



INSIGHTS DE MERCADO

REINO UNIDO

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

Riissa 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 Latina	5
Mercado Emissor	6
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado	7
Conectividade	8
Perfil de compra para o Brasil	9
Motivos de viagem ao Brasil	11
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	12
Empresas do mercado	13
Tendências e oportunidades	17
Ciclo de promoção	19

Principais destinos 2024

99.794.273 viagens

Números de viagens por ano x 1000

1		Espanha	19.759
2		França	11.861
3		Itália	6.616
4		Irlanda	5.068
5		Estados Unidos	5.034
6		Grécia	4.370
7		Turquia	3.430
8		Alemanha	2.672
9		Holanda	2.615
10		Portugal	2.357

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

Os 8 principais destinos internacionais que os turistas britânicos viajaram em 2024 foram países na Europa, em viagens de curta distância. O Brasil foi o 55º destino das viagens dos britânicos em 2024.

Os 10 destinos tendência para 2025 listados pela ABTA* são: Belize, Dinamarca, Japão (Hokkaido), Hungria, França (Cote D'Azur), Itália (Le Marche), Malawi (África), Espanha (Oviedo), Canada (Quebec), Australia (Tasmania).

*Fonte: ABTA Destinations to Watch 2025

Principais destinos 2024

Números de viagens por ano x 1000

1	 México	270
2	 Barbados	239
3	 Jamaica	233
4	 República Dominicana	202
5	 Brasil	153*
6	 Cuba	124
7	 Argentina	117
8	 Costa Rica	77
9	 Peru	77
10	 Chile	62

O Brasil foi o **5º destino** com maior volume de viagens para a América Latina, sendo o **1º destino** da América do Sul.

A América Latina representa aproximadamente **1,68% do market share** das viagens internacionais do consumidor britânico.

Fontes: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

*Ingresso de turistas britânicos no Brasil 2024 - 153.754 (Painel de Chegadas Internacionais)

Mercado Emissor do Reino Unido

Em 2024, o Reino Unido foi a 6ª maior economia mundial segundo dados da GlobalData Macroeconomic.

Com população de 68,46 milhões de cidadãos, o Reino Unido é o 4º maior mercado emissor de turistas global e o 2º maior da Europa. O Reino Unido enviou 99,7 milhões de turistas ao mundo em 2024, um crescimento de 11% em relação ao ano anterior, com gastos na ordem de 155,2 bilhões de dólares.

A previsão para 2025 é que o número ultrapasse os 102,3 milhões de viagens para fora do Reino Unido, com gastos na ordem de 165,5 bilhões de dólares.

Em 2024 o Reino Unido foi o 10º maior emissor de turistas para o Brasil, e o 5º principal da Europa para o Brasil. Em comparação com 2023, houve um incremento de 18,05% de viajantes do Reino Unido para o Brasil.

Tendo em vista que realizaram cerca de 99 milhões de viagens em 2024, a fatia de viagens para o Brasil foi de 0,2%. No entanto, considerando o volume de viagens para a América Latina, o Brasil possui uma fatia bem mais expressiva.

Fontes: GlobalData Macroeconomic, GlobalData; CIA World Factbook

Ingresso de turistas Britânicos no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
163.425	48.595	9.809	87.909	130.239	153.754

Fonte: Portal de Dados Embratur, Polícia Federal



Market Share do Brasil* (2024):

0,2%



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 britânico

Concorrentes Diretos	México, Jamaica, Barbados, República Dominicana, Cuba, Argentina, Costa Rica, Peru, Chile e Colômbia
Concorrentes Indiretos	EUA, Emirados Árabes, China, Índia, Tailândia, Canadá, Marrocos, Austrália, Egito e Arábia Saudita

Fonte: GlobalData 2024

A oferta de rotas aéreas com **maior capilaridade** e **tarifas mais competitivas**, bem como a oferta de **pacotes com voos charters** com valores muito competitivos, impactam diretamente na decisão do destino da viagem no mercado do Reino Unido.

