

AS VIAGENS DE LUXO NO BRASIL

2a. edição | 2022

Uma análise detalhada do perfil
dos viajantes de luxo brasileiros





SOBRE ESTA PESQUISA

Esta pesquisa sobre viagens de luxo no Brasil foi realizada pelo **TRVL Lab** em uma parceria com a **ILTM**, publicada originalmente no **ILTM & PANROTAS ANNUAL LUXURY TRAVEL REPORT 2022/2023 Brazil/Latin America.**



SOBRE A ILTM

A ILM é uma coleção global de eventos “sob convite apenas” que reúnem compradores internacionais para encontrarem e descobrirem as mais luxuosas experiências de viagens.

Cada evento introduz uma incomparável seleção de marcas de viagens de luxo para uma extensa rede de consultores de viagens de luxo escolhidos a dedo, por meio de um programa de encontros pré-agendados e sessões de networking. Além dos eventos globais carro-chefe em Cannes e Asia Pacific, a ILM tem outros três eventos locais estratégicos: ILM Arabia, ILM Latin America e ILM North America.



www.iltm.com

SOBRE O TRVL LAB

O **TRVL LAB** é um laboratório de inteligência de mercado em viagens.

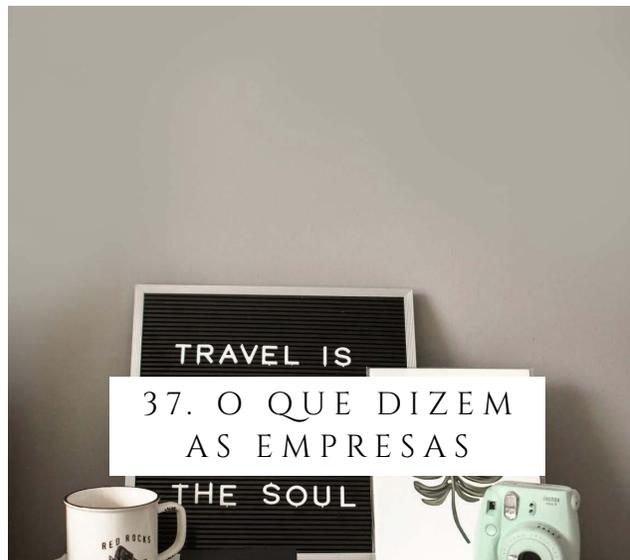
Por meio da condução e divulgação de pesquisas qualitativas e quantitativas sobre o mercado turístico, cria e transmite conhecimento relevante para gerar iniciativas criativas e a transformação positiva da indústria.

É uma iniciativa da PANROTAS e da Mapie, empresas que compartilham do propósito de investigar constantemente o Turismo e contribuir para o seu desenvolvimento a partir de conteúdos relevantes e análises de mercado





6. VIAJANTES DE LUXO BRASILEIROS



37. O QUE DIZEM AS EMPRESAS



80. METODOLOGIA



83. CONTATO

VIAJANTES DE LUXO BRASILEIROS





PERFIL DO
VIAJANTE
BRASILEIRO
DE LUXO



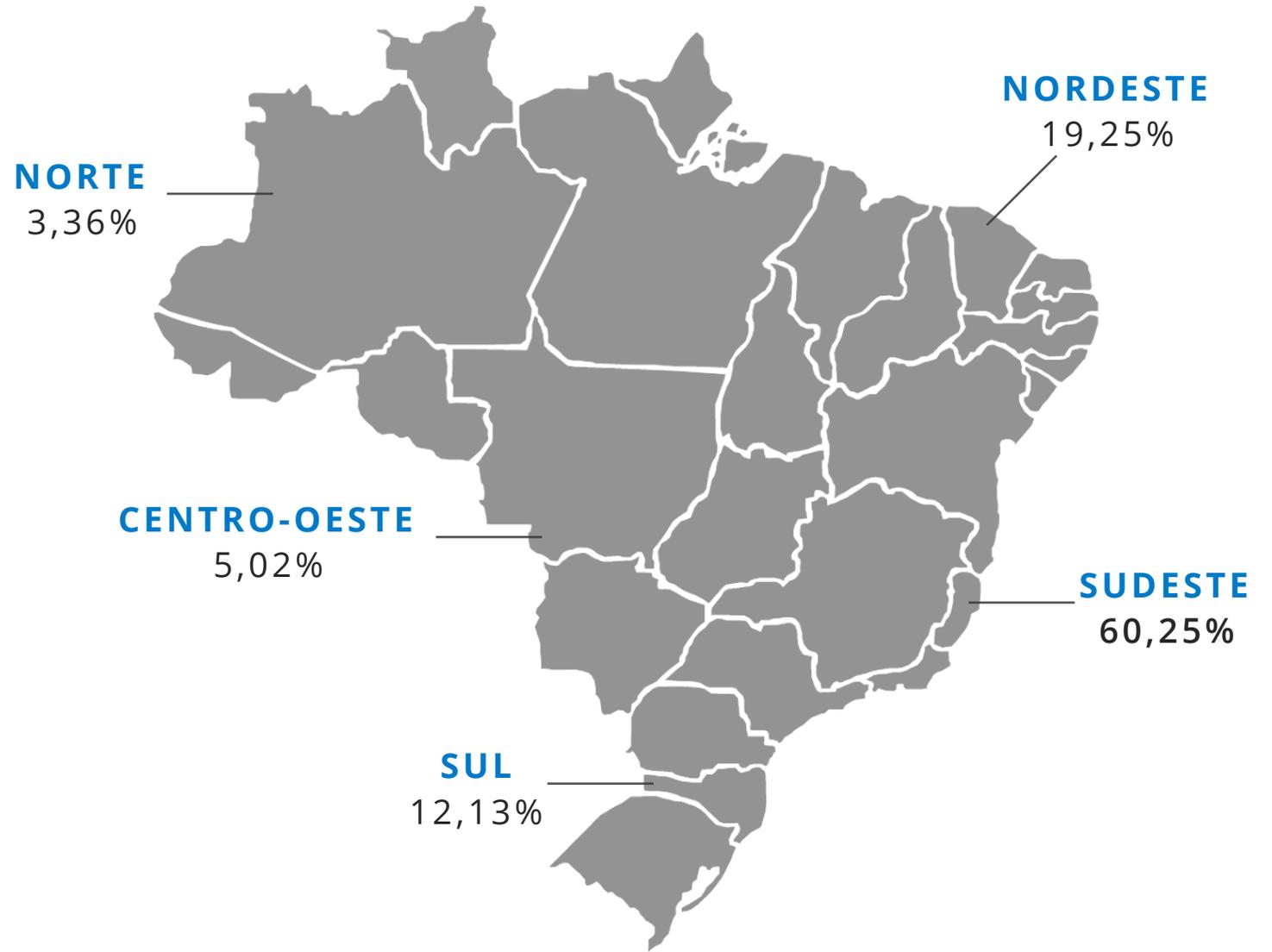
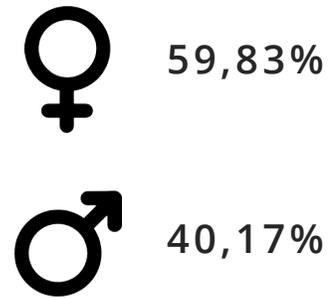
SOBRE O PERFIL

O perfil de viagens de luxo do viajante brasileiro segue consistente com o identificado na primeira edição da pesquisa.

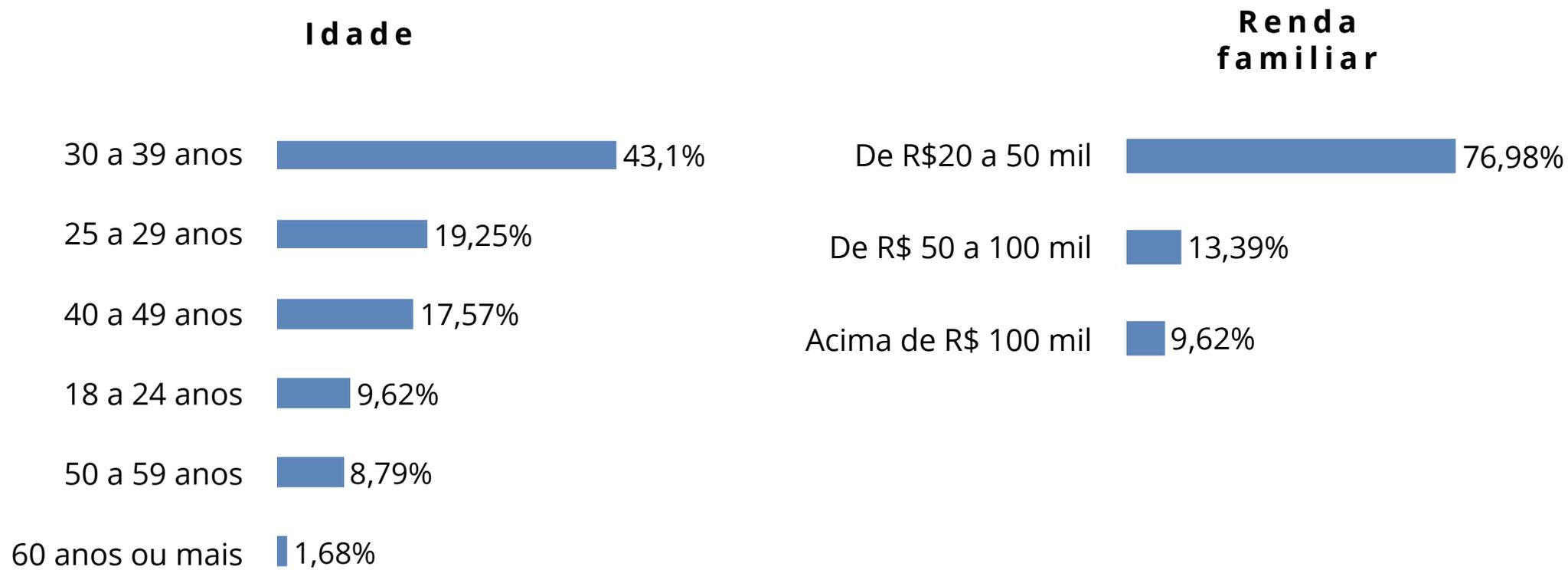
Os viajantes brasileiros de luxo fazem de 2 a 5 viagens nacionais por ano, com a manutenção desta frequência nos últimos 12 meses. Há um nicho de 7,11% que realiza mais que 20 viagens nacionais por ano. Já em relação às viagens internacionais, a frequência diminuiu quando comparada ao período pré-pandemia, quando eram realizadas de 1 a 3 viagens, passando para apenas 1 ou nenhuma nos últimos 12 meses.

A maioria dos viajantes segue afirmando que suas viagens são principalmente de luxo. O orçamento de viagens aumentou quando comparado ao pré-pandemia e apresentou crescimento em relação à edição anterior, passando de 43,13% para 49,37% de respondentes afirmando que seu orçamento de viagens aumentou.

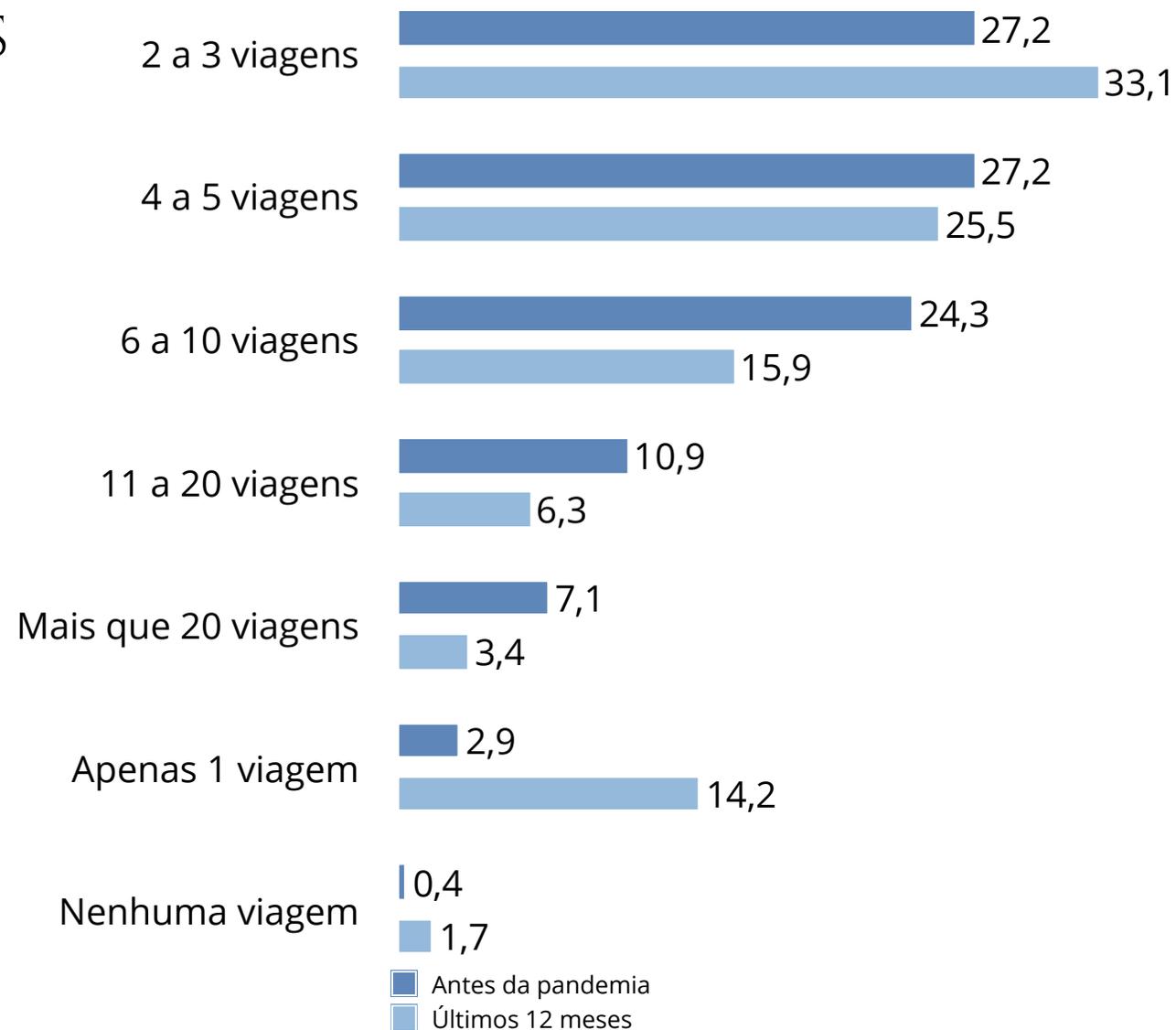
ORIGEM & GÊNERO



IDADE & RENDA FAMILIAR MENSAL

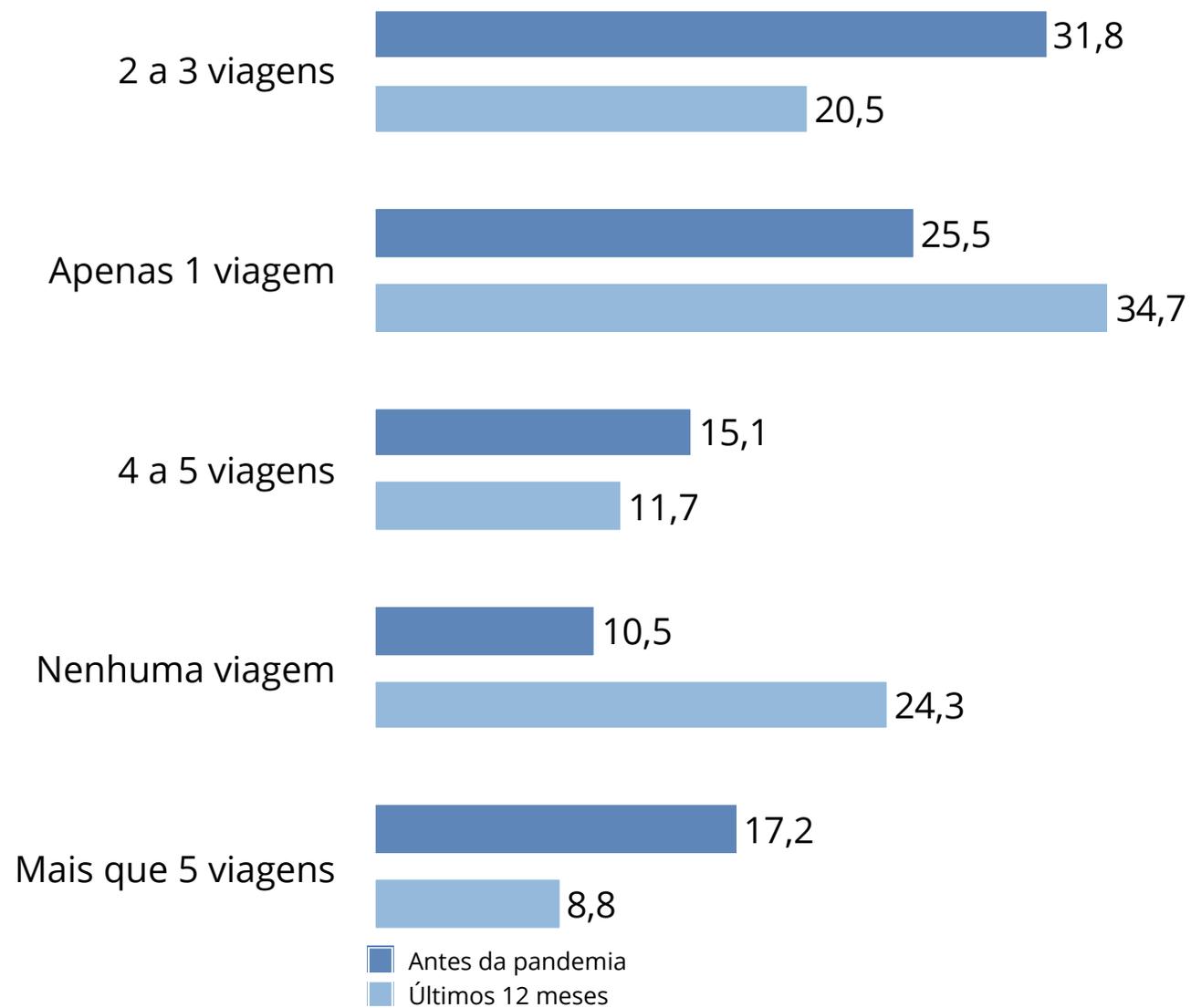


VIAGENS NACIONAIS PRÉ PANDEMIA E NOS ÚLTIMOS 12 MESES



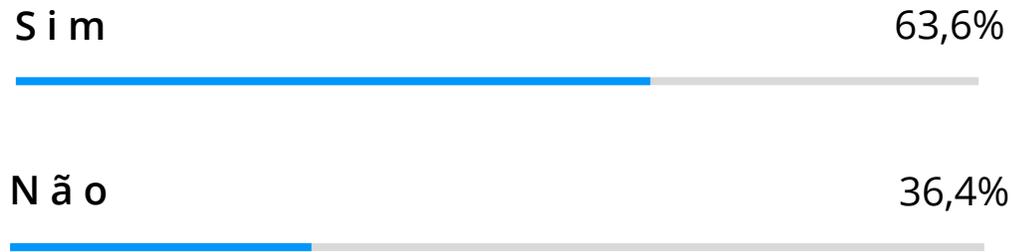
* Valores em porcentagem.

