

# Turismo en Brasil

## A. CIFRAS CLAVE

Brasil es un país con enorme potencial turístico debido a su diversidad cultural y, principalmente, a las bellezas naturales de su inmenso territorio.

El turismo brasileño vive un momento único: mientras que el PIB nacional creció un 1,1% en 2018, el turismo registró un incremento del 3,1% en el mismo período. No obstante, dicho sector aún muestra una dimensión reducida en comparación con el potencial que representa.

El Gobierno brasileño, a través del Ministerio de Turismo, está solventando las debilidades del sector mediante la inversión en infraestructuras y seguridad. En este marco destacan la puesta en marcha del Sistema Nacional de Seguridad Turística, la exención de necesidad de visados para varios países, la creación de un Mapa de Turismo o la apertura de puertas al capital extranjero en el sector aéreo, con Air Europa como pionera.

Datos del sector turístico	2017	2018
Contribución al PIB (%)	7,9%	8,1%
Contribución total al PIB (millones de USD)	163.000	152.500
Empleo (millones de personas)	6,7	6,9
Turismo internacional (millones de personas) <sup>1</sup>	6,59	6,62
Turismo nacional (millones de personas) <sup>2</sup>	92,14	95,52
Gasto de turistas (millones de USD)	5.801	5.917

<sup>1</sup> Llegadas de turistas a Brasil tanto por vía aérea, terrestre, marítima y fluvial.

<sup>2</sup> Datos de desembarque de pasajeros en vuelos nacionales regulares y no regulares a partir de datos recogidos por la Agencia Nacional de Aviación Civil.

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición de la actividad turística

El sector turístico en Brasil abarca diferentes sectores de actuación, tales como el hotelero, la restauración, transporte, información turística, ocio, entretenimiento y diversión.

Otras industrias auxiliares son las relacionadas con equipamiento de hostelería, artículos de viaje, publicaciones especializadas y servicios de acogida.

#### SUBSECTORES DEL TURISMO EN BRASIL, 2018

HOSTELERÍA <sup>3</sup>	PARQUES TEMÁTICOS
+50 redes hoteleras Crecimiento del 4,7% del REVPAR <sup>4</sup> Crecimiento del 11,1% en la tasa de ocupación	24 parques 30 millones de visitantes al año Facturación de 3.000 millones de dólares anuales
CRUCEROS <sup>5</sup>	PARQUES NACIONALES <sup>6</sup>
560.000 pasajeros anuales Impacto económico de 2.000 millones de dólares 32.722 empleados	74 parques 12,4 millones de visitantes Crecimiento de visitas del 6,15% con respecto a 2017

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de las asociaciones brasileñas de cada sector.

### B.2. Tamaño del mercado

De acuerdo con el [Travel & Tourism Competitiveness Index 2019](#) del Foro Económico Mundial (WEF), Brasil ocupa el 32º puesto<sup>7</sup> de dicho *ranking* gracias a su posición líder en lo tocante a recursos naturales (2ª) y culturales (9ª). Además, Brasil ha desarrollado una gran capacidad en rutas aéreas (13ª) y puede atender a un elevado número de viajeros. Dicha capacidad (6ª) es especialmente fuerte debido en su mayoría a que el 90% de su gasto es de origen nacional.

Sin embargo, a pesar de ser Brasil el 2º país de Latinoamérica en competitividad turística, dicho sector aún muestra una dimensión reducida en comparación con el potencial que presenta. Cuestiones como la seguridad y la protección, en particular, ha sido un gran desafío para la industria del país. No obstante, Brasil está mejorando esta situación a través de mejoras como una mayor apertura internacional (96ª a 89ª), que se deriva de la reducción de los requisitos de visado (108ª a 81ª) y una mejor integración comercial (78ª a 63ª).

En total, el turismo y sus sectores auxiliares ingresaron en 2018 un total de 152.500 millones de dólares, un 8,1% del PIB nacional de ese año.

Por otro lado, de acuerdo con la **Demanda Turística Internacional** del Ministerio de Turismo de Brasil, en 2018 se registraron un total de 6.621.376 llegadas internacionales, un aumento del 0,5% con respecto a 2017 (6.588.770).

<sup>3</sup> <http://fohb.com.br/wp-content/uploads/2019/08/Hoteleria-em-n%C3%BAmoros-2019.pdf>

<sup>4</sup> RevPAR (siglas en inglés de *Revenue Per Available Room*), ingreso por habitación disponible. Un medidor utilizado en la industria hotelera para valorar el rendimiento financiero de un establecimiento o una cadena.