Os 8 países mais visitados pelos britânicos em 2024 foram destinos **de curta distância**. Os destinos de **longa distância** mais visitados pelos britânicos neste ano foram os Estados Unidos, seguido pelos Emirados Árabes, China, Índia e Tailândia. Considerando a América do Sul, o Brasil é o destino preferido dos turistas britânicos. Na América Latina, destinos como Jamaica, República Dominicana e Barbados possuem além de fretamentos, grande volume de viagens por motivação de herança cultural e visita à familiares.

Percepção do Brasil

68%

dos turistas britânicos consultados **pretendem visitar o Brasil** nos próximos dois anos (a contar da pesquisa) e **7%** já estiveram no país **pelo menos uma vez**.

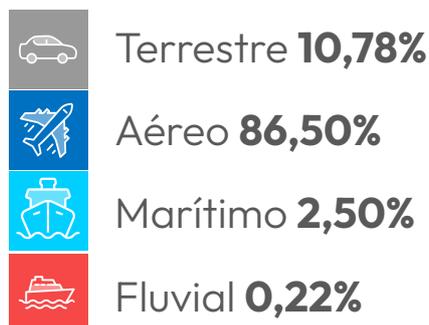
Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023

Nota: **concorrentes diretos** são destinos que possuem produtos turísticos, segmentos e/ou nichos similares que o Brasil e que tenham recebido volume de turistas relevante dentre os principais destinos de viagens de longa distância.

Concorrentes indiretos são destinos de longa distância, que não possuem necessariamente os mesmos atributos que os produtos do Brasil, mas tenham recebido volume relevante fora da Europa, e que tenha impactado na escolha da viagem de longo percurso em detrimento do Brasil. São também destinos que oferecem melhor custo benefício, destinos "Sol e Praia", gastronomia notável e cultura.

Conectividade

Participação de entradas de turistas britânicos 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

Devido à concentração da oferta de rota direta em **Londres**, outras cias aéreas europeias são opção competitiva para embarque de outros destinos no Reino Unido quanto à conectividade à outros destinos do Brasil. As cias aéreas TAP Air Portugal, Air France, KLM, Swiss, conectam outros destinos do Reino Unido ou via Europa, à mais destinos Brasileiros.

Perfil de compra para o Brasil



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

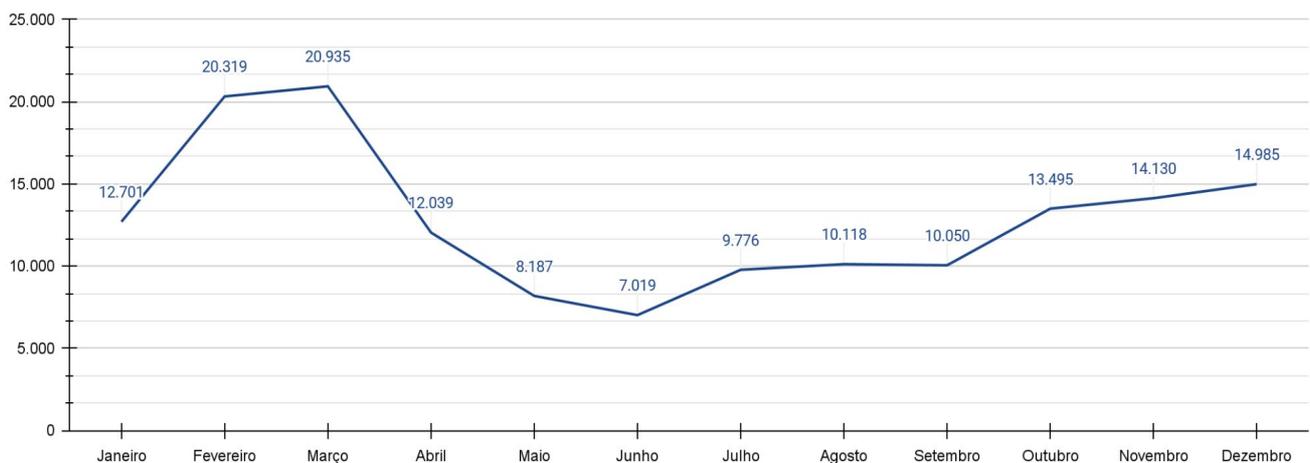
O viajante britânico é bem planejado e adquire sua passagem de longa distância com antecedência de aproximadamente 3 meses. O grande volume de viagens do consumidor britânico são de curta distância para viagens estilo bate-volta (short-breaks), devido ao custo-benefício e proximidades de outros destinos na Europa. Como tendência divulgada pela ABTA, as **viagens de longa distância** voltaram aos planos para 2025.



