



INSIGHTS DE MERCADO

PORTUGAL

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 para América	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	16

Principais destinos 2024

7.296.340 turistas

Os principais destinos visitados pelos portugueses são destinos vizinhos europeus, apesar de que os 10 destinos mais visitados em 2024 incluem países da América, com longa distância. O Brasil foi o 5º destino das viagens internacionais dos portugueses em 2024.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 Espanha	2.766,3
2	 França	1.511,4
3	 Reino Unido	670,9
4	 Itália	319,2
5	 Brasil	218,3 ¹
6	 Marrocos	218,1
7	 Alemanha	210,3
8	 Estados Unidos	166,0
9	 Países Baixos	152,7
10	 Dinamarca	121,6

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

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

Principais destinos 2024

579.929 turistas

O Brasil ocupa o 1º lugar nos destinos de viagens nas Américas, com 37,6% do *market share* das Américas, sendo os Estados Unidos o principal destino concorrente do Brasil na região.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 Brasil	218,3 ²
2	 Estados Unidos	166,0
3	 Outros países das Américas	195,6

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

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

O vínculo histórico entre Portugal e Brasil é perceptível em diversos aspectos da análise deste mercado, além, claro, de ter a proximidade da língua.

Vale ressaltar que entre “Outros países das Américas” encontram-se México, República Dominicana e outras praias do Caribe. O que nos ajuda a observar que o público português visita as ilhas do Caribe, mas sem se concentrar em um único país.

Portugal foi o 7º país a enviar mais turistas ao Brasil e o 2º país europeu a visitar nossos destinos.

Mercado de Portugal para o Brasil

O Brasil é o 1º país em viagens de longa distância dos portugueses, ultrapassando nossos concorrentes caribenhos (que se encontram como “Outros países das Américas” no ranking da página anterior, distinção feita pela Globaldata).

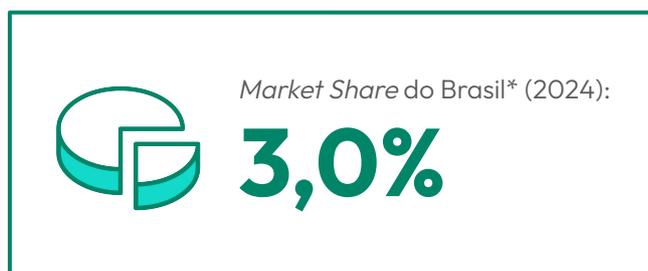
Os portugueses estão em 7ª posição geral de entradas de turistas internacionais no Brasil e o 2º país europeu a enviar mais turistas para nossos destinos. Esse turista possui um padrão que busca por conforto e bem estar e é um público que busca, majoritariamente, por destinos de sol e praia, correspondendo, em 2024, a 72,6%, segundo a Globaldata, da escolha de viagens internacionais.

O Brasil, além de uma imensa possibilidade de destinos de sol e praia, oferece resorts com qualidade e produtos de luxo. E oferece, ainda, uma diversidade de opções de paisagens para que possam criar memórias nos mais diferentes destinos, pois o turista português conhece bastante dos destinos brasileiros, mas, ainda assim, há a possibilidade de diversificar as opções nas prateleiras.

Ingresso de turistas portugueses no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
176.229	51.028	38.704	149.747	182.463	218.354

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)



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

O *market share* deste mercado é expressivo, ao comparar com outros mercados europeus e de *long haul*.

Em 2024, houve um aumento de 20% em relação à entrada de portugueses em 2023. Importante destacar que, em 2024, a entrada desse público superou o número pré pandemia em 23% (número que já havia sido superado em 2023 em 3%).

Sobre o *market share*, em 2023 foi de 2,7%, assim destacamos que houve um aumento de Brasil nas escolhas das viagens internacionais desse público.



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 português

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

Apesar de Portugal ser um destino forte em sol e praia, ao ultrapassar suas fronteiras, esse público busca, majoritariamente, por praias pelo mundo. Reforçamos ao observar que os principais concorrentes do Brasil neste mercado são México, Colômbia, República Dominicana e Espanha.

Elementos de cultura e natureza também se sobressaem ao analisar os concorrentes, uma vez que aparecem países como Peru, Chile e Itália.

Combinar mais de um segmento nos pacotes oferecidos a esse turista é uma forma de alcançá-los com melhor eficiência, preferencialmente, que tenham opções de sol e praia.

Percepção do Brasil

39% dos turistas portugueses consultados já estiveram no país **pelo menos uma vez** e **75%** pretendem visitar o Brasil nos próximos dois anos

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 deste mercado no Brasil, por modal*:



Fonte: [Chegadas Internacionais](#)

Por ser um destino de longa distância, é esperado que a maior parte da entrada seja por via aérea. Contudo, a baixa porcentagem de entrada por terrestre ou fluvial/marítimo, é possível entender que os portugueses não vão primeiramente para outros países vizinhos do Brasil, eles, majoritariamente, entram pelo Brasil.

Isso pode ser explicado pela alta conectividade entre Portugal e Brasil, cujos voos diretos alcançam 14 destinos brasileiros, com previsão de aumento para 2025.



A malha aérea é atualizada constantemente

CLIQUE AQUI



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

Voos atuais* (ABR/2025)



Portugal possui uma conectividade significativa de voos diretos para o Brasil. Em 2024, havia 14 rotas diretas e há a previsão de aumento para 2025.

A chegada ao Brasil por Lisboa ou Porto ajuda a outros países europeus chegarem ao Brasil com tempo menor de voo, fato esse que faz de Portugal um hub na Europa para a vinda ao Brasil.

Perfil de compra para o Brasil



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

As agências que mais emitiram viagens em Portugal, no ano de 2024, são OTA's, de acordo com a Forwardkeys. O perfil de compra tem crescido com vendas diretas nas cias aéreas (68%).

Isso demonstra que o perfil de consumo do turista vem se consolidando em compras online, o que é natural que aconteça levando em consideração o avanço da tecnologia e o seu uso no dia a dia.

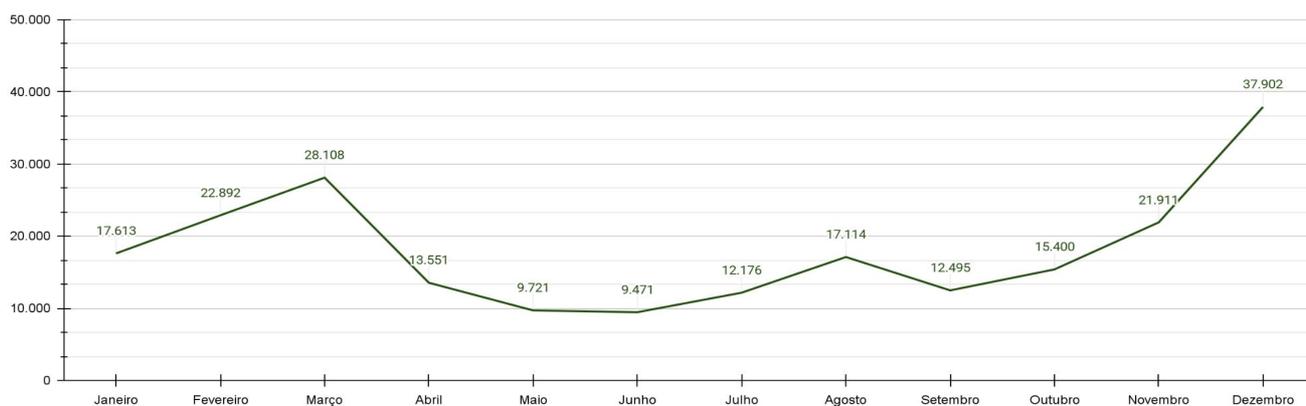


O gasto médio do visitante português no exterior foi de **USD 807,20 em 2024.**

Fonte: GlobalData

Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes portugueses por mês:



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

Dezembro, fevereiro e março concentram o maior fluxo de viagens de portugueses ao Brasil, marcando o pico da alta temporada. O clima favorável nesse período torna o país especialmente atrativo, e a maior oferta de voos contribui para o aumento da demanda. Mesmo com leve queda em março, o interesse permanece elevado devido à continuidade das boas condições climáticas.

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

Emissões de passagens aéreas Portugal-Brasil

Tipo de Venda:

68%

Direta

32%

Intermediada

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

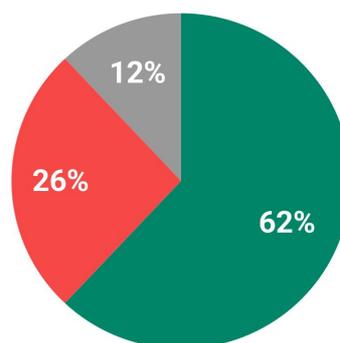
Distribuição da venda intermediada



Agência Online **26 %**

Agência de viagens **62%**

Agência corporativa **12%**



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

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

A venda de bilhetes aéreos de forma direta foi realizada por 68% do público francês no ano de 2024. Isso demonstra uma maior independência na hora de realizar a viagem desse turista.

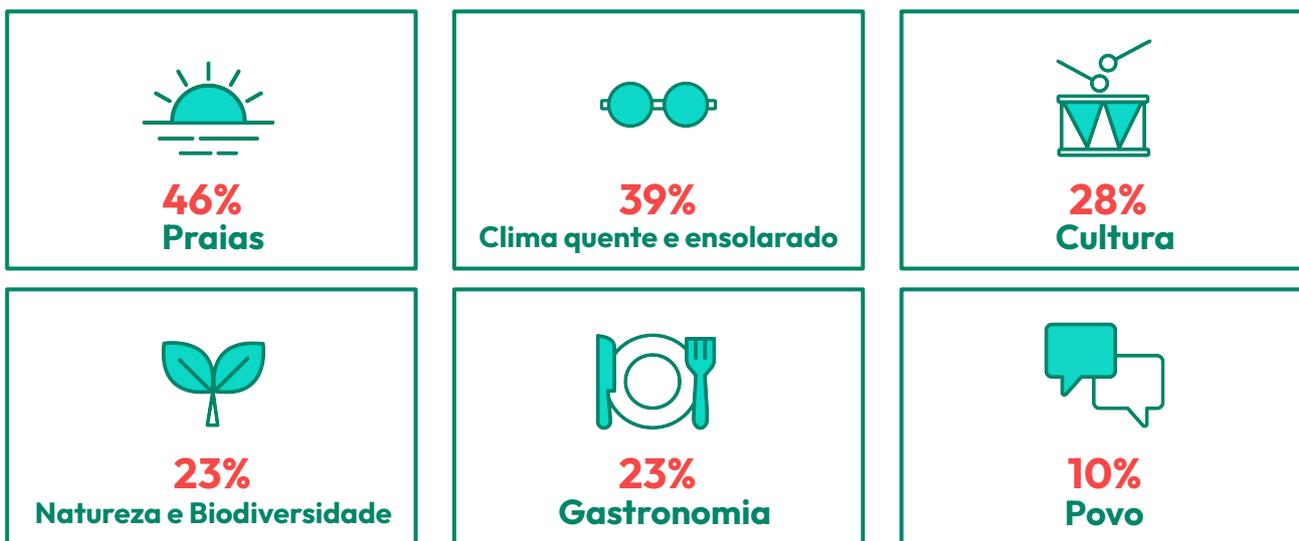
Nas compras indiretas (32%), ao analisar as principais empresas de venda no mercado, destaca-se a compra em agências online, cuja atuação no continente europeu vem crescendo. A compra por empresas offline ainda possui uma parcela significativa desse público.

Motivos de viagem deste turista (domésticos e internacionais)



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

Motivos de viagem ao Brasil



Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023



Consulte os
indicadores

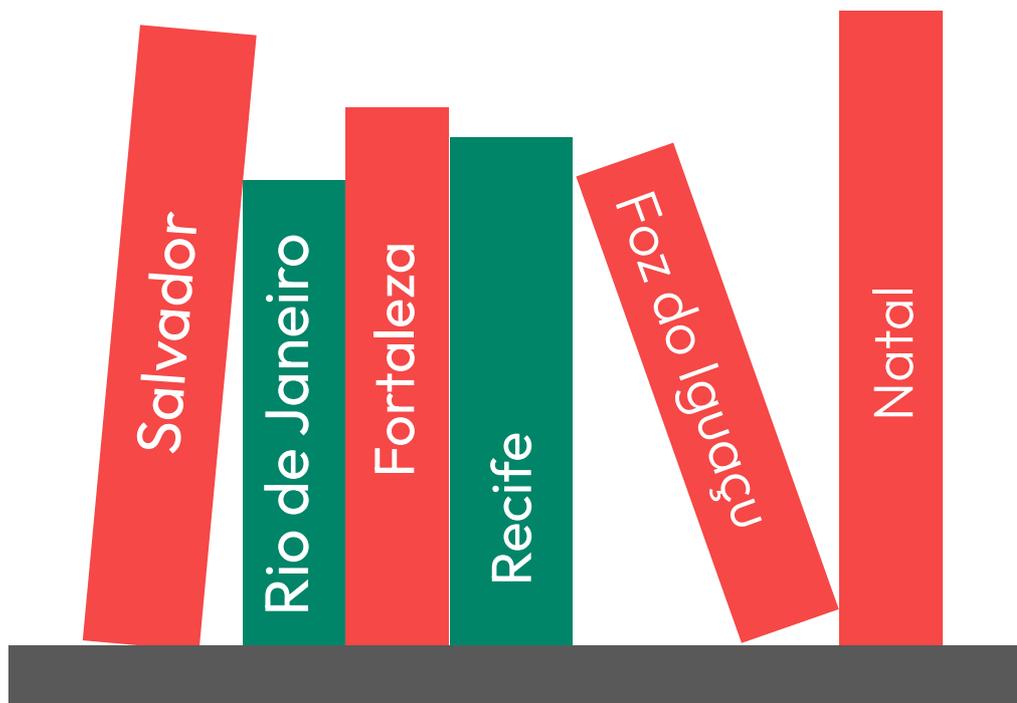
[CLIQUE AQUI](#)



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 de Prateleira



Países em pacotes multidestinos com Brasil

N/A

O português procura pela praia brasileira. Há destinos que têm potencial de crescimento no mercado.



Destinos de oportunidades

Rota das Emoções, João Pessoa, Fernando Noronha

Os pacotes em Portugal podem ter 5 dias ou chegar até 20 dias. É um público presente. Para aumentar, talvez incluir os destinos oportunidade acima.



Ampliação de tempo de permanência

N/A



Segmentos mais comercializados

Sol e Praia e natureza

Empresas do Mercado

Operadoras Mayoristas (atacadistas)

Abreu	https://www.abreu.pt/
Exótico Online	https://www.exoticoonline.com/
Lusanova	https://www.lusanova.pt/
Solférias	https://www.solferias.pt/
Soltrópico	https://www.soltropico.pt/

Agências de Viagens (varejo)

BesTravel	https://besttravel.pt/index.htm
Top Atlântico	https://www.topatlantico.pt/
Viagens el Corte Inglês	https://www.elcorteingles.pt/

OTA (Agências de Viagens Online)

Decolar	decolar.com/
eDreams	edreams.pt/

Wholesaler | Consolidadora

Book Soft	—
------------------	---

Veículos de Imprensa B2C e B2B

Correio da Manhã	https://www.cmjornal.pt/
Jornal de Notícias	https://www.jn.pt/
Expresso	https://expresso.pt/
Sapo Viagens	https://www.sapo.pt/

Associações

APAVT Associação Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo	https://www.apavt.net.pt/
CTP Confederação de Turismo de Portugal	https://ctp.org.pt/associados

Cias Aéreas

Azul	Lisboa (LIS) Porto (POR)	Campinas (VCP) Recife (REC)	https://www.latamairlines.com/br/pt
LATAM	Lisboa (LIS)	São Paulo (GRU)	https://www.voeazul.com
TAP	Lisboa (LIS) Porto (POR)	Rio de Janeiro (GIG) São Paulo (GRU) Recife (REC) Salvador (SSA) Natal (NAT) Belo Horizonte (CFN) Brasília (BSB) Belém (BEL)/Manaus (MAO) Maceió (MCZ) Porto Alegre (POA) Florianópolis (FLN)	https://www.flytap.com

Tendências e oportunidades



Percepção do mercado para alavancar vendas

É necessário aumentar o desejo de compra pelo público final e aproveitar os voos *charters* que são comum nesse mercado.

