



INSIGHTS DE MERCADO

AUSTRÁLIA

2025

*Com base no histórico de 2024

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 Internacionais	4
Principais destinos nas Américas	5
Mercado Emissor	6
Emissivo para o Brasil	7
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado	8
Conectividade	9
Perfil de compra para o Brasil	10
Motivos de viagem	13
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	14
Buscas Online	15
Empresas do mercado	18
Tendências e oportunidades	21
Ciclo de promoção	22

Principais destinos 2024

16.740.780 turistas

Os dois principais destinos internacionais visitados pelos australianos em 2024 foram os vizinhos Indonésia e Nova Zelândia. Outros destinos entre os 10 mais visitados incluem dois países na Europa (Reino Unido e Itália), um na América do Norte (Estados Unidos) e outros cinco na Ásia (Singapura, Tailândia, Japão, China e Índia).

O Brasil foi o 42º destino das viagens dos australianos em 2024.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1		Indonésia	1.655
2		Nova Zelândia	1.362
3		Reino Unido	1.234
4		China	1.087
5		Estados Unidos	1.023
6		Japão	947
7		Singapura	872
8		Tailândia	788
9		Itália	733
10		Índia	542

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

Principais destinos 2024

1.458.160 turistas

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1		Estados Unidos	1.023
2		Canadá	258
3		Brasil	52 ¹
4		México	44
5		Argentina	38
6		Peru	28
		Chile	11

Entre os países da América do Sul e Central, o Brasil foi o primeiro destino mais visitado em 2024, inclusive na frente do Chile, que recebe voo direto de Sydney, o que indica que viajantes australianos podem estar buscando conexões em países como Estados Unidos, África do Sul, Emirados Árabes Unidos, Qatar, entre outros que recebem voos diretos da Austrália.

Vale ressaltar que, apesar do Brasil ser o primeiro destino para australianos na América do Sul e Central, há bastante concorrência na América do Norte por parte de Canadá e México, na África por parte da África do Sul e do Egito, e em basicamente toda a Europa. Atualmente o market share do Brasil no número de emissões internacionais da Austrália é de apenas 0,3%.

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

¹Fonte: [Portal de Dados Embratur](#) (Embratur, MTur e Polícia Federal)

Mercado Emissor Austrália

A Austrália é o 6º maior país do mundo em área territorial. Está dividido em 6 estados (Nova Gales do Sul, Queensland, Austrália do Sul, Tasmânia, Victoria e Austrália Ocidental) e 2 territórios (Território da Capital Australiana, ACT, e Território do Norte). A sua população (aproximadamente 26 milhões) está localizada principalmente na periferia do país e está concentrada nas suas cidades. As principais áreas urbanas da Austrália são: Sydney, Melbourne, Brisbane, Perth, Adelaide e Canberra.

Assim como o Brasil, a Austrália possui grande variedade geográfica que inclui desertos, florestas tropicais, grandes planícies e uma extensa costa oceânica. É um país que entende o que é ter rica biodiversidade e lindas paisagens naturais.

Viajantes australianos têm alto poder de compra, paixão por esportes e interesse por ecoturismo e cultura, indicando que o Brasil tem um grande potencial para atrair visitantes daquele país. No ano de 2023, a Austrália ocupou o 18º lugar no ranking de entradas de estrangeiros no Brasil.

A Austrália é um ator relevante no mercado emissivo mundial de turismo devido ao alto volume de turistas e seus gastos significativos. As preferências dos turistas australianos incluem destinos variados e experiências de alta qualidade, o que incentiva o desenvolvimento de infraestrutura turística global e promove o intercâmbio cultural e econômico.

Fonte: Levantamento CMI

Mercado da Austrália para o Brasil

Em 2024 a Austrália foi o 21º maior emissor de turistas para o Brasil. Ao todo, 52.888 australianos estiveram em terras brasileiras. Em comparação com o número de chegadas de turistas canadenses em 2023, houve um incremento de 12,68%.

