



 INSIGHTS DE MERCADO
COLÔMBIA

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 para o mundo	4
Principais destinos para Américas	5
Mercado Emissor	6
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado	7
Conectividade	8
Perfil de compra para o Brasil	9
Motivos de viagem	11
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	12
Empresas do mercado	13
Tendências e oportunidades	15
Ciclo de promoção	17

Principais destinos 2024

5.267.638 turistas

Estados Unidos, México e Espanha seguem em destaque tendo em vista a ampla oferta de voos diretos e presença publicitária frequente. Os destinos estadunidenses são populares para viagens de compras, parques temáticos, eventos esportivos e shows internacionais. Enquanto a Espanha é muito procurada por seu patrimônio histórico, artístico e religioso.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1		Estados Unidos	952
2		México	678
3		Espanha	623
4		República Dominicana	269
5		Panamá	260
6		Peru	239
7		Equador	232
8		Argentina	184
9		Chile	142
10		Brasil	129*

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

*Ingresso de turistas colombianos no Brasil 2024 - 129.501 (Painel de Chegadas Internacionais)

Principais destinos 2024

2.431.950 turistas

Os destinos da América do Sul e Central permanecem como os mais procurados pelos colombianos. A excelência nos serviços e infraestrutura moderna influenciam a escolha. Em 2024, as viagens ao Brasil apresentaram um crescimento de 9,6% em relação ao ano anterior. Para 2025, tem-se uma perspectiva otimista de maior interesse pelo Brasil.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1		República Dominicana	269
2		Panamá	260
3		Peru	239
4		Equador	232
5		Argentina	184
6		Chile	141
7		Brasil	129*
8		Venezuela	78
9		Costa Rica	47
10		Cuba	46

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

*Ingresso de turistas colombianos no Brasil 2024 - 129.501 (Painel de Chegadas Internacionais)

Mercado da Colômbia para o Brasil

Ao longo de 2024, o turismo de entretenimento — impulsionado por shows, festivais e grandes eventos — teve um papel estratégico na ampliação da oferta e na crescente procura por destinos brasileiros. Além de atrair visitantes internacionais, esse segmento contribuiu significativamente para a valorização da diversidade cultural do país.

O Brasil também se consolida como um destino atrativo para grupos corporativos, com um perfil cada vez mais propenso a incluir atividades de lazer além do período de compromissos profissionais. Além disso, cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Foz do Iguaçu combinam centros de convenções modernos com atrativos turísticos que enriquecem a permanência do visitante, promovendo maior tempo de estada e incremento da receita turística.

Com esse cenário, a expectativa é que o fluxo migratório continue a crescer ao longo de 2025, consolidando o Brasil como um destino cada vez mais atrativo para os colombianos em busca de novas perspectivas.

Ingresso de turistas colombianos no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
126.595	27.129	27.892	84.470	118.163	129.501

Fonte: Painel de Chegadas Internacionais



Market Share do Brasil* (2024):

2,45%

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

Os dados apontam que o número de colombianos que ingressaram no país em 2024 já **supera os índices registrados na pré-pandemia**. Entre as razões para esse aumento, destacam-se a ampliação de acordos bilaterais que facilitam a conectividade entre os países, bem como o fortalecimento das relações comerciais. Além disso, a valorização do real frente ao peso colombiano contribuiu para ampliar possibilidades de turismo no Brasil.



**Dados de entrada
são atualizados
constantemente**

CLIQUE AQUI



ou escaneie o
qr code para
consultar em
tempo real

Principais Destinos Concorrentes do Brasil no mercado colombiano

Concorrentes Diretos	México, Espanha, Peru, República Dominicana
Concorrentes Indiretos	EUA, Equador, Chile, Argentina

Os principais concorrentes internacionais do Brasil no setor turístico vêm se destacando não apenas por oferecerem experiências de imersão na natureza, com paisagens exuberantes e ecossistemas bem preservados, mas também por promoverem os elementos distintivos de sua identidade cultural. Essa combinação tem contribuído para a consolidação de uma imagem internacional sólida e atrativa.

No caso específico da Espanha, a afinidade cultural e o idioma comum criam uma identificação imediata. Além do que, Espanha é a primeira experiência no continente europeu, funcionando como uma base para viagens a outros países no continente.

