



**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSION MARCA PAT

Perfil del turista

**Brasil**

# Contenido

---

1

Características generales del país

---

2

El mercado de Brasil

---

\*

Economía en Brasil

---

\*

Flujo de turismo emisor al mundo

---

\*

Destinos visitados por el turista residente en Brasil

---

\*

Tendencias del mercado brasileiro

---

\*

Gasto del viajero residente en Brasil

---

# Contenido

---

3

## El turista residente en Brasil

---

\*

Perfil del turista

---

\*

Motivaciones de viaje

---

\*

Selección del destino

---

4

## Los turistas brasileiros en Colombia

---

\*

Llegada de viajeros suramericanos a Colombia

---

\*

Llegada de viajeros de Brasil a Colombia

---

# Contenido

---

5

Conectividad aérea

---

6

Intermediarios

---

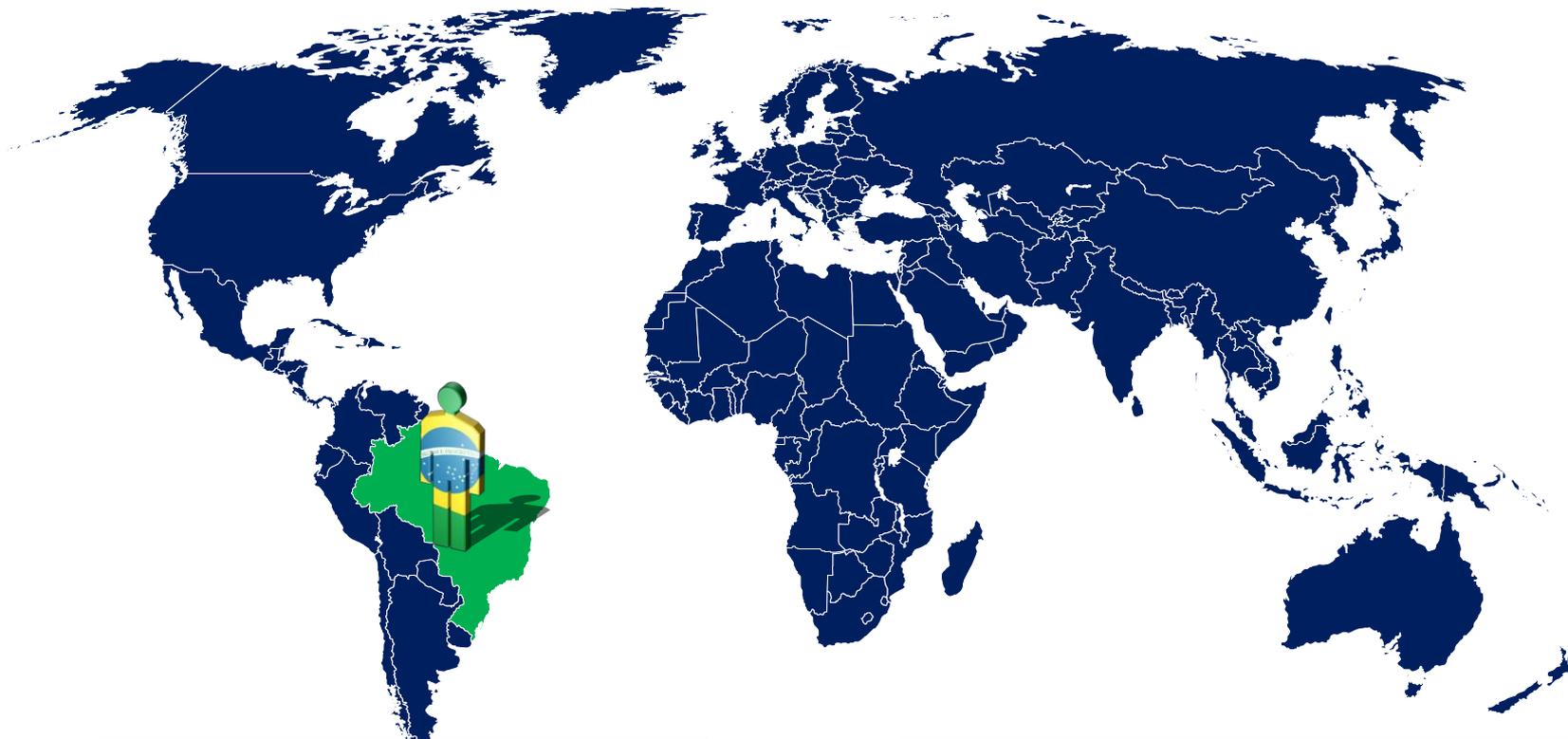
7

Intermediarios

---

# Brasil

---



**Población:** 199.3 millones

**Idioma oficial:** Portugués

**Moneda:** Real (BRL)

**Días de vacaciones pagas:** 22 días

**Principales aerolíneas:** GOL, LATAM,  
Avianca Brasil, TRIP, Passaredo.

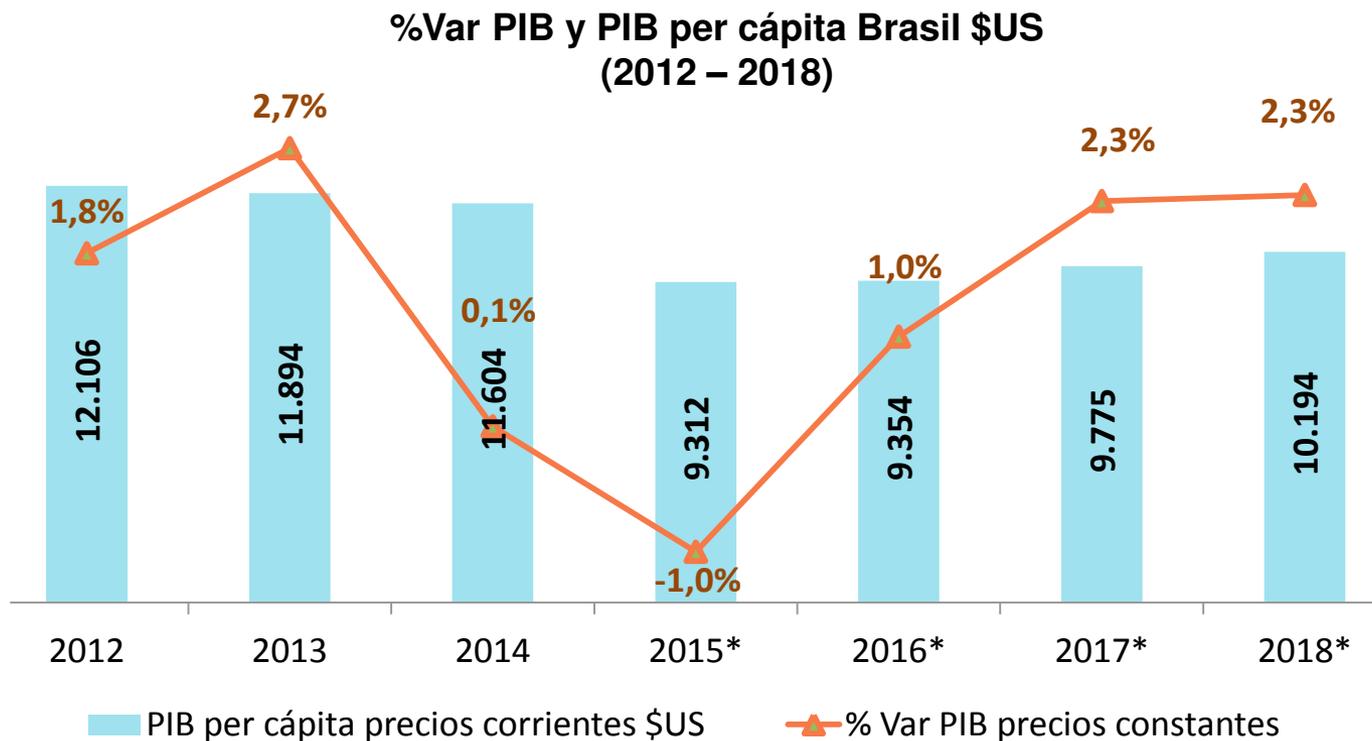


# El mercado de Brasil



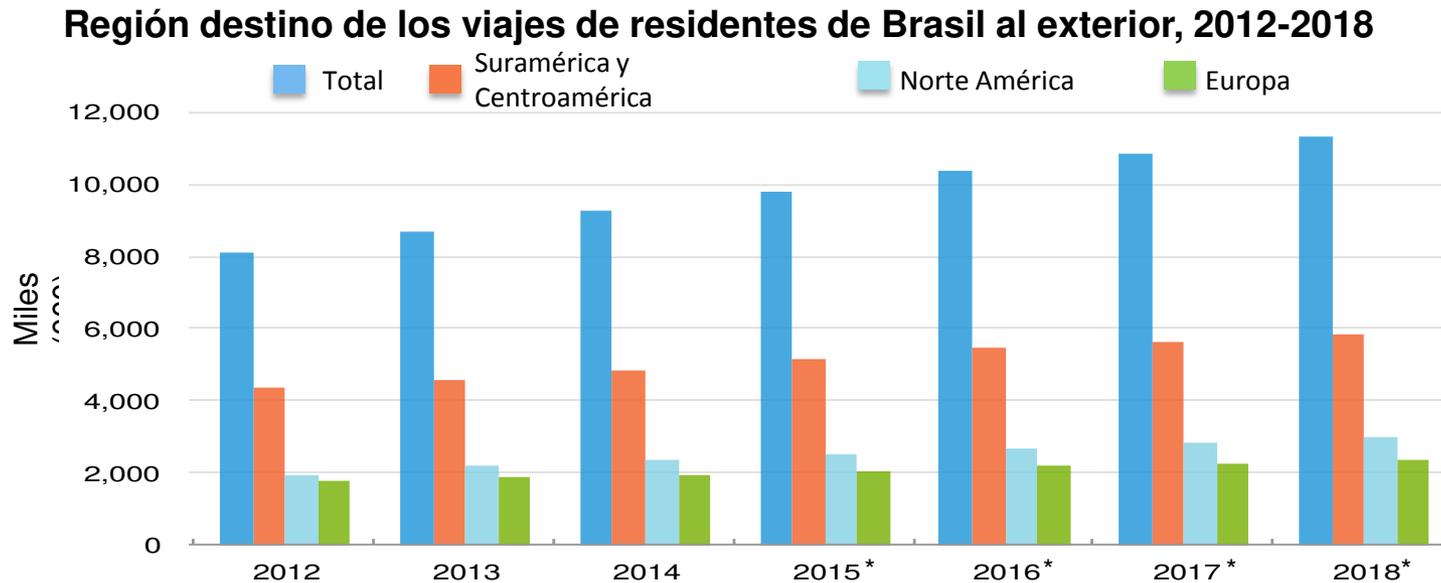
# Economía en Brasil

- El FMI estima una caída en el PIB de Brasil, con un decrecimiento de 1% en 2015. El 2014 no fue un buen año para la economía brasilera que creció un 0,1% en 2014.
- El fortalecimiento del dólar frente al real ha comenzado a afectar las exportaciones y al turismo. El gasto de los turistas brasileiros parece disminuir al ritmo de la contracción de la economía del país.



# Flujo de turismo emisor al mundo

- En 2014 viajaron al exterior 9,1 millones de brasileños con un crecimiento de 12% comparado con el año anterior.
- Se espera que a 2018 el crecimiento anual ponderado sea de 5.4%, alcanzando los 11,3 millones de salidas de brasileños .