Fonte: Portal de Dados Embratur - MTur/Polícia Federal

Ingresso de turistas australianos no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
56.158	17.932	1.650	25.825	46.935	52.888

Fonte: Portal de Dados Embratur



Market Share do Brasil* (2024):

0,3%



**Dados de entrada
são atualizados
constantemente**

CLIQUE AQUI



ou escaneie o
qr code para
consultar em
tempo real

Antes do início da pandemia, a Austrália havia atingido o número de 56 mil visitantes para o Brasil. Após a queda no número de entradas no período da pandemia de COVID-19, o fluxo voltou a melhorar e, em 2023, o número de turistas ultrapassou a marca de 40 mil. Em 2024, o número de visitantes australianos ao Brasil voltou aos níveis pré-pandemia, com 52 mil entradas.

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

Principais Destinos Concorrentes do Brasil no mercado australiano

Concorrentes Diretos	Argentina, Chile, México, Ilhas Fiji, Ilhas Maurício, Tailândia
Concorrentes Indiretos	Estados Unidos, Canadá, Europa, Emirados Árabes Unidos, África do Sul, Egito, Japão, Índia

Muitos turistas australianos optam por visitar países vizinhos, como Indonésia, Malásia e Nova Zelândia. Neste caso, não se pode dizer com clareza que estes países são concorrentes diretos ou indiretos do Brasil. O fator distância não permite uma boa comparação. Um voo para o Brasil dura em média 20h, enquanto para estes países vizinhos voos duram entre 3 e 5 horas.

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 australianos no Brasil, por modal:



Fonte: Portal de Dados Embratur

A distância geográfica entre Austrália e Brasil claramente favorece o transporte aéreo. 85,61% dos turistas do mercado australiano chegaram ao país por via aérea, enquanto 13,04% optaram por transportes terrestres, o que simplesmente quer dizer que chegaram a países vizinhos por avião e entraram no Brasil por transportes terrestres. Houve um crescimento de aproximadamente 30% de 2023 para 2024 no número de entradas por via terrestre. Os principais portões de entrada para australianos foram São Paulo e Rio de Janeiro (via aérea), e Paraná (via terrestre).

Voos atuais* (ABR/2025)



A malha aérea é atualizada constantemente

[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

* A malha aérea é atualizada constantemente.

Atualmente não há voos diretos entre Austrália e Brasil. Entretanto, visitantes australianos têm algumas opções de voos com apenas uma escala para chegarem ao Brasil, como por exemplo:

- Qantas/LATAM - escala em Santiago, Chile
- Emirates - escala em Dubai, Emirados Árabes Unidos
- Qatar - escala em Doha, Qatar
- Qantas/American Airlines - escala em Dallas, EUA
- South African Airways - escala em Johannesburgo, África do Sul

Fonte: Portal de Dados Embratur - Malha Aérea Internacional

Perfil de compra para o Brasil



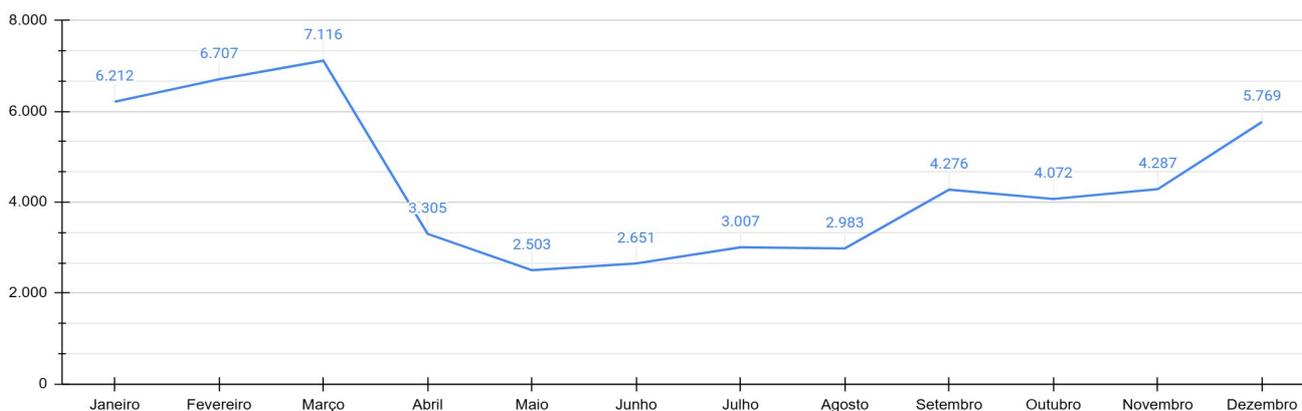
Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

A média de permanência para visitantes da Austrália no Brasil é de 33 noites. De acordo com números da ForwardKeys, 69% dos turistas passam mais de quatro semanas no país. Infere-se que a maioria das visitas são de brasileiros expatriados visitando amigos e familiares. As pesquisas *Tourism Source Market Insight Australia 2023* e *Customer Survey Holiday Preferences Q2*, de julho de 2024, da GlobalData, mostram VFR (visitas a amigos e família) como principal motivação de viagem dos Australianos. Sol e Praia e cultura também figuram nas preferências. Pode-se, portanto, inferir que atrativos como experiências de sol e praia com apelo cultural, como música, arte e gastronomia atrairão o interesse dos australianos que viajarem ao Brasil.



Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes australianos por mês:



Fonte: Portal de Dados Embratur

Observa-se que os meses de maior entrada de australianos são os meses de verão: janeiro, fevereiro, março. O número de entradas cai no meio do ano e volta a subir em dezembro para mais um pico no verão. O mesmo comportamento foi observado em anos anteriores, sugerindo que australianos preferem fazer suas viagens de long-haul em seu principal período de férias (incluindo férias escolares), durante o período de verão no hemisfério sul.

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

Emissões de passagens aéreas Austrália-Brasil

Tipo de Venda:



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

Distribuição da venda intermediada



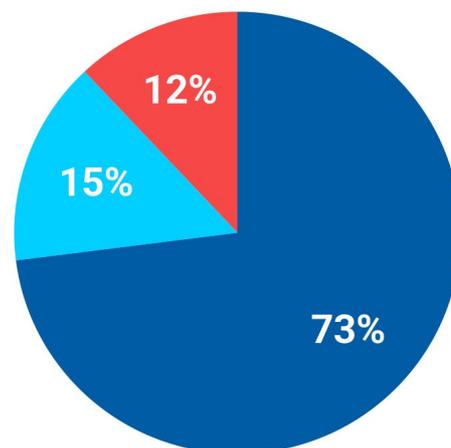
Agência Online **12%**



Agência de viagens **73%**



Agência corporativa **15%**



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

O perfil de compra, no que se refere à compra de passagens aéreas, se dá majoritariamente por canais indiretos, segundo dados da ForwardKeys, representando 53% do total. Destas compras intermediadas, 73% esteve a cargo de agências de viagem tradicionais, 15% foram realizadas em agências corporativas e apenas 12% foram efetuadas em agências online (OTA).

Por outro lado, quando as vendas não se restringem a passagens aéreas, a pesquisa *GlobalData's Tourism Source Market Australia 2023* indica que 18% dos entrevistados australianos preferem agentes de viagens online (OTAs) para reservar seus pacotes de férias. As OTAs atuam como mediadoras entre os clientes e as empresas de turismo, dão suporte quando necessário e oferecem múltiplas ofertas aos seus clientes, como reservas de hotéis, reservas de transporte, etc.

