



INSIGHTS DE MERCADO

URUGUAI

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 (mundo).....	4
Principais destinos (América do Sul e Central).....	5
Mercado emissor do Uruguai para o Brasil.....	6
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado uruguaio.....	7
Conectividade.....	8
Perfil de compra para o Brasil.....	9
Motivos de viagem ao Brasil.....	11
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	12
Membros Comitê Descubra Brasil (CDB).....	13
Empresas do mercado.....	14
Tendências e oportunidades	15
Ciclo de promoção.....	16

Principais destinos 2024

2.326.291 turistas

Os principais destinos visitados pelos uruguaios no ano passado estão no continente americano - as 10 primeiras posições são de países da América. O Brasil foi o 2º destino mais escolhido para as viagens internacionais dos turistas desse mercado em 2024.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 Argentina	1.539,3
2	 Brasil	388,4 ¹
3	 Estados Unidos	81,9
4	 Chile	65,7
5	 México	47,1
6	 República Dominicana	26,2
7	 Paraguai	25,7
8	 Peru	23,1
9	 Colômbia	16,9
10	 Cuba	15,7

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

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

Principais destinos 2024

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 Argentina	1539,3
2	 Brasil	388,4 ¹
3	 Chile	65,7
4	 República Dominicana	26,2
5	 Paraguai	25,7
6	 Peru	23,1
7	 Colômbia	16,9
8	 Cuba	15,7
9	 Panamá	12,2
10	 Bolívia	6,8

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

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

Mercado emissor do Uruguai para o Brasil

O Brasil é o segundo país mais visitado pelos uruguaios, registrando 388.464 entradas em 2024, o que rendeu ao Uruguai o título de quinto maior emissor de turistas ao Brasil no referido ano.

O turista desse mercado é um fiel visitante dos destinos brasileiros, principalmente de sol e praia, buscando viagens de qualidade e longa permanência - 12 dias em média. As experiências de natureza e cultura presentes no litoral brasileiro fascinam e motivam cada vez mais uruguaios a conhecerem mais regiões do país, contribuindo para a diversificação dos produtos nas prateleiras dos operadores desse mercado.

Dada a proximidade geográfica, isenção de visto e facilidade de acesso, o principal meio de entrada no Brasil é por via terrestre, através da cidade de Chuí, no Rio Grande do Sul.

Ingresso de turistas estadunidenses no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
164.830	113.714	11.575	180.064	334.703	388.464

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)



Market Share do Brasil* (2024):

16,7%



Em 2024, o Brasil registrou 388.4646 turistas uruguaios - um **crescimento de 16%** em relação ao ano anterior.



Dados de entrada são atualizados constantemente

CLIQUE AQUI



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

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

Principais Destinos Concorrentes do Brasil no mercado uruguaio

Concorrentes Diretos	México, República Dominicana, Peru, Colômbia
Concorrentes Indiretos	Argentina, Chile

Os destinos concorrentes diretos do Brasil são aqueles que oferecem produtos de sol e praia, com ampla oferta de resorts *all inclusive*, onde o turista deste mercado encontra conforto e praticidade para estadas de longa duração, ainda que demandem um período de voo mais longo, como México e República Dominicana. Contudo é importante destacar que o tempo de viagem não é um fator limitante, visto que os uruguaios costumam viajar longas horas de ônibus para chegar a destinos brasileiros.

Argentina e Chile figuram como concorrentes indiretos por ofertarem produtos consolidados em outros segmentos, que não sol e praia, como aventura, natureza e compras.

Percepção do Brasil

89%

dos turistas uruguaios consultados já estiveram no país pelo menos uma vez e 11% pretendem visitar o Brasil nos próximos dois anos

Fonte: Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos principais países emissores - 2015-2019

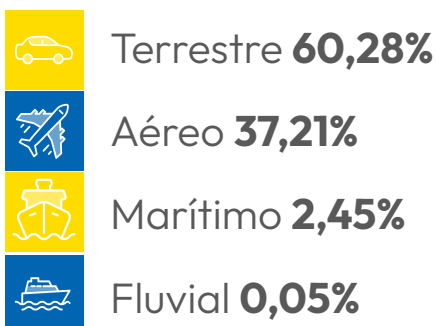
Nota: concorrentes diretos os países que possuem os mesmos produtos turísticos que o Brasil e concorrem diretamente com os mesmos segmentos e/ou nichos.

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.

