



 INSIGHTS DE MERCADO

CHILE

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 2024 (mundo).....	4
Principais destinos (América do Sul e Central).....	5
Mercado emissor do Chile para o Brasil.....	6
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado chileno.....	7
Conectividade	8
Perfil de compra para o Brasil	9
Motivos de viagem deste turista.....	11
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	12
Empresas do mercado	13
Tendências e oportunidades	16
Ciclo de promoção.....	17

Principais destinos 2024

5.263.350 turistas

Os principais destinos internacionais das viagens dos chilenos em 2024 foram países da região, sendo a maior parte para Argentina e Peru. Observa-se, contudo, crescimento do número de viagens para o Brasil, ocasionado, especialmente, pela malha aérea e preços competitivos.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 Argentina	1.357
2	 Peru	1.292
3	 Brasil	654 ¹
4	 Estados Unidos	409
5	 Espanha	219
6	 México	212
7	 Colômbia	181
8	 República Dominicana	129
9	 Bolívia	82
10	 Uruguai	81

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

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

Principais destinos 2024

O Brasil ocupa o 3º lugar nos destinos de viagens na América do Sul e Central em 2024, representando 16,8% do market share entre os 10 principais destinos da região, sendo a Colômbia o principal destino concorrente do Brasil.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 Argentina	1.357
2	 Peru	1.292
3	 Brasil	654 ²
4	 Colômbia	181
5	 República Dominicana	129
6	 Bolívia	82
7	 Uruguai	81
8	 Cuba	61
9	 Equador	33
10	 Panamá	26

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

²Fonte: [Portal de Dados Embratur](#) (Embratur, MTur e Polícia Federal)

Mercado emissor do Chile para o Brasil

O Chile tem se destacado nos últimos anos como um dos principais mercados emissores ao Brasil, principalmente após o expressivo crescimento de mais de 125% no número de turistas registrado em 2023. Nesse ano, o Chile ocupou a terceira posição no ranking, com 458.576 visitantes, logo atrás da Argentina e Estados Unidos, respectivamente.

Tal tendência de crescimento foi constatada já no primeiro semestre de 2024, quando 332.728 chilenos visitaram o Brasil - um aumento de 31,68% em relação ao mesmo período de 2023. O principal segmento buscado por este turista foi Sol e Praia, e os destinos mais visitados foram São Paulo, Rio de Janeiro e Florianópolis.

Em agosto de 2024, os presidentes do Chile e Brasil firmaram um Plano de Ação para promover e fortalecer ainda mais esse fluxo turístico, visando ampliar a oferta de voos. Neste sentido, a soma de todos os esforços resultou na expansão da malha aérea em direção à região nordeste e Brasília, hub estratégico que conecta a várias regiões do país.

Ingresso de turistas chilenos no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
391.689	131.174	46.673	202.470	458.576	653.895

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)



Market Share do Brasil* (2024):

12,4%



**Dados de entrada
são atualizados
constantemente**

CLIQUE AQUI



ou escaneie o
qr code para
consultar em
tempo real



Em 2024, o Brasil registrou 653.895 turistas chilenos, superando o recorde histórico de 2019.

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

Principais Destinos Concorrentes do Brasil no **mercado chileno**

Concorrentes Diretos	Peru, México, Colômbia, República Dominicana
Concorrentes Indiretos	Argentina, Uruguai, Estados Unidos



Peru e Argentina, dada à proximidade geográfica e conectividade aérea, constituem destinos de viagens de curta duração, o que contribui na escolha do turista deste mercado.



Em 2024, com a ampliação da malha aérea entre Chile e Brasil, os chilenos puderam chegar a destinos no Nordeste brasileiro em voos diretos desde Santiago, tornando o Brasil mais competitivo frente aos países caribenhos.



No caso dos Estados Unidos e México, os parques temáticos, resorts e praias são os principais atrativos nesses destinos.

Percepção do **Brasil**

85% dos chilenos consultados **pretendem visitar o Brasil** nos próximos dois anos e **62%** informaram já ter visitado o país

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.

*Percentual de viajantes internacionais deste mercado que visitaram o Brasil em 2023.

Conectividade

Participação de entradas de turistas chilenos no Brasil, por modal*:



Fonte: [Chegadas Internacionais](#)

Voos atuais* (ABR/2025)



A malha aérea é atualizada constantemente

[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real



Com estratégias co-criadas e aliança com *players* do mercado, foi possível fomentar a malha aérea, aumentando, assim, o fluxo de turistas a mais destinos no Brasil.

