



INSIGHTS DE MERCADO

# ARGENTINA

2025

\*Com base no histórico de 2024



Embratur

# Ficha Técnica

## **Presidente da República**

Luiz Inácio Lula da Silva

## **Diretor-Presidente da Embratur**

Marcelo Ribeiro Freixo

## **Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade**

Bruno Giovanni dos Reis

## **Diretoria de Gestão e Inovação**

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

---

## **Gerência de Mercados e Eventos Internacionais**

Alexandre Nakagawa

## **Coordenação de Mercados Internacionais**

Alisson Braga de Andrade

## **Equipe Técnica de Mercados Internacionais**

André Netto

Daniele Garnier

Lilás Nascimento

Lucas Faria

Naara Bandeira

Raíssa Neumann

## **Gerência de Informação e Inteligência de Dados**

Fábio Montanheiro

## **Equipe Técnica de Dados e Revisão**

Camila Neiva

Cristiano Borges

Daniele Barros

Edson Duarte

Larissa Regis

Scarlett Bispo

Theogenes Rocha

## **Design Gráfico**

Natália Bomfim

Ronald Albuquerque

Nathanael Nepomuceno



# SUMÁRIO

Principais destinos (mundo).....	4
Principais destinos (América do Sul e Central).....	5
Mercado emissor da Argentina para o Brasil.....	6
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado argentino.....	7
Conectividade .....	8
Perfil de compra para o Brasil .....	9
Motivos de viagem do turista.....	10
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado .....	12
Empresas do mercado .....	13
Membros Comitê Visite Brasil (CVB).....	16
Tendências e oportunidades .....	17
Ciclo de promoção .....	19

# Principais destinos 2024

## 9.965.940 turistas

Os principais destinos internacionais dos turistas argentinos são países fronteiriços, sendo a via terrestre o principal meio de entrada no país.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1		<b>Brasil</b>	1.960 <sup>1</sup>
2		<b>Chile</b>	1.560
3		<b>Uruguai</b>	1.294
4		<b>Estados Unidos</b>	904
5		<b>Paraguai</b>	860
6		<b>Espanha</b>	729
7		<b>Itália</b>	535
8		<b>Bolívia</b>	396
9		<b>México</b>	366
10		<b>Peru</b>	217

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

<sup>1</sup>Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)

# Principais destinos 2024

Os principais destinos internacionais dos turistas argentinos na América do Sul e Central:

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1		<b>Brasil</b>	1.960 <sup>2</sup>
2		<b>Chile</b>	1.560
3		<b>Uruguai</b>	1.294
4		<b>Paraguai</b>	860
5		<b>Bolívia</b>	369
6		<b>Peru</b>	217
7		<b>Rep. Dominicana</b>	190
8		<b>Colômbia</b>	181
9		<b>Venezuela</b>	27

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

\*Fonte: [Portal de Datos Embratur](#) (Embratur, MTur e Policía Federal)

# Mercado emissor da Argentina para o Brasil

A Argentina, país vizinho e grande parceiro comercial do Brasil, enviou 9,9 milhões de turistas ao mundo em 2024, um crescimento de 23% em relação ao ano passado, segundo dados do GlobalData, com gastos na ordem de 7,6 bilhões de dólares.

A previsão para 2025 é que o número ultrapasse os 10,5 milhões de viagens para fora da Argentina, com gastos na ordem de 8,5 bilhões de dólares.

Com população de 46,99 milhões de habitantes (The World Factbook), a Argentina é a terceira nação mais populosa da América do Sul, sendo o segundo maior país em território nessa região, constituído por 23 províncias e uma cidade autônoma, Buenos Aires. A Argentina faz fronteira com o Paraguai e Bolívia ao norte, com o Brasil e Uruguai a nordeste e com o Chile a oeste e sul.

## Ingresso de turistas argentinos no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
1.954.725	887.805	67.280	1.032.762	1.882.240	<b>1.960.182</b>

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)



Market Share do Brasil\* (2024):

**19,7%**



Em 2024, o Brasil registrou 1.960.182 turistas argentinos, superando o recorde histórico de 2019.



