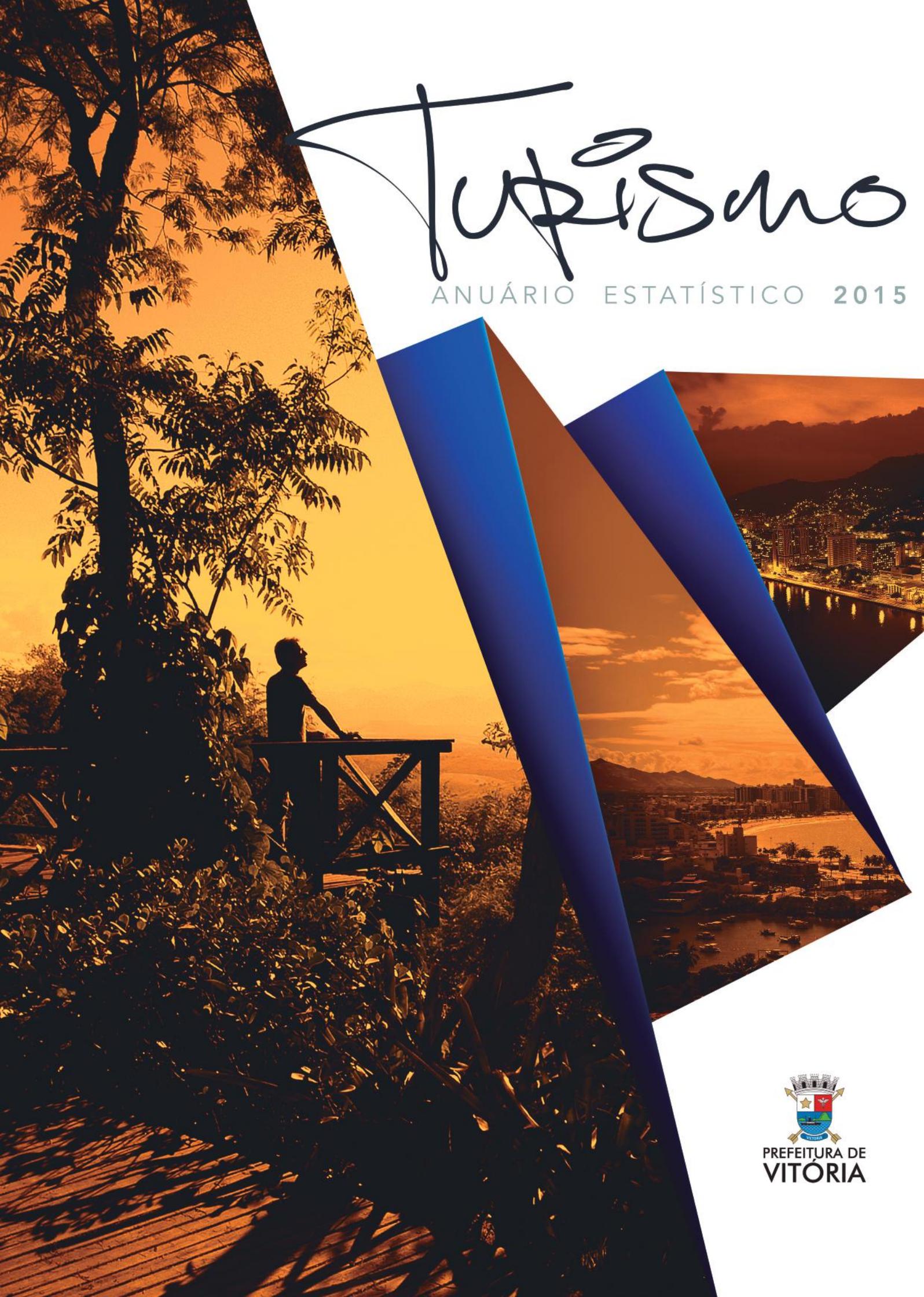


Tupisano

ANUÁRIO ESTATÍSTICO 2015



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

Ivonete Calegário, Fernando Lacourt, Joelson Thomazelli, Joilson Junior, Karina Montemor, Larissa Machado, Marivalda Soares, Ricardo Pereira

Créditos

Fotos

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

Ícones

Freepik – www.flaticon.com

Dados

ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

Contermi SA

FOHB - Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil

Infraero

Instituto Goia

Milanez & Milaneze S/A

Ministério do Trabalho

Ministério do Turismo

Poltrona 1 Pesca Oceânica

SEMFA - Secretaria Municipal da Fazenda

SEMTTRE - Secretaria Municipal de Turismo, Trabalho e Renda

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	Fluxo de Passageiros	13
3.3	Hotelaria	14
3.4	Economia – Imposto Sobre Serviços (ISS)	16
3.5	Trabalho	17
3.6	Competitividade	19
3.7	Centros de Atendimento ao Turista (CAT)	21
3.8	Visitar	22
3.9	Pesca Oceânica (Pacotes Turísticos)	23
3.10	Eventos	24
	ANEXO - Lista de Atividades Características do Turismo (ACT)	31

1. Turismo no Mundo

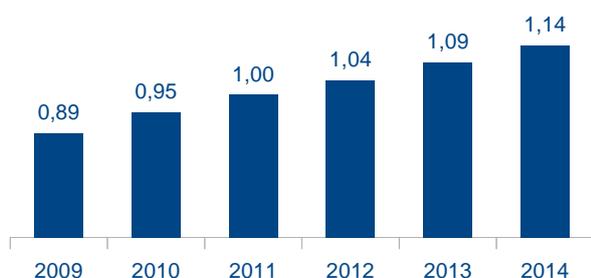
O Turismo é uma importante atividade geradora de emprego, renda e desenvolvimento no mundo. Segundo estimativas da Organização Mundial do Turismo (OMT), é responsável por 1 a cada 11 empregos e representa cerca de 9% do PIB mundial. Além disso, o turismo internacional é a quarta atividade que mais gera ganhos com exportação, alcançando US\$ 1,4 trilhão em 2013. Fica atrás apenas da produção de combustíveis, produtos químicos e alimentos.

Os números sobre chegada de turistas internacionais no mundo aponta o potencial de desenvolvimento do setor. Em 2014, cresceu 4,4% atingindo o recorde de 1,14 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.

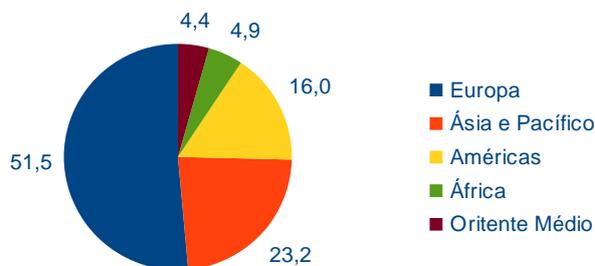
Entretanto, com relação à distribuição dos turistas por região, observa-se a concentração em economias mais desenvolvidas. Só a Europa, por exemplo, concentra mais da metade desse fluxo turístico. Países com França, Estados Unidos e Espanha aparecem no topo do *ranking* receptivo, mas o Brasil ainda encontra-se na 45ª posição.

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, 2009 a 2014 (bilhões)



Destino dos Turistas Internacionais, 2014 (%)



Varição na Chegada de Turistas Internacionais no Mundo, 2009 a 2014

Ano	Var. Anual (%)	Var. 2009-14 (%)
2009	-	27,4
2010	6,5	
2011	5,1	
2012	4,1	
2013	4,7	
2014	4,4	

Ranking dos Principais Países Receptores, 2013



Fonte: World Tourism Organization (OMT), 2015. Ministério do Turismo (MTur), 2015.

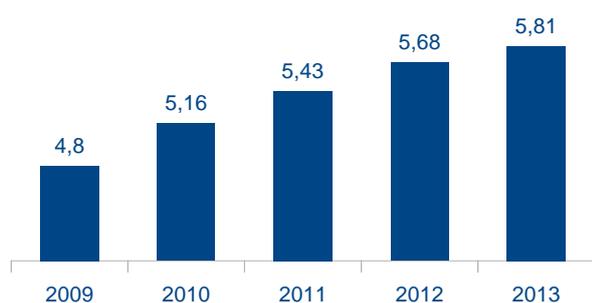
2. Turismo no Brasil

Apesar do turismo internacional ainda ser pouco representativo no Brasil (apenas 0,5% do fluxo mundial), existe um movimento de crescimento nos últimos anos. Em 2013 atingiu a marca de 5,81 milhões de turistas, aumentando 21,1% desde 2009.