VIAGENS INTERNACIONAIS PRÉ PANDEMIA E NOS ÚLTIMOS 12 MESES

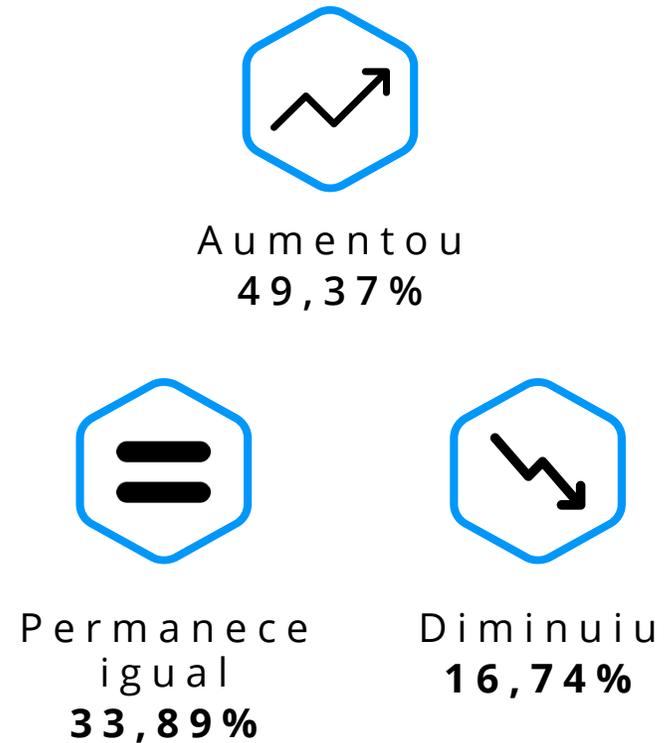


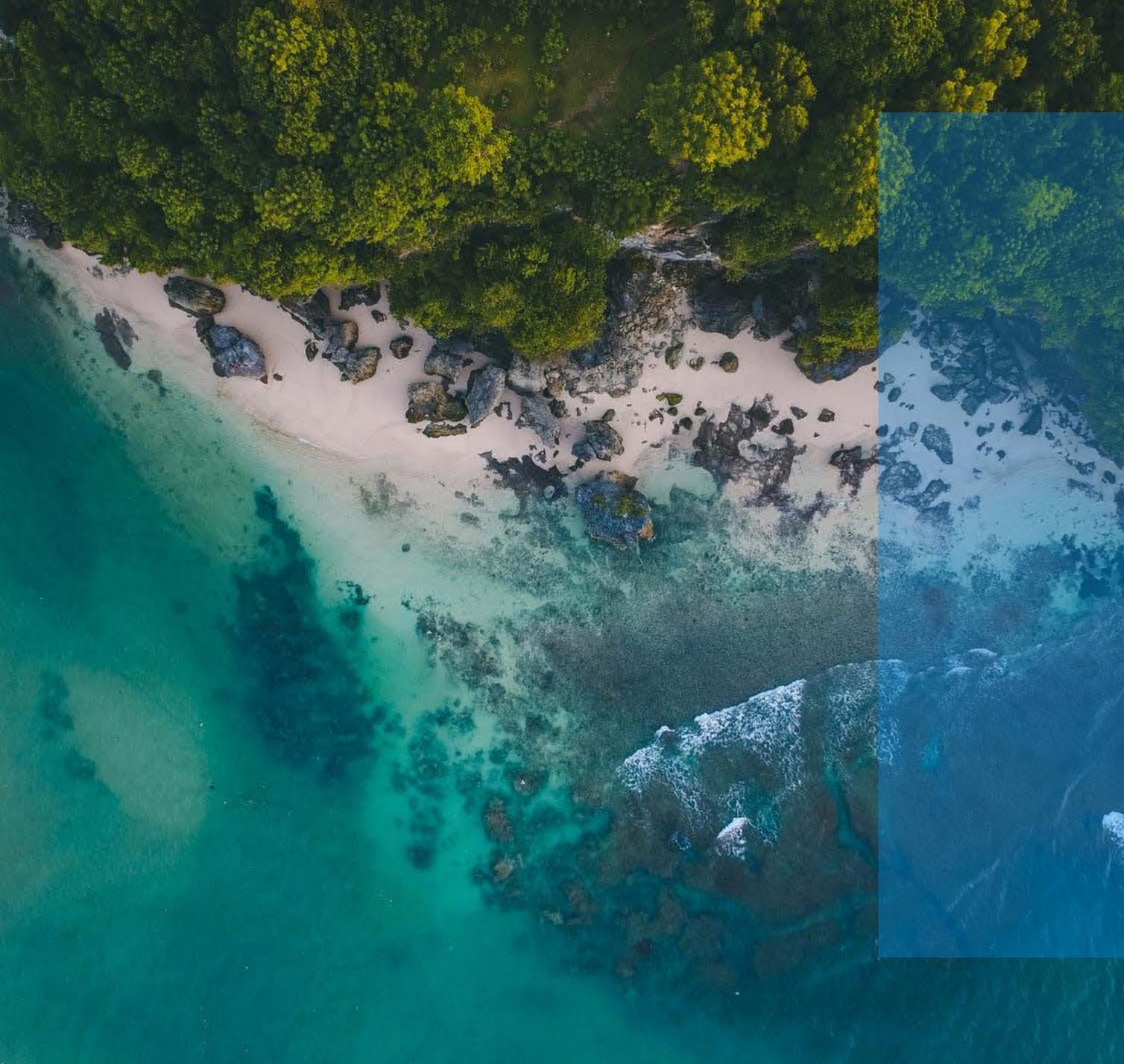
SOBRE AS VIAGENS DE LUXO

Você considera que a maioria das suas viagens são de luxo?



Sobre o orçamento atual comparado ao pré-pandemia:





SOBRE AS PRÓXIMAS VIAGENS

SOBRE AS PRÓXIMAS VIAGENS

As viagens nacionais ganharam força quando comparadas com a primeira edição. Estão previstas para ocorrer num futuro bastante próximo, especialmente no Natal e Reveillon ou ainda nos meses restantes do segundo semestre. Terão duração média de 5 a 7 dias, com gasto médio entre R\$ 5 mil a R\$ 15 mil.

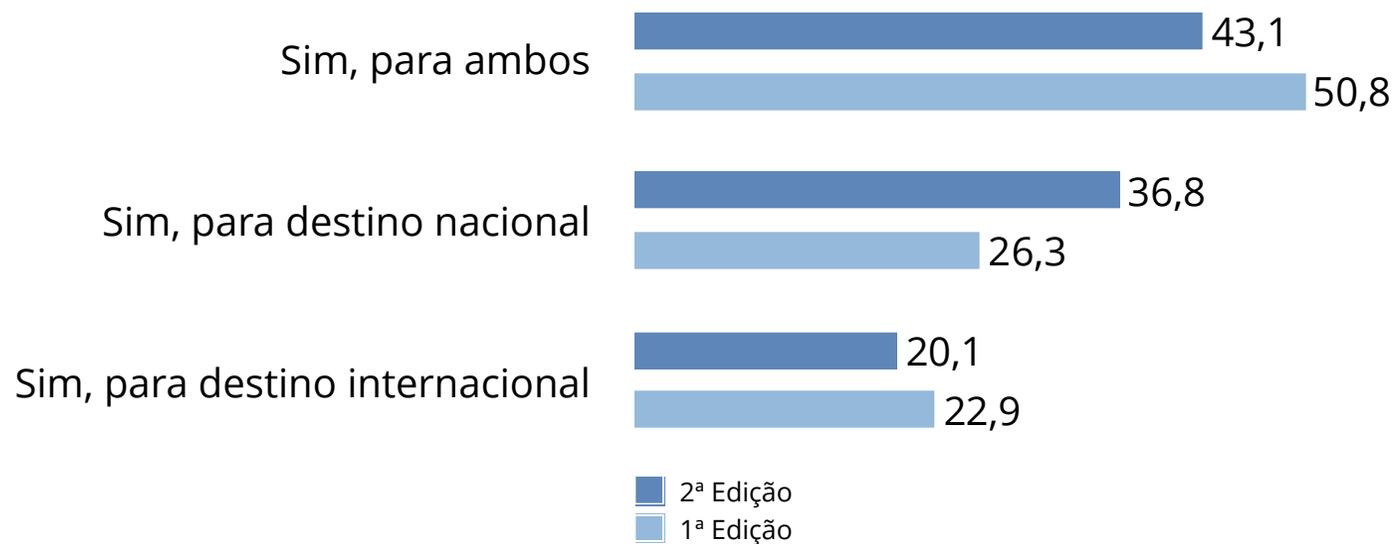
Rio de Janeiro tomou a primeira posição de Fernando de Noronha, que agora está em segundo lugar. Gramado aparece em terceiro lugar, ganhando duas posições em relação à primeira edição.

Para as viagens internacionais, o período desejado é o primeiro semestre de 2023, seguido do Natal e Reveillon. Terão duração média de 5 a 15 dias, com gasto médio entre R\$ 10 mil a R\$ 25 mil.

Os Estados Unidos seguem sendo o principal destino para as próximas viagens internacionais.

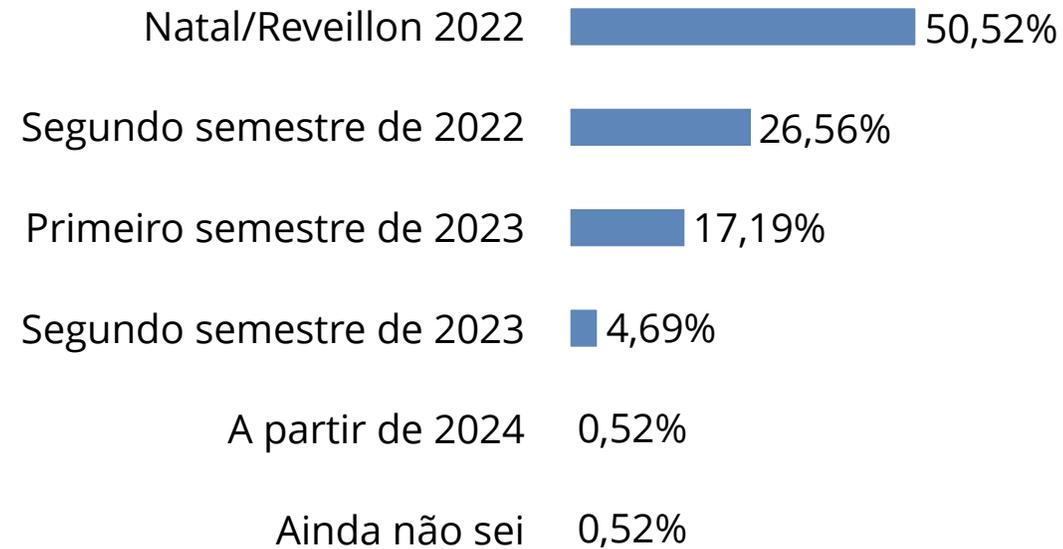
CONSIDERAÇÃO SOBRE VIAGENS DE LAZER NO FUTURO PRÓXIMO

**Você está considerando fazer uma
viagem de lazer nos próximos 12 meses?**



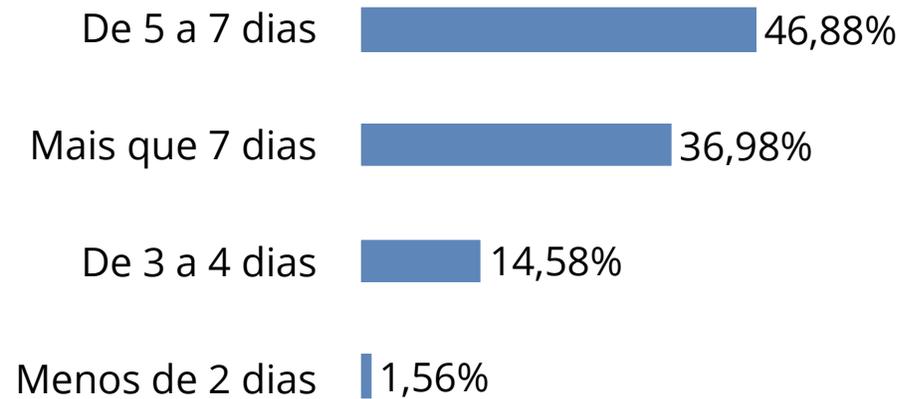
PRÓXIMAS VIAGENS NACIONAIS

Período considerado

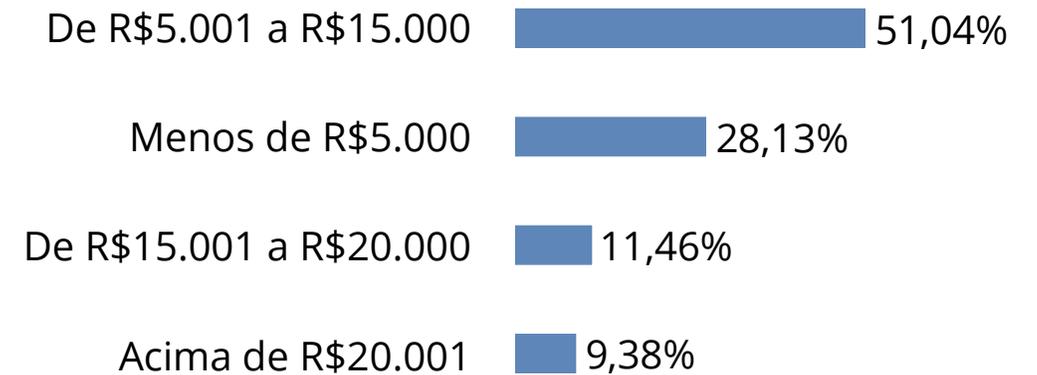


PRÓXIMAS VIAGENS NACIONAIS

Tempo médio de permanência



Gasto total estimado



PRINCIPAIS DESTINOS NACIONAIS
PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS



RIO DE JANEIRO
10,88%



FERNANDO DE NORONHA
9,62%



GRAMADO
7,11%



NATAL
6,69%



NORDESTE
6,28%



CEARÁ
5,44%



SÃO PAULO
4,60%



SALVADOR
4,18%

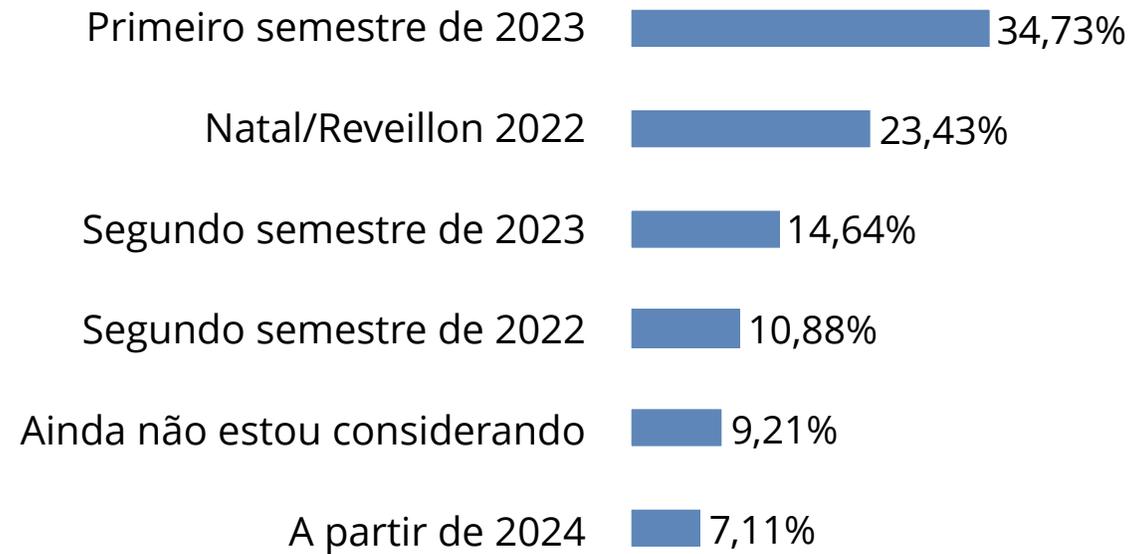
PRÓXIMAS VIAGENS NACIONAIS

1	Rio de Janeiro	10,88%
2	Fernando de Noronha	9,62%
3	Gramado	7,11%
4	Natal	6,69%
5	Nordeste	6,28%
6	Ceará	5,44%
7	São Paulo	4,60%
8	Salvador	4,18%
9	Maceió	3,77%
10	Bahia	3,77%

11	Santa Catarina	3,77%
12	Rio Grande do Sul	3,35%
13	Fortaleza	2,51%
14	Florianópolis	2,51%
15	Porto de Galinhas	2,09%
16	Recife	1,67%
17	Rio Grande do Norte	1,67%
18	Maragogi	1,26%
19	Praias	1,26%
20	Alagoas	1,26%