Preferência de compra de pacotes por consumidores australianos de acordo com a pesquisa:

- Compra direta com companhias aéreas - 19%
- OTAs - 18%
- Compra direta com hospedagens - 16%
- Agências tradicionais - 11%
- Plataformas de aluguel de hospedagem - 11%

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2B

A indústria de turismo na Austrália é impulsionada por uma forte rede de participantes. Em resumo, é uma rede complexa de agentes atacadistas (wholesalers), agências de viagem, operadores de turismo e provedores de tecnologia trabalhando juntos para facilitar viagens internacionais. Diferentes produtos são muitas vezes comprados separadamente e consumidores também tendem a adquiri-los através de uma variedade de meios, com alguns elementos de uma agência de viagens, outros de alguma agência de viagens on-line e alguns diretamente de fornecedores.

O setor de produção é formado por diversos grupos, sendo os principais Flight Centre Travel Group, Helloworld Travel Limited e The Travel Corporation. A Flight Centre conta com marcas como Infinity Holidays e GOGO Vacations. O Grupo Helloworld conta com membros como Magellan Travel e Mobile Travel Agents. E o Travel Corporation conta com marcas como Contiki e Trafalgar Tours. Algumas das empresas no setor de produção também se encontram no setor de distribuição e se juntam a outras grandes empresas como Abercrombie and Kent e Intrepid Travel.

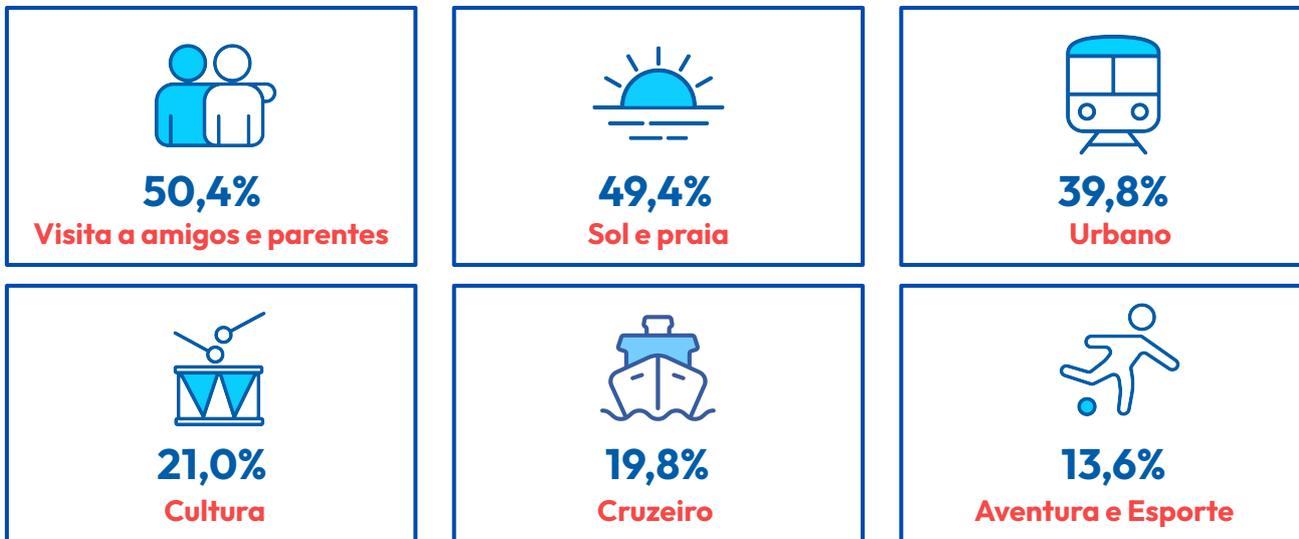
Além dos grupos e empresas citados acima, há uma vasta lista de agências de viagens e tour operadoras independentes no mercado, como STA Travel, Travel Counsellors, Odyssey Travel e Virtuoso, entre outras.

