

AS VIAGENS DE LUXO NO BRASIL

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 2021/2022 Brazil/Latin America**.

A pesquisa com os viajantes de luxo contou com o patrocínio da **WORLDHOTELS COLLECTION**.

A pesquisa com empresas que atendem este segmento contou com o patrocínio da **TERESA PEREZ TOURS**.

TRVL | LAB

ILTM & PANROTAS

ANNUAL LUXURY TRAVEL REPORT

BRAZIL · LATIN AMERICA



PANROTAS

21
22

ILTM & PANROTAS ANNUAL LUXURY TRAVEL REPORT 2021/2022 BRAZIL AND LATIN AMERICA

OUTUBRO DE 2021

SOBRE A ILTM

A ILTM 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 carros-chefe em Cannes e Asia Pacific, a ILTM tem outros três eventos locais estratégicos: ILTM Arabia, ILTM Latin America e ILTM North America.



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





02

TRVZ | LAB

Perfil do viajante de luxo brasileiro:
análise dos dados demográficos e perfil
das viagens



05

Depoimentos:
sobre a viagem ideal

01

Sumário executivo:
um resumo estratégico dos
principais resultados da
pesquisa



04

Preferências nas viagens de luxo:
Nichos, meios de transporte, meios de
hospedagem e mais



03

As próximas viagens:
quando e para onde serão as
próximas viagens de luxo dos
brasileiros



06

O que dizem as empresas:
resultados da pesquisa com
empresas que atendem este
segmento

01 SUMÁRIO EXECUTIVO



METODOLOGIA E SUMÁRIO EXECUTIVO

Segundo informações da Fecomércio, o Brasil possui 1,7 milhões de famílias com renda mensal superior a R\$ 25 mil. Quando se considera o critério de patrimônio individual acima de 1 milhão de dólares, excluindo imóveis e veículos, chega-se a um total de 207 mil indivíduos.

Esta pesquisa para identificar o perfil dos viajantes de luxo brasileiro foi conduzida através da aplicação de questionários online para viajantes, empresas intermediárias e empresas fornecedoras de serviços de luxo.

A pesquisa com clientes deste segmento contou com 705 respostas de todas as regiões do Brasil, com renda familiar mensal superior a R\$ 20 mil com distribuição equilibrada de gênero. Foram realizadas análises estatísticas e a margem de erro é de 3% com nível de confiança de 90%.

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

O sumário executivo traz os principais destaques da pesquisa.

VIAJANTES DE LUXO BRASILEIROS SÃO VIAJANTES FREQUENTES

A maioria dos viajantes de luxo faz entre 4 a 6 viagens por ano, igualmente distribuídas em destinos nacionais e internacionais, o que demonstra que viajar é uma prioridade em suas vidas e rotinas.

**SUAS VIAGENS
SÃO
CLASSIFICADAS
COMO LUXO**

A maioria dos entrevistados considera que grande parte de suas viagens podem ser classificadas como viagens de luxo.

ESTE SEGMENTO ESTÁ ÁVIDO POR VIAJAR

E o fará neste final de ano e no começo do próximo ano, tanto para destinos nacionais, quanto para destinos internacionais. Preferem o Nordeste, Estados Unidos e Europa para suas próximas viagens.

Para 42,56% dos fornecedores que responderam à pesquisa, o volume de consultas/reservas nos últimos 6 meses já normalizou ou aumentou em relação a 2019. Para a maioria das operadoras e agências, o movimento ainda está abaixo do normal.

AS MOTIVAÇÕES SÃO AS MESMAS

De forma geral, as motivações para viajar não diferem da amostra geral de viajantes brasileiros, cujo desejo principal é relaxar e descansar, exceto pela importância das **experiências exclusivas** em suas viagens que é maior neste segmento.

Estas preferências foram confirmadas pelas empresas que atendem ao segmento.

MULTICANALIDADE PARA ATENDER A TODOS OS PERFIS DE VIAGENS

Os viajantes de luxo brasileiros fazem suas reservas em diversos canais, priorizando a facilidade e observando a complexidade de cada viagem. Prezam pela qualidade do serviço, exclusividade, além da personalização do atendimento e do roteiro em si.

