

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

Mayo 2007

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Situación y estructura de la economía brasileña	4
1.2. Perspectivas del mercado	4
1.3. Apertura a la Inversión Extranjera	5
2. PERSPECTIVA GENERAL DEL SECTOR	7
2.1. Situación actual del Sector Turismo	7
2.2. Panorama general del Sector Turístico en Brasil	8
2.3. Los atractivos de Brasil	8
2.4. Turismo internacional y doméstico en Brasil	9
2.5. Balanza de pagos por Turismo en Brasil.	10
2.6. Participación del Turismo en el PIB	11
2.7. Empleo Generado por Turismo	11
3. POLÍTICA DE TURISMO BRASILEÑA: MINISTERIO DE TURISMO Y PLANES GUBERNAMENTALES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO.	12
3.1. Programa de Regionalización Ministerio De Turismo y Plan Nacional de Turismo 2003 – 2007	12
3.2. Prodetur	13
3.3. Programa de Regionalización	15
3.4. Financiación de inversiones	15
4. ANÁLISIS DE LA OFERTA	17
4.1. Transporte aéreo	17
4.2. Tour operadores y agencias de viajes	20
4.3. El segmento hotelero en brasil	21
4.4. Datos de CARÁCTER geográfico	27
5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	32
5.1. Tendencias generales de consumo	32
5.2. Perfil del consumidor	33
Perfil del Turista Internacional en Brasil	33
Perfil del Turista Español en Brasil	38
Perfil del Turista Doméstico Brasileño	38
5.3. Localización geográfica de los principales mercados emisores	40
6. Bibliografía	43

1. INTRODUCCIÓN

1.1. SITUACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA BRASILEÑA

Brasil es hoy la décima economía mundial con un PIB de 1.067.706 millones de USD en 2006. La economía brasileña representa cerca de la mitad del PIB del conjunto de los países latinoamericanos y es uno de los mayores mercados del mundo con prácticamente 190 millones de consumidores. Además, el país se constituye como plataforma ideal para abordar el MERCOSUR constituido por el propio Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay y Venezuela y que aglutina a 225 millones de personas.

Por sectores, en el 2006, la aportación al PIB fue: sector agrícola 5,1%, sector industrial 30,9% y sector servicios 64,0%. 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. Por otra parte, Brasil posee también una sólido entramado industrial que cada año crece y se diversifica. Así, cabe destacar que Brasil es el cuarto exportador mundial de aeronaves comerciales, es el quinto productor siderúrgico mundial, la séptima industria química y el decimoquinto productor de petróleo con un nivel de autosuficiencia superior al 90%.

Los últimos años se han caracterizado por el gran desempeño ejercido por el sector exterior. Durante el 2006, la balanza comercial brasileña tuvo un comportamiento excepcional pese a la apreciación del real, gracias a la elevación en el precio de las commodities y al buen comportamiento de la economía mundial. Se han alcanzado cifras históricas llegándose a alcanzar un saldo positivo acumulado en el primer trimestre del 2007 de 45.500 millones de USD.

A pesar de ello, el grado de apertura de Brasil es todavía bajo, 21,6 % en el 2006, claramente inferior al de otros países de la región como Chile o México. A pesar de que el proceso de apertura comercial se inició hace ya casi una década, Brasil es hoy en día un país en el que el comercio exterior, tanto de exportación como de importación, tiene un gran potencial de crecimiento.

1.2. PERSPECTIVAS DEL MERCADO

En la actualidad, Brasil continua aplicando una política económica basada en un sistema de metas de inflación, régimen cambiario flotante y responsabilidad fiscal. Todo ello ha permitido que Brasil haya alcanzado un alto grado de credibilidad en los mercados

exteriores que ha hecho que se empiece a hablar de la posibilidad de que Brasil alcance el “investment grade”. La seriedad de la política macroeconómica de los últimos años ha tenido también su reflejo en términos de crecimiento. Así en el 2006 el PIB creció un 3,7%, por encima de la tasa registrada el año anterior que fue de 2,9%. Para 2007 las previsiones apuntan a un crecimiento del 4,5%.

Esto se ha conseguido además en un contexto de control de la inflación, con tasas similares a las registradas por países desarrollados, 3.1% en el 2006, lo que ha permitido una disminución progresiva de los tipos de interés. Parece por tanto que Brasil ha conseguido situarse en una senda de crecimiento sostenido a largo plazo. En este sentido, hay que destacar el lanzamiento a comienzos del 2007 del PAC, Plan de Aceleración del Crecimiento, conjunto de medidas legales y de proyectos de inversión en infraestructura que pretenden consolidar esta tendencia.

1.3. APERTURA A LA INVERSIÓN EXTRANJERA

Brasil, dado su gran tamaño y una economía cada vez más diversificada, constituye uno de los mayores destinos de inversión extranjera en Latinoamérica y en el mundo. Además, tradicionalmente la inversión extranjera ha jugado un papel muy importante en el desarrollo económico de Brasil.

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 institucional y tributaria al capital extranjero, entre otras medidas, han colocado a Brasil en una posición altamente competitiva para la atracción de capitales.

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, a partir de 2005, gracias a su estable cuadro macroeconómico, Brasil está atrayendo un volumen muy alto de capital extranjero, alcanzando en el primer trimestre del 2007 los 6.578 millones de USD, un 84% más que en el mismo periodo del año anterior. En todo el año 2006 la IED fue de 21.402 millones de USD.

Ante la atonía de la inversión privada interna, en gran medida como consecuencia de los muy elevados tipos de interés y del escaso margen de maniobra que posee el 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.



ICEX

2. PERSPECTIVA GENERAL DEL SECTOR

2.1. 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 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 en 2006 aumentó en un 4,5%, superando las expectativas, manteniéndose por encima de los resultados medios y consiguiendo un nuevo año récord para la industria. Las últimas cifras apuntan a que en 2007 se consolidará el buen comportamiento del sector y se entrará en el cuarto año consecutivo de crecimiento estable.

A pesar de los riesgos que enfrentaba el turismo mundial hace doce meses – en particular el terrorismo, temor por la salud debido a la gripe aviar y altos precios del crudo – 2006 fue un nuevo año de buen crecimiento por encima del pronóstico de 4,1% de crecimiento para el largo plazo, respaldado por uno de los periodos más largos de expansión económica estable.

Una de las características del 2006 ha sido el continuo resultado positivo de destinos emergentes, reforzando el progreso económico. Como uno de los sectores económicos más dinámicos, el turismo juega un papel central entre los instrumentos para luchar contra la pobreza.

Por regiones, el crecimiento fue denominador común, y cabe destacar el comportamiento de Africa que superó el ritmo de crecimiento de todas las otras regiones y consiguió casi doblar el ritmo de crecimiento mundial con un 8,1% (UNWTO, Barómetro de Turismo Mundial 2006).