Gasto médio
USD 1.555,60 por viagem em 2024

Valor total gasto no exterior dividido por número de turistas emitidos ao exterior

Sazonalidade 2024

 Distribuição do total de visitantes britânicos por mês:

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

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

Emissões de passagens aéreas Reino Unido-Brasil

Tipo de Venda:

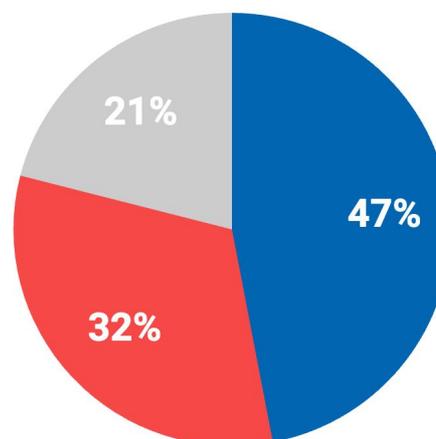
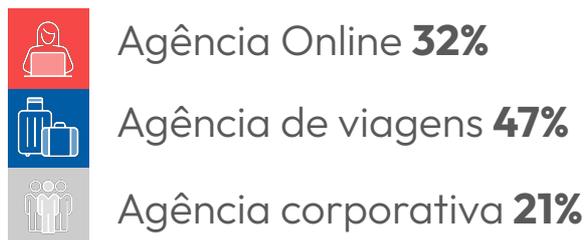


Direta

Intermediada

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

Distribuição da venda intermediada



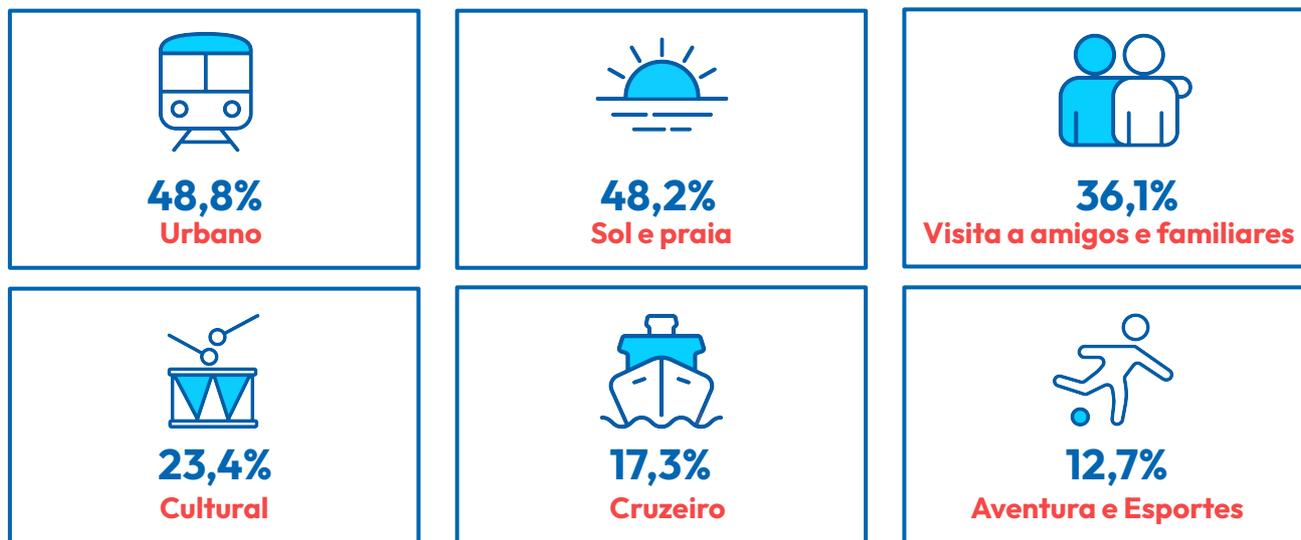
Fonte: Forward Keys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

Diferentemente de outros mercados, no Reino Unido a maioria das empresas adota estratégias híbridas, operando tanto no atacado quanto no varejo (B2B e B2C), com predominância clara da atuação direta no B2C.