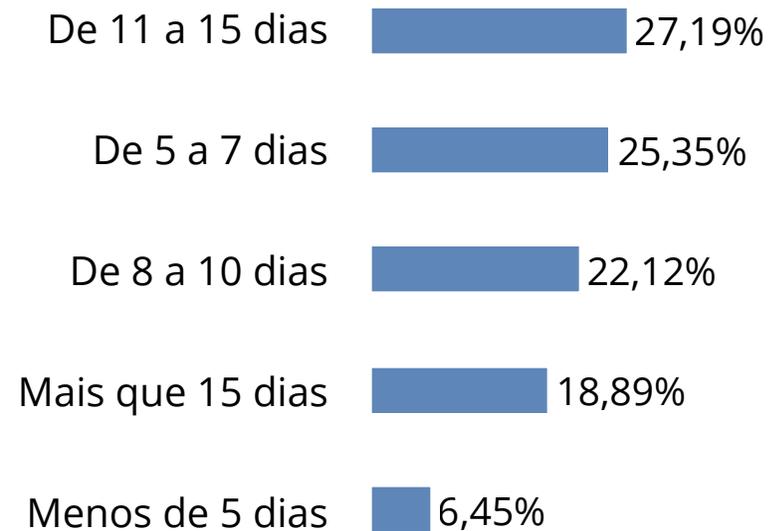
PRÓXIMAS VIAGENS INTERNACIONAIS

Período considerado

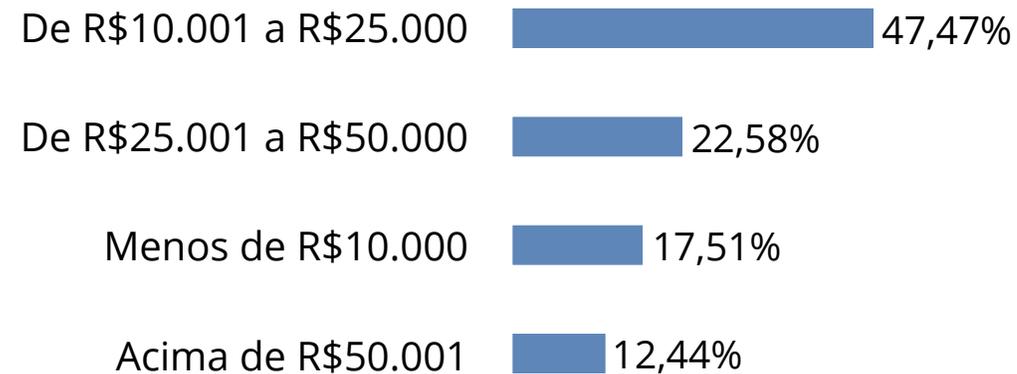


PRÓXIMAS VIAGENS INTERNACIONAIS

Tempo médio de permanência



Gasto total estimado



PRINCIPAIS DESTINOS INTERNACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS



**ESTADOS
UNIDOS**
10,88%



PORTUGAL
7,95%



ITÁLIA
6,69%



ORLANDO
5,86%



EUROPA
5,44%



PARIS
5,44%



NOVA YORK
5,02%



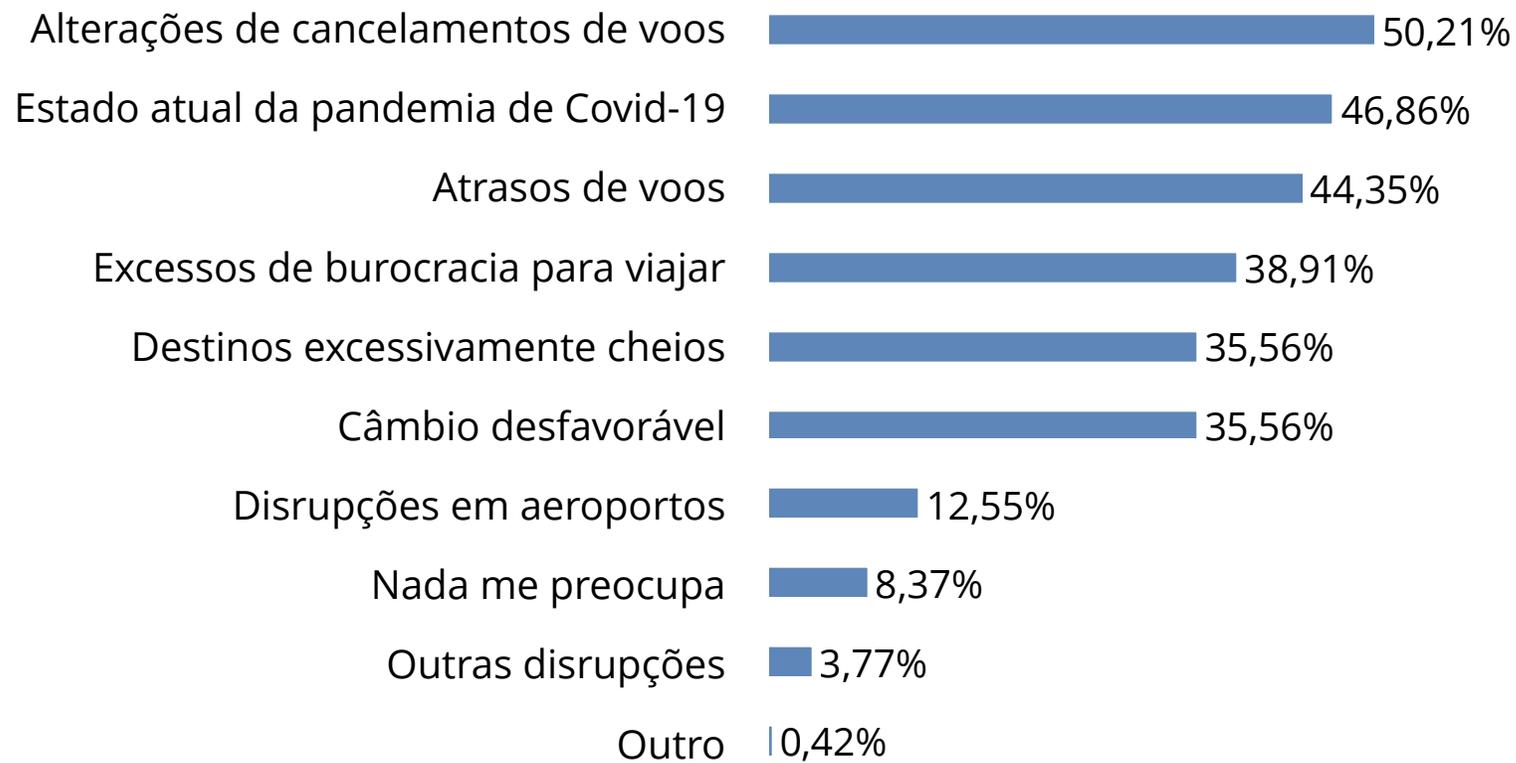
ARGENTINA
3,35%

PRÓXIMAS VIAGENS INTERNACIONAIS

1	Estados Unidos	10,88%
2	Portugal	7,95%
3	Itália	6,69%
4	Orlando	5,86%
5	Europa	5,44%
6	Paris	5,44%
7	Nova York	5,02%
8	Argentina	3,35%
9	Inglaterra	2,93%
10	Londres	2,51%

11	Chile	2,51%
12	Califórnia	2,09%
13	Canadá	2,09%
14	França	2,09%
15	Alemanha	2,09%
16	México	1,67%
17	Caribe	1,67%
18	Roma	1,67%
19	Disney	1,67%
20	Miami	1,67%

PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES COM AS PRÓXIMAS VIAGENS





PREFERÊNCIAS NAS VIAGENS DE LUXO



SOBRE PREFERÊNCIAS

Nesta segunda edição, o turismo de sol e praia segue sendo o nicho preferido para as próximas viagens de lazer, seguido do turismo histórico-cultural e dos parques aquáticos e temáticos.

Quanto ao propósito da viagem, relaxar e descansar, diversão e a oportunidade de conhecer novos lugares continuam sendo os grandes motivadores.

Já para as características mais relevantes para a escolha de uma viagem, facilidade e praticidade passaram à primeira posição, superando qualidade dos serviços e qualidade das atrações.



SOBRE PREFERÊNCIAS

Os canais de reserva principalmente utilizado para as próximas viagens são as agências online. 55,65% utilizarão uma agência de viagens ou um profissional especializado de sua confiança. Neste casos, o fazem principalmente pela segurança, facilidade e comodidade e pelo atendimento personalizado.

O avião (classes primeira e executiva) segue sendo o meio de transporte escolhido para as próximas viagens. Já para os meios de hospedagem, houve uma alteração em relação à primeira edição, com os hotéis confortáveis (4 estrelas) passando para a primeira posição e substituído opções mais luxuosas. Os principais componentes adquiridos/reservados previamente são restaurantes e passeios guiados.

NICHO CONSIDERADO PARA A PRÓXIMA VIAGEM DE LAZER



53,56%

Turismo histórico
e cultural



52,72%

Parques aquáticos
e temáticos



46,44%

Turismo
gastronômico



40,17%

Ecoturismo e
turismo de natureza



35,56%

Turismo
de luxo



74,90%

Turismo de sol
e praia



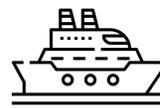
30,13%

Turismo de esportes
e aventura



28,87%

Turismo de saúde
e bem estar



22,18%

Cruzeiros



12,97%

Turismo
religioso



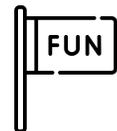
0,84%

Outro

PRINCIPAIS PROPÓSITOS DA PRÓXIMA VIAGEM DE LAZER



86,61%
Relaxar e
descansar



75,73%
Divertir-me



74,06%
Conhecer
novos lugares



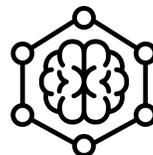
52,72%
Celebrar a vida
e os momentos



51,46%
Conhecer novas
culturas



50,63%
Viver
experiências
exclusivas



44,35%
Aprender algo
novo



43,10%
Reunir a família
e amigos



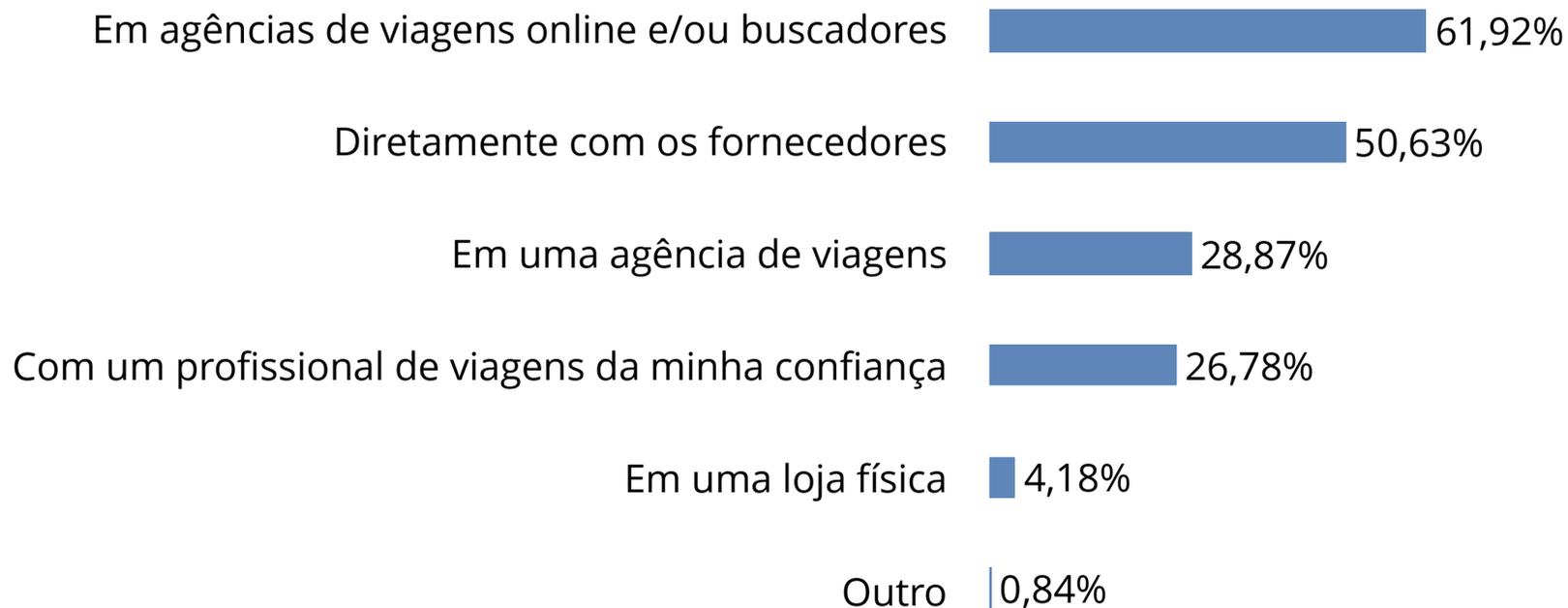
22,18%
Participar de
shows e
espetáculos

CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM

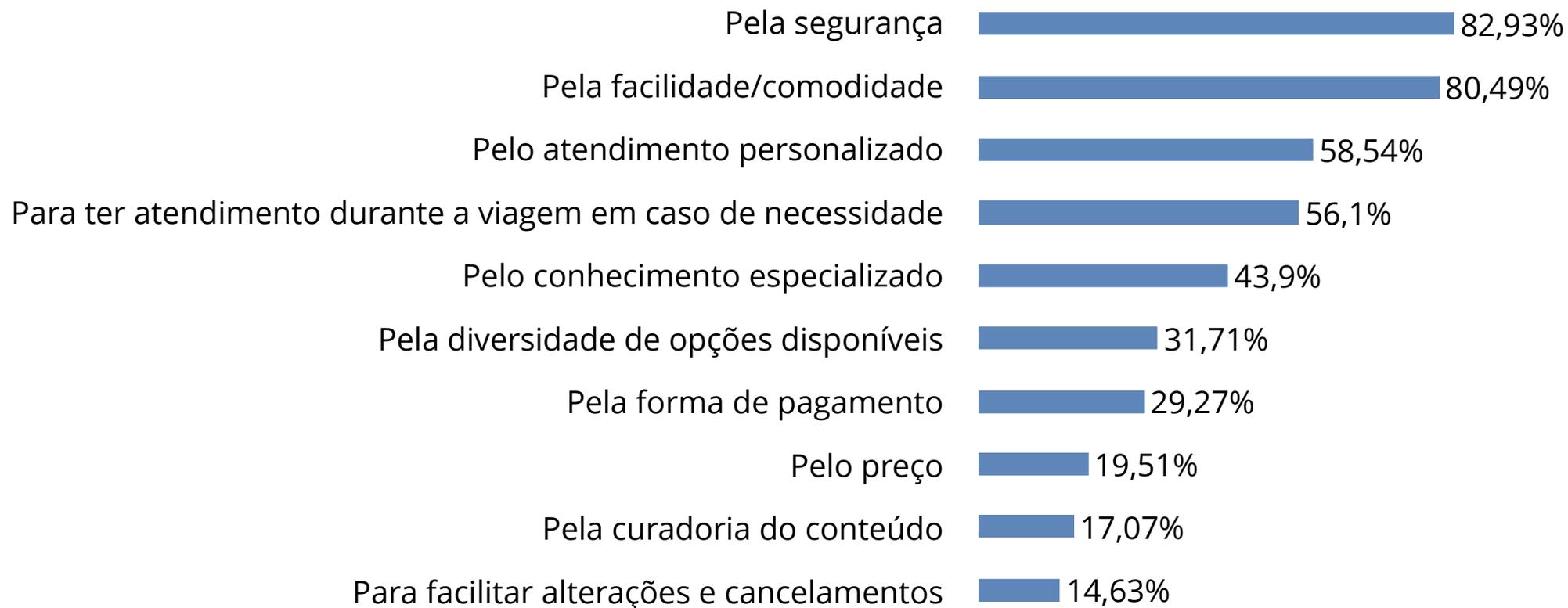


* Valores em porcentagem.