- El poder adquisitivo de la clase media en Brasil tuvo un crecimiento significativo en el periodo 2010-2014, aunque existe un recelo respecto al crecimiento económico en 2015, se estima que este segmento del mercado será el que empujará en mayor medida el crecimiento de los viajes al exterior de los brasileños.



## Destinos visitados por el turista de Brasil

- Estados Unidos es el principal destino de los turistas brasileños, siendo Orlando, New York, Las Vegas y Los Ángeles las principales ciudades visitadas, le siguen Argentina e Italia.
- Dentro del top 10 de destinos de los brasileños, el mayor crecimiento en 2014 lo tuvo Perú, con 10,5% frente a 2013.

### Países destino de los viajes de los residentes de Brasil al exterior, 2012-2018

País	2012	2013	2014	2015*	2016*	2017*	2018*
EE.UU	1,791.1	2,060.3	2,209.1	2,318.6	2,529.0	2,729.3	2,928.0
Argentina	1,217.1	1,348.7	1,417.7	1,488.5	1,568.5	1,639.0	1,718.1
Italia	696.1	703.4	722.9	743.4	776.6	807.7	835.6
España	445.0	458.1	495.6	518.1	546.7	571.5	587.1
Chile	373.8	409.7	446.5	473.2	500.6	525.2	542.8
Uruguay	396.8	404.0	424.9	437.3	445.2	451.7	462.6
Alemania	255.7	291.3	317.0	346.5	372.6	395.1	414.3
Reino Unido	259.5	270.6	292.0	302.9	317.3	329.8	342.5
Perú	126.1	135.4	149.6	153.9	163.5	173.4	178.9
Rep. Dominicana	79.9	87.7	94.3	101.3	108.9	118.3	128.6

## Tendencias del mercado

---



- **Clase media emergente:** en 2014 Brasil se posicionó como la séptima economía más grande del mundo, a pesar del bajo crecimiento (0,1%) del PIB en 2014. Las proyecciones económicas del país para 2015, prevén una recesión en la capacidad adquisitiva de la clase media emergente.
- **Redes sociales:** Brasil es la segunda nación más activa en Twitter después de EEUU, actualmente hay 33 millones de brasileros con cuentas en Twitter y 36 millones con cuentas en Facebook.
- **Largas estadias:** los brasileros tienen un promedio de 4 semanas de vacaciones al año, lo que los convierte en viajeros multidestinos con una estadía aproximada de 17 noches.