Asia y Pacífico mantuvo su extraordinario nivel de crecimiento (+7,6%); Europa consiguió alcanzar su objetivo (+4%); Oriente Medio se estima que haya crecido a pesar de la crisis del Líbano (+4%).

Las Américas crecieron un 2% y aunque la cifra pueda parecer decepcionante en principio, los resultados por áreas son muy dispares. En Norteamérica, el impulso de los Estados Unidos no fue suficiente para compensar el débil comportamiento de Canadá y

México. Sin embargo, Centroamérica (+6,1%) y Sudamérica (+7,2%) mostraron que Latinoamérica se está consolidando en los últimos años: Chile, Colombia, Guatemala, Paraguay y Perú alcanzaron todos un crecimiento de dos dígitos.

2.2. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN BRASIL

Brasil es la décima economía mundial y representa la mitad del PIB latinoamericano, pero en el sector turismo tan solo representa el 30% de los ingresos obtenidos en América del Sur y el 0,57% 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 5,4 millones de turistas extranjeros, que fueron registrados en el año 2005. Las causas se encuentran tanto en la ausencia de una adecuada política de promoción, como en la falta de infraestructuras adecuadas, la inseguridad pública y el alto precio y reducida disponibilidad de los vuelos con destino a Brasil agravada con la crisis de Varig.

Sin embargo, la administración del Presidente Luiz Inácio “Lula” da Silva, fue consciente de las posibilidades del sector en términos de creación de divisas y generación de empleo y se propuso desde un principio darle un nuevo impulso, que fuese más allá del tradicional argumento “sol, playas y carnaval”. Comenzó creando el Ministerio de Turismo, y convirtió 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 buscaba la unión y coordinación de esfuerzos de los gobiernos federal, estatal y municipal, el sector privado y la sociedad en general.

2.3. 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 sólo 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 la 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.

2.4. 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.

Desde entonces el sector se recuperó notablemente, con crecimientos continuos entre 2003 y 2005 hasta alcanzar el record de 5,4 millones. Sin embargo, la tendencia se ha revertido en 2006, quedándose en la barrera de los 5 millones de turistas internacionales. Muy probablemente la quiebra de Varig y sus efectos en el tráfico aéreo internacional a Brasil han tenido que ver con este decepcionante retroceso.

Turistas Internacionales en Brasil (millones)								
Año	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	5,1	5,3	4,8	3,8	4,1	4,8	5,4	5,0

Fuente: EMBRATUR 2007

Por su parte el turismo doméstico ha ido aumentando progresivamente, aunque existen algunas dificultades con las fuentes estadísticas. Según Infraero (Empresa brasileña de Infraestructura Aeroportuaria), el número de desembarques en vuelos nacionales durante 2006 fue de 46,4 millones, lo que supone un aumento del 8% con respecto al 2005 y un nuevo récord nacional. Con respecto a los turistas domésticos, se estima que el número sea alrededor 65 millones de brasileños, de los cuales aproximadamente 10 millones atraviesan diferentes Estados brasileños.

Desembarques Domésticos en Brasil (millones)									
Año	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	26,5	26,7	28,5	32,6	33,0	30,7	36,6	43,1	46,4

Fuente: EMBRATUR / INFRAERO

2.5. BALANZA DE PAGOS POR TURISMO EN BRASIL.

De acuerdo con datos del Banco Central, los ingresos internacionales generados por turistas extranjeros de visita a Brasil presenta un crecimiento desde 1995. El año 2006 fue considerado el mejor de la historia para el turismo en Brasil en lo que se refiere al ingreso de divisas. En 2006 Brasil recibió 4.314 millones de USD provenientes de esta actividad, con lo que consiguió un excelente índice de crecimiento (+12%), a pesar de la importante reducción de la capacidad aérea internacional de las aerolíneas brasileñas provocadas por la reestructuración de la Varig.

Un dólar desvalorizado frente al Real, motivó también que los brasileños viajasen más al exterior y gastasen un 22% más en 2006, de modo que hizo que el saldo de la cuenta de Viajes Internacionales alcanzase un nuevo déficit récord de 1.449 millones de USD.

Este gasto de los brasileños en el exterior es el mayor registrado desde 1998, último año en que estuvo en vigor el control de cambios en que el gobierno mantenía el dólar cerca de R\$ 1,00.

Para el 2007 se espera que siga la tendencia de los últimos diez años y el volumen de ingresos por turismo crezcan. Si bien también se prevé que el déficit en la balanza de pagos por turismo aumente.

(millones de USD)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ingresos por Turismo	1.628	1.810	1.731	1.998	2.479	3.222	3.861	4.314
Gastos por Turismo	3.085	3.894	3.199	2.396	2.261	2.871	4.720	5.763
Saldo	-1.457	-2.084	-1.468	-398	218	351	-859	-1.449

Fuente: BANCO CENTRAL DO BRASIL - BC, 2007

Podemos observar como el comportamiento relativo de los ingresos por turismo en Brasil ha sido mejor que en América del Sur y que en el mundo a lo largo de los últimos 10 años.

Ingresos generados por el Turismo en el mundo, América del Sur y Brasil – 1996/2006						
Año	Ingresos (miles de millones de USD)					
	En el Mundo	Incremento (%)	En América del Sur	Incremento (%)	En Brasil	Incremento (%)
1996	435,6	-	10,7	-	0,8	-
1997	436	0,09	11,4	6,54	1,1	37,5
1998	442,5	1,49	11,8	3,51	1,6	45,45
1999	445	0,56	11,6	-1,69	1,6	-
2000	482,9	8,52	12,2	5,17	1,8	12,5
2001	471,6	-2,34	11,3	-7,38	1,7	-5,56
2002	486,9	3,24	9,2	-18,58	2	17,65
2003	532,8	9,43	10,5	14,13	2,5	25

EL SECTOR TURISMO Y SERVICIOS CONEXOS EN BRASIL 2007

2004	632,7	18,75	10,9	3,81	3,2	28
2005	681,5	7,71	13	19,27	3,9	21,88
2006	-	-	-	-	4,3	11,73

Fuente: Organización Mundial de Turismo – OMT y Banco Central de Brasil - BACEN

2.6. PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN EL PIB

Se estima que el Turismo fue responsable de la generación directa del 2,8% del PIB del país en el año 2006, es decir que el PIB turístico de ese año fue equivalente a 25.278 millones de USD (Fuente: *World Travel & Tourism Report* del *World Economic Forum*). Y se prevé que aumente a una tasa del 3% en 2007. Esta cifra asciende a un 6,7% del PIB si consideramos la generación indirecta.