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

Conectividade

Participação de entradas de turistas uruguaios no Brasil, por modal*:



Transporte terrestre é utilizado em mais da metade das viagens ao Brasil. Porém, nota-se que o aéreo teve um crescimento de 7pp em relação ao ano anterior.

Fonte: [Chegadas Internacionais](#)



A malha aérea é atualizada constantemente

CLIQUE AQUI



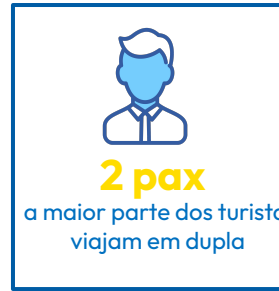
ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

Voos atuais* (ABR/2025)



A parceria com companhias aéreas que fazem escalas e conexões no Uruguai pode ser estrategicamente empregada para fomentar destinos brasileiros concomitantemente em mais de um mercado emissor, aportando mais valor e possibilidades de resultados.

Perfil de compra para o Brasil



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



Setembro, outubro e novembro foram os meses com maior volume de tíquetes aéreos emitidos. Neste mercado, nota-se o significativo papel das agências de viagem na venda de passagens.

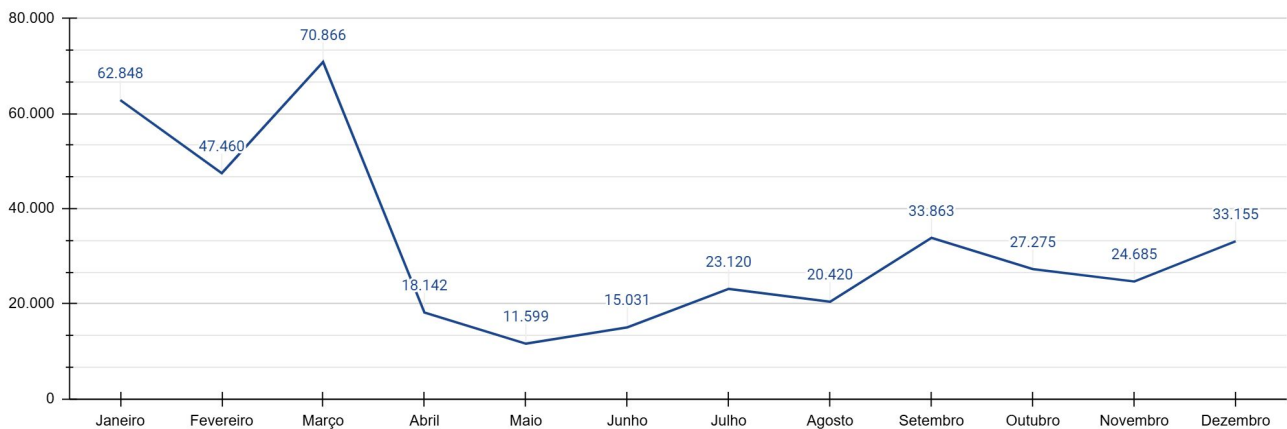


O gasto médio do visitante paraguaio no exterior foi de **USD 801,80 em 2024.**

Fonte: Globaldata, 2025. Ano base: 2024.

Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes uruguaios por mês:



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

Um dos principais, senão o principal, período de viagens dos turistas uruguaios é a Semana de Turismo (Semana Santa). Em 2024, esse período ocorreu em março, justificando o pico no gráfico acima.

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

Emissões de passagens aéreas Uruguai-Brasil

Tipo de Venda:



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

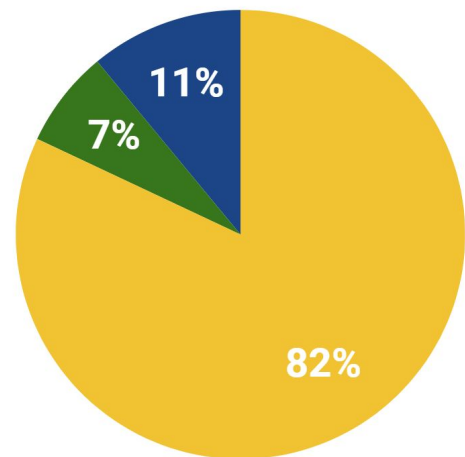
Distribuição da venda intermediada



Agência Online **7%**

Agência de viagens **82%**

Agência corporativa **11%**

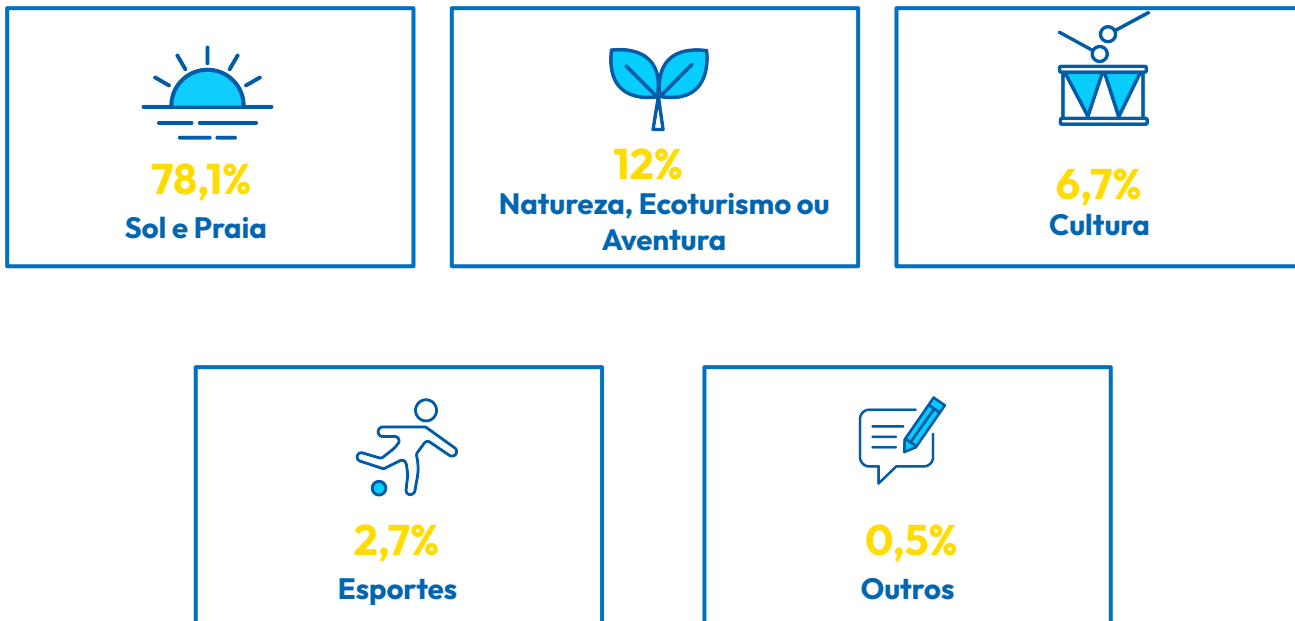


Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

- As vendas B2B ocorrem fundamentalmente entre DMC's e Operadoras (chamadas de *mayoristas* na língua espanhola) na construção dos pacotes, os quais são vendidos pelas operadoras às agências de viagens (*online* e *offline*/físicas) ou diretamente ao cliente final.
- O Comitê Descubra Brasil, composto por empresas entre linhas aéreas, operadoras e seguradoras, além da Embaixada do Brasil no Uruguai, é o principal parceiro comercial da Embratur no fomento da promoção e da comercialização dos produtos e destinos brasileiros para o mercado uruguaio.

As agências de viagem possuem um expressivo papel no mercado uruguaio. Assim, para potencializar a conversão de turistas aos destinos brasileiros, as estratégias de promoção podem envolver as operadoras, responsáveis por montar pacotes e comercializá-los a estas agências. Além disso, outras ferramentas de promoção devem ser empregadas para maximizar o sucesso das ações realizadas, como capacitações, famtours, presstrips e campanhas cooperadas, por exemplo.