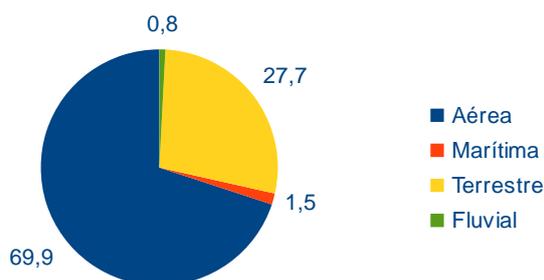
A via aérea destaca-se como principal modal logístico do setor, com aproximadamente 70% do fluxo. Panorama que confirma a importância de investimentos e políticas públicas garantindo a eficiência dos aeroportos para o desenvolvimento turístico. Nesse sentido, o país tem realizado esforços para reverter os gargalos logísticos atraindo investidores privados através de concessões.

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.

Chegada de Turistas Internacionais no Brasil, 2009 a 2013 (milhões)



Chegada de Turistas Internacionais no Brasil por Vias de Acesso, 2013 (%)



Varição na Chegada de Turistas Internacionais no Brasil, 2009 a 2013

Ano	Var. Anual (%)	Var. 2009-13 (%)
2009	-	21,1
2010	7,5	
2011	5,3	
2012	4,5	
2013	2,4	

Ranking dos Principais Países Emissores, 2013

#1		Argentina
#2		Estados Unidos
#3		Alemanha
#4		Uruguai
#5		Chile
#6		Paraguai

Fonte: Ministério do Turismo, 2015.



Os dados sobre receitas e despesas cambiais com o turismo revelam o fluxo crescente de brasileiros consumindo no exterior. Em 2014 as despesas atingiram um patamar maior que o triplo das receitas. São US\$ 25,61 bilhões em gastos contra US\$ 6,91 bilhões em receitas. Essa diferença foi ampliada nos últimos anos, caracterizando o Brasil como um forte emissor de turistas internacionais.

Por outro lado, o turismo doméstico cresceu 18,5% entre 2007 e 2011, segundo estudo do Ministério do Turismo em parceria com o Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE). No mesmo período, a despesa cambial turística do Brasil no exterior, ou seja, brasileiros gastando com turismo em outros países, cresceu de 8,21 para 21,26 bilhões de dólares, registrando uma evolução de 158,9%.

Receita e Despesa Cambial Turística no Brasil, 2000 a 2014 (US\$ bilhões)



Fonte: Ministério do Turismo, 2015. FIPE, 2012.

O esse cenário em parte traduz um resultado positivo que a economia brasileira viveu nos últimos anos. O desenvolvimento das condições sociais abriu espaço para um número maior de pessoas com acesso a bens e serviços. Fatores como crédito e a taxa de câmbio também são fortes condicionantes. Por outro lado, os dados mostram a necessidade de fomentar o turismo doméstico, que ainda cresce em ritmo mais tímido do que as despesas dos brasileiros no exterior.



3. Turismo em Vitória

3.1 A Cidade de Vitória

Vitória é a capital do Espírito Santo e principal cidade da Região Metropolitana da Grande Vitória, que inclui os municípios Cariacica, Fundão, Guarapari, Serra, Vila Velha e Viana. Possui uma população de 352 mil habitantes, 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, o maior entre as capitais brasileiras. Além disso, registra o 4º melhor Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) no Brasil.

Apesar da queda na arrecadação que a administração municipal enfrenta, reflexo da redução no repasse do ICMS e do fim do Fundap¹, 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, 2014



1ª cidade em condições para **abrir um negócio** no Brasil.
EXAME – Urban Systems, 2014



3ª melhor cidade para **criar e educar os filhos** no Brasil.
EXAME – Delta Economics & Finance, 2014



2ª capital mais **transparente** do Brasil.
Contas Abertas, 2014



1ª cidade em **infraestrutura** da Região Sudeste.
Endeavor, 2014



7ª cidade do **futuro** para investidores no continente americano.
Financial Times, 2015



¹ Fundo de Desenvolvimento das Atividades Portuárias (FUNDAP) era um incentivo financeiro para empresas de comércio exterior sediadas no Espírito Santo. O FUNDAP contribuiu para que os portos capixabas se tornassem uma das principais portas de entrada de mercadorias importadas no Brasil.

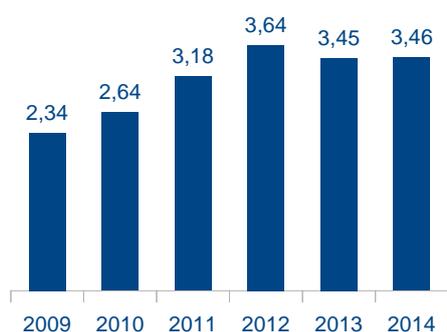
3.2 Fluxo de Passageiros

Aeroporto

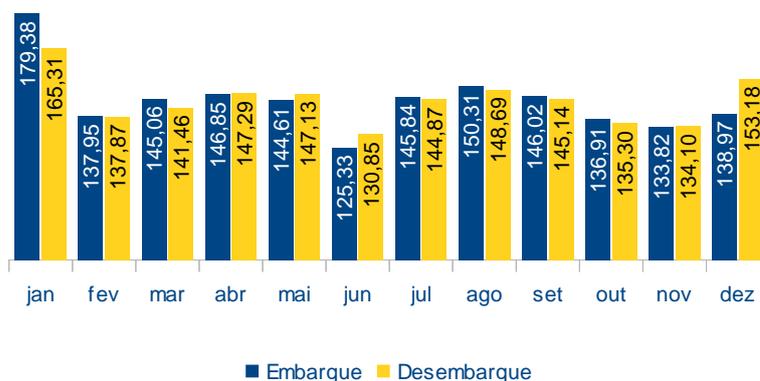
O fluxo de passageiros no Aeroporto de Vitória manteve-se estável entre 2013 e 2014 com 3,46 milhões de embarques e desembarques. Comparando-se os últimos 5 anos, o volume evoluiu 47,8% desde 2009. Esse crescimento pode ser explicado em partes pelo aumento geral do número de passageiros no país e pelas reformas de infraestrutura realizadas em 2011.

O volume mensal em 2014 apresenta uma sazonalidade. O pico em janeiro de embarques e desembarques foi 179,38 e 165,31 mil, respectivamente. O menor fluxo foi em junho, com 125,33 mil embarques e 130,85 mil desembarques.

Fluxo de Passageiros, 2009 a 2014
(milhões)



Embarques e Desembarques no Aeroporto de Vitória,
2014 (milhares)



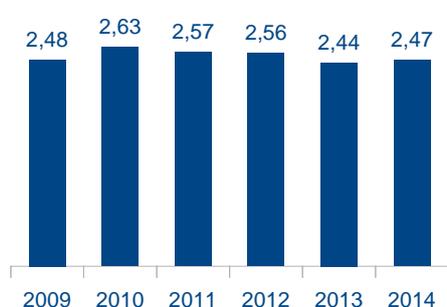
Fonte: Infraero, 2014.

Rodoviária

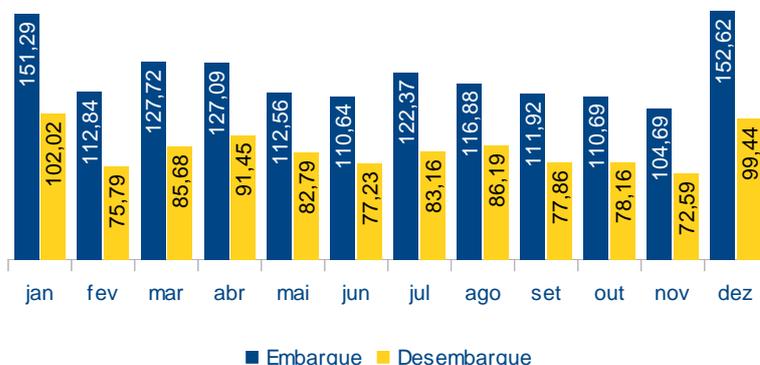
O movimento de passageiros entre 2013 e 2014 também manteve-se relativamente estável em torno de 2,4 milhões de embarques e desembarques. Desde 2009 o fluxo é constante, com uma variação relativa máxima de 7,7% entre o ano com maior volume (2010) e o ano com menor volume (2013).

Os dados mensais de 2014 revelam um fluxo superior de embarques durante todo o ano. Os meses de maior movimento são janeiro (151,29 mil embarques e 102,02 mil desembarques) e dezembro (152,62 mil embarques e 99,44 mil desembarques).