Por su parte, los últimos datos disponibles de la Cuenta Satélite de Turismo de la Contabilidad Nacional Brasileña, ponen de manifiesto la importancia del Turismo en el desarrollo económico de la región Nordeste donde la participación del turismo en el PIB es 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

2.7. EMPLEO GENERADO POR TURISMO

El empleo directo generado por el turismo durante 2006 se cifra en 2.337.000 de puestos de trabajo (2,7% del total). Cantidad que asciende a 5.495.000 si consideramos también el empleo generado indirectamente (Fuente: *World Travel & Tourism Report* del *World Economic Forum*).

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

3.1. PROGRAMA DE REGIONALIZACIÓN 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 (Instituto Brasileño de Turismo): 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 tenía 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)

A la luz de los resultados de 2006 (5 millones de turistas y 4,3 mil millones de dólares de ingresos), se puede decir que con toda probabilidad Brasil va a quedar lejos de los objetivos de este Plan para 2007. La nueva legislatura de la administración Lula debe seguir insistiendo y dar un nuevo impulso al sector.

3.2. 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, 2005

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 Descobrimento. 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 tiene 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 e 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.

3.3. 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.

3.4. 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.

Para la Línea de Financiación FINEM (Financiación de Emprendimientos), el tipo de interés de referencia es la TJLP (Tasa de Interés a Largo Plazo) publicado por el Banco Central que, tras la positiva evolución reciente, en la primera mitad de 2007 se situó en 6,5%. A este tipo de interés hay que añadirle la remuneración de BNDES (1,5% para proyectos turísticos) y una tasa de riesgo, que varía en función del proyecto y la región. En el caso del Nordeste, el BNDES acepta reducir su remuneración, dado el marco de apoyo del Programa de Dinamización Regional.

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 que van del 7,25% al 11,5% dependiendo del tamaño de la empresa y plazos de hasta 12 años con cuatro de carencia.



4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.1. TRANSPORTE AÉREO

Compañías Aéreas

Compañías Domésticas

La principal compañía brasileña en la actualidad es la GOL con un 40% de cuota de mercado, aunque se mantiene en una disputa cerrada con la TAM. Varig, tradicional líder y compañía de bandera cuenta hoy día con apenas un 4,7% del mercado debido a la crisis que la llevó a la quiebra y la obligó a abandonar casi todos los vuelos internacionales en 2006 (Fuente: EFE 2007).

Con esta salida de la Varig del mercado internacional se retiró una oferta de 400 mil asientos en rutas internacionales, según en Ministerio de Turismo, lo que ha tenido un importante impacto en los resultados del sector turístico brasileño.

Esta crisis llevó a una reestructuración de la compañía que se desmembró de modo que los activos y la operación viable fueron comprados en julio de 2006 por Variglog, antigua subsidiaria de la compañía y en la actualidad propiedad de un fondo de inversiones americano. Posteriormente, en marzo de 2007, Variglog ha vendido Varig a su competidora Gol por 320 millones de USD, aunque la operación aún debe pasar por el filtro de los organismos de competencia brasileños. Por el momento, GOL ha anunciado su intención de no fusionar las dos compañías y seguir operando con ambas de manera independiente en el mercado.

No podemos dejar de mencionar que durante 2006 se han sucedido varias crisis en el control de tráfico aéreo, aquejado de medios obsoletos y escasez de personal, que han llegado a paralizar los vuelos en el país en varias ocasiones generando graves problemas principalmente para los desplazamientos internos.

Compañías Internacionales

Observando el volumen de pasajeros internacionales con destino a Brasil, desglosado por continentes y compañías aéreas en 2005 (últimos datos oficiales disponibles), aún encontrábamos a Varig como líder global. La compañía brasileña era la primera en el mercado sudamericano y el europeo, donde fue secundada por TAM y TAP, respectivamente, y obtenía el segundo lugar en el mercado norteamericano tras American Airlines.

En 2006, a falta de datos oficiales y tras la quiebra de Varig, se puede anticipar que TAM y TAP han arrebatado el liderazgo de mercado a Varig en los mercados Sudamericano y Europeo respectivamente.

Tráfico de Pasajeros por Compañía Aérea – 2005		
Origen: América del Norte		
Compañías Aéreas	Nº Pasajeros	Porcentaje
American Airlines	390.059	33%
Varig	183.317	16%
Continental Airlines	163.277	14%
Tam Linhas Aéreas	119.620	10%
United Airlines	119.296	10%
Delta Airlines	109.865	9%
Air Canada	55.522	5%
Japan Airlines	14.296	1%
Lloyd Aereo Boliviano	9.537	1%
TOTAL	1.165.089	100%

Fuente: Anuario Transporte Aéreo 2005 (ANAC)

Tráfico de Pasajeros por Compañía Aérea – 2005		
Origen: América del Sur		
Compañías Aéreas	Nº Pasajeros	Porcentaje
Varig	669.153	41%
Tam Linhas Aéreas	240.488	15%
Aerolineas Argentinas	163.044	10%
Pluna	102.376	6%
Tam Transp.Aér.Del.Mercos.	89.092	5%
Gol Transportes Aereo	74.496	5%
Transportes Aéreos(Lanexpress)	55.252	3%
Lan Chile	54.746	3%
Trasamerica Airlines-Tacaperu	34.246	2%
Avianca	28.988	2%
Otras	138.262	8%
TOTAL	1.650.143	100%

Fuente: Anuario Transporte Aéreo 2005 (ANAC)

Tráfico de Pasajeros por Compañía Aérea – 2005		
Origen: Europa		
Compañías Aéreas	Nº Pasajeros	Porcentaje
Varig	565.129	32%
Tap Air Portugal	338.711	19%
Air France	205.990	11%
Iberia	136.029	8%
Lufthansa	114.771	6%
Tam Linhas Aéreas	102.258	6%
Alitalia	84.721	5%
Comp.Real Holandesa Aviação	81.504	5%
British Airways	56.697	3%

Swissair	50.499	3%
Otras	55.597	3%
TOTAL	1.791.906	100%

Fuente: Anuario Transporte Aéreo 2005 (ANAC)

Conexiones con España

En la actualidad cuatro compañías ofrecen conexiones regulares directas Brasil - España. Iberia con vuelos a Sao Paulo y Río de Janeiro; Pluna con vuelos a Río de Janeiro (escala de su vuelo a Montevideo); Air Europa con vuelos a Salvador de Bahía y Río de Janeiro; BRA con vuelos a Río de Janeiro, Recife y Sao Paulo.

En 2006 tanto Varig como Air Madrid, como consecuencia de sus respectivas crisis, suspendieron sus vuelos entre España y Brasil.

En 2005 Iberia transportó 136.029 pasajeros a Brasil, mientras que Air Europa transportó 30.877 pasajeros.

