

El sector turismo y servicios conexos en Brasil

El sector turismo y servicios conexos en Brasil

Nota realizada por la Oficina Económica y
Comercial de la Embajada de España en Río de
Janeiro

Enero de 2005

INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	5
1.	SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMIA BRASILEÑA	5
2.	PERSPECTIVAS DEL MERCADO	5
3.	APERTURA A LA INVERSIÓN EXTRANJERA	6
2.	PERSPECTIVA GENERAL DEL SECTOR	7
1.	SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURISMO	7
2.	PANORAMA GENERAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN BRASIL	8
3.	LOS ATRACTIVOS DE BRASIL	8
4.	TURISMO INTERNACIONAL Y DOMÉSTICO EN BRASIL	9
5.	BALANZA DE PAGOS POR TURISMO EN BRASIL	9
6.	PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN EL PIB	10
7.	EMPLEO GENERADO POR TURISMO	11
3.	POLÍTICA DE TURISMO BRASILEÑA: MINISTERIO DE TURISMO Y PLANES GUBERNAMENTALES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO	12
1.	MINISTERIO DE TURISMO Y PLAN NACIONAL DE TURISMO 2003 – 2007	12
2.	PRODETUR	13
3.	PROGRAMA DE REGIONALIZACIÓN	15
4.	FINANCIACIÓN DE INVERSIONES	15
4.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	16
1.	TRANSPORTE AÉREO	16
1.1.	Compañías Aéreas	16
1.2.	Aeropuertos en Brasil	18
2.	TOUR OPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES	19
3.	EL SEGMENTO HOTELERO EN BRASIL	20

4. DATOS DE CARÁCTER GEOGRÁFICO	24
5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	29
1. TENDENCIAS GENERALES DE CONSUMO	29
2. PERFIL DEL CONSUMIDOR	29
2.1. Perfil del Turista Internacional en Brasil	29
2.2. Perfil del Turista Español en Brasil	33
2.3. Perfil del Turista Doméstico Brasileño	34
3. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES	34
BIBLIOGRAFÍA	36

1. INTRODUCCIÓN

1. SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA BRASILEÑA

Brasil es la décimo quinta economía mundial con un PIB de 513.070 millones de dólares en 2003, cerca de la mitad del Producto Interior Bruto latino-americano, y uno de los principales mercados mundiales con 170 millones de consumidores. El país es también el líder económico y plataforma ideal para atender el MERCOSUR, que agrupa Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay, formando un mercado de 225 millones de consumidores.

En el año 2003, la aportación al PIB de los distintos sectores de la economía fue: Sector Agrícola 10,2%, Sector Industrial 38,7% y Sector Servicios 56,7%. Sin embargo estas cifras no ponen de manifiesto la verdadera importancia del sector del “agro negocio” que incluiría tanto materias primas agrícolas como productos de la industria agroalimentaria que representa casi un tercio del PIB, genera el 37% del empleo y supone el 30% de las exportaciones de Brasil. Junto a este macro sector también cabría destacar otros sectores industriales en los que Brasil ocupa un lugar relevante a nivel mundial. Así, Brasil es el cuarto exportador mundial de aeronaves comerciales, el octavo productor mundial de acero, la séptima industria química y el decimoquinto productor de petróleo con un nivel de autosuficiencia superior al 90%.

2. PERSPECTIVAS DEL MERCADO

En lo que se refiere a proyecciones de crecimiento, existe coincidencia casi unánime en que después de que el 2003 se ha calificado como un año perdido para el crecimiento y dedicado básicamente a la recuperación de la confianza exterior en la economía del país, tras el proceso de transición presidencial, se han sentado las bases para que por fin Brasil sea capaz de iniciar una senda de crecimiento a medio y largo plazo con tasas superiores al 4% para los próximos años que permita ir corrigiendo las grandes desigualdades y carencias de este país.

En los últimos diez años, la estabilidad económica se ha consolidado y Brasil es considerado como un caso de éxito por el FMI en la aplicación de sus políticas ortodoxas. Los indicadores macroeconómicos son positivos, con la inflación controlada, el tipo de cambio estable y la actividad económica recuperándose, apuntando a un crecimiento de al menos un 3,5% del PIB en este año 2004.

3. APERTURA A LA INVERSIÓN EXTRANJERA

En los últimos años Brasil ha adoptado una política de apertura de su economía al capital extranjero. El Plan de Estabilización (Plan Real), el Programa Nacional de Privatizaciones, las reformas de la Constitución Federal en las disposiciones de orden económico y el tratamiento flexible que dan las legislaciones mercantil y tributaria al capital extranjero, entre otras medidas, han colocado a Brasil en una posición altamente competitiva para la atracción de capitales.

De hecho, tradicionalmente la inversión extranjera ha jugado un papel muy importante en el desarrollo económico de Brasil que, a su vez, ha sido uno de los principales destinos de inversión extranjera directa en el mundo. Aunque a partir del año 2002 se produce una disminución muy importante en los volúmenes de inversión extranjera ante la incertidumbre generada por la transición presidencial en Brasil, para este año se espera que se produzca una recuperación de la misma, desde los 10.000 millones de dólares del 2003 a los 13.000 millones de dólares que se esperan para 2004.

Ante la atonía de la inversión privada interna, en gran medida como consecuencia de los muy elevados tipos de interés y las estrecheces presupuestarias del Sector Público que hace que la inversión pública se sitúe muy por debajo de lo deseable, la inversión extranjera está llamada a jugar de nuevo un papel protagonista.

El marco legal establece las siguientes bases para la inversión extranjera:

- Las inversiones extranjeras podrán efectuarse libremente por Brasil, por medio de subsidiarias integrales, o por medio de Joint Ventures, en cualquier proporción de participación.
- No requieren necesariamente autorización previa
- Igualdad de condiciones para el capital nacional y extranjero
- Libre repatriación de capital y libre remesa de intereses y dividendos al exterior.

2. PERSPECTIVA GENERAL DEL SECTOR

1. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURISMO

A efectos de este estudio, se define como el sector del turismo a la actividad o hecho de viajar, al conjunto de medios conducentes a facilitar estos viajes y al conjunto de personas que realiza este tipo de viajes. Actividad de viajar se considera tanto a la realizada por placer como a los viajes de negocios, eventos y congresos. Entre el conjunto de medios conducentes a facilitar estos viajes destacan el segmento de medios de hospedaje, el segmento de agencias de viaje y el segmento de transporte.

Los datos para 2003 publicados por el Barómetro del Turismo Mundial de la OMT indican que a escala mundial, el volumen del turismo internacional medido en llegadas de turistas internacionales retrocedió 1,2 por ciento, ya que se cifró en 694 millones, lo que corresponde a una contracción de unos 8,5 millones de llegadas frente al volumen de 703 millones registradas en 2002. Esta caída, la más fuerte de la historia, se debió principalmente a la conjunción de tres factores negativos: el conflicto de Irak, el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS) y la persistencia de la debilidad de la economía mundial. Aunque las circunstancias mejoraron considerablemente a lo largo de los meses y, por lo general, se observaron cifras positivas en el segundo semestre de 2003, la reactivación no fue suficiente para registrar un crecimiento en todos los destinos. Aún así, si se toman los tres últimos años, de 2001 a 2003, el número actual de llegada de turistas internacionales supera en siete millones (+1%) el record que se alcanzó en 2000 con motivo del “año del milenio”.

Desde una óptica regional, América también registró un descenso en el número de turistas en 2003 (-2,1%), aunque fue América del Norte la única subregión en registrar una disminución (-6,7%) por tercer año consecutivo, causada principalmente por la debilidad de la economía unida a la inquietud por la seguridad después del 11 de septiembre. El Caribe (+7,6%) y América del Sur (+13,5%) se recuperaron con firmeza de las cifras negativas de los años anteriores gracias a la mejora de la situación económica de países importantes como Argentina y Brasil, que ayudó a fomentar el turismo intraregional.

La tendencia más favorable del segundo semestre de 2003 parece haberse consolidado en el presente ejercicio, cumpliéndose los pronósticos favorables para 2004. De acuerdo con los datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en los primeros 8 meses del año las llegadas internacionales han experimentado un crecimiento del 12%, experimentándose un comportamiento más sobresaliente en Asia/Pacífico y en todo el continente americano. Las llegadas aumentaron un 12% en América del Norte, un 8% en el Caribe y un 15% en Sudamérica.

2. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN BRASIL

Brasil es la decimoquinta economía mundial y representa la mitad del PIB latinoamericano, pero en el sector turismo tan solo representa el 26% de los ingresos obtenidos en América del Sur y el 0,64% de los ingresos mundiales. Esa es la gran paradoja y el gran reto de Brasil, el inmenso potencial turístico del país ha sido capaz de atraer un máximo de 5,3 millones de turistas extranjeros, que fueron registrados en el año 2000. Las causas se encuentran tanto en la ausencia de una adecuada política de promoción, como en la falta de infraestructuras adecuadas, el alto precio y la disponibilidad de los vuelos con destino a Brasil y la inseguridad pública.