Perfil de compra para o Brasil



56 dias
antecedência média
de compra



9 noites
permanência média



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



66 % direto
principal canal de
distribuição

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



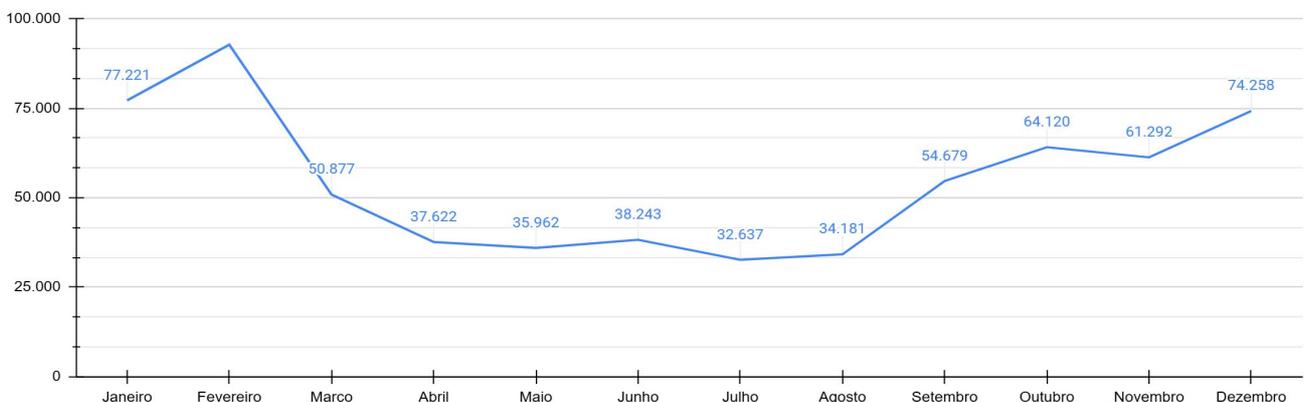
Agosto, outubro e novembro foram os meses em que se registrou a maior emissão de tíquetes aéreos ao Brasil em 2024. Promoções “relâmpago” foram frequentes em 2024, o que pode ter influenciado na antecipação média de compra de tíquetes aéreos.



O gasto médio do visitante chileno no exterior foi de **USD 1.192 em 2024.**

Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes chilenos por mês:



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



Destinos de sol e praia continuam sendo os preferidos do turista deste mercado. Considerando o período de férias no Chile, a entrada de turistas se dá, principalmente, nos meses de verão. Contudo, o fluxo se intensifica expressivamente a partir de setembro, quando há feriado de Festas Pátrias no país.

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

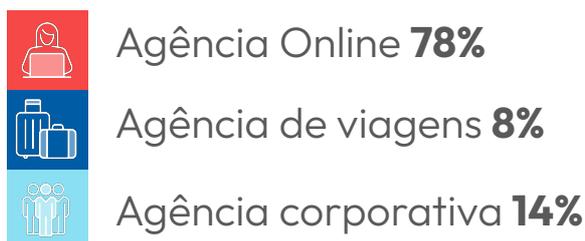
Emissões de passagens aéreas Chile-Brasil

Tipo de Venda:

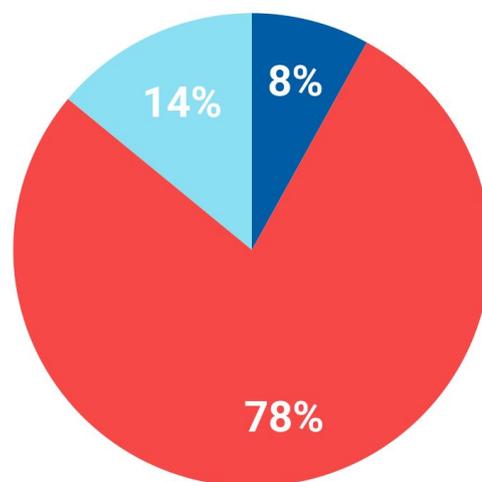


Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

Distribuição da venda intermediada



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. Em seguida, o operador vende para Agências de Viagens (*online* e *offline*/físicas) ou pode, também, comercializá-los diretamente ao cliente final.



