

JORNAL DE TURISMO

POR SÉRGIO NERY

Jade Queiroz/MTur



Compras têm destaque nos gastos dos estrangeiros

Turismo internacional injeta R\$ 32,5 bi no Brasil

De janeiro a setembro de 2025, turistas estrangeiros movimentaram R\$ 32,5 bilhões no Brasil em hospedagem, alimentação, transporte, lazer e compras. Trata-se do maior valor da série histórica para o período e representa alta de 11,7% em comparação a 2024.

Apenas no mês de setembro, o montante alcançou R\$ 3,2 bilhões, um crescimento de 12,4% na comparação anual. No mesmo intervalo, o país recebeu mais de 7 milhões de viajantes internacionais, número 45% superior ao registrado em 2024.

O desempenho de

nove meses já supera o recorde anual de 2024 (6,7 milhões de visitantes) e ultrapassa a meta do Plano Nacional de Turismo 2024–2027 para 2025, que era de 6,9 milhões.

Os dados divulgados pelo Banco Central reforçam a tendência de aquecimento do turismo internacional no país e a ampliação da participação do setor na economia, com efeito direto em destinos líderes de demanda — como Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia e Santa Catarina — e em rotas diversificadas que combinam praias, natureza e experiências culturais.

Turismo e o papel na economia

O recorde de R\$ 32,5 bilhões movimentados por turistas estrangeiros no Brasil em nove meses confirma o peso do setor no Produto Interno Bruto nacional. Mais do que números e estatísticas, o turismo se reafirma como indutor da criação de empregos, de tributos e de

envolvimento regional. Ao superar ainda em setembro a meta anual prevista para 2025, o turismo mostra, mais uma vez, seu papel na economia e reforça que deve ser tratado como vetor estratégico de crescimento econômico e social, além da projeção internacional do Brasil.

Setor pede políticas à altura

Os dados mostram que o turismo move a economia, mesmo sem status de prioridade plena. O momento positivo não permite acomodação: pede políticas ampliadas — infraestrutura e conectividade, qualificação e inteligência de dados. MTur

e Embratur fazem bom trabalho e, com mais poder de fogo, podem multiplicar resultados. Com governança e previsibilidade, o Brasil pode converter o bom momento em salto estrutural, elevando emprego, renda e arrecadação.

Força da imagem do Brasil

Com 94% de aprovação entre estrangeiros, pesquisa da Embratur mostra que o Brasil não vende apenas destinos, mas uma experiência reconhecida e recomendada. Esse capital simbólico é decisivo na disputa global por turistas e reforça a marca

Brasil como acolhedora, competitiva e diversificada. O desafio é transformar a boa percepção em estratégia consistente de promoção, ampliando visibilidade e consolidando o país como referência em turismo sustentável e de qualidade.

Vitrine e teste de maturidade

A COP30 em Belém é chance rara de reposicionar o Brasil como destino sustentável: visibilidade global, narrativa poderosa da Amazônia e vitrine para bioeconomia, cultura e turismo de natureza. Mas há riscos à imagem: pressão sobre hospedagem, preços em alta e gargalos

logísticos podem gerar frustração e manchetes negativas. O caminho é gestão antecipada: ampliar oferta (aluguel por temporada e leitos alternativos como cruzeiros), reforçar conectividade, transparência nos preços e operação integrada de mobilidade e serviços.

Reforço para a COP30 e turismo

A temporada de cruzeiros marítimos 2025/26 começou com sete navios, 670 mil leitos e 160 roteiros por 16 destinos. Cada passageiro do segmento injeta em média R\$ 710 nas cidades de escala e R\$ 920 nos portos de embarque. Além do impacto econômico, dois navios darão supor-

te à COP30 em Belém: até 6 mil leitos extras, atracados a cerca de 20 km do principal local do evento, para aliviar a pressão hoteleira em novembro. A medida amplia a oferta, facilita a presença das delegações e integra o turismo náutico à estratégia de grandes eventos.

