



INSIGHTS DE MERCADO

ESPANHA

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 para o mundo	4
Principais destinos América do Sul	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

27.905.901 turistas

Considerando a ampla oferta e a eficiência dos meios de transporte no continente europeu, viajar com frequência dentro da própria Europa configura-se um traço marcante da cultura local. Tal fato se reflete nos dados de 2024, segundo os quais, entre os dez destinos internacionais mais visitados por turistas espanhóis, os cinco primeiros correspondem a países vizinhos. Além desses, destacam-se também destinos na América do Norte e no continente africano.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 França	7.603
2	 Itália	4.191
3	 Portugal	2.420
4	 Reino Unido	2.388
5	 Alemanha	1.401
6	 Estados Unidos	950
7	 Marrocos	932
8	 Países Baixos	817
9	 Irlanda	491
10	 Áustria	445

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

Principais destinos 2024

No contexto da América do Sul, o Brasil está como 4º país mais visitado pelos espanhóis, demonstrando sua relevância no cenário turístico da região. O Brasil tem se consolidado como um destino cada vez mais atrativo para os espanhóis.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 República Dominicana	196
2	 Peru	161
3	 Colômbia	146
4	 Brasil	132¹
5	 Chile	90
6	 Costa Rica	76
7	 Bolívia	44
8	 Venezuela	31
9	 Honduras	21
10	 Paraguai	18

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.
¹Fonte: [Portal de Dados Embratur](#) (Embratur, MTur e Polícia Federal)

Mercado da Espanha para o Brasil

O aumento da procura por experiências autênticas e diversificadas no Brasil revela um cenário altamente propício à ampliação da oferta turística nacional, para além dos destinos já consolidados. Impulsionado por uma combinação de fatores econômicos, culturais e turísticos, o fluxo de visitantes espanhóis ao Brasil apresentou, em 2024, um crescimento expressivo de 16% em relação ao ano anterior.

Entre os principais atrativos que motivam essa escolha, destacam-se o turismo cultural e o de natureza. Cidades históricas como Ouro Preto e Paraty têm atraído viajantes interessados no rico patrimônio colonial brasileiro, enquanto regiões como a Amazônia, o Pantanal e o litoral nordestino oferecem experiências singulares de ecoturismo e contato direto com a natureza.

O impacto positivo de eventos internacionais, como o Carnaval, também contribui para consolidar o Brasil na preferência dos espanhóis que buscam vivências autênticas e festividades características da identidade do país. Esse conjunto de fatores contribui de maneira significativa para consolidar o país como uma das principais opções entre os turistas espanhóis em busca de vivências únicas e genuinamente brasileiras.

Ingresso de turistas espanhóis no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
145.325	32.665	22.828	83.745	114.096	132.484

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)



Market Share do Brasil* (2024):

0,5%



**Dados de entrada
são atualizados
constantemente**

CLIQUE AQUI



ou escaneie o
qr code para
consultar em
tempo real

A combinação de uma atuação mais estratégica focada no interesse dos espanhóis, aumento da visibilidade de destinos brasileiros pouco divulgados permite uma perspectiva positiva para o aumento do número de turistas espanhóis no Brasil em 2025.

Reflexo dos esforços contínuos de instituições públicas e privadas para o fortalecimento das relações bilaterais no setor.

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

Principais Destinos Concorrentes do Brasil no mercado espanhol

Concorrentes Diretos	México, Colômbia, República Dominicana, Peru
Concorrentes Indiretos	Chile, Uruguai, Paraguai, Estados Unidos, Itália

Os concorrentes diretos do turismo brasileiro estão na América do Sul e Central, oferecendo experiências de forte conexão com a natureza, explorando paisagens exuberantes e ecossistemas preservados. Também apresentam experiências características de sua identidade, consolidando oportunidades de conhecer mais da cultura (festas e gastronomia) do país.

Países como Peru e Equador, com seu ecoturismo estruturado e República Dominicana, com suas praias paradisíacas e cultura vibrante, são exemplos de destinos que apresentam propostas de natureza e identidade nacional em suas estratégias de promoção turística.

Para fortalecer a competitividade dos destinos brasileiros, é fundamental ir além da valorização das belezas naturais do país. Será ideal também evidenciar atributos autênticos que conferem singularidade à experiência turística no Brasil, como a riqueza da diversidade cultural, a gastronomia regional e a reconhecida hospitalidade do povo brasileiro.

