



 INSIGHTS DE MERCADO  
**MÉXICO**

**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

## 24.614.944 turistas

O principal destino internacional dos turistas mexicanos são os Estados Unidos, responsável por cerca de 80% do volume total de turistas mexicanos emitidos para o mundo em 2024. A extensa fronteira terrestre entre México e EUA facilita o deslocamento, tanto por via terrestre quanto aérea, especialmente entre cidades do norte do México e estados como Texas, Califórnia, Arizona e Novo México.

Os objetivos vão desde visitas a parentes e amigos, corporativo, turismo de compras, bem como para shows e entretenimento.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 <b>Estados Unidos</b>	19.870
2	 <b>França</b>	760
3	 <b>Espanha</b>	735
4	 <b>Canadá</b>	534
5	 <b>Alemanha</b>	329
6	 <b>Colômbia</b>	323
7	 <b>Cuba</b>	180
8	 <b>Turquia</b>	168
9	 <b>Itália</b>	167
10	 <b>Reino Unido</b>	166

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

# Principais destinos 2024

O Brasil ocupou o 6º lugar nos destinos de viagens na América do Sul e Central em 2024, com 4% do market share da região, sendo a Colômbia o principal destino concorrente do Brasil na região.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 <b>Colômbia</b>	323
2	 <b>Cuba</b>	180
3	 <b>Peru</b>	141
4	 <b>Argentina</b>	105
5	 <b>Costa Rica</b>	96
6	 <b>Brasil</b>	99*
7	 <b>Panamá</b>	70
8	 <b>República Dominicana</b>	56
9	 <b>El Salvador</b>	53
10	 <b>Guatemala</b>	48

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

\*Ingresso de turistas mexicanos no Brasil 2024 - 99.137 (Painel de Chegadas Internacionais)

# Mercado do México no Brasil

O cenário atual permite uma expectativa de que o fluxo migratório continue a crescer ao longo de 2025, consolidando o Brasil como um destino a ser conhecido pelos mexicanos em busca de **novas perspectivas, além de destino de negócios**. É estratégico apresentar os aspectos de competitividade e atratividade em comparação com os outros destinos internacionais mais visitados.

Os principais concorrentes internacionais do turismo brasileiro oferecem **experiências de forte conexão com a natureza, explorando paisagens exuberantes e ecossistemas preservados**. No entanto, eles também se destacam ao promover aspectos únicos e característicos de sua identidade, consolidando uma imagem internacional diferenciada.

Fora da perspectiva de turismo de compras que direciona a viagem aos Estados Unidos, os mexicanos demonstram interesse em países que apresentam seu **ecoturismo estruturado, bem como destinos que oferecem propostas de natureza aliada à identidade nacional**.

Ingresso de turistas mexicanos no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
82.921	18.068	12.731	52.171	82.324	<b>99.137</b>

Fonte: Portal de Dados Embratur



Market Share do Brasil\* (2024):

**0,4%**



**Dados de entrada são atualizados constantemente**

**CLIQUE AQUI**



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real



Em 2024, o México foi o 15º maior emissor de turistas para o Brasil. Em comparação com o número de turistas mexicanos em 2023, houve um **incremento de 20,42%** de viajantes.

# Principais Destinos Concorrentes do Brasil no mercado mexicano

<b>Concorrentes Diretos</b>	Colômbia, Cuba, Peru
<b>Concorrentes Indiretos</b>	França, Espanha e Canadá

Importante destacar que, à exceção das viagens aos Estados Unidos, as viagens à Europa e Américas continuam sendo os destinos de maior interesse dos mexicanos.

De modo a fortalecer a competitividade dos destinos brasileiros, é essencial que, além de destacar suas belezas naturais, 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.

