como pode ser observado a seguir.

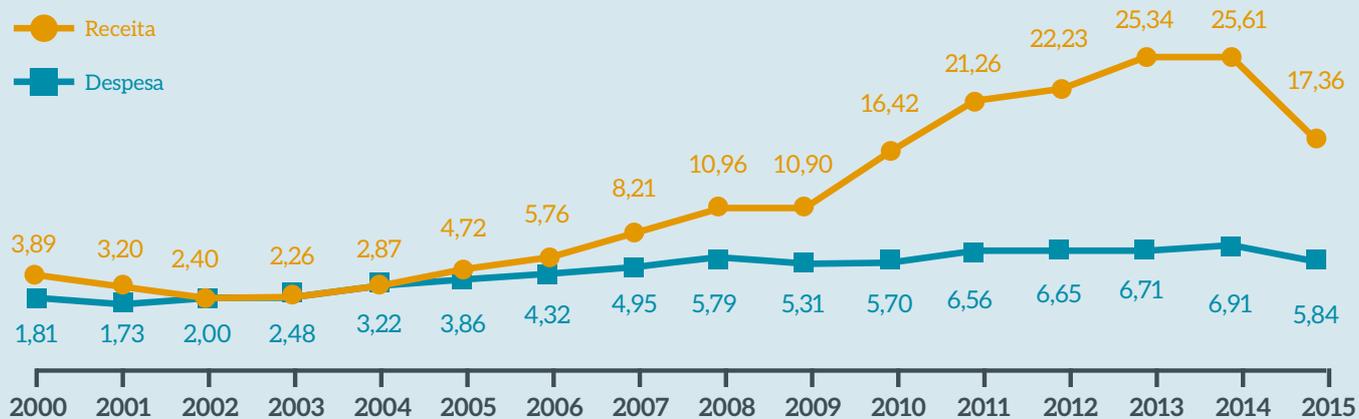


Os dados sobre receitas e despesas cambiais com o turismo revelam uma drástica queda do consumo de brasileiros no exterior em relação a 2014, a primeira queda de despesas desde 2009, fato que pode ser explicado pelo cenário econômico que atinge o país. Em 2015 as despesas



ainda foram maiores que a receita, mas com uma redução de 32,2% em relação a 2014, já a receita teve redução menor de 15,4%. São US\$ 17,36 bilhões em gastos contra US\$ 5,84 bilhões em receita. Embora houve uma queda, que pode ser explicada pelo cenário econômico, o Brasil ainda se caracteriza com um país mais emissor do que receptor de turistas.

Receita e Despesa Cambial Turística no Brasil, 2000 a 2015 (US\$ bilhões)



Fonte: Ministério do Turismo, 2016.

# 3. Turismo em Vitória

## 3.1 A Cidade de Vitória

Vitória é a capital do Espírito Santo, localizada na Região Metropolitana da Grande Vitória, que inclui os municípios Cariacica, Fundão, Guarapari, Serra, Vila Velha e Viana. Possui uma população estimada de 355 mil habitantes (IBGE, 2015), mas que dobra de tamanho durante o horário comercial.

Em termos econômicos, Vitória é responsável por cerca de 29% do PIB estadual, alcançando um PIB per capita de R\$ 86 mil/ano (IBGE, IJSN, 2012), o maior entre as capitais brasileiras. Além disso, registra o 4º melhor Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) no Brasil (ONU, 2014).

Apesar da queda na arrecadação que a administração municipal enfrenta, reflexo da redução no repasse do ICMS e do fim do Fundap, além da redução do ISS, Vitória mantém sua alta qualidade de vida e consolida-se como destino promissor para desenvolvimento turístico. O ambiente favorável na capital capixaba já foi reconhecido por diversas pesquisas conforme pode ser verificado a seguir:

### Reconhecimentos e Destaques sobre Vitória



2ª melhor cidade para se **viver** no litoral brasileiro.  
ONU, 2015



3ª melhor cidade para **criar e educar** os filhos no Brasil.  
EXAME - Delta Economics & Finance, 2015



1ª cidade com melhor **saúde** do Brasil.  
EXAME - Urban Systems, 2015



3ª melhor cidade do Brasil para **empreender**.  
Endeavor, 2015



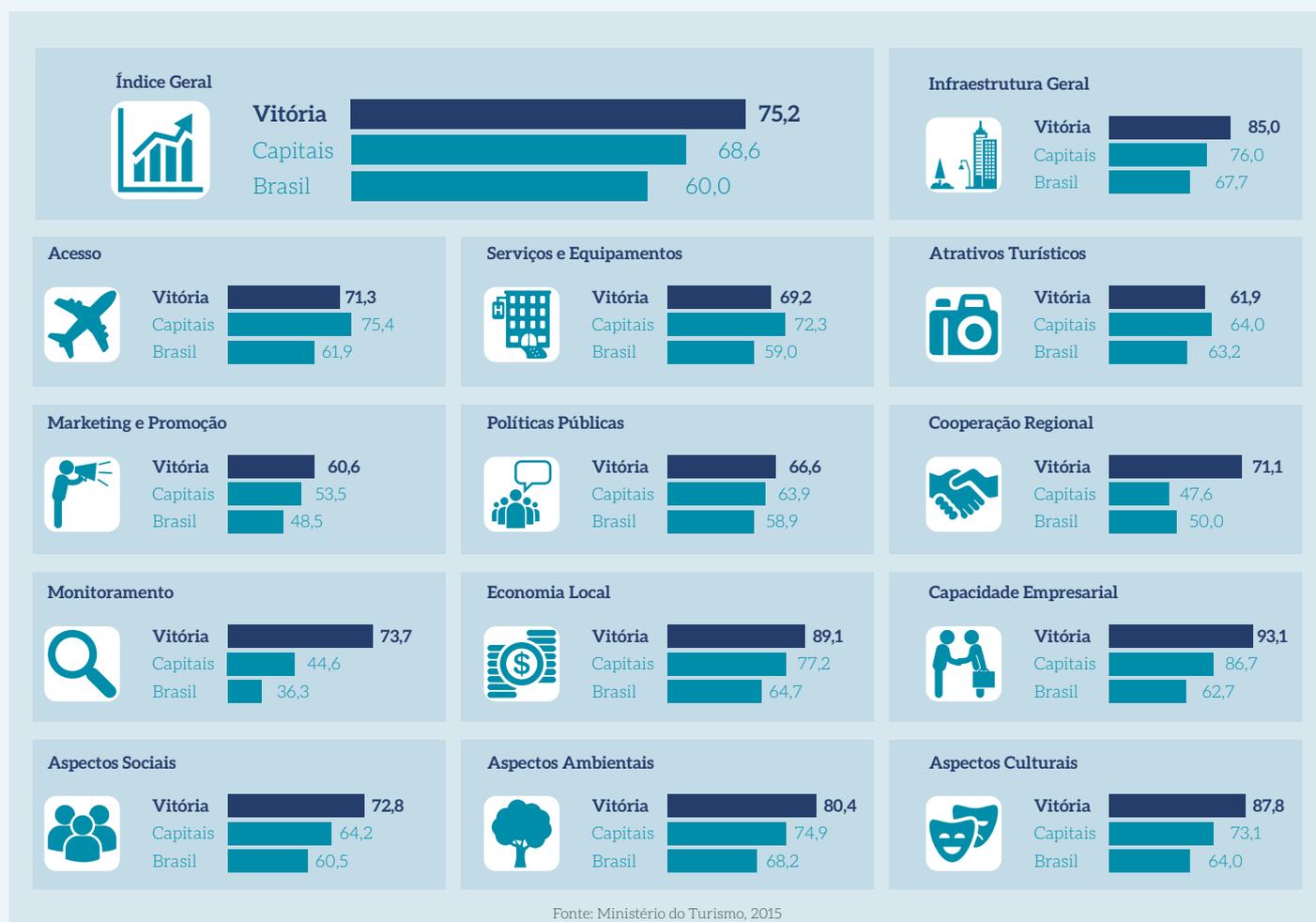
7ª melhor cidade para se **investir** nas Américas.  
Financial Times, 2015



2ª cidade mais **tecnológica** do Brasil.  
Consultoria Austin Ratings, 2015

## 3.2 Competitividade Turística

O Ministério do Turismo, o Sebrae e a Fundação Getúlio Vargas apuram anualmente o Índice de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico no Brasil. Vitória faz parte desse grupo, desempenhando um resultado superior à média das capitais e do país em 10 das 13 dimensões avaliadas. Nesta edição do estudo, Vitória subiu para a 10ª posição no índice geral entre todos os 65 destinos apurados.



Vitória é destaque em Capacidade Empresarial com um índice de 93,1, o seu maior índice das dimensões analisadas pelo estudo e o 7º maior dos 65 destinos indutores do turismo; também se destaca em Infraestrutura, sua melhor colocação, ficando em 3º; aspectos culturais, 4º; economia local, 4º; monitoramento, 7º; aspectos sociais, 7º; aspectos ambientais, 7º cooperação regional e 10ª colocação entre todos os destinos turísticos estudados. A dimensão que mais evoluiu foi Monitoramento, graças a ativação do Observatório do Turismo e um maior acompanhamento das estatísticas do turismo na cidade.

Os maiores desafios são em Marketing e promoção do destino, atrativos turísticos, políticas públicas, serviços e equipamentos turísticos. Apesar de ter sido relatada certa melhoria, ainda há pouca oferta de voos comerciais regulares a partir do Aeroporto Eurico de Aguiar Salles; o destino carece de produtos turísticos formatados, bem como opções de lazer e entretenimento, o que poderia ser feito com o intuito de aumentar a permanência média do turista, principalmente o de negócios; sendo importante ainda promover uma maior cooperação público-privada (e também entre o próprio trade turístico) para o desenvolvimento do setor.

Pesam contra Serviços e Equipamentos a ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro, e a cobertura da sinalização existente. Com relação aos Atrativos Turísticos, Vitória perde pela falta de estudo de impacto ambiental do turismo em atrativos naturais e de condições de acessibilidade no centro histórico.