Sin embargo, la nueva administración del Presidente Luiz Inácio “Lula” da Silva, es consciente de las posibilidades del sector en términos de creación de divisas y generación de empleo y se ha propuesto darle un nuevo impulso, que vaya más allá del tradicional argumento “sol, playas y carnaval”. Ha comenzado con crear el Ministerio de Turismo, y convertir EMBRATUR, en una agencia especializada en la promoción de Brasil en el exterior y la atracción de conferencias y eventos. En abril de 2003 el Gobierno Federal presentó el “Plan Nacional de Turismo 2003-2007” que busca la unión y coordinación de esfuerzos de los gobiernos federal, estatal y municipal, el sector privado y la sociedad en general.

3. LOS ATRACTIVOS DE BRASIL

Brasil tiene un territorio de tamaño continental que engloba casi la mitad de América del Sur y limita con todos los demás países del continente, excepto Chile y Ecuador. Desde la inmensidad del Amazonas hasta una metrópolis como Sao Paulo, Brasil es un país de contrastes y diversidad paisajística, étnica y cultural incomparables, que otorga la posibilidad de desarrollar múltiples actividades turísticas. A grandes rasgos, dentro de esta amplia oferta podemos destacar los siguientes productos:

- El Nordeste, que con un litoral repleto de playas semi-virgenes, es el principal destino de “sol y playa”. Pero no solo eso, el histórico Nordeste, se compone de diversidad racial y una forma de vida tradicional que ha creado una comunidad con su propia música, danza y arte. Algunas de las ciudades que destacan son Recife, Sao Luis, Olinda y Salvador, de los siglos XVI y XVII.

- El “ecoturismo” ofrecido por el Amazonas, el río más caudaloso y la mayor selva tropical, con el ecosistema más rico y diverso del planeta. Y a esto se une, en el centro del continente, el Pantanal, la marisma más grande y con mayor concentración de fauna de América del Sur, y uno de los mayores espectáculos de la naturaleza a escala mundial, las cataratas de Iguazú.

- Río de Janeiro, principal destino turístico de Brasil, una ciudad que ha desarrollado una avanzada cultura del ocio que gira entorno a sus playas, especialmente Ipanema y Copacabana. Río de Janeiro ofrece la música y el baile de samba, el Corcovado y el Pao de Açúcar, el fútbol, el culto al cuerpo y, ante todo, el Carnaval.

Sao Paulo, motor industrial de Brasil, la ciudad más grande del continente, y destino preferencial en el segmento de turismo de negocios, congresos y eventos.

4. TURISMO INTERNACIONAL Y DOMÉSTICO EN BRASIL

En los últimos años Brasil se ha venido situando en una media entre 4 y 5 millones de turistas internacionales. Tras cinco años de aumento consecutivos, en 2001 comenzó un descenso en el número de visitas que se vio acentuado en 2002, año en que el número de turistas internacionales cayó a 3,8 millones. La mayor caída se produjo entre los turistas de procedencia latinoamericana, especialmente entre los argentinos, que sufrían su propia crisis económica y política.

Sin embargo el sector se está recuperando. En 2003 se ha producido un aumento de turistas internacionales en línea con lo sucedido en el conjunto del subcontinente, que en el caso de Brasil ha sido del 8% hasta alcanzar la cifra de 4,1 millones. Y los datos para 2004 parecen ser muy favorables, habiéndose registrado fuertes incrementos en los primeros diez meses con respecto a 2003, tanto de los desembarques internacionales regulares (+11,6%) como de los charter (+109%), que se han más que doblado.

Turistas Internacionales en Brasil (millones)								
Año	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	2,6	2,8	4,8	5,1	5,3	4,7	3,8	4,1

Fuente: EMBRATUR, 2004

Por su parte el turismo doméstico ha ido aumentando progresivamente, aunque existen algunas dificultades con las fuentes estadísticas. Siguiendo un estudio de Embratur, en 2001 hubo 41,3 millones de turistas domésticos (8% más que en 1998) que realizaron 57,9 millones de viajes domésticos. Tomando como referencia los desembarques aéreos, se pasó de 16,8 millones en 1995 a 33 millones de desembarques domésticos en 2002. Ya en 2003 se verifica un retroceso del 6,9% en 2003, hasta la cifra de 30,7 millones.

Desembarques Domésticos en Brasil (millones)								
Año	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	19,5	21,3	26,5	26,7	28,5	32,6	33,0	30,7

Fuente: EMBRATUR, 2004 / INFRAERO

5. BALANZA DE PAGOS POR TURISMO EN BRASIL

Los ingresos obtenidos por el turismo en Brasil pasaron de 1.300 millones de USD en 1992 a 4.227 millones en 2000, para caer desde entonces con la crisis del sector hasta los 3.120 millones de USD en el año 2002. En 2003 se produjo cierta recuperación, con un aumento del 8,5% hasta los 3.386 millones de USD. Desde el año 1999 la balanza de pagos por turismo brasileña es superavitaria.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Ingresos por Turismo	2.595	3.678	3.994	4.227	3.700	3.120	3.386
Gastos por Turismo	5.446	5.732	3.085	3.893	3.199	2.380	2.661
Saldo	-2.851	-2.053	935	335	501	740	1.125

Fuente: EMBRATUR, 2004

Debemos destacar el peor comportamiento de la industria turística brasileña comparado con el resto de Sudamérica y el mundo, experimentando en 2001 un descenso de ingresos muy superior al del resto y sufriendo un descenso en 2002, cuando la tendencia en el resto del mundo fue de recuperación, aunque muy probablemente esto es explicado en buena medida por la particular situación de Argentina y el peso de este país para el turismo en Brasil.

Ingresos generados por el Turismo en el mundo, América del Sur y Brasil – 1992/2002						
Año	Ingresos (miles de millones de USD)					
	En el Mundo	Incremento (%)	En América del Sur	Incremento (%)	En Brasil	Incremento (%)
1992	305,75		7,3		1,3	
1993	321,47	5,14	8,5	16,44	1,1	-16,79
1994	354,0	10,12	8,3	-2,35	1,9	74,31
1995	405,1	14,44	9,3	1,20	2,1	8,93
1996	435,6	7,53	10,7	27,38	2,5	17,74
1997	436,0	0,09	11,4	6,54	2,6	5,10
1998	442,5	1,49	11,8	3,51	3,7	41,73
1999	455,0	2,82	11,6	-1,69	4,0	8,59
2000	477,9	5,03	12,2	5,17	4,2	5,86
2001	472,0	-1,23	11,3	-7,00	3,7	-12,46
2002	483,0	2,33	11,7	3,54	3,1	-16,22

Fuente: Organización Mundial de Turismo - OMT

6. PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN EL PIB

Se estima que el Turismo fue responsable de la generación directa del 2,5% del PIB del país en el año 2001, es decir que el PIB turístico de ese año fue equivalente a 29.525 millones de Reales Brasileños (Embratur, 2001 “Avaliação do Impacto do Turismo na Economia pela Conta Satélite de Turismo”).

En el Nordeste la importancia del Turismo en el desarrollo económico de la región es obvia: la participación del turismo en el PIB alcanzó un 6,32%, más del doble que para el conjunto del país.

Turismo en el PIB (miles de millones de R\$)						
Regiones	Sur	Sudeste	Nordeste	Norte	CO	Brasil
PIB 2001	209,38	687,4	154,65	53,53	76,04	1.181,0
% por región	16,60%	40,80%	33,10%	4,00%	5,50%	100,0%
PIB por Turismo	4,901	12,046	9,773	1,181	1,624	29,525
Turismo/PIB total	2,34%	1,75%	6,32%	2,21%	2,14%	2,50%

Fuente: EMBRATUR, 2003

7. EMPLEO GENERADO POR TURISMO

El número de puestos de trabajo creados por el sector Turismo ha ido aumentando paulatinamente, cumpliéndose uno de los principales objetivos del crecimiento del Sector Turismo en Brasil.

Trabajadores en el Sector Turismo						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Número Trabajadores	926.693	936.825	1.189.040	1.241.708	1.304.453	1.366.326

Fuente: EMBRATUR, 2003

3. POLÍTICA DE TURISMO BRASILEÑA: MINISTERIO DE TURISMO Y PLANES GUBERNAMENTALES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO

1. MINISTERIO DE TURISMO Y PLAN NACIONAL DE TURISMO 2003 – 2007

La estructura del Ministerio de Turismo está compuesta por órganos de asistencia directa e inmediata al Ministro, además de los siguientes órganos filiales (Fuente: Ministerio de Turismo, Plan Nacional de Turismo 2003 – 2007):

- a) Secretaría de Políticas de Turismo: formulación, elaboración, evaluación y monitoreo de la Política Nacional de Turismo, de acuerdo con las directrices propuestas por el Consejo Nacional de Turismo.
- b) Secretaría de Programas de Desarrollo de Turismo: incentivar las iniciativas públicas y privadas de incentivos, de fomento y de promoción de inversión en articulación de Programas Regionales de Desarrollo, apoyar y promover la producción y la comercialización de productos asociados al turismo y la calificación de los servicios.
- c) EMBRATUR: promoción, divulgación y apoyo a la comercialización de los productos, servicios y destinos turísticos de Brasil en el exterior.
- d) Consejo Nacional de Turismo: órgano de asesoramiento vinculado al Ministerio de Turismo para proponer directrices y ofrecer subsidios técnicos para la formulación y acompañamiento de la Política Nacional de Turismo.