## Percepção do Brasil

**22%**

dos turistas mexicanos consultados já estiveram no país **por pelo menos uma vez** e **85%** pretendem visitar o Brasil

**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 mexicanos no Brasil, por modal:



Fonte: Portal de Dados Embratur

## Voos atuais\* (ABR/2025)



A malha aérea é atualizada constantemente

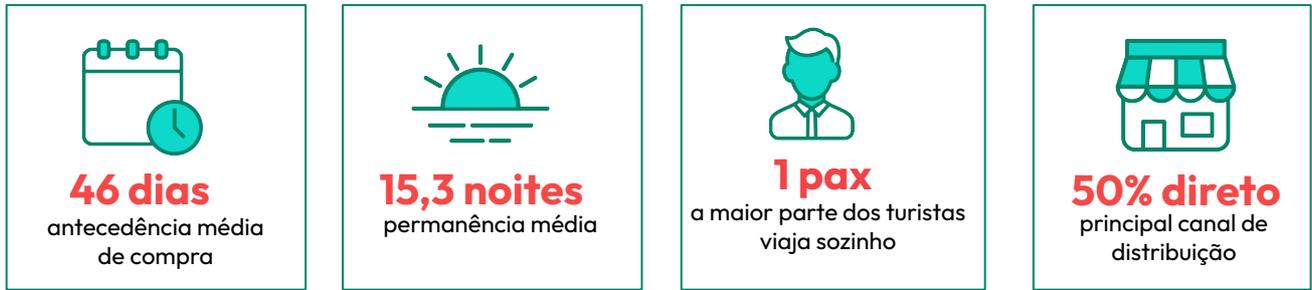
[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real



# Perfil de compra para o Brasil



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

Com base nos dados do ForwardKeys, tivemos 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. Mas, principalmente, aumentando a demanda para as agências corporativas.

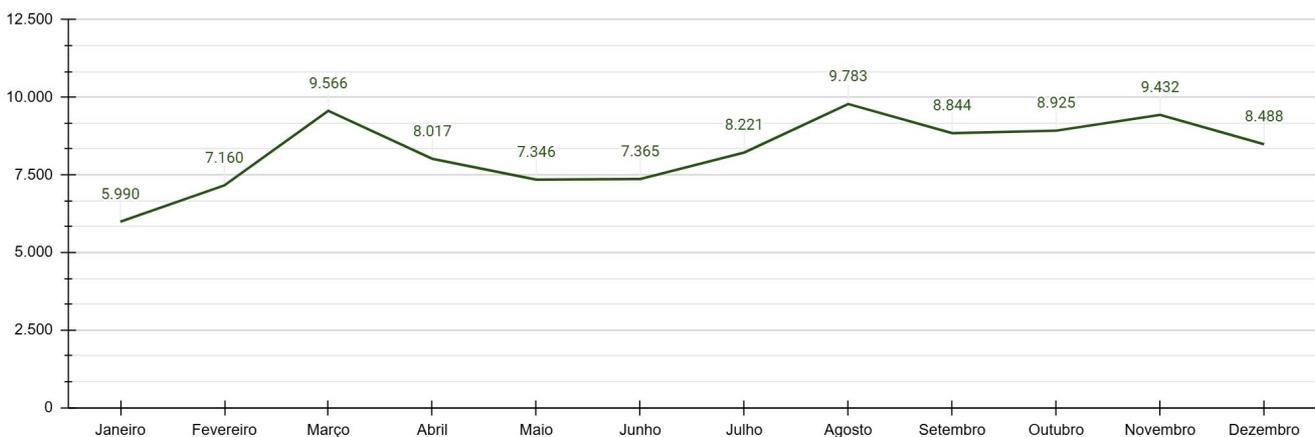


O gasto médio do visitante mexicano no exterior foi de **USD 648,20 em 2024.**

Fonte: GlobalData

## Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes mexicanos por mês, em milhares:



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

O público mexicano espera 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. [Revista Tendências 2025](#)