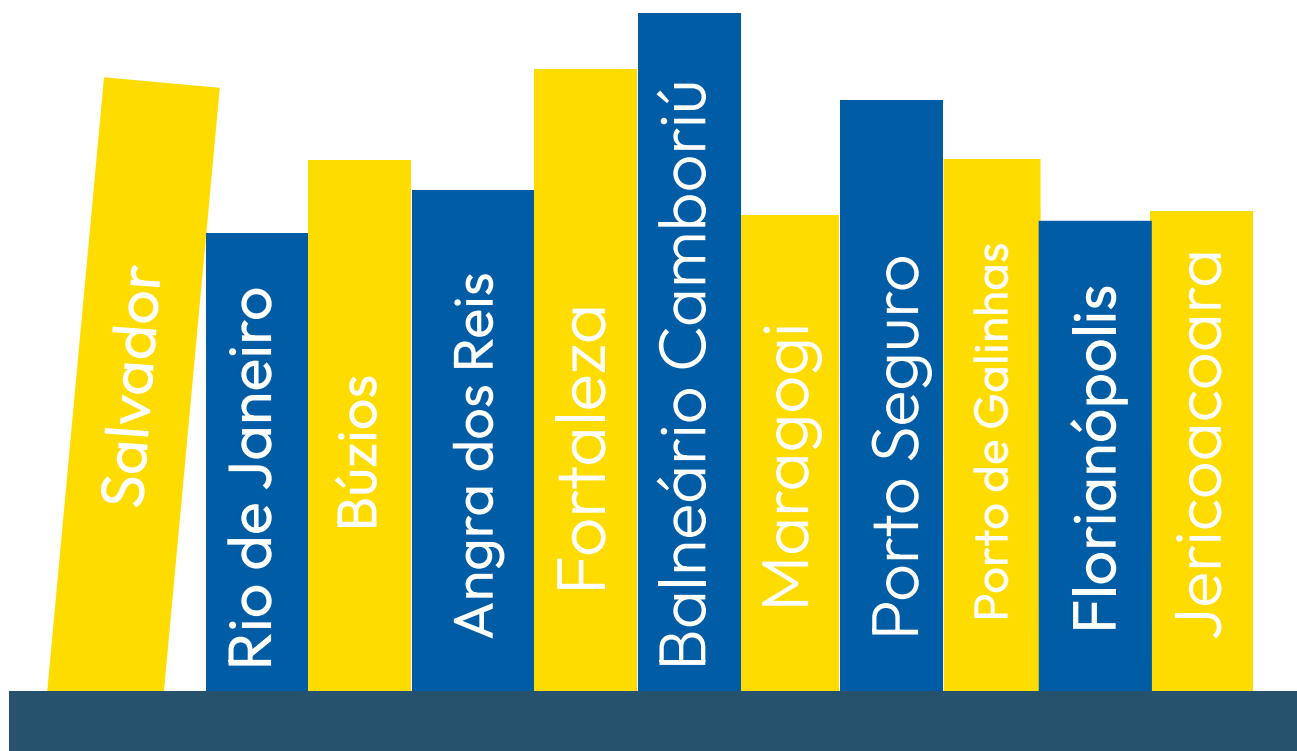
Motivos de viagem ao Brasil



Fonte: Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos principais países emissores - 2015-2019

 **Consulte os indicadores** [CLIQUE AQUI](#)  ou escaneie o qr code para mais detalhes

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

Recife, Olinda, João Pessoa, litoral norte Bahia, litoral paulista

Destinos que podem ter a visibilidade aumentada



Ampliação de tempo de permanência

Bahia (Chapada Diamantina), Serra Gaúcha

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, resorts, natureza

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.

Empresas do Mercado

Comitê Descubra Brasil - CDB

Abtour	http://www.abtour.com.uy/
Active Travel	https://www.activetravel.uy/
Aeromundo	https://www.aeromundo.com.uy/es
Andrea Strada	https://andreastrada.com/viajes/
Buemes Viajes	https://buemes.com.uy/
Contacto Turismo	http://www.contactoturismo.com/
Ega	https://egakeguay.com/
Embaixada do Brasil em Montevideu	https://www.gov.br/mre/pt-br/embaixada-montevideu
Gol Linhas Aéreas	http://g3.com.uy/post/
Guamatur	https://www.guamatur.com/
Hiperviajes	https://www.hiperviajes.com.uy/
Jetmar	https://jetmar.com.uy/
Jorge Martinez	https://www.jorgemartinez.com.uy/
Latam Airlines	https://www.latamairlines.com/uy/es
Mtur	https://www.mturviajes.com.uy/
Planet Travel	https://www.planettravel.com.uy/
Rutatur	https://www.rutatur.com/
Sendas	https://sendasturismo.com/
Seven's Travel	https://www.sevenstravel.com.uy/

Empresas do Mercado

Sistema de Distribuição para Agências

OMNIBEES

GDS - SABRE, AMADEUS

Veículos de imprensa B2C e B2B

El País	https://www.elpais.com.uy/
La Diaria	https://ladiaria.com.uy/
El Observador	https://www.elobservador.com.uy/
Ladevi	https://www.ladevi.info/uruguay-a12276