Fluxo de Passageiros, 2009 a 2014
(milhões)



Embarques e Desembarques na Rodoviária de Vitória,
2014 (milhares)



Fonte: Contermi SA, 2014.

3.3 Hotelaria

Capacidade

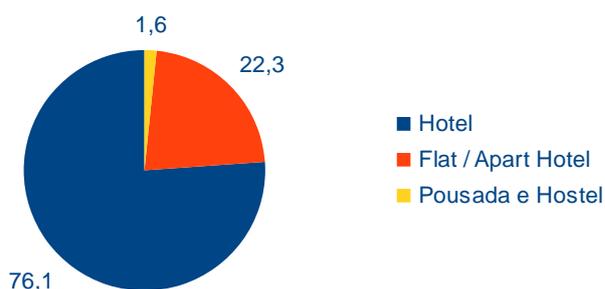
Vitória é a capital econômica e política do Espírito Santo. Possui a melhor e mais completa estrutura hoteleira da região, sendo reconhecida pela sua capacidade de hospedar com qualidade e eficiência os turistas de negócios ou lazer.

De acordo com pesquisas do Observatório do Turismo de Vitória em 2014, foram identificados 3.357 unidades habitacionais e 6.107 leitos na cidade. A modalidade Hotel representa 76,1% dessa capacidade. Em seguida, Flat/Apart Hotel aparece com 22,3% e Pousada/Hostel com apenas 1,6%.

Capacidade Hoteleira em Vitória, 2014*

Tipo	Unidades Habitacionais	Leitos
Hotel	2.593	4.649
Flat / Apart Hotel	733	1.360
Pousada	25	73
Hostel	6	25
Total	3.357	6.107

Capacidade Hoteleira (leitos) por Tipo de Estabelecimento em Vitória, 2014* (%)



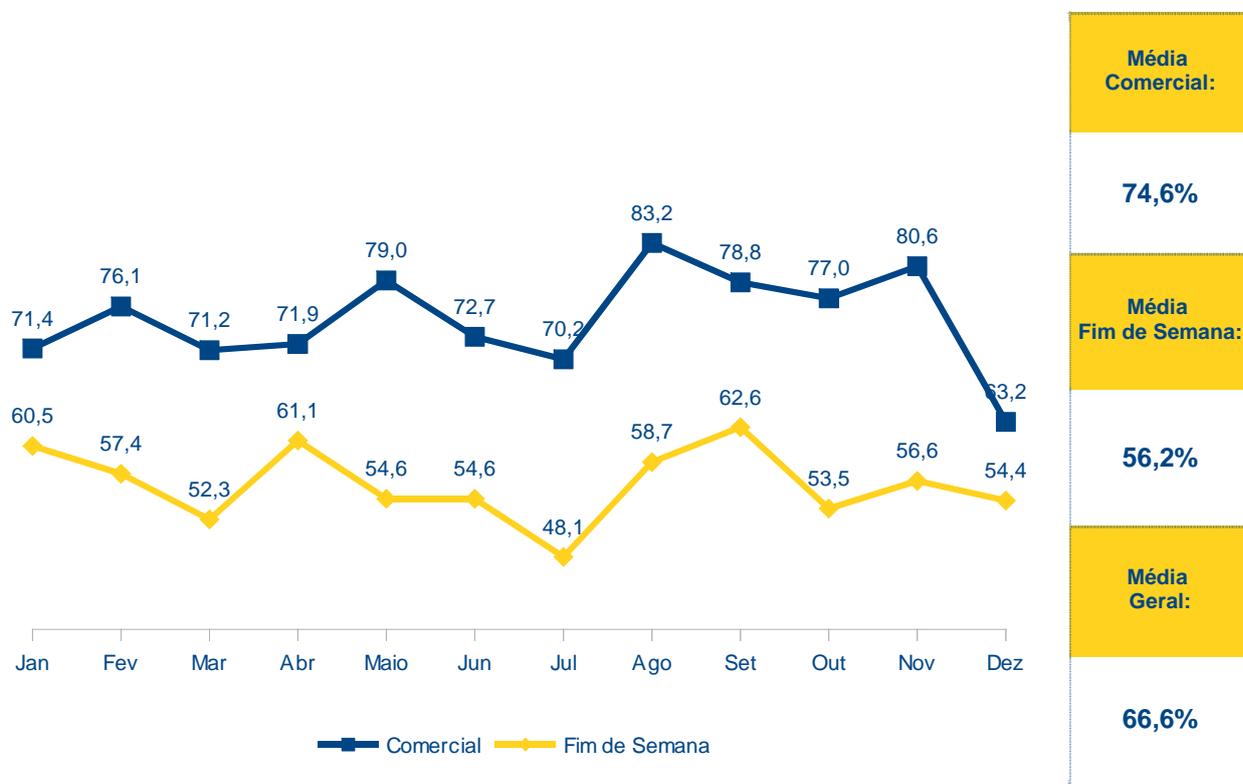
Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014



Desempenho

Vitória caracteriza-se como um destino turístico com vocação mais acentuada para negócios. Em 2014 a ocupação comercial (de seg. a quin.) registrou uma média de 74,6%, enquanto a ocupação no fim de semana (sex., sáb. e dom.) ficou em 56,2%. A média geral atingiu 66,6% de ocupação. Além disso, os meses com maior demanda hoteleira não acompanham os períodos de férias escolares, reforçando o perfil de turismo de negócios na cidade.

Taxa de Ocupação dos Hotéis em Vitória, 2014 (%)*



Fonte: ABIH-ES, 2015

*Considera-se segunda-feira a quinta-feira como "Comercial", e sexta-feira, sábado e domingo como "Fim de Semana".

Diária média, 2014 (R\$)



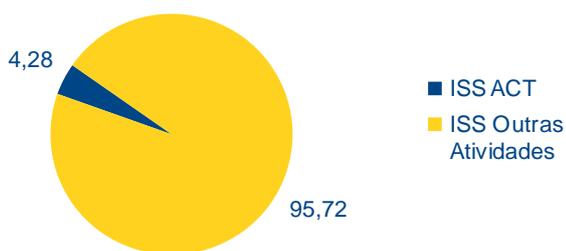
Fonte: FOHB, 2015

3.4 Economia – Imposto Sobre Serviços (ISS)

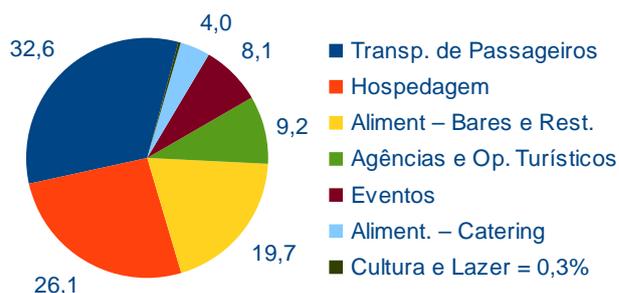
Para avaliar o impacto da cadeia produtiva do turismo na economia de Vitória, foram apurados os dados de arrecadação do Imposto Sobre Serviços (ISS) das Atividades Características do Turismo (ACT)². Os resultados mostram que as ACT respondem por 4,3% da arrecadação total, com destaque para os negócios de Transporte, Hospedagem e Alimentação – Bares e Restaurantes. Juntas essas atividades representam 78,4% do ISS recolhido nas ACT.

Arrecadação de ISS Total em Vitória, 2014:	Arrecadação de ISS das ACT em Vitória, 2014:
R\$ 345.301.805,93	R\$ 14.762.378,32

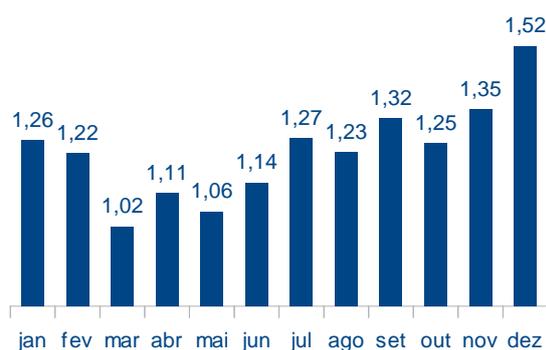
Participação das ACT no ISS total, 2014 (%)



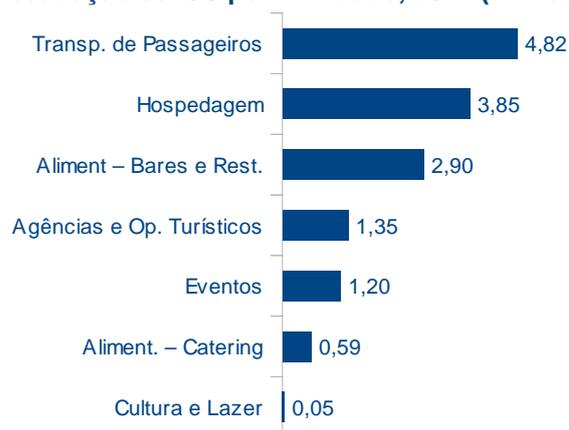
Participação de Cada Atividade no ISS das ACT, 2014 (%)



Arrecadação de ISS das ACT, 2014 (milhões)



Arrecadação de ISS por Atividade, 2014 (milhões)



Fonte: Secretaria Municipal da Fazenda (SEMFA).