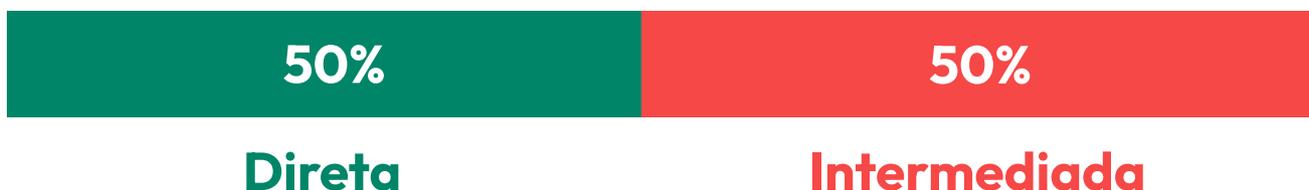
# Perfil de compra para o Brasil



## Vendas B2C e B2B

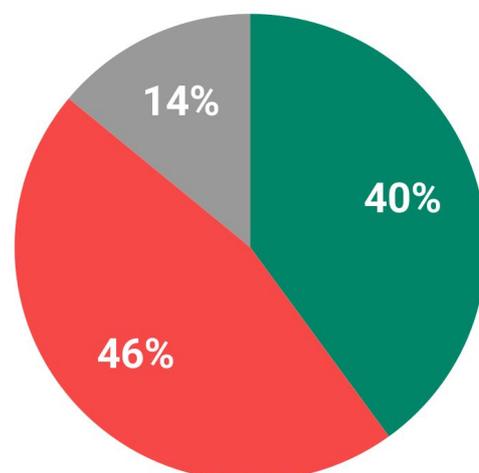
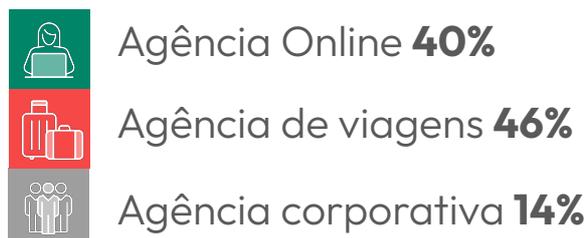
### Emissões de passagens aéreas México-Brasil

Tipo de Venda:



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

### Distribuição da venda intermediada



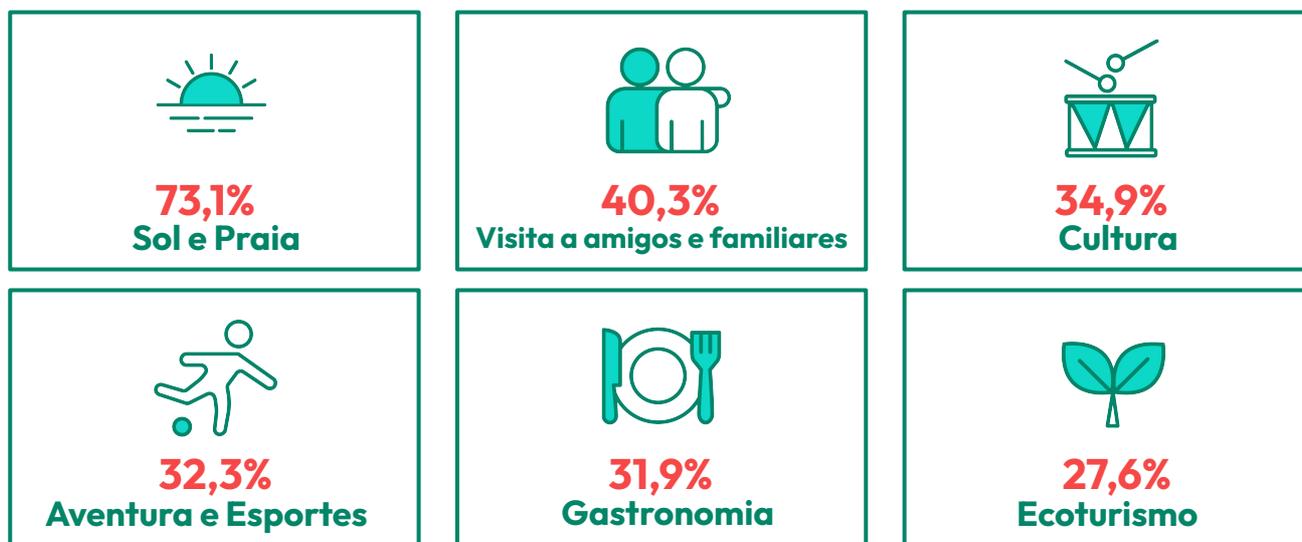
Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

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

Os consumidores mexicanos 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 de terem 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.