## Tendencias del mercado

---



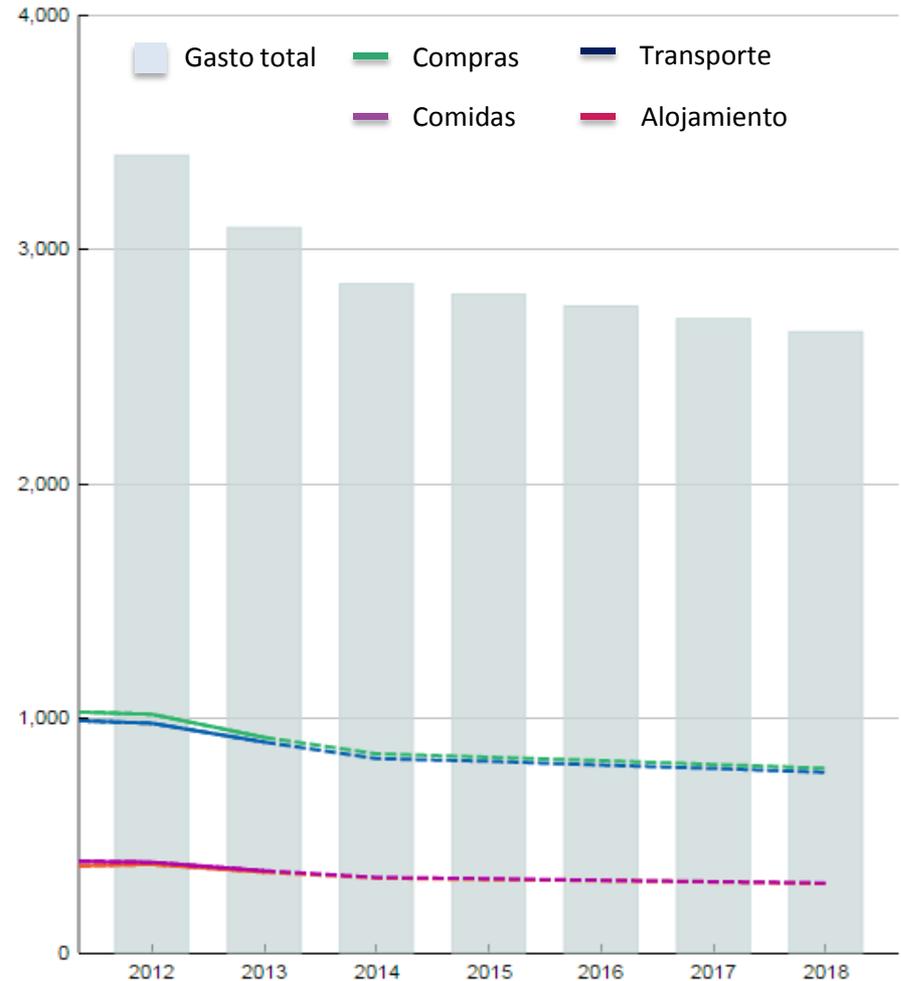
- **Internet avanza:** aunque internet cada vez tiene más usuarios en Brasil su participación de mercado sigue siendo baja, por lo que la búsqueda y selección de destinos sigue siendo mayor en los medios tradicionales. Agencias de viajes como CVC siguen organizando los viajes y excursiones de los turistas brasileiros.
- **Shopping en aumento:** el ir de compras es un factor importante para los turistas brasileiros durante sus viajes de esparcimiento, EE.UU es uno de los destinos preferidos para realizar las compras.



# Gasto

## Gasto promedio del turista brasileiro 2012-2018 (USD)

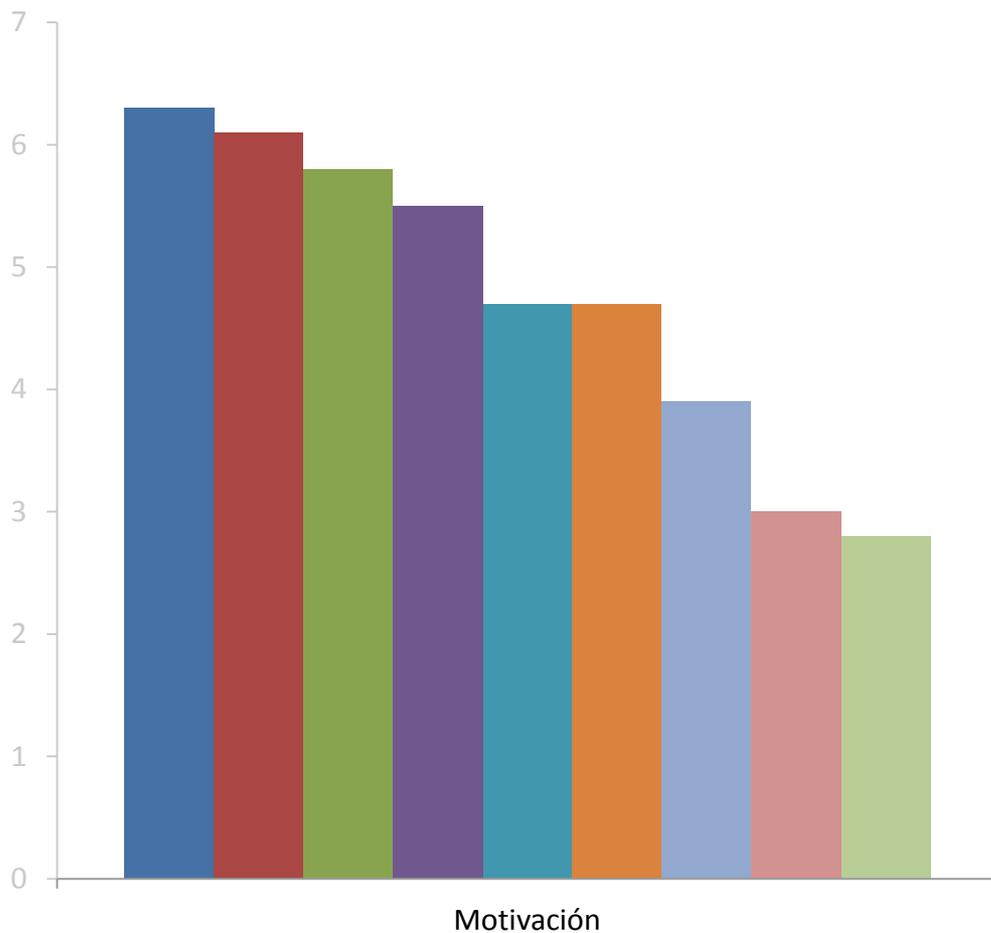
- En comparación con los países competidores, los brasileiros gastan más en promedio en sus viajes al exterior que otros viajeros de Suramérica (US\$ 3.091), Ecuador (US\$ 849), Argentina (US\$ 681) y Perú (US\$ 625.3).
- Los principales rubros del gasto lo componen: las compras (31%), transporte (29%), comidas y bebidas (11%) y alojamiento (11%).
- El gasto de los turistas brasileiros va muy ligado a la proyección del crecimiento económico del país. A pesar del crecimiento previsto en el número de viajeros (5,4% en 2018), el gasto no se comportaría de la misma manera, se estima que pase a US\$2.647 en 2018.