Aeropuertos en Brasil

Brasil dispone de 66 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, aunque tan solo gracias a los vuelos domésticos. Otros aeropuertos importantes se encuentran en Bahía, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Río Grande do Sul y Ceará.

Movimiento Nacional de pasajeros por Regiones de Brasil 2005		
Total vuelos regulares y no regulares		
Región	Embarque	Desembarque
Norte	2.300.125 (+15%)	2.365.669 (+14%)
Nordeste	6.564.118 (+16%)	7.319.722 (+15%)
Sudeste	19.347.046 (+20%)	21.604.463 (+25%)
Sur	4.972.668 (+20%)	5.065.984 (+17%)
Centro Oeste	5.297.754 (-7%)	6.739.990 (+4%)
TOTAL	38.481.711 (+14%)	43.095.828 (+18%)

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

Movimiento Internacional de Pasajeros por Estados 2005	
Total vuelos regulares y no regulares	

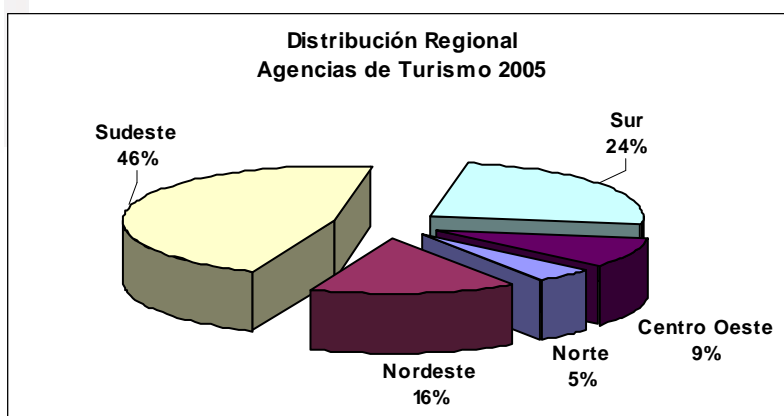
Aeropuerto	Embarque	Desembarque
São Paulo	3.803.171	4.791.069
Rio De Janeiro	1.173.206	1.229.949
Bahia	135.301	126.464
Ceará	124.886	124.748
Rio Grande Do Norte	123.014	122.080
Rio Grande Do Sul	153.011	100.903
Pernambuco	93.227	88.820
Santa Catarina	54.676	56.235
Paraná	38.813	41.714
Pará	26.651	23.901
Amazonas	22.474	22.117
Minas Gerais	22.262	20.406
Distrito Federal	17.119	17.653
Alagoas	12.072	12.900
Resto Estados	7.182	9.274
TOTAL	5.807.065	6.788.233

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

4.2. TOUR OPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES

El sector de intermediación en Brasil está compuesto, en la actualidad, por 9.130 (+8%) intermediarios turísticos registrados en el Ministerio de Turismo en el año 2005, 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: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

La ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes) concentra unas 3.000 empresas de las 9.130 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 62 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 - 2005	
Agencias y Tour operadoras	Ingresos R\$ mil
1. Emp Paraibana Turismo (PB Tur) - PB	6.198
2. Pão de Açucar Emprs Turísticos - RJ	5.377
3. Neffa Turismo - ES	4.012
4. Master Turismo - MG	4.001
5. Abreutur - RJ	2.350
6. Orotour Org Emprs Turísticos - SP	2.007
7. Casa Aliança Câmbio - RJ	688
8. Reunidas Turismo - SC	23
TOTAL	24.656

Fuente: Balanço Anual Gazeta Mercantil, 2007 (datos de 2005).

4.3. 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, Brasil vivió un ciclo de gran desarrollo en la construcción hotelera en el periodo de 1996-2004, que llevó a más que doblar la oferta de hoteles y de habitaciones.

Este periodo se caracterizó por una intensa participación del capital nacional en este estímulo y un menor empuje por parte del capital extranjero, que se restringió casi exclusivamente a las grandes cadenas hoteleras internacionales.

Sin embargo en los últimos años esta tendencia se ha invertido y la mayor parte de la inversión en hoteles está siendo hecha por grupos extranjeros que están comprando hoteles existentes e invirtiendo en nuevo proyectos.

La mayoría de las inversiones extranjeras vienen de Europa, principalmente de grupos hoteleros portugueses, españoles e italianos interesados en la costa nordeste del país.

Número Total de Hoteles y Apart-hoteles en Brasil 2004 – 2005 -2006						
Tipo	2004		2005		2006*	
	Hotel	Habit	Hotel	Habit.	Hotel	Habit.
Independiente	4.925	202.600	6.430	255.889	6.494	258.488
Compañías brasileñas	312	39.010	292	38.464	333	41.990
Compañías Internacionales	272	47.866	281	49.183	305	53.615
Total	5.509	289.476	7.003	343.536	7.132	354.238

*Hoteles y Apart-hoteles inaugurados hasta agosto de 2006

Fuente: HIA – Hotel Investment Advisors 2006

En cuanto a la ocupación hotelera, entre los años 2000 y 2002 se produjo una crisis de exceso de demanda de plazas hoteleras que llevó a la tasa de ocupación hotelera a caer 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 tuvo ocupación media menor que 50%, los demás segmentos presentaron una pequeña recuperación posicionándose en el 51%. Esta mejora se siguió verificando en 2004, donde la ocupación media fue del 55%, siendo el segmento de hoteles baratos el de mejor evolución, con una ocupación del 61%. 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 presentaron una caída en la tarifa diaria media hasta mediados de 2005, a pesar de que experimentaron una tendencia de crecimiento en la ocupación. (HIA, 2005).

En 2006 continuó la tendencia de recuperación presentada para 2005, con la mayoría de los mercados presentando un crecimiento de la tasa de ocupación, que ayudó a alcanzar el 59% de ocupación global.

El precio medio por habitación también ha vuelto a crecer, a excepción de los hoteles que tienen un alto porcentaje de huéspedes extranjeros, ya que en 2006 hubo una nueva revalorización del Real frente al USD. Además, las perspectivas para 2007 son de crecimiento de las tasas de ocupación y precio medio.

En este contexto, 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 mejoría de la situación económica en la región (América del Sur) en general, y en Argentina y Brasil en particular.

Así, al respecto del potencial del país y para evidenciar la necesidad de acometer inversiones para desarrollar este potencial, el *Travel & Tourism Competitiveness Report*

2007 del *World Economic Forum* otorgó el puesto 59º a Brasil como destino turístico. Este estudio lejos de querer medir en exclusiva las bellezas naturales de un país, evalúa diversos factores para elaborar un ranking, entre los que se encuentra la infraestructura turística, facilidad de transportes, cualificación de la mano de obra, limpieza e higiene de las atracciones y riquezas naturales y culturales. Por tanto, su objetivo es medir los factores que tornan un país atractivo para el desarrollo de la industria de turismo.