Uma particularidade essencial para a comercialização de pacotes turísticos no Reino Unido é a exigência legal de licenciamento e seguro de proteção ao consumidor, a UK Package Travel & Linked Travel Arrangements Regulations 2018.

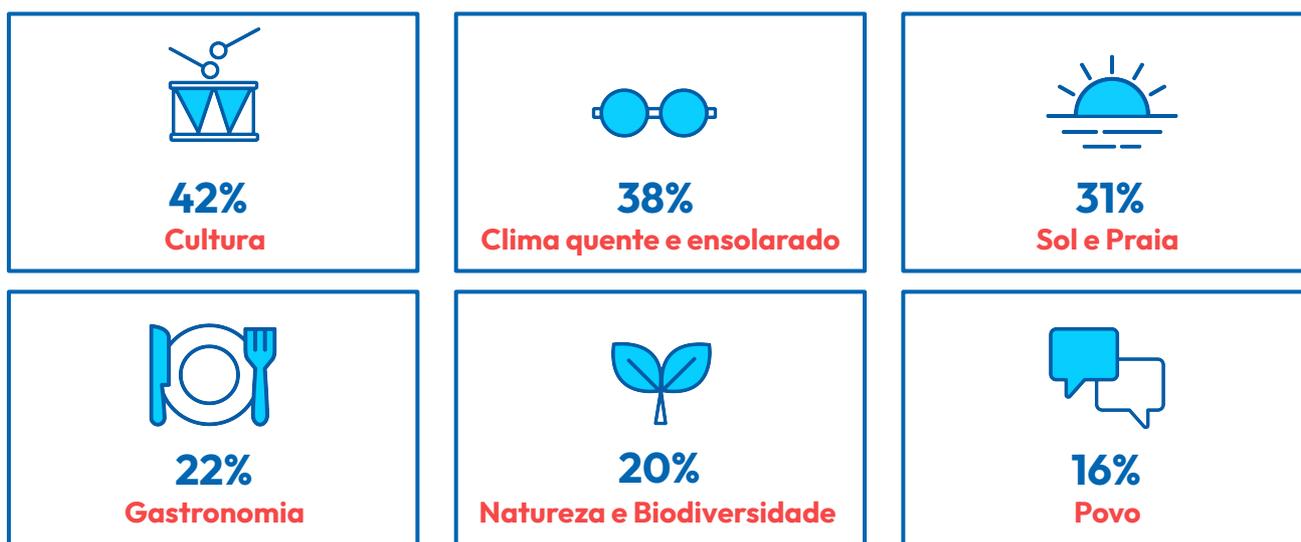
Canais de Reserva diretas continuam populares entre os consumidores experientes, principalmente para viagens de curta distância e ponto a ponto sendo **56% do geral** de viagens realizadas para o Brasil tendo sido adquiridas diretamente com as cias aéreas. Para destinos de longa distância, os consumidores são mais propensos a procurar por aconselhamento profissional de agências de viagens de varejo ou operadora, que oferecem proteção assegurada devido à exigência legal. Dos **44% de bilhetes adquiridos via trade turístico, 57% adquirem sua viagem através de agência de viagem de lazer**, demonstrando a importância de atuar juntamente ao trade para impactar o consumidor.

Motivos de viagem domésticas e para o Exterior



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

Motivos de viagem para o Brasil



Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023

Apesar da busca por melhor clima e sol & praia como fortes motivadores, para as viagens ao Brasil, de acordo com entrevistas com o trade britânico e tendências de viagens do mercado, o viajante britânico busca cada vez mais por experiências autenticamente brasileiras, com forte interesse por vivenciar e se engajar com a população e cultura do local, por destinos de natureza, observação de vida selvagem, e experiências ativas ao ar livre.