Brasil, a pesar de los avances conseguidos en los últimos años, está lejos de ocupar un lugar en el escenario turístico mundial que sea compatible con sus potencialidades y vocaciones. La creación del Ministerio de Turismo, el direccionamiento de la Embratur hacia la promoción y el apoyo a la comercialización, y la elaboración del Plan Nacional de Turismo, constituyen claros indicios de que el Turismo es una de las prioridades del Gobierno Brasileño.

El **Plan Nacional de Turismo** tiene como objetivos generales aumentar la calidad del producto turístico brasileño y facilitar su consumo en los mercados nacional e internacional. Los Objetivos Específicos del Plan son:

- Ampliar y cualificar el mercado de trabajo (Generar 1.200.000 nuevos empleos).

- Aumentar la inserción competitiva del producto turístico en el mercado internacional (aumentar a 9 millones el número de turistas extranjeros).
- Ampliar el consumo del producto turístico en el mercado doméstico (aumentar a 65 millones la llegada de pasajeros en los vuelos domésticos).
- Aumentar la tasa de permanencia y el gasto promedio del turista (generar 8 mil millones de dólares en divisas).
- Diversificar la oferta turística (desarrollar por lo menos tres productos de calidad en cada uno de los Estados de la Federación y el Distrito Federal)

2. PRODETUR

Entre los años 1995 y 2000, en el marco de la “Política Nacional de Turismo”, el gobierno brasileño se volcó en la financiación e implantación de infraestructura turística en aquellas localidades consideradas potenciales inductoras de inversiones privadas, a través del “Programa de Acción para el Desarrollo Integrado del Turismo” (PRODETUR). Aunque contemplaba actividades en cuatro áreas de acción (Sudeste; Sur; Pantanal, Centro Oeste Amazonía (Proecotur); y Nordeste), este programa se ha visto desarrollado principalmente en el Nordeste.

PRODETUR Nordeste

En una primera fase, las inversiones superaron los 736 millones USD, con 400 millones USD procedentes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y canalizados por el Banco do Nordeste (BN) y los restantes 336 millones USD aportados por el Gobierno de Brasil y los gobiernos de los estados nordestinos. Esta fase del proyecto se caracterizó por el énfasis en superar el déficit de infraestructura básica. La composición de la Inversión en PRODETUR/NE Fase I fue:

Composición de la Inversión PRODETUR/NE Fase I	
Preservación y Protección Medio Ambiente	3%
Estructura/ modernización/ capacitación (D. I.)	4%
Recuperación del Patrimonio Histórico	5%
Trasportes	12%
Saneamiento Básico	24%
Aeropuertos	34%
Otros	12%

Fuente: EMBRATUR, 2003

Las inversiones realizadas incluyeron 8 aeropuertos, 1.020 kilómetros de carreteras construidas o mejoradas, servicios de saneamiento básico para 1.076.000 habitantes, recuperación de 731.732 metros cuadrados de patrimonio histórico, preservación medio ambiental de 70.416 hectáreas y capacitación de 149 órganos de gobierno responsables de la gestión de la actividad de los Estados.

La segunda fase, PRODETUR/ NE Fase II, tiene como principal objetivo la consolidación de las inversiones realizadas en la primera fase del programa para mejorar la calidad de vida de la población permanente en los municipios de los Polos de Desarrollo Integrado del Turismo. Estos polos son 16 zonas:

- Polo Sao Luis. Estado de Maranhao.
- Polo Costa do Delta. Estado de Piaui.
- Polo Ceará Costa do Sol. Estado de Ceará.
- Polo Costa das Dunas. Estado de Río Grande do Norte.
- Polo Costa das Piscinas. Estado de Paraíba.
- Polo Costa dos Recifes. Estado de Pernambuco.
- Polo Costa dos Corais. Estado de Alagoas.
- Polo Costa dos Coqueiras. Estado de Sergipe.
- Polo Litoral Sul. Estado de Bahía.
- Polo Salvador e entorno. Estado de Bahía.
- Polo Chapada Diamantina. Estado de Bahía.
- Polo Costa do Descubrimiento. Estado de Bahía.
- Polo Vale Mineiro Sao Francisco. Estado de Minas Gerais.
- Polo Caminho do Norte de Minas. Estado de Minas Gerais.
- Polo Vale Jequitinhonha. Estado de Minas Gerais.
- Polo Costa do Marlim. Estado de Espírito Santo.

El nuevo programa moviliza recursos del orden de los 800 millones USD. En una primera fase contará con 400 millones USD, 240 de los cuales serán aportados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y los restantes 160 serán aportados conjuntamente por los gobiernos de los estados involucrados en el programa y por el Gobierno brasileño. El agente ejecutor es, de nuevo, el Banco Do Nordeste do Brasil (BN).

Esta segunda fase tendrá los siguientes objetivos:

- Fortalecimiento de la Capacidad Municipal para la Gestión del Turismo (65,3 millones USD), comprendiendo: gestión administrativa y fiscal de los municipios, gestión municipal del turismo, gestión de residuos sólidos, protección y conservación de los recursos naturales, protección y conservación del patrimonio cultural y urbanización de las áreas turísticas.
- Planificación estratégica, formación y infraestructura para el crecimiento turístico (253,9 millones USD), comprendiendo: planificación estratégica y preparación de proyectos, campañas de concienciación, formación profesional y capacitación de la población local, agua potable y saneamiento y obras de infraestructura.
- Promoción de inversiones del Sector Privado (20,3 millones USD), financiando tanto Seminarios y cursos de entrenamiento para los pequeños y medianos propietarios locales como Servicios de consultoría para la preparación de planes de promoción y comercialización turística, y campañas para la captación de inversiones privadas.

3. PROGRAMA DE REGIONALIZACIÓN

El Programa de Regionalización promueve la estructuración, cualificación y diversificación de la oferta turística brasileña, por medio de organización, planeamiento y gestión de las actividades turísticas, por regiones. Con esa propuesta, los estados brasileños y el Distrito Federal serán los principales agentes ejecutores de la política de turismo descentralizada – modelo de gestión adoptada por el actual gobierno. Todas las unidades de la Federación deberán actuar como el conjunto de los municipios que constituyen cada región turística.

El Programa de Regionalización tiene como objetivo principal auxiliar al cumplimiento de las metas previstas en el Plan Nacional de Turismo. La regionalización es una orientación de la propia Organización Mundial de Turismo. El programa de Regionalización comprende 219 regiones y 3.233 municipios, de los 27 estados brasileños.

4. FINANCIACIÓN DE INVERSIONES

Las dificultades de encontrar financiación en moneda local a tipos y plazos interesantes en condiciones de mercado, hacen importante la actividad de diversas entidades financieras estatales, entre las que destacamos el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES) y el Banco del Nordeste (BNB).

BNDES: Entre sus diversas líneas de financiación cuenta con mejores condiciones para proyectos de inversión en el Nordeste (Programa Nordeste Competitivo), incluyendo mejores plazos y tipos de interés. Los tipos pueden oscilar entre el 11,75% y el 13,25% para proyectos de gran porte en esta región.

BNB: Además de actuar de agente financiero del propio BNDES, el BNB gestiona el Fondo Constitucional de Financiación del Nordeste y cuenta con una línea de financiación específica para el turismo (Proatur). Tipos de hasta el 11,9% y plazos de hasta 12 años con cuatro de carencia.

4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. TRANSPORTE AÉREO

1.1. Compañías Aéreas

Compañías Domésticas

Aunque con una rápida pérdida de mercado, la principal compañía aérea brasileña continúa siendo Varig, con una cuota del mercado doméstico cercana al 32% para el conjunto del Grupo Varig, compuesto por Varig, Río Sul y Nordeste. (datos del DAC-Departamento de Aviación Civil para 2003).

La segunda compañía brasileña es TAM, con un 30,6% del mercado doméstico. Siguen en importancia GOL, compañía de low cost de reciente creación que ha tenido un importante crecimiento superando ya un 22% del mercado (tenía un 10% en 2002) y Vasp (12% del mercado doméstico), aunque con serios problemas financieros que hacen dudar de su viabilidad económica.

De igual modo Varig es la principal empresa nacional o internacional en el mercado con destino a Brasil con 1.386.399 pasajeros en 2003, mientras TAM contó con 255.121 (Embratur, Anuario Estadístico 2004).

Está en marcha un proyecto de fusión de las compañías Varig y TAM, que plantea serios problemas desde el punto de vista de la competencia dada la cuota de mercado de la suma de ambas compañías, y que mientras se termina de definir se ha concretado de momento en el empleo de vuelos con código compartido en el mercado doméstico.

Compañías Internacionales

Observando el volumen de pasajeros internacionales con destino a Brasil, desglosado por continentes y compañías aéreas en 2003, encontramos a Varig como líder global. La compañía brasileña es la primera en el mercado sudamericano y el europeo, donde es secundada por Aerolíneas Argentinas y TAP, respectivamente, y obtiene el segundo lugar en el mercado norteamericano tras American Airlines.

