

Ameryka Południowa to czwarty pod względem zajmowanej powierzchni kontynent na Ziemi. Zamieszkuje go około 382 mln mieszkańców. Najważniejszymi krajami kontynentu są Brazylia i Argentyna i Kolumbia, uznawane są za kraje o gospodarkach wschodzących (emerging markets), często określane jako „potęgi gospodarcze jutra”.

Brazylia nadal jest postrzegana jako lider regionu, choć obecnie boryka się z problemami gospodarczymi i politycznymi. Jest jednym z krajów BRIC. Brazylia jest największym i najbardziej zaludnionym krajem w regionie oraz 5 co, do wielkości krajem świata. Kraj ten zamieszkuje 202,000,000 osób. PKB za rok 2015 wyniósł 1,77 bilionów USD. Według badań Watykanu Ameryka Południowa to największe na świecie skupisko społeczności katolickiej, a Brazylia jest najbardziej katolickim krajem świata. Brazylia jest trzecim największym (po USA i Niemczech) skupiskiem Polonii, z diasporą liczącą około 1,8 mln osób. Podróże zagraniczne Brazylijczyków realizowane są głównie w dwóch kierunkach USA (2,100,000 wyjazdów) i Europa (2,450,000 wyjazdów). Wydatki na podróże zagraniczne Brazylijczyków wyniosły w 2015 roku ponad 17,0 mld USD.

Z powyższych względów POT obecnie skupia swoje działania promocyjne właśnie na tym rynku. Praca na pozostałych rynkach Ameryki Południowej oparta jest na wsparciu polskich placówek dyplomatycznych, wsparciu merytorycznym lokalnych tour operatorów oraz udziału w wydarzeniach organizowanych przez Grupę V4.

Głównym celem projektu jest poprawa pozycji konkurencyjnej Polski na rynku brazylijskim i wzrost przyjazdów turystycznych z tego rynku. Obecnie faktyczny popyt na przyjazdy turystyczne do Polski jest zdecydowanie niższy od potencjału istniejącego na tym rynku. Cel ten realizowany będzie głównie poprzez budowanie wizerunku nowoczesnej Polski, posiadającej atrakcyjną ofertę turystyczną oraz dotarcie do szerszej grupy odbiorców, szczególnie w kanale B2B2C, głównie przez współpracę z brazylijskimi tour operatorami i agentami. Najważniejszym produktem w chwili obecnej jest turystyka miejska i kulturowa (wyjazdy bardzo często łączące kilka krajów europejskich). Pozostałe produkty to podróże sentymentalne, turystyka religijna. Potencjał zaczyna wykazywać również turystyka aktywna. Naszymi grupami docelowymi jest branża turystyczna, media branżowe oraz skupiska Polonii brazylijskiej (Curitiba, Rio de Janeiro).