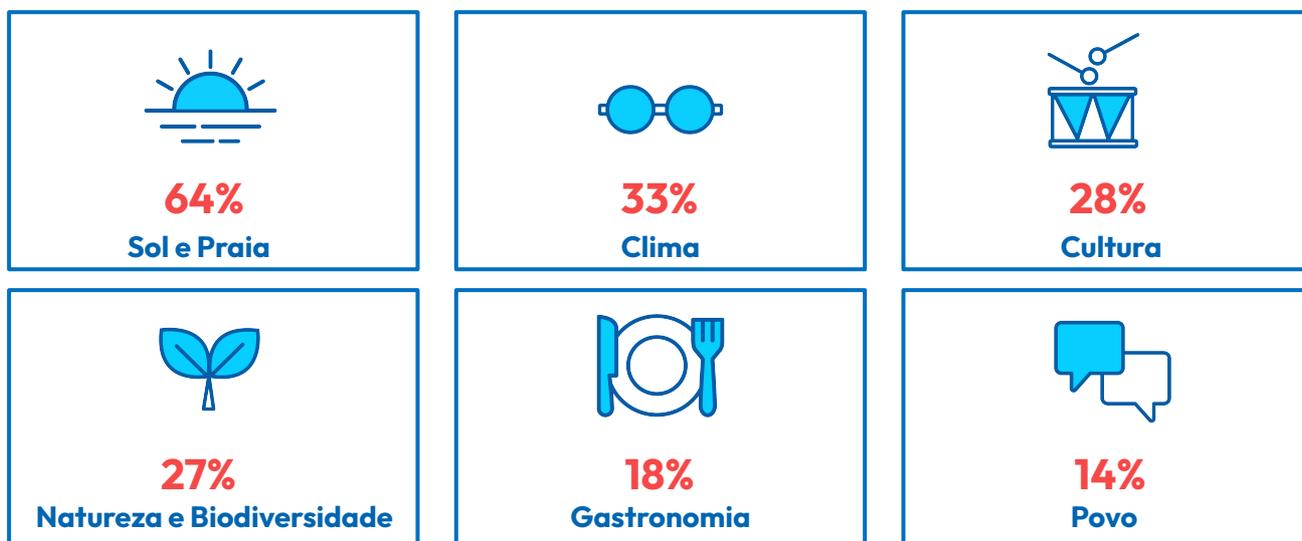
Dada a expressividade de vendas por parte das agências de viagem *online*, acordos e parcerias com OTA's no mercado chileno são oportunidades de alavancar vendas a destinos já comercializados ou incluir novas experiências nas prateleiras.

Motivos de viagem deste turista (domésticos e internacionais)