Evolução do Índice de Competitividade Geral do Turismo, 2009 a 2015\*

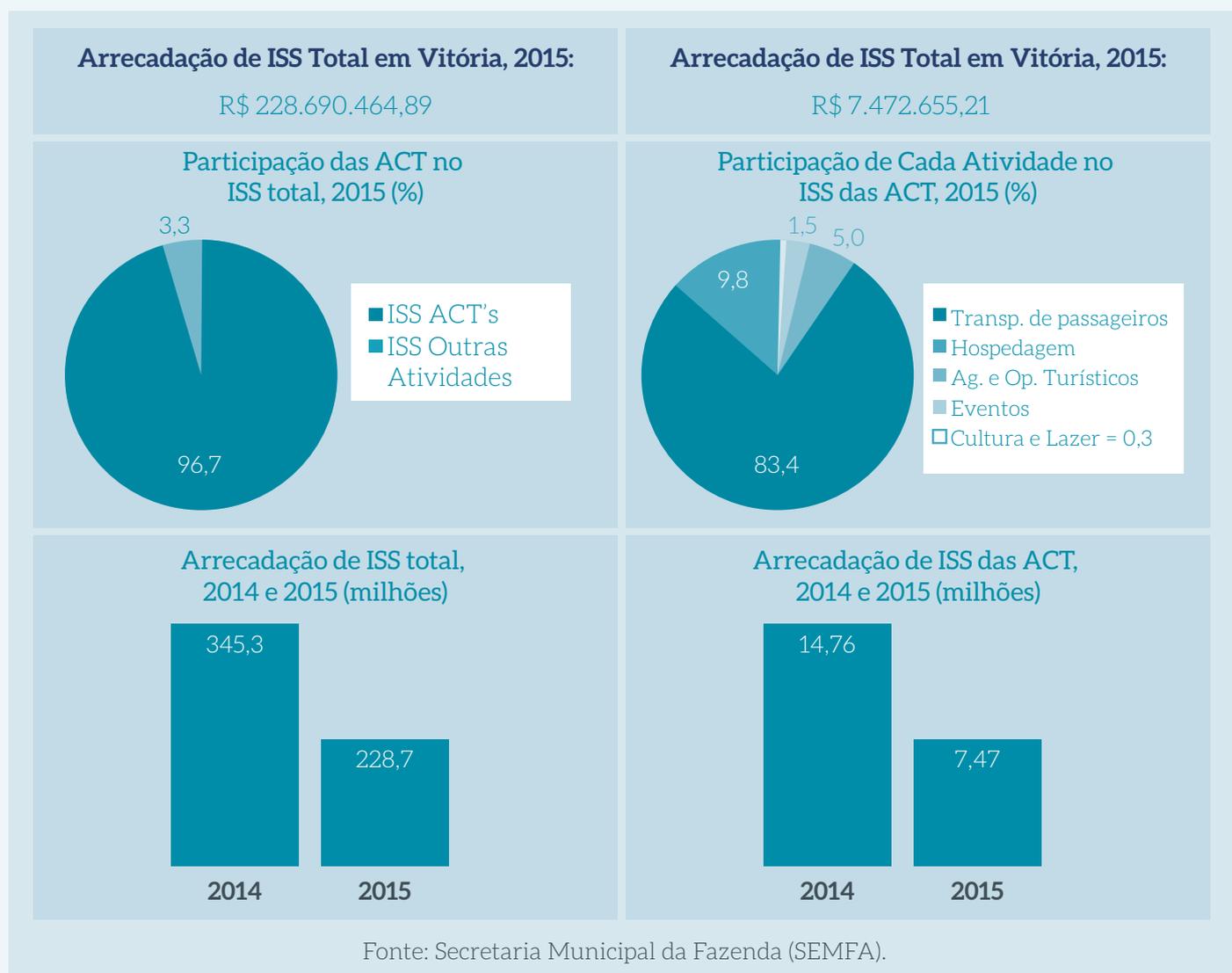


Fonte: Ministério do Turismo, 2015.  
\*Dados de 2012 não disponíveis.



### 3.3 Economia do Turismo

A medição do ISS (Imposto Sobre Serviços) indica o impacto que cada atividade econômica desempenha na cidade. No ano de 2015 houve uma queda acentuada na arrecadação desse imposto, em 2014 o município arrecadou um montante de R\$ 345.301.805,93, já em 2015 foram R\$ 228.690.464,89, uma queda de 33,7%. Já as Atividades Características do Turismo (ACT)<sup>1</sup> tiveram uma queda maior ainda, em 2014 foram R\$ 14.762.378,32 arrecadados, ante R\$ 7.472.655,21 em 2015, queda de 49,4%. Essas atividades características foram responsáveis por 3,3% da arrecadação total, queda de 1 ponto percentual em relação a 2014. A atividade que mais gerou o imposto foi de Hospedagem, seguida por Transporte de Passageiros, representando mais de 94,0% do total arrecadado pelas ACT.



<sup>1</sup> A lista com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) selecionada como Atividades Características do Turismo (ACT) está em anexo.

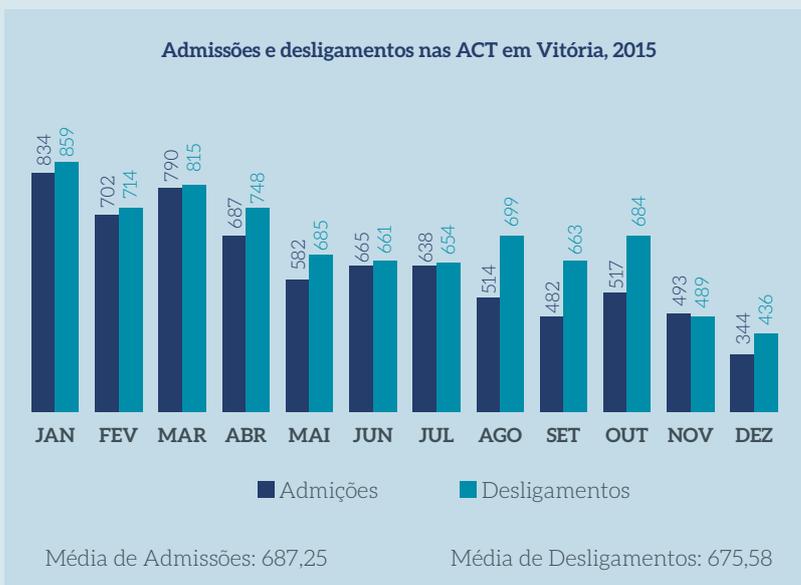
## 3.4 Mercado de Trabalho no Turismo

### Movimentações

Em Vitória houve um movimento de cerca de 15 mil trabalhadores ligados às Atividades Características do Turismo (ACT) no ano de 2015, o que representa cerca de 11,5% do estoque total de empregos na cidade. Esse número se refere ao fluxo da movimentação do emprego, ou seja, o número total de pessoas que entraram e saíram no mercado de trabalho ao longo do ano (admissões + desligamentos de cada mês), demonstra a capacidade empregatícia das ACT na cidade.

As ACT também foram atingidas com o momento ruim da economia brasileira. Em 2015 observou-se o pior resultado dos últimos 5 anos. O saldo entre admissões e desligamentos foi negativo em Vitória, registrando menos 859 postos de trabalho formal ao final do ano. Apenas nos meses de junho e novembro verificou-se saldo positivo, nos demais houve saldo negativo, sendo agosto e setembro os piores resultados, com saldo negativo de 185 e 181, respectivamente.

**15.355**  
movimento total  
de empregos  
nas ACT



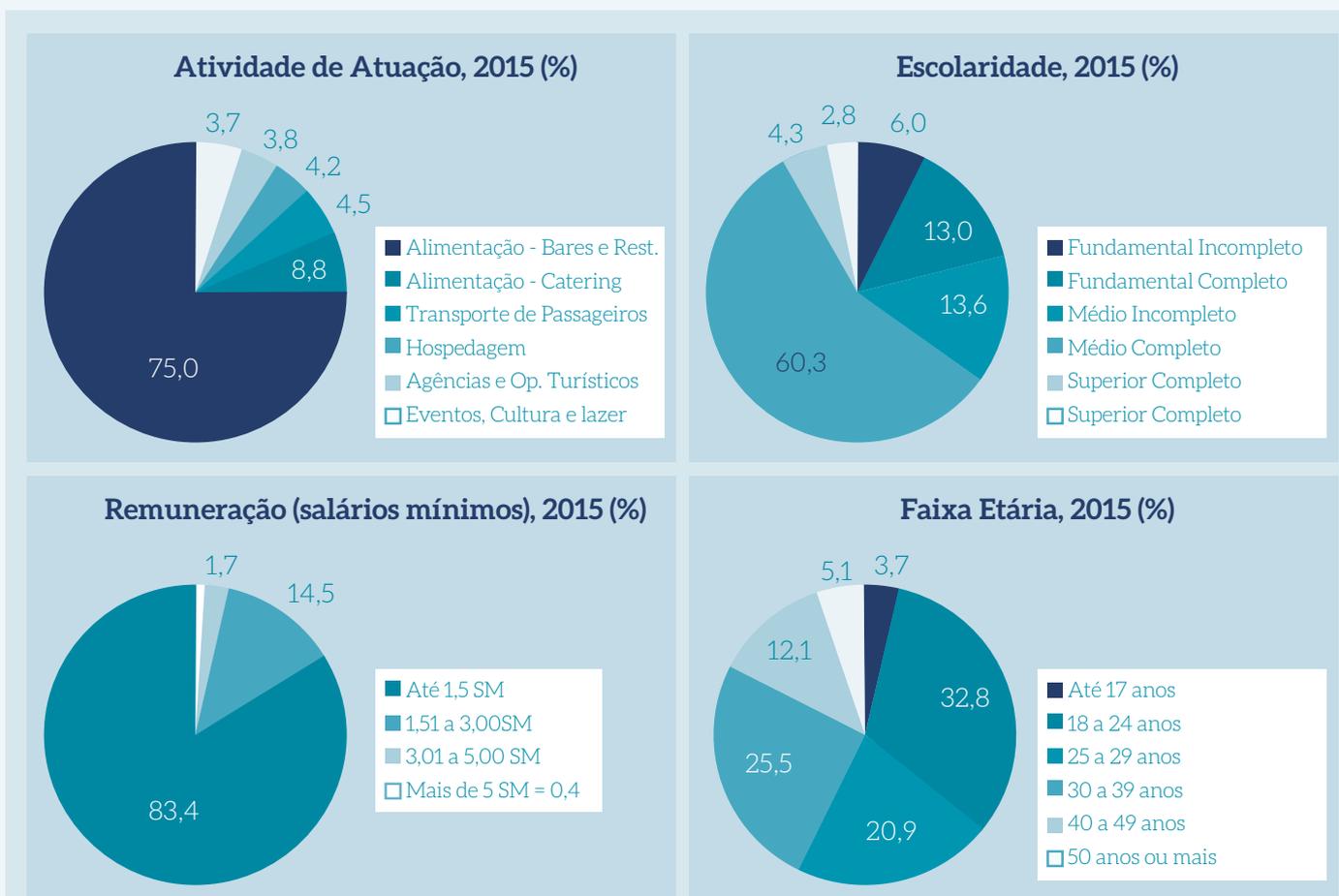
Fonte: Ministério do Trabalho - CAGED, 2016.



# Perfil do Trabalhador

Os dados sobre o perfil dos trabalhadores nas ACT de Vitória revelam que a alimentação é a atividade mais representativa. Bares, Restaurantes e Catering (serviços de fornecimento de refeições coletivas) representam juntos mais de 83% do total de empregos.