# El turista brasileiro

# Motivación de viaje

## Motivación de viaje para el turista de Brasil



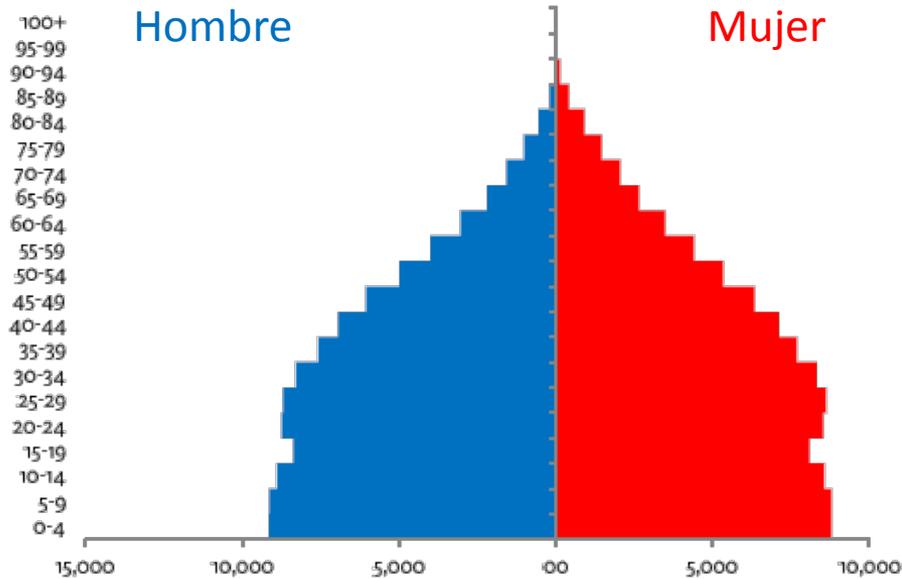
1= Totalmente en desacuerdo, 7 Totalmente de acuerdo

- Viajar a nuevos países me ayuda a entender diferentes culturas
- Viajar es una parte muy importante de mi vida
- Es muy fácil reservar vacaciones al exterior usando internet
- A menudo disfruto el recorrido a nuevos destinos como el destino por sí mismo
- Los compromisos laborales limitan el número de vacaciones que tomo al año
- Prefiero reservar mis vacaciones en persona o por teléfono por medio de una agencia de viajes
- Los compromisos familiares limitan el número de vacaciones que tomo al año
- He puesto en espera mis vacaciones por que los protocolos de seguridad en los aeropuertos se han vuelto muy molestos
- Prefiero usar mi auto para llegar a los destinos que deseo visitar en vez de ir en avión, ferry o tren

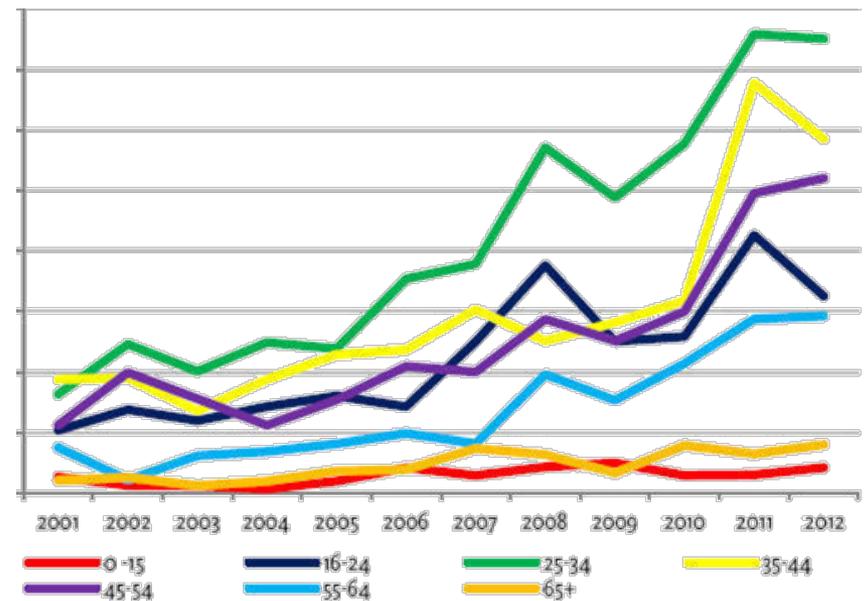
# Perfil del turista

- Al igual que su estructura poblacional, los viajeros entre los 24-44 años predominan entre los viajeros más frecuentes.
- Las ciudades más pobladas de Brasil son en su orden: Sao Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Brasilia, Fortaleza, Bello Horizonte, Manaus, Curitiba, Recife, y Porta Alegre.

## Estructura poblacional Brasil



## Rango de edad del viajero brasileiro



## Perfil del turista

- Las dos principales prioridades en la vida de los brasileros son aprovechar al máximo el tiempo de ocio y pasar tiempo con sus familiares y amigos.
- La anticipación promedio para comenzar a planear el viaje es de 8,4 meses, la anticipación de reserva es de 5,5 meses.

### Prioridades en la vida de los brasileros



## Perfil del turista

- Los brasileños son optimistas sobre el futuro viajes de larga distancia con el 66 % cree que viajarán más en los próximos 2 a 3 años de los que lo han hecho en el pasado reciente.
- Sin embargo, Brasil es un mercado sensible al precio y devaluaciones recientes han hecho que la asequibilidad es una consideración importante para los viajeros brasileños.
- Los productos que más les interesan son las atracciones históricas y culturales, la gastronomía, los paisajes únicos y las actividades de la ciudad.