Destinos como Peru e Equador com um ecoturismo bem estruturado, México e República Dominicana com praias de beleza singular e infraestrutura de alta qualidade, são exemplos de países que integram natureza e autenticidade cultural em suas estratégias promocionais, posicionando-se de forma competitiva no mercado global.

Percepção do Brasil

41% dos turistas colombianos consultados já estiveram no país pelo menos uma vez e **83%** pretendem visitar o Brasil

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 colombianos no Brasil, por modal:



Fonte: Portal de Dados Embratur

A ampliação da conectividade (rotas e frequências) demonstra a aposta das companhias aéreas considerando o aumento da demanda por Brasil. Uma oportunidade frente a outros destinos internacionais que têm apresentado maiores restrições na entrada ou redução de oferta de voos.

Voos atuais* (ABR/2025)



Fonte: [FlightConnections](#)



A malha aérea é atualizada constantemente

[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

A ampliação da rota incluindo **Brasília como mais um hub no Brasil** pode ser muito estratégico para promoção de eventos culturais e opções de turismo urbano, opções ainda desconhecidas na Colômbia.

Perfil de compra para o Brasil



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

Com base nos dados do ForwardKeys, houve aumento do share de compras via canais diretos com antecedência de 15 dias, no que se refere a tíquetes aéreos. Isso indica um perfil de viajante com maior autonomia, com a possibilidade de ter sido influenciado pelas promoções de última hora.

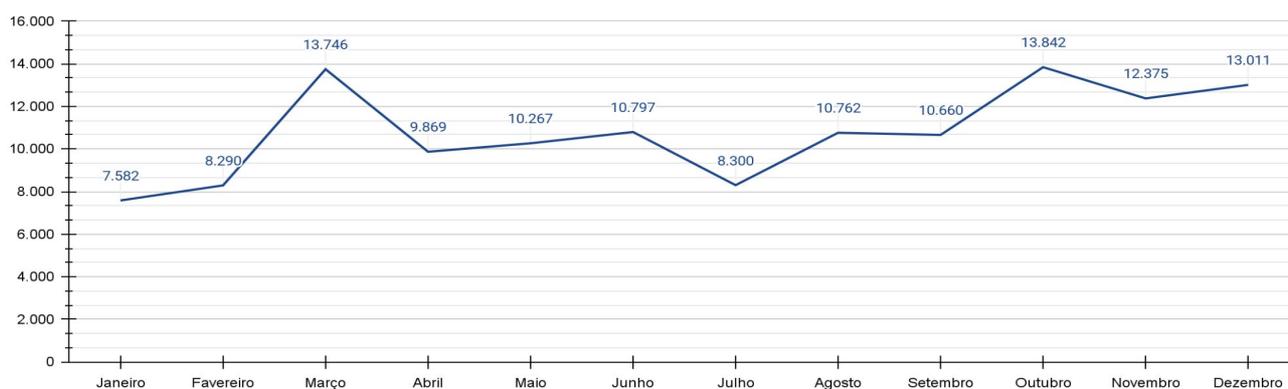


O gasto médio do visitante colombiano no exterior foi de **USD 1.167 em 2024.**

Fonte: GlobalData

Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes colombianos por mês:



Fonte: [Chegadas Internacionais - Embratur](#)

Em 2024, observou-se um aumento significativo no número de entradas de visitantes em períodos fora das férias escolares. Esse crescimento coincidiu com a realização de **grandes shows internacionais no Brasil**, como os de Jonas Brothers e Bruno Mars, sugerindo que esses eventos tenham exercido influência direta na decisão de viagem dos turistas colombianos, ao agregar valor à experiência turística e ampliar a atratividade do destino fora da alta temporada.