Profissionais com ensino médio completo representam 60,3% e apenas 4,5% possuem graduação completa. Com relação à faixa etária, verifica-se um perfil jovem. Cerca de 53% está entre 18 e 29 anos. Além disso, maior parte dos empregados ganha até 1,5 salário mínimo (83,4%), como pode ser observado nos gráficos a seguir.



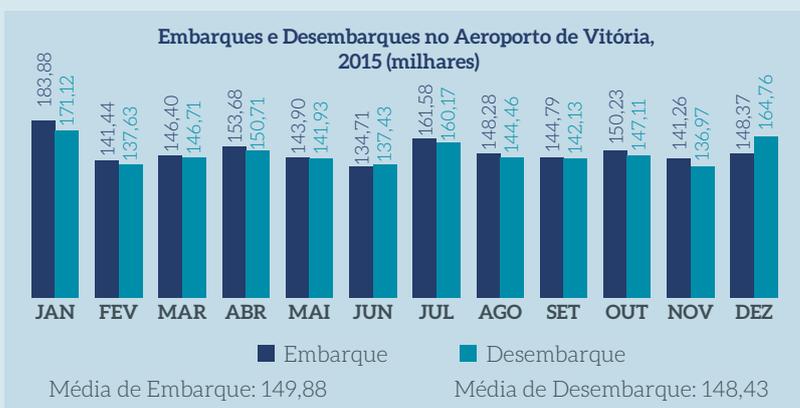
Fonte: Ministério do Trabalho - CAGED, 2016.

## 3.5 Fluxo de Passageiros (Aeroporto e Rodoviária)

### Aeroporto

O fluxo de passageiros no Aeroporto de Vitória cresceu em relação a 2014, com 3,58 milhões de embarques e desembarques em 2015. O volume evoluiu 35,3% no período de 2010 a 2015. Esse crescimento pode ser explicado em partes pelo aumento geral do número de passageiros no país e pelas reformas de infraestrutura realizadas em 2011. Enquanto que no Brasil houve uma queda de 0,2% de 2014 para 2015 do número total de desembarques (internacionais + domésticos), o que pode ser explicado pelo fato de em 2014 ter sido o ano da Copa do Mundo no país.

O volume mensal em 2015 apresenta uma variação ao longo do ano. O máximo do fluxo foi registrado em janeiro, com 183,88 mil embarques e 171,12 mil desembarques. O fluxo mínimo foi em junho, com 134,9 mil embarques e 137,43 mil desembarques.

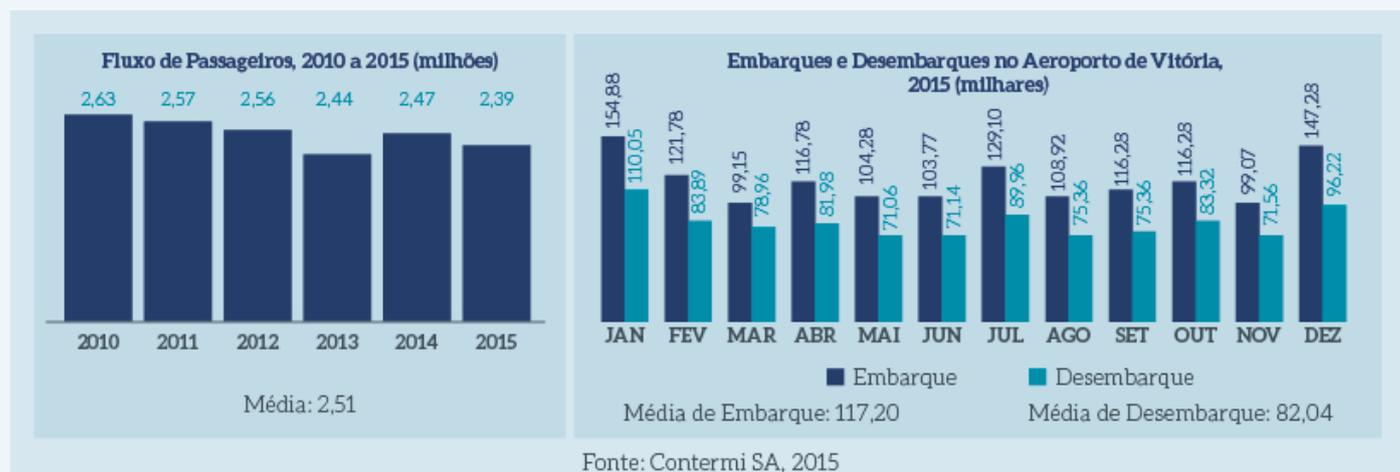


Fonte: Infraero, 2015

# Rodoviária

O movimento de passageiros entre 2014 e 2015, ao contrário do Aeroporto, diminuiu, um padrão que vem sendo observado nos últimos anos. 2,39 milhões de passageiros movimentaram a Rodoviária em 2015, queda de 3,3% em relação ao ano anterior.

Os dados mensais de 2015 revelam um fluxo superior de embarques durante todo o ano. Os meses de maior movimento são janeiro (154,88 mil embarques e 110,05 mil desembarques) e dezembro (147,28 mil embarques e 96,22 mil desembarques). Novembro foi o mês que registrou menor fluxo de passageiros (99,07 mil embarques e 71,56 mil desembarques).



## 3.6 Meios de Hospedagem

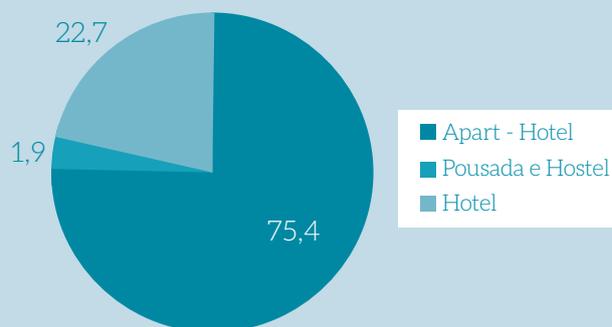
### Capacidade

De acordo com pesquisas do Observatório do Turismo de Vitória, que ampliou o universo dos meios de hospedagem da cidade em relação a pesquisas anteriores, em 2016, foram identificados 4.051 unidades habitacionais e 7.205 leitos na cidade. A modalidade Hotel representa 75,4% dessa capacidade. Em seguida, Flat/Apart Hotel aparece com 22,7% e Pousada/Hostel com apenas 1,9%.

**Capacidade Hoteleira em Vitória, 2016**

TIPO	Capacidade Hoteleira	Leitos
Hotel	3.106	5.429
Flat / Apart Hotel	895	1.639
Pousada	28	52
Hostel	22	85
<b>Total</b>	<b>4.051</b>	<b>7.205</b>

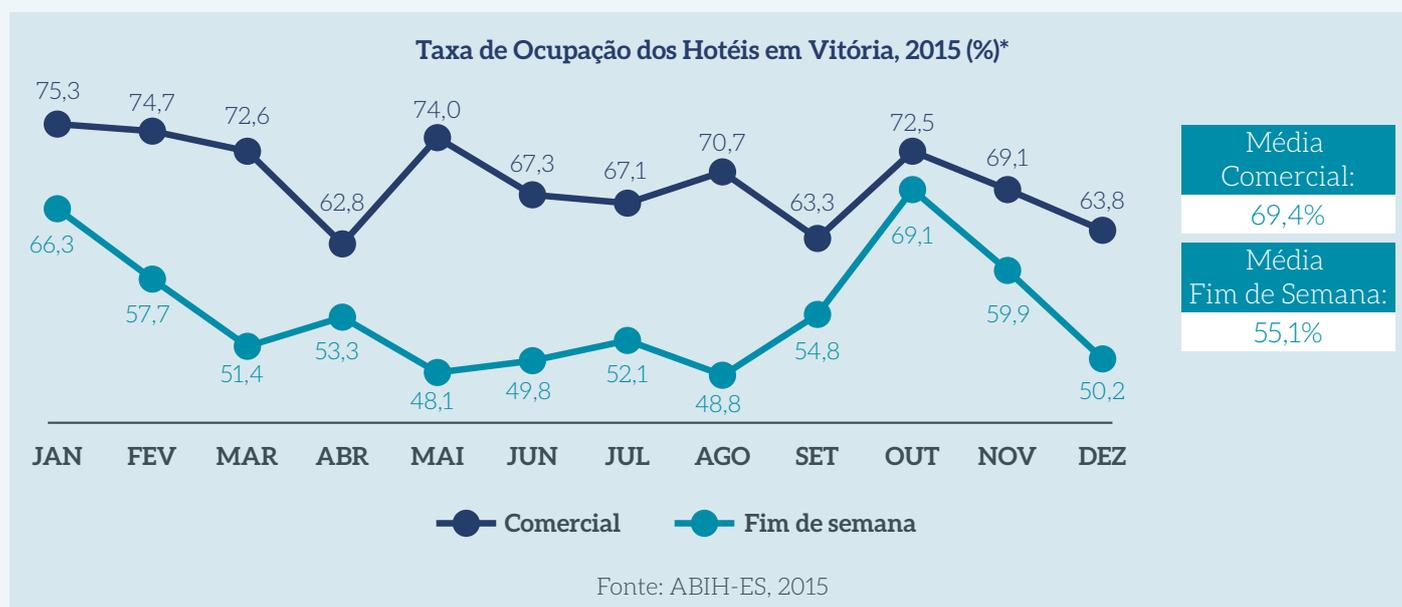
**Capacidade Hoteleira (leitos) por Tipo de Estabelecimento em Vitória, 2016 (%)**



Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2016

# Desempenho

Vitória caracteriza-se como um destino turístico com vocação mais acentuada para negócios. Em 2015 a ocupação comercial (de segunda a quinta) registrou uma média de 69,4%, ante 74,6% em 2014, enquanto a ocupação no fim de semana (de sexta a domingo) ficou em 55,1%, ante 56,2% em 2014. A média geral atingiu 63,4% de ocupação, ante 66,6% em 2014. Mas essa tendência não foi tão marcante no ano de 2015 em relação a 2014, em que se percebe uma alta ocupação hoteleira no mês de janeiro, tanto comercial quanto do fim de semana, mês típico de férias escolares. Essa queda da ocupação, pode ser explicada em parte pela recessão econômica mais forte em 2015, mas percebe-se uma queda maior na média comercial, cerca de 7%, enquanto que a média do fim de semana caiu apenas 2%, ressaltando um cenário de negócios na cidade mais retraído do que o de lazer.



O Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) apura e divulga mensalmente um balanço do desempenho hoteleiro das principais cidades brasileiras com base em pesquisas com hotéis. Os gráficos abaixo mostram a comparação de Vitória com outras cidades no país, a cidade ficou com uma média de 60,8% de ocupação hoteleira, a 6ª maior entre as grandes metrópoles do país, e com uma diária média de R\$ 185,71, a 3ª menor. Por ter uma diária média bem menor que a maior parte das grandes metrópoles e, também, entre as cidades litorâneas, Vitória pode ser mais atrativa para o turista em geral, e em especial os que buscam o litoral brasileiro, ao oferecer uma excelente infraestrutura hoteleira com um preço bem mais acessível.