² A lista com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) selecionada como Atividades Características do Turismo (ACT) está em anexo.

3.5 Trabalho

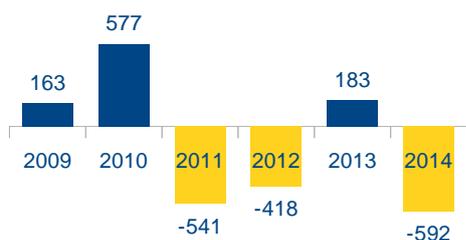
Movimentações

Em Vitória existem quase 12 mil trabalhadores ligados às Atividades Características do Turismo (ACT), o que representa cerca de 5% do estoque total de empregos na cidade.

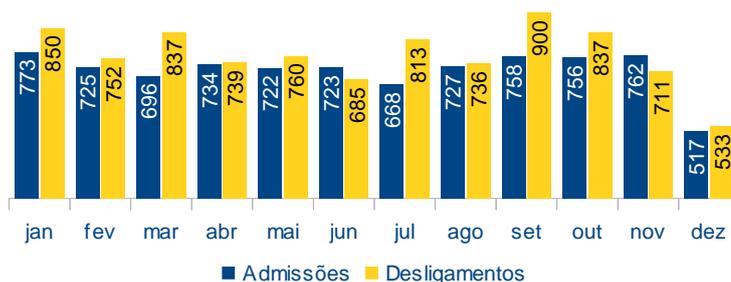
As ACT também foram atingidas com o momento difícil da economia brasileira. Em 2014 observou-se o pior resultado dos últimos 6 anos. O saldo entre admissões e desligamentos foi negativo em Vitória, registrando menos 592 empregos. Somente nos meses de junho e novembro verificou-se saldo foi positivo.

11.917
empregados
nas ACT

Saldo entre admissões e desligamentos nas ACT em Vitória, 2009 a 2014



Admissões e desligamentos nas ACT em Vitória, 2014



Fonte: Ministério do Trabalho - CAGED, 2015.

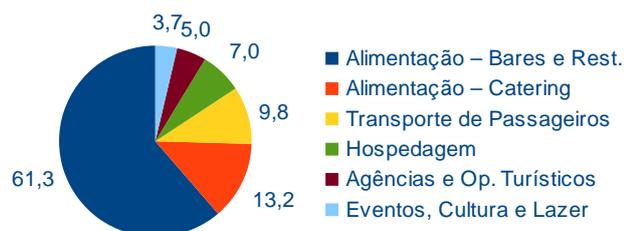


Perfil do Trabalhador

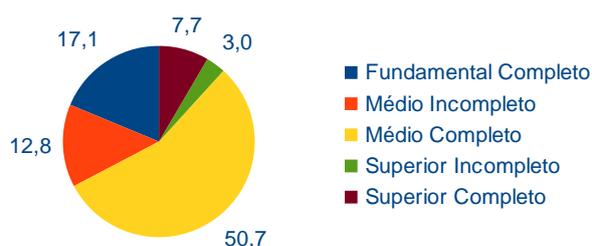
Os dados sobre o perfil dos trabalhadores nas ACT de Vitória revelam que a alimentação é a atividade mais representativa. Bares, Restaurantes e *Catering* (serviços de fornecimento de refeições coletivas) representam juntos quase 75% do total de empregados.

Profissionais com ensino médio completo representam mais da metade da mão de obra (50,7%) e apenas 7,7% possuem graduação completa. Com relação à faixa etária, verifica-se um perfil jovem. Cerca de 70% está entre 18 e 39 anos. Além disso, maior parte dos empregados ganha até 3 salários mínimos (90,7%), como pode ser observado nos gráficos a seguir.

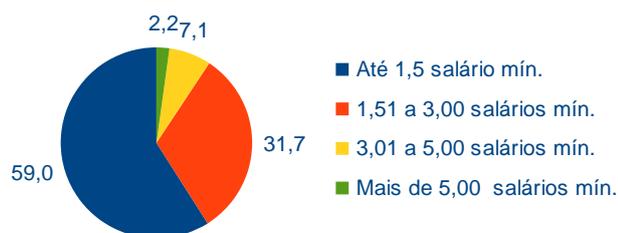
Atividade de Atuação, 2014 (%)



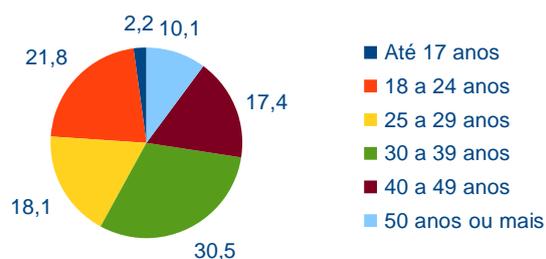
Escolaridade, 2014 (%)



Remunera o, 2014 (%)



Faixa Etária, 2014 (%)



Fonte: Ministério do Trabalho - RAIS, 2015.

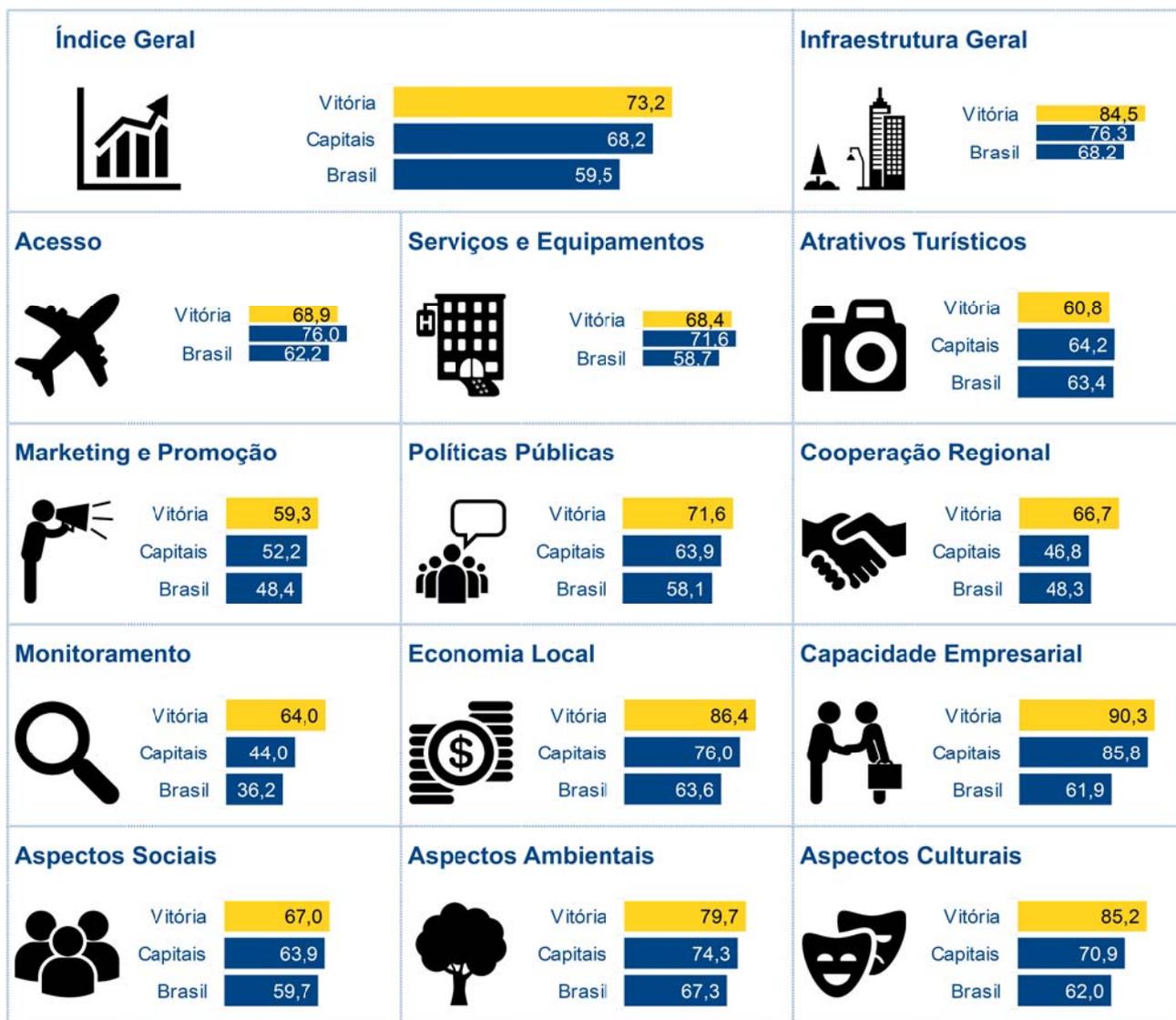


3.6 Competitividade

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 11 das 13 dimensões avaliadas.