Consulte os indicadores

CLIQUE AQUI

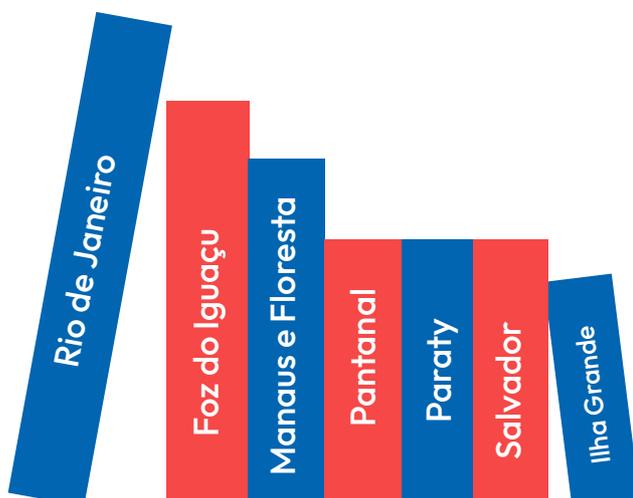


ou escaneie o qr code para mais detalhes

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

Os destinos mais ofertados são: Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Manaus, Floresta Amazônica, Salvador, Pantanal, Paraty, Angra dos Reis e Ilha Grande, além de São Paulo com principal hub de chegada de voos diretos.



Fonte: Embratur - Pesquisa realizada em março 2025, com os principais destinos ofertados no site de 5 operadores do mercado



Percepções



Destinos de oportunidades

São Paulo, Manaus, Belém, Alter do Chão, Rota das Emoções, em especial Lençóis Maranhenses, Salvador, Praia do Forte, Chapada Diamantina, Bonito, Pipa, Fernando de Noronha, Olinda.

Destinos que podem ampliar a visibilidade



Ampliação de tempo de permanência

Paraty, Angra e Ilha Grande, São Paulo, Praia do Forte, Manaus, Búzios, Natal e Pipa, Fernando de Noronha

Destinos que podem ter o tempo de permanência ampliado, seja por inclusão de experiências ou combinando com outros destinos, bem como oferta de opcionais dos roteiros analisados no mercado.



Segmentos mais comercializados

Cultura, natureza, vida selvagem, sol e praia

Empresas do Mercado

Principais Operadoras que ofertam Brasil	
Trailfinders	www.trailfinders.com
Audley Travel	www.audleytravel.com
TUI *(a iniciar maio 25)	www.tui.co.uk
DNATA Travel *Travelbag, Netflights, Travel Republic, and Imagine Cruising	www.dnata.com/en/travel
Dial A Flight (Lotus group)	www.dialaflight.com
Saga Holidays	holiday.saga.co.uk/holidays/worldwide
Journey Latin America	www.journeylatinamerica.com
Humboldt Travel	https://www.humboldttravel.co.uk/
Latin Routes	www.latinroutes.co.uk
Exodus	www.exodus.co.uk
Hayes & Jarvis	www.hayesandjarvis.co.uk/holidays
Last Frontiers	https://www.lastfrontiers.com
Intrepid Travel	www.intrepidtravel.com/uk
G Adventures	www.gadventures.com/
Travel Counsellors	www.travelcounsellors.co.uk
Explore	www.explore.co.uk

Fonte: Mapeamento Embratur e ForwardKeys

Empresas do Mercado

Redes de Agências de viagem	
TUI	www.tui.co.uk
Hays Travel	www.haystravel.co.uk
Flight Centre	www.flightcentre.co.uk
Trailfinders	www.trailfinders.com
Kuoni	www.kuoni.co.uk
Barrhead Travel	www.barrheadtravel.co.uk
Advantage Partnership Travel	www.advantagemembers.com
The Travel Network Group	thetravelnetworkgroup.co.uk
The Co-op Travel	www.cooptravel.co.uk
Focus Travel Partnership	focustravel.uk
Travel Counsellors	www.travelcounsellors.co.uk

Associações	
ABTA Trade Association for UK travel agents	https://www.abta.com/
AITO Association of Independent Tour Operators	https://www.aito.com/
LATA Latin American Travel Association	https://www.lata.travel/
VBRATA Visit Brazil Travel Association	https://vbrata.org/