### Média de ocupação hoteleira de Regiões Metropolitanas brasileiras, 2015 (%)

Rio de Janeiro	69,1
Fortaleza	68,6
Curitiba	64,2
Goiânia	64,0
São Paulo	61,2
Vitória	60,8
Belém	58,5
Porto Alegre	57,5
Campinas	57,1
São Luís	56,7
Cuiabá	55,9
Brasília	51,6
Salvador	51,2
Manaus	50,4
Belo Horizonte	47,9

Média: 58,3

### Diária média dos hotéis de Regiões Metropolitanas brasileiras, 2015 (R\$)

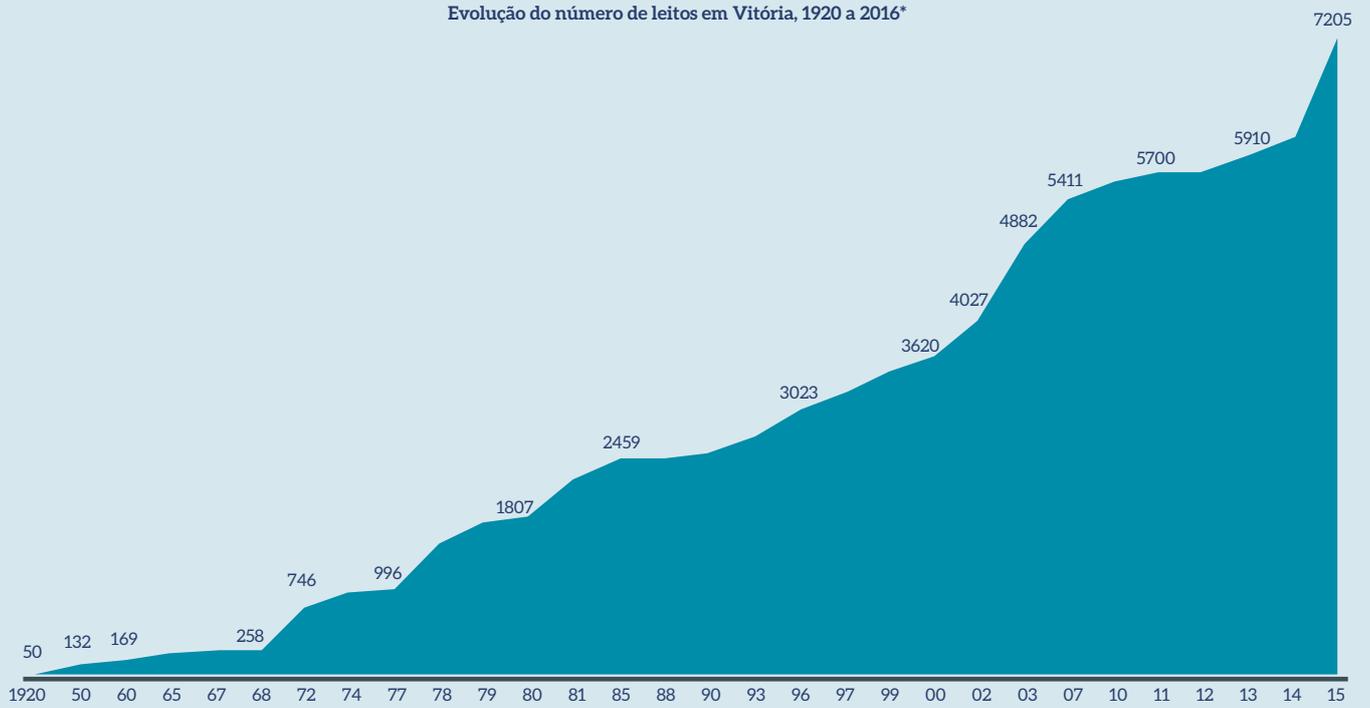
Rio de Janeiro	390,43
Brasília	292,91
São Paulo	278,68
Campinas	265,32
Porto Alegre	223,53
Fortaleza	222,03
Curitiba	219,56
Cuiabá	212,43
Goiânia	209,99
Belém	202,52
Salvador	199,62
Manaus	187,03
Vitória	185,71
Belo Horizonte	177,57
São Luís	142,05

Média: 227,29

Fonte: FOHB, 2016

O gráfico a seguir mostra a evolução da atividade hoteleira da cidade de Vitória. Pode-se observar o crescimento da capacidade hoteleira da cidade desde 1920, através da quantificação do número de leitos disponíveis em cada ano. De acordo com registros históricos, em 1920 havia 50 leitos na cidade, em 1960 esse número saltou para 169, em 1980 a cidade já contava com 1.807 leitos, um crescimento de 90,6% de 1960 a 1980. Em 1990 havia 2519, em 2000 contava com 3.620, crescimento de 30,4% em 10 anos. Em 2010 havia 5.411, crescimento de 33,19% em relação a 2000. Já em 2016 a cidade conta com 7.205 leitos. Os dados foram compilados pelo Observatório do Turismo.

Evolução do número de leitos em Vitória, 1920 a 2016\*



Fonte: Observatório do Turismo, 2016

\*No ano de 2016 Vitória contava com 7.205 leitos de acordo com pesquisa do Observatório do Turismo, que abrangeu o universo de meios de hospedagem da cidade.





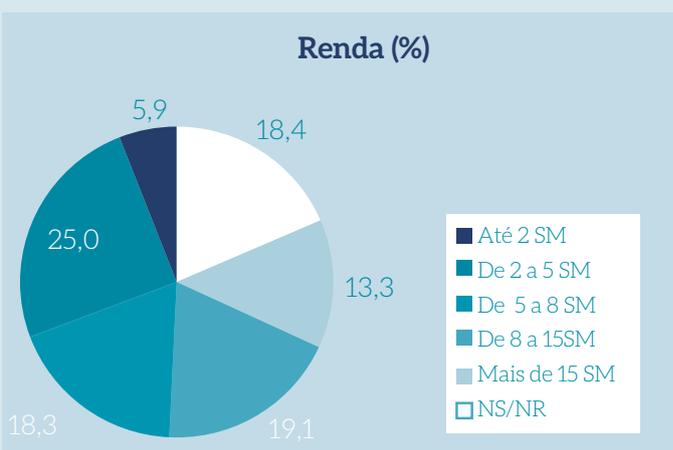
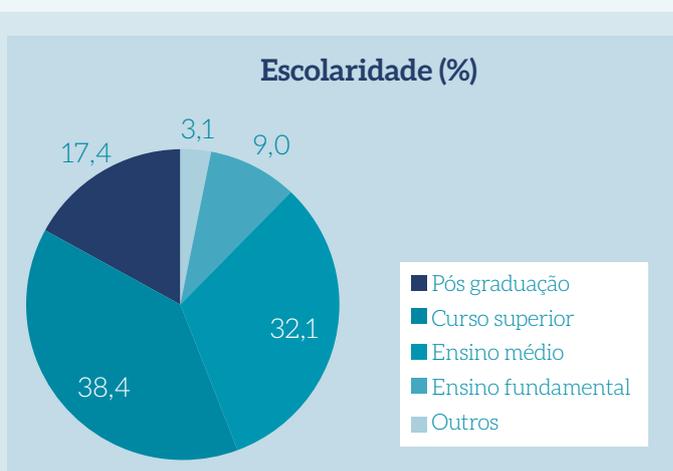
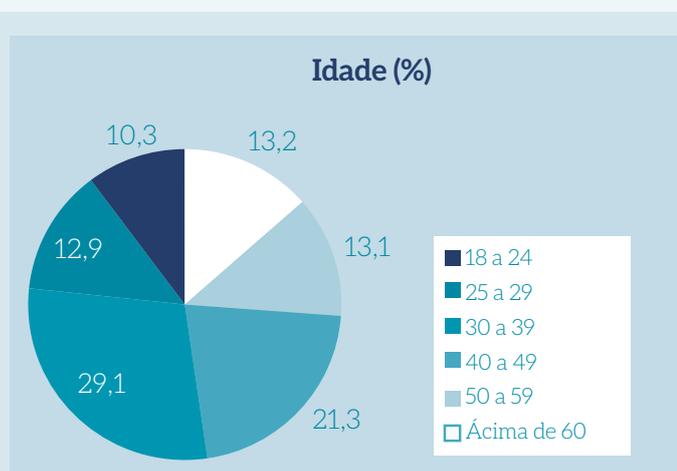
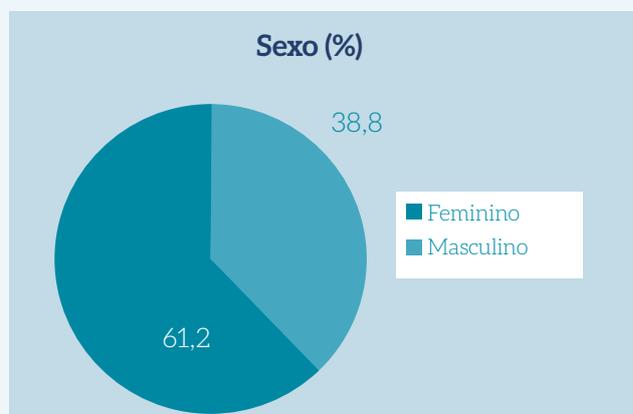


## 3.7 Demanda Turística – Alta Temporada

### Perfil do Turista

Pesquisa realizada pela Secretaria de Estado do Turismo (SETUR) na alta temporada (Janeiro) de 2015 com 645 turistas em Vitória. A seguir estão os resultados que mostram o perfil desses turistas, como sexo, idade, escolaridade, estado civil e renda.

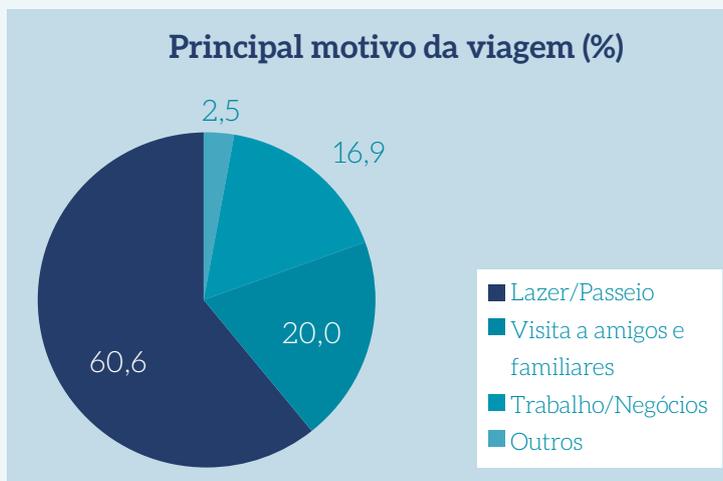
A maioria dos turistas entrevistados são mulheres, com nível de escolaridade alta, 87,9% tem no mínimo o ensino médio, com idade entre 30 e 49 anos (50,4%) e renda superior a 5 salários-mínimos (50,7%).