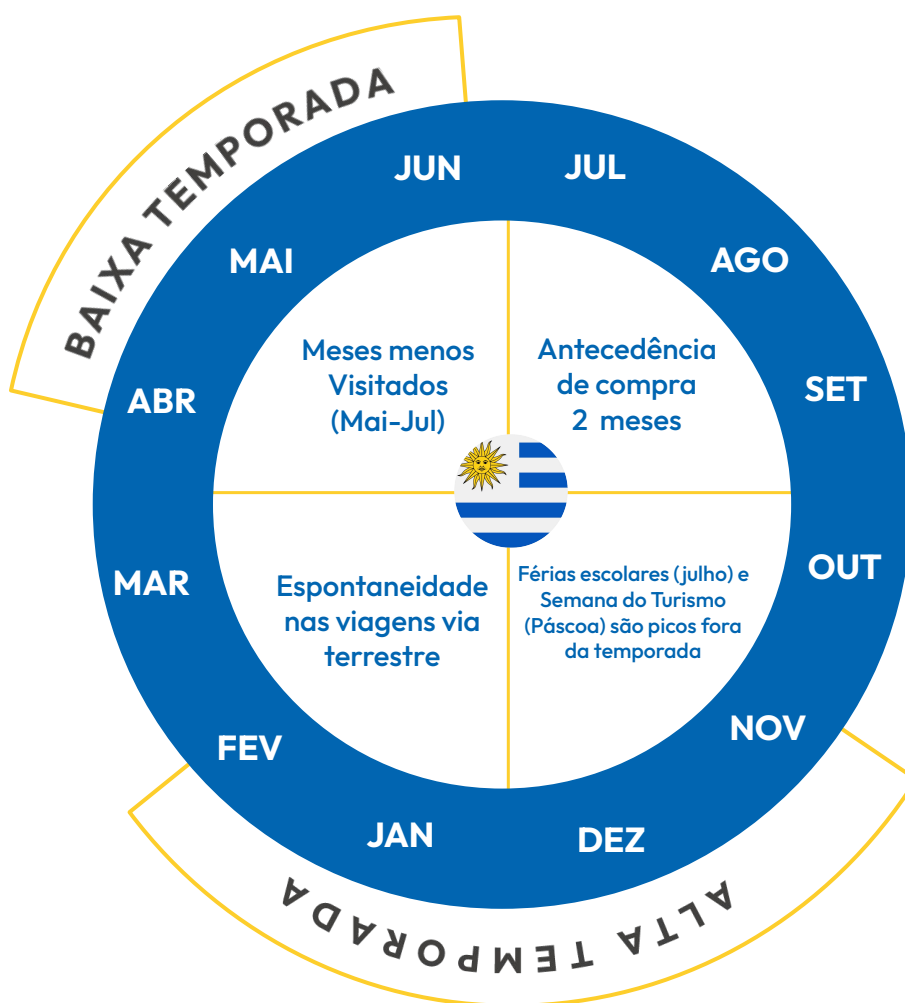
Associações

AUDAVI Asociación Uruguaya de Agencias de Viajes	https://www.audavi.com.uy/
--	---

Tendências e oportunidades

- O turista uruguaio busca no Brasil destinos de sol e praia, majoritariamente, escolhendo o litoral sul e sudeste para passar suas férias. Contudo, os resorts do Nordeste têm atraído viajantes que desejam descansar e aproveitar a infraestrutura por mais tempo.
- Neste sentido, o litoral de São Paulo e do Rio de Janeiro podem ter visibilidade aumentada e incremento no fluxo de turistas, considerando que as empresas uruguaias oferecem excursões em ônibus até a capital fluminense. De modo geral, roteiros multidestinos podem ser facilmente incorporados às prateleiras dos operadores ampliando as opções ao turista, que pode vivenciar mais experiências de diversos segmentos em uma única viagem.
- A Semana do Turismo, assim chamada a Semana Santa no Uruguai, é um período em que há um grande fluxo de turistas viajando internacionalmente todos os anos. Assim, essa data deve ser considerada no calendário de promoção dos destinos, visando garantir maior visibilidade e possibilidade de conversão.
- Festivais internacionais, shows e o Carnaval brasileiro também são motivos de viagem ao Brasil. Desta forma, outras experiências culturais podem ser incluídas conforme a programação de cada região.
- Considerando que o turista desse mercado viaja a destinos como Chile, Peru e Colômbia, onde há uma notável cultura e gastronomia expressiva, experiências gastronômicas, como enoturismo, também devem fazer parte das ofertas ao mercado uruguaio.

Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

53 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	■		■		■							
Férias escolares	■	■										■
Baixa Temporada Brasil				■	■	■						



embratur.com.br



Atualização: Abril/2025