<sup>5</sup> Datos estimados para 2018-2019.

<sup>6</sup> "Visitação em Parques Nacionais bate novo recorde em 2018": <http://www.icmbio.gov.br/porta/ultimas-noticias/20-geral/10216-visitacao-em-parques-nacionais-bate-novo-recorde-em-2018>

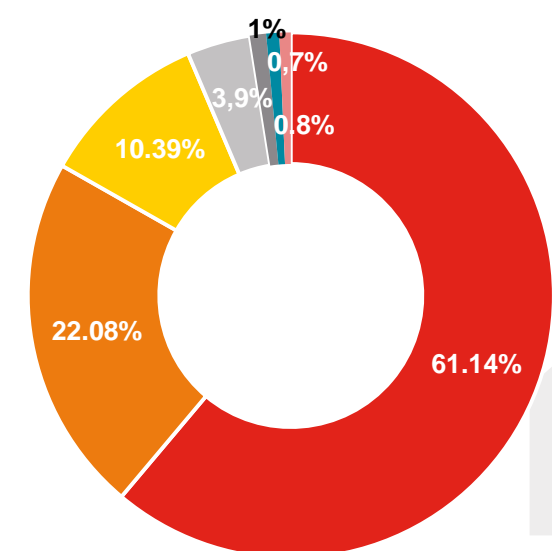
<sup>7</sup> Entre 140 países.

Entre los **destinos de ocio** más populares, Río de Janeiro sigue encabezando el listado, por delante de Florianópolis y Foz do Iguazu. Cuando se trata de negocios, São Paulo también ocupa el primer lugar. Río de Janeiro y Curitiba ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente.

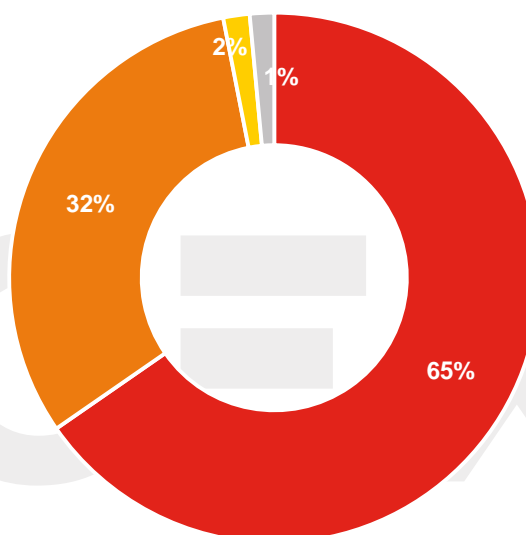
En términos de **medios de transporte**, el segmento aéreo sigue siendo el más utilizado por los que viajan a Brasil: 4.328.074 pasajeros en 2018, lo que representa un crecimiento del 3,35% respecto a 2017. Destaca el incremento del 102% en la entrada de estos turistas por vía marítima, alcanzando los 105.593.

### LLEGADAS DE TURISTAS A BRASIL 2018

Por continente de origen (izqda.) y por vía de acceso (dcha.)



- América del Sur
- América del Norte
- Africa
- América Central y Caribe
- Europa
- Asia
- Oceania



- Aéreo
- Terrestre
- Marítimo
- Fluvial

Fuente: Ministerio do Turismo do Brasil.

### B.3. Principales actores

- Organismos públicos:
  - Ministerio de Turismo de Brasil
  - Instituto Brasileño de Turismo (Embratur)
- Organismos privados:
  - FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil
  - SINDEPAT – Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Entre los operadores turísticos españoles presentes en Brasil, destacan los pertenecientes al sector hotelero y al de transportes. En el sector hotelero encontramos empresas como **Sol Meliá**, **Barceló**, **Iberostar** y **NH**, mientras en el sector de transportes destacan las aerolíneas **Iberia** y **Air Europa**, recientemente absorbida por el Grupo IAG. Asimismo, cabe destacar la firma de AENA con el Gobierno brasileño para la concesión de 6 aeropuertos brasileños.