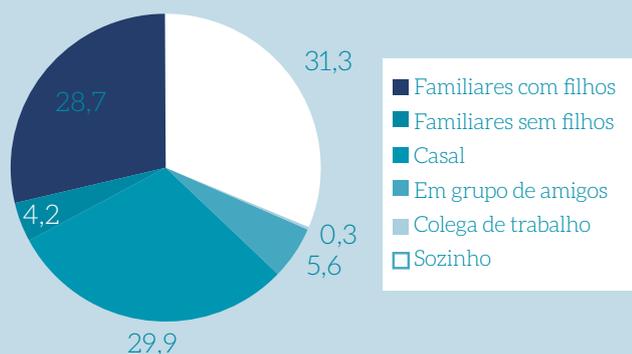
# Informações do Turista

O estudo também pesquisou a motivos da viagem, origem do turista, meio de transporte para chegar ao destino, tipo de hospedagem, gastos estimados durante a estadia, imagem da cidade e avaliação dos serviços recebidos, entre outros.

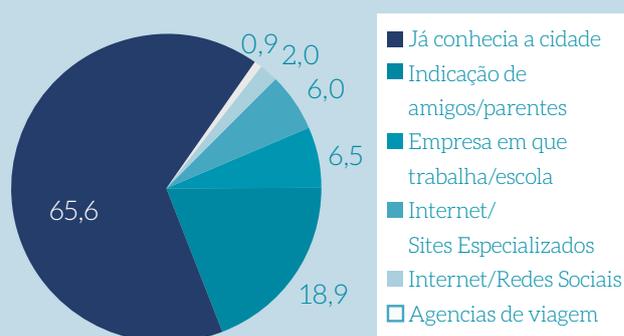
A maioria disse realizar a viagem por lazer/passeio e ter chegado por via aérea. A principal procedência são dos estados vizinhos, 95% recomendaria a viagem e saiu com imagem melhor da cidade. A hospitalidade do capixaba e atendimento foram quesitos mais bem avaliados.



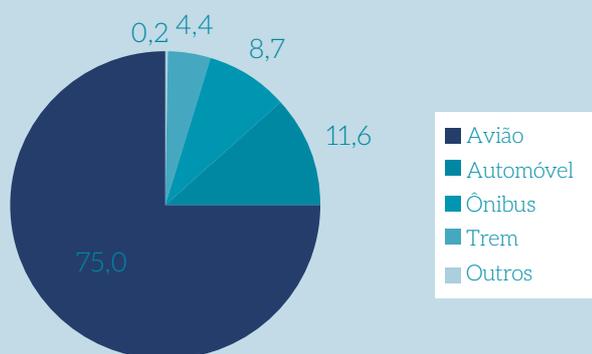
### Acompanhantes (%)



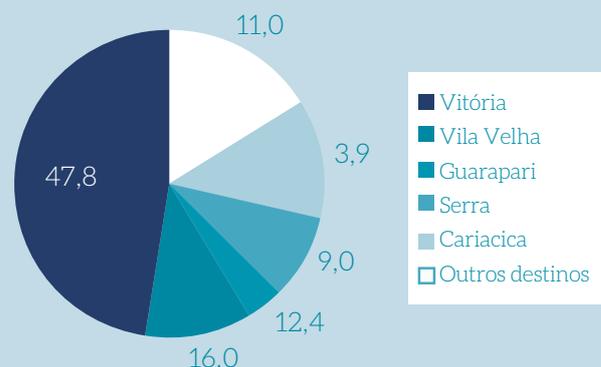
### Fonte de Informação sobre Vitória (%)



### Meio utilizado para chegar ao destino (%)



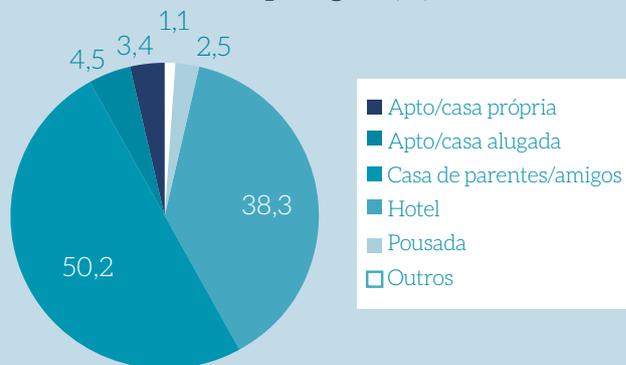
### Principal destino da viagem (%)



### Principais atividades realizadas pelo turista (%)



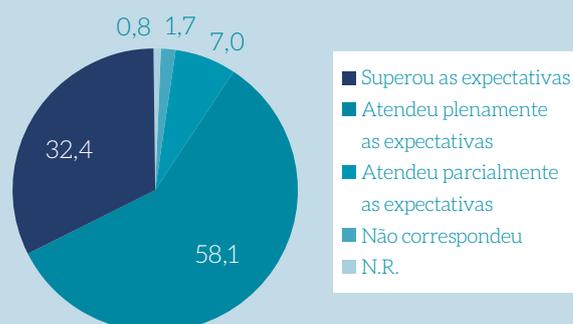
### Hospedagem (%)



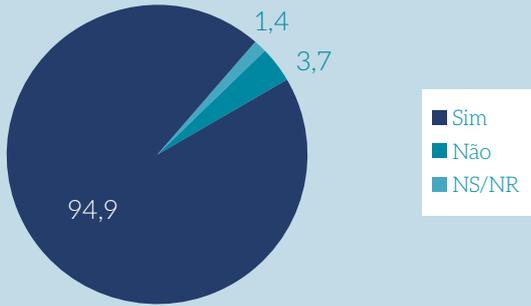
### Gastos estimados dos turistas na viagem

Deslocamento interno	R\$ 97.865,00
Hospedagem	R\$ 258.089,00
Alimentação	R\$ 315.508,00
Atrativos e passeios	R\$ 109.340,00
Compras	R\$ 202.940,00
Pacote	R\$ 62.380,00
Outros gastos	R\$ 37.224,00
<b>Gasto médio total</b>	<b>R\$ 850,71/pessoa</b>
<b>Gasto médio diário</b>	<b>R\$ 142,21/pessoas</b>

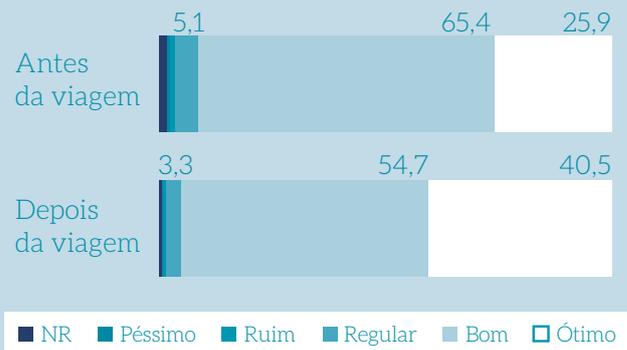
### Expectativa quanto a viagem (%)



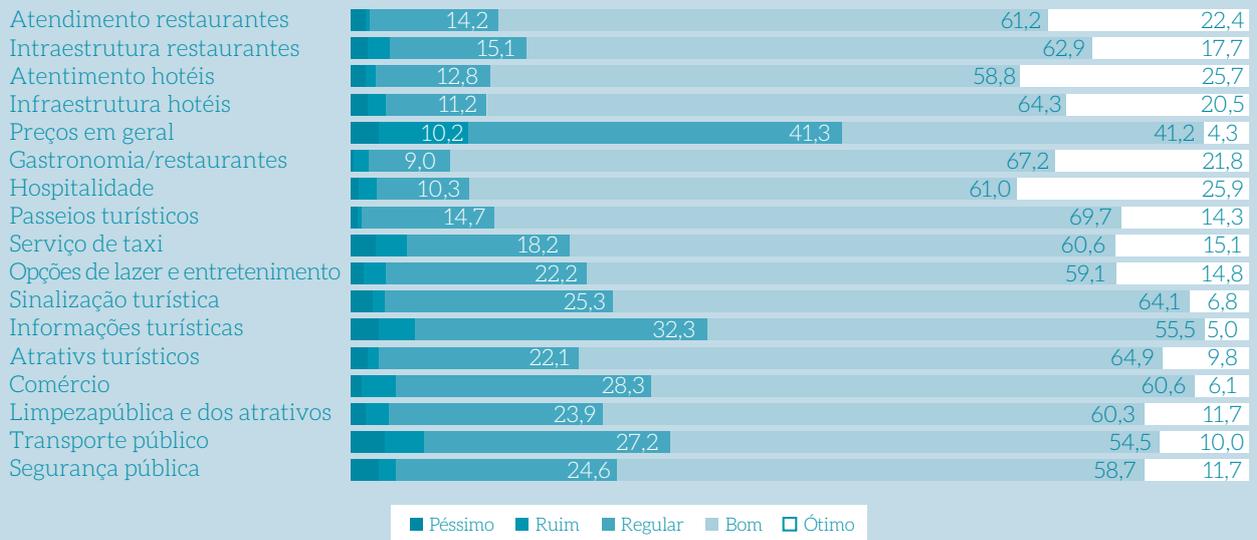
### Recomendaria a cidade a amigos (%)



### Imagem da cidade (%)



### Avaliação dos serviços da cidade (%)



## 3.8 Centros de Atendimento ao Turista (CAT)

Os Centros de Atendimento ao Turista (CAT) registraram um total de 11.469 atendimentos em 2015. Desse total, pode-se considerar 7.863 turistas vindos de outras cidades do interior do Espírito Santo, de outros estados ou de outros países. No ano de 2015 no mês de setembro, foi inaugurado o CAT de Camburi, contribuindo ainda mais para o atendimento ao turista na cidade.

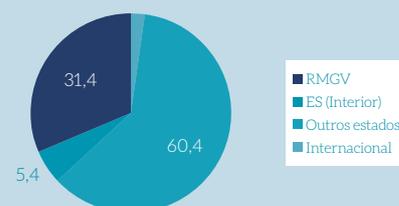
Os estados da região Sudeste lideram o ranking nacional na sequência SP, MG e RJ. Entre os turistas estrangeiros, argentinos, italianos e americanos foram os mais frequentes.