Tráfico de Pasajeros por Compañía Aérea – 2003		
Origen: América del Norte		
Compañías Aéreas	Nº Pasajeros	Porcentaje
American Airlines	321.265	32,60%
Varig	190.099	19,29%
United Airlines	155.792	15,81%
Continental Airlines	136.687	13,87%
Tam Linhas Aéreas	58.939	5,98%
Delta Airlines	57.608	5,85%
Air Canadá	45.371	4,60%
Japan Airlines	14.254	1,45%
Otras	5.558	0,56%
Total	985.573	100%

Fuente: DAC, 2004

Tráfico de Pasajeros por Compañía Aérea – 2003		
Origen: América del Sur		
Compañías Aéreas	Nº Pasajeros	Porcentaje
Varig	555.722	45,48%
Aerolíneas Argentinas	172.067	14,08%
Tam Linhas Aéreas	127.460	10,43%
Pluna	105.187	8,61%
Lanexpress	49.790	4,08%
Tam Transp.Aér.del Mercos.	41.716	3,41%
Lloyd Aéreo Boliviano	37.471	3,07%
Lan Chile	36.411	2,98%
Avianca	23.608	1,93%
American Airlines	19.178	1,57%
Otras	53.216	4,36%
Total	1.221.826	100%

Fuente: DAC, 2004

Tráfico de Pasajeros por Compañía Aérea – 2003		
Origen: Europa		
Compañías Aéreas	Nº Pasajeros	Porcentaje
Varig	540.855	38,29%
Tap	274.596	19,44%
Air France	130.401	9,23%
Iberia	111.907	7,92%
Lufthansa	71.958	5,09%
Tam Linhas Aéreas	68.075	4,82%
Alitalia	59.890	4,24%
KLM	57.042	4,04%
British Airways	48.385	3,43%
Swissair	39.076	2,77%
Otras	10.285	0,73%
Total	1.412.470	100%

Fuente: DAC, 2004

Conexiones con España

En la actualidad cinco compañías ofrecen conexiones directas Brasil -España. Iberia con vuelos diarios a Sao Paulo y cuatro semanales a Río de Janeiro, Varig (código compartido con Spainair) con conexiones diarias a ambas ciudades, Pluna con tres vuelos semanales a Río de Janeiro (escala de su vuelo a Montevideo), Air Europa con cuatro vuelos semanales a Salvador de Bahía y por último Air Madrid, con dos vuelos semanales a Río de Janeiro.

En 2003 Iberia transportó 111.907 pasajeros a Brasil (53% del total desde España), mientras que Varig transportó 90.079 pasajeros (43%).

1.2. Aeropuertos en Brasil

Brasil dispone de 51 aeropuertos repartidos por todo el territorio, habiendo entrado en servicio 12 de ellos en los últimos años, con 8 aeropuertos habiendo recibido o teniendo proyectadas inversiones del Prodetur en el Nordeste (Fortaleza, Recife, Natal, Salvador, Guarapes, Ceará, Porto Seguro y Aracaju).

Sao Paulo, con 5 aeropuertos es el principal destino y origen de los vuelos en Brasil. El principal aeropuerto de Brasil es el Aeropuerto Congonhas en Sao Paulo, seguido por el Santos Dumont de Río de Janeiro. La gran densidad de ambos aeropuertos se debe en gran medida al puente aéreo que funciona entre ambas ciudades. Brasilia Distrito Federal es el tercer destino en vuelos. Otros aeropuertos importantes se encuentran en Bahía, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Río Grande do Sul y Ceará.

Movimiento de pasajeros por Regiones en los principales aeropuertos de Brasil 2003			
Total vuelos regulares y no regulares			
Aeropuerto	Número	Embarque	Desembarque
Norte	15	1.578.084	1.793.765
Nordeste	16	4.931.550	5.470.122
Sudeste	18	15.206.680	15.386.622
Sul	11	3.725.457	3.744.091
Centro Oeste	6	4.184.518	4.347.437
TOTAL	66	29.626.289	30.742.037

Fuente: EMBRATUR, 2004

Movimiento Internacional de Pasajeros en los principales aeropuertos 2003		
Total vuelos regulares y no regulares		
Aeropuerto	Embarque	Desembarque
Belém	18.916	20.262
Belo Horizonte	48.848	47.056
Brasília	2.340	1.458

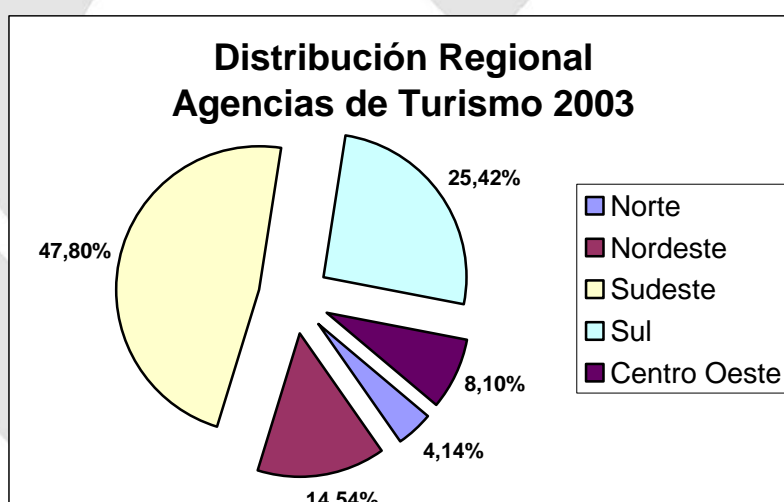
Cuiabá	174	164
Curitiba	22.354	29.283
Foz de Iguaçu	14.041	13.345
Florianópolis	29.420	31.620
Fortaleza	77.320	79.046
Manaus	18.052	17.870
Macapá	3.350	3.765
Porto Alegre	73.924	93.179
Río de Janeiro	952.036	1.021.420
Recife	63.829	59.563
Salvador	70.722	64.506
São Paulo	3.108.021	3.829.530
Otros Puntos	68.256	63.276
Total	4.571.603	5.375.343

Fuente: EMBRATUR, 2004

2. TOUR OPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES

El sector de intermediación en Brasil está compuesto, en la actualidad, por 7.924 intermediarios turísticos registrados en Embratur en el año 2003, destacando por tratarse de un sector muy atomizado y poco profesionalizado, aunque el mayor desarrollo de la industria turística va poco a poco subsanando esta situación.

Como se puede observar, la distribución regional de estos intermediarios muestra una mayor presencia de los mismos en las regiones más desarrolladas y con mayor presencia de turistas, principalmente en el sudeste.



Fuente: EMBRATUR 2004

La ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes) concentra unas 3.000 empresas de las 7.924 actualmente registradas que, según sus propios datos, controlan el 80% del movimiento de mercado nacional, englobando la cadena de comercialización de pasajes aéreos, hospedaje, transporte terrestre, alquiler de automóviles, cruceros marítimos y otros. ABAV está compuesta por 27 ABAV territoriales situados en cada estado brasileño.

ABAV está representada en las principales entidades mundiales como la Confederación de las Organizaciones turísticas de América Latina (COTAL), la Federación Universal de Asociación de Agencias de Viajes (FUAAV), y la Organización Mundial de Turismo (OMT). Respecto a los tour operadores, BRAZTOA (Asociación Brasileña de Tour operadores) con 59 miembros comercializa el 85% de los paquetes nacionales e internacionales que se venden en Brasil. Entre los miembros de BRAZTOA también se encuentran tour operadores españoles.

Ranking Agencias de viaje y Tour operadores en Brasil - 2003	
Agencias y Tour operadoras	R\$ mil
1. AMERICAN EXPRESS TUR – SP*	23.993
2. PB TUR – PB	4.466
3. MASTER TURISMO – MG	3.232
4. ABREUTUR – RJ	2.596
5. PAO DE AÇUCAR TURIST – RJ	2.456
6. PIEMTUR – PI	1.846
7. NEFFA – ES*	1.821
8. TURISMO DE BELÉM – PA	1.076
9. PORTOGALO TURISMO – RJ*	1.020
10. CASA ALIANÇA – RJ	487
11. CAPRIOLI – SP*	221
12. PRINCETUR TURISMO – PR	93
13. DEL REY TURISMO – SP*	69
14. TURISMO S. JOÃO OESTE – SC	47
15. HABITASUL TURISMO – RS	7
TOTAL	43.431

Fuente: Balanço Anual Gazeta Mercantil, 2004. (* datos de 2002).

3. EL SEGMENTO HOTELERO EN BRASIL

De la mano de la estabilización económica y del consiguiente crecimiento de la demanda de servicios turísticos en Brasil, tanto interna como externa, se produjo un importante estímulo para la construcción de nueva oferta hotelera, que llevó a más que doblar la oferta de hoteles y casi doblar la de habitaciones en Brasil entre 1992 y 2002. Sin embargo, los mencionados malos resultados del turismo a partir del año 2000 han traído consigo una importante sobreoferta, que se ha hecho notar especialmente en Sao Paulo, donde la proliferación de apart-hoteles ha provocado una guerra de precios a la que muchos hoteles han tenido dificultades para hacer frente.

Número Total de Hoteles y Apart-hoteles en Brasil 1992 – 2002				
Tipo	1992		2002	
	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones
Independiente	2.393	120.000	4.880	200.722
Compañías brasileñas	65	12.000	174	26.838
Compañías Internacionales	42	8.000	220	36.105
Total	2.500	140.000	5.274	263.665

Fuente: HIA – Hotel Investment Advisors 2003

Los datos de 2003, 2004 y las previsiones para 2005 (Hotel Investment Advisors 2004) muestran cierto estancamiento de este crecimiento de la oferta.