QUALIDADE
+
EXCLUSIVIDADE
+
PRATICIDADE

O que mais importa para este perfil de viajantes é a qualidade dos serviços e das atrações, a oportunidade de viver experiências inéditas, sem esquecer da praticidade e da facilidade.

A VIAGEM IDEAL

é uma combinação de destinos e experiências incríveis, com muita qualidade e conforto em que a jornada completa acontece sem atritos e imprevistos indesejados, com exclusividade.

PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO TURISMO DE LUXO

O turismo nacional foi e continuará bastante valorizado, com novos destinos sendo descobertos por este segmento.

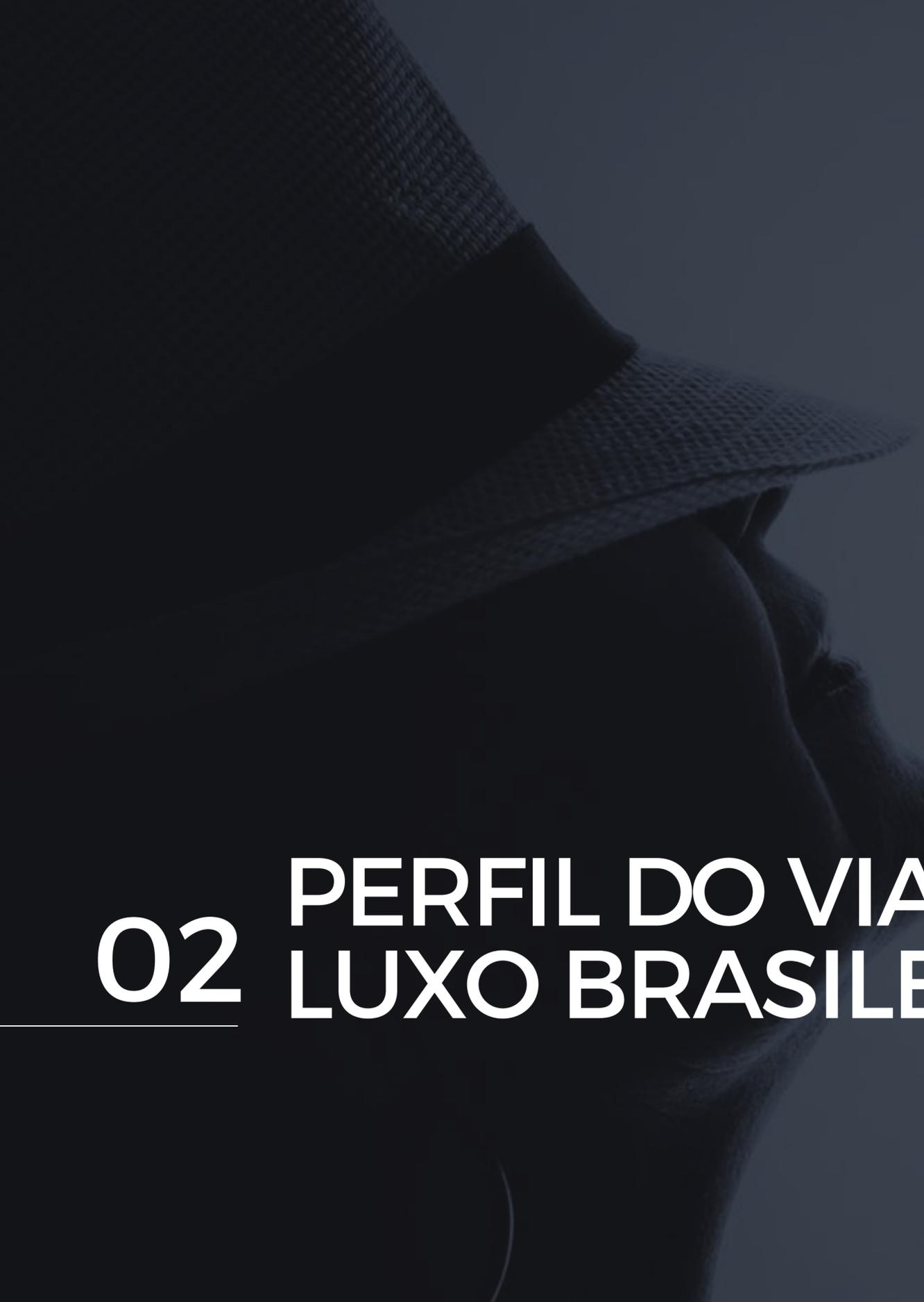
Viagens mais tranquilas, para destinos menos explorados e com mais atenção à responsabilidade e sustentabilidade ganharão força.