Visitantes atendidos - 2015

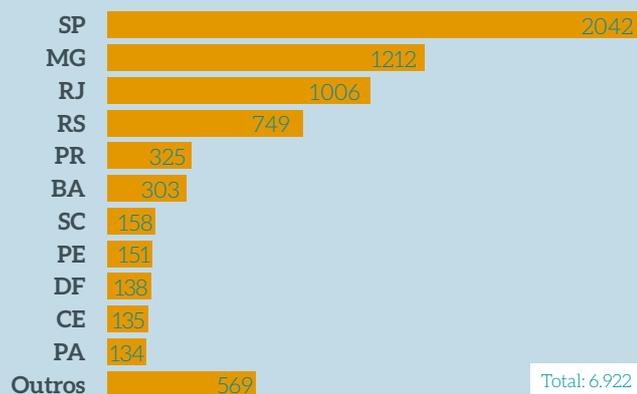
	RMGV	ES (interior)	Outros estados	Internacional	Total
Panelleiras	1.001	264	5.495	264	<b>7.024</b>
Museu do Pescador	1.311	187	663	25	<b>2.186</b>
Móvel	1.278	169	669	16	<b>2.132</b>
Camburi*	16	-	95	16	<b>127</b>
<b>Total</b>	<b>3.606</b>	<b>620</b>	<b>6.922</b>	<b>321</b>	<b>11.469</b>

\*CAT Camburi - funcionamento a partir de setembro.

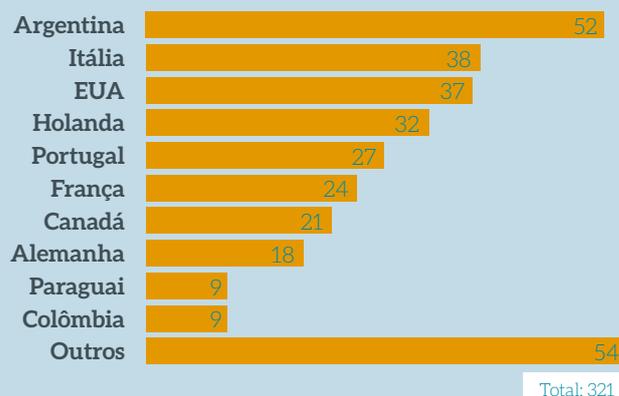
Origem dos visitantes atendidos - 2015 (%)



Visitantes de outros estados - 2015



Visitantes internacionais - 2015



# Informações Turísticas



# PREFEITURA DE VITÓRIA



## 3.9 Visitar (Centro Histórico)

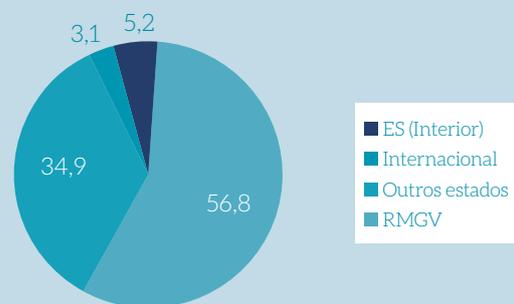
O Visitar integra os principais monumentos do Centro Histórico de Vitória, são 7 ao todo, com séculos de história. O objetivo do Visitar é promover, valorizar e incentivar que os visitantes conheçam e colaborem com a preservação desse importante patrimônio histórico. O projeto está prestes a completar 10 anos de funcionamento e já recebeu mais de 350 mil visitantes e mais de 80 nacionalidades diferentes.

Em 2015 foram registrados 38.627 visitantes, dos quais 16.677 podem ser considerados turistas vindos de fora da RMGV. Os meses com mais visitas foram julho e outubro com 3,9 e 4,07 mil visitantes, respectivamente. O principal estado emissor de turistas foi São Paulo (3.415) e o principal país foram os Estados Unidos (182).

Quantidade de visitantes - 2015

Região	Visitantes
RMGV	21.950
ES (interior)	1.991
Outros estados	13.489
Internacional	1.197
<b>Total</b>	<b>38.627</b>

Origem dos visitantes - 2015

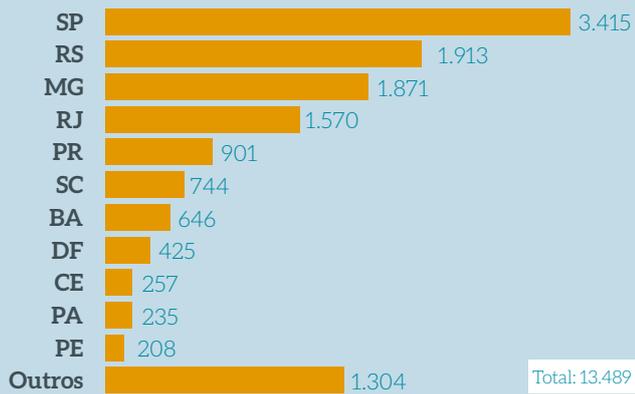


Fluxo de visitantes - 2015 (milhares)

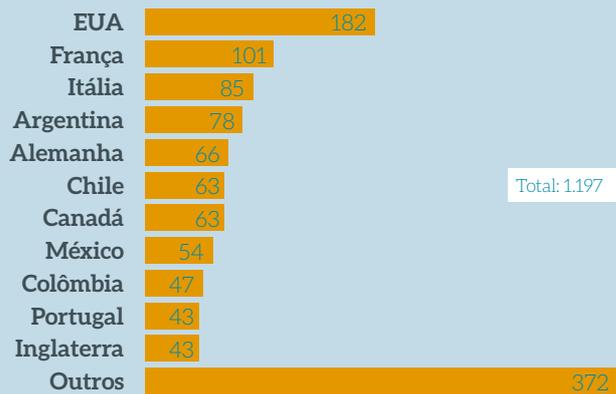


Total: 38.627

### Visitantes de outros estados - 2015



### Visitantes internacionais - 2015



### Número de atendimentos do Visitar por ano



Fonte: Instituto Goia, 2015

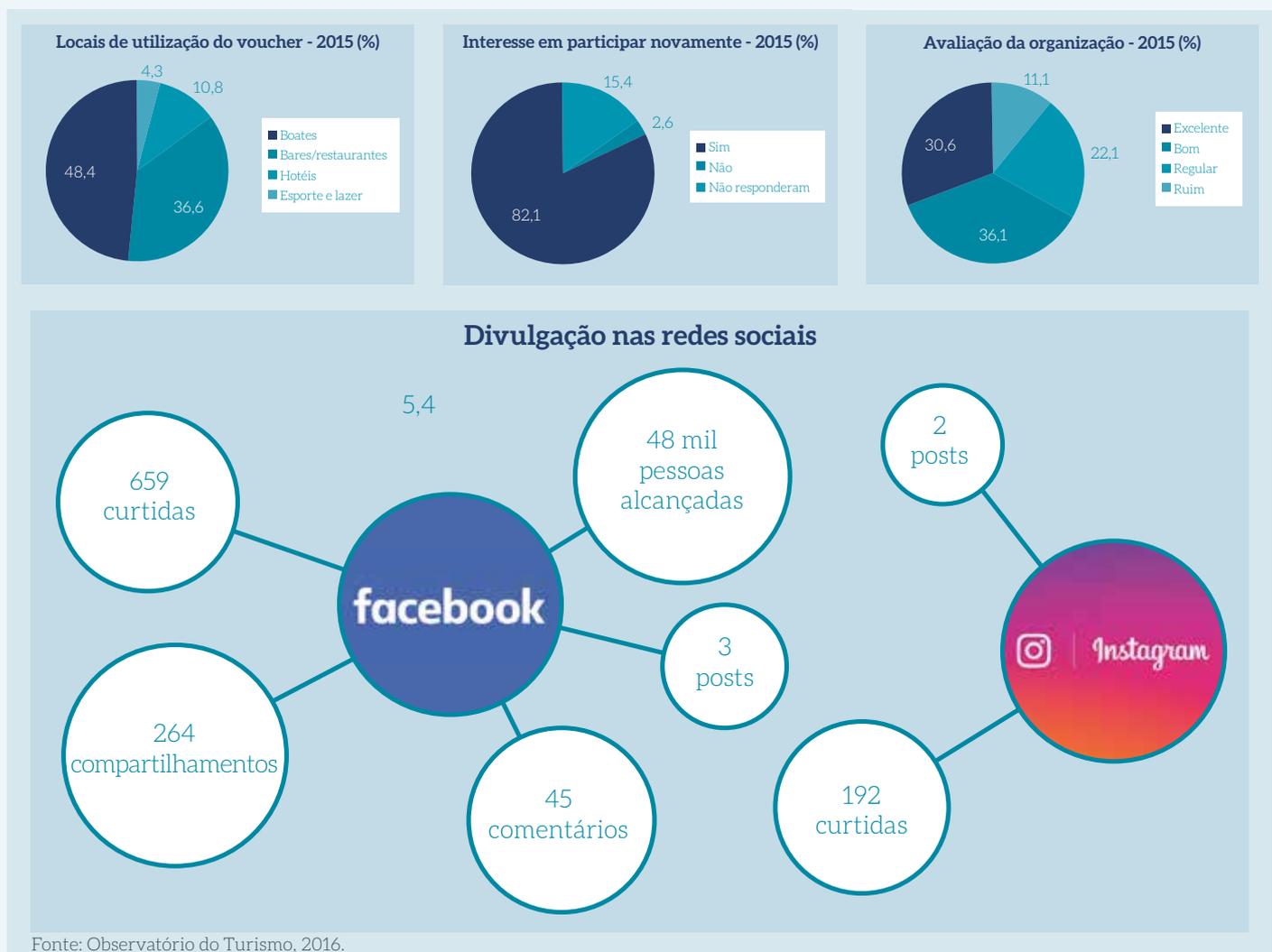




## 3.10 Fim de Semana na Ilha

O turismo na cidade de Vitória é predominantemente de negócios, com o maior fluxo de visitantes se concentrando nos dias úteis da semana. Visando incentivar também o turismo de lazer durante os finais de semana, a Prefeitura de Vitória promove o “Fim de Semana na Ilha” no mês de setembro.

A campanha une empresários da cidade para oferecer descontos especiais em bares, restaurantes, casas noturnas e outros estabelecimentos voltados para turistas. Em 2015 o Fim de Semana na Ilha ganhou um novo impulso com voucher virtuais\* compartilhados nas redes sociais. Além disso, a iniciativa mostra boa aprovação (66,7%) e um número crescente de estabelecimentos participantes, de 40 em 2014 para 72 em 2015 e grande interesse que ocorra novamente (82,1%)







## 3.11 Pesca Oceânica (Pacotes Turísticos)

Famosa pelos recordes mundiais de pesca do Marlin Azul e Marlin Branco, Vitória também é conhecida por ter um dos melhores litorais do mundo para a prática da pesca oceânica. A cidade possui uma boa infraestrutura para receber esse tipo de turista que possui alta capacidade de geração de renda na cidade. Só em 2015, mesmo com uma queda do número de turistas desse segmento, foi deixada na cidade um total direto de R\$ 818.300,00.