El principal problema brasileño, según esta publicación, está en el ambiente de negocios e infraestructura turística. En una nota de 1 a 7, el transporte por carretera brasileño mereció un 3. Los servicios de comunicaciones obtuvieron un 3,2. Y la infraestructura de transporte aéreo fue considerada con un 3,9, al igual que la seguridad pública en los puntos turísticos.

La estructura regulatoria del sector turístico consiguió un 4,1, con lo que quedo por debajo de la media nacional de 4,2.

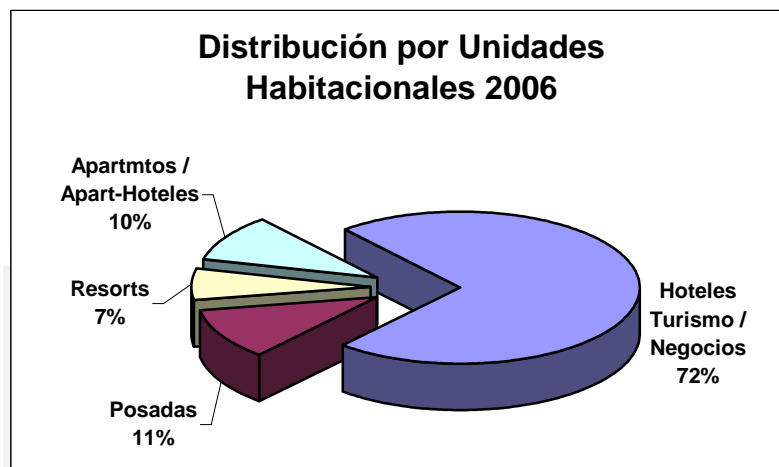
Los puntos destacados en Brasil fueron la disposición de mano de obra (6,3), recursos humanos (4,9) y riquezas culturales y naturales (4,7).

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	128	19.197
2º	ATLANTICA	48	8.594
3º	BLUE TREE	27	6.087
4º	SOL MELIÁ	19	4.521
5º	OTHON	36	4.427
6º	INTER CONTINENTAL	15	3.471
7º	TRANSAMÉRICA	19	3.043
8º	NACIONAL INN	20	2.485
9º	BRISTOL HOTELARIA	18	2.371
10º	GOLDEN TULIP	15	1.905
11º	WINDSOR	8	1.880
12º	POSADAS	10	1.878
13º	BOURBON	10	1.792
14º	MARRIOT	6	1.640
15º	TROPICAL	6	1.490

Fuente: HIA – Hotel Investment Advisors 2006

Entre los 9.162 establecimientos en operación en 2006, se encuentran hoteles dirigidos al turismo o negocios, así como posadas, resorts y apart-hoteles. En Brasil, el segmento de pequeños establecimientos, formados principalmente por posadas y hospederías, ocupa una posición privilegiada en el mercado de medios de hospedaje.



Fuente: Hotel On Line 2006

La presencia española

Por parte española, nos encontramos con NH, que gestiona un hotel de ciudad en Sao Paulo y sobre todo con Sol Meliá, que con 19 hoteles, en régimen de administración, ocupa la cuarta 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 resort en Angra dos Reis, en Río de Janeiro, de inminente apertura.

También se encuentra presente en Brasil el grupo catalán SERHS, que ha inaugurado un hotel de categoría superior en la Vía Costeira de Natal, y el grupo Iberostar, que ya ha inaugurado el primer hotel del lujoso resort que está construyendo en salvador de Bahía, con cuatro hoteles y un campo de golf. Dicha cadena inauguró en la primavera de 2005 su barco-hotel Iberostar "Grand Amazon", que efectúa recorridos de varios días por la cuenca del Amazonas. Y en 2007 arrebató la gestión del emblemático hotel Meridien de Río de Janeiro a la gestora estadounidense Starwood.

A estas inversiones habría que añadir varios proyectos, tanto hoteleros como inmobiliarios, en distinta fase de ejecución por diversos grupos españoles en estados del Nordeste, principalmente Ceará, Río Grande do Norte y Bahía. Así, grupos empresariales como Sol Melia, Grupo Mas Costas, MadriLisboa, grupo Riu, grupo Gadair, Nova Atlántida, etc. ya están desarrollando proyectos en la zona del nordeste, mayoritariamente resorts de lujo.

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 2004

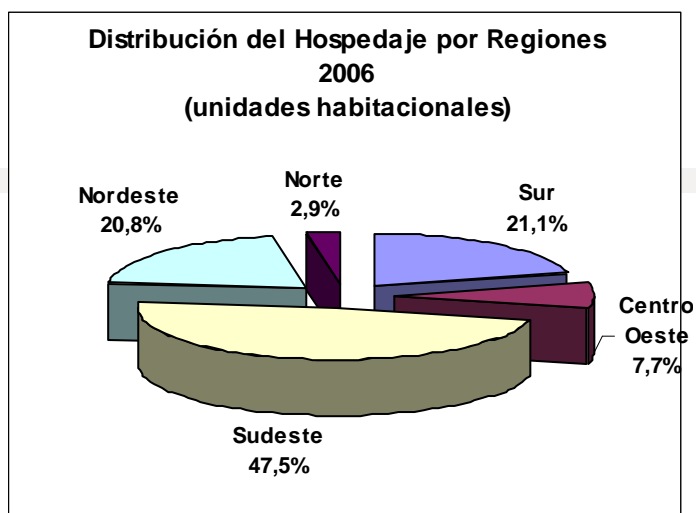
De igual modo, según datos del Ministerio de Turismo, hasta 2007 está previsto que aumente la oferta de habitaciones en resorts (tanto ampliaciones como nuevos) en un 70% (7.339 nuevas habitaciones), con 21 nuevos resorts de los cuales 17 se situarán en el Nordeste. E incluso esta previsión parece una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

Oferta de Resorts en Brasil 2004-2007					
Hotel	Estado/Región	Operadora Hotelera	UH	Año Apertura	Propietario
Quality Resort Bodoquema Pantanal	MS/CO	Atlântica 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 Atlântico Beach Resort	BA/NE	Indefinida	253	2006	Reta Atlântico
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 Atlântico All Inclusive	BA/NE	Indefinida	338	2007	Reta Atlântica
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
Warapura 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

4.4. DATOS DE CARÁCTER GEOGRÁFICO

Distribución geográfica de los medios de hospedaje*



Fuente: Hotel On Line 2006

Como puede ser percibido en el gráfico anterior, el sudeste es la región con mayor capacidad de hospedaje, siendo el estado de Sao Paulo el que dispara esta cifra, con el 21% de participación.