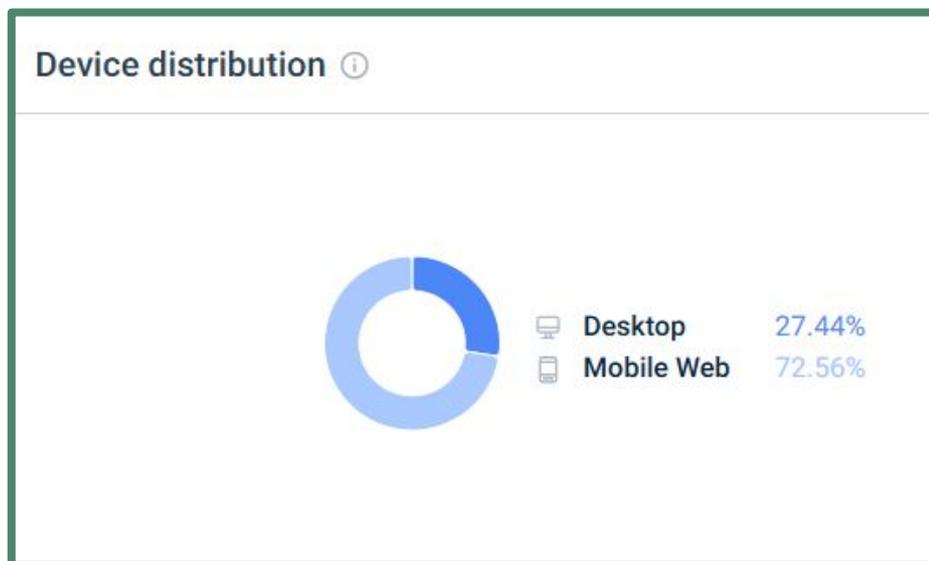
A compra intermediada ainda é muito representativa para grupos ou indivíduos com **motivos corporativos**, que o fazem por necessidade de maior segurança na aquisição de todos os serviços essenciais para a viagem.

# Motivos de viagem deste turista (domésticos e internacionais)



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

## Aparelhos usados para busca por viagens



Fonte: Similarweb 2025



Consulte os  
indicadores

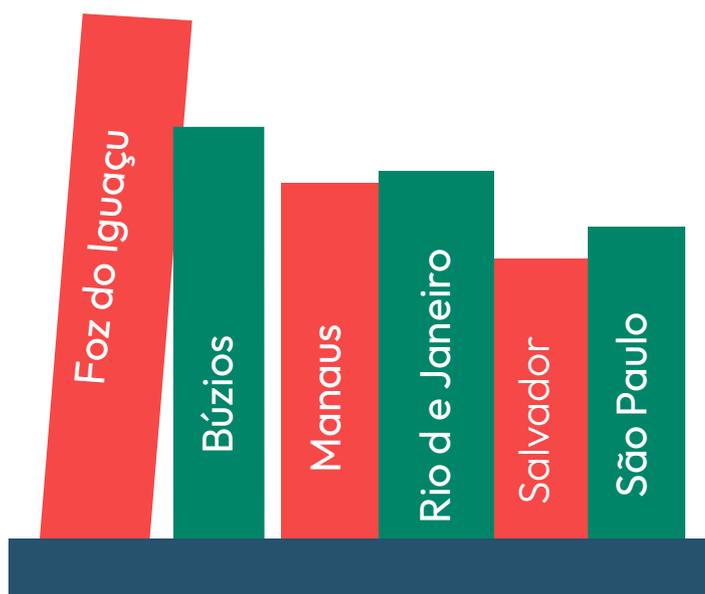
[CLIQUE AQUI](#)



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: Embratur, Ministério do Turismo e Polícia Federal