Percepção do Brasil

17% dos turistas espanhóis consultados já estiveram no país pelo menos uma vez e **72% pretendem visitar o Brasil**

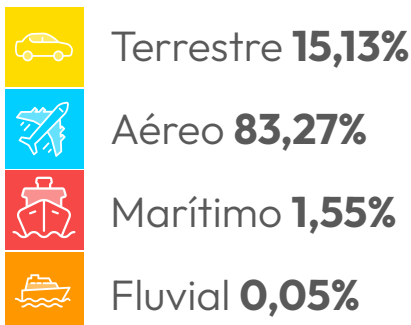
Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023

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 espanhóis no Brasil, por modal*:



Fonte: [Chegadas Internacionais](#)

A ampliação da conectividade aérea (rotas e frequências) demonstra a aposta das companhias aéreas considerando o aumento da demanda para o Brasil, com novas ofertas para destinos do nordeste brasileiro. Também é importante ressaltar que as rotas com conexão em Lisboa são muito utilizadas para conhecer outros destinos além dos mais famosos. Uma oportunidade para diversificação de oferta.

Voos atuais* (ABR/2025)

Mais empresas aéreas tem previsão de ampliação de rotas para o Nordeste do país, ao longo do ano de 2025.



A malha aérea é atualizada constantemente

CLIQUE AQUI



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

Perfil de compra para o Brasil



81 dias
antecedência média
de compra



25,7 noites
permanência média



1 pax
a maior parte dos turistas
viaja em pequenos grupos



57 % direto
principal canal de
distribuição

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

Com base nos dados do ForwardKeys, sendo os meses que antecedem as férias europeias (julho/agosto) bem como o verão brasileiro (dezembro/janeiro) compõem o intervalo de maior volume de tíquetes aéreos emitidos. Constata-se aumento de permanência média e redução da antecedência de compra, com aumento do share de compras via canais indiretos, no que se refere a tíquetes aéreos.

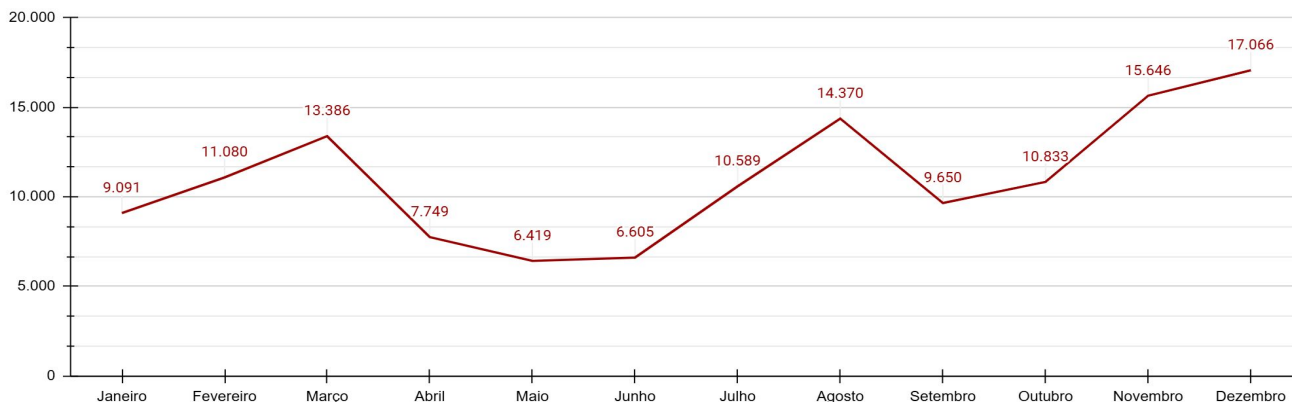


O gasto médio do visitante espanhol no exterior foi de
USD 1.077,60 em 2024.

Fonte: GlobalData

Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes espanhóis por mês:



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

Segundo a [Revista Tendências](#), divulgada pelo Ministério do Turismo e Embratur, além das viagens mais imersivas, 2025 traz como tendência a busca por destinos e experiências alternativas, na medida em que os viajantes estão buscando escapar de lugares saturados e procurando experiências mais autênticas e distintas.