Os agentes de viagens australianos, sejam eles parte de um grande conglomerado ou de empresas independentes, são influenciados por seus fornecedores, que são principalmente tour operadores que podem fornecer soluções fáceis de reservas para efetuar vendas rapidamente para seus clientes.

Hoje em dia, os agentes procuram as vendas mais rápidas, o que muitas vezes significa confiar em tour operadores para vender itinerários já fechados ou parcialmente personalizados, ou em operadores turísticos e companhias de cruzeiros para vender pacotes simples predeterminados.

Fonte: Embratur CMI Inteligência de Mercado

Motivos de viagem deste turista (domésticos e internacionais)



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

Turistas australianos são motivados a viajar para o exterior por várias razões, que incluem o desejo de aventura e exploração, já que muitos buscam novas experiências por meio de atividades ao ar livre e imersão cultural.

No caso do Brasil, em particular, australianos são atraídos por sua cultura vibrante, paisagens deslumbrantes e vida selvagem única. Muitos viajantes se sentem atraídos pela oportunidade de relaxar em belas praias, participar das festividades animadas do Carnaval e explorar a floresta amazônica. Além disso, muitos "australianos" que viajam para o Brasil são frequentemente brasileiros expatriados que vêm visitar seus familiares e amigos no país, permitindo que se reconectem com entes queridos e voltem a vivenciar celebrações culturais de seu passado.

Visitar familiares e amigos no exterior é, de fato, significativo para australianos, especialmente para aqueles com parentes em países como o Reino Unido, Nova Zelândia ou Sudeste Asiático, o que explica o alto número na pesquisa acima.

Acessibilidade, preços competitivos e taxas de câmbio favoráveis também desempenham um papel importante na atração de australianos para destinos internacionais.