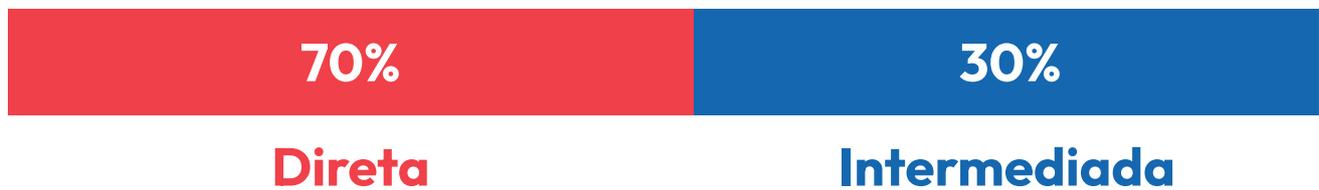
Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

Emissões de passagens aéreas Colômbia-Brasil

Tipo de Venda:

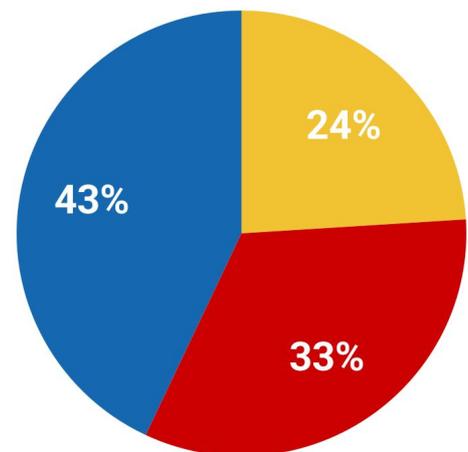


Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

Distribuição da venda intermediada



- Agência Online **24%**
- Agência de viagens **33%**
- Agência corporativa **43%**



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

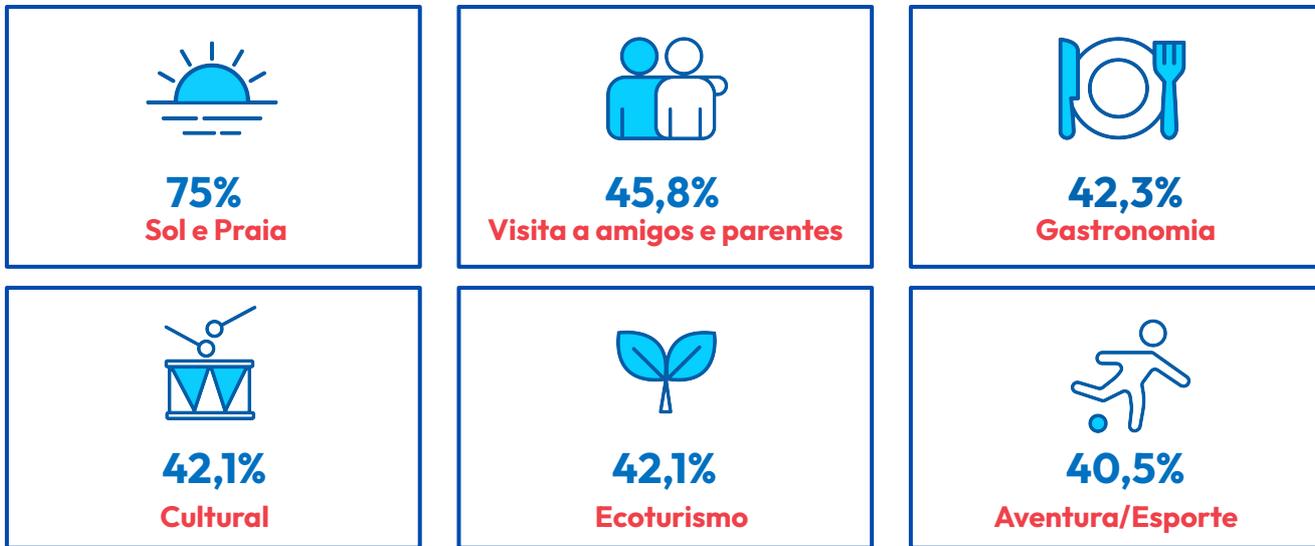
As vendas B2B ocorrem fundamentalmente entre DMC's e Operadoras (chamadas de *mayoristas* na língua espanhola) na construção do pacote, em seguida, o operador vende para Agências de Viagens (*online* e *offline*/físicas).

O aumento da busca por canais diretos de compra de passagens aéreas por parte dos colombianos tem sido impulsionado por uma série de fatores relacionados a comportamento do consumidor, avanços tecnológicos e mudanças no mercado.