Da mesma forma, viagens em pequenos grupos com o mesmo propósito, como viagens de conteúdo e conhecimento e o nomadismo digital crescerão nos próximos anos.

E AINDA HÁ OPORTUNIDADES

Apesar das viagens de luxo nacionais terem ganhado força na pandemia, para a maioria das empresas entrevistadas ainda há oportunidades na qualificação dos meios de hospedagem, das atrações, das experiências e dos serviços de forma geral.

É importante investir na melhoria de produtos e serviços para atender a este segmento que possui mais referências e expectativas mais elevadas.



02 PERFIL DO VIAJANTE DE LUXO BRASILEIRO

O VIAJANTE DE LUXO BRASILEIRO

tem origem em todas as regiões do Brasil, com predomínio da região **Sudeste**.

São homens e mulheres com idade entre os 25 aos 60 anos, principalmente da faixa dos **30 aos 39 anos**.

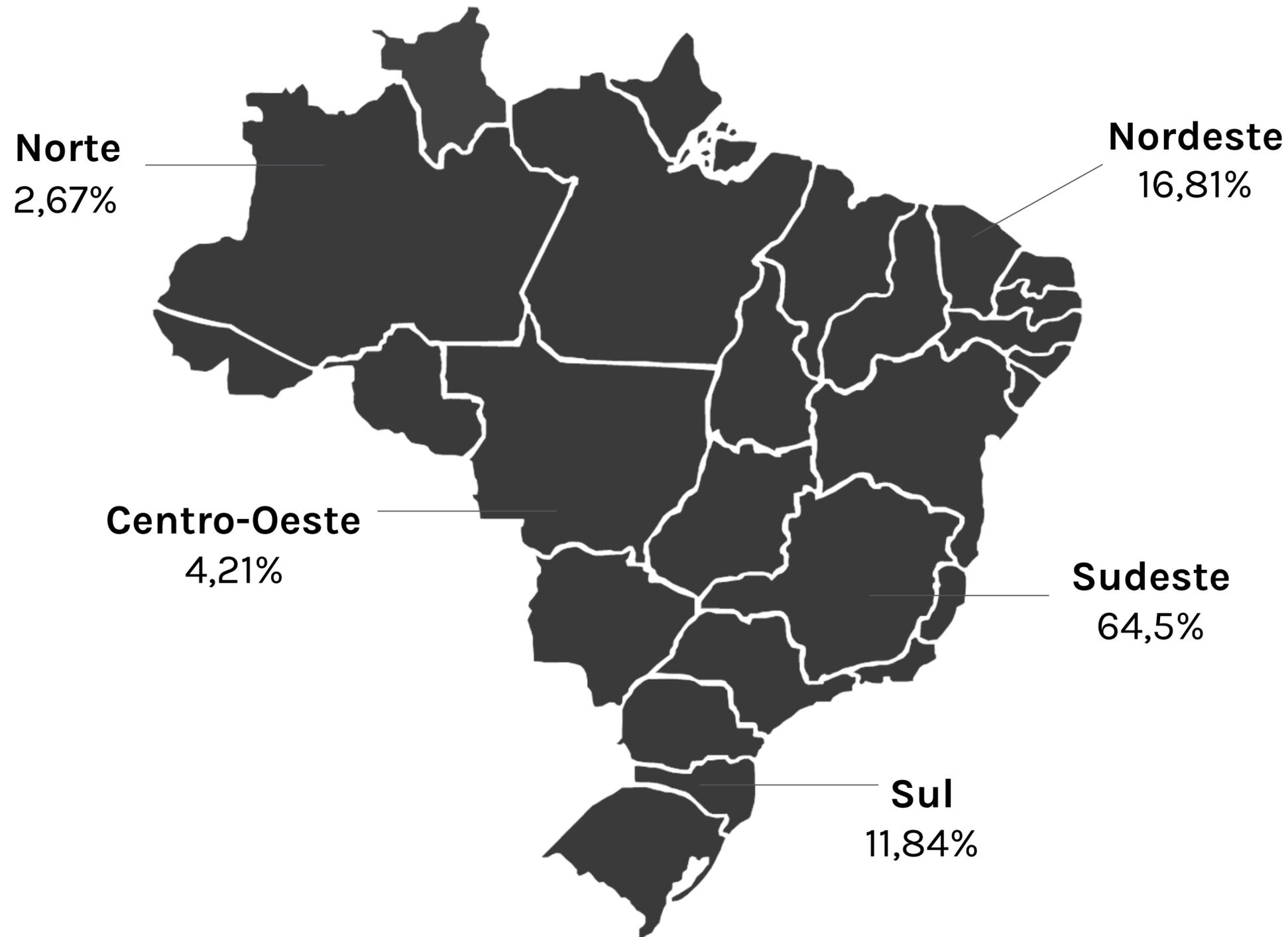
Possuem renda familiar mensal acima dos **R\$ 20 mil**, sendo que 20,61% possuem renda entre R\$ 20 e R\$ 50 mil e 15,65% acima de R\$ 100 mil.