Fonte: Levantamento CMI



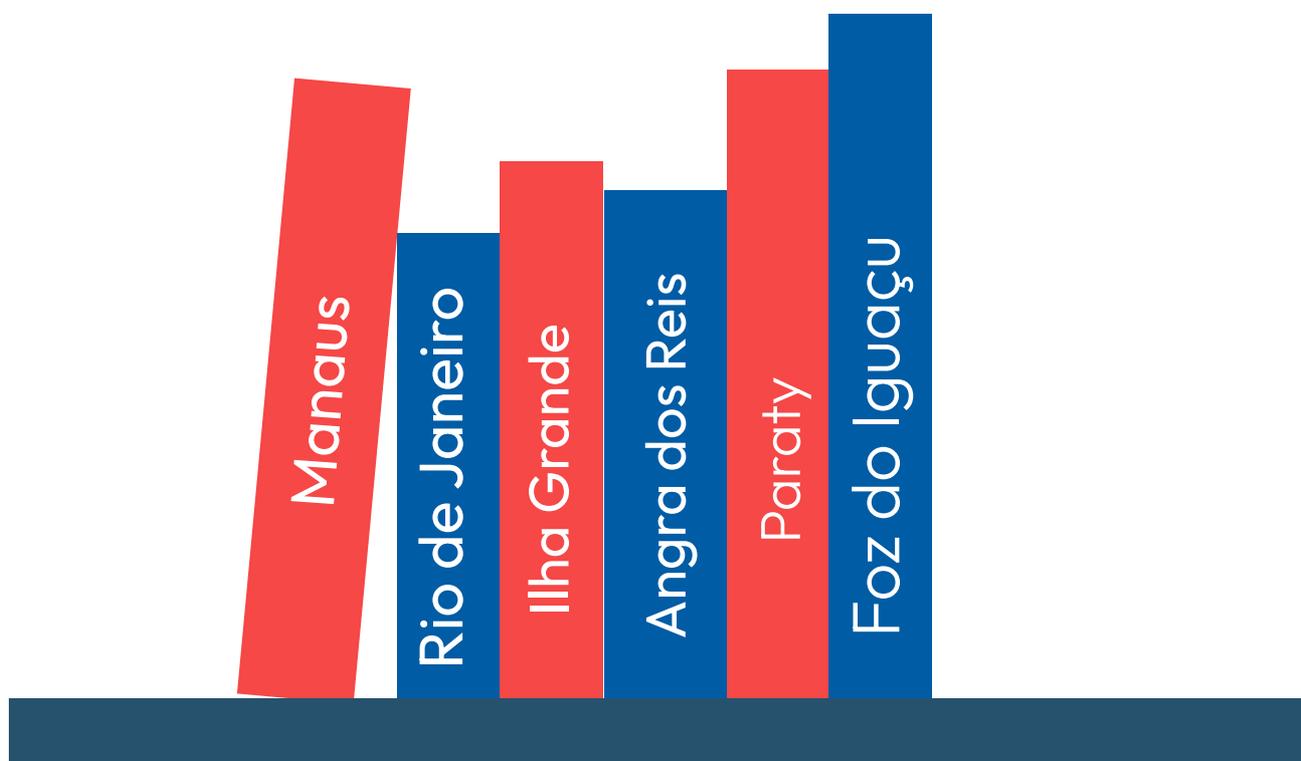
Consulte os
indicadores

[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o
qr code para
mais detalhes

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

Costa Verde, Nordeste, Pantanal, Litoral Paulista, Florianópolis

Destinos pouco comercializados nas prateleiras das principais operadoras do mercado



Ampliação de tempo de permanência

Litoral Paulista, Nordeste, Amazônia, Região dos Lagos

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



Segmentos mais comercializados

Sol & Praia aliado à cultura, cruzeiros, aventura e esportes e bem estar

Destinos mais buscados na internet desde a Austrália

	China
	Qatar
	Argentina
	Malta
	Sri Lanka
	Portugal
	Canadá
	Nepal
	Kosovo
	Brasil

Fonte: Similarweb - Q2 2024

Destinos brasileiros mais buscados na internet desde a Austrália

Rio de Janeiro
São Paulo
Brasília
Salvador
Natal
Manaus
Florianópolis
Curitiba
Fortaleza
Porto Alegre
Recife
Fernando de Noronha
Ilha Grande

Fonte: Similarweb Q2 2024

Principais portões de entrada 2024

São Paulo
Rio de Janeiro
Paraná
Santa Catarina
Distrito Federal
Minas Gerais
Rio Grande do Sul
Amazonas
Amapá

Fonte: Portal de Dados Embratur

Destinos brasileiros mais comercializados na Austrália - Pesquisa B2B Embratur Q1 2024

Rio de Janeiro
São Paulo

Principais cidades de origem para o Brasil 2024

Cidade de Origem	Número de Passageiros	Share
Sydney (SYD)	9.824	42,9%
Brisbane (BNE)	5.202	22,7%
Melbourne (MEL)	2.936	12,8%
Perth (PER)	2.622	11,4%
Adelaide (ADL)	958	4,2%
Coolangatta (Gold Coast) (OOL)	926	4,0%
Canberra (CBR)	166	0,7%
Hobart (HBA)	72	0,3%
Cairns (CNS)	46	0,2%
Darwin (DRW)	34	0,1%

Fonte: ForwardKeys - Destination Gateway - Período entre março 2024 a março 2025.

Empresas no Mercado

Tour Operadoras	
Explore!	https://www.exploreworldwide.com.au/
Flight Centre	https://www.flightcentre.com.au/
Exoticca	https://www.exoticca.com/us/america/south-america/brazil
Intrepid Travel	https://www.intrepidtravel.com/
Contiki	https://www.contiki.com/
Trafalgar	https://www.trafalgar.com/en-au
Insight Vacations	https://www.insightvacations.com/

OTA's (Agências de viagens online)	
Expedia	https://www.expedia.com.au/
Webjet	https://www.webjet.com.au/
Lastminute.com.au	https://www.lastminute.com.au/
Booking.com	https://www.booking.com/
Wotif	https://www.wotif.com/
Skyscanner	https://www.skyscanner.com.au/