O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses ganhou destaque entre os 10 destinos alternativos da *USA Today* e é considerado fora da rota dos roteiros já conhecidos para se visitar em 2025 pelo Travel + Leisure.

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

Emissões de passagens aéreas Espanha-Brasil

Tipo de Venda:



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

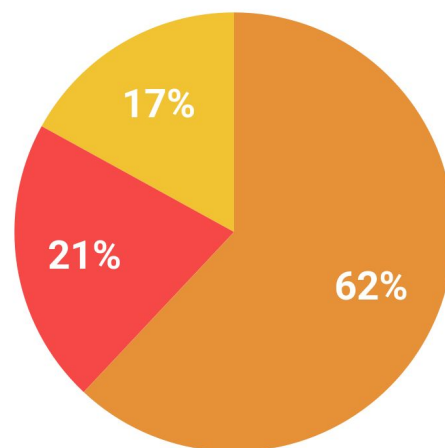
Distribuição da venda intermediada



Agêcia Online **21%**

Agêcia de viagens **62%**

Agêcia corporativa **17%**



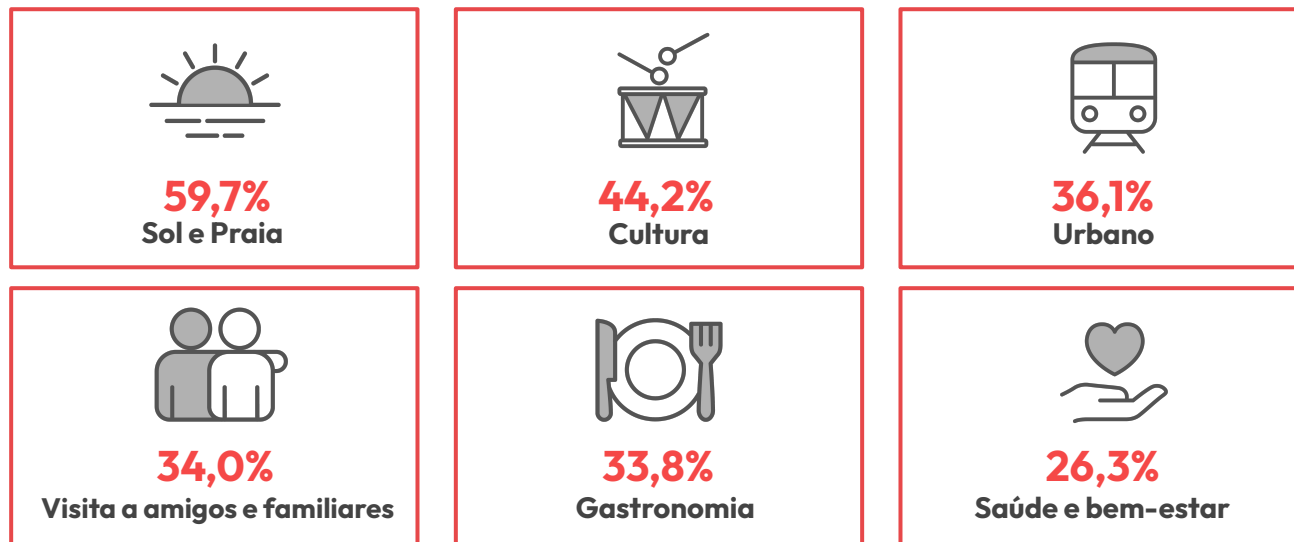
Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

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 público espanhol que busca viagens internacionais para destinos fora da Europa ainda demonstra preferência pelo atendimento em agências de viagens. Esse comportamento está associado à percepção de maior segurança, praticidade e comodidade no planejamento e na aquisição de todos os serviços essenciais para uma experiência completa e tranquila no exterior.