### Productos de interés

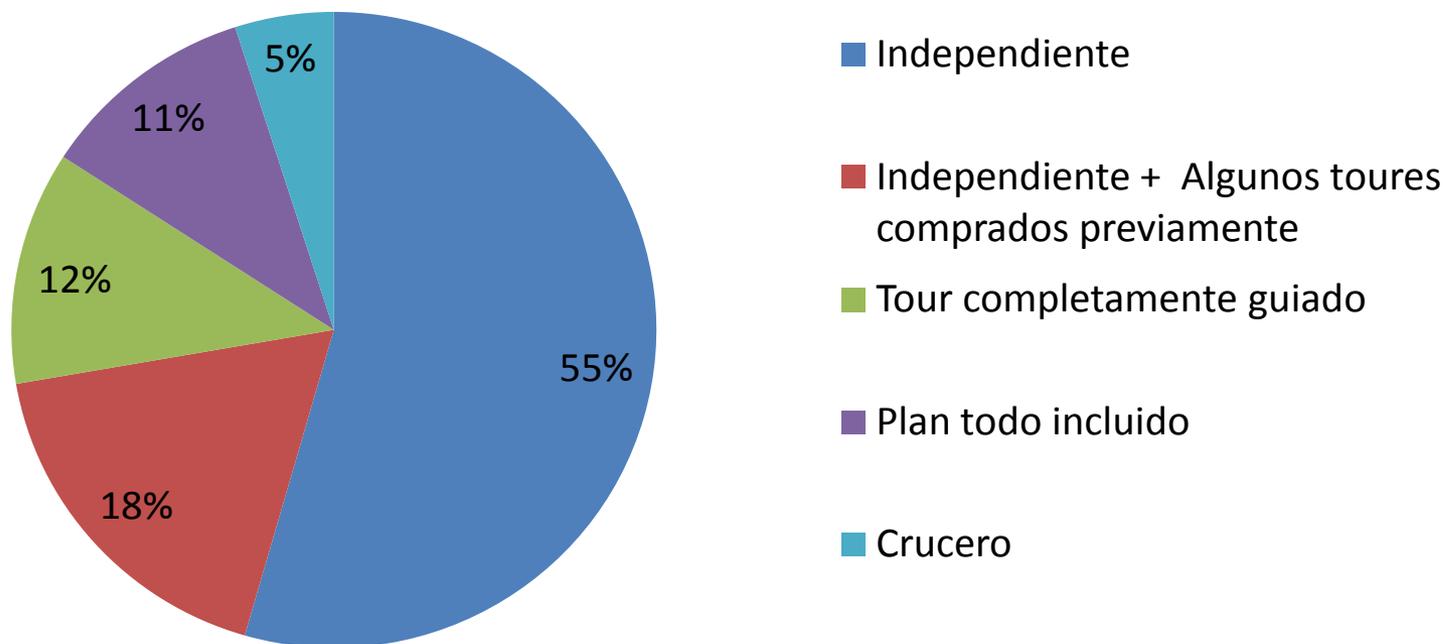
*(Actividades que siempre realizan en un viaje)*



## Perfil del turista

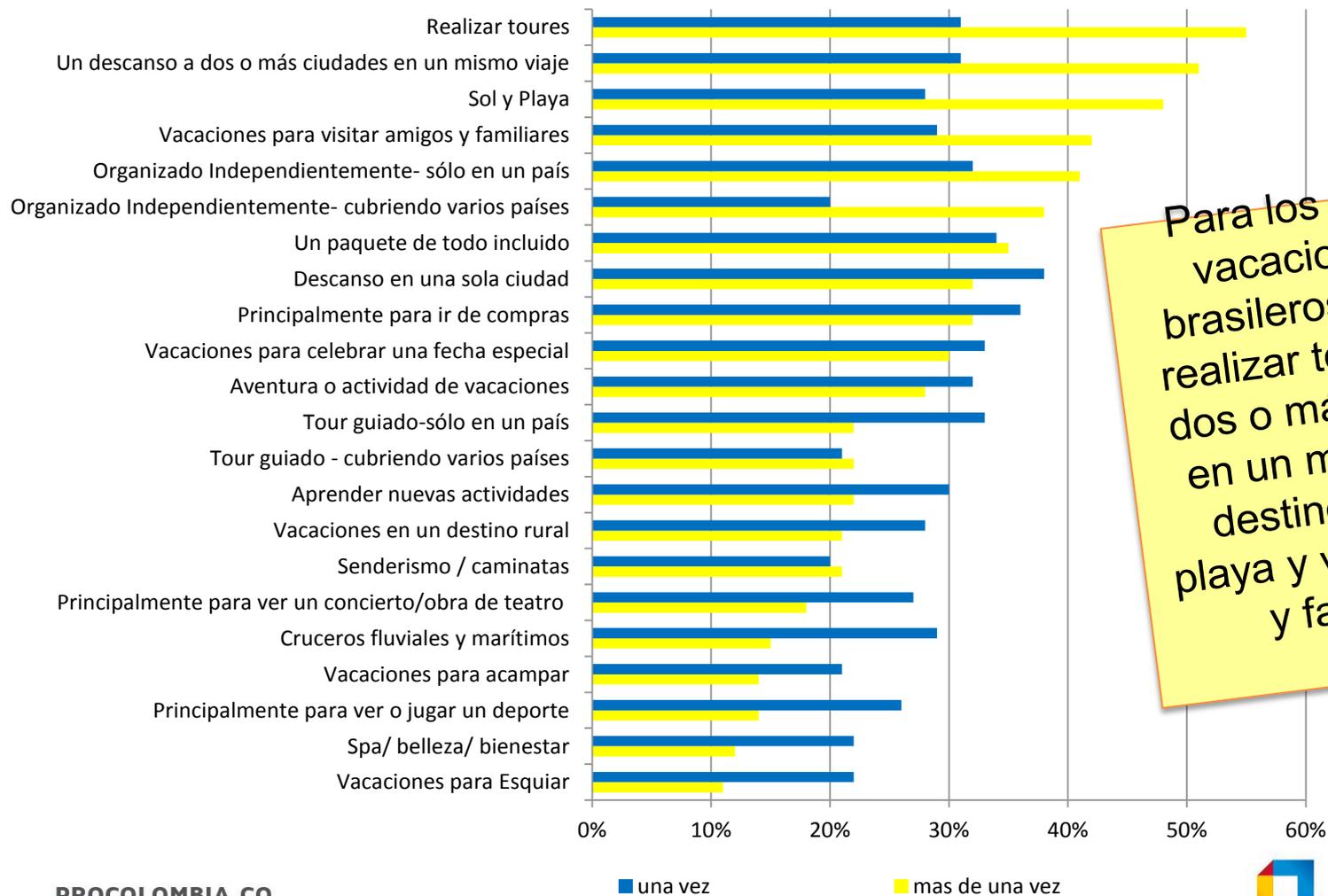
- La mayoría de los brasileiros realizan su viaje de forma completamente independiente, adquiriendo los tours y hoteles por su cuenta.
- El 67% de los viajes realizados durante los últimos 3 años han sido por motivo de vacaciones, 15% a visitar amigos o familiares, 6% estudio y 5% negocios. Sin embargo cabe resaltar que en el 71% de los casos hubo alguna recomendación de un agente de viaje.