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 (2,9% 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

Movimiento Nacional e Internacional de pasajeros por Regiones de Brasil 2005		
Total vuelos regulares y no regulares		
Norte	Embarque	Desembarque
Acre	133.076	134.405
Amapá	209.343	203.295
Amazonas	749.124	797.207
Pará	930.164	961.553
Rondônia	150.734	143.161
Roraima	73.423	71.061
Tocantins	108.213	107.120
TOTAL	2.354.077	2.417.802

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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 (20,8% 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, absorbiendo el 80% de los resorts proyectados en Brasil entre 2004 y 2007.

En 2006 recibió 14,495 millones de turistas, siendo 13,200 millones de pasejeros nacionales y 1,8 millones de pasajeros internacionales. El grado de satisfacción del turista fue del 94,5% y el tiempo medio de permanencia 14días (Fuente: CTI-NE – Comisión de Turismo Integrado del Nordeste).

La región del Nordeste está siendo el centro de todas las miradas de los inversores europeos en los últimos años, especialmente de los españoles y portugueses. Su ubicación geográfica, junto con su riqueza natural y cultural, explica en gran medida este interés. El Nordeste brasileño constituye un punto estratégico por su equidistancia entre los principales mercados emisores de turistas a Brasil, que son Argentina, Europa y Estados Unidos, lo que genera grandes expectativas para desestacionalizar la demanda turística y conseguir un alto ratio de ocupación.

Aeropuertos y movimiento de pasajeros

Movimiento Nacional e Internacional de pasajeros por Regiones de Brasil 2005		
Total vuelos regulares y no regulares		
Nordeste	Embarque	Desembarque
Alagoas	376.025	389.557
Bahia	2.197.636	2.496.984
Ceará	1.257.861	1.372.304
Maranhão	320.476	318.874
Paraíba	190.207	193.095
Pernambuco	1.684.985	2.001.026
Piauí	159.781	159.273
Rio Grande Do Norte	620.025	619.324
Sergipe	245.803	244.497
TOTAL	7.052.799	7.794.934

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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, Espíritu 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

Movimiento Nacional e Internacional de pasajeros por Regiones de Brasil 2005		
Total vuelos regulares y no regulares		
Sudeste	Embarque	Desembarque
Espírito Santo	766.531	751.047
Minas Gerais	2.388.883	2.487.110
Rio De Janeiro	6.046.782	6.207.485
São Paulo	15.143.489	18.200.398
TOTAL	24.345.685	27.646.040

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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

Movimiento Nacional e Internacional de pasajeros por Regiones de Brasil 2005		
Total vuelos regulares y no regulares		
Sur	Embarque	Desembarque
Paraná	2.327.241	2.445.979
Río Grande Do Sul	1.736.712	1.649.026
Santa Catarina	1.155.215	1.169.831
TOTAL	5.219.168	5.264.836

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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

Movimiento Nacional e Internacional de pasajeros por Regiones de Brasil 2005		
Total vuelos regulares y no regulares		
Centro Oeste	Embarque	Desembarque
Distrito Federal	3.900.757	5.364.862
Goiás	628.144	608.322
Mato Grosso	441.785	438.471
Mato Grosso Do Sul	346.361	348.794
TOTAL	5.317.047	6.760.449

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

5.1. TENDENCIAS GENERALES DE CONSUMO

Tras la crisis del turismo global en 2001, acentuada en Brasil por la crisis argentina, se alcanzó el suelo de 3,8 millones de turistas internacionales en Brasil en 2002. Desde entonces el sector se ha ido recuperando, aunque no termina de cumplir las expectativas de fuerte crecimiento, continuamente anunciado por las autoridades.

En 2003 se experimentó una subida del 8% hasta alcanzar la cifra de 4,1 millones de turistas, tendencia que se confirmó en 2004, con la cifra de 4,8 millones de turistas (+15,9%) y en año 2005 registrando la cifra récord de 5,4 millones de turistas (+12.5%). Sin embargo, este crecimiento se ha visto truncado en 2006, año en que no se ha superado la barrera de los 5 millones de turistas,

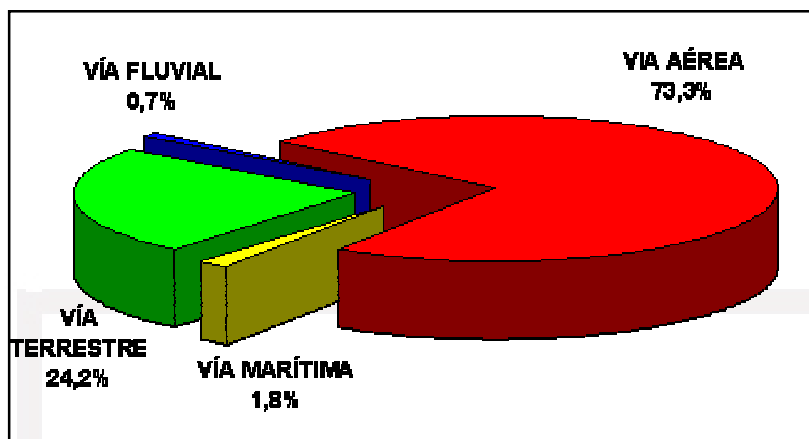
Turistas internacionales en Brasil								
Año	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	5,1	5,3	4,7	3,8	4,1	4,8	5,4	5,0

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2007

El flujo de visitantes a Brasil tiene un perfil estacional moderado, debido a la diversificación de los mercados emisores. El pico de recepción de turistas se produce durante la época de temporada alta. Este periodo corresponde al verano, estación que en el hemisferio sur va desde diciembre hasta marzo. Así, el mes con más entradas es históricamente enero, alcanzando en 2006 una cifra de 770.464 turistas, un 15% del total anual. Los meses que recibieron menos turistas fueron en 2006 mayo, junio, julio y septiembre.

Por medio de acceso, en 2006 la vía aérea acaparó un 73,3% de las entradas de turista, seguida de la vía terrestre, que aún presenta una importancia significativa con un 24,2% del total de entradas.

Entrada de turistas en Brasil según vía de acceso, 2006



Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2007

Entrada de turistas en Brasil según mes, 2006 Total vías de acceso (aérea, marítima, terrestre, fluvial)		
Norte	Nº Turistas	Porcentaje
Enero	770.464	15%
Febrero	589.383	12%
Marzo	473.648	9%
Abril	390.495	8%
Mayo	313.346	6%
Junio	306.601	6%
Julio	310.572	6%
Agosto	339.771	7%
Septiembre	297.162	6%
Octubre	353.482	7%
Noviembre	369.627	7%
Diciembre	504.440	10%
TOTAL	5.018.991	100%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2007

5.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Perfil del Turista Internacional en Brasil

Edad: turista predominantemente joven

El grupo más numeroso entre los turistas extranjeros que visitaron Brasil en 2005 fue el compuesto por las personas entre 32 y 40 años de edad (26,4%). Se observa una trade-off entre los jóvenes cuya participación crece, siendo el grupo entre 25 y 31 años el que más aumenta, y los mayores que disminuyen su participación. Estos datos ratifican la

tendencia observada en los años anteriores que avistaban un aumento en las visitas de los turistas más jóvenes.

Edad de los Turistas		
Edad	2004	2005
De 18 a 24 años	8,5%	8,8%
De 25 a 31 años	17,6%	19,7%
De 32 a 40 años	26,3%	26,4%
De 41 a 50 años	24,1%	24,2%
De 51 a 59 años	14,4%	13,7%
Más de 60 años	9,1%	7,2%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

Nivel académico elevado y variedad de profesiones

En torno al 69% de los turistas que viajaron a Brasil, en 2005, declaraban poseer nivel académico superior o de postgrado. El 27% se encuadraban en el nivel medio y apenas un 4% en un nivel elemental. Las profesiones de los turistas que visitan son diversas y denotan un nivel adquisitivo medio-alto, destacando los ingenieros, empresarios, estudiantes, comerciantes, jubilados y pensionistas, profesores, y administradores.

Nivel de Educación		
	2004	2005
Sin educación formal	1%	0%
Elemental	3%	4%
Medio	32%	27%
Superior	48%	50%
Postgrado	17%	19%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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

En 2005 la motivación “turismo” se mantiene como la principal razón de viaje (44,4%) aunque disminuye, seguida de los viajes de “negocios/ congresos/ convenciones” (29,1%), que mantiene la tendencia a aumentar de los últimos años. “Visitas a familiares y amigos” (22,6%) es la tercera razón de viaje. Los demás motivos están por debajo del 5%.

Motivo del Viaje		
Motivo del Viaje	2004	2005
Turismo	48,5%	44,4%
Negocios/Eventos/ Convenciones	28,7%	29,1%
Visitas a familiares y amigos	18,1%	22,6%
Estudios o cursos	1,6%	1,3%
Otros	3,1%	2,6%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

Factores que influncian 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

Aunque ha venido registrando un descenso en los últimos años debido a la apertura de nuevos puntos turísticos nacionales, el destino más importante sigue siendo Río de Janeiro, ya que ofrece tanto turismo de vacaciones como de negocios.

En el ámbito de los negocios, Sao Paulo se sitúa claramente como el principal receptor, copando la mitad de los visitantes en 2005

Otros destinos importantes son Foz de Iguazu, Salvador, Florianópolis, Fortaleza y Recife.

Destinos más visitados		
	2004	2005
Ocio		
Rio de Janeiro - RJ	34%	32%
Foz do Iguazu - PR	22%	17%
São Paulo - SP	14%	14%
Florianópolis - SC	12%	12%
Salvador - BA	14%	12%
Negocios, eventos e convenciones		
São Paulo - SP	51%	49%
Rio de Janeiro - RJ	25%	22%
Porto Alegre - RS	7%	8%
Curitiba - PR	6%	5%
Belo Horizonte - MG	5%	4%
Otros motivos		
São Paulo - SP	30%	33%
Rio de Janeiro - RJ	27%	25%
Belo Horizonte - MG	7%	6%
Salvador - BA	8%	6%
Foz do Iguazu - PR	6%	5%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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.

Utilización de Agencia de Viajes		
Forma de organización	2004	2005
Sí, paquete	17,5%	14%
Sí, solo servicios aislados	28,8%	24,4%
No	53,7%	61,6%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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”.

Tipo de alojamiento utilizado					
Tipo de alojamiento	2001	2002	2003	2004	2005
Hotel	69,8%	67,0%	63,7%	64,2%	59,7%
Casa de amigos/ parientes	19,8%	22,3%	24,0%	28,8%	24,3%
Apartamento/ Casa alquilada	6,6%	4,0%	5,1%	9,1%	8,1%
Apartamento/ casa propia	1,9%	3,8%	5,4%	3,5%	2,8%
Camping	0,2%	0,5%	0,6%	1,6%	2,0%
Resorts	-	-	-	-	1,7%
Otros	1,7%	2,3%	1,2%	0,8%	1,4%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

Permanencia media de dos semanas.

La permanencia media global de los turistas en viaje a Brasil en 2005 fue de 13 días. En relación con el motivo del viaje, los turistas que viajan en función de negocios, congresos y convenciones, permanecen una media de 8 días en el país, mientras que los que viajan para visitar amigos y parientes y otros motivos se sitúan cerca de los 19 días.

Permanencia media global					
Año	2001	2002	2003	2004	2005
Permanencia media (días)	12,2	14	13,5	12,7	12,8

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

Gasto medio per capita/día: 78 USD.

El gasto medio per capita/ día de los turistas en general, en 2005, registró un ascenso respecto a 2004 en todos los segmentos, situándose en los 78,32 US\$ para el total general. Esta tendencia, a falta de datos oficiales, se puede afirmar que continuó en 2006.

Gasto medio per capita/día (USD)		
	2004	2005
Turismo / Ocio	57,99	80,58
Negocios / Eventos / Convenciones	97,99	112,90
Otros motivos	48,21	60,18
Total	62,77	78,32

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2006

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%) manifiestan su intención de volver a Brasil y de que para la mayoría de los visitantes el viaje atendió plenamente (56,5%) o superó (29,4%) las expectativas.

Frecuencia de visitas a Brasil					
Turistas que visitan Brasil	2001	2002	2003	2004	2005
Primera vez	35,2%	34,7%	32,9%	33,4%	34,5%
No era la primera vez	64,8%	65,3%	67,1%	66,6%	65,5%

Fuente: EMBRATUR, 2006

Perfil del Turista Español en Brasil

Con datos también de Embratur, (Estudio de Demanda Turística Internacional, 2003) 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.

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 ocupó el primer lugar desbancando a Río de Janeiro, 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.

Con datos de 2005, la permanencia media del turista español que visitó Brasil por turismo/ocio, superó ligeramente la media del turista internacional (12,6 frente a 11,8 días) mientras que el gasto medio diario per capita fue claramente superior a la media del gasto por ocio (99,24 USD frente a 80,58).