Mesmo sendo um dos melhores destinos do mundo para a pesca oceânica, as estatísticas a seguir demonstram um segmento turístico com um enorme potencial que ainda tem muito a ser explorado.



## 3.12 Parque Botânico Vale

O Parque Botânico Vale possui uma área de 330 mil m<sup>2</sup> e faz parte do Cinturão Verde da Vale, área do Complexo de Tubarão reflorestada no fim da década de 1970. O parque constitui uma importante área de preservação de Mata Atlântica, sendo um espaço de lazer onde o visitante pode usufruir da tranquilidade da natureza e apreciar diversas espécies da fauna e flora em cinco trilhas ecológicas disponíveis. Além disso, o parque possui um jardim sensorial e diversas atividades como trilhas guiadas, oficinas, palestras e atividades especiais no período de férias escolares, época do ano que o parque recebe seus picos de visitas. A seguir dados do parque, que chegou a receber mais de 282 mil visitas no ano de 2015, com uma média mensal de mais de 23 mil visitantes, sendo que esse valor aumenta bastante em meses de férias escolares, já que o Parque recebe um grande público infantil.

### Área total do parque



330.000m<sup>2</sup>

### Total de visitantes em 2015



282.622

### Média mensal de visita



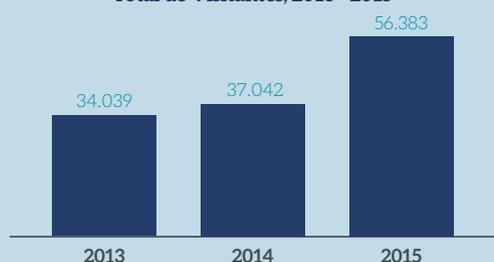
23.552

Fonte: Parque Botânico da Vale, 2016

## 3.13 Projeto Tamar

O centro de visitantes do Projeto Tamar de Vitória funciona como um museu da biodiversidade marinha a céu aberto. Localizado na Praça do Papa no Parque Ilha do Papagaio, onde está inserido, possui 15 mil m<sup>2</sup> de área. O visitante conta com roteiro interpretativo sobre a conservação das tartarugas marinhas no Brasil, biologia das espécies, espaços temáticos sobre a Foz do Rio Doce e a Ilha da Trindade, principais locais de desova das tartarugas no Espírito Santo, além de visitas orientadas, auditório para realização de palestras e exibição de vídeos, dois tanques com espécimes de tartarugas marinhas, loja de produtos Tamar, equipe de recepção e atendimento. O parque também é um local de apreciação e lazer, possui mirante para a baía de Vitória e a cidade. O Tamar de Vitória recebeu cerca de 56 mil visitantes em 2015, e uma média de 4.699 visitantes mensais no mesmo ano.

### Total de Visitantes, 2013 - 2015



### Visitantes mensais, 2015

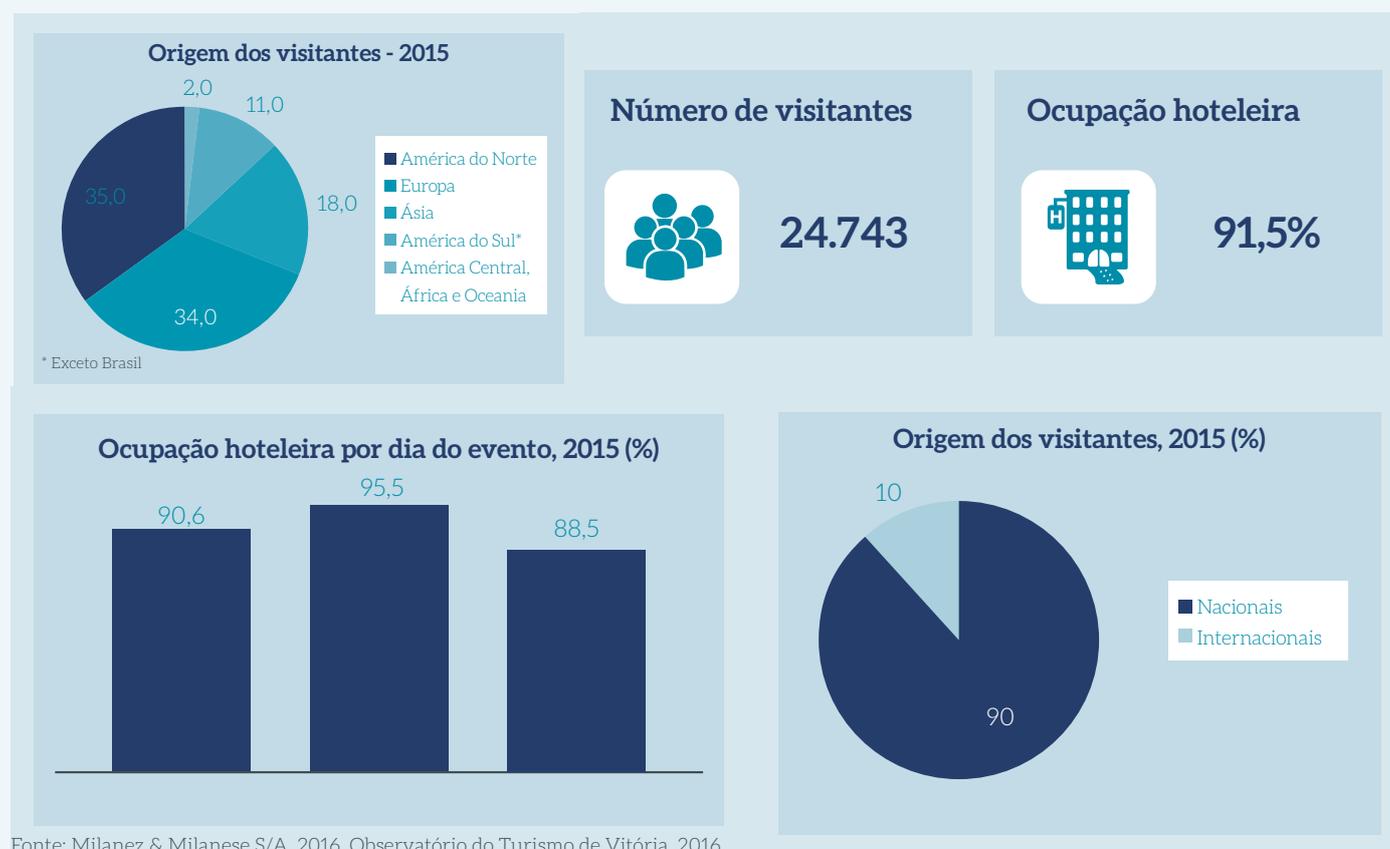


Fonte: Projeto Tamar 2016

## 3.14 Eventos

### Vitória Stone Fair

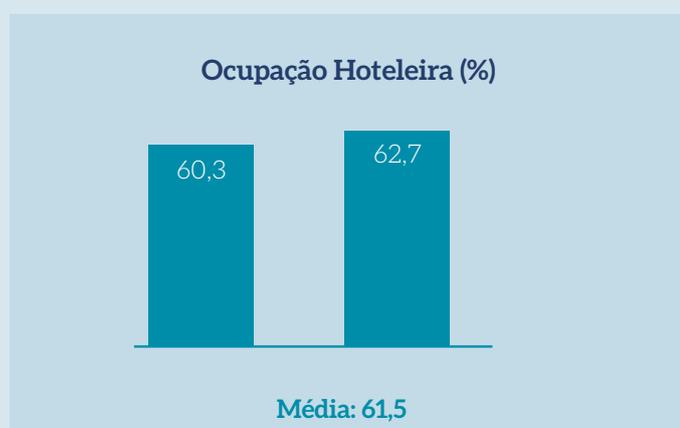
O Espírito Santo é o principal produtor e o maior processador e exportador de mármore e granito do Brasil, um dos países que mais fornecem esse produto no mundo, concentrando mais de 90% do parque industrial de beneficiamento do setor e cerca de 80% da exportação de rochas. O Vitória Stone Fair, realizado entre os dias 03 e 06 de fevereiro de 2015 no município da Serra (Região Metropolitana da Grande Vitória), atraiu 24.743 visitantes de todo o território nacional e de países de todos os continentes, configurado como um dos eventos mais importantes no calendário mundial do setor.





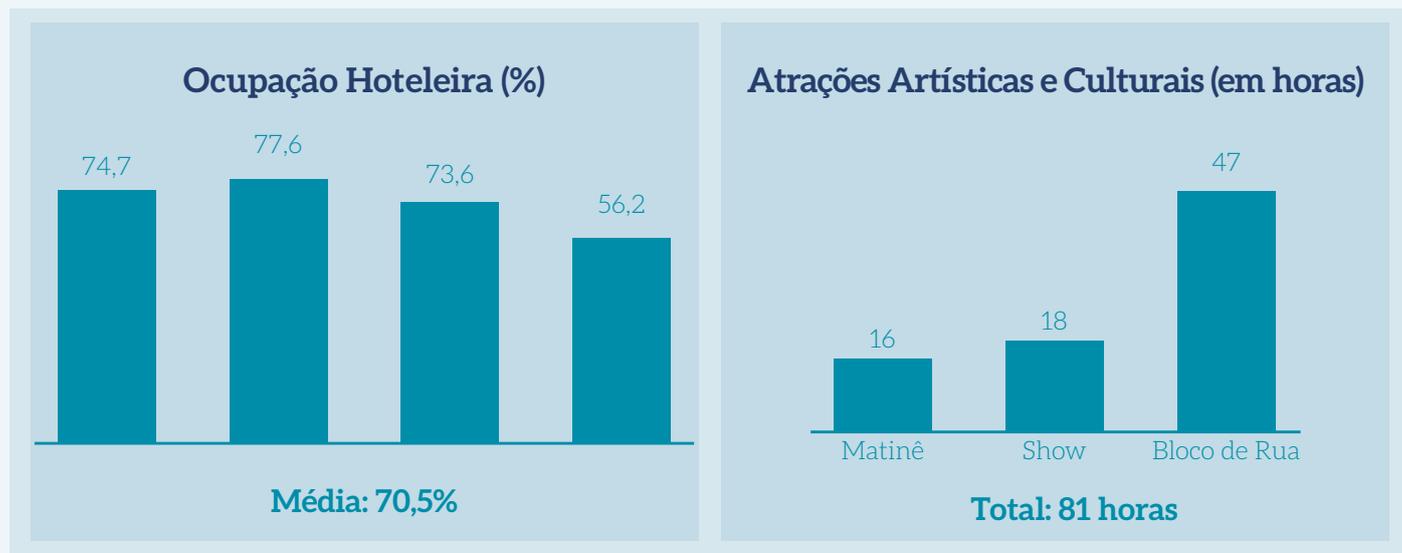
# Desfile das Escolas de Samba

O Desfile das Escolas de Samba 2015 em Vitória aconteceu nos dias 29 e 30 de Janeiro, abrindo o Carnaval no Brasil. Pelo Sambão do Povo, passam escolas da capital e de outros municípios da região metropolitana. Uma semana depois, a festa continua, com desfile de blocos, bailes, shows e matinês no Centro Histórico, na Curva da Jurema, em São Pedro, em Goiabeiras e outros bairros.



Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2015.

# Carnaval Oficial



Fonte: Observatório do Turismo, 2016.

## Festival da Torta Capixaba

A torta capixaba, preparada com vários frutos do mar, bacalhau, palmito e outros, é um prato tradicional durante a Semana Santa na maioria das casas capixabas. O evento aconteceu no tradicional bairro Ilha das Caieiras entre 02 e 05 de abril de 2015, no qual, além do prato tradicional, os visitantes podem apreciar moquecas, mariscadas e diversos frutos do mar. O objetivo da festa é movimentar a cadeia produtiva da região, envolvendo pescadores, desfiadeiras, restaurantes e os moradores.





# MEC SHOW

A Feira da Metalmeccânica, Energia e Automação, a MEC SHOW, foi realizada entre os dias 28 e 31 de julho na cidade da Serra (Região Metropolitana de Vitória). A edição de 2015 contou com cerca de 18 mil pessoas de todo o Brasil, além de participantes internacionais.

O Espírito Santo é reconhecidamente como um importante pólo de desenvolvimento desse setor, reunindo no evento um público especializado em busca de novidades, networking e geração de negócios. Durante a feira, grandes empresas marcaram presença como Vale, ArcelorMital, Petrobras, Samarco, Fibria e outros.

## Número de Visitantes



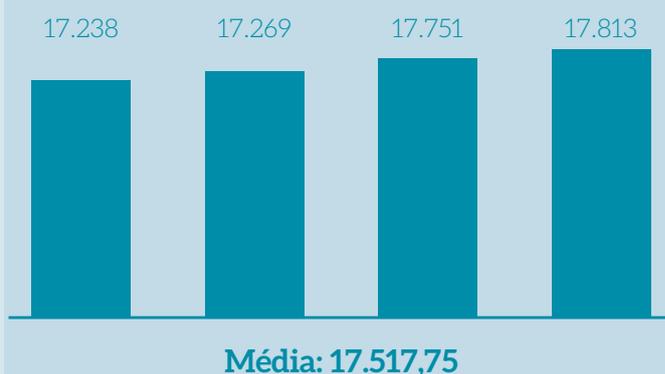
## Ocupação Hoteleira\*



## Origem dos visitantes (%), 2015



## Visitantes por ano



Fonte: Milanez & Milaneze S/A, 2016.

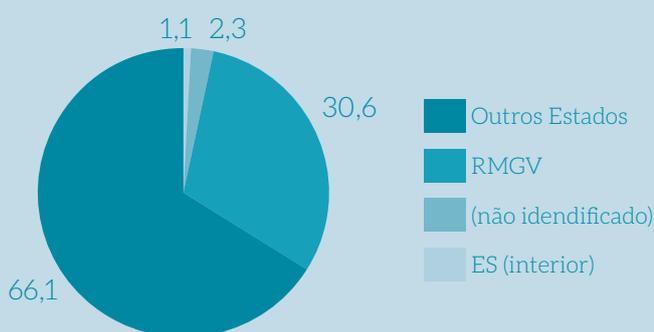
\*Dias considerados: 28, 29 e 30//07/2015

# Aloha Spirit

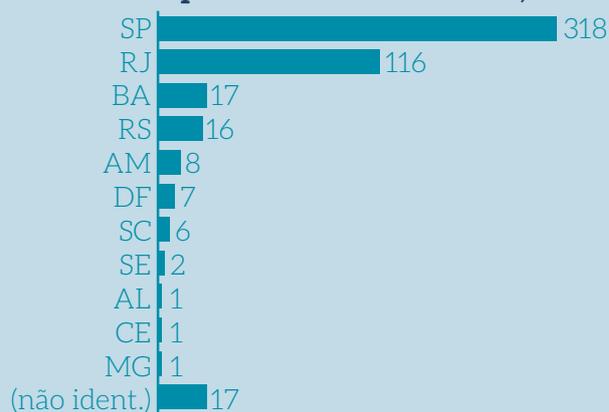
O Aloha Spirit, maior evento de esportes aquáticos do Brasil, passou por Vitória. Foi a terceira etapa do festival, entre os dias 19 e 21 de junho, na Praia Curva da Jurema. A competição conta com o popular Stand Up Paddle e várias modalidades como surfski, paddleboard e natação em águas abertas. O Evento reuniu mais de mil atletas, incluindo a elite do SUP, atletas amadores e apaixonados pelo esporte.

Também aconteceram atividades paralelas como feira de equipamentos, clínicas, meditação, espaços temáticos culturais, shows, congressos técnicos e desafios.

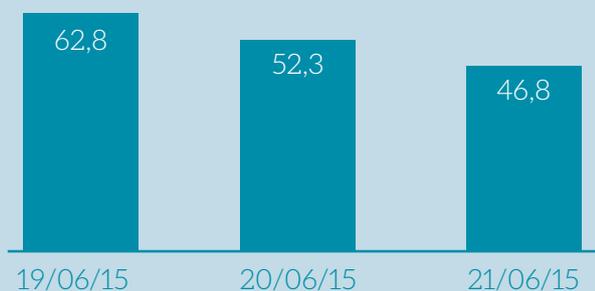
**Origem dos participantes (%), 2015**



**Participantes de outros estados, 2015**



**Taxa de Ocupação Hoteleira (%)**



**Média: 54,0**

**Estimativa dos gastos dos turistas durante o evento, 2015\***

	Distribuição (%)	Gasto Total (R\$)
Hospedagem	55	326.526,75
Alimentos e Bebidas	21	124.673,85
Transporte	14	83.115,90
Outros Gastos	10	59.368,50
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>593.685,00</b>

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, Ecooutdoor, 2015.

\*Extrapolção com base no valor médio da diária dos hotéis pesquisados, considerando a composição dos gastos dos turistas não residentes estimados pela ABEOC Brasil. Para o cálculo foram considerados 501 não residentes com 3 diárias de hotel cada.

# Réveillon 2015

Réveillon de Vitória é um dos maiores e mais festejados eventos da cidade. Foram cerca de 50 mil pessoas brindando a virada de ano com a queima de fogos na Orla de Camburi e na Prainha de Santo Antônio.

Em Camburi, o público foi animado com apresentação da Banda Black Sete. Já em Santo Antônio, o samba foi o ritmo da virada, com participações da Escola de Samba Novo Império e show com a Banda Obatalá.

Público (aprox.)



50 mil

Ocupação Hoteleira\*



87,2%

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2016  
\*Dias considerados: 31/12/2015.





## Temporada de Cruzeiros 2015/2016

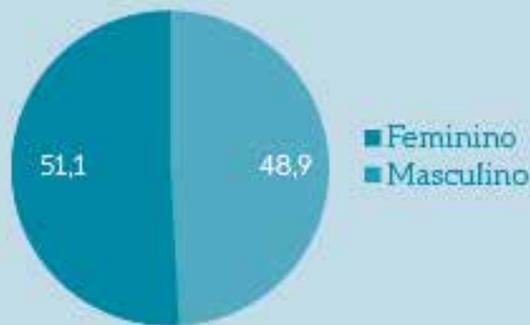
Na Temporada 2014/2015 foram 3 escalas na cidade, trazendo quase 3 mil visitantes (tripulantes e passageiros) e na Temporada 2015/2016 foram 2 navios que aportaram na ilha com mais de 3 mil visitantes, que são recebidos por técnicos da SEMTTRE com informações turísticas.



### País de Origem (%)



### Gênero (%)



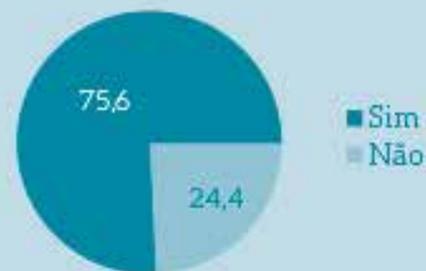
### Renda Familiar Anual em US\$ (%)



### Principais Lugares Visitados (qt)



### Intenção de voltar em Vitória (%)



### Avaliação dos Serviços e Atrativos (%)



Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2016.



# ANEXO – Lista de Atividades Características do Turismo (ACT)

Classes CNAE 2.0	Descrição
49230	TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE TÁXI
49299	TRANSPORTE RODOVIÁRIO COLETIVO DE PASSAGEIROS, SOB REGIME DE FRETAMENTO, E OUTROS TRANSPORTES RODOVIÁRIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE
49507	TRENS TURÍSTICOS, TELEFÉRICOS E SIMILARES
50998	TRANSPORTES AQUAVIÁRIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE
51111	TRANSPORTE AÉREO DE PASSAGEIROS REGULAR
51129	TRANSPORTE AÉREO DE PASSAGEIROS NÃO-REGULAR
55108	HOTÉIS E SIMILARES
55906	OUTROS TIPOS DE ALOJAMENTO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE
56112	RESTAURANTES E OUTROS ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS
56201	SERVIÇOS DE CATERING, BUFÊ E OUTROS SERVIÇOS DE COMIDA PREPARADA
77110	LOCAÇÃO DE AUTOMÓVEIS SEM CONDUTOR
77195	LOCAÇÃO DE MEIOS DE TRANSPORTE, EXCETO AUTOMÓVEIS, SEM CONDUTOR
79112	AGÊNCIAS DE VIAGENS
79121	OPERADORES TURÍSTICOS
79902	SERVIÇOS DE RESERVAS E OUTROS SERVIÇOS DE TURISMO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE
82300	ATIVIDADES DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, EXCETO CULTURAIS E ESPORTIVOS
91023	ATIVIDADES DE MUSEUS E DE EXPLORAÇÃO, RESTAURAÇÃO ARTÍSTICA E CONSERVAÇÃO DE LUGARES E PRÉDIOS HISTÓRICOS E ATRAÇÕES SIMILARES
91031	ATIVIDADES DE JARDINS BOTÂNICOS, ZOOLOGICOS, PARQUES NACIONAIS, RESERVAS ECOLÓGICAS E ÁREAS DE PROTEÇÃO AMBIENTAL
93191	ATIVIDADES ESPORTIVAS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE
93298	ATIVIDADES DE RECREAÇÃO E LAZER NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE







# PREFEITURA DE VITÓRIA

[www.vitoria.es.gov.br](http://www.vitoria.es.gov.br)

 [@VitoriaOnLine](https://twitter.com/VitoriaOnLine)

 [facebook.com/vitoriaonline](https://facebook.com/vitoriaonline)