Os consumidores colombianos estão cada vez mais digitais e valorizam a praticidade de realizar reservas diretamente e acompanhar alterações no voo de forma mais rápida e personalizada. Além do que, têm acesso fácil a reviews, vídeos, comparadores de preços e tutoriais sobre como comprar passagens diretamente — o que reduz barreiras e aumenta a autonomia na tomada de decisão.

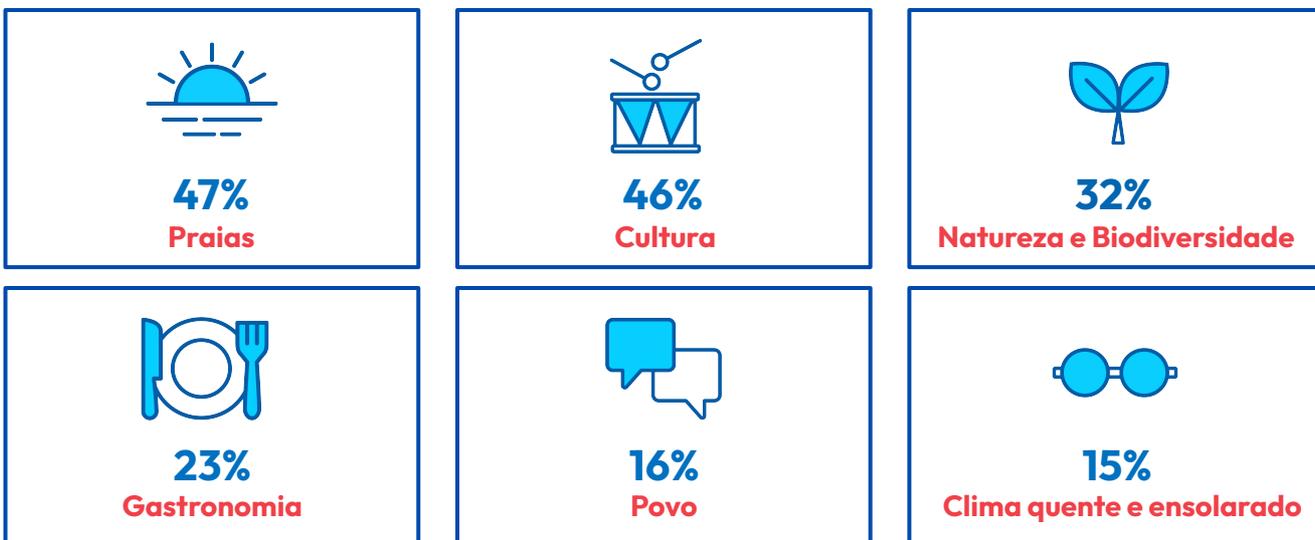
A compra intermediada ainda é muito representativa para grupos ou indivíduos com motivos corporativos, que o fazem por necessidade de maior segurança na aquisição de todos os serviços essenciais para a viagem.

Motivos de viagem deste turista (domésticos e internacionais)



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey. Os respondentes podiam sinalizar mais de 1 opção

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

Manaus, Brasília, Recife/Olinda e Fernando de Noronha

Destinos que podem ter a visibilidade aumentada



Ampliação de tempo de permanência

Litoral norte de São Paulo e Região Serrana do Rio de Janeiro

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



Segmentos mais comercializados

Cultura e Natureza

Empresas do Mercado

Operadoras Mayoristas (atacadistas)	
Aviatur	https://www.aviatur.com/
CIC Travel	https://www.ciccolombia.travel/
All Reps	https://www.allreps.com/
BCD Travel	https://www.bcdtravel.com
Bestravel	https://bestravel.co/
CTM en Línea	https://ctmenlinea.com.co/
Turismo Solaris	https://solarismayorista.com/

OTA (Agências de Viagens Online)	
Despegar	https://www.despegar.com.co/
Expedia	https://www.expedia.com/es/
Akira	https://www.akiratravel.com/

Agências de Viagens (varejo)	
Price Travel	https://www.pricetravel.com/
Mundial de Viajes	https://www.mundialdeviajes.com.co/
Turismo al Vuelo	https://www.turismoalvuelo.com/es
Frosch	https://www.frosch.com/
Superdestino	https://www.superdestino.com/