CANAIS DE RESERVAS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS DE LAZER

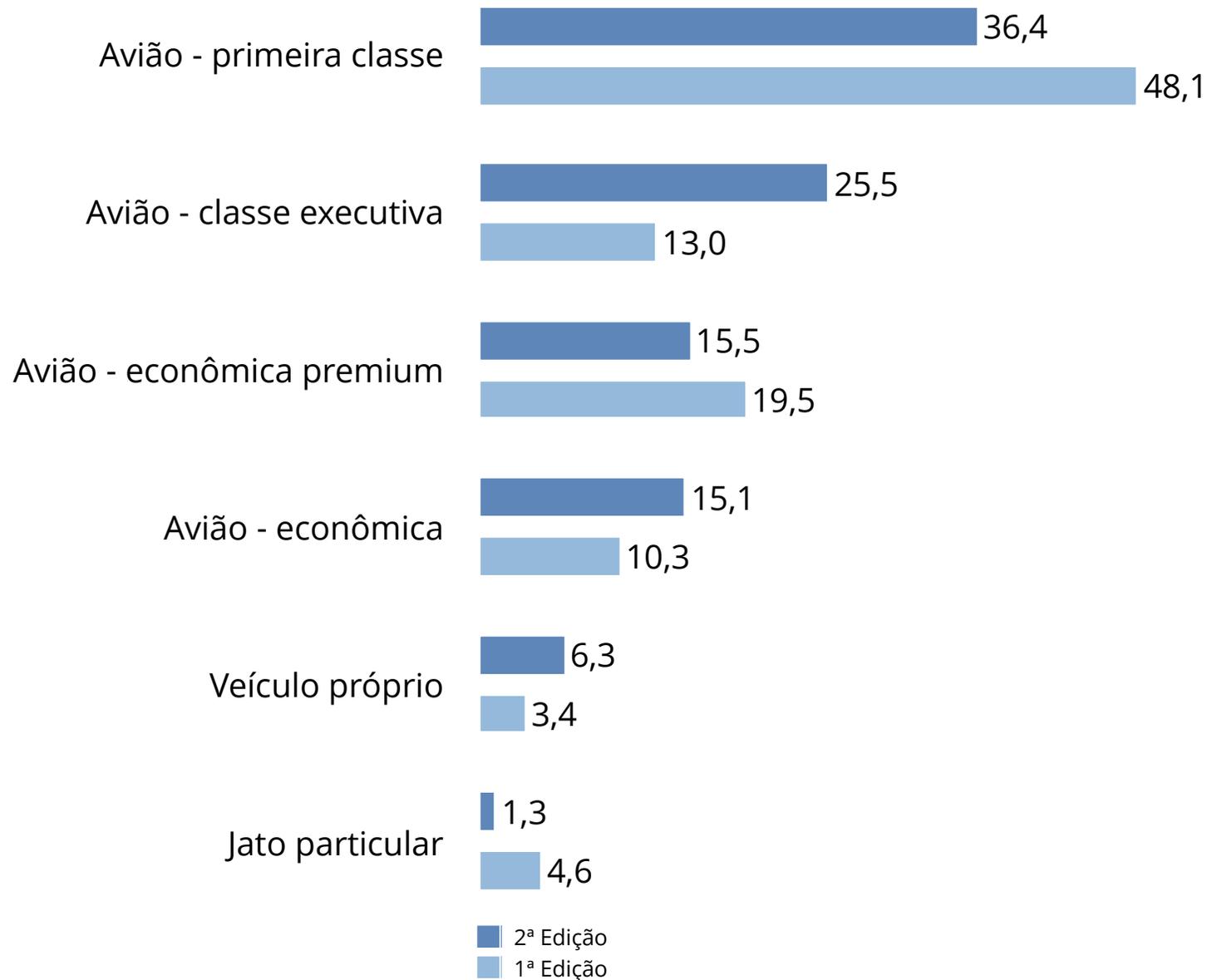


MOTIVOS PARA ESCOLHA DE UMA AGÊNCIA/ CONSULTOR DE VIAGENS



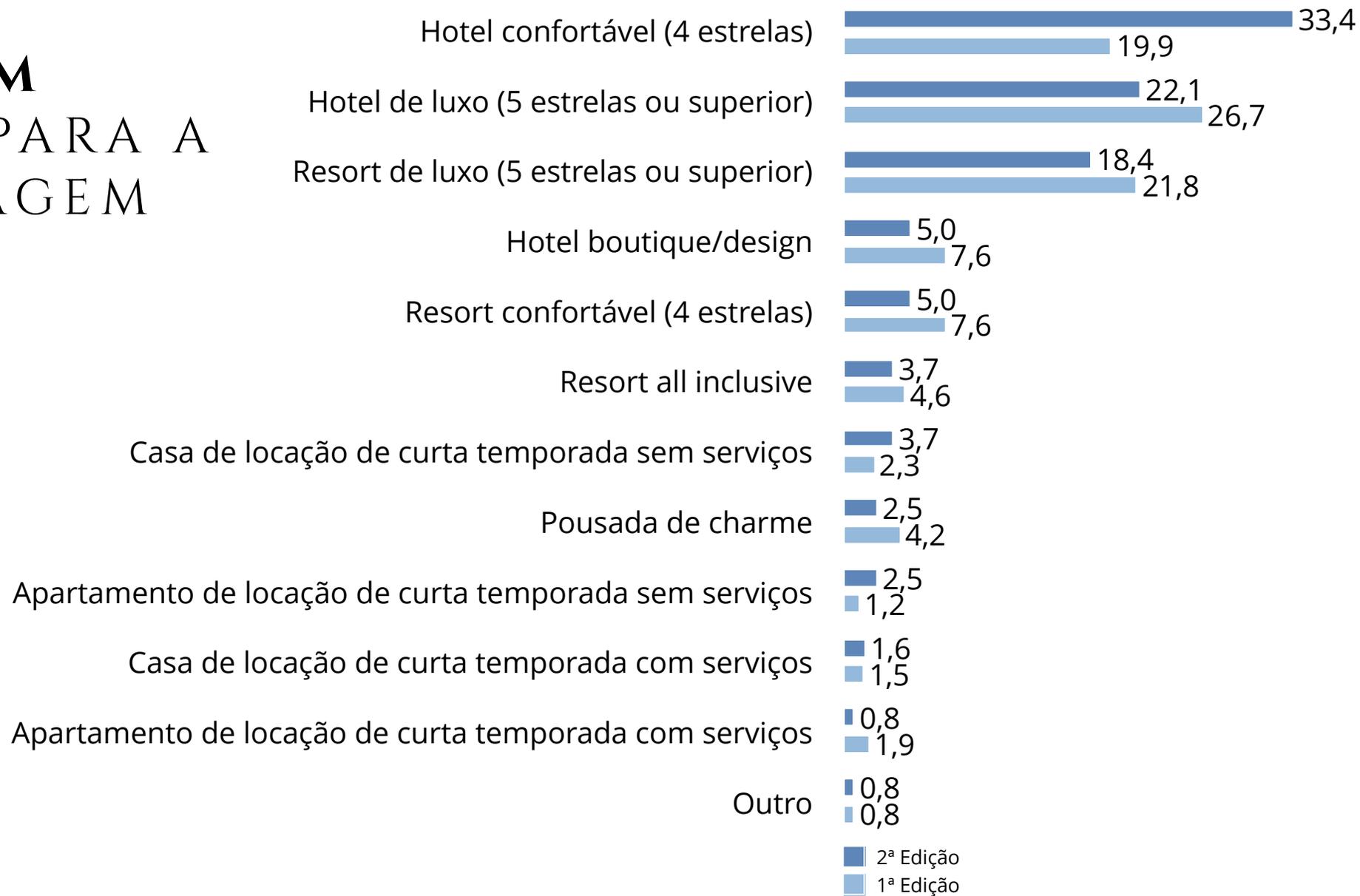
MEIO DE TRANSPORTE ESCOLHIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM

w w w . t r v l . c o m . b r



* Valores em porcentagem.

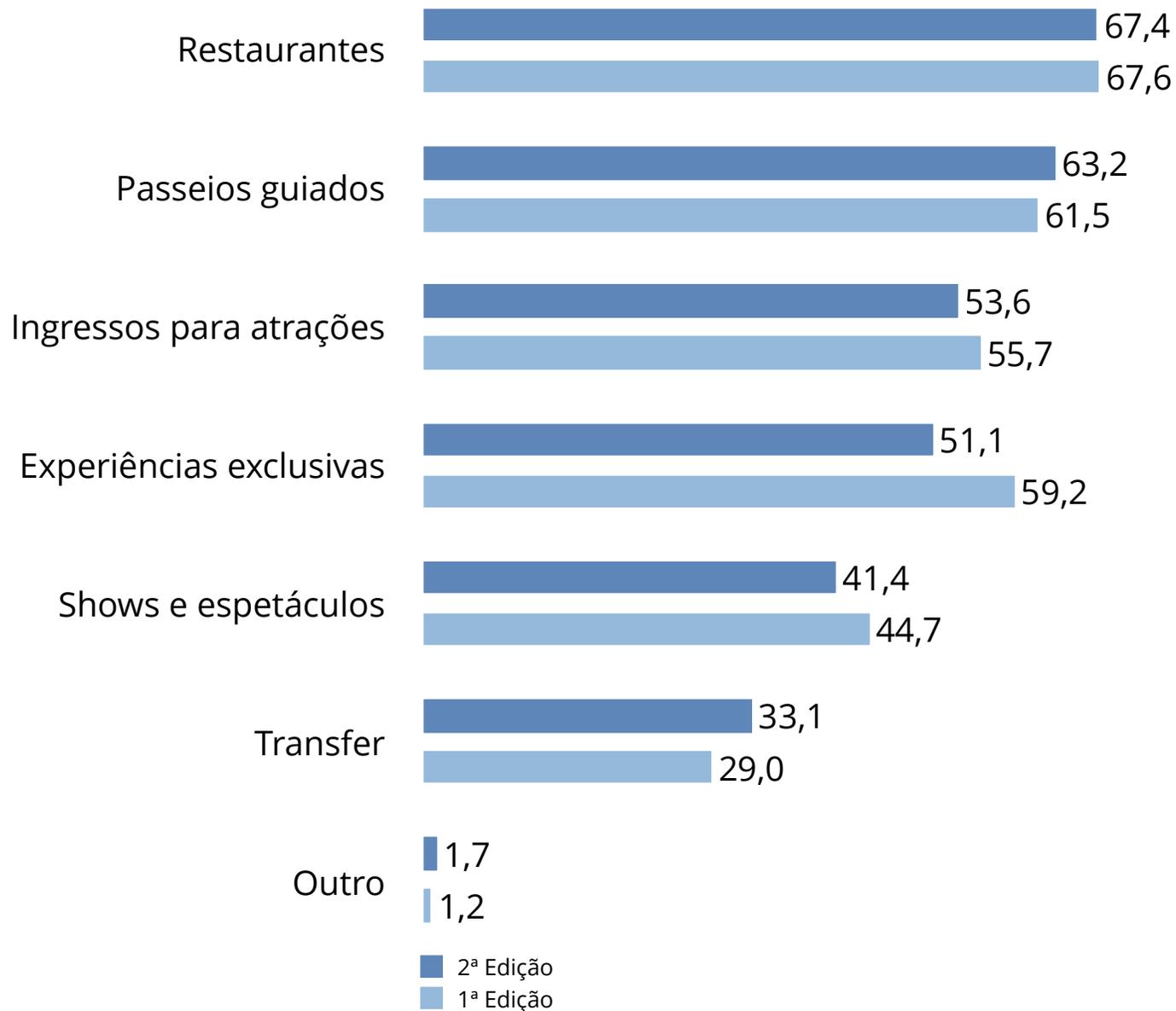
MEIO DE HOSPEDAGEM ESCOLHIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM



* Valores em porcentagem.

COMPONENTES ADQUIRIDOS/ RESERVADOS PREVIAMENTE PARA A PRÓXIMA VIAGEM

w w w . t r r v l . c o m . b r



* Valores em porcentagem.

O QUE DIZEM AS EMPRESAS



AMOSTRA DAS EMPRESAS

119 agências de viagens e operadoras responderam a um questionário específico sobre o mercado de viagens de luxo, além de 60 fornecedores para este segmento como meios de hospedagem, transporte e gastronomia.

Assim como na primeira edição, na intermediação de viagens de luxo, a maior parte dos respondentes são empresas que possuem entre 1 e 10 funcionários com faturamento total de até R\$ 5 milhões por ano.

Já para os fornecedores, as empresas são maiores, sendo que 38,89% possuem acima de 500 funcionários e faturamento variado, com 20,37% acima de 1 bilhão de reais.

Para estas empresas, um cliente pode ser considerado do segmento de luxo quando consome produtos de luxo com frequência, independente da renda familiar mensal ou do seu patrimônio.





AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS



AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS

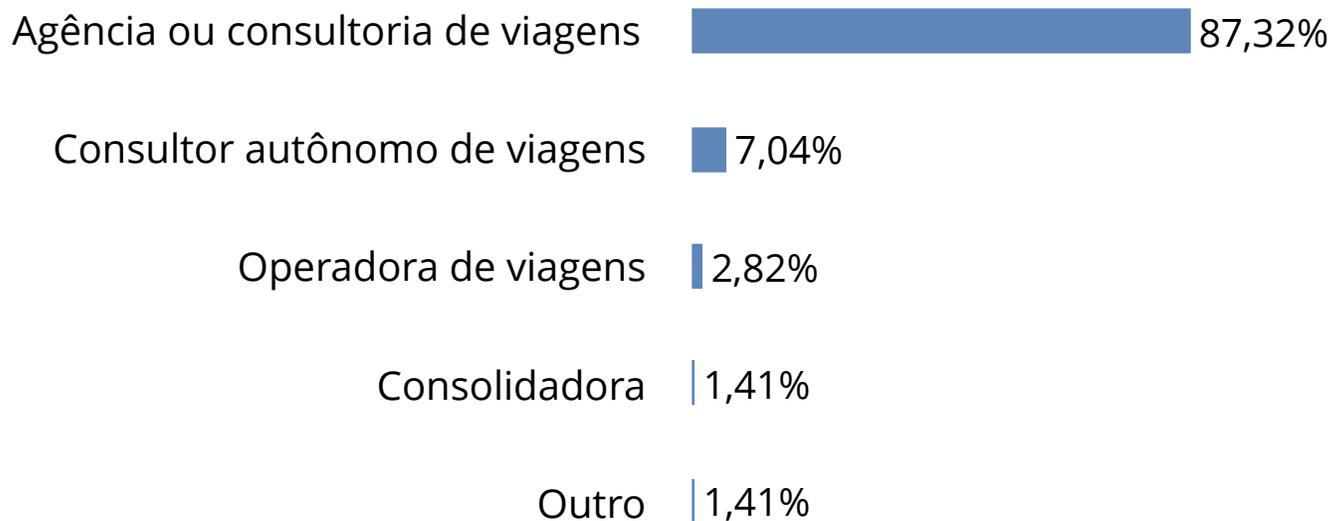
O que se observa claramente nesta segunda edição é que o faturamento em relação a 2019 já está bastante mais normalizado, com 27% dos respondentes afirmando que já superou o volume total de vendas quando comparado ao período pré-pandemia, um crescimento de 21 pontos percentuais em relação à primeira edição. Este comportamento também é confirmado quando se analisa o volume de consultas de reservas, indicando a boa recuperação do segmento.

Segundo os agentes de viagens e operadoras, as datas mais buscadas são para viagens ainda neste segundo semestre de 2022 e também para o primeiro semestre do próximo ano.

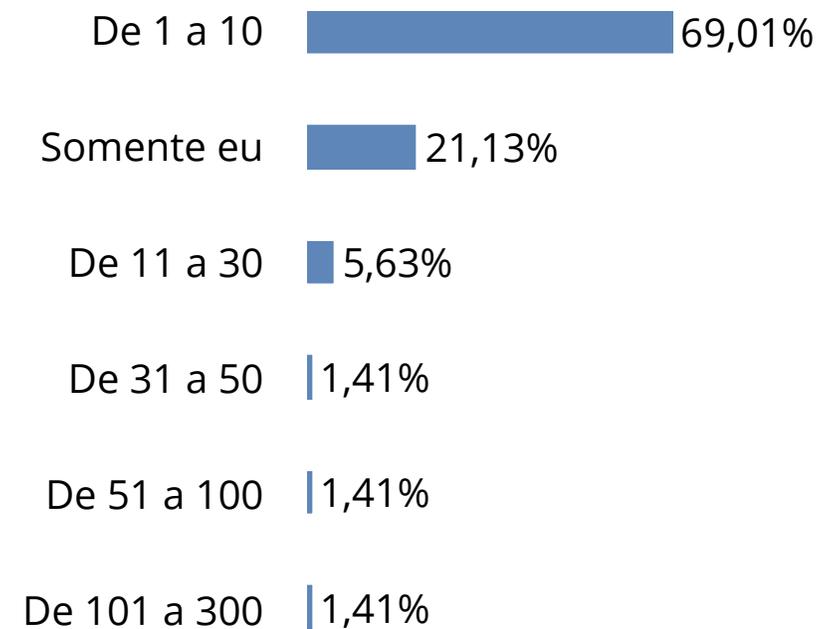
O canal prioritariamente utilizado para contato com clientes é o WhatsApp.