## Percepções



### Destinos de oportunidades

Manaus, Litoral Norte Paulista  
(Cruzeiros fluviais e marítimos)

Destinos que podem ter a visibilidade aumentada



### Ampliação de tempo de permanência

Região Serrana e Região dos Lagos no 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)

<b>Viajes Mex-Jal</b>	<a href="https://www.mexjal.com.mx/">https://www.mexjal.com.mx/</a>
<b>Punta del Este</b>	<a href="https://www.operadorapuntadeleste.com/">https://www.operadorapuntadeleste.com/</a>
<b>Megatravel</b>	<a href="https://www.megatravel.com.mx/">https://www.megatravel.com.mx/</a>
<b>Juliá Tours</b> <small>(atuação na América Latina)</small>	<a href="https://www.juliatours.com.mx/">https://www.juliatours.com.mx/</a>
<b>iUmira Travel</b>	<a href="https://iumiratravel.com/">https://iumiratravel.com/</a>
<b>Link Overseas</b>	<a href="https://www.linkoverseas.com.mx/">https://www.linkoverseas.com.mx/</a>
<b>Petra</b>	<a href="https://www.petra.mx/">https://www.petra.mx/</a>

## OTA (Agências de Viagens Online)

<b>Expedia</b>	<a href="https://expedia.mx">https://expedia.mx</a>
<b>Despegar.com</b>	<a href="https://www.despegar.com.mx/">https://www.despegar.com.mx/</a>

## Principais veículos de Imprensa B2C e B2B

<b>La Prensa</b>	<a href="https://www.la-prensa.com.mx">https://www.la-prensa.com.mx</a>
<b>Ovaciones</b>	<a href="https://ovaciones.com/">https://ovaciones.com/</a>

## Associações

<b>Expo Mayoristas</b>	<a href="https://expomayoristas.mx/">https://expomayoristas.mx/</a>
------------------------	---

# Empresas do Mercado

Agências de Viagens (varejo)	
<b>Price Travel</b>	<a href="https://www.pricetravel.com/">https://www.pricetravel.com/</a>
<b>Villa Tours</b>	<a href="https://villatours.com.mx/web/">https://villatours.com.mx/web/</a>
<b>El Corte Inglés</b> <small>(atuação na América Latina)</small>	<a href="https://www.viajeselcorteingles.com.mx/">https://www.viajeselcorteingles.com.mx/</a>
<b>Saga Travel</b> <small>(divisão de luxo da Mega Travel)</small>	<a href="https://www.sagatravel.com.mx/">https://www.sagatravel.com.mx/</a>
<b>Viajes Excelsior</b>	<a href="https://viajesexcelsior.com.mx/">https://viajesexcelsior.com.mx/</a>
<b>Frosch</b>	<a href="https://www.frosch.com/category/mexico/">https://www.frosch.com/category/mexico/</a>

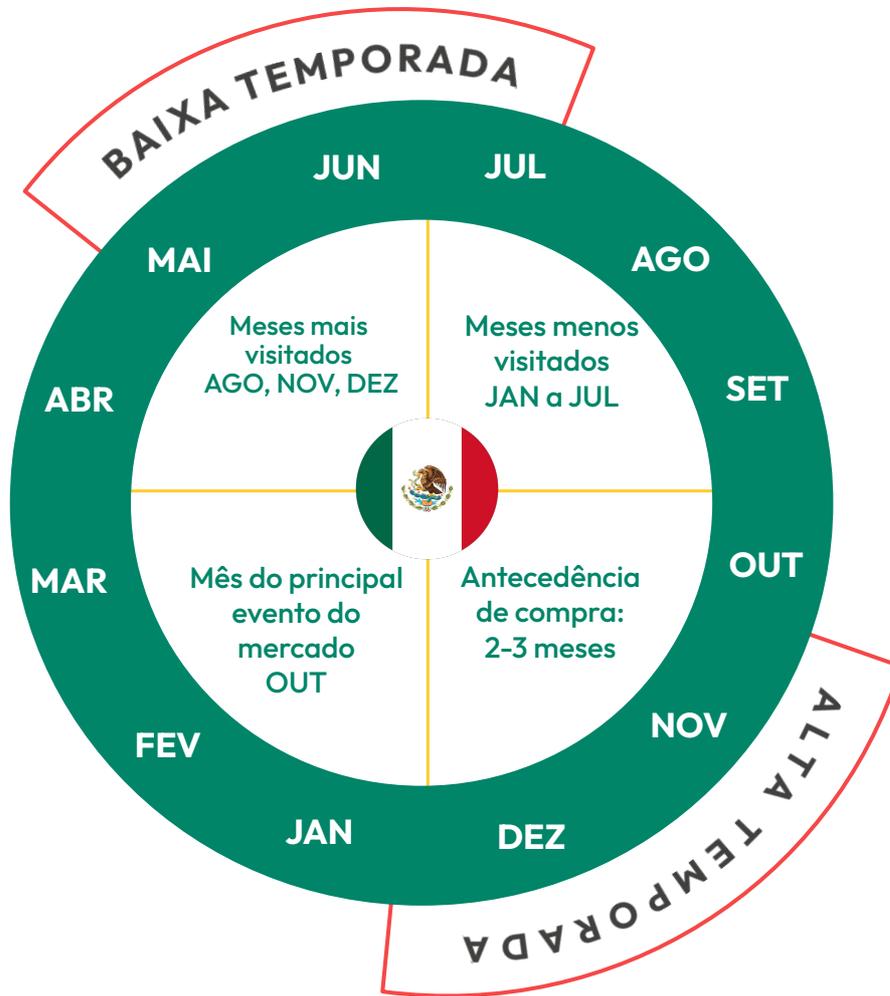
# Tendências e oportunidades

- O perfil do turista mexicano revela um forte interesse por vivências internacionais que **despertem emoções e sensações autênticas**. Trata-se de um público disposto a investir em **experiências de alto valor agregado, priorizando serviços de qualidade superior, conforto e segurança**.
- Nesse contexto, torna-se fundamental promover o **Brasil como um destino capaz de oferecer experiências imersivas, inovadoras** e diferenciadas em relação ao que já conhecem, com forte apelo à autenticidade cultural e à conexão com comunidades locais. Essa abordagem deve estar alinhada às práticas de **turismo responsável e sustentável, que valorizam o patrimônio natural e sociocultural**, atendendo às expectativas de um viajante exigente e cada vez mais consciente.
- Sustentabilidade é um critério importante e, por isso, as cidades de Brasília, Curitiba, Rio Grande do Sul, Pantanal, Bonito, Fernando de Noronha, Amazônia, Lençóis Maranhenses e Jericoacoara são destinos promissores.
- 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.

# Tendências e oportunidades

- **Cresce entre os mexicanos o interesse por destinos alternativos e autênticos no Brasil, longe dos circuitos turísticos tradicionais.**
- O México também tem uma forte cultura ligada ao turismo de natureza. Isso se reflete no interesse em conhecer o **Brasil rural, amazônico ou regiões de cerrado e caatinga — áreas fora dos roteiros tradicionais.**
- Destinos menos conhecidos têm menor fluxo de turistas, o que atrai viajantes que buscam tranquilidade e exclusividade.
- **Influenciadores e viajantes independentes compartilham experiências em lugares alternativos no Brasil**, despertando a curiosidade de um público mexicano mais jovem e conectado.
- **Interesse por culturas indígenas e afro-brasileiras.** Muitos mexicanos têm interesse em culturas ancestrais. Regiões como o interior do Pará, o Vale do Jequitinhonha ou o Recôncavo Baiano podem atrair esse perfil de viajante.
- A ampliação da conectividade (rotas e frequências) segue sendo um dos maiores desafios para a promoção dos destinos brasileiros. No entanto, as **conexões domésticas mais frequentes e com menor tempo de voo são bastante valorizadas.**

# Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

47 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 Brasil			■					■			■	
Busca por viagens Mundo	■		■				■					
Baixa Temporada Brasil	■	■			■							

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



Atualização: Abril/2025