Empresas do Mercado

Veículos de imprensa B2C e B2B	
Ladevi	https://colombia.ladevi.info/
Report News	https://reportnews.la
El Tiempo	https://www.eltiempo.com/
El Espectador	https://www.elespectador.com/

Associações	
ANATO Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo	https://anato.org/

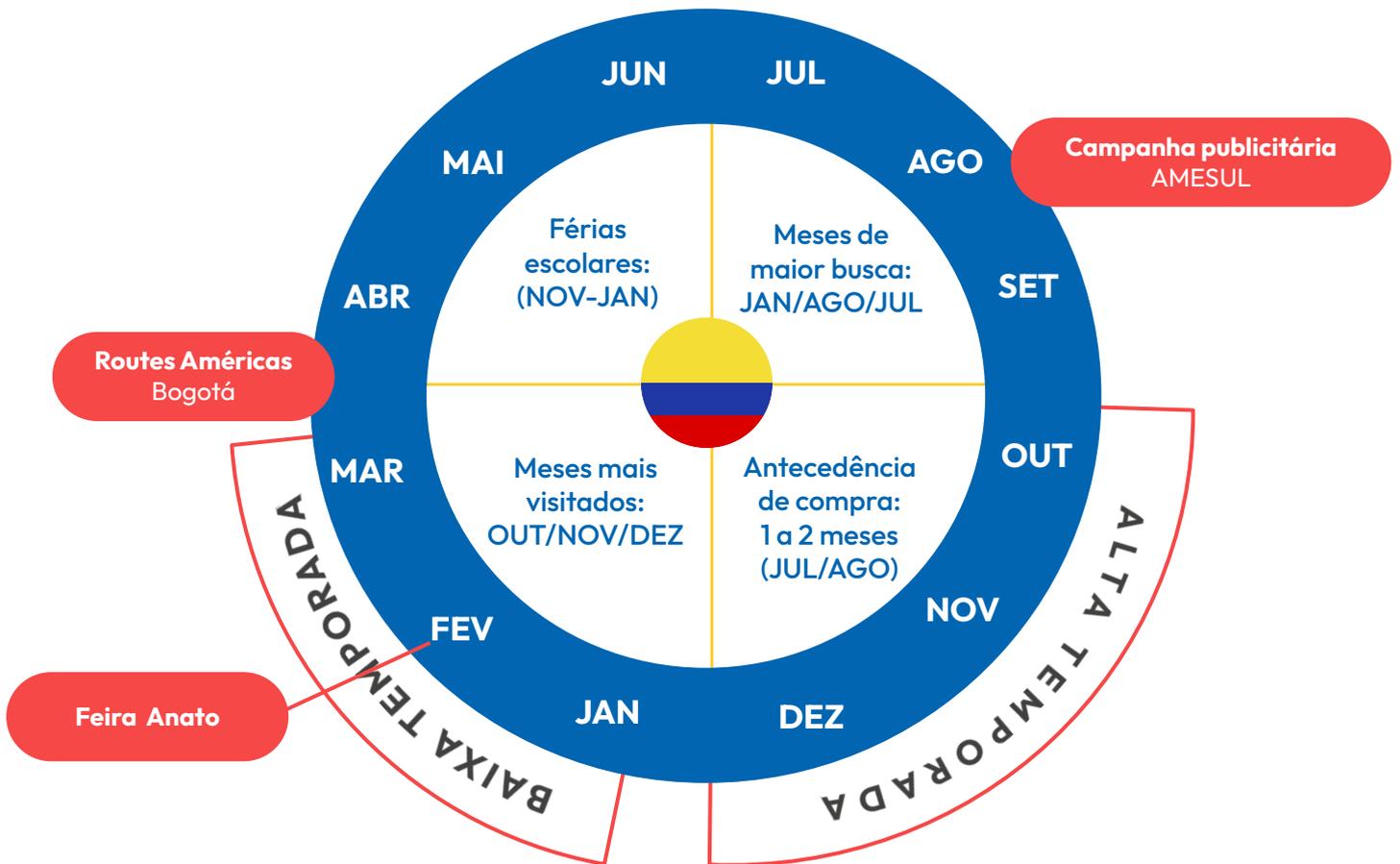
Tendências e oportunidades

- O viajante colombiano valoriza muito a oportunidade de novas experiências, sabores e oportunidades de **crescimento pessoal** nas viagens internacionais.
- “O fenômeno do ‘gig tripping’, que ocorre quando os turistas planejam suas viagens em torno de **grandes eventos musicais**, como shows, festivais e turnês de artistas populares, continuará em expansão em 2025 (Hilton, 2024; Accor, 2024; Ibis, 2024). Esses eventos têm impulsionado significativamente o fluxo de turistas para as cidades-sede, demonstrando o poder da música em mobilizar multidões”. ([Revista Tendências do Turismo para 2025](#))
- Com vistas ao fortalecimento da competitividade dos destinos brasileiros, é essencial que sejam evidenciados os **diferenciais autênticos**, como a diversidade cultural, a gastronomia regional e a hospitalidade de nosso povo, elementos que tornam a experiência no Brasil verdadeiramente singular.
- Uma oportunidade para atrair cada vez mais o público que realiza viagens corporativas, é aliar experiências culturais e gastronômicas durante o período de compromissos profissionais. Esse comportamento - **bleisure** - reflete uma tendência global no segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). O Brasil se destaca por sua infraestrutura de eventos com a variedade de destinos com apelo cultural e natural, bem como a pluralidade de oferta de experiências autênticas.
- Outra tendência observada é o crescente interesse por **cruzeiros marítimos**, especialmente entre viajantes que desejam ampliar suas experiências em família ou com amigos. Essa modalidade tem se destacado por oferecer excelente relação custo-benefício, além de possibilitar o acesso a múltiplos destinos ao longo do litoral brasileiro, com oportunidades de explorar as regiões próximas aos portos de escala.
- Embora o Brasil seja reconhecido como um destino turístico de grande potencial, ainda há um **conhecimento limitado sobre a diversidade** e a qualidade da oferta turística brasileira.

Tendências e oportunidades