Número Total de Hoteles y Apart-hoteles en Brasil 2002 – 2003 - 2004						
Tipo	2003		2004*		2005**	
	Hotel	Habit.	Hotel	Habit.	Hotel	Habit.
Independiente	4.883	200.883	4.925	202.600	4.950	203.500
Compañías brasileñas	202	30.211	312	39.010	330	41.340
Compañías Internacionales	270	46.198	272	47.866	313	54.900
Total	5.355	277.292	5.509	289.476	5.593	299.740

Fuente: HIA – Hotel Investment Advisors 2004. *Incluye hoteles existentes hasta septiembre 2004. **Estimación.

La tasa de ocupación hotelera ha reflejado este exceso de oferta, cayendo de un máximo del 65% en 2000 al 50% en 2002 para el conjunto del país. Sin embargo, en 2003, solamente el segmento de resorts ha tenido la ocupación media menor que 50%, los demás segmentos han presentado una pequeña recuperación posicionándose en los 51%. Esta mejora se sigue verificando en el primer semestre de 2004. El segmento de lujo es el que enfrenta dificultades más grandes – los hoteles de lujo en São Paulo, en Rio de Janeiro y los Resorts han presentado una queda en la diaria media hasta el momento en 2004, a pesar de que han acompañado la tendencia de crecimiento en la ocupación. (HIA, 2004).

A pesar de todo, las grandes cadenas hoteleras internacionales siguen apostando por el mercado brasileño, teniendo en cuenta el gran potencial turístico de este país, el aumento previsto en el número de turistas y la esperada mejora de la situación económica en la región (América del Sur) en general, y en Argentina y Brasil en particular. A continuación se reproduce el ranking de las principales cadenas hoteleras nacionales e internacionales por número de habitaciones.

Ranking de las Mayores Cadenas Hoteleras en Brasil

Ranking	Empresa*	Nº Hoteles*	Nº Habitaciones
1º	ACCOR	126	18.579
2º	CHOICE HOTELS	38	6.292
3º	SOL MELIÁ	25	5.788
4º	BLUE TREE	24	5.570
5º	OTHON	30	3.522
6º	INTER CONTINENTAL	12	3.297
7º	TRANSAMERICA	19	3.043
8º	NACIONAL INN	19	2.375
9º	POSADAS	11	2.309
10º	BRISTOL HOTELERIA	17	2.180
11º	TROPICAL	8	1.944
12º	BOURBON	9	1.585
13º	GOLDEN TULIP	12	1.538
14º	MARRIOTT	5	1.517
15º	WINDSOR	6	1.409
43º	NH HOTELES	1	135

Fuente: HIA – Hotel Investment Advisors 2004. * incluye hoteles existentes hasta septiembre de 2004.

La presencia española

Por parte española, nos encontramos con NH, que gestiona un hotel de cinco estrellas en Sao Paulo y sobre todo con Sol Meliá, que con 25 hoteles, en régimen de administración, ocupa la tercera posición entre las principales cadenas hoteleras del país. Principalmente se trata de hoteles de ciudad, de tres, cuatro o cinco estrellas en Sao Paulo, así como en Brasilia, Río de Janeiro y otras capitales. La cadena tiene previsto crecer en los próximos años, incluyendo algunos proyectos en el Nordeste y un proyecto de resort en Angra dos Reis, en Río de Janeiro, con apertura prevista en 2005.

Entre los proyectos en ejecución actualmente podemos citar la construcción de un hotel de categoría superior en la Vía Costeira de Natal por el grupo catalán SERHS y la construcción de un complejo con cuatro hoteles y un campo de golf en Salvador de Bahía por el grupo Iberostar.

Sin embargo, a pesar de la importante y creciente presencia española, no podemos dejar de mencionar que otros grupos españoles, como Barceló, que gestionaba un hotel cerca de Fortaleza (Ceará) y otro en Porto Seguro (Bahía), han dejado por el momento el país.

El mercado de resorts

La oferta de resorts ha experimentado una evolución progresiva en las dos últimas décadas, pasando de un número de 13 en 1980, a 29 en 1999, con un fuerte incremento entre 2000 y 2003 hasta la cifra de 43. En los tres últimos años se ha producido un aumento de la oferta hotelera en resorts de un 57% en lo que concierne al número de habitaciones, de las cuales un 55% se situó en el Nordeste del país. El Nordeste acoge en la actualidad la mitad de los resorts del país y un 43% de las habitaciones.

Oferta Actual de Resorts			
Regiones	Resorts	Habitaciones	% Habitac.
Centro Oeste	1	823	8%
Nordeste	21	4.519	43%
Norte	1	601	6%
Sudeste	11	2.500	24%
Sur	8	1.963	19%
Total	42	10.406	100%

Fuente: BSH Travel Research

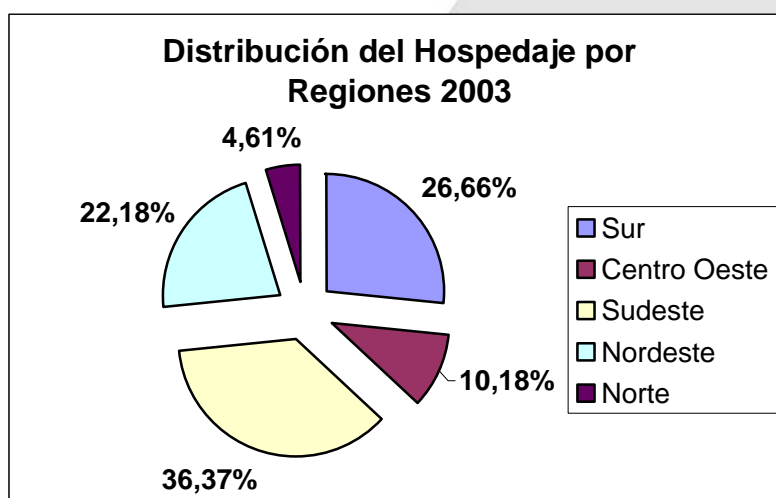
De igual modo, según datos del Ministerio de Turismo, hasta 2007 está previsto que aumente la oferta de habitaciones en resorts (tanto ampliaciones como nuevos) en un 70% (7.339 nuevas habitaciones), con 21 nuevos resorts de los cuales 17 se situarán en el Nordeste.

Oferta Futura de Resorts en Brasil 2004-2007					
Hotel	Estado/Región	Operadora Hotelera	UH	Año Apertura	Propietario
Quality Resort Bodoquema Pantanal	MS/CO	Atlántica Hotel	120	2004	-
Rio Quente Resorts (amp. – 1ª fase)	GO/CO	Independiente	200	2005	Rio Quente
Breezes Suítes Resort	PE/NE	SuperClubs	252	2005	Construtora Moura Dubeux
Iberostar Bahía (1ª fase) + 50 Bungalows	BA/NE	Iberostar	500	2005	Iberostar
SuperClubs Breezes Cumbuco	CE/NE	SuperClubs	150	2005	Braustam
Bourbon Atibaia (ampliación)	SP/SE	Bourbon	180	2005	Bourbon
Meliá Costa Bela	RJ/SE	Sol Meliá	200	2005	João Fortes Eng.
Rio Quente Resorts (amp. – 2ª fase)	GO/CO	Independiente	200	2006	Rio Quente
Vila Galé Marés	BA/NE	Vila Galé	500	2006	Vila Galé
Bahía Plaza Resort Porto Busca-Vida	BA/NE	Plaza	200	2006	Hotéis Plaza
Reta Atlántico Beach Resort	BA/NE	Indefinida	253	2006	Reta Atlántico
Iberostar Bahía (2ª fase)	BA/NE	Iberostar	450	2006	Iberostar
Iberostar Bahía (3ª fase)	BA/NE	Iberostar	450	2006	Iberostar
Rio Quente Resorts (amp. – 3ª fase)	GO/CO	Independiente	400	2007	Rio Quente
Reta Atlántico All Inclusive	BA/NE	Indefinida	338	2007	Reta Atlántica
Praia Bela Beach Resort (8 hoteles)	CE/NE	Indefinida	800	2007	Banco Privado
Hyatt Resorts	AL/NE	Hyatt	500	2007	Cia. Condado de Mônaco
Hilton Amazon Eco Lodge	AM/NO	Hilton	196	2007	CMBB
SEHRS Natal	RN/NE	SEHRS	200	2005	SEHRS
Hotel Tivoli	BA/NE	Tivoli	220	2007	Grupo Espirito Santo
Warapuru Hotel	BA/NE	Independiente	40	2006	Bernardes Jacobsen
Txai Resort	BA/NE	Txai	80	2007	Txai / RFM
Breezes Mangue Seco Resort	SE/NE	SuperClubs	200	2008	Mangue Seco Resort
Canavieiras Resort	BA/NE	Indefinido	210	2008	Canavieiras Resort
Viva Resort Alagoas	AL/NE	Viva	250	2007	Viva Resorts
Viva Natal Resort	RN/NE	Viva	250	2006	Viva Resorts

Fuente: Gazeta Mercantil 18/10/2004

4. DATOS DE CARÁCTER GEOGRÁFICO

Distribución geográfica de los medios de hospedaje*



Fuente: EMBRATUR 2004. Se refiere tanto a hoteles y posadas como a otros medios de hospedaje como campings.

Norte

El Norte de Brasil está formado por siete estados: Pará, Amapá, Tocantins, Amazonas, Roraima, Rondonia y Acre. Es la región más extensa y menos poblada con 13 millones de habitantes. Los centros urbanos de Belem y Manaus concentran la mayor parte de la población. Esta región representa principalmente la oferta de Ecoturismo en Brasil, gracias al potencial que aporta la cuenca del Amazonas.

Medios de Hospedaje

Teniendo en cuenta que esta región abarca una de las grandes áreas ecológicas del planeta, la Amazonía, la hotelería aquí está dirigida al turismo rural y ecoturismo. El tipo de alojamiento que puede encontrarse son posadas, hoteles y resorts muy simples integrados con el medio ambiente, siendo la mayoría de categoría económica y simple. La oferta hotelera en general es escasa (4,6% del total), comparada con otras zonas del país y no existe oferta hotelera de lujo y apenas de categoría superior.

* Comentarios sobre los medios de hospedaje por regiones: Turespaña, 2003.

Aeropuertos y movimientos de pasajeros

Movimientos de pasajeros en los aeropuertos. Región Norte.			
Norte	Nº Aeropuertos	Embarque	Desembarque
		2003	2003
Rondônia	1	94.322	92.470
Porto Velho		94.322	92.470
Roraima	1	41.427	41.586
Internacional de Boa Vista		41.427	41.586
Acre	2	84.923	85.403
Internacional Presidente Médici		65.637	65.084
Amazonas	3	573.415	634.606
Internacional Eduardo Gomes/Manaus		548.115	606.302
Pará	6	560.566	716.223
Internacional Val de Caes/ Belém		414.012	571.801
Amapá	1	161.729	162.747
Internacional de Macapá		161.729	162.747
Tocantins	1	61.702	60.730
Palmas		61.702	60.730

Fuente: EMBRATUR 2004

Nordeste

Esta región comprende más del 18% de la superficie del país y tiene 48 millones de habitantes, casi el 30% de la población total. Se divide en nueve Estados: Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Río Grande do Norte, Ceará, Piauí y Maranhão. El Nordeste representa principalmente el Turismo de sol y playa, y es una de las regiones con mayor potencial turístico gracias a su clima y la calidad de sus playas. Siendo una de las regiones más pobres del país basa su desarrollo económico en gran medida en el sector Turismo.

Al margen de la fértil aérea costera (zona da mata), que se extiende 200 km tierra adentro, esta región tiene otras zonas geográficas: el agreste, más al oeste, franja de transición de tierras semifértiles que se funde hacia el interior con el sertao, caracterizado por un clima seco y templado, dominado por las sequías, y por último el meio norte, compuesto por el estado de Maranhao y la franja oeste de Piauí, zona de transición entre el árido sertao y la húmeda región del Amazonas.

Medios de Hospedaje

Tercera mayor oferta hotelera (22,18% del total), después del sudeste y del sur, con un turista orientado principalmente al turismo de sol y playa y alojamientos en buena medida de categoría media - baja. Parque hotelero en franca expansión, programada la construcción en la región del 80% de los resorts de apertura prevista en Brasil de aquí a 2007.

Aeropuertos y movimiento de pasajeros

Movimientos de pasajeros en los aeropuertos. Región Nordeste.			
Nordeste	Nº Aeropuertos	Embarque	Desembarque
		2003	2003
Maranhão Marechal Cunha Machado/ São Luis	2	228.164	226.628
		198.189	195.842
Piauí Teresina	1	105.735	105.023
		105.735	105.023
Ceará Internacional Pinto Martins/ Fortaleza	1	800.615	865.643
		800.615	865.643
Rio Grande do Norte Internacional Augusto Severo/Natal	1	381.044	375.547
		381.044	375.547
Paraíba Presidente Castro Pinto/ João Pessoa	2	127.919	134.760
		114.677	121.101
Pernambuco Internacional dos Guarapes/ Recife	2	1.234.461	1.456.288
		1.193.577	1.415.600
Alagoas Campo do Palmares/ Maceió	1	254.429	259.512
		254.429	259.512
Sergipe Santa Maria/ Aracaju	1	163.968	166.862
		163.968	166.862
Bahia Internacional Dois de Julho/ Salvador	4	1.635.215	1.879.859
		1.524.383	1.764.417

Fuente: EMBRATUR 2004

Sureste

El Sureste comprende cerca del 11% del país y su población constituye el 44% de los brasileños con 73 millones de habitantes, de los que un 90% vive en los centros urbanos. La región abarca los estados de: Río de Janeiro, Espírito Santo, Sao Paulo y Minas Gerais. Representa el principal motor económico del país, con un 60% de la actividad industrial nacional siendo la región más rica y desarrollada de América Latina.

Es la región con turismo más desarrollado y diversificado, aunque su principal destino turístico se encuentra sin duda en la ciudad de Río de Janeiro, con un turismo tanto de playa, como de convenciones y eventos. Sao Paulo es el principal destino de turismo de negocios del país, y Minas Gerais ofrece una interesante combinación de turismo de negocios y de ocio.

Medios de Hospedaje

La región presenta el parque más diversificado y amplio de hoteles de todo tipo, y la mayor concentración de hoteles de categoría superior y de lujo, sin olvidar los apart-hoteles y los resorts, así como las pequeñas pousadas en todo el litoral, la región serrana y a lo largo de la Estrada Real en Minas Gerais.

Aeropuertos y movimiento de pasajeros

Movimientos de pasajeros en los aeropuertos. Región Sudeste.			
Sudeste	Nº Aeropuertos	Embarque	Desembarque
		2003	2003
Minas Gerais	7	1.796.469	1.798.335
Pampulha/ Belo Horizonte		1.484.552	1.486.026
Espírito Santo	1	592.224	582.156
Goiabeiras/ Vitória		592.224	582.156
Rio de Janeiro	5	4.015.250	4.220.825
Santos Dumont/ Rio de Janeiro		2.653.015	2.732.597
Internacional Rio de Janeiro		1.168.577	1.312.165
São Paulo	5	8.802.737	8.785.306
Internacional de Guarulhos		1.987.602	2.585.372
Congonhas/ São Paulo		6.403.648	5.778.033

Fuente: EMBRATUR 2004

Sur

La región meridional, conocida en Brasil como Regiao Sul, incluye los estados de Paraná, Santa Catarina y Río Grande do Sul. Abarca casi el 7% de la superficie del país y posee 25 millones de habitantes, casi el 15% de la población de Brasil.

Geográficamente, Paraná, Santa Catarina y la parte septentrional de Río Grande do Sul están dominadas por planaltos (mesetas). Las cataratas de Foz de Iguazú son unas de las mayores maravillas de Brasil. A excepción del norte de Paraná, el clima es subtropical. El Turismo se encuentra bastante desarrollado en esta zona, representando también, al margen de las Cataratas de Iguazú, un Turismo de sol y playa.

Medios de Hospedaje

Oferta hotelera dirigida principalmente al turismo de sol y playa, dispone de la segunda infraestructura hotelera del país después del sudeste del país. La categoría hotelera mayoritaria es simple – económica y la categoría superior está poco desarrollada y la de lujo es prácticamente inexistente.

Aeropuertos y movimiento de pasajeros

Movimientos de pasajeros en los aeropuertos. Región Sur.			
Sur	Nº Aeropuertos	Embarque	Desembarque
		2003	2003
Paraná	4	1.645.764	1.572.288
Afonso Pena/ Curitiba		1.251.565	1.179.336
Santa Catarina	3	817.694	880.341
Hercillo Luz – Florianópolis		582.249	638.111
Río Grande do Sul	4	1.261.999	1.291.462
Inter. Salgado Filho/ Porto Alegre		1.260.779	1.290.271

Fuente: EMBRATUR 2004

Centro – Oeste

Pese a comprender el 19% del territorio brasileño, es la región con menos densidad de población, 7% de los habitantes del país, 12 millones de habitantes. Está formada por los estados de Mato Grosso, Mato Grosso de Sul y Goiás, además del Distrito Federal, que incluye la capital Brasilia.

Representa el Turismo de aventura y el ecoturismo. La región del centro – oeste cuenta con uno de los biosistemas más interesantes del país y el mundo: el Pantanal Matogrossense.

Medios de Hospedaje

Hotelería dirigida al ecoturismo con posadas, hoteles y resorts integrados en la naturaleza. En Brasilia la oferta hotelera es más amplia que en el resto de la región, gracias a la presencia del Gobierno Federal y al turismo de eventos y negocios

Aeropuertos y movimiento de pasajeros

Movimientos de pasajeros en los aeropuertos. Región Centro – Oeste.			
Centro – Oeste	Aeropuertos	Embarque	Desembarque
		2003	2003
Mato grosso	1	318.702	310.240
Merechal Pondon/ Cuibá		318.702	310.240
Mato Grosso Do Sul	3	254.888	240.129
Internacional de Campo Grande		245.820	232.006
Goiás	1	442.788	416.924
Santa Genoveva/ Goiania		442.788	416.924
Distrito Federal	1	3.168.140	3.380.144
Internacional de Brasilia		3.168.140	3.380.144

Fuente: EMBRATUR 2004

5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DE CONSUMO

Tras cinco años de aumento en el Turismo Internacional, y en línea con la evolución mundial en el sector, en 2001 comenzó un descenso en el número de visitas que recibió Brasil que se vio acentuado en 2002, en que el número de turistas internacionales cayó a 3,8 millones. La mayor caída se produjo entre los turistas de procedencia latinoamericana, especialmente entre los argentinos, que sufrían su propia crisis económica y política.