Fazem média 4-6 viagens de lazer por ano, igualmente distribuídas entre destinos nacionais e internacionais.

Durante a pandemia, mantiveram a média de viagens nacionais e não fizeram viagens internacionais.

64,50% dos respondentes da pesquisa consideram que **a maioria das suas viagens podem ser classificadas como viagens de luxo** e seu **orçamento de viagens aumentou** quando comparado ao período pré-pandemia.

ORIGEM



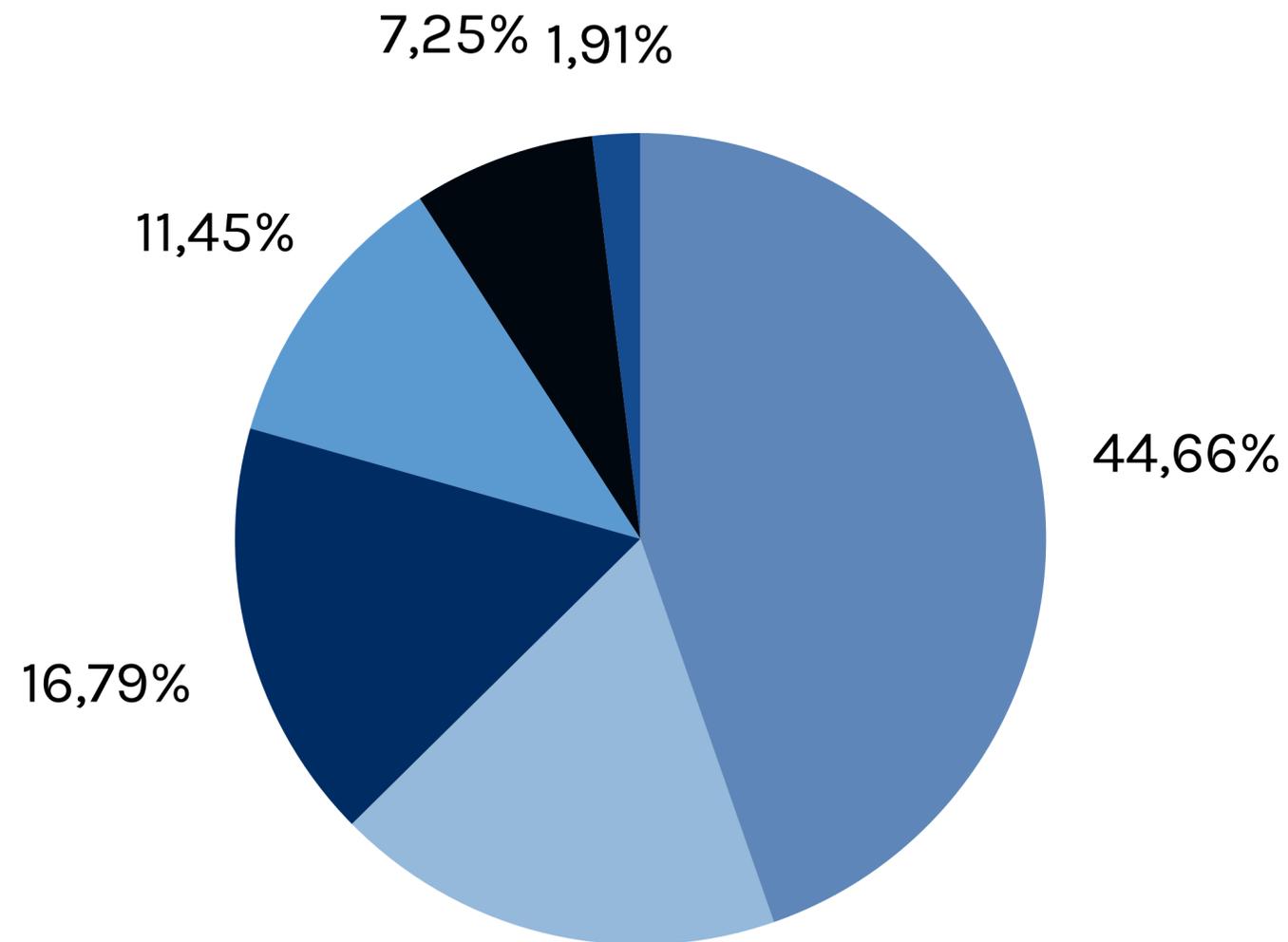
50,38%



49,62%

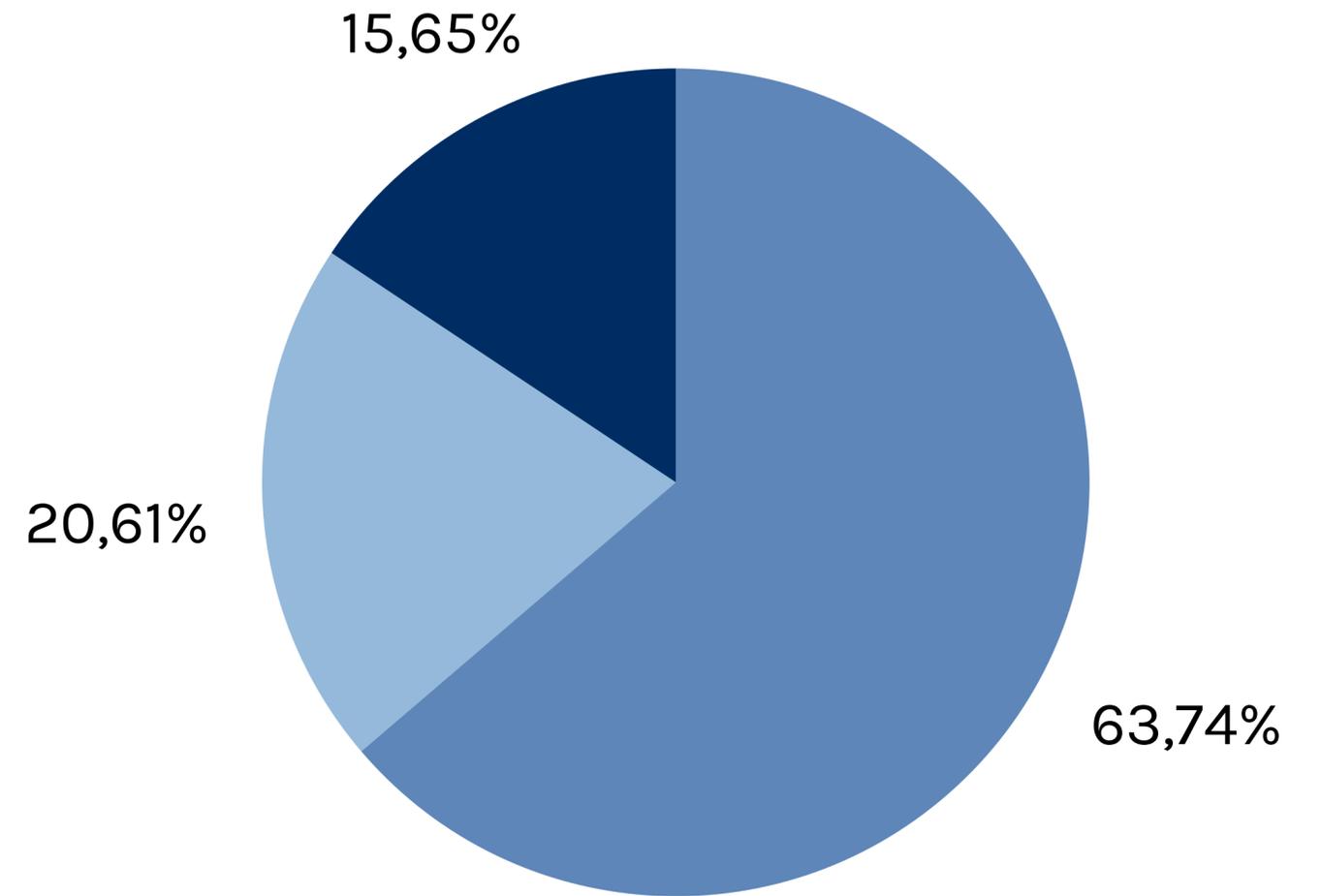
GÊNERO

IDADE



- 30 a 39
- 40 a 49
- 25 a 29
- 18 a 24