### Tipo de viaje



# Vacaciones tomadas en los últimos tres años

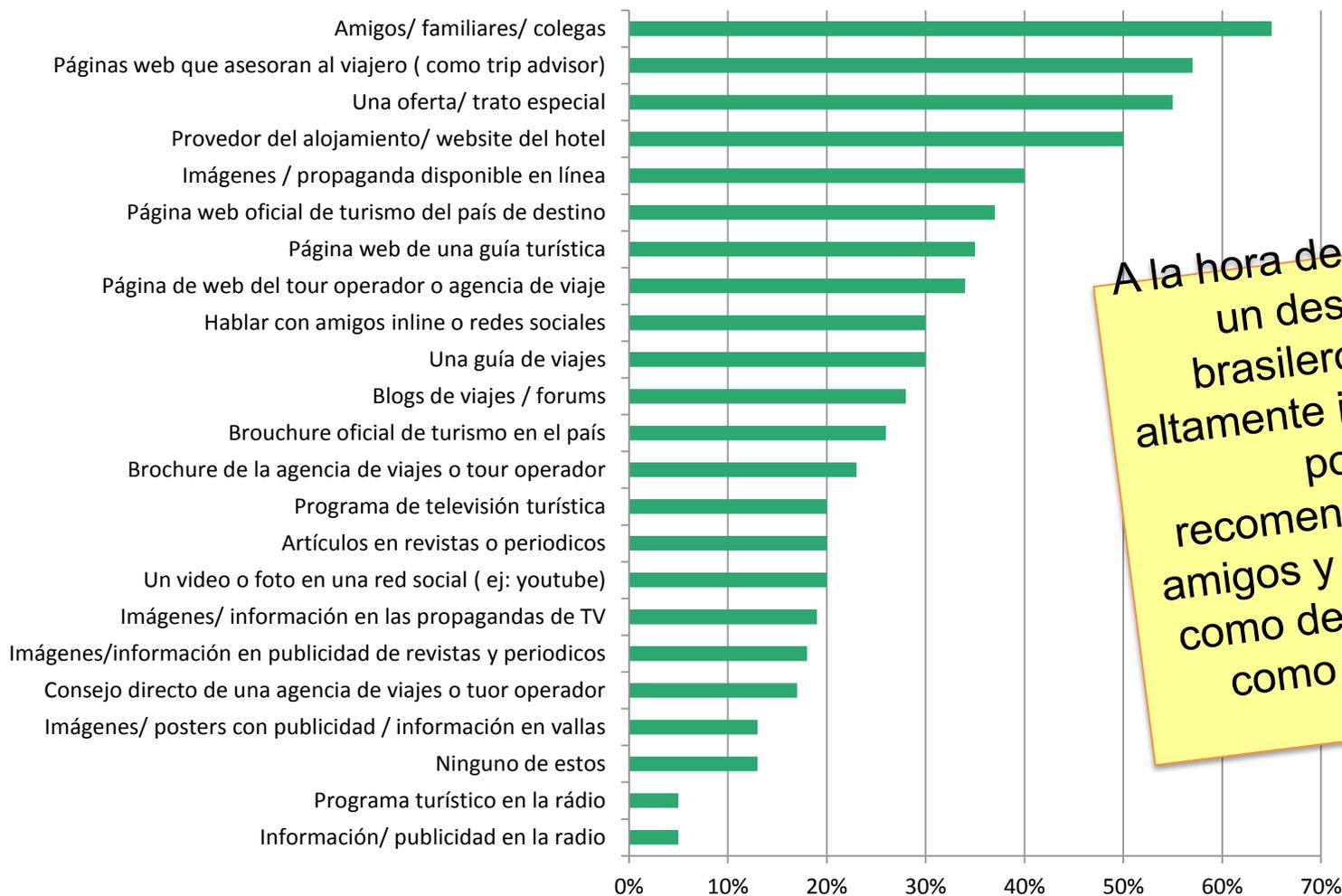
## Tipo de vacaciones tomadas en los últimos tres años



Para los viajes de vacaciones, los brasileiros prefieren realizar tours, visitar dos o más ciudades en un mismo viaje, destinos de sol y playa y visitar amigos y familiares.

# Selección del destino

## Influenciadores a la hora de seleccionar un destino



A la hora de seleccionar un destino los brasileiros se ven altamente influenciados por las recomendaciones de amigos y familiares así como de páginas web como Tripadvisor

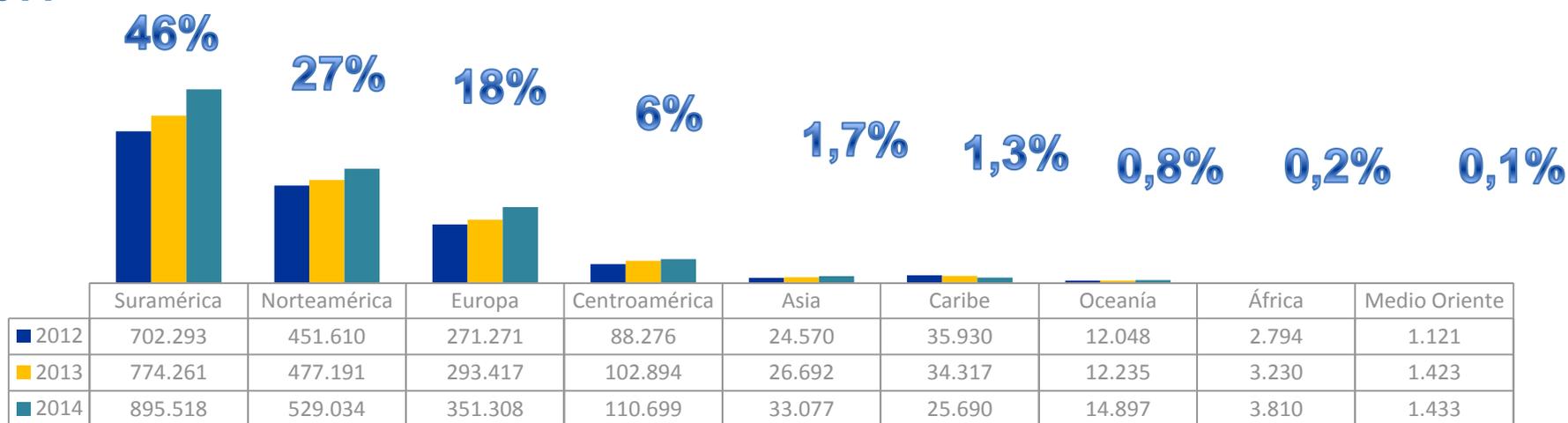
# El turista brasileiro en Colombia

# Llegada de viajeros Suramericanos a Colombia

- El principal emisor para Colombia es Suramérica con un 46% de la participación en total de llegada los viajeros.
- En 2014, Suramérica tuvo un crecimiento del 15,7% respecto a 2013.