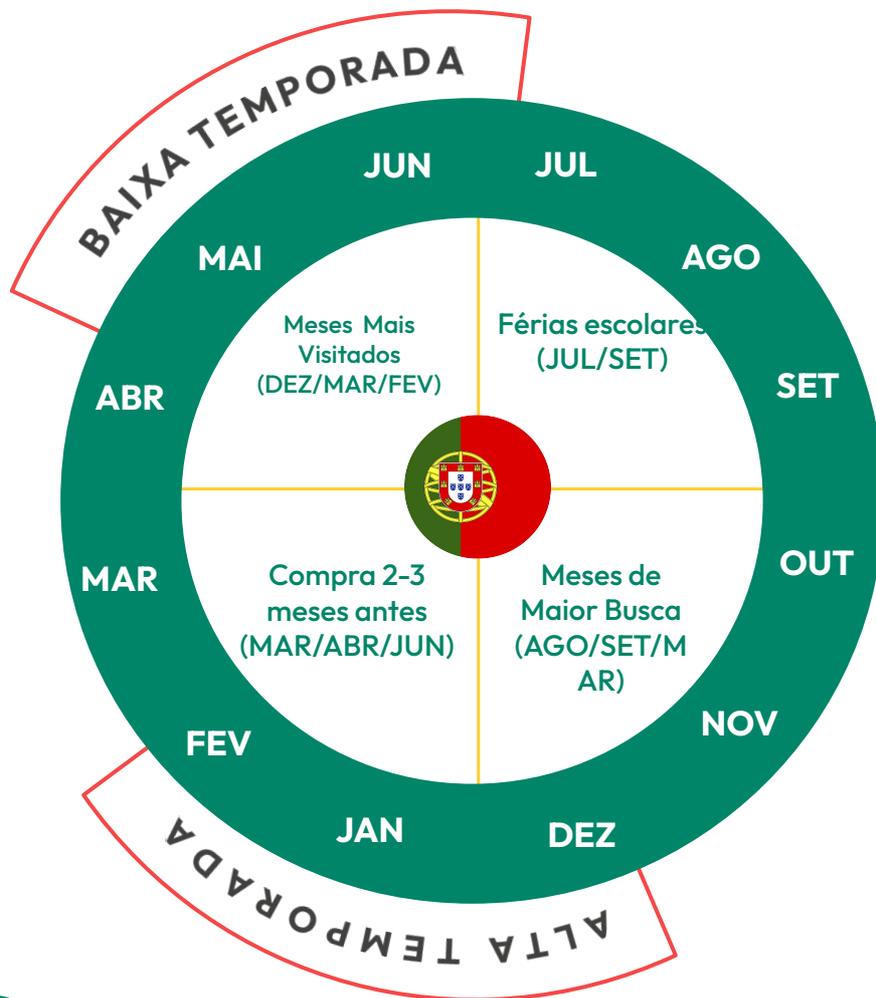


Ações necessárias no mercado

Competir com os preços dos concorrentes.
Diversificar a prateleira.

- O turismo brasileiro é bastante consolidado no mercado, tanto que não foi encontrado pacote que combinasse com outros países (não que não haja, mas não é uma quantidade expressiva).
- Então, o trabalho a ser realizado com o público B2B é o de convencê-los para que convertam suas vendas para destinos brasileiros. Ações diretas com esse público sobre Brasil, como capacitações e famtours, são muito bem vistas.
- A presença no mercado é importante, tanto para B2B como para B2C, para que o destino esteja, cada vez mais, no imaginário desse público.
- Por ser um destino de long haul para os portugueses, o market share do Brasil dentre as viagens internacionais portuguesas é abaixo de 5%, em 2024, mas, ainda assim, houve um aumento de entrada desses turistas no Brasil de 19,7% comparando o ano de 2024 com o ano anterior, 2023.
- Essa familiaridade e popularidade do Brasil como destino turístico no mercado resulta com a maior conectividade aérea da Europa, com a previsão, em 2025, de 16 rotas aéreas diretas (Painel da Malha Aérea).
- Por ser um mercado consolidado em conhecimento e desejo em Portugal, cria-se a oportunidade para diversificar os produtos brasileiros nas prateleiras do mercado.
- Destacamos para os pacotes que combinem sol e praia com outros segmentos, lembrando que os destinos praianos são os mais buscados por esse público em suas viagens internacionais.
- [Revista Tendências do Turismo](#) - 6ª Edição - uma parceria da Embratur e do Ministério do Turismo que apresenta as 19 tendências mais citadas por publicações para o turismo mundial em 2025.

Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

79 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	Red	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Red	Grey	Grey	Grey	Grey
Entrada de turistas Brasil	Grey	Green	Green	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Green
Busca por viagens Mundo	Red	Grey	Red	Grey	Grey	Grey	Grey	Red	Grey	Grey	Grey	Grey
Férias escolares	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Green	Green	Green	Grey	Grey	Grey
Baixa Temporada Brasil	Grey	Grey	Grey	Grey	Red	Red	Red	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey

embratur.com.br



Atualização: Abril/2025