SETOR DE ATUAÇÃO & NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

Setor de atuação

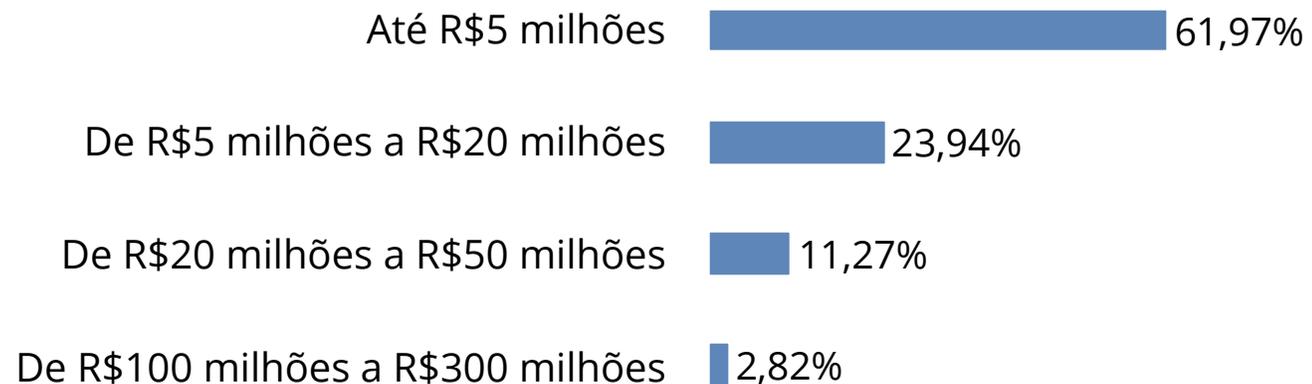


Número de funcionários

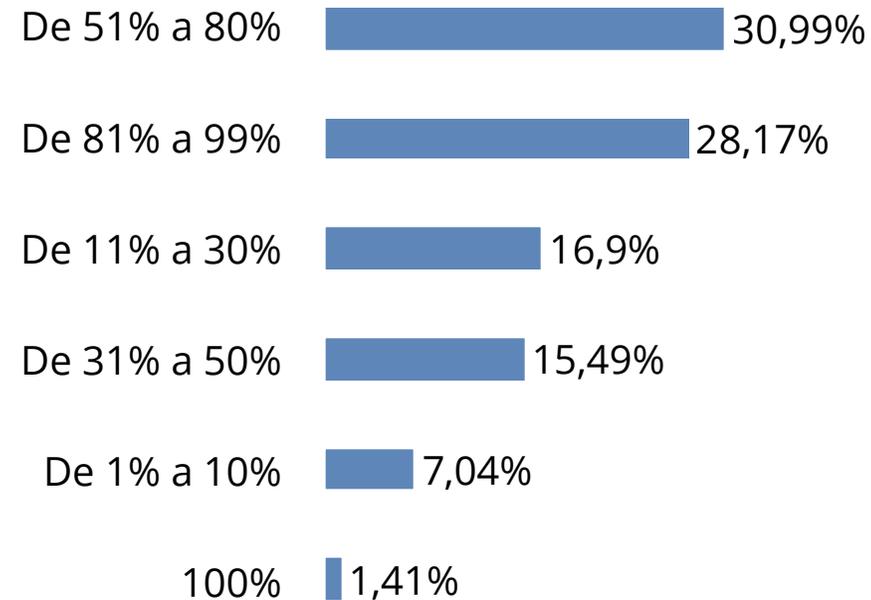


FATURAMENTO & REPRESENTATIVIDADE NO SETOR

Faturamento total anual

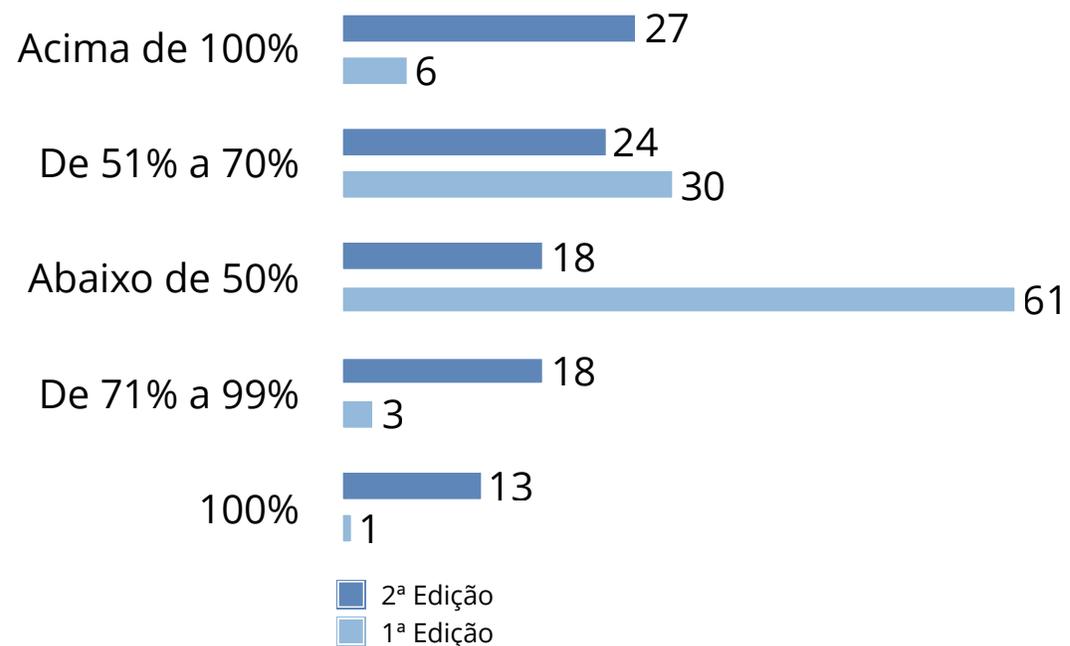


Representatividade do segmento de luxo no faturamento total



FATURAMENTO EM RELAÇÃO A 2019

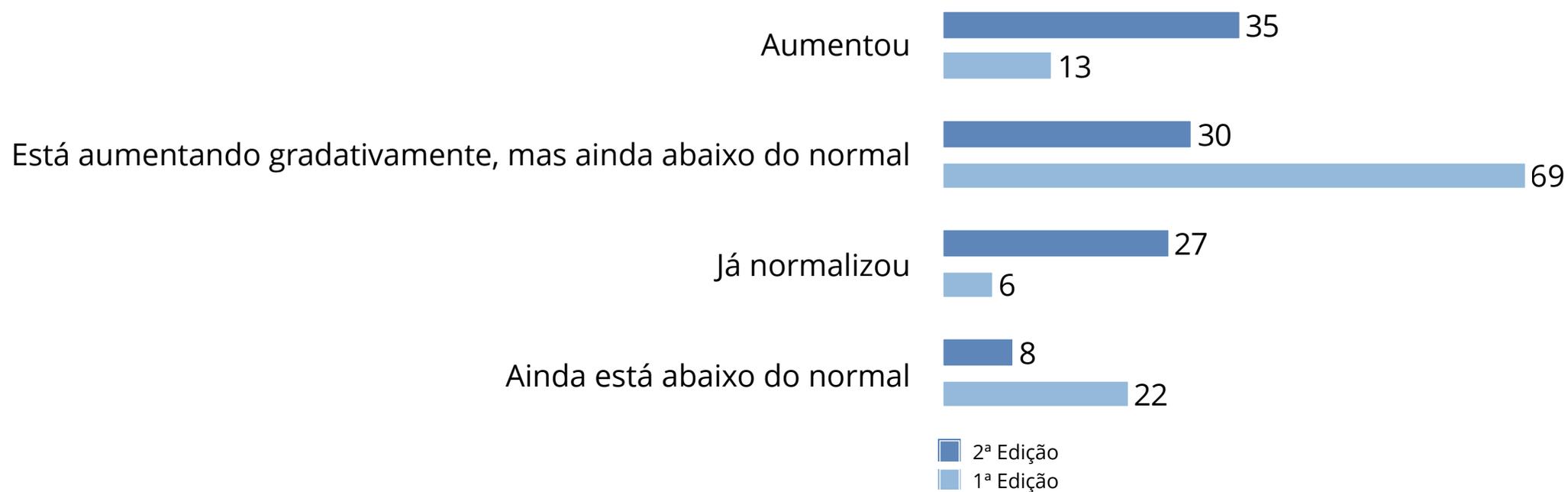
Faturamento em relação ao mesmo período comparado a 2019



* Valores em porcentagem.

VOLUME DE CONSULTAS DE RESERVAS

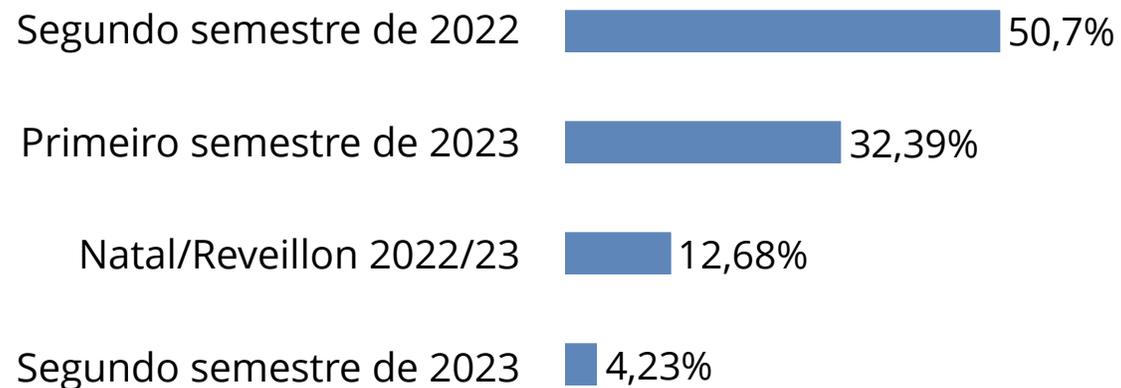
Volume de consulta de reservas nos últimos 6 meses



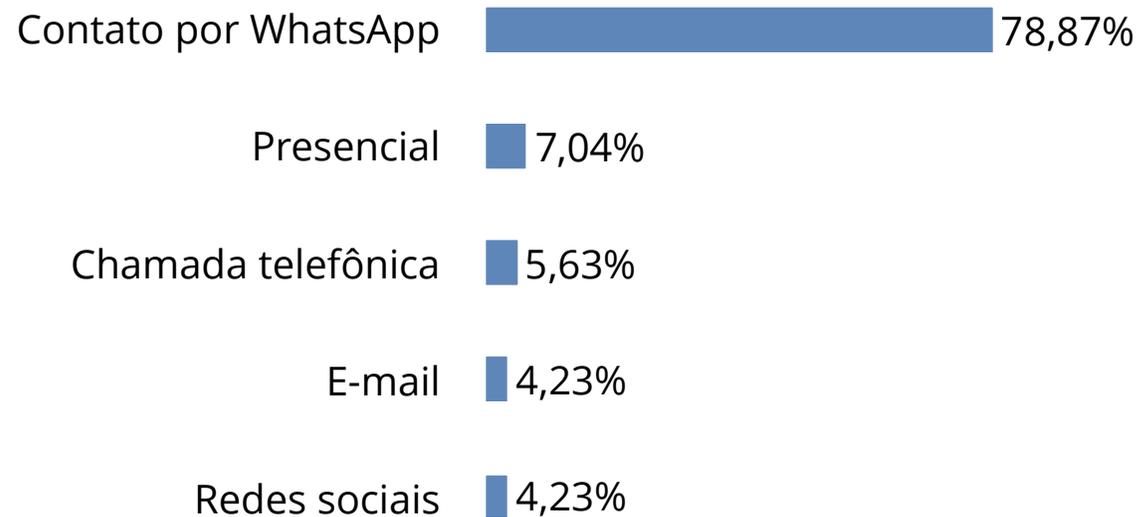
* Valores em porcentagem.

PERÍODO DE CONSULTAS & CANAIS DE RESERVA

Período com maior número de consultas/reservas



Canal de reserva mais utilizado pelos clientes





AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS

Quando perguntados, sobre os nichos mais procurados, observa-se uma coerência com as respostas dadas pelos próprios viajantes.

Para os agentes de viagens e operadoras, os destinos mais procurados são os destinos internacionais. Viu-se, no entanto, que para os viajantes, houve um crescimento de viagens para destinos nacionais, indicando que estas viagens são reservadas principalmente de forma direta e independente.

Para os destinos nacionais, o Nordeste é a preferência absoluta. Já para os destinos internacionais, a Europa aparece em destaque, além de outros destinos mais variados do que os apontados diretamente pelos viajantes.

NICHOS MAIS PROCURADOS



90,14%

Turismo de sol e praia



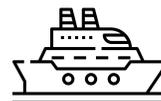
67,61%

Turismo histórico e cultural



59,15%

Turismo gastronômico



38,03%

Cruzeiros



28,17%

Turismo de saúde e bem estar



23,94%

Ecoturismo e turismo de natureza



15,49%

Turismo de esportes e aventura



5,63%

Parques aquáticos e temáticos



5,63%

Volta ao mundo



5,63%

Retiros



4,23%

Turismo religioso



2,82%

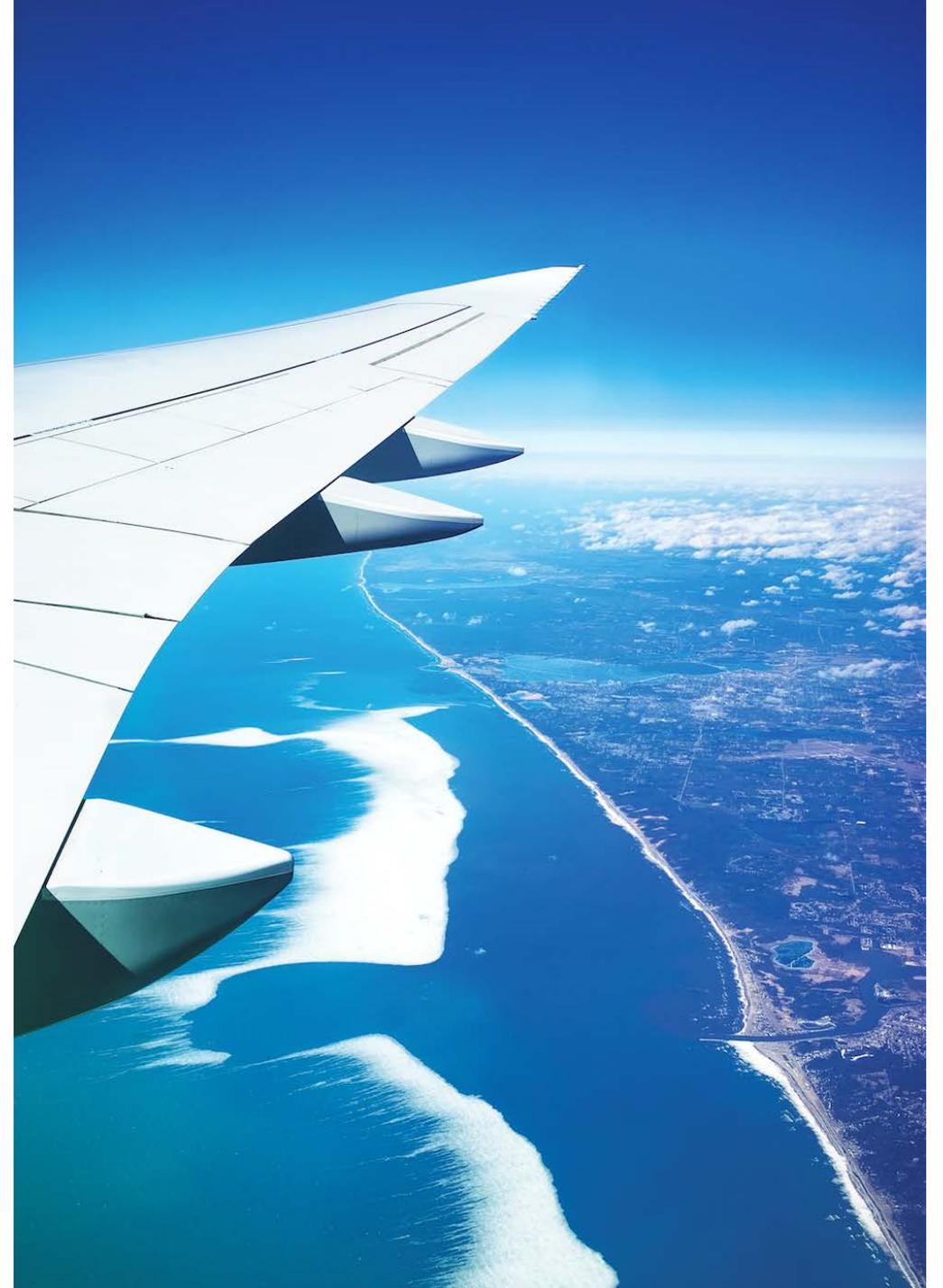
Outro

DESTINOS MAIS PROCURADOS

Destinos internacionais 61,97%

Ambos 32,39%

Destinos nacionais 5,63%



**DESTINOS NACIONAIS
MAIS PROCURADOS**



NORDESTE
42,25%



BAHIA
28,17%



CEARÁ
14,09%



**FERNANDO DE
NORONHA**
14,09%



GRAMADO
12,68%



TRANCOSO
9,86%



RIO DE JANEIRO
9,86%



ALAGOAS
8,45%

P: Pergunta aberta: Quais são os destinos brasileiros mais procurados neste momento?

DESTINOS NACIONAIS MAIS PROCURADOS

1	Nordeste	42,25%
2	Bahia	28,17%
3	Ceará	14,09%
4	Fernando de Noronha	14,09%
5	Gramado	12,68%
6	Trancoso	9,86%
7	Rio de Janeiro	9,86%

8	Alagoas	8,45%
9	Sul	7,04%
10	Praias	7,04%
11	Serra Gaúcha	5,63%
12	Pernambuco	4,23%
13	Amazônia	4,23%
14	Foz do Iguaçu	4,23%

P: Pergunta aberta: Quais são os destinos brasileiros mais procurados neste momento?

DESTINOS INTERNACIONAIS MAIS PROCURADOS



EUROPA
54,93%



ESTADOS UNIDOS
26,76%



ITÁLIA
23,95%



FRANÇA
18,31%



PORTUGAL
16,90%



MALDIVAS
14,09%



DUBAI
11,27%



CARIBE
9,86%

P: Pergunta aberta: Quais são os destinos internacionais mais procurados neste momento?

DESTINOS INTERNACIONAIS MAIS PROCURADOS

1	Europa	54,93%
2	Estados Unidos	26,76%
3	Itália	23,95%
4	França	18,31%
5	Portugal	16,90%
6	Maldivas	14,09%
7	Dubai	11,27%
8	Caribe	9,86%
9	Paris	7,04%

10	Tailândia	7,04%
11	Egito	5,63%
12	África	5,63%
13	Espanha	5,63%
14	Argentina	5,63%
15	Emirados Árabes	5,63%
16	Orlando	4,23%
17	Turquia	4,23%
18	Tanzânia	4,23%

P: Pergunta aberta: Quais são os destinos internacionais mais procurados neste momento?



AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS

As agências de viagens e operadoras afirmam que os clientes estão em busca de roteiros customizados, passando da terceira posição na edição anterior para a primeira posição nesta pesquisa. Depois disso, buscam a qualidade e a personalização dos serviços.

Sobre os meios de transporte mais vendidos nos últimos 6 meses, a classes executiva se destaca para este segmento. Já para os meios de hospedagem, hotéis de luxo e hotéis boutique/design são a grande preferência.

Os principais componentes adquiridos/reservados previamente são transfers em carros de luxo, experiências exclusivas e restaurantes estrelados/premiados.