Empresas no Mercado

Agências de viagens

Flight Centre	https://www.flightcentre.com.au/stores/
Helloworld	https://www.helloworld.com.au/Find-Your-Agent.html
Express Travel	https://etg.travel/

Grupos de Operadoras e Agências

Flight Centre Travel Group	https://www.fctgl.com/
Helloworld Travel	https://www.helloworldlimited.com.au/
Travel Corporation	https://ttc.com/
Express Travel Group	https://etg.travel/

Associações

Afta - australia travel industry association	https://afta.com.au/
Cato - council of australian tour operators	https://www.cato.travel/
Clia - cruise lines international association australasia	https://www.cruising.org.au/

Empresas no Mercado

Principais Agências IATA Comercializando América Latina a partir da Austrália ForwardKeys (março 2024 a março 2025)

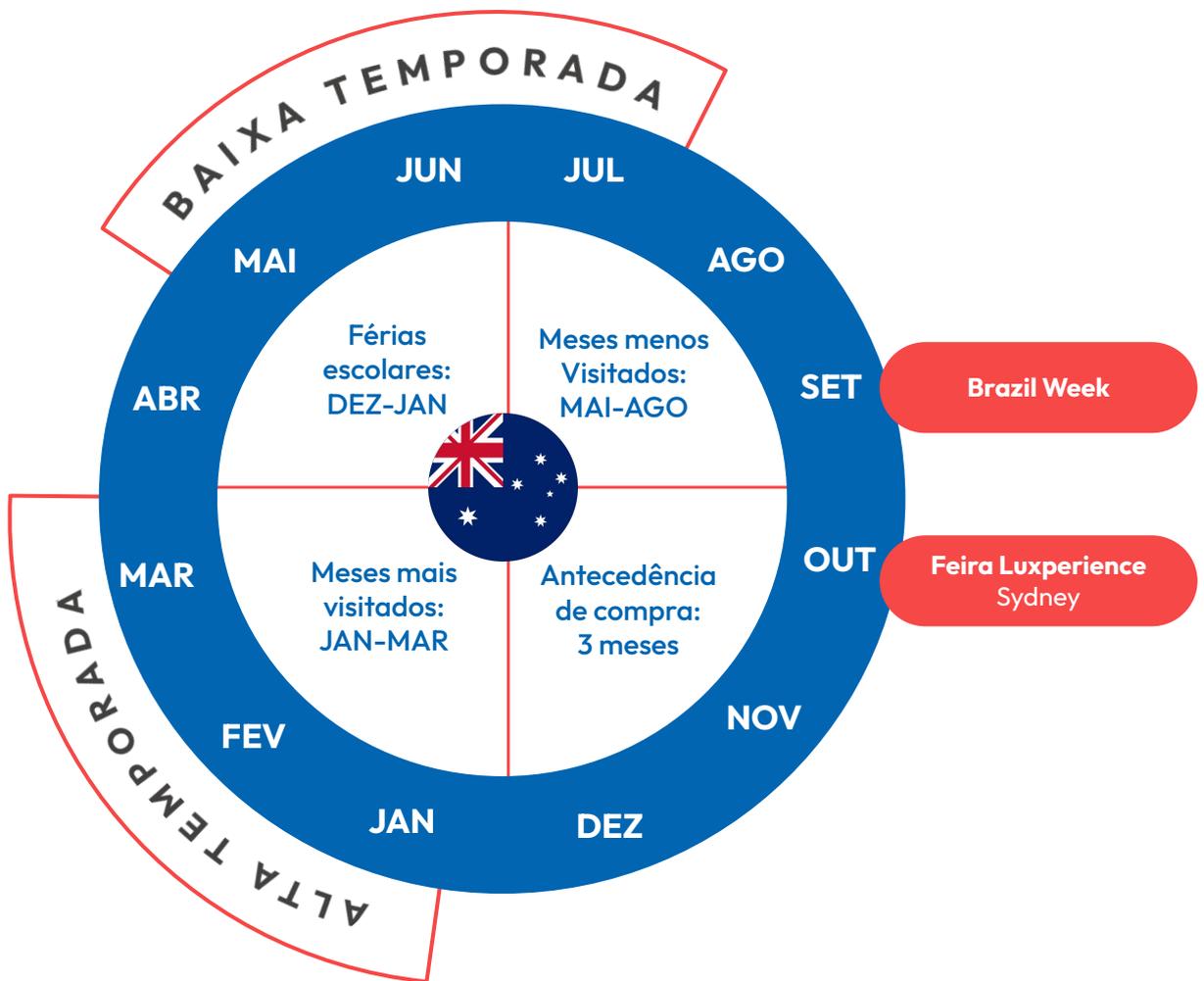
Flight Centre Travel Group Limited
Svenska Resegruppen AB
Consolidated Travel PTY Ltd
Helloworld Travel Services PTY Ltd
Travel Managers Australia PTY Ltd
Express Travel Group PTY Ltd
Flytour Agência de Viagens e Turismo Ltda.
Decolar.com Ltda.
Corporate Travel Management Group PTY Ltd
American Express Int'l Inc