Además, recientemente se ha firmado un protocolo de intenciones con el grupo **Prima**, que ya operaba en Bahía en los sectores inmobiliario y hotelero. El documento asegura el apoyo del gobierno del estado de Bahía en áreas como la construcción de accesos viales, el suministro de agua y alcantarillado y el suministro de electricidad para el desarrollo del *Destino Baixio*. Por otro lado, Prima se compromete a construir el *Destino Baixio*, que implica una serie de proyectos en el municipio de Esplanada, en la costa norte de Bahía. La construcción se llevará a cabo en un plazo de 15 años y generará 10.500 empleos directos e indirectos durante este período, según Prima. La empresa ya invirtió 550 millones de reales e invertirá otros 425 millones R\$ en los próximos cinco años.

Sin embargo, aunque estas empresas españolas gozan de buena valoración por parte del público brasileño y han conseguido un buen posicionamiento en el país al ofrecer servicios de alto valor agregado, el público general, pese a saber que son firmas extranjeras, ignora que sean españolas, por lo que no contribuyen a la consolidación de la Marca España en el país.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Las principales oportunidades que presenta el mercado brasileño son las que se relacionan a continuación. Al cubrir estos nichos de mercado, se mejoraría la oferta turística nacional:

- **Infraestructuras de hospedaje:** se incluye oferta hotelera, hostales y albergues. Competir vía valor añadido es fundamental, especialmente tras la irrupción de plataformas como Airbnb, que ofrecen menores precios.
- **Concesiones de terrenos federales:** el Ministerio de Planificación, Desarrollo y Gestión prevé ceder al Ministerio de Turismo terrenos de su propiedad con atractivo turístico. El Ministerio de Turismo realizará concesiones de explotación de estas áreas, tanto interiores como costeras, para la construcción de puertos deportivos y de ocio, hoteles y *resorts*.
- **Liberalización de transportes aéreos:** para poder atender bien a las dimensiones continentales de Brasil y con el objetivo de crear nuevas rutas, el Gobierno brasileño abrirá el capital de las compañías aéreas nacionales a propiedad 100% extranjera, acabando con el límite actual del 20%. Como se mencionaba anteriormente, en 2019 AENA ha resultado adjudicataria de la concesión del grupo aeroportuario del nordeste de Brasil y empezará a gestionarlo a partir de 2020.
- **Proyectos de rehabilitación:** el Ministerio de Turismo proveerá partidas presupuestarias para acciones de pavimentación, recuperación de patrimonio histórico, señalización turística, implantación de centros de atención turística y centros de convenciones.
- **Formación profesional:** Brasil adolece de falta de trabajadores cualificados en el sector. Son necesarias instituciones que capaciten a más personas para trabajar en este sector y, de esta forma, aumentar su potencial.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

En el mercado brasileño se encuentran diferentes operadoras de turismo, entre las que destacan Agaxtur Viagens, Ancoradouro Turismo, CVC Viagens, Booking.com, Flytour Operadora, GapNet, TAM Operadora y Trend Operadora. Junto con la tradicional red de hotelería y albergues, se ha incorporado la plataforma Airbnb con fuerza para hospedar a viajeros en todo el país.

En cuanto al transporte, las aerolíneas son el principal medio para cubrir las grandes distancias de Brasil. Las redes de autobuses son amplias por todo el país y funcionan correctamente, especialmente para corta y media distancia. El ferrocarril es testimonial en Brasil y las plataformas de economía compartida como BlaBlaCar aún no tienen una presencia consolidada.

### E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Por lo que respecta a las barreras no reglamentarias, principalmente se encuentran las relacionadas con la tramitación de visados de turista. Este procedimiento suele ser lento debido a la burocracia brasileña, no obstante, el Gobierno federal prevé implantar un sistema de solicitud de visados electrónicos para agilizar este proceso y reducirlo a tan sólo 48 horas. De esa forma se prevé aumentar hasta en un 25% el número de turistas.

### E.3. Ayudas si existen

El Gobierno brasileño, a través del Ministerio de Turismo, ha desarrollado los siguientes programas y ayudas para fomentar el turismo en el país:

- **Programa Investe Turismo:** Desarrollado conjuntamente por el Ministerio de Turismo, Sebrae y Embratur, tiene como objetivo principal acelerar el desarrollo, aumentar la calidad y la competitividad de 30 **Rutas Estratégicas de Turismo** en Brasil, con énfasis en la creación de empleo. La inversión inicial será de 200 millones R\$.
- **Apoyo del BNDES al Turismo:**
  - Servicios turísticos y apoyo a las pymes:
    - Cartão BNDES: crédito preaprobado para la adquisición de bienes y servicios acreditados en el Portal de Operaciones de Tarjetas del BNDES.
    - BNDES Crédito Pequeñas Empresas: crédito de hasta 500.000 R\$ para micro y pequeñas empresas.
    - BNDES Automático: financiación de hasta 150 millones R\$ para proyectos de inversión.
    - BNDES Crédito Directo Empresas Medianas: financiación de 10 millones R\$ para la implantación o expansión de empresas medianas.
  - Infraestructura turística y apoyo a la cultura:
    - BNDES Finem: financiación de 10 millones R\$ para proyectos, renovaciones o ampliaciones, por ejemplo, de hoteles, centros de convenciones y parques temáticos.
    - Apoyo cultural: equipamiento cultural y conservación del patrimonio histórico.
- **PRODETUR + Turismo:** Sobre la base del Plan Nacional de Turismo (PNT) 2018-2022, el Ministerio de Turismo ha creado el Programa Nacional de Desarrollo y Estructuración Turística (PRODETUR + Turismo), cuyo objetivo es apoyar a los estados, al Distrito Federal, a los municipios y al sector privado en la cadena productiva del turismo, para que accedan a recursos provenientes de la financiación nacional e internacional que permitan la ejecución de proyectos basados en procesos de planificación previa de territorios priorizados, como una de las medidas para el desarrollo, la gestión y la estructuración de los destinos turísticos, así como para la generación de más puestos de trabajo, ingresos y de inclusión social.



- Selo+Turismo: identifica que los planes o proyectos presentados y previamente analizados por el Ministerio de Turismo son prioritarios y se ajustan a las características del Programa.
- **FUNGETUR - Fundo Geral de Turismo:** Instrumento financiero cuyo objetivo es mejorar la infraestructura turística y suministrar la base para dinamizar la vocación turística en las regiones brasileñas.

## E.4. Ferias

### WTM Latin America São Paulo 2020

Fecha: Del 31 de marzo al 2 de abril de 2020

Edición: Séptima edición

Lugar de celebración: Expo Center Norte SP

Web: <https://latinamerica.wtm.com/>

### ABAV EXPO 2020

Fecha: Del 23 al 25 de septiembre de 2020

Edición: 48ª edición

Lugar de celebración: Expo Center Norte SP

Web: <http://www.abavexpo.com.br/>

### TRAVEL WEEK SÃO PAULO 2020 – ILTM Latin America

Fecha: Del 5 al 8 de mayo de 2020

Edición: 10ª edición

Lugar de celebración: Fundação Bienal de São Paulo

Web: <https://www.iltmlatinamerica.com/>

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

### F.1. Webs de interés

Las principales webs de referencia en Brasil y en los estados de mayor recepción de turistas son las siguientes:

- Visit Brasil: <http://visitbrasil.com/en/>
- Estado de São Paulo: <http://aprecesp.com.br/>
- Ciudad de São Paulo: <http://cidadedesapaulo.com/v2/?lang=pt>
- Estado de Río de Janeiro: <http://www.turisrio.rj.gov.br/>
- Ciudad de Río de Janeiro: <http://visit.rio/>
- Estado de Bahía: <http://www.setur.ba.gov.br/>
- Estado de Paraná: <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/turista-pt/>



## F.2. Fuentes de referencia

- Plano *Brasil Mais Turismo*: <http://www.turismo.gov.br/brasilmaisturismo/>
- Flujos de viajeros Brasil-Mundo/Mundo-Brasil/Brasil-Brasil: <http://www.euromonitor.com/brazil>
- *Pesquisa Anual de Cojuntura Económica do Turismo* – Fundação Getúlio Vargas
- *Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem*: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-inten%C3%A7%C3%A3o-de-viagem.html>

ICEX

## G. CONTACTO

---

La **Oficina Económica y Comercial de España en São Paulo** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Brasil.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Brasil, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Praça Gen. Gentil Falcão 108  
Brookin Novo  
SAO PAULO 04571-150 – Brasil  
Teléfono: +55 5105-4378  
Email: [saopaulo@comercio.mineco.es](mailto:saopaulo@comercio.mineco.es)

---

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**  
900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

---

**INFORMACIÓN LEGAL:** Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA  
Emma Sanz Ibaibarriaga

Oficina Económica y Comercial  
de España en São Paulo  
[saopaulo@comercio.mineco.es](mailto:saopaulo@comercio.mineco.es)  
Fecha: 20/11/2019

NIPO: 114-19-040-2

[www.icex.es](http://www.icex.es)