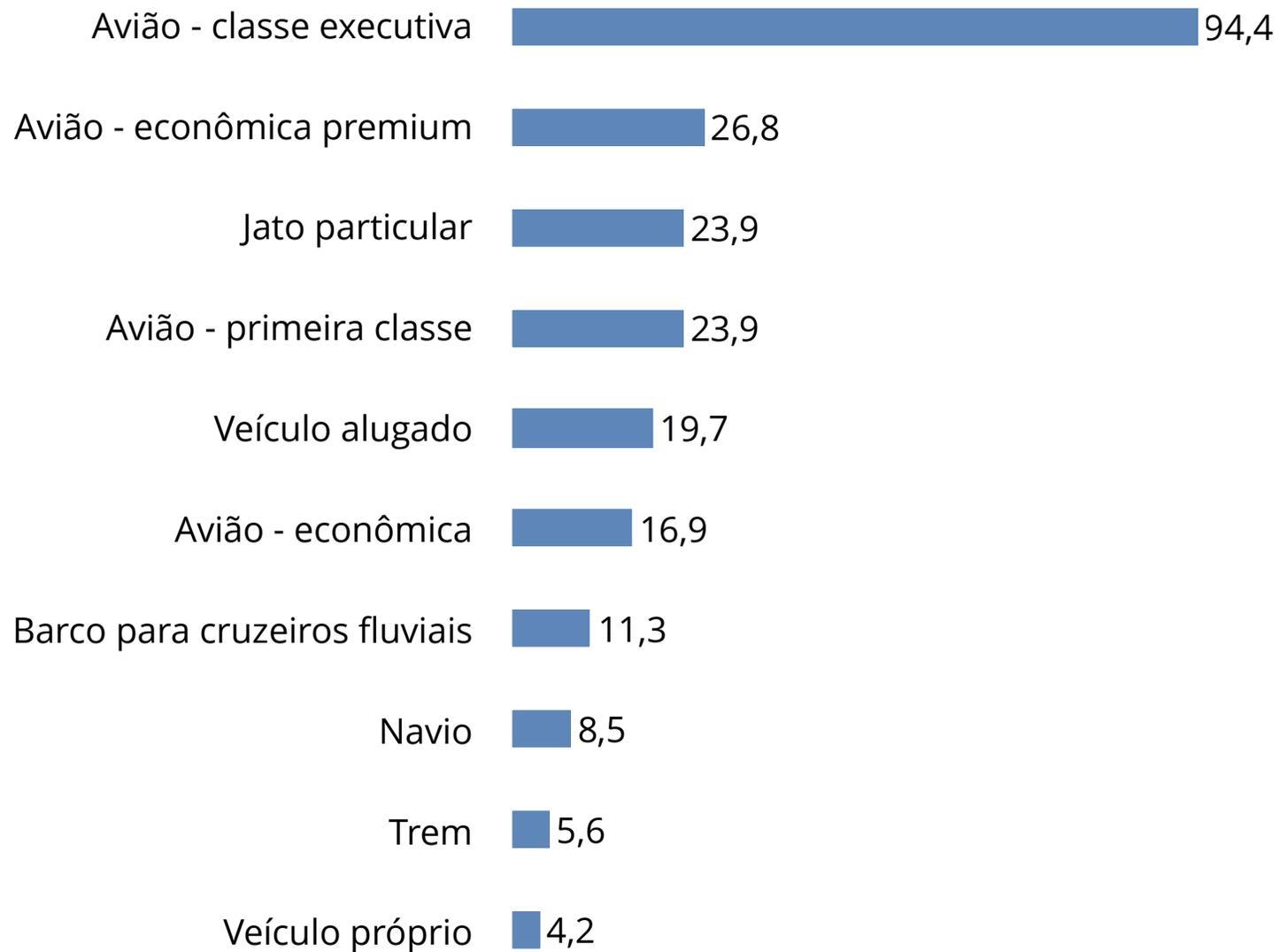
CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM



* Valores em porcentagem.

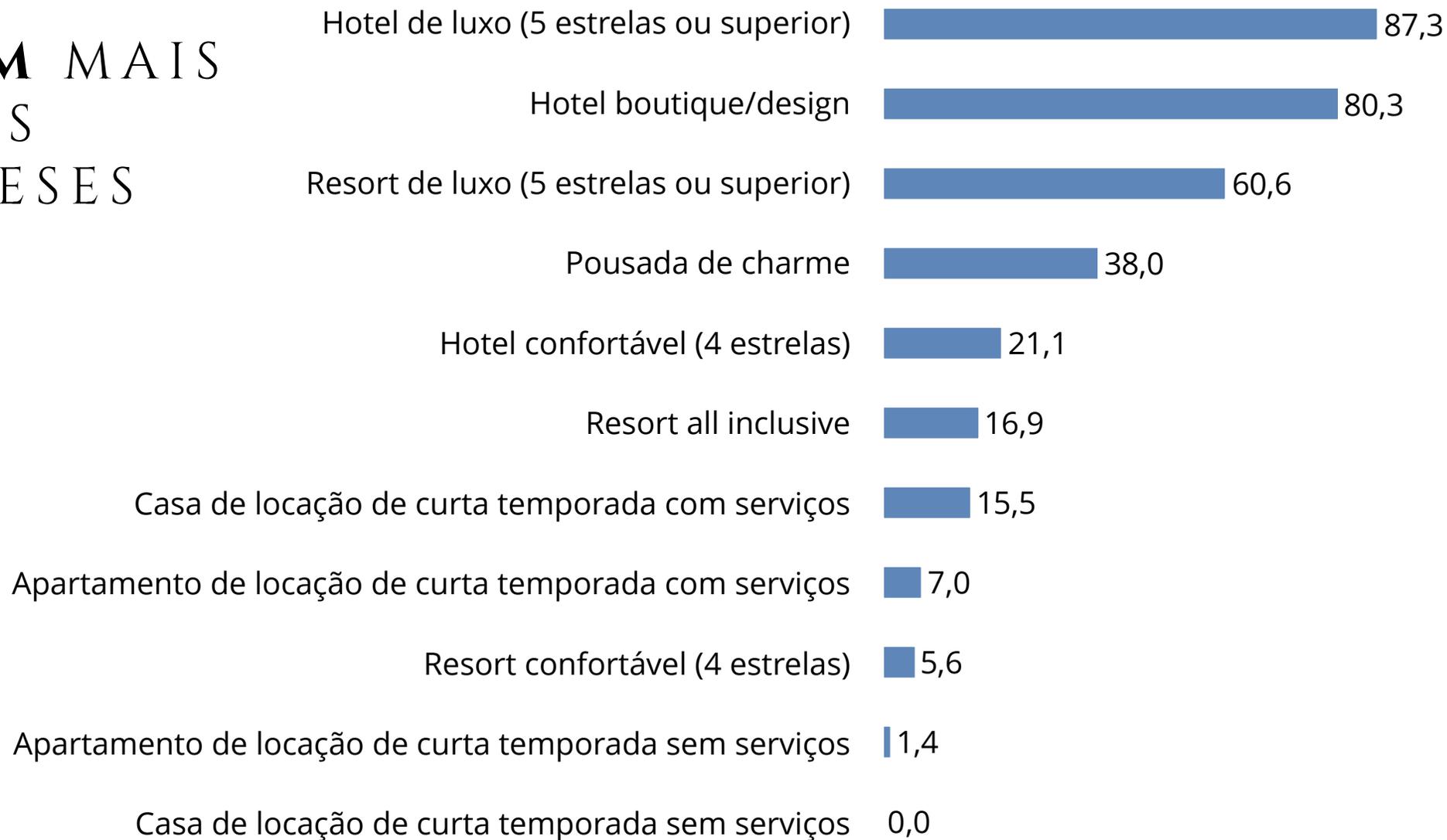
MEIO DE TRANSPORTE MAIS VENDIDO NOS ÚLTIMOS 6 MESES

w w w . t r v l . c o m . b r



* Valores em porcentagem.

MEIO DE HOSPEDAGEM MAIS VENDIDO NOS ÚLTIMOS 6 MESES



COMPONENTES MAIS ADQUIRIDOS/ RESERVADOS PREVIAMENTE NOS ÚLTIMOS 6 MESES





AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS

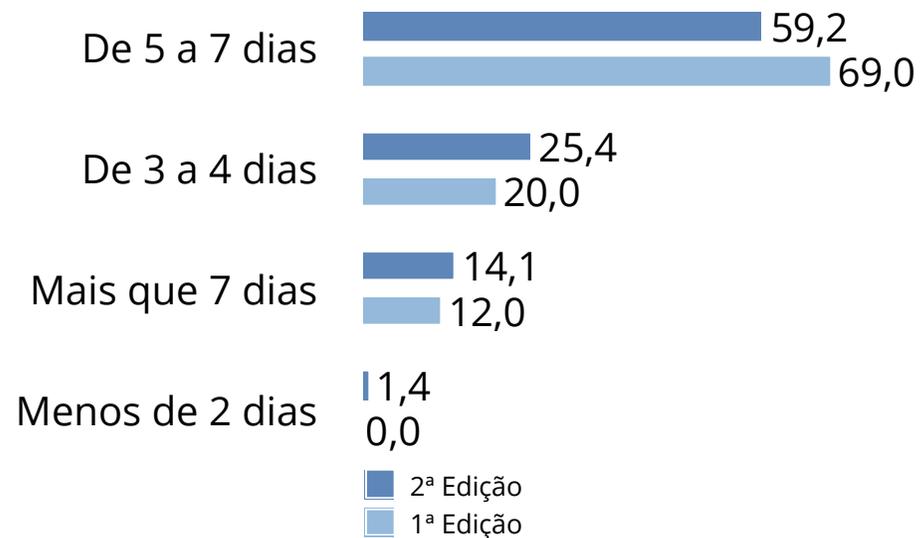
Para as viagens nacionais, não há diferenças significativas da primeira para a segunda edição em relação ao tempo médio de permanência e ao gasto médio. Viajantes brasileiros ficam em média de 5 a 7 dias em destinos nacionais, gastando de R\$ 5.001 a R\$ 15.000 por viagem.

Já para as viagens internacionais, houve um leve aumento no tempo de permanência média, que é atualmente de 11 a 15 dias. Houve um aumento mais expressivo no gasto médio, com 35,2% gastando acima de R\$ 50.001 por viagem.

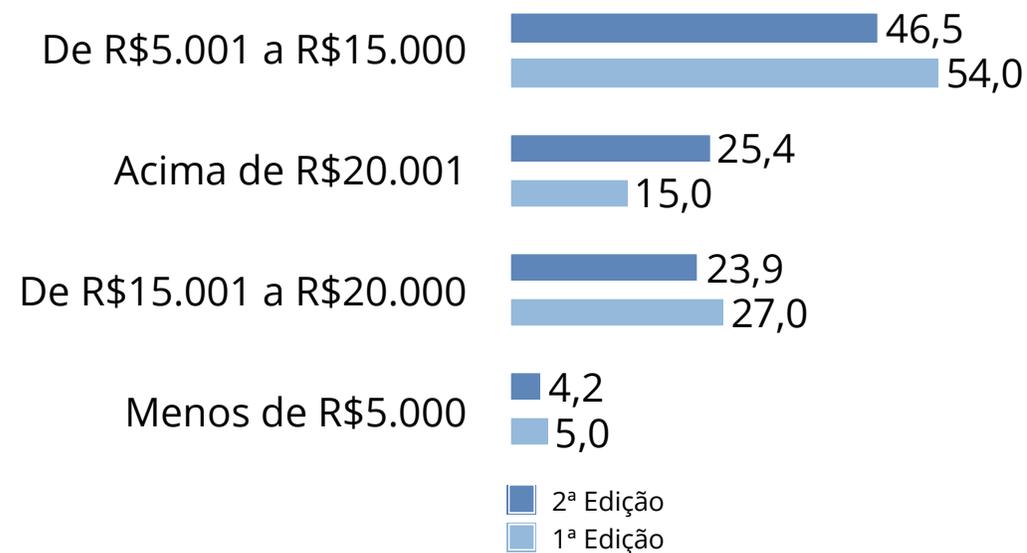
73,24% dos agentes de viagens e operadores afirmam que o orçamento de viagens de seus clientes aumentou quando comparado ao período pré-pandemia.

VIAGENS NACIONAIS VENDIDAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

Tempo de permanência



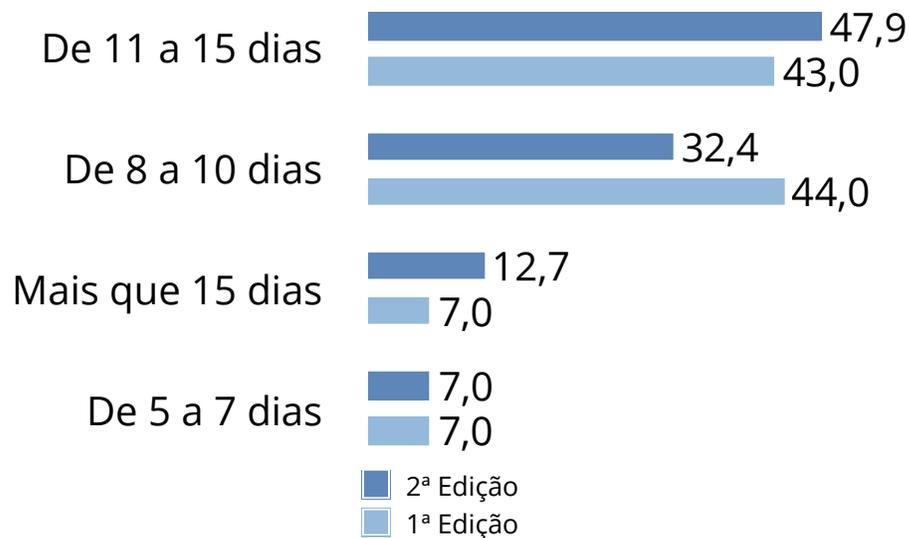
Gasto médio



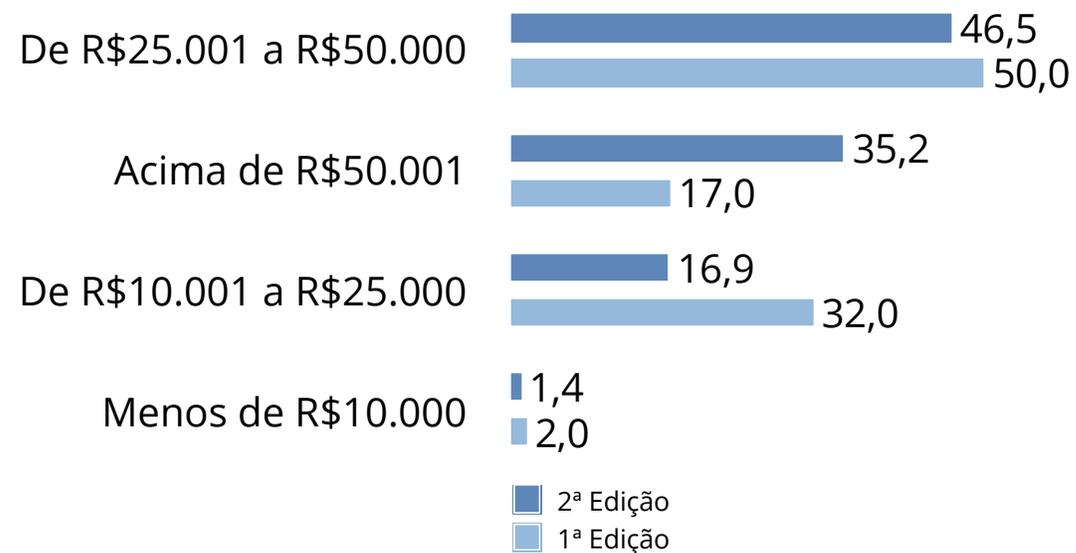
* Valores em porcentagem.

VIAGENS INTERNACIONAIS VENDIDAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

Tempo de permanência



Gasto médio



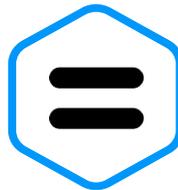
* Valores em porcentagem.

ORÇAMENTO DE VIAGENS DOS CLIENTES

Sobre o orçamento atual dos clientes
comparado a 2019:



Aumentou
73,24%



Permanece
igual
18,31%



Diminuiu
8,45%



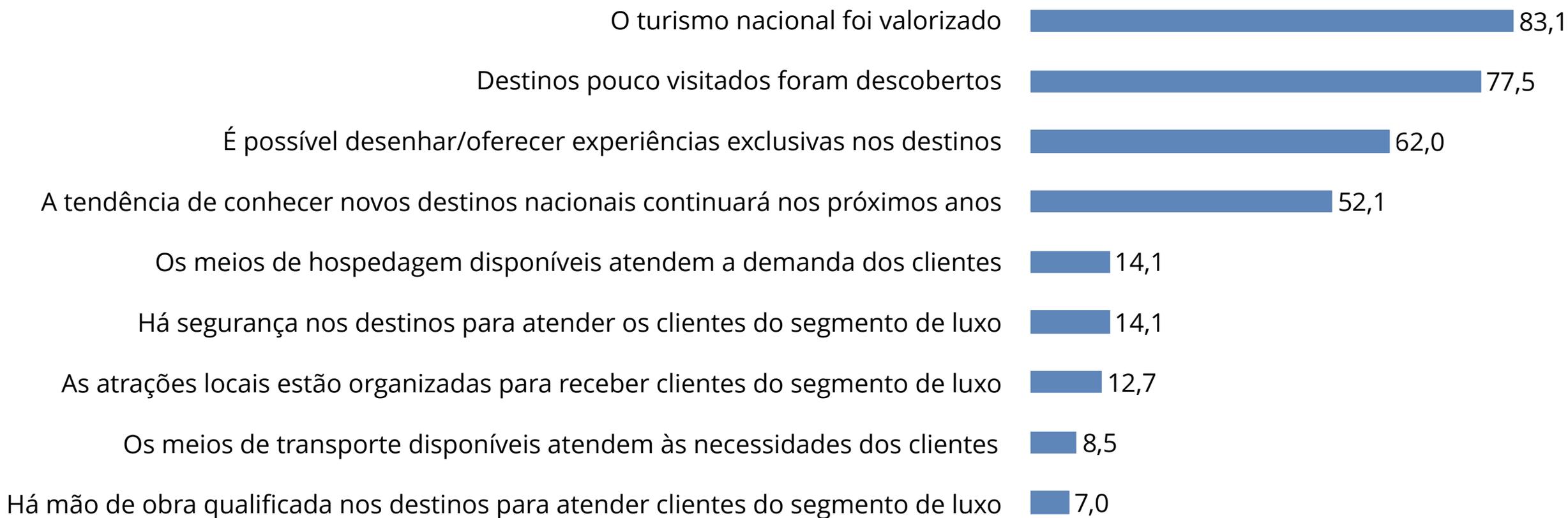
AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS

Sobre o turismo nacional atualmente, as empresas respondentes afirmam que o turismo nacional foi valorizado e que destinos pouco visitados foram descobertos , confirmando os resultados encontrados na primeira edição.