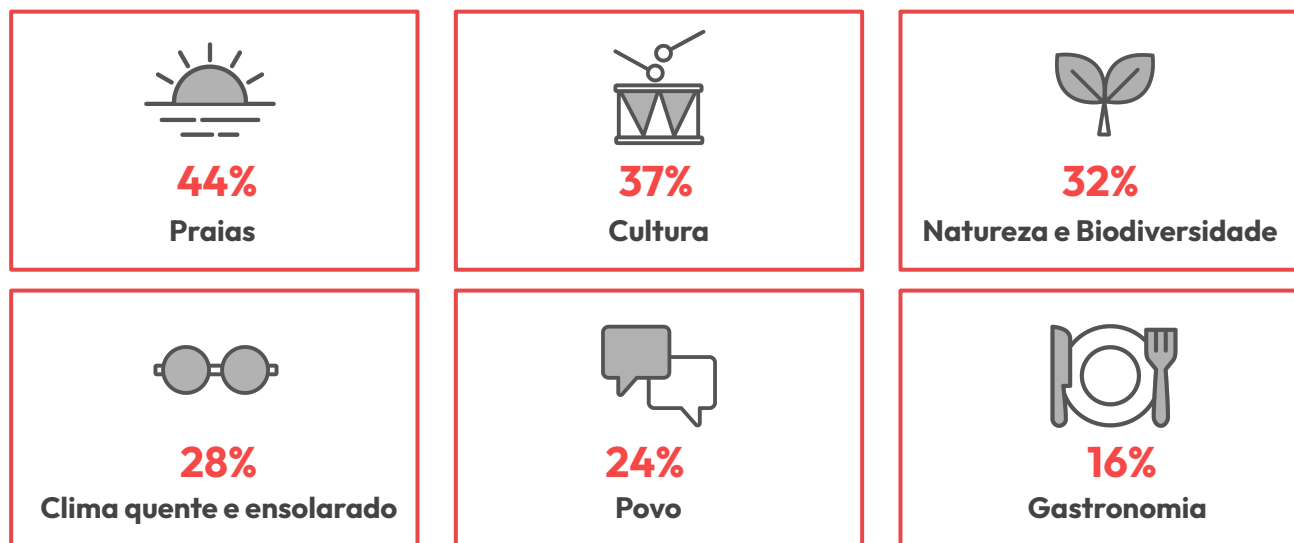
Parcerias com as principais operadoras locais que vendem América do Sul, podem ser muito relevantes para o sucesso da promoção dos destinos brasileiros no exterior e para as vendas no mercado.

Motivos de viagem deste turista (domésticos e internacionais)



Fonte: Global Data - Consumer Survey

Motivos de viagem ao Brasil



Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023



**Consulte os
indicadores**

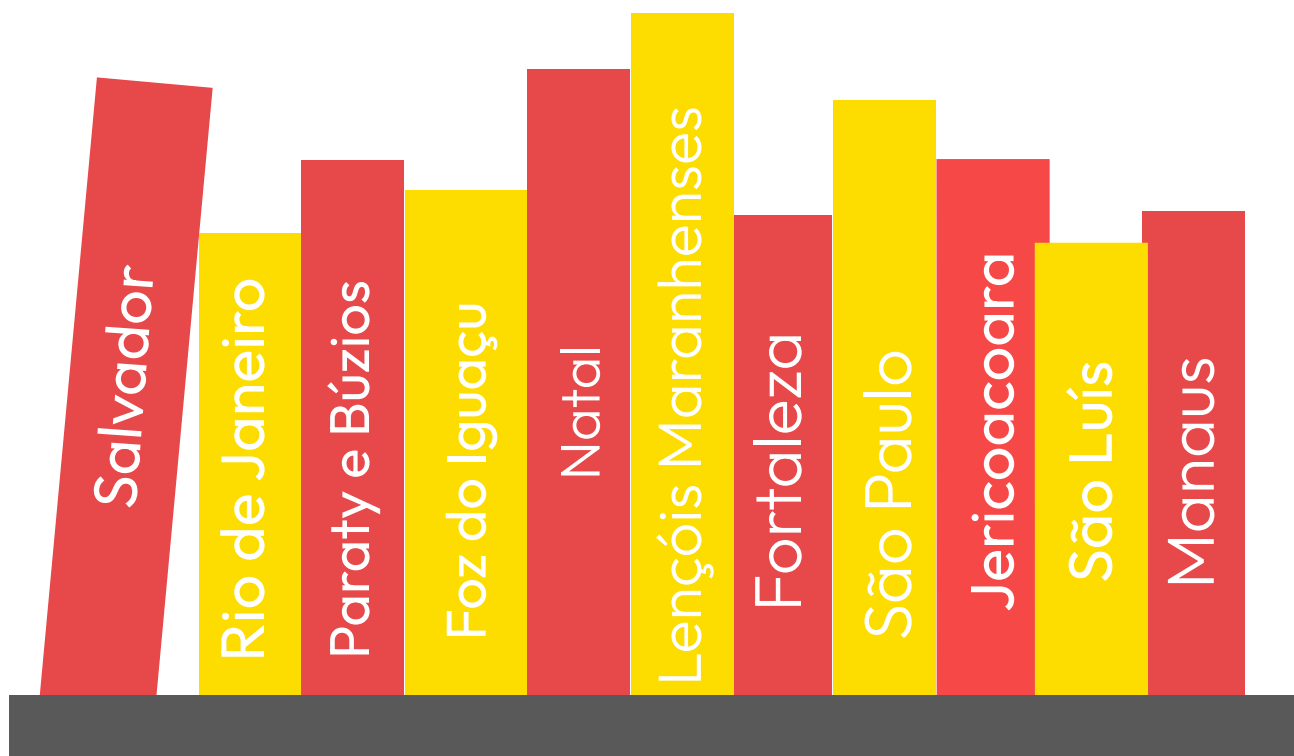
CLIQUE AQUI



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.



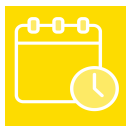
Percepções



Destinos de oportunidades

São Luís, Lençóis Maranhenses e Fortaleza

Destinos que podem ter a visibilidade aumentada



Ampliação de tempo de permanência

Salvador, Fortaleza, Recife/Olinda, 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 e Praia, aliado a cultura

Empresas do Mercado

Operadoras Mayoristas (atacadistas)

- Principais agências IATA e pesquisa Embratur -

BARCELÓ VIAJES
TUI AMBASSADOR
VACACIONES EDREAMS
VIAJES EL CORTE INGLES
ZAMER VIAJES
CVC BRASIL OPERADORA E AGENCIA DE VIAGENS
LOW WORLD TRAVEL
DECOLAR COM
VIAJES CARREFOUR
VIAJES HALCON

OTA (Agências de Viagens Online)

Expedia	www.expedia.com
Logitravel	www.logitravel.com
eDreams	www.edreams.es
Atrápalo	www.atrapalo.com

Agências de Viagens (varejo)

Amarelo Viajes	www.viajesbrasil.es
Pangea	www.pangea.es

Empresas do Mercado

Sistema de Distribuição para Agências

OMNIBEES	GDS - AMADEUS, SABRE, TRAVELPORT
----------	----------------------------------

Metasearch

Kayak	https://www.kayak.com
Skyscanner	https://www.skyscanner.com

Veículos de imprensa B2C e B2B

El País	www.elpais.com
El Mundo	www.elmundo.es
La Vanguardia	www.lavanguardia.com
Hosteltur	www.hosteltur.com

Associações

ACAVE Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas	www.acave.travel
CEAV Consejo de Turismo de España	ceav.info