Tendências e oportunidades

- Considerando os destinos brasileiros mais comercializados nas prateleiras australianas, os destinos mais buscados na internet, os destinos mais visitados no Brasil por australianos e, levando-se em consideração suas preferências na escolha de viagens globais, infere-se que há interesse por parte de turistas australianos pelos segmentos de Sol e Praia, Cultura, Natureza, Aventura, Cruzeiros, gastronomia e bem-estar. É interessante, portanto, apresentar o Brasil como um destino com produtos completos, que oferecem praias com atividades culturais memoráveis, ou natureza com atividades sustentáveis e autênticas, que propiciem bem-estar aos viajantes, por exemplo.
- Os grupos Flight Center Travel Group e Helloworld Travel Limited dominam o mercado. No entanto, consórcios de agências de viagens independentes vêm ganhando importância.
- Entre as tendências atuais na indústria de turismo australianas, pode-se citar o aumento do uso de sistemas de reserva online e ferramentas digitais, uma crescente demanda por experiências de viagem sob medida e serviços personalizados e foco crescente em opções de viagem e práticas de turismo sustentável.
- A maioria dos operadores turísticos está sediada em Sydney e Melbourne. Alguns outros ficam em Brisbane, Adelaide e Perth.
- Se a sua empresa está planejando uma visita ao mercado, é importante ter paciência para construir um bom relacionamento com o trade australiano.
- Os negócios geralmente são conduzidos de maneira descontraída, mas formal.
- É necessário se programar com antecedência. As equipes de vendas, de produtos e de destinos geralmente cuidam de mais de um destino. Planeje treinamentos com meses de antecedência.
- O mercado australiano dá muita importância ao relacionamento com parceiros. Após sua visita, faça o acompanhamento de todas as visitas e reuniões com um resumo via e-mail. Este acompanhamento manterá o relacionamento forte. Embora as visitas regulares sejam improváveis, uma visita anual (ou a cada dois anos) é importante para dar exposição à sua empresa.

Fonte: Mapeamento Embratur

Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

92 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	Red	Grey	Red	Red								
Entrada de turistas Brasil	Blue	Blue	Blue	Grey								
Busca por viagens Mundo	Red	Grey	Red	Grey	Grey	Grey	Red	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
Férias escolares	Blue	Grey	Blue									
Baixa Temporada Brasil	Grey	Grey	Grey	Grey	Blue	Blue	Blue	Blue	Grey	Grey	Grey	Grey

embratur.com.br



Atualização: Abril/2025