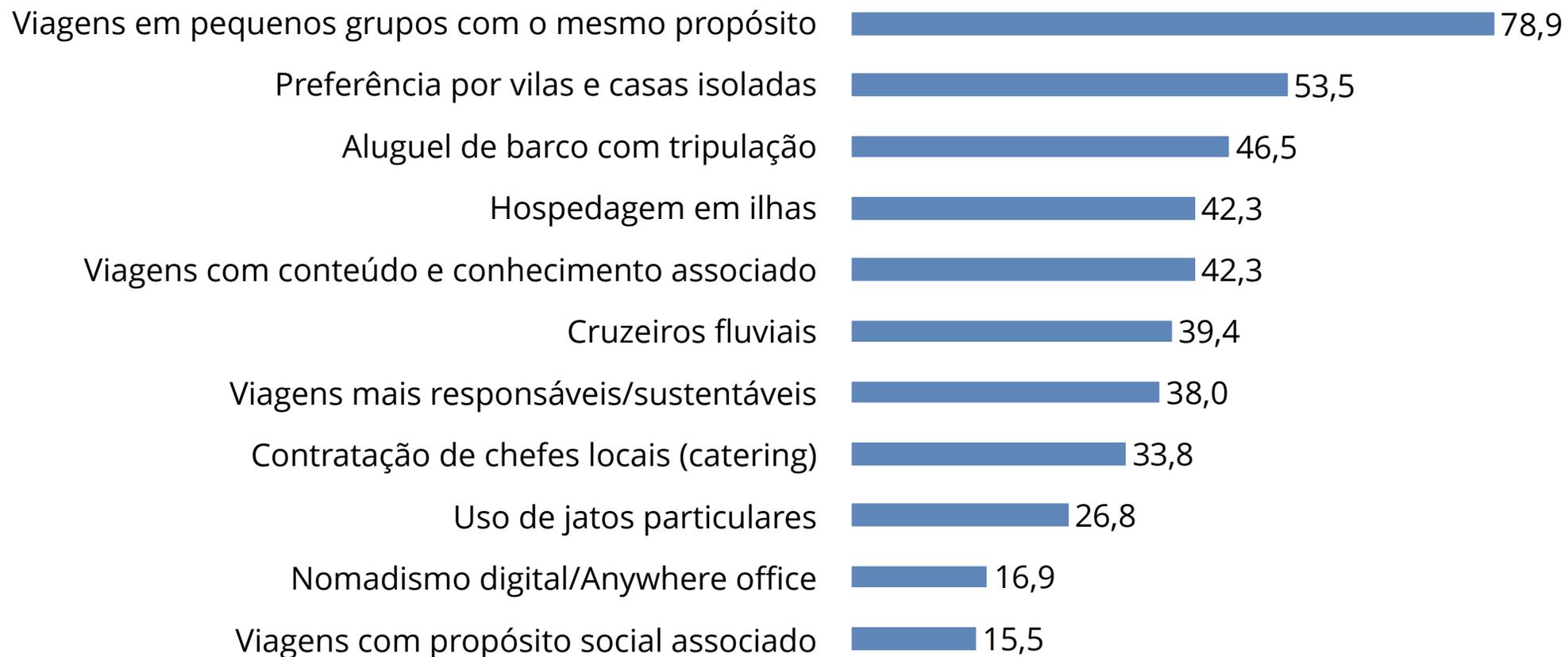
Também como apontado na primeira edição, há oportunidades em todos os setores de atuação do turismo para aprimorar sua oferta para o segmento de luxo.

Já as principais tendências do segmento de luxo para o próximo ano são as viagens em pequenos grupos com o mesmo propósito, preferência por vilas e casas isoladas e o aluguel de barco com tripulação, mostrando que exclusividade é relevante.

SOBRE O TURISMO NACIONAL DE LUXO ATUALMENTE



SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO





FORNECEDORES



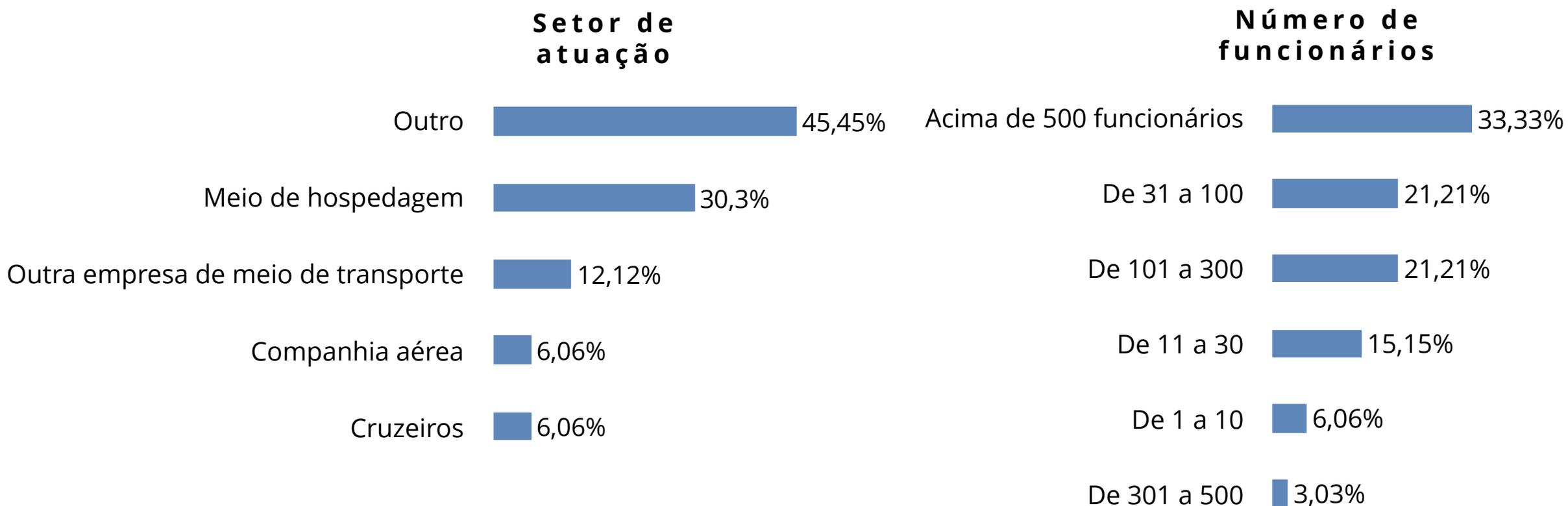
FORNECEDORES

A pesquisa de fornecedores foi respondida por 60 fornecedores de ramos de atuação variados, incluindo órgãos de turismo governamentais, meios de hospedagem, companhias aéreas e outras empresas de transporte, entre outras. São empresas que atuam em todos os segmentos, inclusive no de luxo, com maior ou menor representatividade.

Assim como visto com as agências e operadoras, o faturamento quando comparado a 2019 já está bastante normalizado, com 42% das empresas afirmando que o volume total de vendas já é superior aquele ano, apresentando também um crescimento de 21 pontos percentuais em relação à primeira edição. O volume de consultas de reservas confirma a plena recuperação do setor.

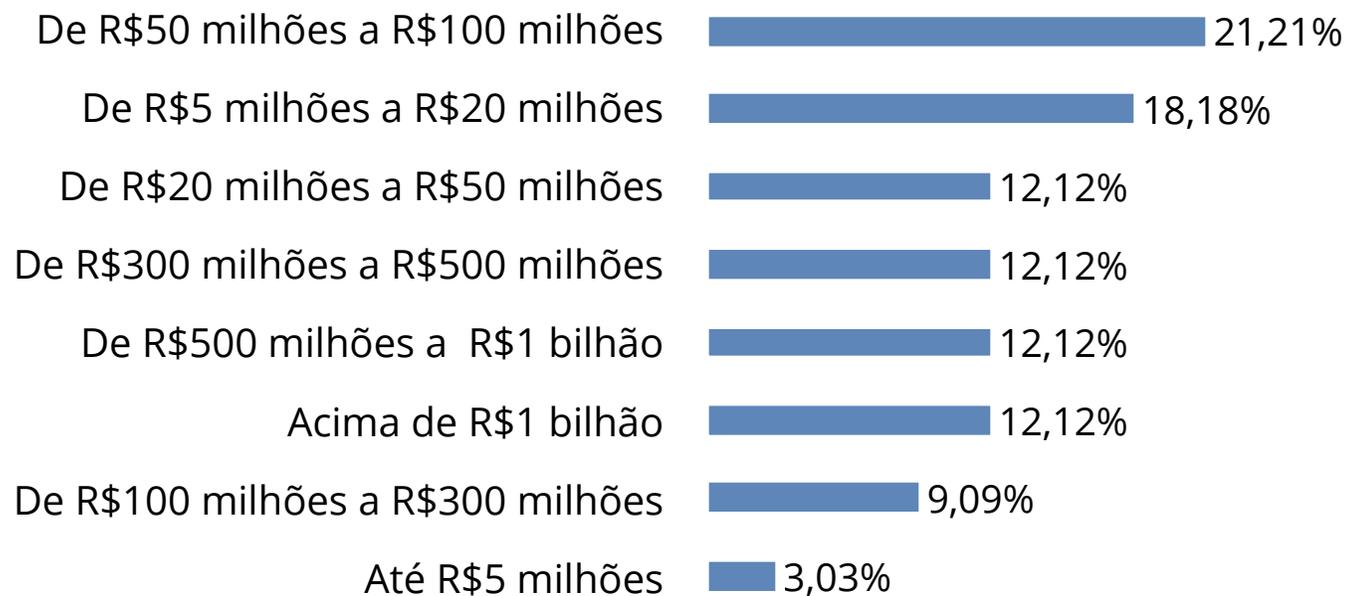
O período mais buscado é para viagens que acontecerão ainda neste segundo semestre ou no primeiro semestre de 2023. Os fornecedores indicam que o canal mais utilizado por seus clientes para fazer reservas são os agentes/consultores de viagens com 69,7%.

SETOR DE ATUAÇÃO & NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

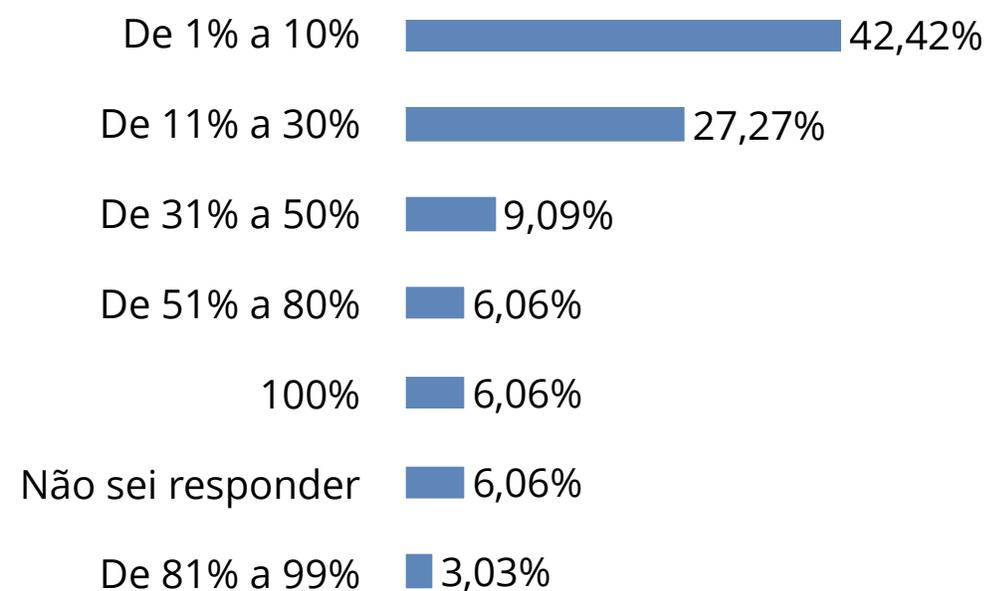


FATURAMENTO & REPRESENTATIVIDADE NO SETOR

Faturamento total anual

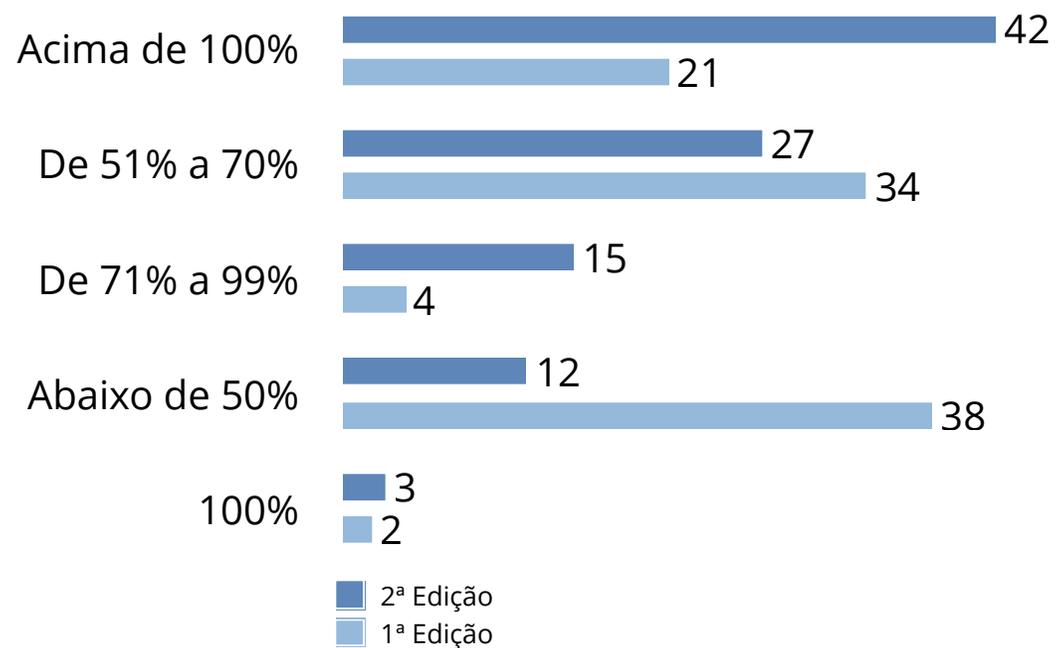


Representatividade do segmento de luxo no faturamento total



FATURAMENTO EM RELAÇÃO A 2019

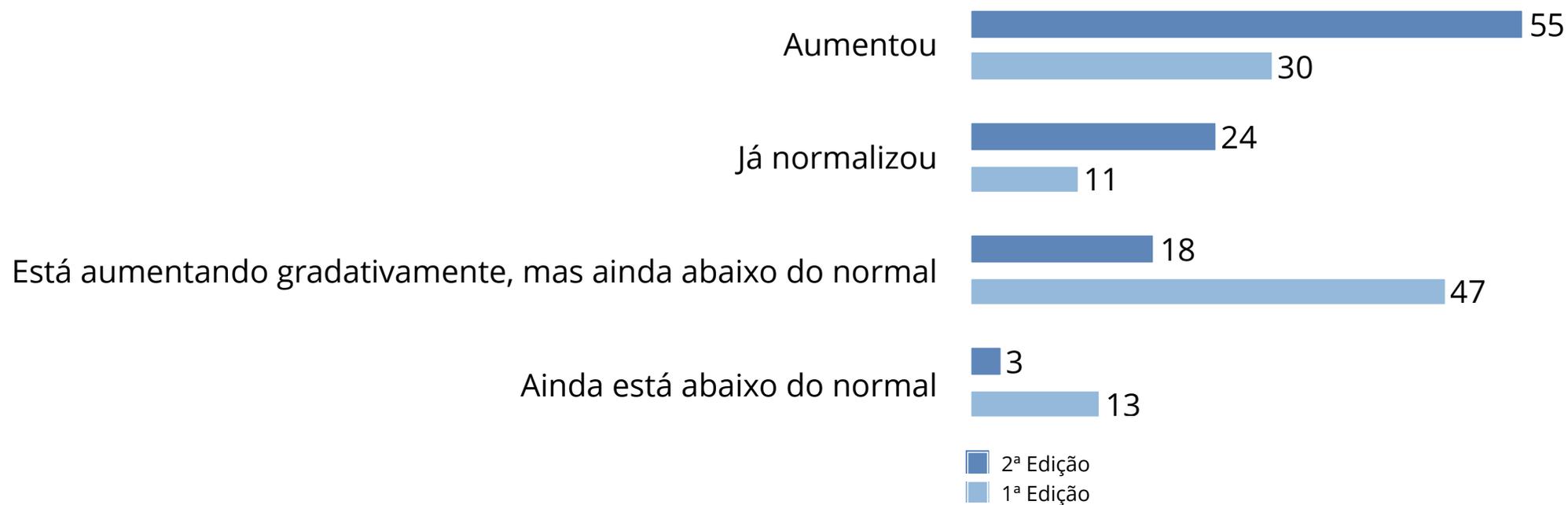
Faturamento em relação ao mesmo período comparado a 2019



* Valores em porcentagem.

VOLUME DE CONSULTAS DE RESERVAS

Volume de consulta de reservas nos últimos 6 meses



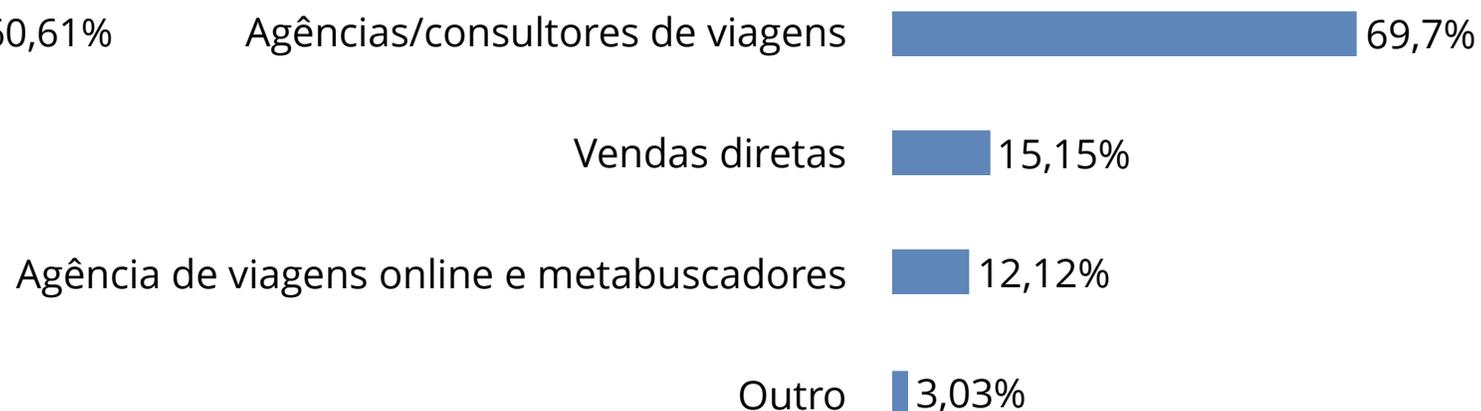
* Valores em porcentagem.