- O foco deve ser em consolidar a imagem do **Brasil como uma opção atrativa e inspiradora**, inserindo o país de forma permanente no imaginário do turista colombiano.
- É fundamental destacar os elementos que tornam a **experiência turística no Brasil verdadeiramente única**, como a vibrante diversidade cultural, a culinária típica de cada região e a calorosa receptividade que marca o modo de ser do povo brasileiro.
- Ampliar conhecimento sobre os produtos brasileiros mais comercializados: **reforçar o posicionamento de produtos já conhecidos**, como Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador e Foz do Iguaçu.
- Fortalecer a comunicação em referência à **nova conexão em Brasília**, considerando-o como *stopover* e *hub* para todas as regiões do Brasil.
- Importante ampliar a adesão a destinos brasileiros em fase de consolidação, como a Chapada dos Veadeiros, bem como a localidades próximas aos principais centros emissores — Rio de Janeiro e São Paulo — que contam com **conectividade aérea direta a partir de Bogotá e Medellín**.
- Destinos como Ilha Grande, Búzios, Paraty, Petrópolis, Ilhabela, Bertioga e Ubatuba vêm se destacando por suas **experiências segmentadas, que valorizam natureza, cultura e autenticidade regional**, favorecendo uma promoção mais direcionada e eficaz junto ao público colombiano.
- Ainda há a oportunidade de ampliar a comercialização de destinos como:
 - Manaus, considerando as interações com as comunidades locais;
 - Brasília e suas opções de turismo urbano, cívico e de eventos culturais;
 - Recife, Olinda, São Luís e Fortaleza, na perspectiva de aliar descanso em lugares de praia aliado a experiências culturais e gastronômicas; e
 - Fernando de Noronha, pelas experiências únicas de interação com a natureza desfrutando de estrutura sofisticada e de alta qualidade.

Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

50 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	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Red	Grey	Red	Grey	Grey
Entrada de turistas Brasil	Grey	Grey	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Yellow	Grey	Yellow
Busca por viagens Mundo	Blue	Grey	Grey	Grey	Grey	Blue	Blue	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
Baixa Temporada Brasil	Red	Red	Grey	Grey	Grey	Grey	Red	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey



embratur.com.br



Atualização: Abril/2025