Dentre os fatores a influenciam de forma positiva essas dimensões, vale destacar:

- Ciclovias e projetos de incentivo ao uso de bicicletas (Bike GV);
- Transporte urbano atendendo às principais áreas turísticas;
- Centros de atendimento ao turista;
- Atrativos naturais, culturais e eventos que atraem turistas (Carnaval, Feiras de Negócios, Passos de Anchieta);
- Material promocional e ações de divulgação do destino;
- Iniciativa pública em projetos de incentivo ao turismo (Selo de Qualidade Turística, Projeto de Iniciação Escolar para o Turismo, Mar da Música e Visitar);
- Redes nacionais e internacionais de hospedagem, alimentação e locação de veículos;
- Políticas de prevenção à exploração sexual de crianças;
- Unidades de conservação ambiental no município;
- Atividade artesanal e de culinária típica (Painéis de Barro, Moqueca Capixaba, Torta Capixaba, e Casquinha de Siri), e
- Tradições culturais, manifestações religiosas e eventos tradicionais.

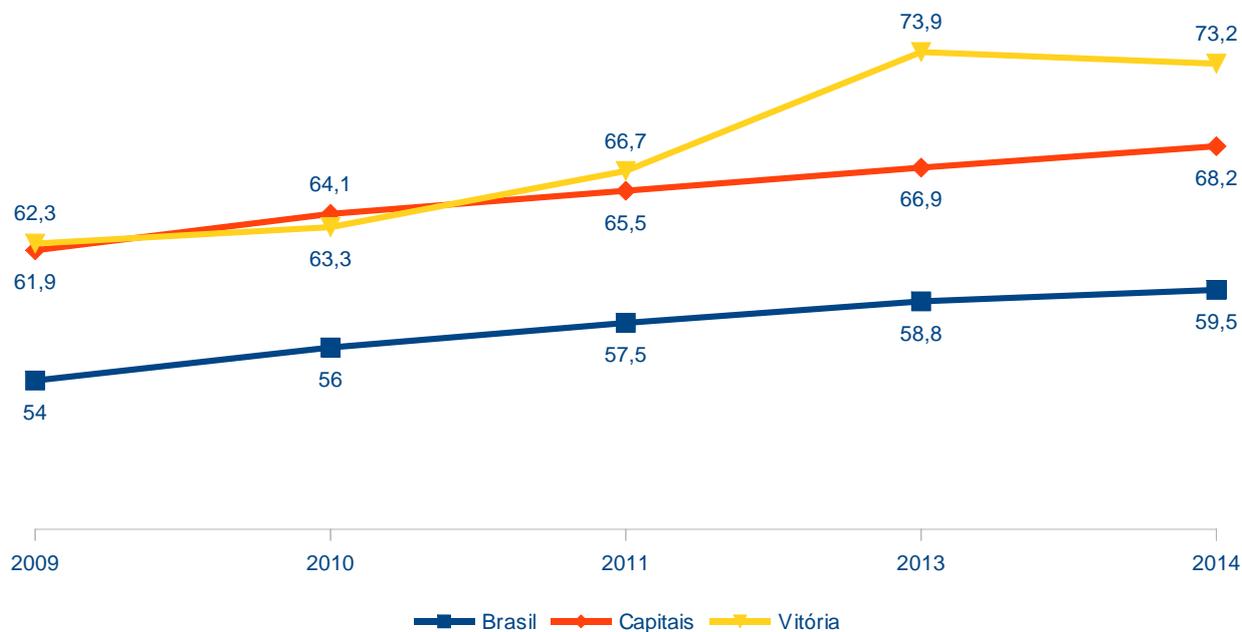


Fonte: Ministério do Turismo, 2014

Vitória ainda apresenta desafios em Acesso devido à carência/ausência de linhas exclusivas de transporte turístico, de vagas de estacionamento próximas aos atrativos e de aeroporto internacional. Além disso, a existência de congestionamentos próximos às áreas turísticas prejudica o indicador.

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. A carência de melhorias no Parque Estadual da Fonte Grande também contribui negativamente.

Evolução do Índice de Competitividade Geral do Turismo, 2009 a 2014*



Fonte: Ministério do Turismo, 2014
*Dados de 2012 não disponíveis.



3.7 Centros de Atendimento ao Turista (CAT)

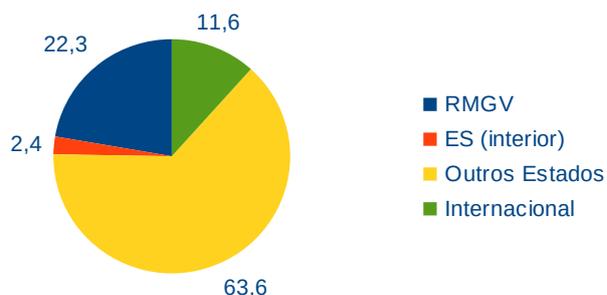
Os Centros de Atendimento ao Turista (CAT) registraram um total de 2.645 atendimentos em 2014. Desse total, pode-se considerar 2.055 turistas vindos de outras cidades do interior do Espírito Santo, de outros estados ou de outros países. Visitantes da própria Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV) foram 590.

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

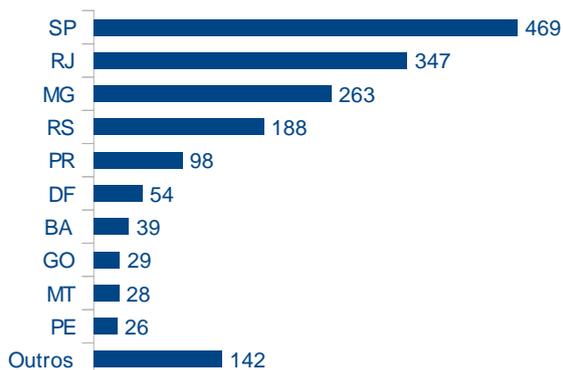
Visitantes atendidos, 2014

	CAT Camburi*	CAT Paneleiras*	Total
RMGV	242	348	590
ES (interior)	43	21	64
Outros Estados	1009	674	1683
Internacional	193	115	308
Total	1487	1158	2645

Origem dos visitantes atendidos, 2014 (%)

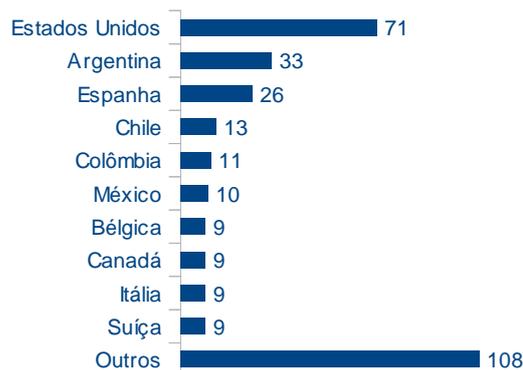


Visitantes de outros estados, 2014



Total: 1.683 visitantes

Visitantes internacionais, 2014



Total: 308 visitantes

Fote: Observatório do Turismo de Vitória, 2015.

*CAT Camburi funcionamento de janeiro até outubro/2014. CAT Paneleiras funcionamento a partir de out/2014.