PERÍODO DE CONSULTAS & CANAIS DE RESERVA

Período com maior número de consultas/reservas



Canal de reserva mais utilizado pelos clientes





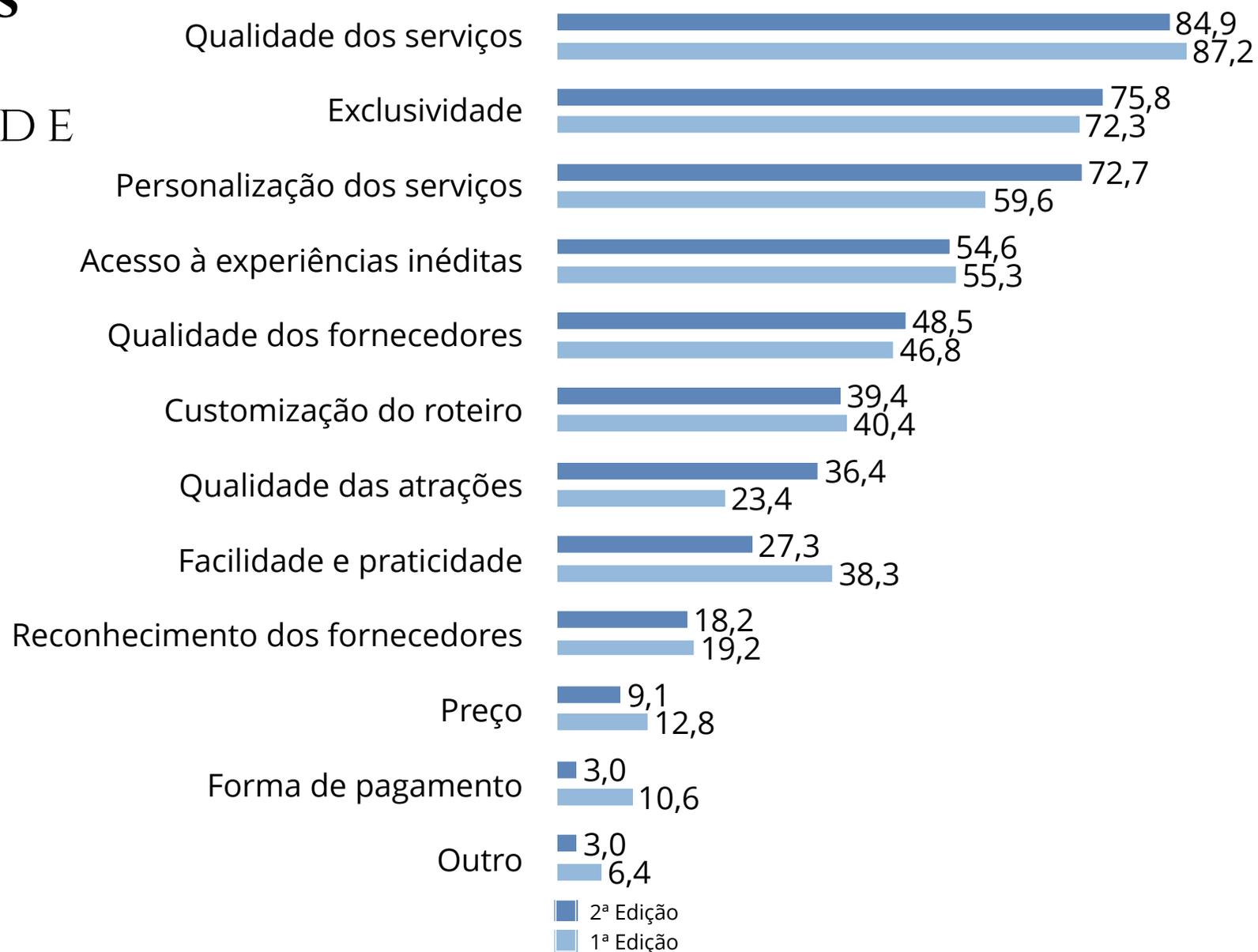
FORNECEDORES

Para as características mais relevantes para a escolha de uma viagem, houve a manutenção dos resultados encontrados na primeira edição, com qualidade dos serviços aparecendo na primeira posição, seguido de exclusividade e personalização dos serviços, respectivamente.

Os componentes mais adquiridos/reservados previamente nos últimos 6 meses foram serviços vips/exclusivos, transfers em carros de luxo e experiências exclusivas.

Segundo os fornecedores, houve uma diminuição do tempo médio de permanência, passando de mais que 7 dias na primeira edição para 5 a 7 dias nesta edição. Já o gasto médio aumentou, com 36,4% gastando acima de R\$ 20.001 por viagem.

CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM



* Valores em porcentagem.

COMPONENTES MAIS ADQUIRIDOS/ RESERVADOS PREVIAMENTE NOS ÚLTIMOS 6 MESES

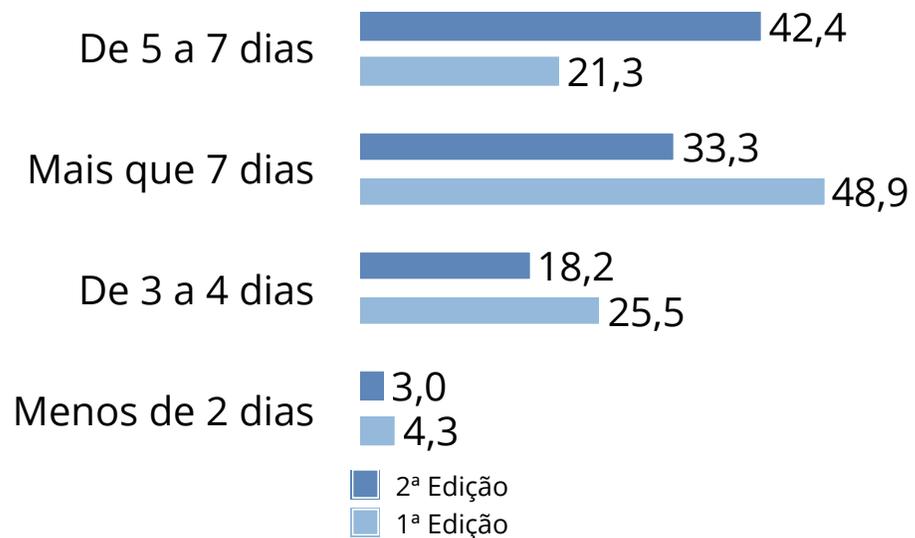
w w w . t r v l . c o m . b r



* Valores em porcentagem.

VIAGENS DE LUXO E **NACIONAIS** NOS ÚLTIMOS 6 MESES

Tempo de permanência



Gasto médio



ORÇAMENTO DE VIAGENS DOS CLIENTES

**Sobre o orçamento atual dos clientes
comparado a 2019:**



Aumentou
72,73%



Permanece
igual
27,27%

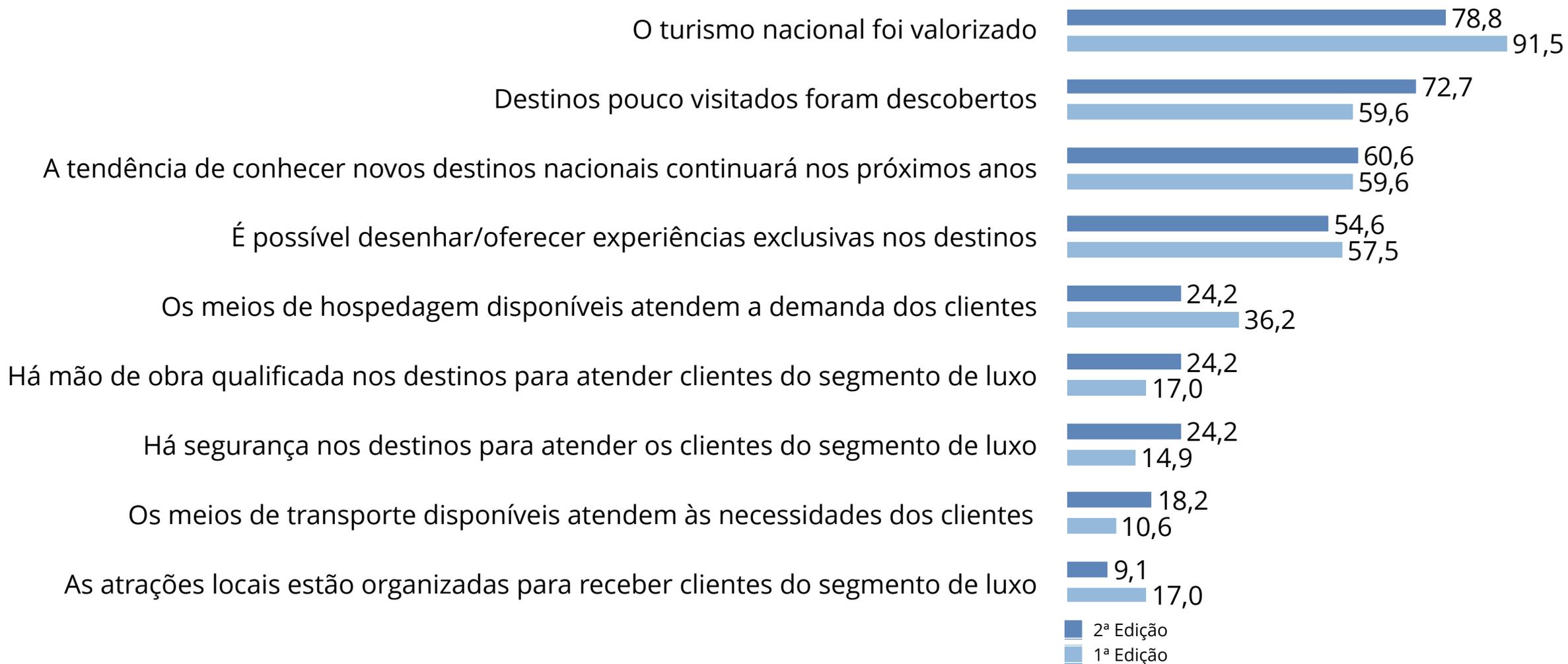


FORNECEDORES

Para os fornecedores, o turismo nacional de luxo segue valorizado, porém em menor nível que na edição anterior. Destinos pouco visitados foram descobertos e a tendência de conhecer novos destinos no Brasil continuará crescendo nos próximos anos.

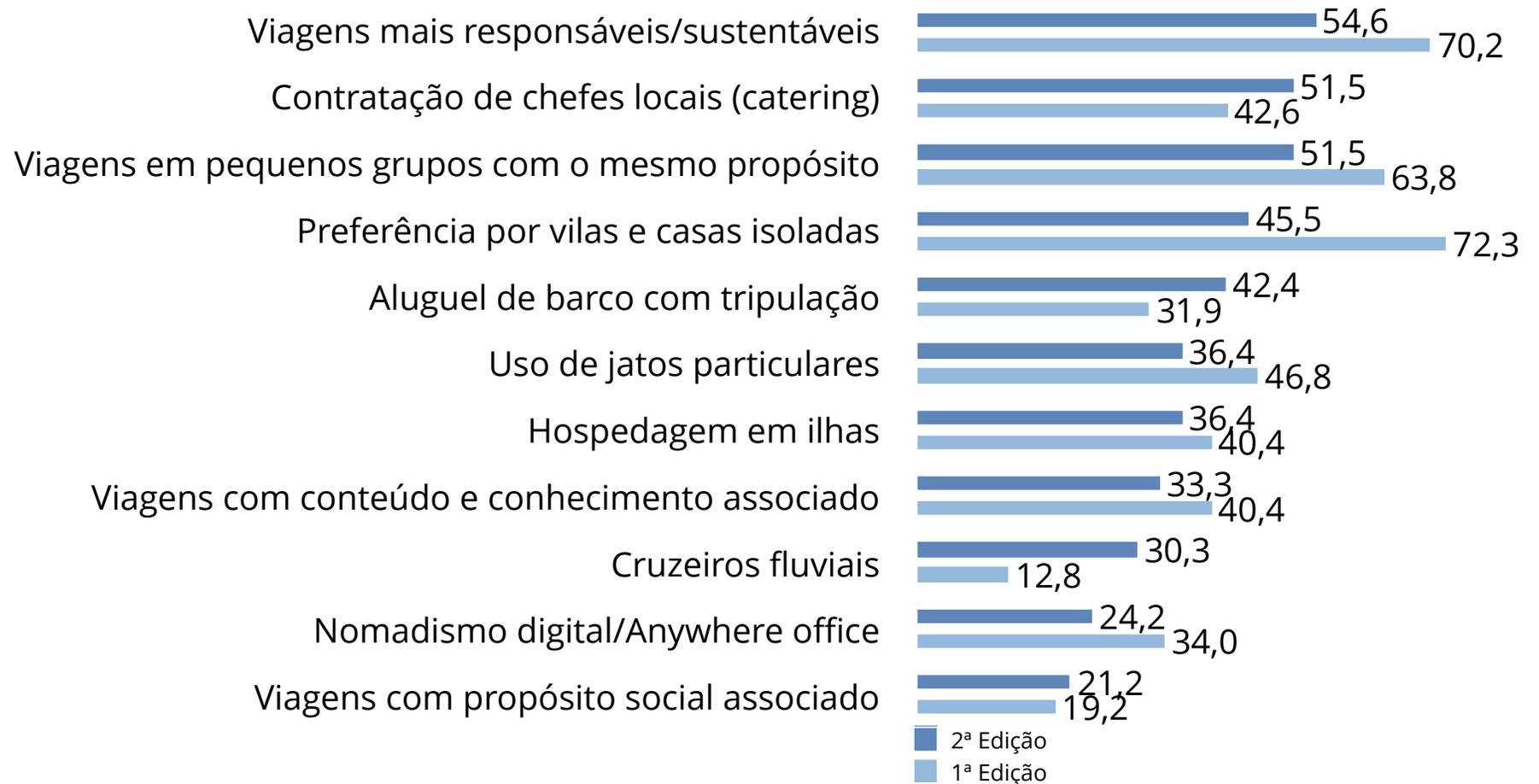
Sobre as tendências do segmento de luxo para o próximo ano, viagens mais sustentáveis e responsáveis seguirão em alta na percepção de fornecedores, além de experiências e serviços que confirmam o desejo por exclusividade, reafirmando o que foi respondido pelas agências de viagens e operadoras.

SOBRE O TURISMO NACIONAL DE LUXO ATUALMENTE



* Valores em porcentagem.

SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO



* Valores em porcentagem.

METODO LOGIA

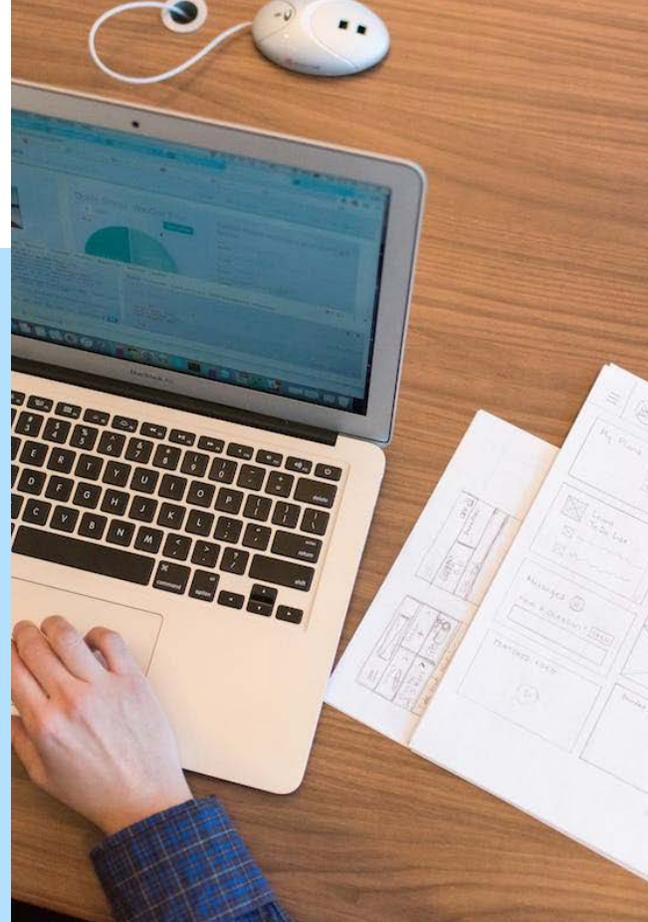


METODOLOGIA

Esta pesquisa foi conduzida através da aplicação de um questionário online em com brasileiros de todas as regiões do país, com renda familiar acima de R\$ 20.000 e que fizeram pelo menos 1 viagem nacional a lazer nos últimos 24 meses.

Estima-se que haja uma população de cerca de 1.2 milhões de pessoas (IBGE/PNAD) que ganham acima de 20 salários mínimos.

Foram obtidas 652 respostas com um nível de confiança de 90% e uma margem de erro de 3,21%.



METODOLOGIA

Adicionalmente, 179 empresas responderam a pesquisa de intermediários e fornecedores e os dados foram cruzados com a pesquisa de clientes, aprimorando a validação dos resultados.



CONTATO

O objetivo desta iniciativa é compartilhar conhecimento relevante com a indústria de Viagens e Turismo, portanto, somos pró-compartilhamento e queremos que este conteúdo seja aproveitado pelo maior número de pessoas possível.

Fique à vontade para compartilhar partes deste material, sempre citando a fonte: As viagens de luxo no Brasil 2a. edição, TRVL Lab, 2022

Para dúvidas sobre a pesquisa, entre em contato com:

mapie@mapie.com.br

comercial@panrotas.com.br

www.trvl.com.br



AS VIAGENS DE LUXO NO BRASIL

2a. edição | 2022

Uma análise detalhada do perfil
dos viajantes de luxo brasileiros

