

Turismo en Brasil

A. CIFRAS CLAVE

Brasil es un país de vasta extensión geográfica que alberga un gran potencial turístico, tanto social como natural. La crisis de la COVID-19, sin embargo, asestó un importante golpe a un sector cuya contribución al PIB brasileño siempre había sido pequeña. En los años posteriores a la pandemia, no obstante, el turismo se ha recuperado hasta alcanzar los niveles de facturación previos al 2020, e incluso superarlos. Aun así, queda mucho por hacer para que este sector pueda alcanzar todo su potencial en Brasil.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, las cifras del sector registraron un aumento destacable en 2022, tendencia que se consolidó un año después al llegar a representar el 7,7 % del PIB (cifra cercana al 7,8 % del año 2019).

Datos	2021	2022	2023
Contribución al PIB (%)	6,4 %	7 %	7,7 %
Contribución total al PIB (miles de millones de USD)	103,5	130	165,4
Empleo (millones de personas)	6,40	6,7	7
Turistas internacionales (millones de personas)	0,67	3,5	5,93
Gasto de turistas internacionales (miles de millones de USD)	2,9	4,1	6,9
Gasto de turistas nacionales (miles de millones de USD)	69,4	75,3	92,4

Fuente: Elaboración propia con datos de la WTTC (<https://wttc.org/>).

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición de la actividad turística

El sector del turismo se compone de varias industrias que normalmente presentan sinergias entre sí. Algunas de la más importantes para el sector en Brasil se muestran en la siguiente tabla comparativa:

HOSTELERÍA ¹	CRUCEROS ²
<ul style="list-style-type: none"> El 55 % de las ventas provienen de las 14 cadenas principales (Accor, Windsor, Grand Hyatt...). +11.000 hoteles (86 % son hoteles independientes). Tasa de ocupación del 69 % (finales de 2023) con algunas ciudades alcanzando el 80 %. 	<ul style="list-style-type: none"> 844.000 pasajeros (temporada 2023-2024). Impacto económico de más de 920 MUSD. Empresas internacionales: MSC y Costa.
COMPAÑÍAS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS ³	PARQUES NACIONALES Y ÁREAS PROTEGIDAS ⁴
<ul style="list-style-type: none"> Flota de + 1,5 millones de vehículos (enero de 2024). Facturación récord de 8.000 MUSD en 2023. Sector concentrado: Localiza, Movida y Unidas acumulan un 89 % de las ventas en Brasil. 	<ul style="list-style-type: none"> Más de 340 áreas protegidas Más de 81 millones de hectáreas de territorio protegido.
TURISMO DE LUJO ⁵	AEROLÍNEAS
<ul style="list-style-type: none"> Ingresos brutos de 562 MUSD (2023). Más de 1.150.000 unidades de vivienda (2023). 	<ul style="list-style-type: none"> 112,6 millones de pasajeros en 2023. 91,4 millones en rutas domésticas y 21,2 en internacionales. Mercado doméstico especialmente concentrado: Latam, Gol y Azul.

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

B.2. Tamaño del mercado

La contribución del sector turístico brasileño en 2023 representó 165 miles de millones de euros, un 7,7 % del PIB total del gigante iberoamericano. El sector, a su vez, genera más de 7 millones de puestos de trabajo, y favorece el desarrollo de múltiples infraestructuras y servicios, a la par que ayuda a atraer inversión extranjera.

El Travel & Tourism (T&T) Competitiveness Index, que publica anualmente el Foro Económico Mundial, otorgó a Brasil en 2024 el puesto 26.º, lo que supone una importante mejora con respecto a años anteriores (puesto 49.º en 2022, por ejemplo). Dicho índice hace hincapié en la competitividad en precio del gigante sudamericano, así como en su tremendo potencial tanto en recursos naturales como culturales. Se trata de un dato esperanzador del que se deduce que, si Brasil quiere seguir desarrollando su industria de T&T, deberá continuar invirtiendo en infraestructuras a nivel nacional y de estado, así como en servicios turísticos de valor añadido y destinos turísticos

¹ https://fohb.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Hotelaria_em_Numeros_2022.pdf

² https://abremar.com.br/wp-content/uploads/CLIA2022_V.FINAL04_WEB.COMPACT.pdf

³ <https://www.abla.com.br/home>

⁴ ICM Bio: <https://www.gov.br/icmbio/pt-br>

⁵ <https://files.constantcontact.com/42ba3349401/d4e1175b-3dbf-4aad-a2af-6901951a85a2.pdf?rdr=true>

inteligentes (DTI). Además, será necesario que mitigue el daño que causa al país su imagen de peligrosidad y violencia, la cual persiste hoy en día en muchas regiones del planeta.

En este sentido, es importante destacar el [Plan nacional de turismo \(2024-2027\)](#), aprobado por el Gobierno de Lula y que presenta tres objetivos principales para el sector hasta 2027:

1. Atraer más de 10 millones de turistas internacionales.
2. Generar más de 1,5 millones de empleos en el sector.
3. Promover el turismo sostenible en al menos el 50 % de los destinos turísticos de Brasil.

Cabe destacar que el mercado turístico en Brasil se encuentra bastante fragmentado, con una amplia diversidad de empresas que operan en distintas áreas. En el sector de organización de eventos predominan las pequeñas empresas, mientras que el sector hotelero está mayormente controlado por grandes cadenas internacionales que continúan ganando participación en el mercado. En este sentido, es destacable la presencia de oligopolios en ciertos subsectores del turismo en Brasil, los cuales ocasionan un aumento de precios y una merma de la calidad de los productos ofrecidos. En cuanto a las aerolíneas, el mercado doméstico está prácticamente monopolizado por tres principales compañías: **Latam, Gol y Azul**.

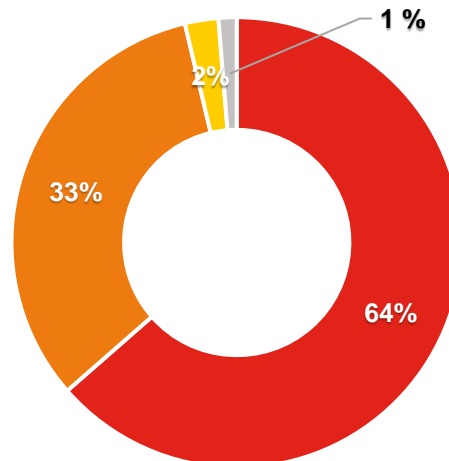
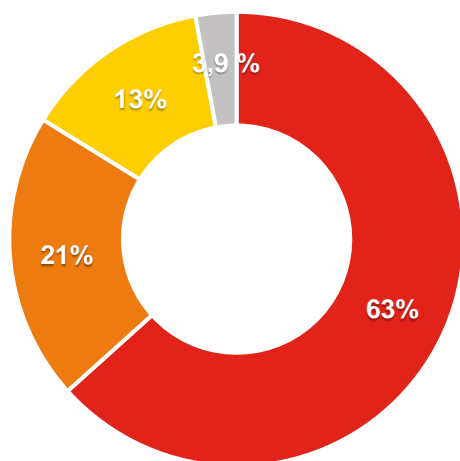
Otro aspecto clave para hacerse una idea de cómo es el sector del turismo en Brasil es analizar la composición del gasto turístico y el perfil del turista que visita las ciudades brasileñas, de lo que se puede apreciar que en el año 2023 el total de turistas internacionales que recibió el país fue de 5,93 millones frente a los 3,63 millones de 2022. Hasta julio de 2024 se han registrado ya más de 4 millones de turistas internacionales, una variación acumulada de un 10,36 % respecto a 2023. En lo tocante a las vías de entrada de estos turistas internacionales, la mayoría (1,2 millones) accedieron al país vía São Paulo, más de 800.000 a través de Rio de Janeiro, y hasta 650.000 por Rio Grande do Sul.

NÚMERO DE TURISTAS EN BRASIL POR CONTINENTE DE ORIGEN Y VÍA DE ACCESO, 2024

En porcentaje del total

Por continente de origen

Por vía de acceso



■ América del Sur ■ Europa ■ América del Norte ■ Otros ■ Aéreo ■ Terrestre ■ Marítimo ■ Fluvial

Fuente: Ministerio de turismo de Brasil y Braztoa 2024.

En total, la contribución de los turistas internacionales en el año 2023 en Brasil fue de 6.900 MUSD, unos 35.000 millones de reales. Esto representa un incremento del 1,5 % respecto al 2014, año de mayor recaudación por turismo internacional hasta ese momento, debido a la copa mundial de futbol celebrada en el país. No hay que olvidar, sin embargo, que en 2023 el 95 % del gasto en turismo registrado en Brasil provino de turistas nacionales, una tendencia presente desde que hay registros, y que, aunque existan planes para aumentar el número de turistas internacionales que llegan a territorio brasileño, se espera que este se mantenga, por lo menos en los próximos años.

B.3. Principales actores

- **Organismos públicos:**
 - [Ministerio de Turismo de Brasil](#)
 - [Embratur](#) - Instituto Brasileño de Turismo
 - [CNC](#) – Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
 - [Sebrae](#) – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- **Organismos privados:**
 - [ABETA](#) – Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura
 - [ABLA](#) – Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis
 - [BLTA](#) – Brazilian Luxury Travel Association
 - [BRAZTOA](#) – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo
 - [CLIA](#) – Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos
 - [FOHB](#) – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil
 - [SINDEPAT](#) – Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Respecto a la presencia española en el mercado brasileño, destaca por su relevancia en los sectores hotelero y de transporte. En cuanto a las aerolíneas, **Air Europa** se distingue como un actor clave en el mercado de vuelos internacionales, consolidando su presencia en el país.

En el ámbito de la administración aeroportuaria, **AENA** ha adquirido asimismo un peso notable. A partir de 2020, la empresa asumió el control de seis aeropuertos y, en 2022, se le adjudicó la concesión de otros 11, lo que elevó a 17 el número total de aeropuertos bajo su gestión. Como resultado, AENA ahora maneja aproximadamente el 20 % del tráfico aéreo en el país, convirtiéndose en un actor central en la infraestructura aeroportuaria brasileña y consolidando la mayor red de aeropuertos concesionados en el territorio.

En el **sector hotelero** también existe una notable presencia española, sobre todo con hoteles de cuatro estrellas que ofrecen al cliente una experiencia *premium*. **Meliá** cuenta con tres hoteles en Brasilia, uno en Campinas, ocho en São Paulo y uno en Río de Janeiro. Por su parte, **Iberostar** opera un hotel en Manaus y dos en el estado de Bahía, mientras que **NH Hotels** tiene un hotel en Feira de Santana, también en Bahía, y otro en Curitiba.

Sin embargo, tanto en este sector como en otros, el consumidor brasileño desconoce que el origen de la empresa que ofrece el servicio es español. De esta manera no hay posibilidad para las empresas españolas de utilizar una imagen de producto o servicio español fuerte, que ofrezca valor añadido al cliente y que sirva como un argumento para elegir la opción española por encima de la competencia.

Por otra parte, también es destacable la colaboración de organismos públicos españoles con el Gobierno brasileño. Un ejemplo lo ofrece el programa **DTI Brasil**, proyecto piloto que pretende convertir 10 ciudades turísticas brasileñas seleccionadas en Destinos Turísticos Inteligentes. Esta iniciativa se está poniendo en marcha con el apoyo de SEGITTUR (Sociedad Española de Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas).

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Brasil se posiciona como un destino de inversión altamente recomendable. El país ofrece grandes perspectivas de crecimiento en el sector turístico, impulsado por tendencias globales como el aumento de la clase media en Brasil y otros mercados emergentes, el auge de la economía colaborativa y la expansión del transporte aéreo. Estas tendencias refuerzan las expectativas de que el turismo brasileño se beneficiará de un entorno en constante evolución, lo que convierte al país en un escenario favorable para los inversores. Además, la conexión cultural, familiar y aérea entre Brasil y Europa, especialmente con España y Portugal, representa una ventaja competitiva.

En este sentido, las empresas españolas que deseen actuar en Brasil se encuentran con un entorno donde un proyecto bien ejecutado y con visión a largo plazo puede prosperar. Sin embargo, es esencial considerar ciertas limitaciones, como los problemas de seguridad y la infraestructura de transporte, factores importantes a la hora de atraer tanto a turistas locales como internacionales. A pesar de estos desafíos, el mercado ofrece oportunidades concretas, como el desarrollo de soluciones para el trabajo remoto, aprovechando el auge de la figura del nómada digital, y los viajes que combinan negocios y placer. Asimismo, ciertos nichos en crecimiento, como el enoturismo, el turismo gastronómico, cultural, futbolístico y de lujo (que presenta una gran tasa de crecimiento sostenido), además del sector de los cruceros, representan áreas con gran potencial de desarrollo.

D.1. Destinos turísticos inteligentes

Brasil está promoviendo una iniciativa para convertir dos ciudades por región en DTI (Destinos turísticos inteligentes), es decir, diez en total en todo el país.

Un Destino Turístico Inteligente (DTI) es un espacio turístico innovador que se apoya en infraestructura tecnológica avanzada, accesible para todos y orientado al desarrollo sostenible del territorio. Estos destinos buscan mejorar la interacción de los visitantes con su entorno, al mismo tiempo que aumentan la calidad de vida de los residentes. La implementación de un DTI hace que los destinos sean más competitivos, atractivos e innovadores, tanto para los turistas como para los habitantes, al centrarse en mejorar la infraestructura, movilidad y conectividad, mientras se ofrece una experiencia más interactiva y creativa.

Para ser considerados DTI, estos municipios tienen que cumplir una serie de criterios. Estos criterios parten de SEGITTUR (la sociedad española creadora del concepto) y son:

1. Gobernanza
2. Innovación
3. Tecnología
4. Accesibilidad
5. Sostenibilidad

Además, Brasil ha añadido cuatro criterios adicionales a los cinco criterios originales de la metodología española:

1. Seguridad
2. Promoción y *Marketing*
3. Movilidad y Transporte
4. Creatividad

Entre las fuentes de financiación figuran el Programa Avançar Cidades, BNDES Finem – Modernización de la Administración Tributaria y Gestión de los Sectores Sociales Básicos – PMAT, y programas de entidades como La Caixa, Banco Mundial y CAF.

La entrada de España en el mercado brasileño de ciudades inteligentes (*smart cities*) es respaldada por la presencia de empresas en diversos sectores, aprovechando las oportunidades generadas por la tecnología 5G y la creciente demanda de soluciones inteligentes. Además, el Ministerio de Turismo ofrecerá en el futuro una metodología replicable para que otros destinos interesados puedan seguir este modelo. La Cámara de Turismo 4.0 también se ha establecido como un foro técnico para discutir y proponer soluciones a los desafíos del turismo inteligente.

Este tipo de planes gubernamentales relacionados con la mejora de procesos y la eficiencia digital de los servicios públicos suponen una gran oportunidad para aquellas empresas españolas con experiencia en estos sectores que deseen acceder al mercado brasileño. Los próximos años serán cruciales para implementar estrategias que permitan aprovechar al máximo las oportunidades que la digitalización de mercados emergentes está ofreciendo.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

En Brasil, la elevada carga impositiva representa un obstáculo significativo, particularmente para sectores como las agencias de viajes, aerolíneas, empresas de alquiler de vehículos y operadores turísticos. Además, la falta de personal especializado obliga a las empresas a destinar recursos a la capacitación. A esto se suma el escaso desarrollo de infraestructuras y una logística deficiente, lo que dificulta la conectividad entre los diferentes destinos del país.

E.1. Ayudas

Una vez más, es vital que tanto el Gobierno de la nación como los de los diferentes estados y municipios implementen estrategias conjuntas y sigan los planes de mejora proyectados. De esta forma se logrará reducir paulatinamente el impacto de estos problemas y podrá maximizarse el potencial turístico. Además, el Gobierno del país dispone de diferentes métodos para brindar ayuda al sector y a las empresas que operan en él:

- [FUNGETUR](#) - Fundo Geral do Turismo: instrumento de crédito destinado a mejorar la infraestructura turística del país.
- [Apoyo del BNDES al Turismo](#): créditos destinados a infraestructura y servicios turísticos, apoyo a las pymes y a la cultura.
- [Portal de Inversiones](#): portal que recoge todas las iniciativas del sector turístico brasileño.
- [Programa Nacional de Turismo Gastronómico - Gosto Pelo Brasil](#): el Programa desarrolla acciones de promoción con el objetivo de promover el turismo gastronómico y hacer realidad la vocación de Brasil de convertirse en un destino de excelencia en este segmento. Pone en valor la diversidad y singularidad de su gastronomía, y contribuye directamente a la ampliación de las ventajas competitivas y al posicionamiento de Brasil como destino gastronómico internacional.
- [Programa Mais crédito mais turismo](#): se trata de una asociación entre el Ministerio de Turismo y la CAIXA, fruto del Convenio de Cooperación Técnica n.º 002/MTur/CAIXA. Su objetivo es difundir productos, soluciones y facilidades de crédito a particulares para el consumo de servicios turísticos en todo el país.
- [Proyecto de Experiencias de Brasil Rural](#): tiene como objetivo ampliar y diversificar la oferta turística de Brasil mediante la inclusión de productos y servicios de agricultura familiar en el mercado turístico, así como apoyar la creación y el posicionamiento de productos e itinerarios de turismo de experiencias en el medio rural.

E.2. Ferias

WTM Latin America São Paulo 2025

Fecha: Del 14 al 16 de abril de 2025

Lugar de celebración: Expo Center Norte, SP

Web: <https://www.wtm.com/latin-america/pt-br.html>



ABAV EXPO 2025

Fecha: Del 25 al 28 de septiembre de 2025

Lugar de celebración: Brasilia

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

TRAVEL WEEK SÃO PAULO 2025 – ILTM Latin America

Fecha: Del 05 al 08 de mayo de 2025

Lugar de celebración: Fundação Bienal de São Paulo, SP

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

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

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

- Visit Brasil: <http://visitbrasil.com/en/>
- Estado de São Paulo: <https://www.turismopaulista.tur.br/>
- Ciudad de São Paulo: <https://cidadedesapaulo.com/>
- 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: <https://www.paranaturismo.pr.gov.br/>
- Ministerio de Turismo (Inversiones): <https://investimento.turismo.gov.br/>



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 General Gentil Falcao 108
Brooklyn Novo
São Paulo 04571-150
Brasil
Teléfono: 1151054378
Correo electrónico: saopaulo@comercio.mineco.es
<http://Brasil.oficinascomerciales.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

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga este enlace](#)

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.

AUTOR

Gonzalo Durán Hernández

Oficina Económica y Comercial
de España en São Paulo
saopaulo@comercio.mineco.es
Fecha: 14/12/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR BRASIL



ICEX España
Exportación
e Inversiones