Brasil encanta turistas internacionais, diz pesquisa

Levantamento revela que 94% aprovam experiência no país

Bruna Brandão/MTur

Uma pesquisa inédita da Embratur, em parceria com a Visa e o Instituto Ipsos, revelou que 94% dos estrangeiros que visitaram o Brasil nos últimos 12 meses avaliaram a experiência como positiva. O estudo ouviu mais de 8 mil viajantes de Argentina, Chile, Estados Unidos, Portugal e Uruguai, que juntos respondem por quase 60% do fluxo internacional ao país em 2025.

O levantamento mostra que hospitalidade, hospedagem e gastronomia estão entre os principais fatores para a boa avaliação. Nove em cada dez visitantes afirmaram que recomendariam o Brasil e seis em cada dez falaram que fariam elogios espontaneamente, sem sequer serem questionados.

As praias (75%) e a natureza (63%) seguem como principais atrativos para quem chega ao Brasil, seguidas pelo preço competitivo (55%), um fator especialmente valorizado por argentinos e uruguaios. Já os turistas norte-americanos, com maior poder aquisitivo, destacaram a busca por experiências exclusivas e de maior valor agregado.

Esse recorte permite à Embratur segmentar melhor suas campanhas de promoção, calibrando o discurso de acordo com as preferências de cada mercado.

Segundo o presidente da Embratur, Marcelo Freixo, a pesquisa entrega um retrato estratégico. “A pesquisa nos entrega um mapa detalhado para comunicar o Brasil certo para o público certo, otimizando nossos recursos e ampliando o retorno. Os dados são fundamentais para que o país desenvolva estratégias de promoção segmentadas e mais eficazes. Independentemente do perfil do turista, nossa missão é ampliar ainda mais essa experiência positiva, diversificando a oferta e qualificando o turismo”, analisa Freixo.

Esse perfil dos visitantes também foi analisado. A maioria viajou por motivos pessoais (94%), com estadia média de 12 noites no país. Os portugueses lideraram em permanência, chegando a 18 noites, muitas vezes associadas a visitas familiares. No período, cada turista realizou em média cinco atividades, como sol e praia (64%), compras (47%), gastronomia



Turistas estrangeiros avaliam como positiva a experiência turística no Brasil

(35%), visitas culturais (33%) e passeios em áreas naturais (33%). O carnaval foi citado como motivação por 5% dos entrevistados, mas eventos esportivos, festivais de música e manifestações culturais também ganharam espaço.

Os destinos mais visitados foram o Rio de Janeiro (42%), seguido por São Paulo (17%), Florianópolis (10%) e Salvador (5%). O Sudeste se consolidou como a região mais procurada (61%), seguido por Sul (25%) e Nordeste (25%). Estados do Norte e Centro-Oeste, como Amazonas (8%) e Distrito Federal (5%), também apareceram entre as menções, mostrando que há espaço para ampliar a diversificação do turismo nacional.

Gasto médio

Outro ponto destacado pelo levantamento é o gasto médio diário dos turistas, de US\$ 175. Entre os mercados emissores, os norte-americanos lideraram com US\$ 308,21 por dia, quase

o triplo dos uruguaios, que gastaram US\$ 114,73. Hospedagem (21%), alimentação (17%) e passagens aéreas (16%) foram os itens que mais comprometeram o orçamento. Restaurantes à la carte e redes de fast food foram os preferidos, mas cafeterias e buffets por quilo também tiveram relevância.

O levantamento apontou ainda que, embora 63% ainda usem dinheiro em espécie, os meios eletrônicos ganharam força: 55% utilizam cartão de crédito, 40% débito e 16% PIX — este último especialmente popular entre argentinos, com quase um terço deles adotando o sistema brasileiro em suas viagens.