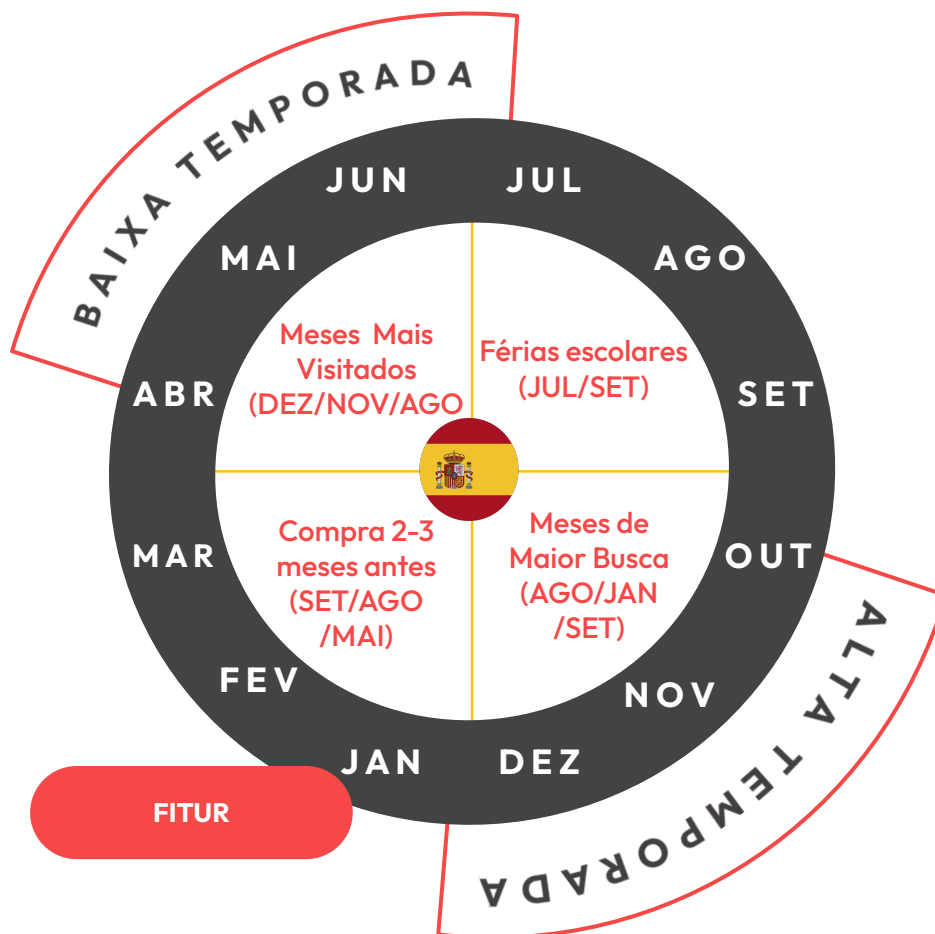
Tendências e oportunidades

- 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.
- 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 espanhol.
- 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.
- Segundo o veículo weareboth.com, a **inspiração pelas redes sociais** têm revolucionado a forma de planejar as viagens internacionais. Seja pelas publicações de influencers ou amigos e familiares.
- Ainda, evidencia-se que o público espanhol tem apresentado uma crescente **preocupação em relação às ações de sustentabilidade** em cada atividade que contratam, como a hospedagem ecológica e as experiências que respeitem a biodiversidade e a comunidade local.
- A [Revista Tendências](#) apresentou que os viajantes atuais esperam que cada detalhe de sua experiência seja adaptado aos seus desejos, e que as empresas utilizem **inteligência artificial para antecipar preferências e oferecer recomendações únicas**. Nesse contexto, a evolução dos programas de fidelidade, conforme apontado pelo Business Traveller (2024), tem se orientado para **microexperiências e benefícios personalizados**, reforçando o vínculo emocional entre a marca e o cliente, que se sente reconhecido e valorizado.
- Os espanhóis têm forte interesse por turismo de bem-estar, cinematográfico, viagens solo e em épocas de menor procura e preocupação com a sustentabilidade (Globaldata, 2024).

Tendências e oportunidades

- Dados obtidos através de uma pesquisa realizada pelo Grupo Penta em novembro de 2023 apontam que na visão dos espanhóis:
 - **belas praias** é o principal motivo que os espanhóis buscam em viagens internacionais, representando **60,7%** das viagens realizadas;
 - em seguida vem o interesse pela **cultura**, que move **44%** desse público;
 - complementando com **24,4%** que deseja experimentar as **diferentes gastronomias** ao redor do mundo.
- Destinos como Jericoacoara, Natal, Pipa, Maceió, Morro de São Paulo, Porto de Galinhas, Fernando de Noronha e Rota das Emoções são promissores, mas a Oxford (2024) destaca Fortaleza, São Paulo e Rio de Janeiro como os de maior crescimento até 2029.
- Ainda há a oportunidade de ampliar o conhecimento e comercialização de destinos como:
 - Manaus, considerando as interações com as comunidades locais;
 - São Paulo e suas opções de turismo urbano e de eventos culturais;
 - Recife, Olinda, São Luís, Lençóis Maranhenses e Fortaleza, na perspectiva de proporcionar descanso na 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

81 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												
Entrada de turistas do mercado ao Brasil												
Busca por viagens Mundo												
Menor volume de entradas para o Brasil												



embratur.com.br



Embratur

Atualização: Abril/2025