- 50 a 59
- 60+

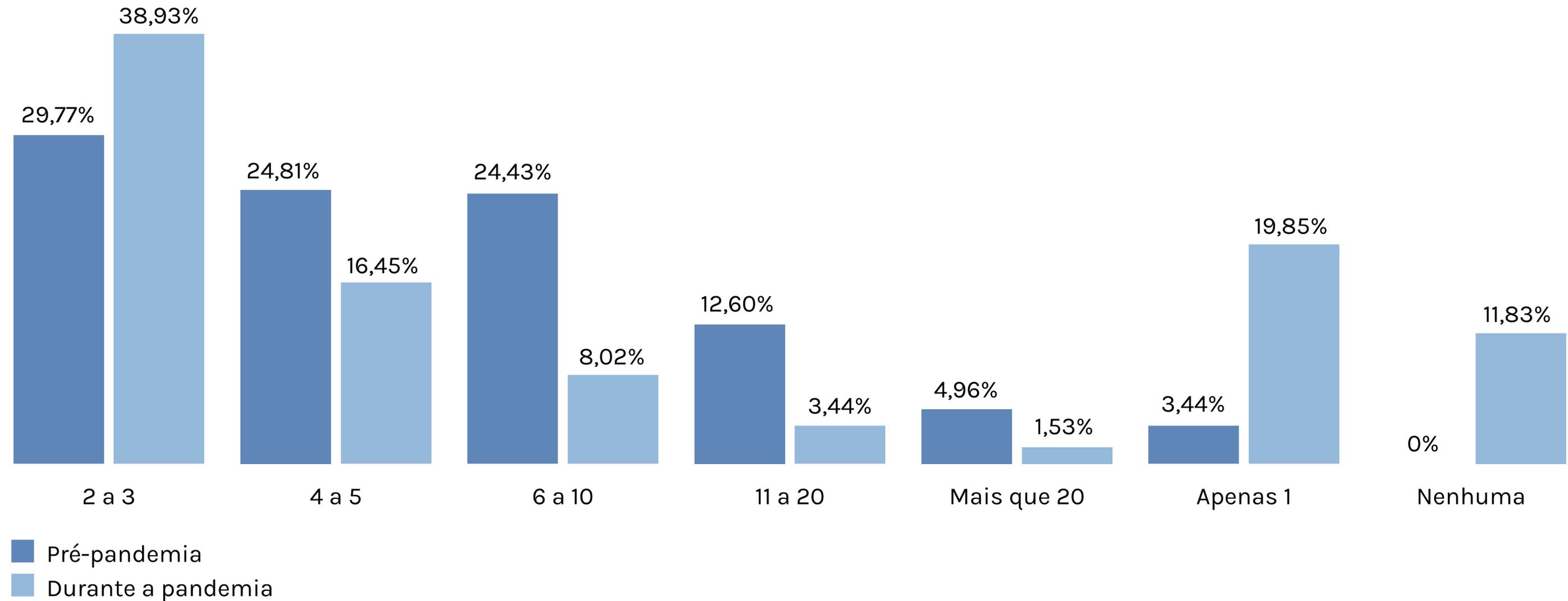
* valores em anos



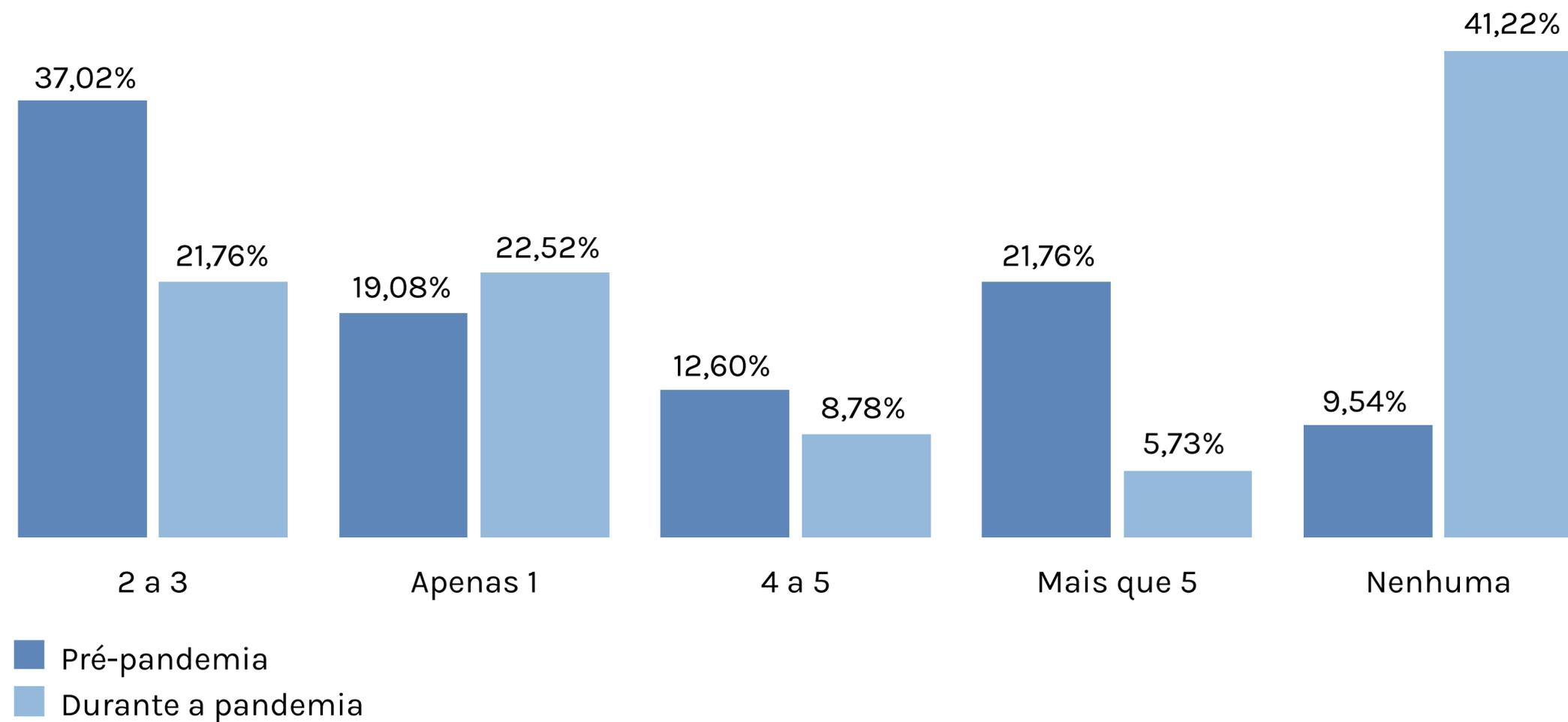
- De R\$20 a R\$50 mil
- De R\$50 a R\$100 mil
- Acima de R\$100 mil