No planejamento, 57% organizaram a viagem por conta própria, enquanto 23% recorreram a agências. Antes de embarcar, os turistas adquiriram em média 2,8 serviços antecipadamente, sobretudo hospedagem (82%) e pacotes turísticos (56%). Os norte-americanos se destacaram pela contratação de

pacotes que incluíram em média três serviços.

A pesquisa ainda dividiu os turistas em cinco perfis: exploradores (27%), motivados por aventura; planejadores (24%), que detalham cada etapa; acolhedores (21%), guiados por vínculos afetivos; serenos (15%), em busca de tranquilidade; e distintos (13%), que valorizam status e sofisticação. Entre latino-americanos, predominam os exploradores, enquanto os norte-americanos aparecem mais nos segmentos sereno e distinto.

Os resultados reforçam o momento positivo do turismo brasileiro. Até setembro de 2025, o país recebeu mais de 7 milhões de visitantes internacionais, superando o recorde anual anterior de 2024, quando 6,77 milhões de estrangeiros desembarcaram no Brasil.

Com satisfação superior a 90% e alta taxa de recomendação, o Brasil se afirma não apenas como destino turístico, mas como experiência memorável.

Brasileiros evitam viagens aos Estados Unidos

Segundo o National Travel and Tourism Office, os Estados Unidos receberam 32,5 milhões de viajantes entre janeiro e julho desse ano, queda de 19,5% em relação a 2024.

No Brasil, a tendência aparece no “termômetro” do seguro viagem: Dados da Coris, empresa do segmento, registram queda de 10% nas contratações para o país.

A combinação de burocracia de vistos e incertezas políticas reconfigura rotas e hábitos de consumo. Lisboa, Roma e Buenos Aires ganham terreno. A América Latina avança pela facilidade de entrada, proximidade cultural e custos menores.

A redistribuição da demanda impacta o setor, com deslocamento de gastos para destinos mais acolhedores.

BTM 2025 destaca o protagonismo feminino

A 14ª edição do Brazil Travel Market (BTM) reuniu mais de 5,1 mil profissionais e 170 expositores em Fortaleza, Ceará, consolidando-se como o maior evento B2B de turismo do Norte e Nordeste.

A feira teve crescimento de 11% em público, ampliou áreas de exposição e apresentou a nova rota da companhia aérea Iberia, ligando Fortaleza a Madri, na Espanha.

O protagonismo feminino marcou o evento, com Marina Marinho, secretária de Turismo do Rio Grande do Norte e presidente do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (Fornatur), responsável por conduzir a cerimônia de abertura e que destacou a força das mulheres do norte e do nordeste no setor.

Aeroporto do Recife terá reforma de R\$ 580 mi

A concessionária Aena Brasil anunciou R\$ 580 milhões em investimentos para modernizar e expandir o Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes – Gilberto Freyre.

As obras começam em 2026, com previsão de conclusão em até dois anos, e devem gerar 15 mil empregos diretos e indiretos. O projeto inclui um Plano de Desenvolvimento Imobiliário com centros logísticos, hotel, áreas comerciais e garagem, além de ampliar a capacidade do estacionamento.

O anúncio do aporte no equipamento contou com a presença do ministro dos Portos e Aeroportos, Silvío Costa Filho, do prefeito da capital pernambucana, João Campos, e do senador Humberto Costa.

Cruzeiros Marítimos abrem nova temporada

Começou nesta semana a temporada 2025/2026 de cruzeiros no Brasil, com a chegada do MSC Preziosa a Salvador.

Serão sete navios em seis meses, com cerca de 670 mil leitos em mais de 160 roteiros por 16 destinos nacionais e da América do Sul.

Estudo da Clia Brasil e FGV mostra que cada passageiro injeta em média R\$ 710 nas cidades de escala e R\$ 920 nos portos de embarque, movimentando comércio, serviços e gastronomia. Diferencial que faz do segmento um produto capaz de gerar oportunidades e impulsionar setor.

Para Marco Ferraz, presidente da Clia, a temporada reafirma o compromisso do setor com sustentabilidade, inovação e desenvolvimento econômico.