Part.  
2014

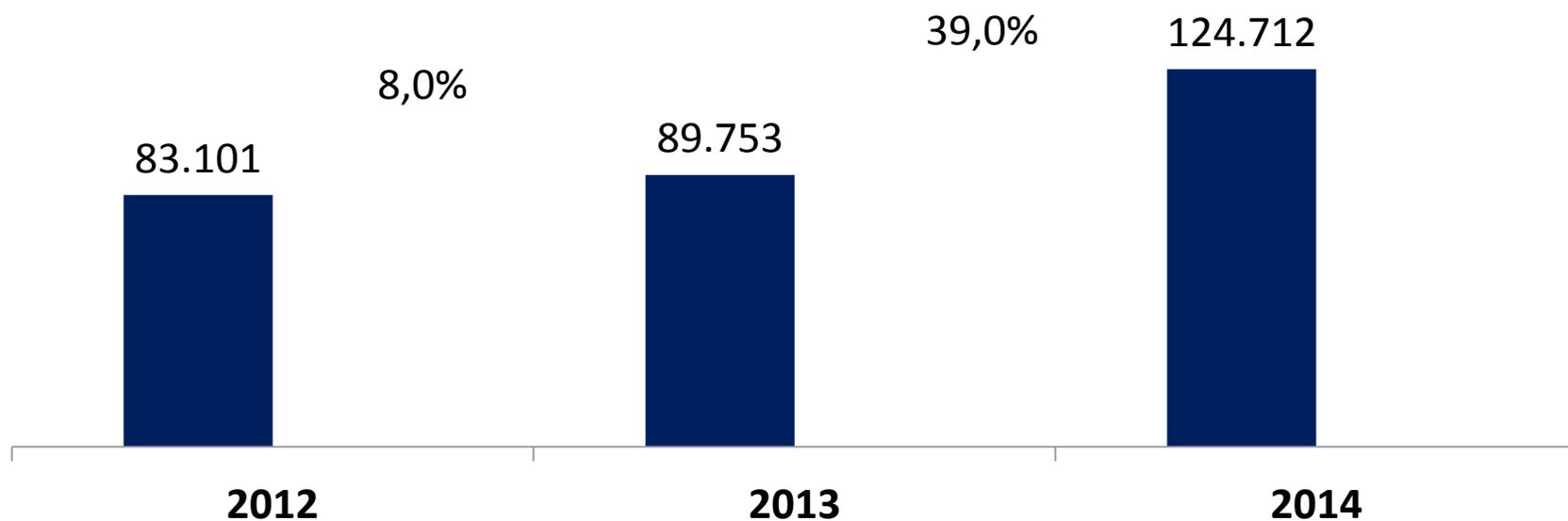
Llegadas de viajeros extranjeros por región 2012 – 2014



%Var 14/13	15,7%	10,9%	19,7%	7,6%	23,9%	-25,1%	21,8%	18%	0,7%
%Part. 2014	45,5%	26,9%	17,9%	5,6%	1,7%	1,3%	0,8%	0,2%	0,1%

## Llegada de viajeros residentes de Brasil a Colombia

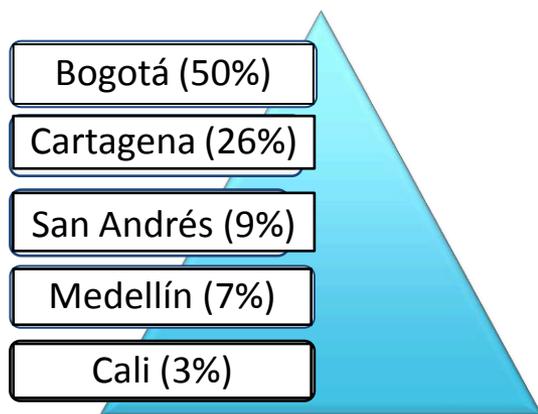
- Brasil es el tercer emisor de turismo desde Suramérica hacia Colombia después de Venezuela y Ecuador.
- Brasil tiene una participación del 13,9% del total de llegada de viajeros residentes de Suramérica al país y el 7% en las llegadas totales al país.
- En 2014, con 124.714 arribos, Brasil tuvo un crecimiento del 39% respecto a 2013.
- **A marzo de 2015, las llegadas han aumentado en 28,3%, con un total de 36,553 viajeros.**



# Ciudades que visitan los viajeros residentes de Brasil en Colombia

- Las ciudades que más declaran como destino principal los viajeros residentes de Brasil a Colombia al llegar al país son Bogotá, Cartagena, San Andrés, Medellín y Cali.

**Part.  
2014**



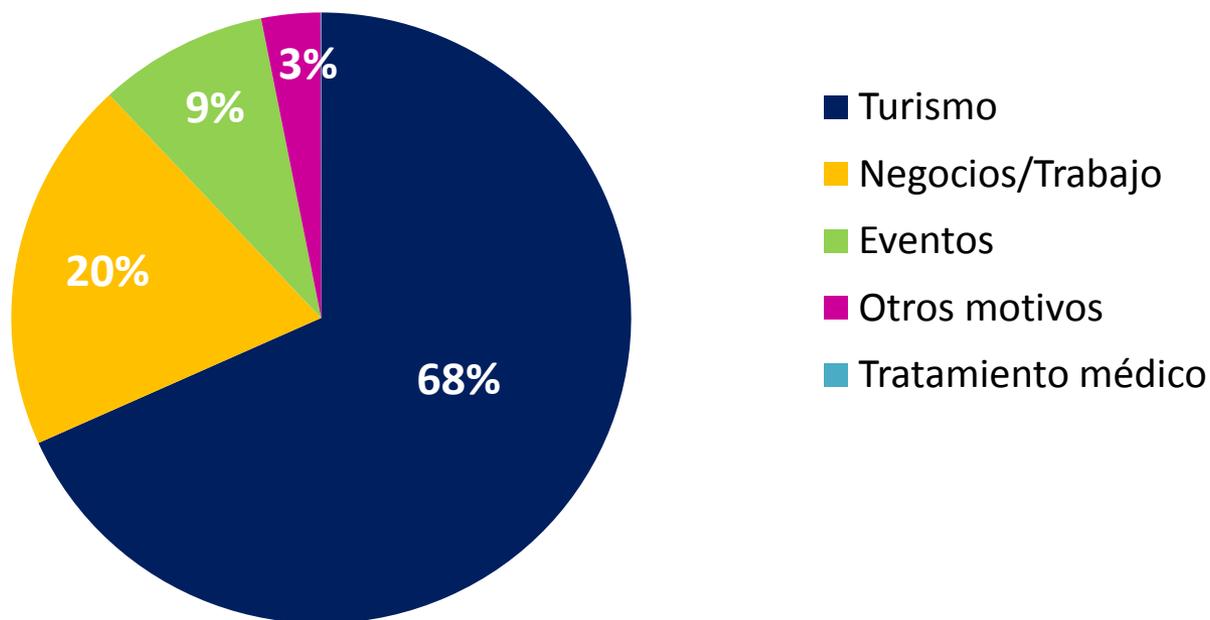
Ciudad	2012	2013	2014
Bogotá, D.C.	56.938	57.901	62.887
Cartagena	11.476	14.758	32.258
San andres	2.291	3.095	11.210
Medellin	4.592	5.846	8.128
Cali	2.657	2.774	3.686
Barranquilla	933	1.018	1.058
Santa marta	477	415	943
Leticia	214	256	507
Bucaramanga	515	419	469
Pereira	387	313	403
Otros	2.621	2.958	3.163
<b>Total</b>	<b>83.101</b>	<b>89.753</b>	<b>124.712</b>