Fonte: Globaldata, Consumer Survey, 2024

Motivos de viagem ao Brasil



Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023



Consulte os
indicadores

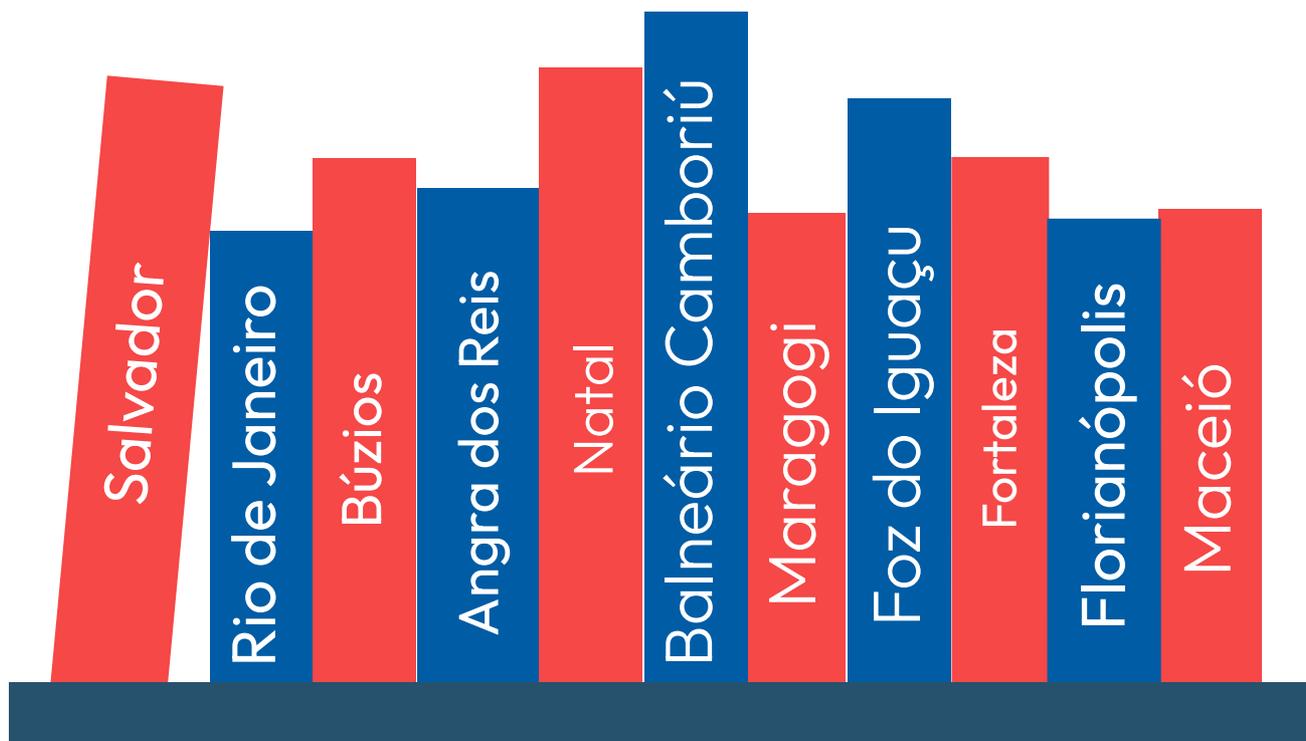
[CLIQUE AQUI](#)



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

Natal, Belo Horizonte, Florianópolis/Balneário Camboriú

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, Natureza, Cultura

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 chileno e permite que algumas tendências possam ser apontadas.

Empresas do Mercado

Operadoras Mayoristas (atacadistas)

CIC Travel	https://www.cicchile.travel/
Caribbean Chile	https://www.caribbeanchile.cl/
Tour Mundial	https://www.tourmundial.cl/
Turismo Rays	https://rays.cl/
Via Club	https://www.viaclub.cl/

OTA (Agências de Viagens Online)

Despegar.com	https://www.despegar.cl/
Cocha	https://www.cocha.com/
Turavion	https://turavion.com/
Atrápalo	https://www.atrapalo.cl/
Travel Security	https://www.travelsecurity.cl/

Agências de Viagens (varejo)

Viajes Falabella	https://www.viajesfalabella.cl/
Viajes El Corte Inglés	https://chile.viajeselcorteingleslatam.com/