3.8 Visitar

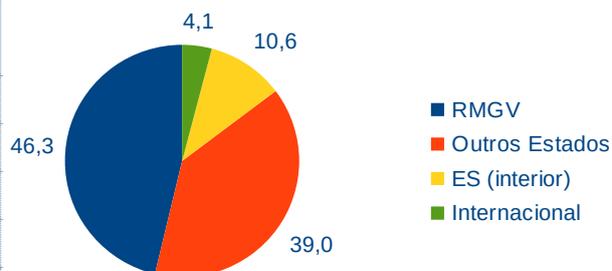
O Visitar, uma parceria entre a Prefeitura de Vitória e o Instituto Goia, integra os principais monumentos do Centro Histórico de Vitória. O objetivo do Visitar é promover, valorizar e incentivar que os visitantes conheçam e colaborem com a preservação desse importante patrimônio histórico.

Em 2014 foram registrados 38.870 visitantes, dos quais 20.881 podem ser considerados turistas vindos de fora da RMGV. Os meses com mais visitas foram outubro e novembro registrando 5,15 e 4,15 mil visitantes, respectivamente. O principal estado emissor de turistas foi São Paulo (3.993) e o principal país foram os Estados Unidos (344).

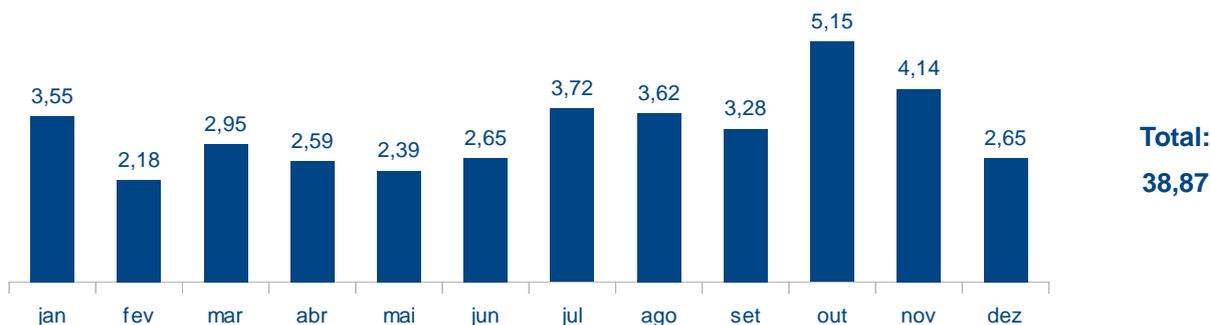
Quantidade de visitantes, 2014

Região	Visitantes
RMGV	17.989
ES (interior)	4.134
Outros Estados	15.159
Internacional	1.588
Total	38.870

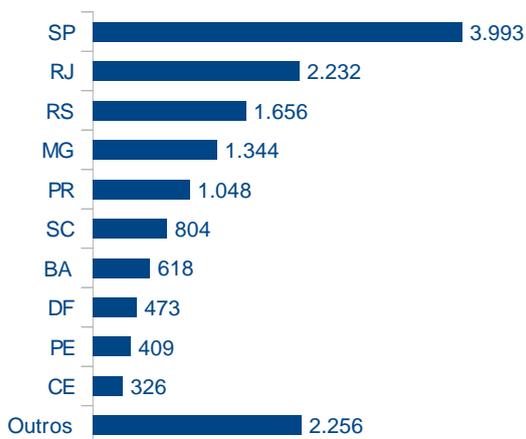
Origem dos visitantes, 2014 (%)



Fluxo de visitantes, 2014 (milhares)

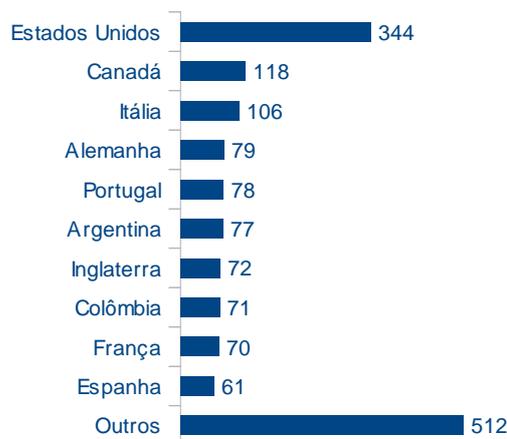


Visitantes de outros estados, 2014



Total: 15.159 visitantes

Visitantes internacionais, 2014



Total: 1.588 visitantes

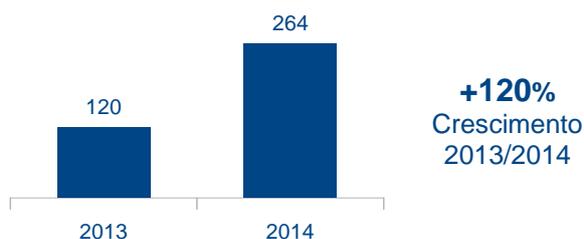
Fonte: Instituto Goia, 2015.

3.9 Pesca Oceânica (Pacotes Turísticos)

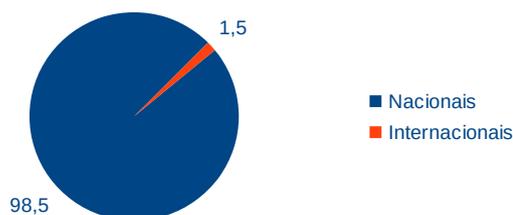
Vitória é reconhecidamente um dos melhores destinos do mundo para a prática da pesca oceânica. Os recordes mundiais de Marlin Azul e Marlin Banco e o recorde nacional de Dourado Mar foram registrados em águas capixabas. A cidade também oferece uma infraestrutura favorável para o desenvolvimento turístico desse segmento, contando com grandes redes hoteleiras a poucos minutos dos locais de embarque.

Os números da pesca oceânica retratam um mercado que ainda não foi totalmente explorado, mas já indicam o potencial turístico desse segmento. Em 2014 a quantidade de turistas cresceu 120% e revelou um público com alta capacidade de geração de renda. Os turistas nacionais gastam em média R\$ 1.180,00/dia e os internacionais R\$ 1.250,00/dia, gerando mais de R\$ 1,2 milhão na cidade em 2014.

Quantidade de Turistas, 2013 - 2014



Origem dos Turistas, 2014 (%)



Turistas Nacionais, 2014



Turistas Internacionais, 2014

EUA → 4

Turistas Nacionais:	Turistas Internacionais:
4 dias permanência média	7 dias permanência média
R\$ 1.180,00 gasto médio diário	R\$ 1.250,00 gasto médio diário
Estimativa de Gasto Total dos Turistas em 2014:	
R\$ 1.262.200,00	

Fonte: Poltrona 1 Pesca Oceânica

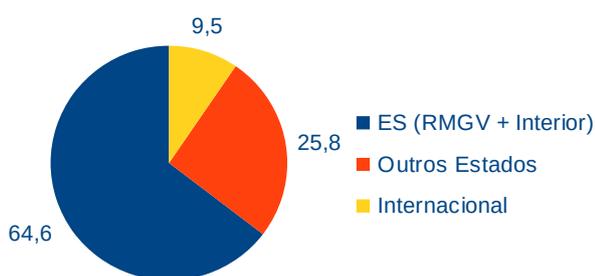


3.10 Eventos

Vitória Stone Fair

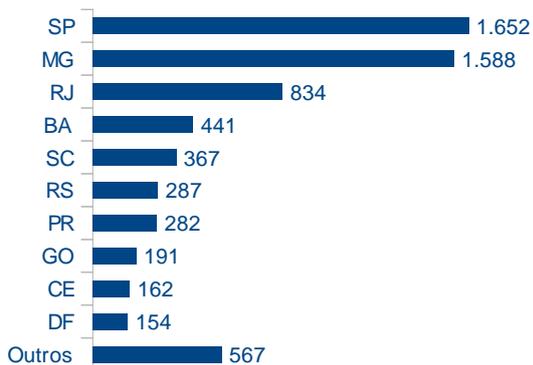
O Espírito Santo é o principal produtor e o maior processador e exportador de mármore e granito do Brasil, um dos países que mais fornecem esse produto no mundo, concentrando mais de 90% do parque industrial de beneficiamento do setor e cerca de 80% da exportação de rochas. O Vitória Stone Fair, realizado entre os dias 18 e 21 de fevereiro de 2014 no município da Serra (Região Metropolitana da Grande Vitória), atraiu 25.253 visitantes de todo o território nacional e de mais de 60 países, configurado como um dos eventos mais importantes no calendário mundial do setor.

Origem dos visitantes (%), 2014



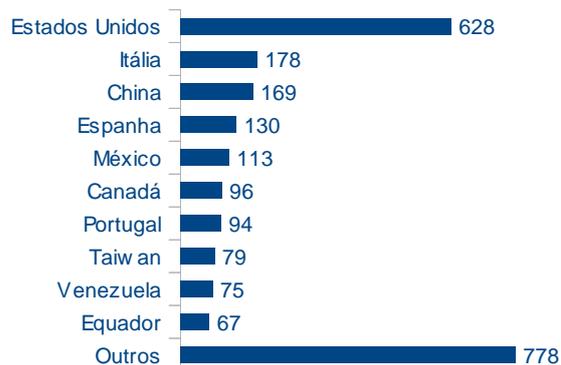
Número de Visitantes	Ocupação Hoteleira
25.253	91,2%

Visitantes de outros estados, 2014



Total: 6.525 visitantes

Visitantes internacionais, 2014



Total: 2.408 visitantes

Fonte: Milanez & Milaneze S/A, 2014. Observatório do Turismo de Vitória, 2014.

Desfile das Escolas de Samba

O Desfile das Escolas de Samba em Vitória acontece na quinta, sexta e sábado da semana anterior ao Carnaval oficial. Pelo Sambão do Povo, passam escolas da capital e de outros municípios da região metropolitana. Uma semana depois, a festa continua, com concurso de blocos, bailes, shows e matinês no Centro Histórico, na Curva da Jurema e em São Pedro.

Ingressos Vendidos	Participantes nos Desfiles	Movimentação Financeira	Empregos Temporários	Ocupação Hoteleira*
7,54 mil	12,5 mil	R\$ 12,5 milhões	3 mil	75,7%

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014.

*Dias considerados: 20, 21 e 22/02/2014. Apesar da taxa de ocupação acima da média, o desfile ainda não o principal motivo para esse desempenho.

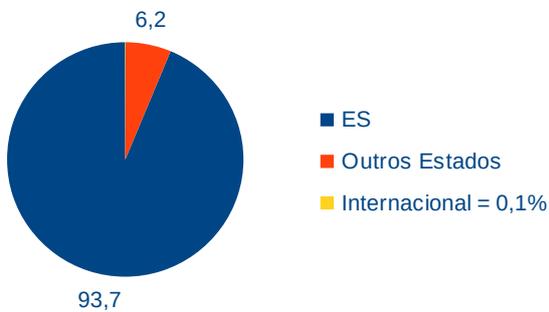
MEC SHOW

A Feira da Metalmeccânica, Energia e Automação, a MEC SHOW, foi realizada entre os dias 23 e 26 de julho na cidade da Serra (Região Metropolitana de Vitória). A edição de 2014 contou com mais de 17 mil pessoas de todo o Brasil, além de participantes internacionais da Itália, Holanda, Estados Unidos e Portugal.

O Espírito Santo é reconhecido como um importante polo 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, ArcelorMittal, Petrobras, Samarco, Fibria e outros.

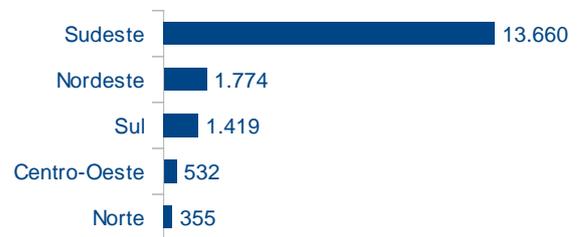
Número de Visitantes	
	17.751
Ocupação Hoteleira*	
	67,9%

Origem dos visitantes (%), 2014



Total: 17.751 visitantes

Visitantes por região, 2014



Total de Outros Estados: 1.100 visitantes

Fonte: Milanez & Milaneze S/A, 2014.

*Dias considerados: 24, 25 e 26//07/2014

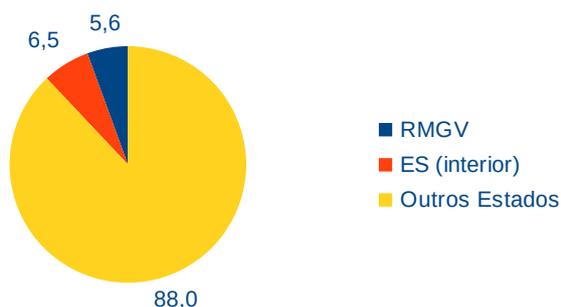


Enduro da Independência

Uma das maiores provas de regularidade do Brasil, o Enduro da Independência contou com a nata dos motociclistas do país, além de participantes internacionais. Os aventureiros chegaram no centro esportivo Tancredão, em Vitória, no dia 7 de setembro, após percorrerem mais 800 quilômetros partindo de Mariana (MG). Os trilheiros fizeram um circuito pelos monumentos que compõem o Visitar no Centro Histórico e pelo Palácio Anchieta, marco zero da Rota Imperial, caminho utilizado por Dom Pedro II em viagens ao interior do país e que serve como percurso do Enduro. O evento reuniu mais de mil pessoas, entre pilotos, apoios mecânicos, patrocinadores, profissionais da mídia nacional, além de admiradores do esporte. Ao longo de 30 anos, o evento já mobilizou, aproximadamente, 20 mil participantes.

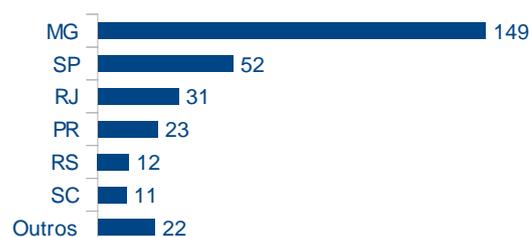


Origem dos inscritos (%), 2014



Total: 341 inscritos

Inscritos de outros estados, 2014



Total: 300 inscritos

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014.
Dias considerados: 07 e 08/09/2014.

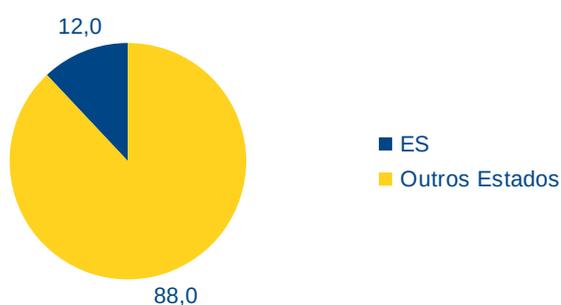
Aloha Spirit

O Aloha Spirit, maior evento de esportes aquáticos do Brasil, passou por Vitória. Foi a terceira etapa do festival, entre os dias 12 e 14 de setembro, na Praia Curva da Jurema. A competição conta com o popular *Stand Up Paddle* e várias modalidades como *surfski*, *paddleboard*, natação em águas abertas e *waterman*. 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, congressos técnicos e desafios.

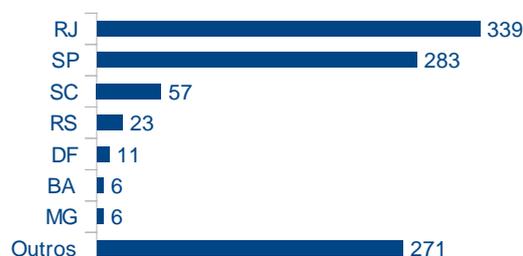


Origem dos participantes (%), 2014



Total: 1.130

Participantes de outros estados, 2014



Total: 996

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014.
Dias considerados: 12, 13 e 14/09/2014.

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 aumentar o fluxo turístico de lazer no município, foi realizado o projeto “Fim de Semana na Ilha” no mês de setembro de 2014. Foram distribuídos descontos e cortesias de bares, restaurantes, casas noturnas e outros estabelecimentos de entretenimento.

Estabelecimentos Participantes	Vouchers Distribuídos	Cidades de Divulgação	Divulgação em Feiras	Ocupação Hoteleira*
 40	 17 mil	 7	 4	 62,6%

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014.

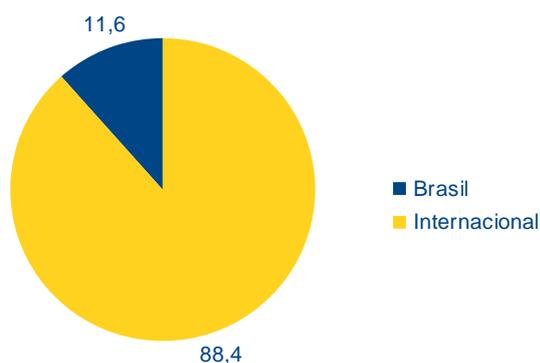
*Dias considerados: todas as sextas, sábados e domingos de setembro/2014.

XXIII Campeonato Mundial de Pesca Oceânica

Pela primeira vez, o Campeonato Mundial de Pesca Oceânica foi realizado em um país fora da Europa. A disputa ocorreu entre os dias 22 e 29 de Novembro, no late Clube de Vitória. Com a participação de 12 países e 22 delegações, a competição trabalha com a modalidade ‘Trolling’, na qual a pesca é feita com as embarcações em constante movimento, além de ser pesque-solte, para preservar a vida marinha. A competição passou por locais estratégicos da cidade, com trajeto que contemplou e percorreu os circuitos turísticos da cidade (parques, reservas ecológicas e monumentos naturais e históricos), proporcionando aos competidores o contato direto com as belezas capixabas. O Espírito Santo é reconhecido mundialmente por ter capturado o maior Marlim azul da história, em 1992, com 636 quilos. Vitória é um dos locais em que se consegue chegar mais rápido ao local ideal para pesca oceânica, com apenas uma hora.

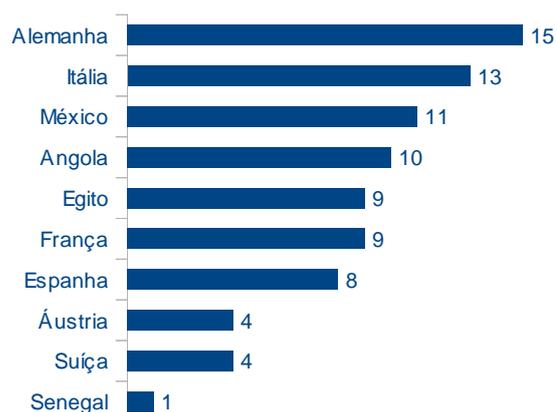


Origem dos competidores (%), 2014



Total: 95 competidores

Competidores de outros países, 2014



Total: 84 competidores

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014.

Dias considerados: 22 a 29/11/2014.

Show do Paul McCartney

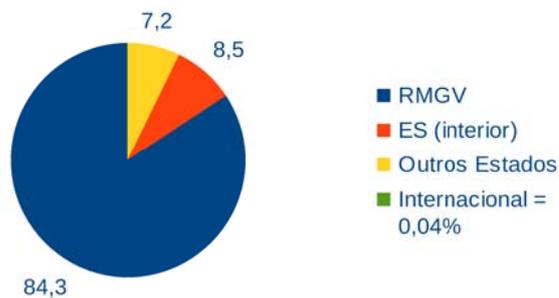
Abrindo a turnê “*Out there*” no Brasil, o cantor inglês Paul McCartney fez sua primeira apresentação na Grande Vitória (município de Cariacica) no dia 10 de novembro. O Evento ocorreu no Estádio Kleber Andrade, atraindo mais de 33 mil fãs e turistas de todo o Brasil, além de seguidores de fora do país para a cidade.

Público (aprox.)	Ocupação Hoteleira*
 <p>33 mil</p>	 <p>83,2%</p>

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014.

*Dias considerados: 10 e 11/11/2014.

Origem dos participantes (%)



Réveillon 2014

O Réveillon de Vitória é o maior evento da cidade em número de participantes. Foram cerca de 250 mil pessoas brindando a virada de ano. Em 2014, foram mais de 16 minutos de queima de fogos na Orla de Camburi e na Prainha de Santo Antônio.

Em Camburi, o público foi animado com apresentações de Amaro Lima, Pele Morena e Banda Kalifa. Já em Santo Antônio, o samba foi o ritmo da virada, com participações da Escola de Samba Novo Império e shows do cantor Leandro Mello e do grupo Cheiro da Cor.

A comemoração atraiu pessoas de toda a cidade e vários turistas que lotaram os locais do evento.

Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014

*Dias considerados: 31/12/2014.

Público (aprox.)	Ocupação Hoteleira*
 <p>250 mil</p>	 <p>92,8%</p>



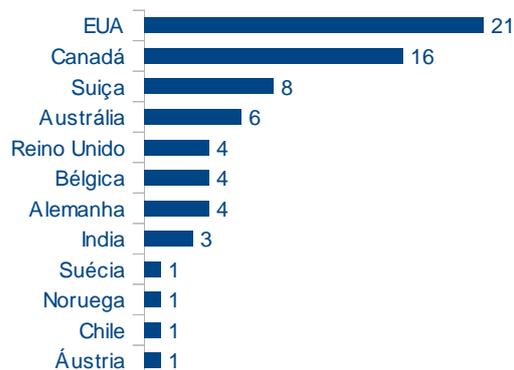
Temporada de Cruzeiros 2014/2015

Vitória continua na rota de cruzeiros. Na Temporada 2014/2015 foram **3 escalas** na cidade, trazendo quase **3 mil visitantes** (tripulantes e passageiros) para a ilha.

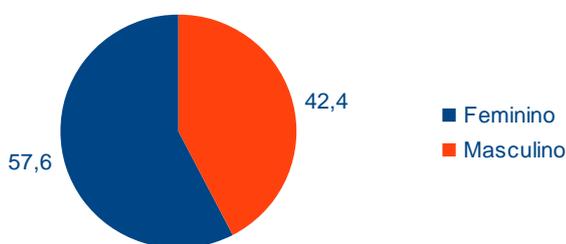
Os turistas foram recebidos por técnicos do turismo, com informações sobre a região e dicas de atrações turísticas.

As pesquisas realizadas com os passageiros revelam o perfil desse turista: forte presença de americanos e canadenses e europeus, maioria acima de 60 anos (75,3%), primeira vez em Vitória (97,8%), busca informações na internet ou em agências de viagem e demonstra alto nível de satisfação com o destino.

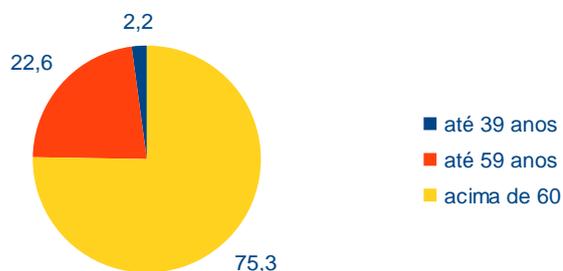
Origem



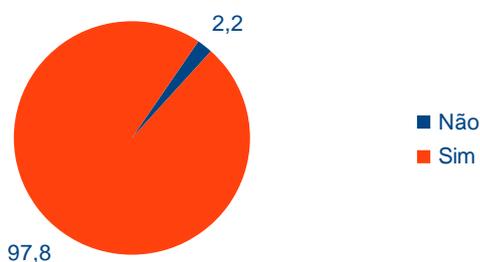
Gênero (%)



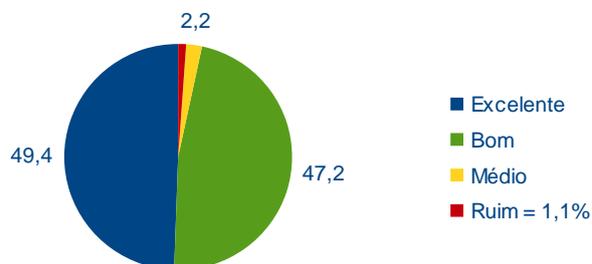
Faixa Etária (%)



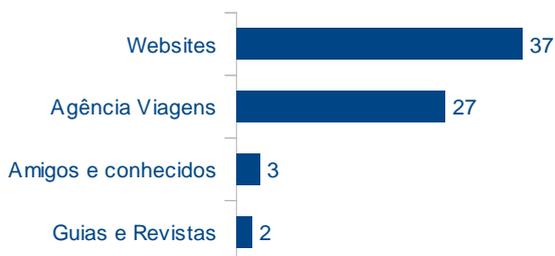
Primeira Vez em Vitória (%)



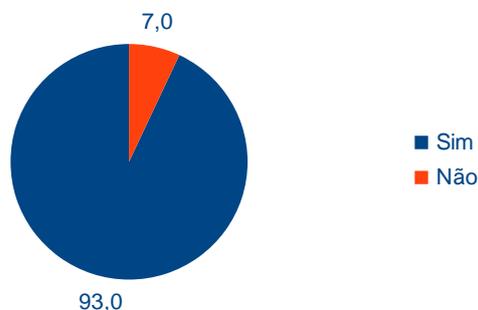
Avaliação sobre a Receptividade (%)



Onde Procura Informações sobre a Viagem



Recomendaria Vitória (%)



Fonte: Observatório do Turismo de Vitória, 2014.

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