En 2003 se experimentó una subida del 8% hasta alcanzar la cifra de 4,1 millones de turistas, que si bien quedó por debajo de las previsiones originales del Gobierno (5 millones), muestra una tendencia claramente positiva. Esta tendencia parece estarse confirmando en 2004, registrándose cifras récord en los desembarques internacionales en los primeros diez meses del año.

Turistas internacionales en Brasil								
Año	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	2,6	2,8	4,8	5,1	5,3	4,7	3,8	4,1

Fuente: EMBRATUR, 2004.

El flujo de visitantes tiene un perfil estacional a lo largo del año, siendo la época con más entradas de turistas el verano, la temporada alta, durante los meses de diciembre, enero y febrero. El mes con más entradas es enero, alcanzando en 2003 una cifra de 571.976 turistas. Los meses que recibieron menos turistas fueron en 2003 abril, mayo y octubre.

2. PERFIL DEL CONSUMIDOR

2.1. Perfil del Turista Internacional en Brasil

Edad: turista predominantemente joven

El grupo más numeroso entre los turistas extranjeros que visitaron Brasil en 2003 fue el compuesto por las personas entre 28 y 45 años de edad (48,8%). El segundo grupo en importancia fue el que se sitúa entre los 46 y 65 años de edad (29,7%). Se observan en los últimos años un aumento en las visitas de las personas entre los 18 y 27 años de edad.

Edad de los Turistas			
Edad	2001	2002	2003
De 18 a 27 años	15,7%	17,2%	17,4
De 28 a 45 años	47,5%	47,8%	48,8
De 46 a 65 años	33,0%	30,9%	29,7
66 años y más	3,8%	4,1%	4,1

Fuente: EMBRATUR, 2004

Nivel académico elevado y variedad de profesiones

En torno al 72% de los turistas que viajaron a Brasil, en 2003, declaraban poseer nivel académico superior. El 25,1% se encuadraban en el nivel medio y apenas un 3,9% en un nivel elemental. Las profesiones de los turistas que visitaron Brasil en el periodo de 1999 a 2003 son diversas, y denotan un nivel adquisitivo medio-alto, destacando los ingenieros, empresarios, estudiantes, comerciantes, jubilados y pensionistas, profesores, y administradores.

Profesión de los Turistas					
Profesión	1999	2000	2001	2002	2003
Ingeniero	9,1%	11,6%	10,2%	9,6%	9,3
Estudiante	5,6%	5,8%	6,1%	6,1%	7,0
Comerciante	11,5%	9,7%	10,4%	5,5%	6,6
Profesor	6,0%	5,5%	5,6%	4,4%	5,3
Empresario	5,3%	6,3%	4,7%	6,3%	4,9
Administrador	3,4%	4,4%	3,3%	4,0%	4,2
Jubilado / Pensionistas	3,8%	7,7%	2,4%	4,6%	4,1

Fuente: EMBRATUR, 2004

Motivo del viaje: turismo, pero importancia del turismo de negocios

En 2003 la motivación “turismo” se mantiene como la principal razón de viaje (53,9%), seguida de los viajes de “negocios/ congresos/ convenciones” (26%) y “visitas a familiares y amigos” (17,1%). Los demás motivos están por debajo del 5%.

Motivo del Viaje					
Motivo del Viaje	1999	2000	2001	2002	2003
Turismo	77,6%	57,0%	55,5%	51,2%	53,9%
Negocios/Congresos/ Convenciones	21,2%	27,9%	34,9%	28,3%	26,0
Visitas a familiares		10,9%	10,6%	15,6%	17,1

Fuente: EMBRATUR, 2004

Factores que influenciaron la decisión de la visita: información de amigos.

Más de la mitad de los turistas que visitan por primera vez Brasil lo hacen influenciados por la información de amigos. Internet se sitúa como segundo factor influyente seguido de las guías.

Factores que influenciaron la decisión de la visita					
Medio de comunicación	1999	2000	2001	2002	2003
Información de amigos	45,0%	44,1%	47,4%	51,8%	61,9
Internet	3,2%	6,8%	3,1%	12,8%	13,4
Guías	6,1%	16,9%	6,2%	11,7%	11,8
Televisión	10,5%	13,6%	8,2%	5,5%	7,2
Revista	5,5%	5,1%	4,6%	4,3%	3,9
Periódico	2,7%	3,3%	2,6%	2,0%	1,5
Otros medios de comunicación	14,6%	10,2%	27,9%	11,9%	0,3

Fuente: EMBRATUR, 2004

Hábito de viajar acompañado

Casi tres cuartos de los turistas viajan acompañados, la mayoría de ellos (45,1%), de familiares. Solo un 27,1% viaja solo.

Hábito de viajar de los Turistas extranjeros en Brasil	
Hábito de viaje	Porcentaje
Con la familia	45,1%
Solo	27,1%
Con amigos	25,2%
En excursión/ tour	2,6%

Fuente: EMBRATUR, 2004

Ciudades más visitadas: Río de Janeiro casi un 40% de las visitas

Aunque ha registrado un descenso de casi dos puntos porcentuales desde 2002, el destino más importante sigue siendo Río de Janeiro, ciudad más visitada por los turistas extranjeros (36,9%) en 2003, seguida de Sao Paulo (18,5%) y Salvador (15,8%). Destaca el importante descenso de Florianópolis en 2002/2003 frente a años anteriores, probablemente afectada por la caída del turismo argentino.

Ciudades más visitadas					
Ciudad	1999	2000	2001	2002	2003
Río de Janeiro – RJ	32,5%	34,1%	28,8%	38,6%	36,9%
São Paulo – SP	13,7%	19,7%	17,0%	20,8%	18,5%
Salvador – BA	12,7%	13,5%	11,1%	12,8%	15,8%
Fortaleza – CE	4,7%	5,4%	5,6%	7,2%	8,5%
Recife – PE	6,4%	5,8%	7,3%	8,2%	7,5%
Foz de Iguazu – PR	11,8%	12,9%	11,5%	9,3%	7,4%
Búzios – RJ	4,6%	4,0%	3,9%	3,6%	6,0%

Porto Alegre – RS	6,0%	5,9%	7,1%	7,9%	5,9%
Florianópolis – SC	17,7%	18,7%	15,8%	6,4%	5,3%
Belo Horizonte – MG	4,9%	6,6%	4,9%	3,7%	5,1%

Fuente: EMBRATUR, 2004

Viaje no organizado por agencia

Se mantiene una tendencia que muestra como la mayoría de los turistas no emplea los servicios de agencias para organizar sus viajes.

Forma de organización del viaje					
Forma de organización	1999	2000	2001	2002	2003
No organizado por Agencia	81,9%	64,8%	78,3%	77,0%	76,8%
Organizado por Agencia	18,1%	35,2%	21,7%	23,0%	23,2%

Fuente: EMBRATUR, 2004

Alojamiento: predominio de hotel, aunque tendencia descendente

En los últimos años, los hoteles aparecen como el tipo de alojamiento más utilizado por la mayoría de los turistas, aunque puede apreciarse una tendencia decreciente en su uso. En contrapartida crece la utilización de la “casa de amigos y parientes”. Llama la atención el ascenso del concepto “casa propia”.

Tipo de alojamiento utilizado					
Tipo de alojamiento	1999	2000	2001	2002	2003
Hotel	73,5%	72,8%	69,8%	67,0%	63,7%
Casa de amigos/ parientes	17,5%	16,9%	19,8%	22,3%	24,0%
Apartamento/ Casa alquilada	7,4%	3,2%	6,6%	4,0%	5,1%
Apartamento/ casa propia		1,9%	1,9%	3,8%	5,4%
Camping		1,5%	0,2%	0,5%	0,6%
Otros	1,6%	3,7%	1,7%	2,3%	1,2%

Fuente: EMBRATUR, 2004

Permanencia media de dos semanas.

La permanencia media global de los turistas en viaje a Brasil en 2003 ha sido de 13,5 días. En relación con el motivo del viaje, los turistas que viajan en función de negocios, congresos y convenciones, permanecen una media de 9,7 días en el país, mientras que los que viajan para visitar amigos y parientes se sitúan cerca de los 20 días.

Permanencia media global					
Año	1999	2000	2001	2002	2003
Permanencia media (días)	14	12,1	12,2	14	13,5

Fuente: EMBRATUR, 2004

Gasto medio per capita/día: 88 USD.

El gasto medio per capita/ día de los turistas en general, en 2003, registró un aumento del 2,1 en relación a 2002, alcanzando los 87,99 US\$.

Gasto medio per capita/día				
Especificación del gasto	2000	2001	2002	2003
Turistas en general	84,38	81,21	86,17	87,99

Fuente: EMBRATUR, 2004

El visitante a Brasil se va satisfecho y repite.