Empresas do Mercado

Sistema de Distribuição para Agências

OMNIBEES

GDS - SABRE, AMADEUS

Metasearch

Kayak

<https://www.kayak.com.ar>

Skyscanner

<https://www.skyscanner.com>

Veículos de imprensa B2C e B2B

Commensal and Guest

<https://commensalandguest.com/>

Diario Financiero

<https://www.df.cl/>

El Mercurio

<https://digital.elmercurio.com/>

El Mostrador

<https://www.elmostrador.cl/>

Emol

<https://www.emol.com/>

La Nación

www.lanacion.cl

La Tercera

<https://www.latercera.com/>

Ladevi

<https://chile.ladevi.info/>

Report News

<https://chile.reportnews.la/>

Turismo Integral

<https://www.turismointegral.net/>

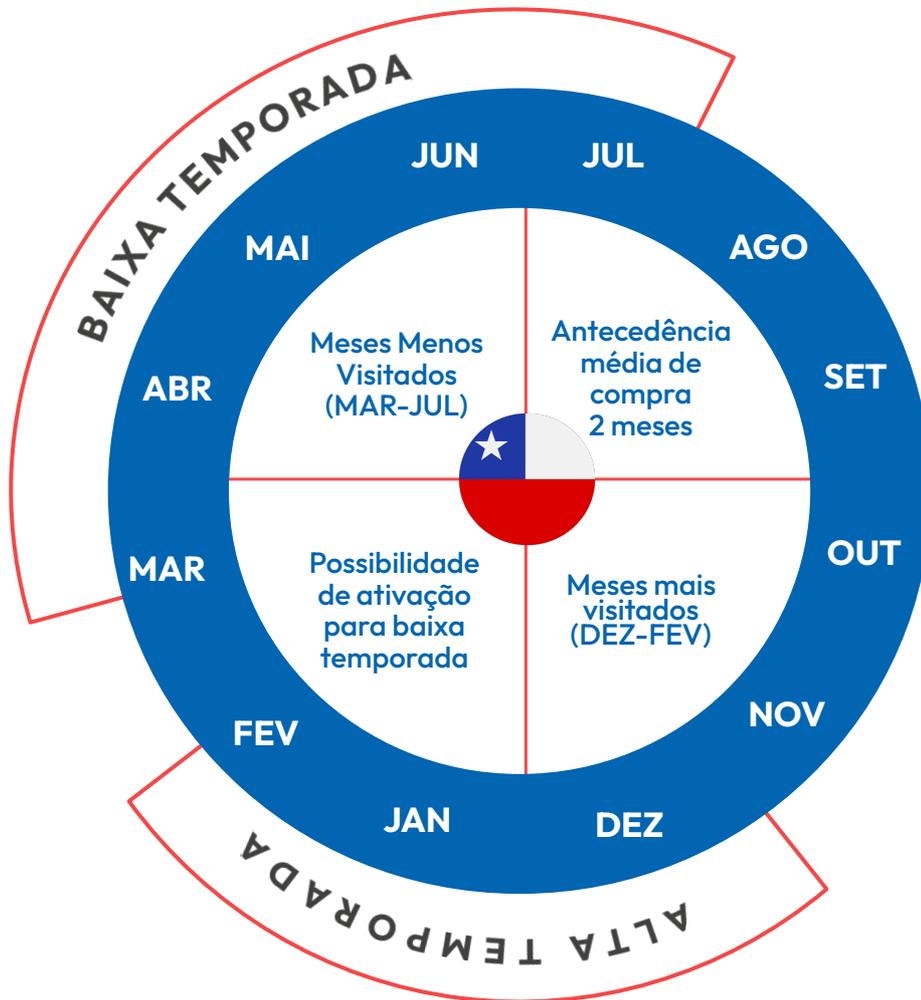
Empresas do Mercado

Associações	
ACHET Asociación Chilena de Empresas de Turismo	https://achet.cl/
APTUR Asociación de Periodistas de Turismo de Chile	https://www.aptorchile.cl/
FEDETUR Federación de Empresas de Turismo	https://fedetur.cl/

Tendências e oportunidades

- O mercado chileno se manteve em crescimento em 2024, atingindo 39% de crescimento em número de turistas em relação a 2023;
- Dada a distância entre Chile e Brasil, os turistas continuam ingressando no país, principalmente, por via aérea, a qual respondeu por mais de **97%** das entradas em 2024;
- A ampliação da malha aérea contribuiu para que os turistas desse mercado pudessem chegar a mais destinos brasileiros. Neste sentido, ações de promoção com *players* no mercado constituem fator chave na conversão de novos turistas;
- Além da diversificação, recomenda-se estimular o aumento do período de permanência em destinos já comercializados por meio da combinação de experiências **culturais** e de **natureza** encontradas nos arredores, ou mesmo incluindo um trecho aéreo de curta duração;
- O tíquete médio deste turista é relativamente alto, o que permite oferecer mais opções de atrativos e experiências de luxo nos destinos já atendidos. Ações em parceria com fornecedores e destinos, além de capacitações *in loco* ou virtuais, são fundamentais para conversão de turistas deste perfil;
- Cruzeiros também podem ser incentivados neste mercado, diversificando as opções para famílias que buscam conforto de um produto *all inclusive*, atividades para crianças e possibilidade de conhecer mais de um destino em uma única viagem;
- As férias escolares, meados de junho a meados de julho, podem ser uma oportunidade para destinos de *resorts* com atividades para famílias;
- As Festas Pátrias no Chile, 18 e 19 de setembro, também são oportunidades para viagem de curta duração. Destinos conectados diretamente a Santiago podem se beneficiar do período prolongado para a captação de turistas deste mercado.

Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

56 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	Grey	Blue								
Busca por viagens Mundo	Red	Red	Red	Grey								
Férias escolares	Blue	Blue	Grey	Grey	Grey	Grey	Blue	Grey	Grey	Grey	Grey	Blue
Baixa Temporada Brasil	Grey	Grey	Grey	Grey	Red	Grey	Red	Red	Grey	Grey	Grey	Grey



embratur.com.br



Embratur

Atualização: Abril/2025