Empresas do Mercado

OTAs	
Travel Republic	www.travelrepublic.co.uk
Trip Advisor	www.tripadvisor.co.uk
Booking.com	www.booking.com
Expedia	www.expedia.co.uk
Last Minute	www.lastminute.com
Netflights	www.netflights.com
Edreams	www.edreams.co.uk
Opodo	www.opodo.co.uk
Travelocity	www.travelocity.com
Travel Zoo	www.travelzoo.com/uk
Love Holidays	www.loveholidays.com
Agoda	www.agoda.com/en-gb
My Trip	uk.mytrip.com/rf/start
Lyca Fly	www.lycafly.com
BA Holidays	www.britishairways.com/content/holidays

Cias aéreas com vôos diretos	
British Airways	https://www.britishairways.com
Latam Airlines	https://www.latamairlines.com/

Empresas do Mercado

Principais veículos de Imprensa B2C / Turismo	
The Telegraph	www.telegraph.co.uk/
The Sunday Times	www.thetimes.co.uk/
The Guardian	www.theguardian.com/uk/travel
Evening Standard	www.standard.co.uk/
Wanderlust Magazine	www.wanderlust.co.uk/
Condé Nast Traveler	www.cntraveler.com/
National Geographic Traveler	www.nationalgeographic.com/travel
Time Out	www.timeout.com/uk
Principais publicações B2B	
Travel Weekly	www.travelweekly.co.uk/
TTG	www.ttgmedia.com/
Travel Bulletin	www.travelbulletin.co.uk/
Travel Gossip	www.travelgossip.co.uk/
Travel Mole	www.travelmole.com/
Selling Travel	www.sellingtravel.co.uk/