## Motivo de viaje

---

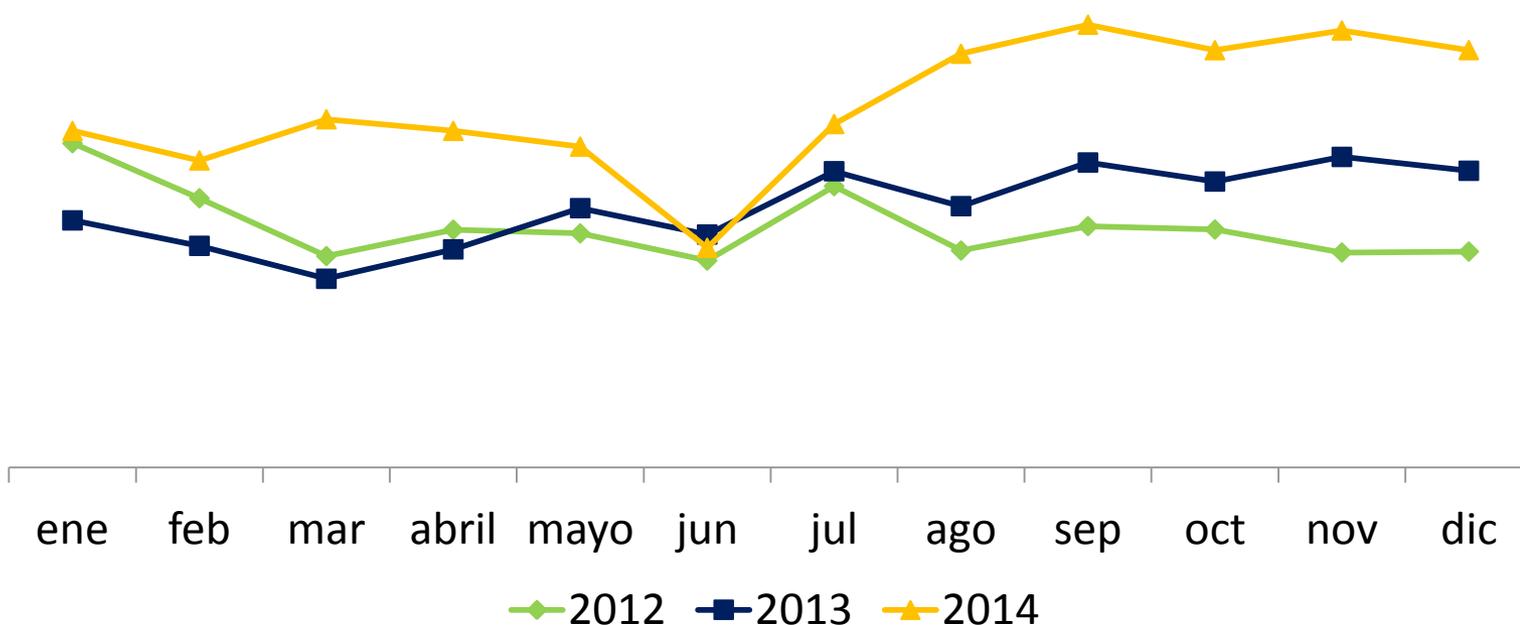
- Los turistas residentes de Brasil que viajan a Colombia declaran que arriban al país principalmente por motivo de turismo.

**Distribución de viajeros por motivo de viaje  
2014**



## Estacionalidad en la Llegada de viajeros residentes de Brasil a Colombia

- Según la serie de datos observada (2012-2015) no es posible determinar la estacionalidad en la llegada de viajeros residentes de Brasil a Colombia, sin embargo se resaltan el aumento que tuvo el segundo semestre de 2014, principalmente el mes de septiembre.





# Conectividad aérea



## Conectividad aérea con Brasil

---



- 29 frecuencias aéreas conectan a Bogotá con Fortaleza (1), Rio de Janeiro (7) y Sao Paulo (21).
- 5.970 sillas se ofrecen semanalmente desde Brasil hacia Colombia.

# Intermediarios

## Algunos de los principales intermediarios en Brasil

---

<b><i>Nombre</i></b>	<b><i>Tipo de intermediario</i></b>	<b><i>Ciudad</i></b>
T&G Viagens E Turismo Ltda.	Agencia de Viajes	Sao Paulo
Walhalatur Viagens E Turismo S/A.	Agencia de Viajes	Guarulhos
	Agencia de Viajes	Sao Paulo
	Agencia de Viajes	Sao Paulo

**PROCOLOMBIA.CO**

 **PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

## Algunos de los principales intermediarios en Brasil

---

<i>Nombre</i>	<i>Tipo de intermediario</i>	<i>Ciudad</i>
 	Agencia de viajes	Brasilia
	Agencia de viajes	Salvador
Fidelidade Viagens	Agencia de Viajes	Sao Paulo
	Agencia de Viajes	Barueri

Más información en Anuario Braztoa 2015.

[PROCOLOMBIA.CO](http://PROCOLOMBIA.CO)



# Recomendaciones



# Formalismo y Cultura

---

- ❑ Los brasileros son personas por lo general informales. Abiertos a recibir visitas y reuniones y se acostumbra iniciar la reunión hablando de temas generales, de actualidad.
- ❑ El saludo puede ser un apretón de manos pero es muy común que se saluden de beso en el primer encuentro.
- ❑ Así mismo, en la comunicación escrita no tiene formalismo en cuanto Sr. y/o Sra. y es muy común que al finalizar un correo electrónico, se despidan con “besos y abrazos”.
- ❑ La puntualidad es muy importante a la hora de cumplir una cita de negocios. En caso de haber un retrasos se recomienda llamar o mandar un email comunicando el posible atraso en la reunión.
- ❑ Código de vestuario: Business Casual



## Recomendaciones generales

---

- ❑ Tenga en cuenta que la innovación en la oferta que realiza es vital y que de acuerdo a la diferenciación que logre obtener en su producto mayor probabilidad que llame la atención de los mayoristas.
- ❑ Defina el segmento de mercado al que desea llegar y desarrolle su producto teniendo en cuenta sus necesidades y expectativas, es diferente lo que espera un joven a un adulto mayor aunque los dos son viajeros activos.
- ❑ Tenga en cuenta que los brasileros entienden español, pero es preferible que los guías hablen y puedan comunicarse en portugués sobretodo para las personas mayores.
- ❑ Los itinerarios flexibles han incrementado su popularidad sobre todo en los viajes de lujo, los tour operadores de Brasil necesitan operadores que puedan responder a dicha necesidad.
- ❑ Si asiste a alguna feria a promocionar su producto planee con anticipación los objetivos de asistir a la misma y prepárese para ésta (quienes son los visitantes, cuál es tema principal, etc.). No olvide hacer seguimiento de los contactos .

MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH  
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다  
MERCİ THANK YOU  
ありがとう MERCİ  
DANKE 감사합니다  
MERCİ THANK YOU  
L GRACIAS R  
DANKE СПАСИБО  
谢谢 TEŞEKKÜRLER  
MERCİ OBRIGADO  
DANKE СПАСИБО  
谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH  
MERCİ THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



MINCOMERCIO  
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS**  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN