

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2. BRASIL 2024 Mercado Emisor

MERCADO EMISOR

BRASIL 2024

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

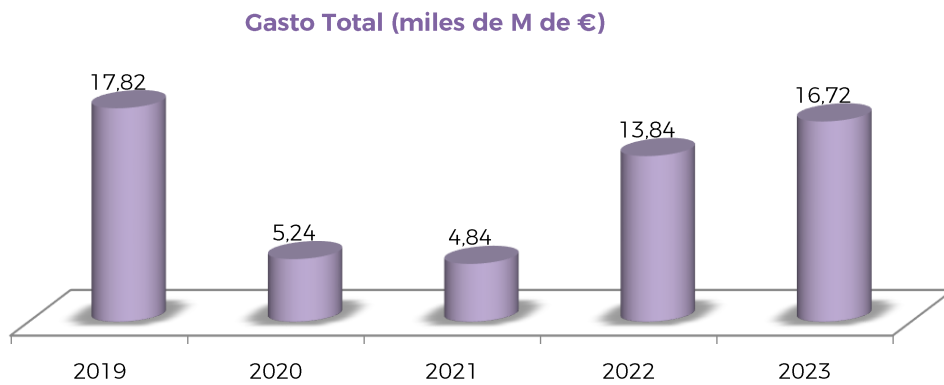
MERCADO EMISOR

Datos Clave

- El país cuenta con 203.080.756 habitantes (Fuente: Censo Demográfico 2022 - IBGE, octubre 2023).
- De ese total, solo unos 9 millones realizarían viajes al exterior (Fuente: “As Percepções dos Viajantes de Luxo Brasileiros”, MAPIE 2021, para la OET). Según Oxford Economics, en 2023, habrían viajado 9.761.100 brasileños, mientras que en 2019 lo habrían hecho 12.042.600 personas.
- El volumen de gasto en los viajes en el exterior en 2023 fue de 16.720 M de €, un -6,17 % menos respecto a 2019.
- Los viajes internacionales a Europa de los brasileños se producen, principalmente en los meses de julio y agosto y en menor medida en noviembre, diciembre y enero.
- La gran mayoría de los brasileños realiza viajes de ocio en los que priorizan el turismo de sol y playa y el histórico-cultural.
- En los viajes a España, su gasto total creció, en 2023, un +2,8 % con respecto al 2019. En el periodo de enero a abril del 2024 fue, sin embargo, inferior en un -13,7 % respecto al del 2023, y un -6,2 % con respecto al del 2019.
- También en los viajes a España, el gasto medio por persona, en el 2023 fue de 1.628 €, superior en un +2,8 % al del 2019. El del primer cuatrimestre del 2024 fue de 1.746 €, inferior en un 0,06 % con respecto al del mismo cuatrimestre del 2023, pero superior en un +17,5 % al del mismo periodo del 2019.
- En cuanto a su gasto medio por persona y día, en sus viajes a España, en el 2023 fue de 344 €, cifra superior en un +26,5 % a la del 2019. En el primer cuatrimestre del 2024 fue de 254 €, cifra inferior en un -19,1 % a la del mismo periodo del 2023, y en un -4,9 % a la del 2019.
- El número de turistas brasileño en el 2023 fue de 565.823, superior en un +62,7 % al del 2022 y en un +0,17 % al del 2019. En el primer cuatrimestre del 2024, fue inferior en un -13,62 % con respecto al 2023 y en un -20,2 % con respecto al 2019.

Volumen del mercado por gasto

Según datos de Oxford Economics, el volumen de gasto en el exterior de los brasileños durante 2023 fue de 16.720 M de €. A pesar de que este dato representa una caída del -6,17 % respecto a 2019, la recuperación del gasto en el exterior se puede considerar producida.



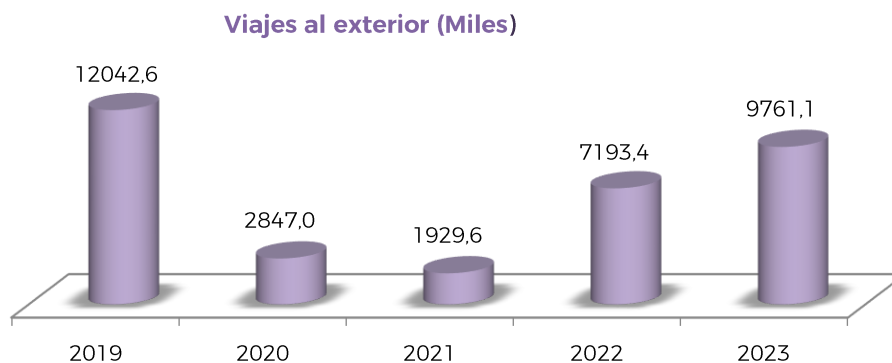
Fuente: Oxford Economics

5

Volumen del mercado por número de viajes

Según el estudio de MAPIE realizado para la OET de São Paulo en 2021, unos 9 millones de brasileños viajan al exterior cada año, lo que representa poco más de un 4 % de la población (censo actualizado a octubre de 2023).

De acuerdo con los datos de Oxford Economics, 9.761.100 brasileños viajaron al exterior durante 2023, unas cifras significativamente más bajas que en 2019, cuando se registraron 12.042.600 viajeros.



Fuente: Oxford Economics

Principales áreas emisoras

La distribución de la población en Brasil no es uniforme, ya que se localiza generalmente a lo largo de la costa atlántica, desde el extremo norte hasta el extremo sur. La mayor concentración, como se ha comentado anteriormente, se produce en el estado de San Pablo, con más de 46 millones de habitantes (IBGE, estimado 2021), de los cuales más de doce residen en la capital. Las principales áreas emisoras del país se concentran en los estados más ricos de la zona sur (Paraná, Santa Catarina y Mato Grosso do Sul) y sureste (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais y Espírito Santo). Ni el Gobierno Federal ni Ministerio de Turismo aporta datos de turismo emisor por Estados, de modo que no se presentan datos de viajes internacionales por áreas emisoras.

El principal estado emisor en volumen es San Pablo, que además tiene también una de las rentas medias más altas del país.

Organización del viaje y reservas

6

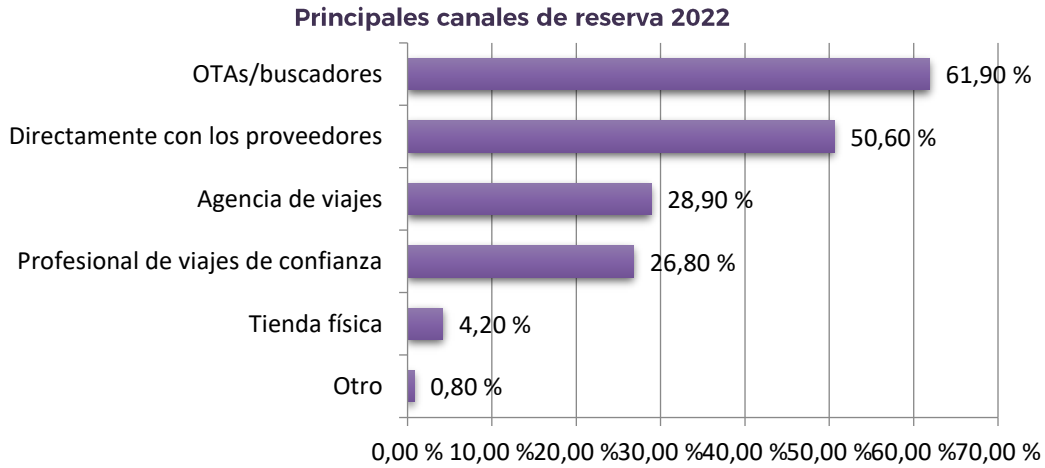
El informe “Annual Luxury Travel Report 2022/2023” publicado por ILTM y Panrotas muestra las características y tendencias del turista brasileño de alta renta. Aunque este tipo de turista no representa la totalidad del mercado emisor brasileño, si representa en buena parte al brasileño que viaja a Europa.

El informe se realizó a través de una encuesta sobre el turismo de lujo en Brasil entrevistando a 652 viajeros de todas las regiones del país, que tuvieran rentas familiares superiores a 20.000 R\$ (≈3.808,7 €) y que hubieran realizado, al menos, un viaje en los 24 meses anteriores. Se estima que en Brasil hay 1,2 millones de personas (IBGE/PNAD) que ganan por encima de veinte salarios mínimos (≈ 244 € en 2023). Para el presente apartado se han recogido, del informe, solo los datos referentes al turismo internacional.

También encuestaron a 119 agencias y operadoras de lujo y a sesenta proveedores del sector, como alojamientos, empresas de transporte y de hostelería. Para estas empresas, un cliente puede ser considerado del segmento de lujo cuando consume productos de lujo con frecuencia, independientemente de la renta mensual o del patrimonio.

El informe utiliza los resultados de ambas encuestas, contrastándolas. Según el informe, los principales canales de reserva elegidos por los turistas de renta alta son las agencias online y los buscadores, con un 61,9 % de los encuestados prefiriendo uno de estos dos

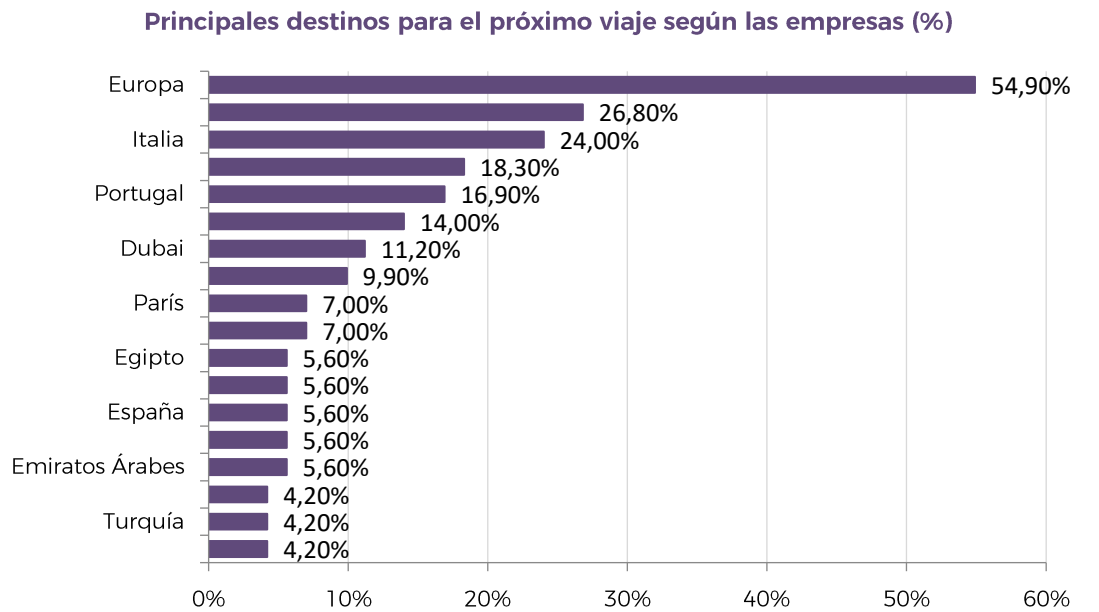
canales. La segunda opción preferida es reservar directamente con los proveedores. (50,6 %)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

7

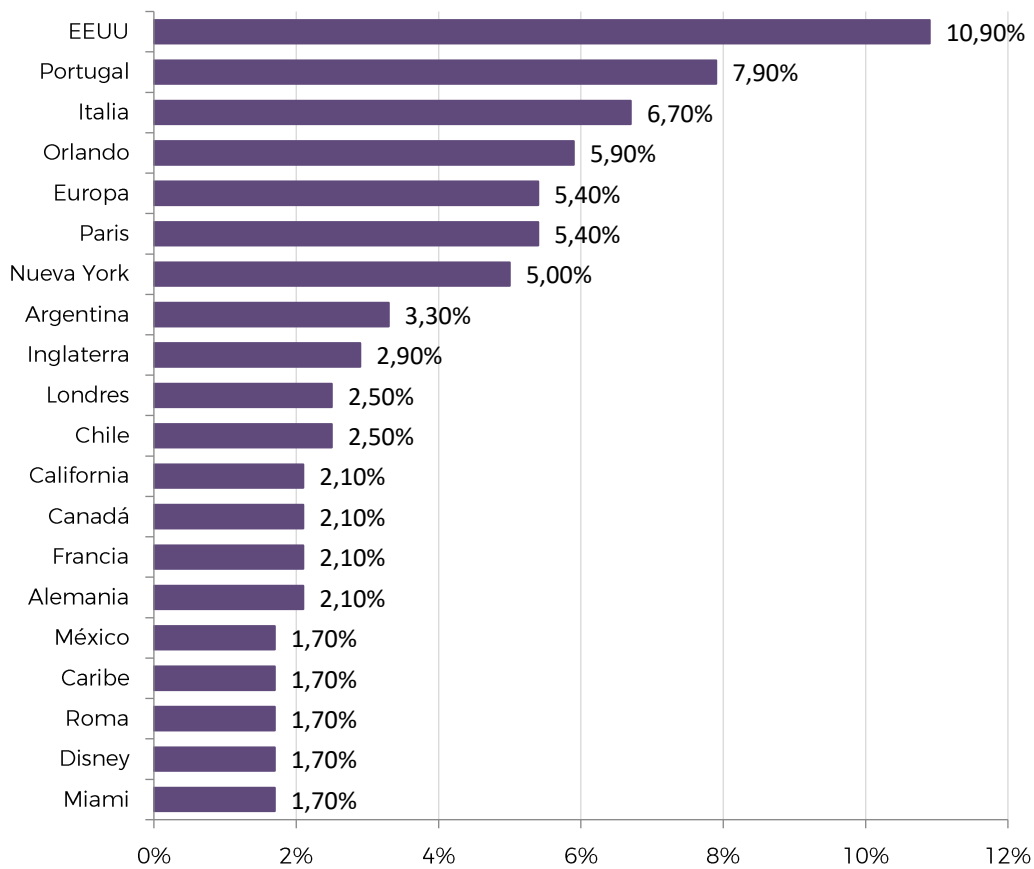
En la encuesta a las agencias y operadores el 61,9 % afirmó que los destinos internacionales son los más buscados, un 5,6 % que los nacionales y un 32,4 % que ambos por igual. La región de Europa era considerada la preferida por un 54,9 %, y los países preferidos eran los EE. UU. de A., con un 26,8 %, Italia, con un 24 %, Francia con un 8,3 % y Portugal con un 16,9 %, les seguiría España, con un 5,6 %.



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

Según los consumidores, sin embargo, EE. UU. sigue siendo el principal destino en los próximos viajes internacionales (10,9 %). Portugal (7,9 %) e Italia (6,7 %) están en segundo y tercer puesto. Europa se encuentra en quinto lugar con un 5,4 %. Como se puede observar, no aparece ningún destino español entre las preferencias de los encuestados.

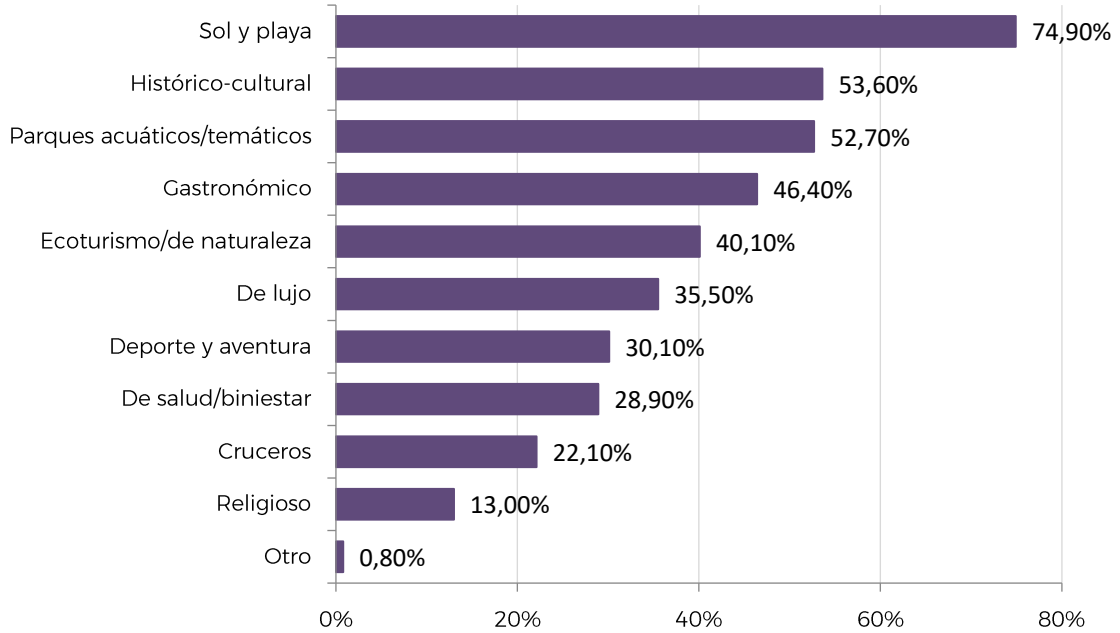
Principales destinos para el próximo viaje según los turistas (%)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

Según la encuesta a los consumidores, los tipos de destinos/productos preferidos, tanto nacionales como internacionales, son los de sol y playa, seguidos por los histórico-culturales, la diversión en parques acuáticos y temáticos y la gastronomía, pero tiene gran peso la gastronomía, la eco/naturaleza y el “lujo”.

Principales segmentos para el próximo viaje (%)

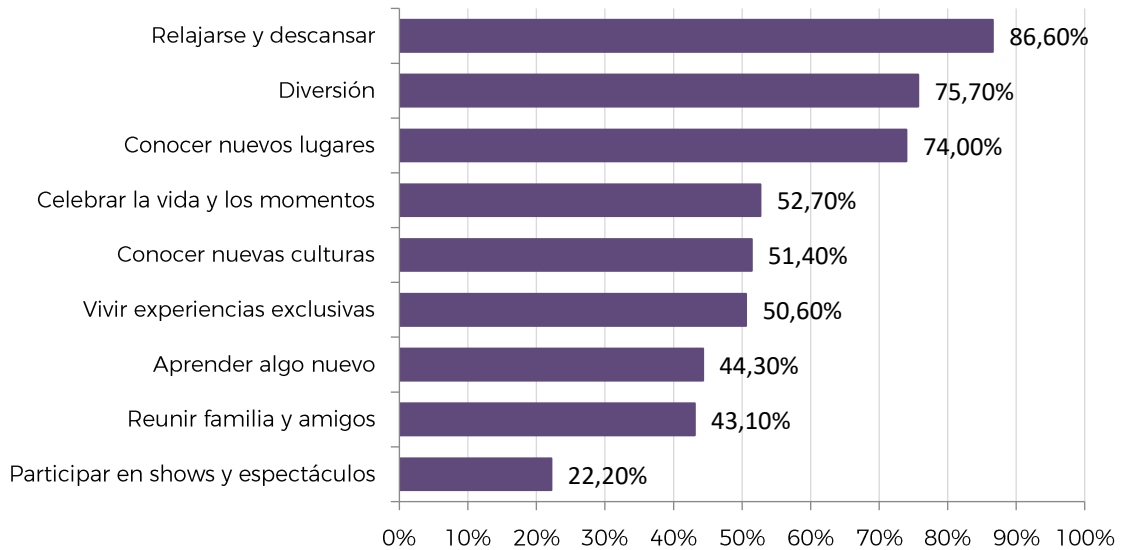


Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

9

Por lo que respecta al motivo de viaje, relajarse y descansar, diversión y oportunidad de conocer nuevos lugares (a esta última habría que añadir, por similitud, el conocer nuevas culturas) son las principales motivaciones, pero el resto tienen también un peso sustancial.

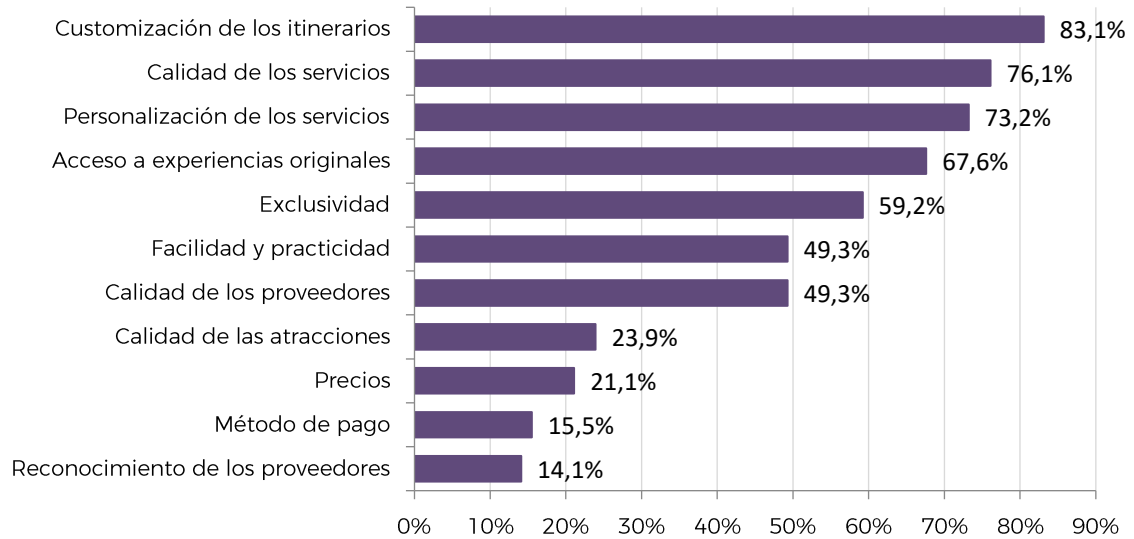
Principales propósitos (%)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

De acuerdo con la encuesta aplicada a las empresas del sector, los clientes están en busca de itinerarios personalizados. En segundo y tercer lugar, buscan la calidad y la personalización de los servicios además del acceso a experiencias, que son parte de esa personalización.

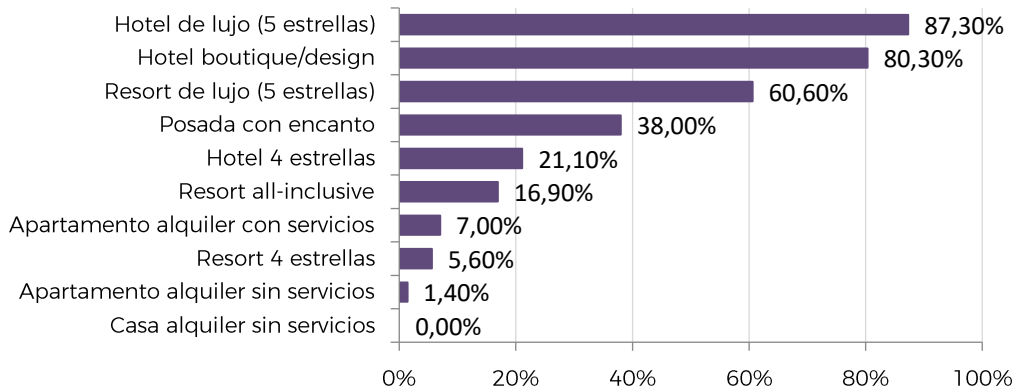
Características más relevantes para la elección del viaje (%)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

En cuanto al alojamiento, lo que más se vende son los hoteles de lujo de 5 estrellas, lo hacen un 87,3 % o los hoteles boutique/diseño, con un 80,3 %. Un porcentaje importante, aunque en menor medida, se decanta por resorts de lujo de 5 estrellas, con un 60,6 %.

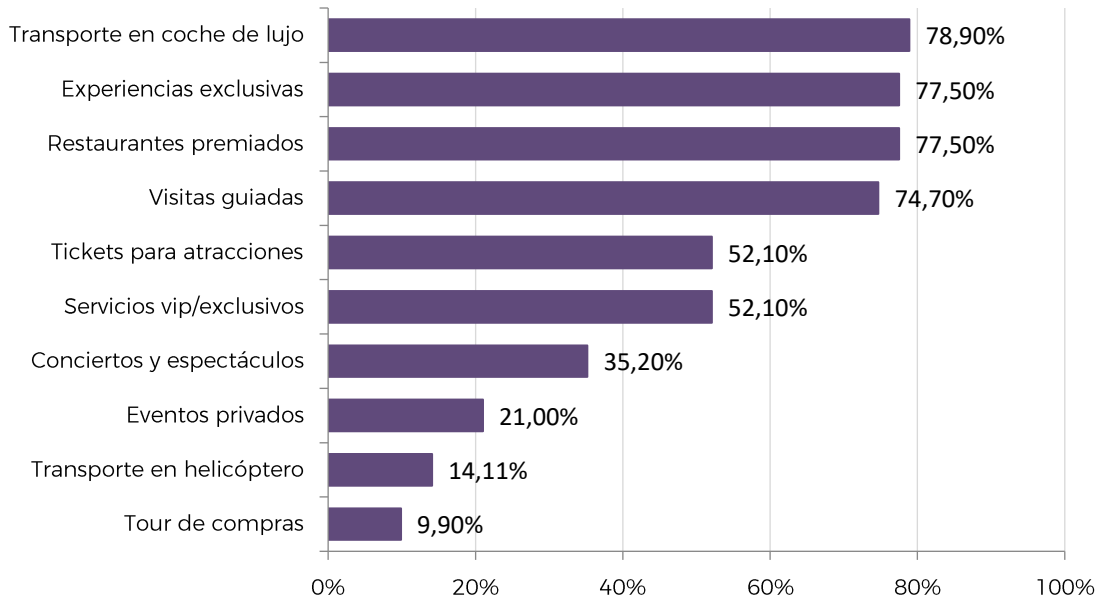
Tipos de alojamiento más vendidos (%)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

Los productos y servicios más vendidos son:

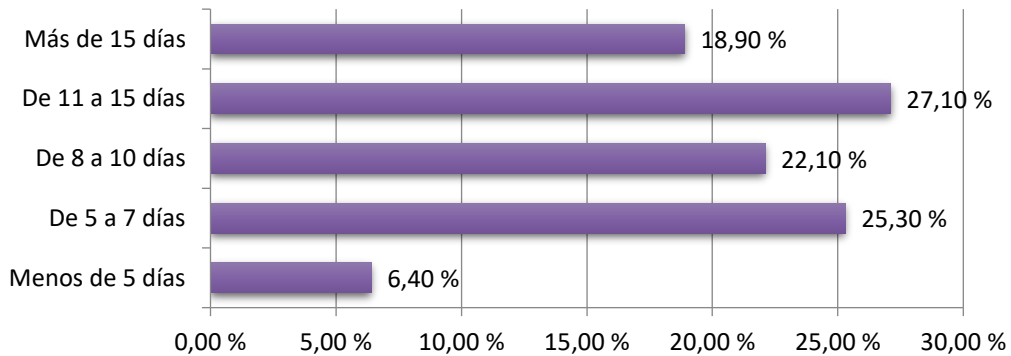
Principales productos y servicios adquiridos previamente (%)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

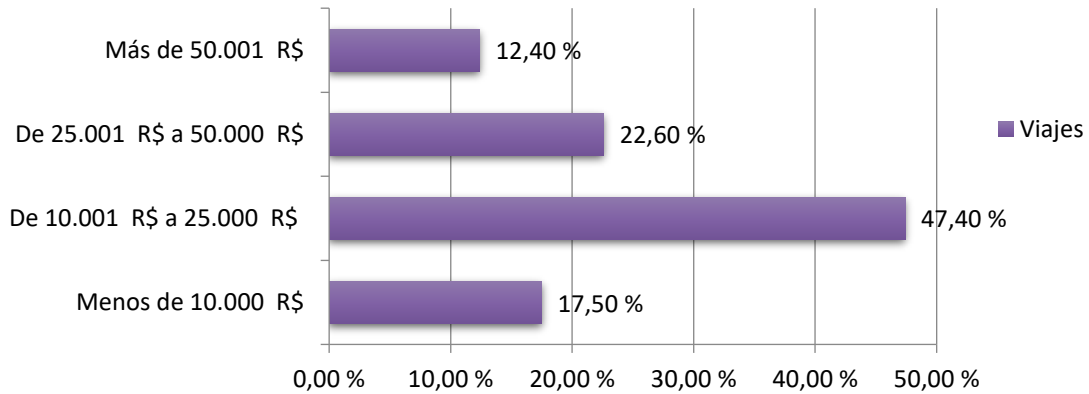
Por otra parte, habría habido un ligero aumento del tiempo de estancia en los viajes internacionales comparado con antes de la pandemia. Actualmente la estancia media sería de 5 a 15 días. El gasto medio sería de 10.000 R\$ (≈1.900 €) a 25.000 R\$ (≈4.761 €) por viaje. El 73,24 % de los agentes de viaje y operadores afirma que el presupuesto de viaje de sus clientes aumentó significativamente comparado con el periodo pre pandemia, el 18,3 % afirma que se mantuvo y el 8,4 % que disminuyó.

Tiempo de permanencia viajes internacionales (%)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

Gasto medio viajes internacionales (%)



Fuente: Annual Luxury Travel Report 2022/2023 ILTM/Panrotas

12

Conclusiones y tendencias

Se observa que el principal canal de reserva para el turista brasileño de alta renta sigue siendo las agencias online y buscadores, aunque una gran parte se decanta por reservar directamente con los proveedores. La agencia de viajes tradicional, aunque en menor medida, sigue teniendo un peso importante.

Estados Unidos, Portugal, Italia y Francia serían los destinos más demandados para próximos viajes.

La característica más importante para los turistas de alta renta es la personalización de los itinerarios y el tipo de alojamiento más vendido es el hotel de lujo de cinco estrellas. De los servicios que se reservan con anterioridad, los desplazamientos en coche de lujo son los más demandados.

Con referencia a la estancia durante los viajes internacionales, se ha registrado un pequeño aumento respecto al periodo pre-pandemia, así como del presupuesto de los viajes internacionales.

En cuanto a las tendencias, el informe TRVL Lab indica que el turista de alta renta aún conserva un mayor enfoque hacia los destinos nacionales hacia los extranjeros.

Además, existe una tendencia hacia el turismo eco-ambientalista que va a continuar a lo largo de los próximos años. De esta manera, se está incentivando a los turistas a hacer viajes sostenibles, que minimicen los impactos ambientales y respeten a las comunidades receptoras. Algunos agentes internacionales aseguran que han detectado un cambio en el perfil de sus visitantes, los cuales ahora buscan bienestar, cultura, gastronomía y naturaleza.

También se identifica una búsqueda más acentuada de destinos conocidos que no pudieron ser visitados durante la pandemia, principalmente en Europa. Los destinos exóticos todavía están volviendo de forma incipiente, empezando por Japón. Viajes al sureste asiático aún son poco comunes.

Por último, en la pirámide poblacional ganan cada vez más peso las generaciones *Millennial* y *Z*, las cuales han alcanzado las mayores cuotas de emisión de turistas.

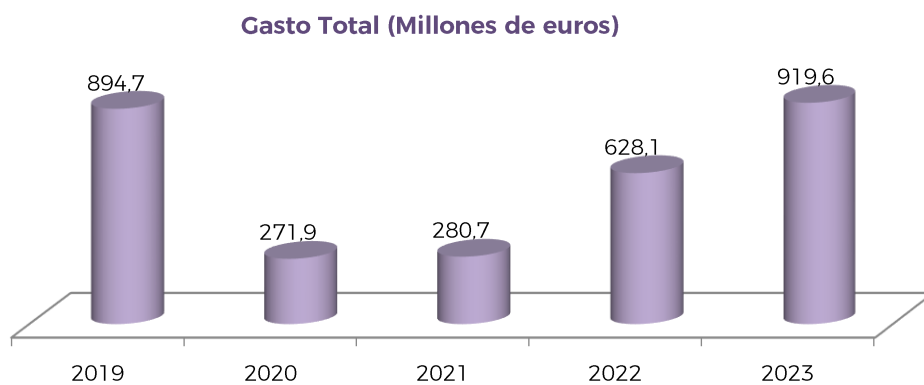
MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Según datos de Egatur (INE), el gasto total de los brasileños en España creció un +2,78 % con respecto al 2019.

En el periodo de enero a abril del 2024 fue, sin embargo, inferior en un -13,7 % respecto al del 2023, y un -6,2 % con respecto al del 2019.

13



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (Egatur)

El gasto medio por persona y viaje, en el 2023 fue de 1.628 €, superior en un +2,8 % al del 2019.

El del primer cuatrimestre del 2024 fue de 1.746 €, inferior en un 0,06 % con respecto al del mismo cuatrimestre del 2023, pero superior en un +17,5 % al del mismo periodo del 2019.

En cuanto al gasto medio por persona y día, de los brasileños, en sus viajes a España, en el 2023 fue de 344 €, cifra superior en un +26,5 % a la del 2019.

En el primer cuatrimestre del 2024 fue de 254 €, cifra inferior en un -19,1 % a la del mismo periodo del 2023, y en un -4,9 % a la del 2019.

Número de viajes a España

También en el número de turistas brasileños que visitan España vimos una recuperación en el 2023, con 565.823 visitas en 2023, un +62,7 % más que en el 2022, y del +0,17 % con respecto al 2019.

14

Sin embargo, en los cuatro primeros meses de 2024 el número de visitantes ha caído un -13,62 % respecto a 2023, y un -20,2 % respecto a 2019.



Fuente: INE

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Los Estados Unidos de América sigue siendo el destino principal de los brasileños. Según datos de Oxford Economics, Estados Unidos recibió, en 2023, un total de 1.624.700 visitantes brasileños. Les siguió Argentina, con 1.526.800 llegadas de turistas.

España se encontraría sexto lugar, por detrás de Portugal, Uruguay y Francia, con 456.600 visitas en 2023.

Top 10 destinos internacionales para turistas brasileños (miles de viajes)

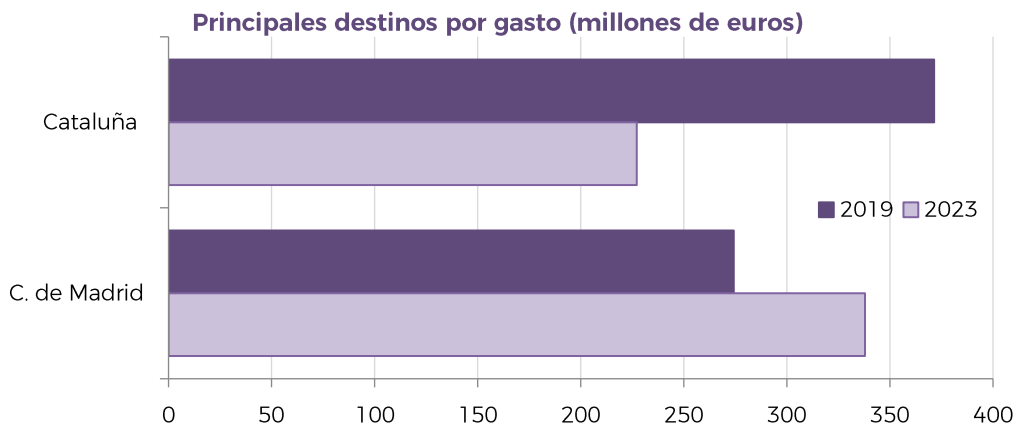
Destino	2023	% del total
EEUU	1.624,7	16,65 %
Argentina	1.526,8	15,64 %
Portugal	1.168,8	11,97 %
Uruguay	696,0	7,13 %
Francia	594,3	6,09 %
España	456,6	4,68 %
Chile	374,3	3,83 %
Reino Unido	322,6	3,31 %
Italia	301,1	3,08 %
Uruguay	270,1	4,12 %

Fuente: Oxford Economics

Principales destinos en España

En cuanto a los destinos españoles más visitados por los brasileños, Cataluña y la Comunidad de Madrid siguen siendo las comunidades con más demanda.

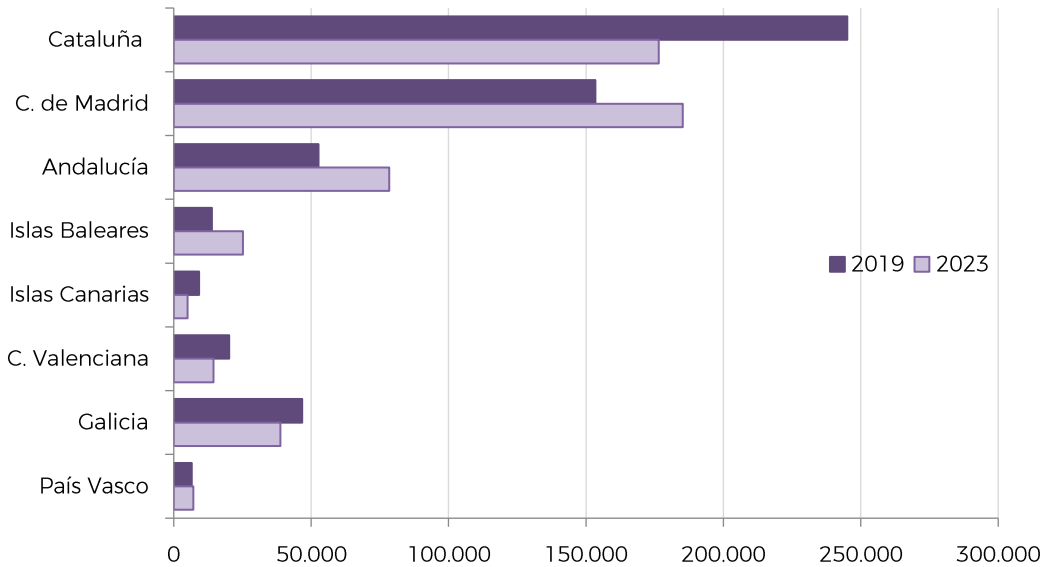
Los datos de EGATUR sólo muestran el gasto realizado en estas dos comunidades, debido a que la muestra para las demás comunidades no es suficiente para dar como fiables los resultados.



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (Egatur)

Los datos ya si son estadísticamente fiables para el número de llegadas a cada comunidad.

Principales destinos por nº de turistas



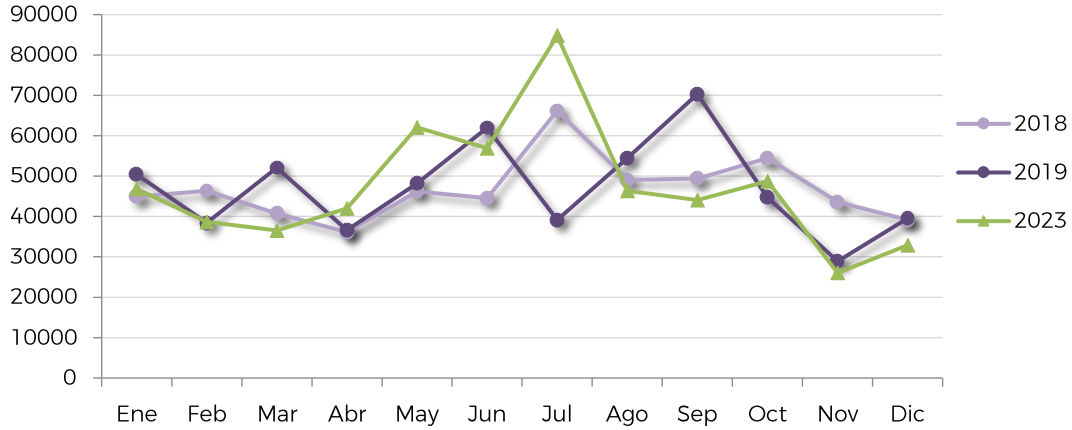
Fuente: INE

Por otra parte, un informe de ForwardKeys de junio 2024 recoge las llegadas de turistas, de enero a mayo, y su incremento con respecto al 2023, a varias comunidades autónomas. Madrid, con 68.432 llegadas, con un incremento del +32,7 %; Cataluña, con 43.327 llegadas, y un incremento del +30,4 %; Andalucía, con 4.677, un +19,6 %; C. Valenciana, con 6.053 llegadas y un +158,8 %; e Islas Baleares, con 1.785 llegadas y un +52,3 %.

Comportamiento viajero

En Brasil las temporadas de vacaciones escolares son el mes de julio, finales de diciembre y enero, pero no puede decirse que esto determine totalmente el número de viajes a España. Como tendencia general, los meses principales son julio y agosto.

Estacionalidad

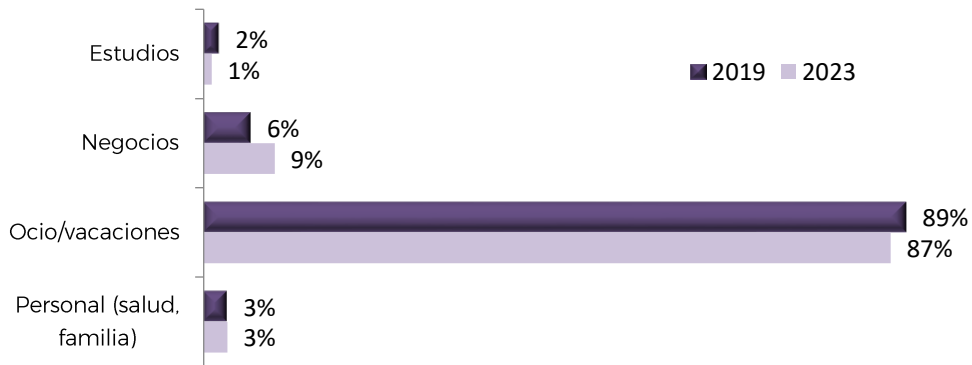


Fuente: INE

Los brasileños visitan España mayoritariamente, en un 87 % en 2023 y un 89% en 2019, por motivos de ocio y vacaciones. No hay cambios destacables respecto al nivel pre-pandemia.

17

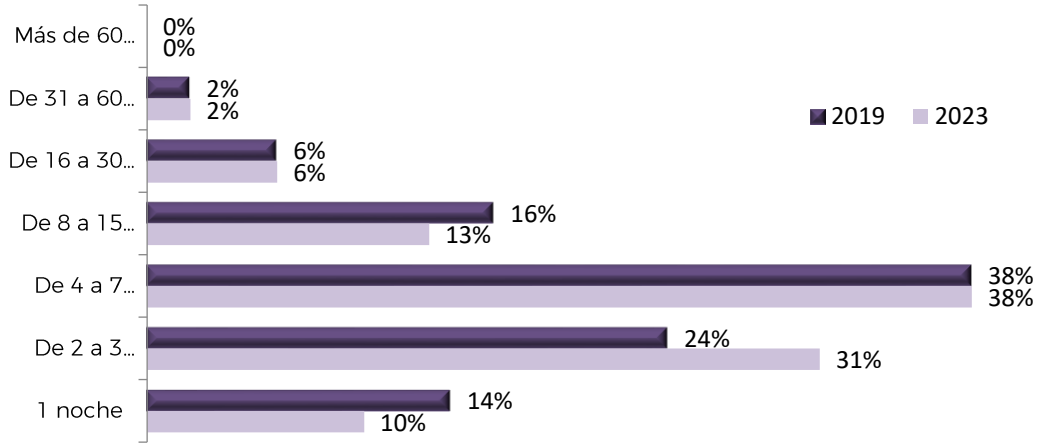
Motivación del viaje (%)



Fuente: INE

Respecto a la duración de la estancia en España, los números no difieren significativamente respecto a 2019. La mayor parte de los turistas brasileños tienen estancias medias o cortas, seguidas de las de ocho a quince días.

Duración del viaje (%)

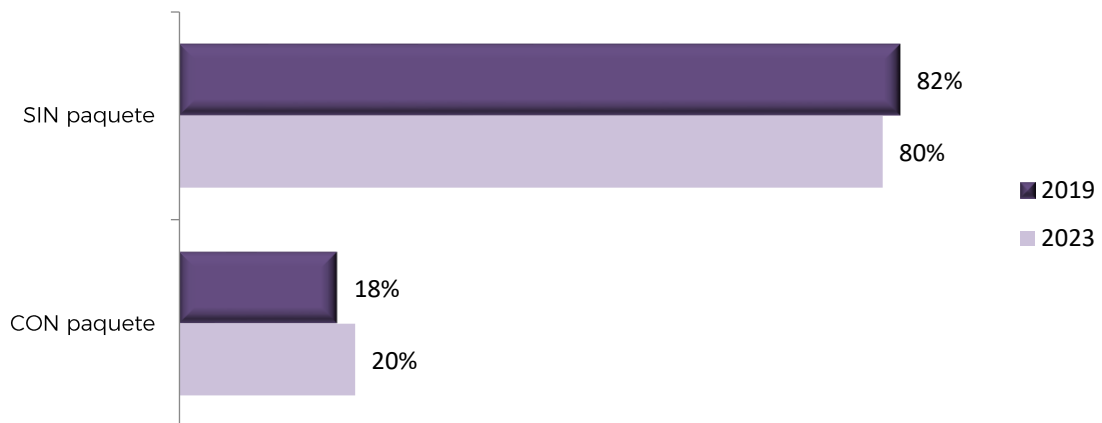


Fuente: INE

18

Respecto a la organización del viaje, la casi totalidad viajaron a España sin paquete turístico, tanto en 2023 como en 2019.

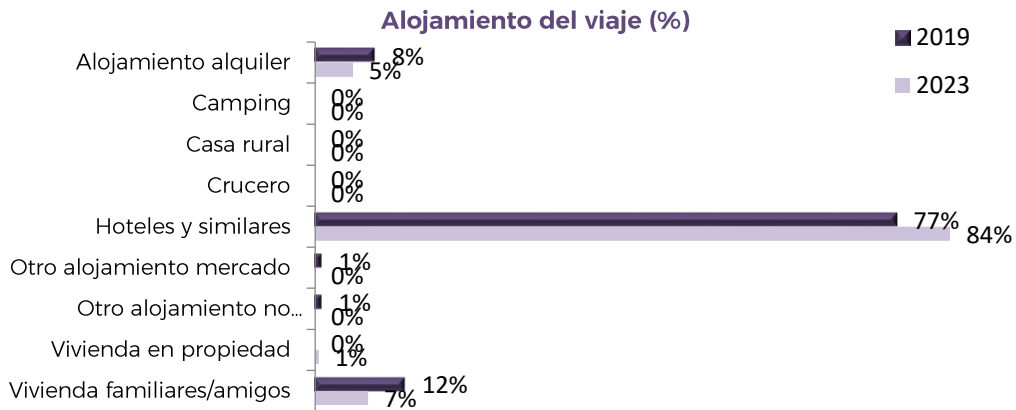
Viajes con paquete (%)



Fuente: INE

El alojamiento de mercado sigue siendo el preferido por los turistas brasileños, mayoritariamente hoteles y similares. En segundo lugar, se observa una pequeña

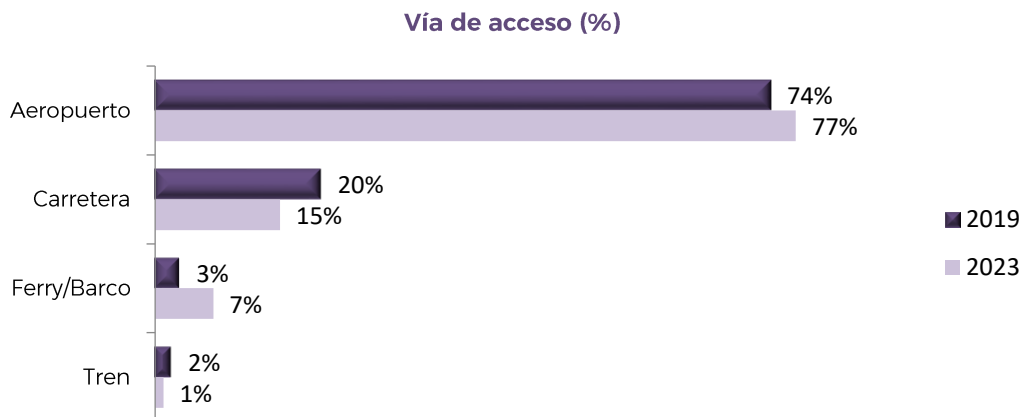
proporción de turistas utilizando alojamiento fuera del mercado, específicamente viviendas de familiares o amigos. En tercer lugar y en menor medida, se encuentran los alojamientos de alquiler vacacional.



Fuente: INE

19

La vía de acceso principal es el avión. También se observa, aunque en menor medida, una tendencia al incremento de las llegadas por carretera, lo que se debe a que muchos turistas viajan a España desde otros países europeos, aprovechando el viaje para visitar varios destinos. Ello también muestra la propensión del brasileño al alquiler de coches para sus desplazamientos.



Fuente: INE

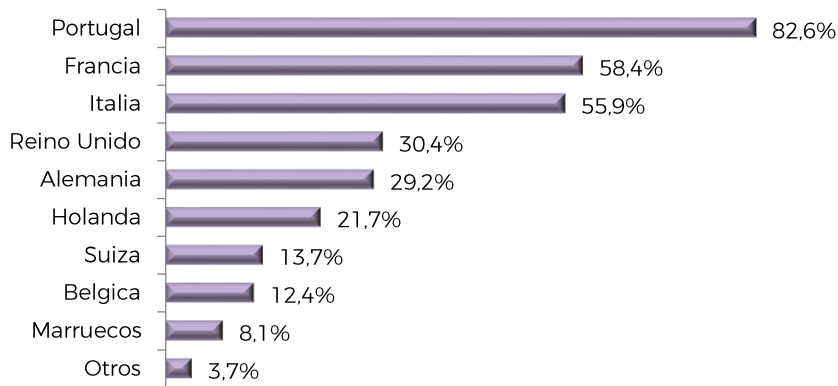
Perfil del viajero

El turista brasileño que viaja a España, y a Europa en general, tiene un poder adquisitivo alto. En noviembre del 2021 se encargó por la OET un estudio a MAPIE para conocer el perfil demográfico del brasileño que viaja a España, así como sus preferencias y deseos. Las personas que participaron en la encuesta habían realizado, por lo menos, un viaje internacional en los 36 meses previos y tenían una renta familiar superior a 20.000 R\$ (≈3.809 €). Además, estas personas afirmaron ya haber viajado a España (el 68,53 % ya estuvo en España) o tener intención de hacerlo.

En primer lugar, cabe destacar que muchos de estos turistas aprovechan el viaje a Europa para conocer varios destinos. El país que más se combina con España es Portugal, en un 82,61 % de los casos, por la cercanía y por el volumen de conexiones aéreas que tiene con Brasil; en segundo y tercero lugar se encuentran Francia, con un 58,39 %, e Italia con un 55,90 %; es decir nuestros tres principales competidores europeos.

20

Países visitados en combinación con España (%)



Fuente: MAPIE - Estudio realizado para la OET São Paulo en dic. de 2021

La mayor parte de los encuestados conocía Madrid, un 90,32 %, y Barcelona/Cataluña, un 68,89 %. Los brasileños se decantaron por conocer Santiago de Compostela/Galicia (32,80 %), Ibiza/Islas Baleares (29,57 %), Sevilla/Andalucía (26,88 %) y Valencia/Comunidad Valenciana (20,43 %).

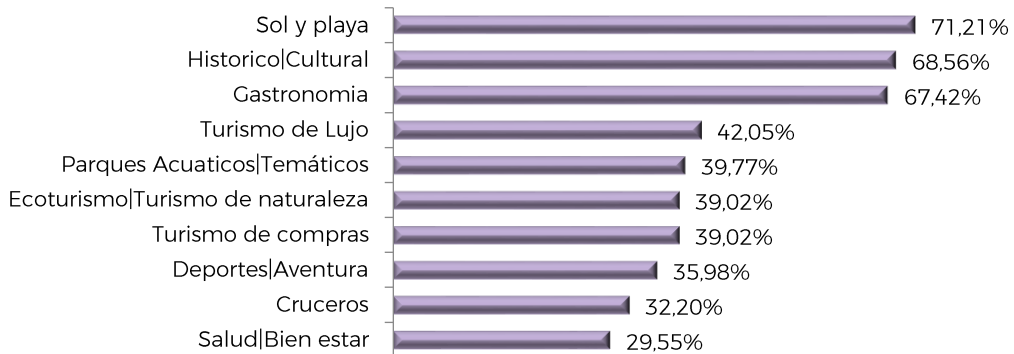
Ciudad-regiones visitadas en España (%)



Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

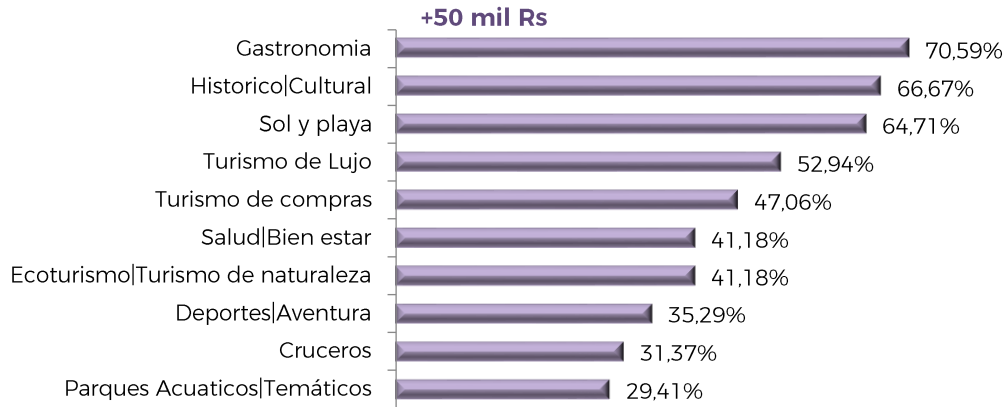
En cuanto a los productos turísticos que los encuestados tenían pensado consumir en su próximo viaje a España, destacan el turismo de sol y playa, con un 71,21 %; histórico/cultural, con un 68,56 %; y gastronómico, con un 67,42 %. Cuando se analizó el perfil de los turistas brasileños con rentas familiares superiores a 50.000 R\$ (≈9.521,8 €), las preferencias cambiaron ligeramente: encabezó la lista el turismo gastronómico, con un 70,59 %; seguido del turismo de lujo, con un 52,94 %; y el ecoturismo/turismo de naturaleza, con un 41,18 %.

Productos turísticos deseados para el próximo viaje a España (%)



Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

Productos turísticos deseados para el próximo viaje a España - renta

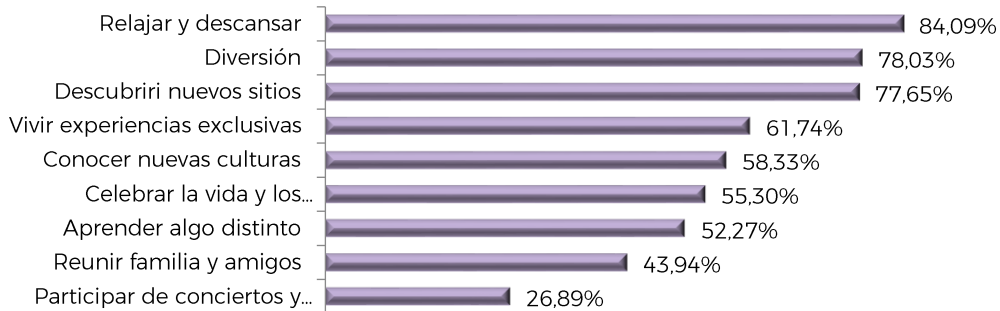


Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

22

Los principales motivos para viajar a España para los encuestados fueron el relajarse y descansar, en un 84,09 %; divertirse, en un 78,03 %; y conocer lugares nuevos, en un 77,65 %.

Motivación del viaje en España (%)

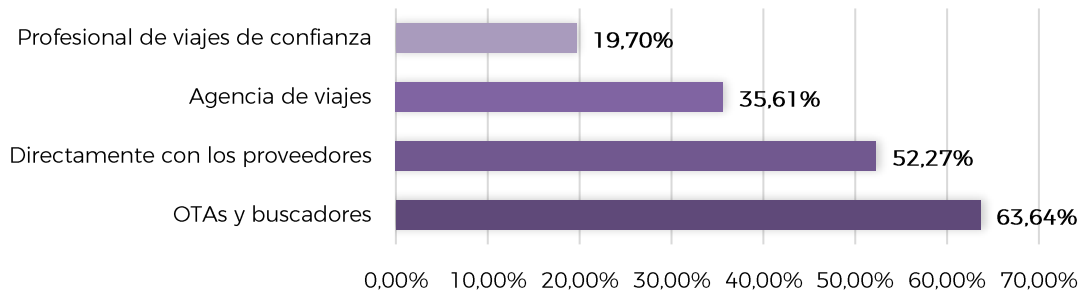


Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

Las redes sociales tienen una gran importancia para escoger los destinos de vacaciones. El 56,4 % de los encuestados elegiría basándose en comentarios en las redes sociales. El 56,1 % visitaría lugares ya conocidos y el 53,3 % se basaría en comentarios de familiares y amigos que ya hubieran estado.

En cuanto al medio para reservar los viajes, la mayoría de los encuestados afirmó que reservaría su próximo viaje a España de forma independiente, a través de las agencias online o directamente con los proveedores. Es importante mencionar que; en el actual contexto post pandemia, las agencias de viaje han recuperado gran parte de su protagonismo a la hora de reservar viajes. Sin embargo, no hay datos disponibles sobre las preferencias de reserva actuales para viajes a España, por lo que se presentan los datos del informe MAPIE.

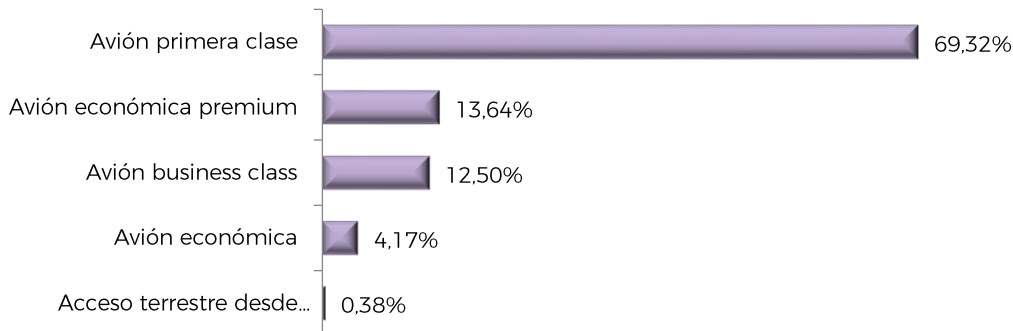
CANALES DE RESERVA UTILIZADOS PARA EL PRÓXIMO VIAJE A ESPAÑA (%)



Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

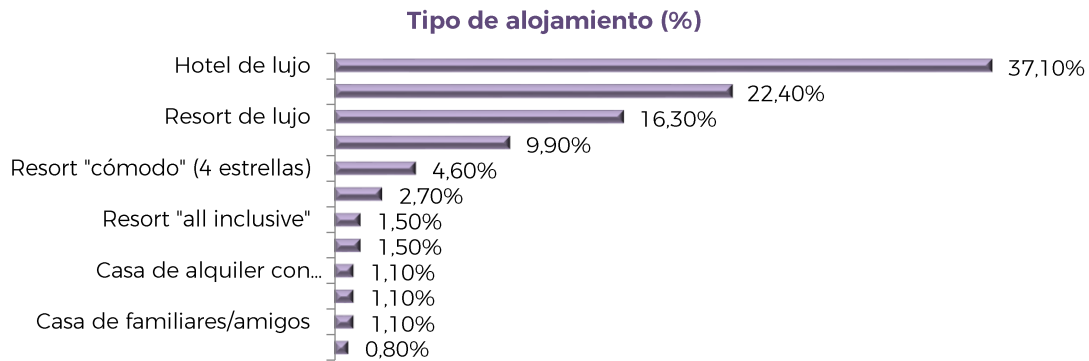
Aunque ya se han comentado las principales vías de acceso que utilizaron los brasileños para llegar a España en 2019 y en 2023, se presentan los medios de transporte elegidos por los encuestados para su próximo viaje. Como se puede observar, el billete de avión en primera clase es el medio preferido.

Vía de acceso (%)



Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

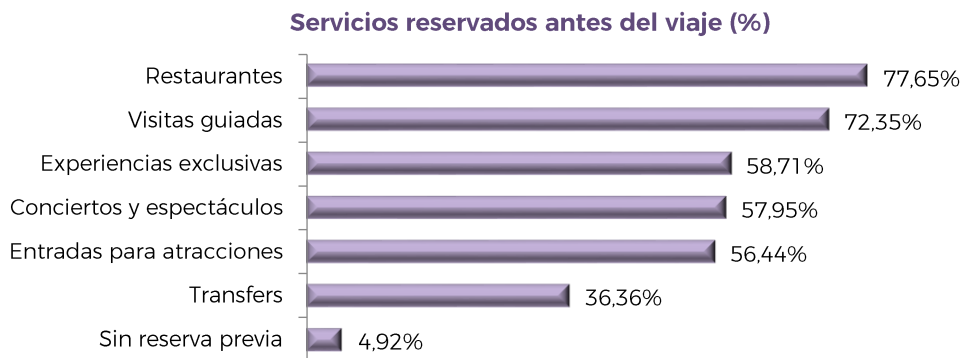
En cuanto al tipo de alojamiento escogido por los encuestados, destacaron los hoteles de lujo, en un 37,1 % de los encuestados; hoteles “cómodos” (cuatro estrellas), en un 22,4 %; y los complejos hoteleros de lujo, en un 16,3 %.



Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

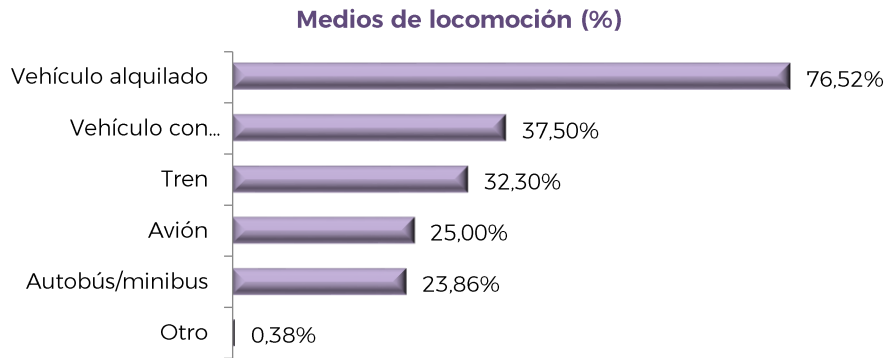
24

Dentro de los servicios reservados antes de realizar el viaje, los encuestados destacaron los restaurantes, en un 77,7 % de los encuestados, las visitas guiadas, en un 72,4 %; y las experiencias exclusivas, en un 58,7 %.



Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

Por otra parte, los medios de locomoción dentro de España que los encuestados escogieron fueron principalmente el vehículo alquilado, un 76,5 % de los encuestados; un vehículo con conductor, en un 37,5 %; y el tren, en un 32,3 %.



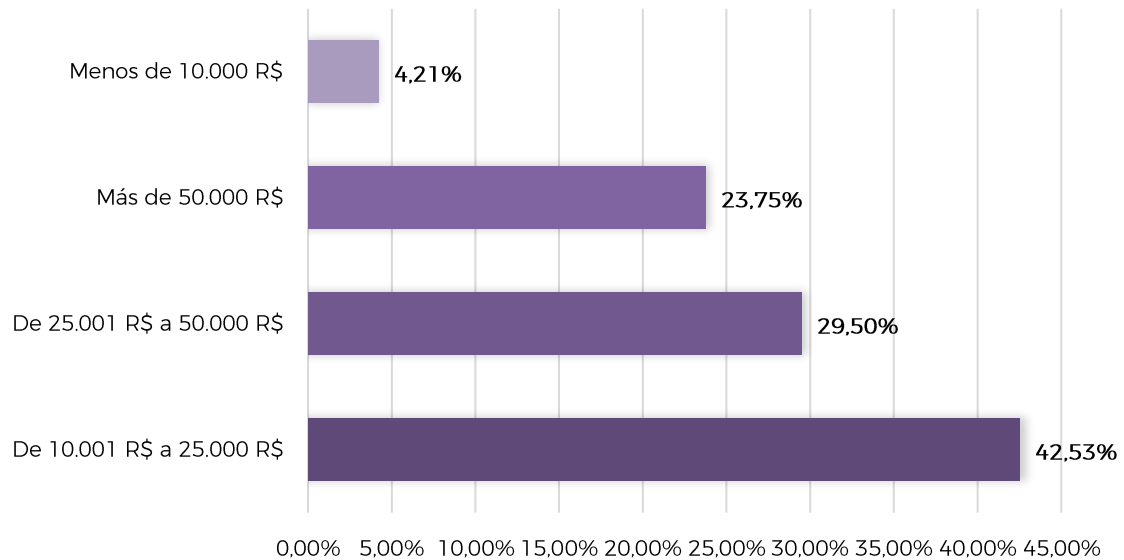
Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

Por último, se muestran los resultados del gasto medio de los turistas brasileños en España utilizando dos fuentes diferentes.

Según el estudio de MAPIE, la mayoría de ellos, un 42,53 %, gasta entre 10.000 R\$ (≈ 1.904 €) y 25.000 R\$ (≈ 4.761 €) en cada viaje a España. El 29,50 % gasta entre 25.001 R\$ y 50.000 R\$, y el 23,75 % más de 50.001 R\$.

25

GASTO MEDIO POR FAMILIA EN VIAJES A ESPAÑA (%)



Fuente: informe realizado por MAPIE para la OET Sao Paulo en diciembre de 2021

Conclusiones y tendencias

El turismo brasileño en España ha seguido unas tasas de recuperación similares a las del turismo a otros países, aunque muy inferiores a las de México o Colombia.

Tanto el gasto como el número de visitas se recuperaron rápidamente durante 2023, llegando a superar las cifras de 2019 (+2,78 % y +0,17 % respectivamente).

No obstante, los datos del primer cuatrimestre del 2024 no son positivos los de Egatur en gasto muestran descenso del -13,67 % con respecto al mismo periodo de 2023 y un -6,24 % con respecto al del 2019. El gasto medio por persona si habría mejorado, un +17,5 % con respecto al mismo periodo de 2019,

El número de visitantes muestra una caída que justifica la del gasto: un -13,62 % respecto al mismo periodo de 2023 y un -20,2 % respecto 2019.

26

Frente a esto, un informe de ForwardKeys de junio 2024 afirma que de enero a mayo de este año llegaron a España 114.699 turistas brasileños, lo que, según sus datos, implicaría un crecimiento del +30,5 % respecto al mismo periodo de 2023.

Con respecto al periodo pre-pandemia, ForwardKeys (comparando el periodo junio 2023 – mayo 2024 con el periodo junio 2018 – mayo 2019) señala que solo a partir de febrero de 2024 las llegadas han empezado a superar las cifras pre-pandemia: en febrero fueron un +5,5 % superiores, en marzo un +2,1 %, en abril un +14,2 % y en mayo un 8,6 %.

En cuanto a destinos, Cataluña y Madrid siguen siendo los destinos más visitados, aunque invierten su posición tomando Madrid la delantera. Andalucía y Galicia son las dos comunidades que más se visitaron en 2023 después de las ya mencionadas.

La posición de España con respecto a sus competidores europeos no muestra signos de cambio, y, probablemente seguiremos siendo el cuarto destino más visitado.

En cuanto al comportamiento del turista brasileño, las agencias aprecian una mayor demanda de destinos menos conocidos y no masificados. Estimamos que el mercado tendrá una evolución lenta, pero constante, en esta dirección.

Las entradas son mayores durante el tercer trimestre del año y la estancia media es de aproximadamente una semana, siendo el viaje de cuatro a siete noches el más común.

El tipo de alojamiento preferido siguen siendo los hoteles y similares, y la vía de acceso principal sigue siendo el avión, aunque hay una tendencia creciente a usar la carretera para llegar a España desde otros países europeos.

Con mucha frecuencia, aprovecha el viaje a Europa para conocer varios destinos. El país que más se combina en circuito con España es Portugal, por la cercanía y el volumen de conexiones con Brasil, seguido de Francia e Italia.

Los brasileños se interesan principalmente por el sol y playa, el turismo histórico-cultural y la gastronomía. Cuanto mayor es la renta del turista, mayor importancia cobra el componente gastronómico.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

27

Análisis de la competencia

Los Estados Unidos de América siguen siendo su destino principal. Según Oxford Economics recibió en 2023 un total de 1.624.700 visitantes brasileños. El segundo destino más visitado fue Argentina, con 1.526.800 llegadas. En este ranking España se encuentra en sexto lugar, por detrás de Portugal, Uruguay y Francia, con 456.600 visitas en 2023.

Top 10 destinos internacionales para turistas brasileños (miles de viajes)

Destino	2023	% del total
EEUU	1.624,7	16,65 %
Argentina	1.526,8	15,64 %
Portugal	1.168,8	11,97 %
Uruguay	696,0	7,13 %
Francia	594,3	6,09 %
España	456,6	4,68 %
Chile	374,3	3,83 %
Reino Unido	322,6	3,31 %
Italia	301,1	3,08 %
Uruguay	270,1	4,12%

Fuente: Oxford Economics

Posicionamiento e imagen de España

Por el conocimiento empírico que tenemos, el brasileño destaca como aspectos positivos la cercanía y la hospitalidad del pueblo español, así como la intensidad de la vida social y la forma de afrontar la vida: alegría, pasión e intensidad.

Por un lado, la riqueza cultural, monumental y artística del país, a pesar de no ser tan conocida como la de otros países europeos (Italia y Francia) y, por otro, la enogastronomía, en alza en los últimos años, son también factores de atracción en los que contamos con una ventaja competitiva respecto a otros destinos europeos.

Otro diferencial es la calidad y extensión de la red de comunicaciones, tanto de carretera como ferroviaria, que permite al turista desplazarse con facilidad y seguridad por el país.

28

Entre las debilidades cabe destacar que, aunque en términos de simpatía y hospitalidad el español está mejor valorado que otros europeos, el carácter franco y directo del español, el tono de voz – que para ellos resulta elevado –, la expresividad de nuestra lengua y la manera de hablar, les lleva a percibir al español como maleducado y de permanente mal humor.

España cuenta con una buena imagen país en Brasil y en los últimos años ha pasado a constituir un referente cultural, artístico, gastronómico y, por ende, turístico, especialmente entre la élite brasileña, que debemos aprovechar.

Esto ha propiciado un conocimiento mayor y más profundo de nuestro país, aún centrado en torno a las ciudades de Madrid y Barcelona. Nuestro reto es conseguir diversificar una mayor demanda hacia otras regiones de España.

Conectividad aérea con España

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS ESPAÑA Y COMPETIDORES EUROPEOS

País	Ciudad de origen	Ciudad de destino	Compañía Aérea
España	Madrid	Rio de Janeiro	Iberia
		Salvador	Air Europa
		São Paulo	Iberia, Air Europa, LATAM y Air China
	Barcelona	São Paulo	LATAM
Portugal	Lisboa	Belém	TAP
		Belo Horizonte	TAP
		Brasilia	TAP
		Fortaleza	TAP
		Natal	TAP
		Porto Alegre	TAP
		Recife	TAP
		Rio de Janeiro	TAP
		Salvador	TAP
		São Paulo	TAP, LATAM y Azul
	Porto	Rio de Janeiro	TAP
		São Paulo	TAP
Francia	París	Fortaleza	Air France
		Rio de Janeiro	Air France
		São Paulo	Air France, Azul y LATAM
Italia	Roma	Rio de Janeiro	ITA
		São Paulo	ITA
	Milán	São Paulo	LATAM

Fuente: elaboración propia a partir de datos de OAG Traffic Analyser

En los últimos meses se han abierto nuevas conexiones y se han aumentado las frecuencias de conexiones, a España, ya existentes:

- El vuelo Rio de Janeiro – Madrid, de Iberia, ha pasado de cuatro a seis frecuencias semanales durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre.
- El vuelo São Paulo – Madrid, de LATAM, pasó de siete a once frecuencias semanales en mayo.
- El vuelo Salvador – Madrid, de Air Europa, pasó de dos a tres frecuencias semanales a finales de 2023.
- Air China ha reabierto la conexión São Paulo – Madrid – Beijing, con dos frecuencias semanales.

Esta mayor oferta de conexiones directas con España ha facilitado una caída de los precios de los billetes de avión, lo cual puede influir positivamente en la llegada de turistas brasileños para la temporada de verano.

30

Tramitación de documentos de viaje

Los brasileños que viajan a España por motivos turísticos para estancias de hasta noventa días no precisan de visado.

Si deben contar con billete de ida y vuelta, y acreditar la disponibilidad de medios económicos suficientes para la estancia prevista o estar en condiciones de obtenerlos legalmente.

El pasaporte brasileño, deberá ser válido hasta tres meses después de la fecha prevista de salida del territorio Schengen, y haber sido expedido dentro de los diez años anteriores a la fecha de entrada.

No es obligatorio un seguro de viaje.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

En cuanto a volumen del mercado, los niveles de renta de la población y su estratificación no se espera que tengan modificaciones a medio o a medio-largo plazo, por tanto, los incrementos en el número de turistas procederán de cambios en el comportamiento (las generaciones más jóvenes tienden a considerarlo una necesidad) o de que nuestra captación de viajeros, entre los que van a Europa y los EE. UU. de A., sea mayor.

En cuanto a destinos y producto:

- Los destinos menos conocidos y masificados ganarán peso, pero la demanda se mantendrá hacia ciudades y hacia destinos litorales (aquellos que ofrezcan recursos adicionales y servicios exclusivos).
- Se mantendrá la demanda del Camino de Santiago.
- Surge con cierta fuerza la demanda de destinos o rutas con componentes enogastronómicos.
- Aumentará la demanda de viajes con los desplazamientos realizados en automóvil.
- Como segmentos especiales que esperamos que crezcan está el de incentivos, el de bodas y, en menor medida, y además ligado a que haya precipitaciones de nieve, el de esquí.

El turista brasileño seguirá apreciando los servicios personalizados y “exclusivos”. Los alojamientos demandados seguirán siendo los hoteles de cuatro estrellas superior, cinco estrellas y cinco superior. Los alojamientos “no de mercado” pueden crecer, en general, entre los segmentos más jóvenes, pero los de lujo también en segmentos de edades más maduras.

Previsiones a medio plazo

La paulatina bajada de precios de los billetes incidirá positivamente en los flujos a España.

Según el informe ETC Long-Haul Travel Barometer 2024 (enero 2024), gracias a una economía con capacidad de recuperación y una creciente confianza del consumidor a finales de 2023, la intención de viaje en Brasil se mantiene alta en 2024. A principios de año, el 56 % de los encuestados brasileños tenía planeado un viaje de larga distancia entre enero y abril. De estos, el 49 % tenía un destino europeo en mente.

El sentimiento positivo hacia Europa lo encabeza el público joven (menos de cincuenta años) con rentas altas. Los brasileños llegando a Europa estos meses probablemente buscarán experiencias exclusivas, ya que el 50 % considera un presupuesto diario de 200 € por persona. El 46 % está especialmente interesado en la cultura e historia europeas, lo que incluye explorar yacimientos históricos, visitar museos y asistir a eventos culturales. El 41 % está más interesado en la gastronomía de cada país.

En cuanto a preferencia e intención de viaje en el horizonte temporal de enero a abril de 2024, en relación a los países europeos, muestra que España estaría en el cuarto lugar

Top 10 destinos europeos para turistas brasileños (enero-abril 2024)

Francia	42 %
Portugal	41 %
Italia	35 %
España	24 %
Reino Unido/Alemania	15 %
Suiza	13 %
Grecia	9 %
Austria/Bélgica	7 %
Dinamarca	5 %
Noruega/Irlanda/Finlandia	4 %

Fuente: ETC Long-Haul Travel Barometer 1/2024

Por otra parte, el informe de junio de ForwardKeys prevé una mejora de las cifras en el corto plazo: en junio las llegadas deberían ser un +26,9 % superiores respecto a junio de 2023; en los próximos tres meses (junio-agosto) deberían ser un +35,7 % superiores respecto al mismo periodo de 2023; y en los próximos seis meses (junio-noviembre) deberían ser un +39,4 % superiores.

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

Para las visitas turísticas a España, los brasileños no necesitan visados.

No se considera que haya factores especiales que puedan incidir en el volumen de viajes a España

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 