Fonte: Mapeamento Embratur

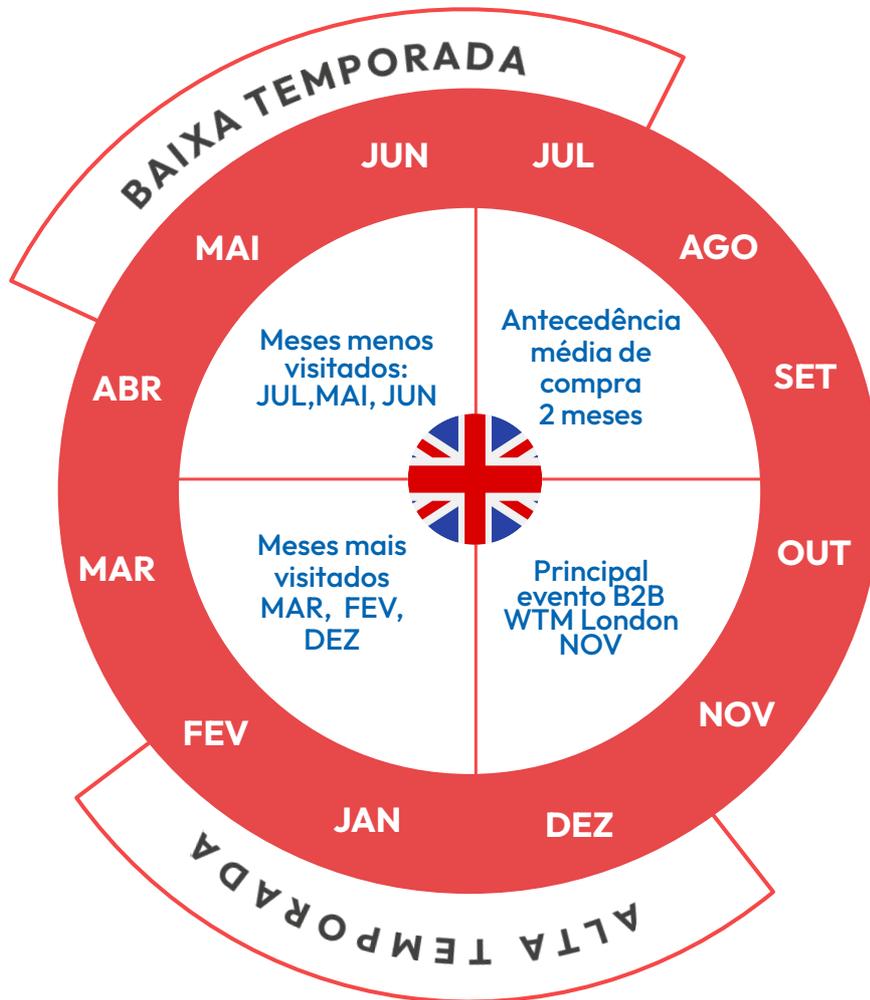
Tendências e oportunidades

- Em 2025, cresce o desejo de explorar destinos mais distantes e menos familiares. Embora a Europa continue sendo o destino mais procurado pelos britânicos, o interesse por viagens de longa distância está aumentando, com 34,2% das pessoas planejando viajar para destinos longínquos (contra 28,2% no ano anterior). Por ora, a Ásia lidera esse ranking.
- O turismo de luxo está em alta, com cada vez mais viajantes optando por acomodações cinco estrelas em suas viagens internacionais, com 35% dos viajantes britânicos em suas viagens internacionais em 2024 tendo se hospedado em hotéis cinco estrelas — um aumento em relação aos 30% do ano anterior. A Geração Z lidera essa tendência: 47% ficaram em hotéis de luxo (subindo de 37% no ano anterior).
- Apesar da digitalização crescente, os agentes de viagens especializados continuam sendo um canal essencial para a comercialização de viagens de longa distância, principalmente no segmento de experiências personalizadas e destinos exóticos.
- Outro movimento relevante foi o crescimento de agentes de viagem independentes e homeworkers, muitos dos quais se tornaram afiliados a consórcios ou redes de agências, ampliando sua presença no mercado através de estruturas mais flexíveis.
- Cada vez mais pessoas escolhem viajar com seus parceiros (ou “baes” – apelido carinhoso na Inglaterra para o par romântico) em vez de com amigos ou família.
- Em 2025, a tendência das viagens românticas deve continuar crescendo. Para o Brasil, isso representa uma ótima oportunidade de promover destinos românticos e experiências para casais, como resorts pé na areia, hotéis boutique em meio à natureza, gastronomia intimista e experiências de bem-estar a dois.
- Destaque para roteiros que contemplem florestas, praias desertas, montanhas, rios e cachoeiras. Experiências de reconexão, espiritualidade, preservação, que despertem sensações de autocuidado até oportunidades de retiros de silêncio e banho de floresta. O viajante moderno quer tempo, qualidade, no ritmo tranquilo de destinos do interior.
- Com a consolidação do trabalho híbrido, profissionais que viajam a trabalho planejam estender a viagem quando são instigados pelo destino.
- Destinos podem se beneficiar dessa tendência, promovendo-se como destino seguro e acolhedor para viajantes solo, especialmente mulheres, focando em hospedagens intimistas, experiências coletivas, roteiros autoguiados e destinos com hospitalidade local forte.

Tendências e oportunidades

- O turista quer viver o destino, e não apenas visitá-lo.
- Com o turismo de massa saturando locais como Europa e EUA, viajantes buscam escapar de lugares saturados, com altos preços, e que oferecem experiências autênticas, exclusivas e com ótimo custo-benefício.
- O viajante britânico contemporâneo tem demonstrado um perfil altamente consciente e seletivo, com forte inclinação por práticas sustentáveis. A crescente demanda por experiências de ecoturismo reflete seu interesse em iniciativas voltadas à neutralidade de carbono e ao turismo responsável, valorizando destinos e fornecedores comprometidos com a preservação ambiental e o impacto positivo nas comunidades locais. Esse viajante atribui grande importância à exclusividade e à autenticidade. Há preferência por meios de hospedagem de pequeno porte e alto padrão, como hotéis boutique, que oferecem experiências personalizadas e diferenciadas. Além disso, os britânicos buscam vivências culturais genuínas.

Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

87 dias

Fonte: ForwardKeys

Meses com maior volume de:	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Busca por viagens Brasil	Blue										Blue	Blue
Entrada de turistas Brasil		Red	Red									Red
Busca por viagens Mundo	Blue		Blue				Blue					
Férias escolares							Red	Red				
Baixa Temporada Brasil					Blue	Blue	Blue					

embratur.com.br



Atualização: Abril/2025