Dados de entrada são atualizados constantemente

**CLIQUE AQUI**



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

\*Percentual de viajantes internacionais deste mercado que visitaram o Brasil em 2024.

# Principais Destinos Concorrentes do Brasil no mercado argentino

<b>Concorrentes Diretos</b>	México, Colômbia, República Dominicana, Peru, Espanha
<b>Concorrentes Indiretos</b>	Chile, Uruguai, Paraguai, Estados Unidos, Itália



Chile, Uruguai e Paraguai são países fronteiriços, então, deve-se considerar a proximidade geográfica como principal fator de escolha pelo turista que viaja, principalmente, por via terrestre.



Em 2024, com a desvalorização do peso argentino, tais países se tornaram destinos de compras para o turistas da Argentina.



Espanha e Itália, além de ser portões de entrada para Europa, também são países de ancestrais de muitos argentinos, dadas as ondas migratórias da Europa à Argentina nos séculos XIX e XX, o que lhes conferiu dupla cidadania e, portanto, facilidade de trânsito e possibilidade de trabalho.



No caso dos Estados Unidos, os principais atrativos são os parques da Disney, resorts e praias da Flórida, além dos conhecidos *outlets* para compras.

## Percepção do Brasil

**79%** dos turistas argentinos consultados já estiveram no país pelo menos uma vez e **87%** pretendem visitar o Brasil nos próximos dois anos (a contar da pesquisa)

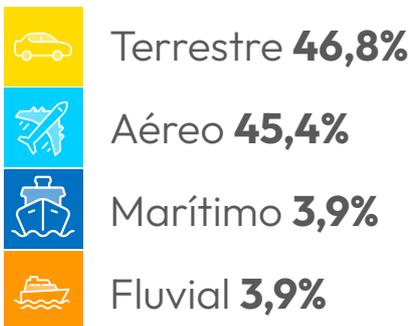
Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023

**Nota: concorrentes diretos** os países que possuem os mesmos produtos turísticos que o Brasil e concorrem diretamente com os mesmos segmentos e/ou nichos.

**Concorrentes indiretos** são os países que não concorrem nos mesmos segmentos e nichos que o Brasil, porém “conquistam” o mesmo turista que o Brasil, ou seja, o turista opta por esse outro destino em vez dos destinos brasileiros, mesmo que com produtos diferentes.

# Conectividade

Participação de entradas de turistas argentinos no Brasil, por modal:



Ampliação da malha aérea com mais frequências e novas rotas, somada ao preço competitivo frente às viagens nacionais na Argentina, contribuíram para a redistribuição dos modais no mercado argentino em relação a 2023.

Fonte: [Chegadas Internacionais](#)

## Voos atuais\* (ABR/2025)



Fonte: [FlightConnections](#)



Dados de entrada são atualizados constantemente

[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real



Ações estratégicas de promoção com parceiros do setor de **transportes**, **destinos** e **trade privado**, além de apoio dos **postos diplomáticos**, têm o potencial de gerar demanda para alimentar e regularizar **rotas sazonais**, bem como ampliar a **malha aérea**.

# Perfil de compra para o Brasil



**61 dias**  
antecedência média  
de compra



**11,2 noites**  
permanência média



**3-5 pax**  
a maior parte dos turistas  
viaja em pequenos grupos



**64 % indireto**  
principal canal de  
distribuição

Fonte: Forward Keys - Passagens aéreas emitidas no período de Abr 2024 - Mar 2025.



**Outubro, novembro e dezembro** foram os meses em que se registrou a maior emissão de tíquetes aéreos ao Brasil em 2024.

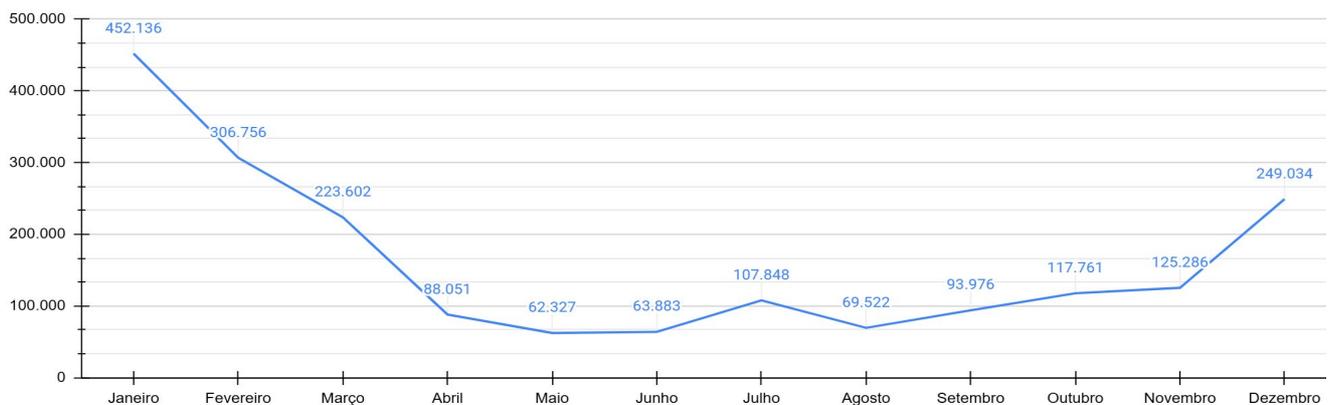


O gasto médio do visitante argentino no exterior foi de **USD 768,40 em 2024.**

Fonte: GlobalData

## Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes argentinos por mês:



Fonte: [Chegadas Internacionais - Embratur](#)



A temporada de verão (**dezembro a março**) é o período em que mais se registra a visita de turistas deste mercado, os quais aproveitam as **férias**, tanto laborais quanto escolares, para usufruir, principalmente, das **praias brasileiras**. Tradicionalmente, na **Semana Santa** e nas **férias de inverno**, também se observa um **aumento no fluxo** de turistas deste mercado

# Perfil de compra para o Brasil



## Vendas B2C e B2B

### Emissões de passagens aéreas Argentina-Brasil

Tipo de Venda:



Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

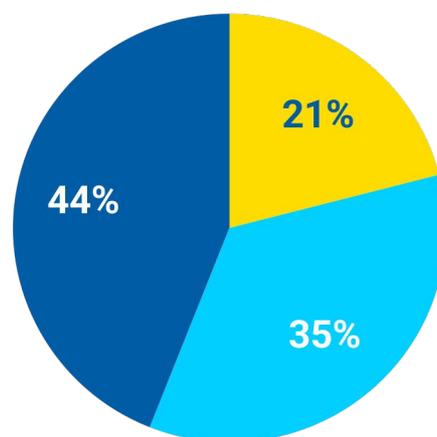
### Distribuição da venda intermediada



Agência Online **35%**

Agência de viagens **21%**

Agência corporativa **44%**



Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

- As vendas B2B ocorrem fundamentalmente entre DMC's e Operadoras (chamadas de *mayoristas* na língua espanhola) na construção dos pacotes, os quais serão vendidos às agências de viagens (*online* e *offline*/físicas), ou comercializados diretamente ao cliente final
- O Comitê Visite Brasil, composto empresas entre linhas aéreas, operadoras, rede hoteleira e seguradoras, além da Embaixada do Brasil na Argentina, é o principal parceiro comercial da Embratur no fomento da promoção e da comercialização dos produtos e destinos brasileiros para o mercado argentino.



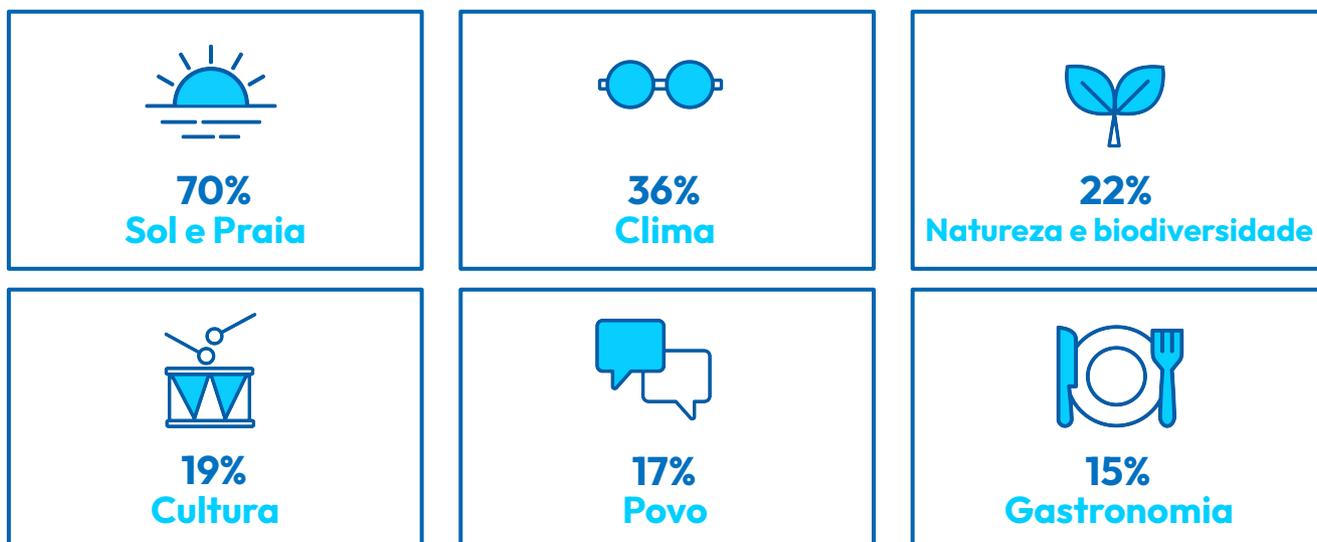
Os **players intermediários** (agências de viagem físicas/online e operadoras) possuem papel de **alta relevância** neste mercado, justificando **alianças e parcerias** para **impulsionar destinos** e experiências, melhorar **posicionamento** na prateleira e, conseqüentemente, **aumento de turistas e divisas**.

# Motivos de viagem do turista (domésticos e internacionais)



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

# Motivos de viagem ao Brasil



Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023



Consulte os  
indicadores

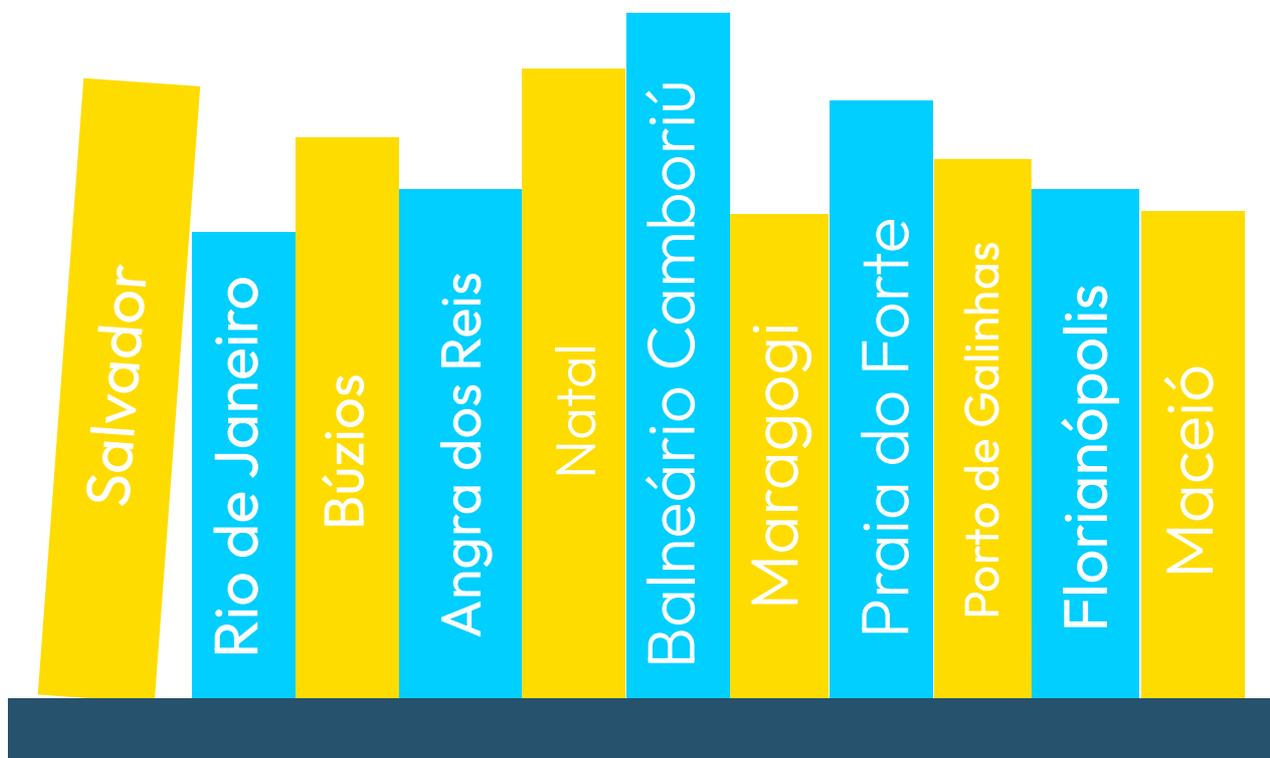
[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o  
qr code para  
mais detalhes

Nota: Pesquisa PENTA - pesquisa encomendada pela Embratur à consultoria Penta Group LLC, realizada no último trimestre de 2023, com o objetivo de identificar público-alvo em mercados estratégicos e compreender a motivação de viagens internacionais, lança luz ao imaginário do turista argentino e permite que algumas tendências possam ser apontadas.

# Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado



Fonte: Pesquisa de Catálogo Embratur. Pesquisa das vitrines comercializadas nos canais de uma amostra média de 5 operadoras por mercado.



## Percepções



### Destinos de oportunidades

João Pessoa, Manaus, Brasília, Chapada dos Veadeiros

Destinos que podem ter a visibilidade aumentada



### Ampliação de tempo de permanência

Serra Gaúcha/Porto Alegre

Destinos que podem ter o tempo de permanência ampliado, seja por inclusão de experiências ou combinando com outros destinos



### Segmentos mais comercializados

Sol e Praia, resorts all inclusive

**Nota:** Pesquisa PENTA - pesquisa encomendada pela Embratur à consultoria Penta Group LLC, realizada no último trimestre de 2023, com o objetivo de identificar público-alvo em mercados estratégicos e compreender a motivação de viagens internacionais, lança luz ao imaginário do turista argentino e permite que algumas tendências possam ser apontadas.

# Empresas do Mercado

## Operadoras Mayoristas (atacadistas)

<b>Aero</b>	<a href="https://www.aero.tur.ar/">https://www.aero.tur.ar/</a>
<b>All Seasons</b>	<a href="http://www.allseasons.com.ar/">http://www.allseasons.com.ar/</a>
<b>Delfos Tour</b>	<a href="https://www.delfos.tur.ar">https://www.delfos.tur.ar</a>
<b>Eurovips</b>	<a href="https://www.eurovips.com/">https://www.eurovips.com/</a>
<b>Free Way</b>	<a href="https://www.freeway.com.ar/">https://www.freeway.com.ar/</a>
<b>Ola</b>	<a href="https://www.ola.com.ar/">https://www.ola.com.ar/</a>
<b>Ricale Viajes</b>	<a href="https://www.ricale.com/">https://www.ricale.com/</a>
<b>Siga Turismo</b>	<a href="https://www.sigaturismo.com/">https://www.sigaturismo.com/</a>
<b>Tucano Tours</b>	<a href="https://www.tucanotours.com.ar/">https://www.tucanotours.com.ar/</a>

## OTA (Agências de Viagens Online)

<b>Almundo</b>	<a href="https://almundo.com.ar/">https://almundo.com.ar/</a>
<b>Despegar</b>	<a href="https://www.despegar.com.ar/">https://www.despegar.com.ar/</a>
<b>Travel Services</b>	<a href="https://www.travelservices.com.ar/">https://www.travelservices.com.ar/</a>

## Agências de Viagens (varejo)

<b>Almundo</b>	<a href="https://almundo.com.ar/">https://almundo.com.ar/</a>
<b>Travel Services</b>	<a href="https://www.travelservices.com.ar/">https://www.travelservices.com.ar/</a>

## Wholesaler | Consolidadora

<b>Tucano Tours</b>	<a href="https://www.tucanotours.com.ar/">https://www.tucanotours.com.ar/</a>
---------------------	---

# Empresas do Mercado

## Sistema de Distribuição para Agências

<b>OMNIBEES</b>	<b>GDS - SABRE, AMADEUS, JUNIPER</b>
-----------------	--------------------------------------

## Metasearch

<b>Kayak</b>	<a href="https://www.kayak.com.ar">https://www.kayak.com.ar</a>
<b>Skyscanner</b>	<a href="https://www.skyscanner.com">https://www.skyscanner.com</a>
<b>Turismocity</b>	<a href="https://www.turismocity.com.ar">https://www.turismocity.com.ar</a>

## Veículos de imprensa B2C e B2B

<b>Clarín</b>	<a href="https://www.clarin.com/">https://www.clarin.com/</a>
<b>El Cronista</b>	<a href="https://www.cronista.com/tema/turismo/">https://www.cronista.com/tema/turismo/</a>
<b>La Capital</b>	<a href="https://www.lacapital.com.ar/">https://www.lacapital.com.ar/</a>
<b>Ladevi</b>	<a href="https://argentina.ladevi.info">https://argentina.ladevi.info</a>
<b>La Nación   Revista Lugares</b>	<a href="https://www.lanacion.com.ar/revista-lugares">https://www.lanacion.com.ar/revista-lugares</a>
<b>Mensajero</b>	<a href="https://mensajero.com.ar/">https://mensajero.com.ar/</a>
<b>Report News</b>	<a href="https://reportnews.la">https://reportnews.la</a>

# Empresas do Mercado

Associações	
<b>AAETAV</b> Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura	<a href="https://aaetav.org.ar">https://aaetav.org.ar</a>
<b>AAOVYT</b> Asociación Argentina de Operadores de Viajes y Turismo	<a href="https://www.aovyt.com.ar">https://www.aovyt.com.ar</a>
<b>ACAV</b> Asociación Cordobesa de Agencias de Viajes	<a href="https://www.acav.com.ar">https://www.acav.com.ar</a>
<b>ARAV</b> Asociación Rosarina de Agencias de Viajes	<a href="https://arav.org.ar/">https://arav.org.ar/</a>
<b>AVIABUE</b> Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Buenos Aires	<a href="https://www.aviabue.org.ar/">https://www.aviabue.org.ar/</a>
<b>FAEVYT</b> Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo	<a href="http://www.faevyt.org.ar">http://www.faevyt.org.ar</a>

# Membros

## Comitê Visite Brasil (CVB)

<b>Aerolíneas Argentinas</b>	<a href="http://www.aerolineas.com.ar">www.aerolineas.com.ar</a>
<b>All Seasons</b>	<a href="http://www.allseasons.com.ar/">http://www.allseasons.com.ar/</a>
<b>Assist-Card</b>	<a href="http://www.assist-card.com.ar/">http://www.assist-card.com.ar/</a>
<b>Bonbini</b>	<a href="http://www.bonbini.com.ar">www.bonbini.com.ar</a>
<b>Consult House Turismo</b>	<a href="http://www.cht.com.ar">www.cht.com.ar</a>
<b>Delfos</b>	<a href="http://www.delfos.tur.ar">www.delfos.tur.ar</a>
<b>Embaixada do Brasil</b>	<a href="http://www.eurovips.com">www.eurovips.com</a>
<b>Eurovip´s</b>	<a href="http://www.eurovips.com">www.eurovips.com</a>
<b>Free Way</b>	<a href="http://www.freeway.com.ar">www.freeway.com.ar</a>
<b>Gol Líneas Aéreas Inteligentes</b>	<a href="http://www.voegol.com">www.voegol.com</a>
<b>Grupo On Line S.A</b>	<a href="http://www.grponline.com.ar">www.grponline.com.ar</a>
<b>H&amp;D Representaciones</b>	<a href="http://www.hdbuzios.com">www.hdbuzios.com</a>
<b>Halifax Viajes</b>	<a href="http://www.halifaxviajes.com">www.halifaxviajes.com</a>
<b>Interlands</b>	<a href="http://www.interlands.tur.ar">www.interlands.tur.ar</a>
<b>Intermac Assistance</b>	<a href="http://www.intermacseguros.com/ar">www.intermacseguros.com/ar</a>
<b>Juan Toselli Intl. Tours</b>	<a href="http://www.juantoselli.com">www.juantoselli.com</a>
<b>Juliá Tours S.A.</b>	<a href="http://www.juliatours.com.ar">www.juliatours.com.ar</a>
<b>LATAM</b>	<a href="https://www.latamairlines.com/">https://www.latamairlines.com/</a>
<b>Logan Travel</b>	<a href="http://www.logantravel.com">www.logantravel.com</a>
<b>Mediterranea Turismo</b>	<a href="http://www.mediterraneaturismo.tur.ar">www.mediterraneaturismo.tur.ar</a>
<b>Piamonte</b>	<a href="http://www.piamonte.com">www.piamonte.com</a>
<b>Ricale</b>	<a href="http://www.ricale.com">www.ricale.com</a>
<b>Siga Turismo</b>	<a href="http://www.sigaturismo.com">www.sigaturismo.com</a>
<b>Top Dest</b>	<a href="http://www.topdest.com.ar">www.topdest.com.ar</a>
<b>Universal Assistance</b>	<a href="http://www.ua.com.ar">www.ua.com.ar</a>

# Tendências e oportunidades

- O Brasil continua sendo o principal destino turístico internacional dos argentinos, escolhido por 1,96 milhão de turistas em 2024.
- Para 2025, com a ampliação da malha aérea, principalmente, para a região Nordeste, espera-se que o número de turistas deste mercado tenda a aumentar.
- Tempo de permanência e gasto médio podem ser aumentados combinando destinos com propostas distintas, por meio de um roteiro diversificado e imersivo.
- Investir em experiências autênticas, mesclando aventura e cultura ao tradicional sol e praia, mostra ao turista estrangeiro a diversidade que há no Brasil e estimula o aumento do tempo de permanência, bem como os gastos médios.
- Agências corporativas também tem atuação relevante no mercado argentino, com potencial para vendas de grupos de incentivo em destinos brasileiros que não estejam necessariamente no litoral. Oportunidade para diversificar experiências e destinos não convencionais, explorando segmentos como aventura/esportes e natureza, por exemplo.
- Benefícios de viajar ao Brasil, desde a perspectiva dos turistas argentinos, segundo a pesquisa PENTA:
  - **Curiosidade** - desejo de aprender e crescer através de novas experiências;
  - **Imersão** - conhecer pessoas e vivenciar a cultura local;
  - **Refúgio** - ecoturismo e reforço de conexões com a natureza;
  - **Bem-estar** - felicidade, saúde mental e bem-estar.
- Tais benefícios podem ser constatados no aumento na demanda por viagens a países como Tailândia, Turquia, Dubai e Japão, impulsionada pelas promoções no *trade* argentino.

# Tendências e oportunidades



## Sol e Praia

Destinos já consolidados e novos produtos;  
Focar na diversificação dentro do segmento e/ou combinação com outros a partir da disponibilidade de cada região, explorando malha aérea já existente



## Cruzeiros

Explorar este nicho nos roteiros pela costa brasileira pode ser uma maneira de aportar volume adicional de receita nas localidades, além de ampliar o período de permanência no país;



## Natureza e Aventura

Inclusão de atividades em meio à natureza e de aventura adequadas a todos os públicos, com atrativos complementares ao destino principal de sol e praia dentro de uma mesma viagem;



## Cultura

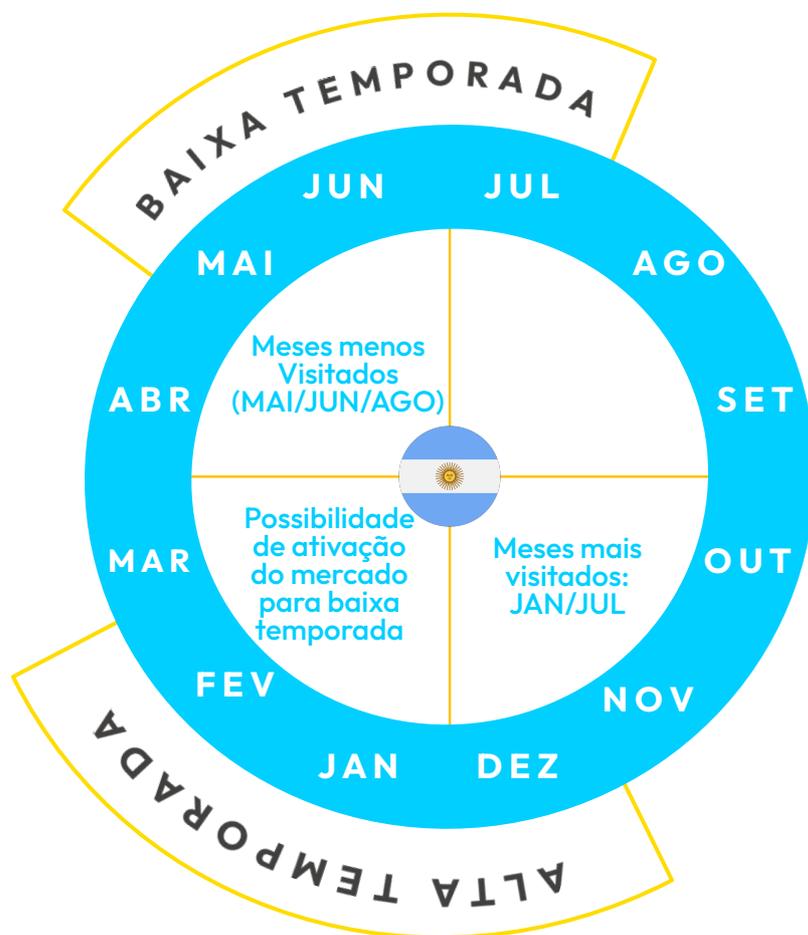
O componente que pode estar presente em todos os programas/pacotes de viagens, pois engloba atividades gastronômicas, musicais, artísticas e históricas, tornando os destinos mais atraentes ao turista. Resultado: maior competitividade, maior tempo de permanência no destino e mais divisas injetadas na economia



## Luxo

O consumidor de alto poder aquisitivo continua viajando em busca de experiências autênticas e inesquecíveis em destinos paradisíacos.

# Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

61 dias

Fonte: Forward Keys

Meses com maior volume de:	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Busca por viagens Brasil	High	High	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low	High	Low
Entrada de turistas Brasil	High	High	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low	High
Busca por viagens Mundo	High	High	High	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low	Low
Férias escolares	High	Low	Low	Low	Low	Low	High	Low	Low	Low	Low	High
Baixa Temporada Brasil	Low	Low	Low	Low	High	High	Low	High	Low	Low	Low	Low



[embratur.com.br](http://embratur.com.br)



Atualização: Abril/2025