Perfil del Turista Doméstico Brasileño

Este turismo muestra ciertas particularidades (EMBRATUR 2006): El 38,5% de los brasileños realiza por lo menos un viaje doméstico al año, destacando que el 70,7% de dichos viajes son flujos intrarregionales (dentro del mismo Estado). Dichos viajes suponen en su mayoría (25,6%) una permanencia de 2 a 3 noches, y son realizados en su mayor parte en coche (48,5%), seguido del autobús (21,7%) y del avión (15,7%) Respecto al tipo de alojamiento utilizado, son las casas de amigos y parientes las más utilizadas (54,6%), seguido de hoteles o posadas (28,8%) La tendencia desde el año 2002 ha sido el aumento de los viajes con utilización de avión y vehículo propio, así como el aumento en la utilización de hoteles, posadas e inmuebles alquilados. Sólo un 7,7% de los turistas domésticos emplean los servicios de una agencia.

Entre los motivos de los viajes domésticos se destaca con un 52,7% el visitar amigos y parientes, seguido con un 41,2% el sol y playa. Es destacable la fuerte estacionalidad de

los viajes debido al periodo de vacaciones y al clima, siendo diciembre (24,1%), enero (22,6%) y febrero (10,4%) los meses con mayor número de viajes.

Con datos de 2001, el gasto medio por viaje familiar fue de 3 veces el salario mínimo, y en el caso de las familias con 15 veces o más de salario mínimo el gasto medio supone 8 veces dicho salario. En 2006 el salario mínimo brasileño se sitúa en 350R\$. La duración media del viaje fue de 10,8 días en el año 2001.

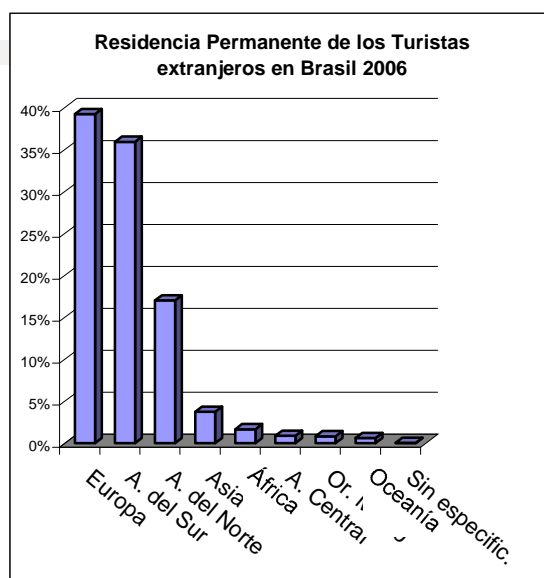
La mayor región emisora de turistas es la Región Sudeste, siendo la Región Nordeste la mayor receptora de turistas. Por destinos, el principal fue São Paulo (negocios) seguido de Río de Janeiro.

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

5.3. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Con datos de 2006, los tres principales mercados emisores son Europa (39%), América del Sur (36%) y América del Norte (17%), siendo el resto de regiones prácticamente marginales.



Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2007

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, se verificó una pequeña recuperación en 2003 y un gran aumento en 2004. En 2005 la evolución volvió a ser positiva, aunque en 2006 se produjo un retroceso que en realidad fue generalizado y común a la mayoría de mercados emisores. El segundo emisor en importancia es Estados Unidos. España deja de ocupar el puesto 11 en 2003 para posicionarse como 8º país emisor en 2006, con aumento sostenido año a año, presentando la mayor la tasa de crecimiento acumulada desde 2003 (+73%) creciendo por encima de la media (+60).

Principales países emisores de turistas hacia Brasil, año 2006		
Países Emisores	Nº de Turistas (evolución 04-05)	Cuota de mercado
1º. Argentina	921.061 (-7%)	17,2%
2º. Estados Unidos	721.633 (-9%)	13,5%
3º. Portugal	312.521 (-13%)	5,8%
4º. Italia	291.898 (-4%)	5,4%

5°. Uruguay	290.240 (-15%)	5,4%
6°. Alemania	277.182 (-10%)	5,2%
7°. Francia	275.913 (+5%)	5,1%
8°. España	211.741 (+22%)	4,0%
9°. Paraguay	198.958 (-20%)	3,7%
10°. Inglaterra	169.627 (+0%)	3,2%
11°. Chile	148.327 (-13%)	2,8%
12°. Holanda	86.122 (-21%)	1,6%
13°. Suiza	84.816 (-6%)	1,6%
14°. Japón	74.638 (+9%)	1,4%
15°. México	70.862 (-3%)	1,3%
16°. Canadá	62.603 (-17%)	1,2%
17°. Bolivia	55.169 (-19%)	1,0%
18°. Perú	54.002 (-10%)	1,0%
19°. Venezuela	50.471 (+4%)	0,9%
20°. Colombia	50.103 (+6%)	0,9%
Otros	611.104 (+3%)	11,4%
TOTAL	5.018.991 (-6%)	93,7%

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2007

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.

Entrada de turistas en Brasil por Estado, año 2006		
Estado	2005	2006
Amazonas	23.427	32.744
Bahia	138.959	178.862
Ceará	113.592	108.050
Mato Grosso Do Sul	56.991	48.625
Pará	20.694	15.484
Paraná	637.194	535.531
Pernambuco	90.836	72.131
Río Grande Do Norte	113.412	117.688
Río Grande Do Sul	642.325	619.595
Río De Janeiro	866.379	794.219
São Paulo	2.447.268	2.290.764
Santa Catarina	109.025	107.923
Otros Estados	98.068	97.375
TOTAL	5.358.170	5.018.991

Fuente: Anuario Estadístico EMBRATUR, 2007

Los Estados del Nordeste no son tan importantes hasta el momento como punto de entrada por el menor tamaño de sus aeropuertos y la menor frecuencia de vuelos regulares, aunque está cambiando por la entrada de vuelos chárter internacionales en los últimos años. Cabe destacar la evolución en los estados de Bahia y Rio Grande do Norte, donde la llegada de turistas internacionales en los últimos años ha experimentado un gran crecimiento (Bahía con 178.862 personas, Rio Grande do Norte con 117.688 en 2006).



6. BIBLIOGRAFÍA

Publicaciones

Organización Mundial de Turismo

- Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 5, N°1, enero de 2007.
- Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 4, N°1, enero de 2006.
- 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 34-2007.
- Anuário Estadístico Embratur. Volumen 33-2006.
- Anuário Estadístico Embratur. Volumen 32-2005.
- Anuário Estadístico Embratur. Volumen 31-2004.
- Evolución del Turismo en Brasil 1992-2002.

Ministerio de Turismo

- Plan Nacional de Turismo. Directrices, metas y Programas

World Economic Forum

Travel & Tourism Competitiveness Report 2007

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

Hotel On Line

www.hotelonline.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/

Estudios

Turespaña

· “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 de la 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».
- «Hotelaria em Números, Brasil 2006».

BSH-Internacional

- “Resorts in Brazil”, 2004.

HOTEL ON LINE

- “A indústria hotelera no Brasil, Análise Setorial do Segmento Hospedagem 2007”