Brasil es un país que “engancha”: dos tercios de los turistas han visitado anteriormente el país. Esto se corresponde con el hecho de que casi la totalidad de los turistas (97,2%%) manifiestan su intención de volver a Brasil y de que para la mayoría de los visitantes el viaje atendió plenamente (56,5%) o superó (31,7%) las expectativas.

Frecuencia de visitas a Brasil					
Turistas que visitan Brasil	1999	2000	2001	2002	2003
Primera vez	36,7%	34,9%	35,2%	34,7%	32,9%
No era la primera vez	63,3%	65,1%	64,8%	65,3%	67,1%

Fuente: EMBRATUR, 2004

2.2. Perfil del Turista Español en Brasil

Con datos también de Embratur, Estudio de Demanda Turística Internacional, el turista español coincide en términos generales con el turista medio que visita Brasil: joven, con titulación superior, nivel económico medio-alto, motivado por el turismo de ocio y viaja acompañado, con un resultado final altamente satisfactorio. La permanencia media del turista español supera en tres días a la media del turista internacional, 17 días frente a 13,5, mientras que el gasto medio diario per capita fue de 92,41 USD, superando los 87,99 USD de la media.

Las ciudades más visitadas por el turista español fueron Salvador (44,3%), Río de Janeiro (27%), São Paulo (11,9%), Recife (11,9%), Fortaleza (9,7%), Natal (8,6%), Foz do Iguaçu (8,6%) y Porto Alegre (8,9%). Destaca la importancia de Salvador que pasa a ocupar el primer lugar desbancando a Río de Janeiro, con un aumento de 10 puntos porcentuales respecto a 2002, probablemente gracias a los vuelos directos de Air Europa. Igualmente señalar que casi tres cuartas partes de las visitas son a ciudades del Nordeste, tratándose de un turismo predominantemente de sol y playa.

2.3. Perfil del Turista Doméstico Brasileño

Este turismo muestra ciertas particularidades (EMBRATUR 2001): Sólo un 7,7% de los turistas domésticos emplearon los servicios de una agencia. El gasto medio por viaje familiar fue de R\$ 709,67 y, en el caso de la familias con 15 veces o más de salario mínimo (230 R\$) el gasto medio por viaje familiar fue de R\$ 1.847,44. La duración media del viaje fue de 10,8 días en el año 2001.

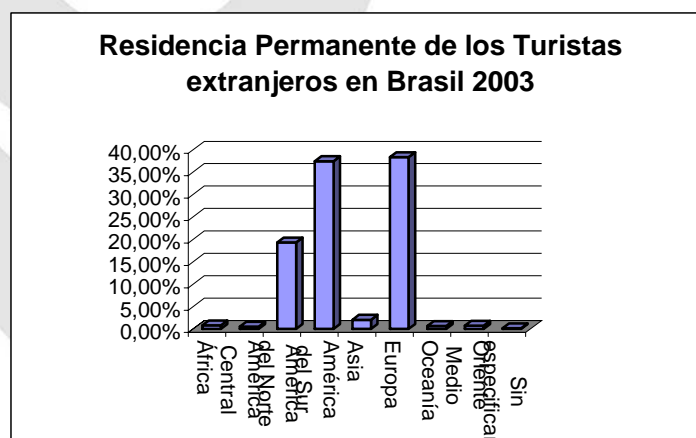
Por destinos, el principal fue São Paulo (negocios) seguido de Río de Janeiro.

Principales destinos del mercado doméstico (en % de Flujo)		
Destinos	1998	2001
Sao Paulo	4,1	4,6
Río de Janeiro	3,5	3,2
Fortaleza	2,5	2,4
Salvador	1,6	2,0
Natal	1,6	1,8
Porto Alegre	1,5	1,7
Santos	1,4	1,7
Belo Horizonte	1,0	1,7
Recife	1,9	1,6
Itanhaém		1,6
Brasília	1,2	1,6
Porto Seguro	1,4	1,4
Curitiba	1,6	1,4

Fuente: EMBRATUR, 2001

3. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Con datos de 2003, los tres principales mercados emisores son Europa (38,32%), América del Sur (37,46%) y América del Norte (19,33%), siendo el resto de regiones prácticamente marginales.



Fuente: EMBRATUR, 2004

Con respecto a los países concretos de procedencia, el mayor país emisor es Argentina. Después de una caída de prácticamente el 50% de los visitantes recibidos de ese país en 2002, lo que lógicamente contribuyó a la crisis del sector, verificamos ahora una pequeña recuperación en 2003. El segundo emisor en importancia es Estados Unidos. España deja de ocupar el puesto 11 en 2002 para posicionarse como 10º país emisor en 2003.

Visitas a Brasil de Principales Países Emisores		
Países Emisores	2002	2003
Argentina	699.177	792.753
Estados Unidos	636.063	670.863
Alemania	296.157	315.532
Uruguay	222.410	239.885
Portugal	168.329	228.153
Francia	206.262	225.235
Italia	183.469	214.141
Paraguay	218.653	186.457
Inglaterra	146.513	155.877
España	110.177	120.324

Fuente: EMBRATUR, 2004

Los principales puntos de llegada de los Turistas Extranjeros son los Estados de Sao Paulo, Río de Janeiro, Río Grande do Sul y Paraná, aunque lógicamente la vía de entrada varía con la procedencia. La mayor parte de los turistas provienen de Europa y optan mayoritariamente por Sao Paulo y Río de Janeiro como punto de llegada. Para los Sudamericanos, los segundos en importancia, su punto de llegada principal es Río Grande do Sul.

Procedencia de los Turistas extranjeros en Brasil								
REGIONES	SAO PAULO		RÍO DE JANEIRO		R. GRANDE DO SUL		PARANÁ	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
ÁFRICA	11.758	13.905	12.439	10.595	598	651	830	945
CENTROAMÉRICA	8.885	10.977	4.155	3.537	2.610	2.946	2.412	2.697
NORTEAMÉRICA	470.480	559.290	193.218	164.631	12.970	14.885	19.079	21.680
AMÉRICA SUR	344.069	407.336	126.305	107.635	433.891	499.493	291.815	339.382
ASIA	49.302	58.379	13.392	11.417	2.295	2.848	4.214	4.892
EUROPA	767.420	906.220	371.803	316.909	34.931	41.563	42.922	53.825
OCEANÍA	13.803	16.340	7.253	6.184	1.813	2.069	1.280	1.465
ORIENTE MEDIO	13.743	16.274	7.495	6.376	1.306	1.470	3.589	3.919
OTROS	2.349	2.560	2.697	2.224	881	209	1.561	169
TOTAL	1.681.809	1.991.281	738.757	629.508	491.295	566.134	367.702	428.974

Fuente: EMBRATUR, 2004

Los Estados del Nordeste no son importantes como punto de entrada, (Ceará con 76.795 personas, Bahía con 59.827 y Pernambuco tiene 57.214), por el menor tamaño de sus aeropuertos y la menor frecuencia de vuelos regulares.

La principal vía de acceso empleada por los turistas para llegar a Brasil es la aérea, empleada por 2.954.566 personas en el año 2002 de un total de 4.090.590, lo cual supone un 72,23% del total.

BIBLIOGRAFÍA

Publicaciones

Organización Mundial de Turismo

- Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 2, N°3, octubre de 2004.
- Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 2, N°2, junio de 2004.
- Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 2, N°1, enero de 2004.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo

- Dados da Hotelaria – 2002.
- Anuário Estadístico Embratur. Volumen 31-2004.
- Anuário Estadístico Embratur. Volumen 30-2003.
- Evolución del Turismo en Brasil 1992-2002.

Ministerio de Turismo

- Plan Nacional de Turismo. Directrices, metas y Programas

Páginas web

Organización Mundial de Turismo

www.world-tourism.org

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo

www.embratur.gov.br

ABAV: Associação Brasileira de Agencias de viagens

www.abav.com.br

Braztoa: Associação brasileira das operadoras de turismo

www.braztoa.com.br

BNDES: O Banco do desenvolvimento

www.bndes.gov.br

Associação Brasileira da industria de hotéis

www.abih.com.br

HIA-Hotel Investment Advisors

www.hia.com.br

Ministério de Turismo de Brasil

www.turismo.gov.br

Banco de Nordeste

www.bnb.gov.br

PRODETUR-Programa para el desarrollo del Turismo en el Nordeste

www.bancodenordeste.gov.br/prodetur/

EstudiosTurespaña

· “Estudios de Mercados Turísticos emisores: Brasil”. Turespaña, 2003. Estudio realizado por la Oficina Española de Turismo en Sao Paulo, Enrique Ruiz de Lera, Director OET.

BNDES

- “Considerações sobre o desenvolvimento do setor de Turismo no Brasil”. Autor: William George Lopes Saab, Gerente sectorial de Turismo, Comercio y Servicios del BNDES.
- “O segmento hoteleiro no Brasil”. Autor: William George Lopes Saab, Gerente sectorial de Turismo, Comercio y Servicios del BNDES y Ilka Golçalves Daemon, Administradora d ela Gerencia de Turismo, Comercio y Servicios del BNDES.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo

- “Estudio de Mercado Interno de Turismo 2001”.
- “Estudio de la Demanda Turística Internacional 2003”.

HIA-Hotel Investment Advisors

- «Hotelaria em Números, Brasil 2004».

BSH-Internacional

- “Resorts in Brazil”, 2004.