RENDIA MENSAL

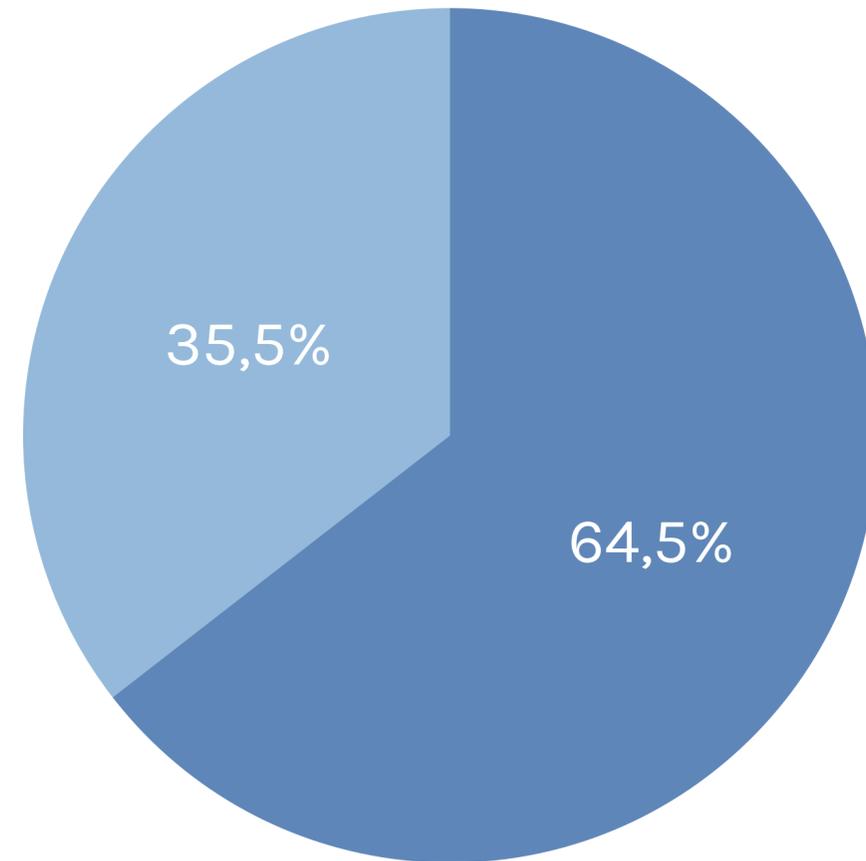
VIAGENS NACIONAIS PRÉ E DURANTE A PANDEMIA



VIAGENS INTERNACIONAIS PRÉ E DURANTE A PANDEMIA



SOBRE AS VIAGENS DE LUXO



- Sim, a maioria de minhas viagens são de luxo
- Não, a maioria de minhas viagens não são de luxo

SOBRE O ORÇAMENTO DE VIAGENS ATUAL



43,13%
AUMENTOU



38,17%
PERMANECE IGUAL



18,70%
DIMINUIU

03 AS PRÓXIMAS VIAGENS

AS PRÓXIMAS VIAGENS DE LAZER

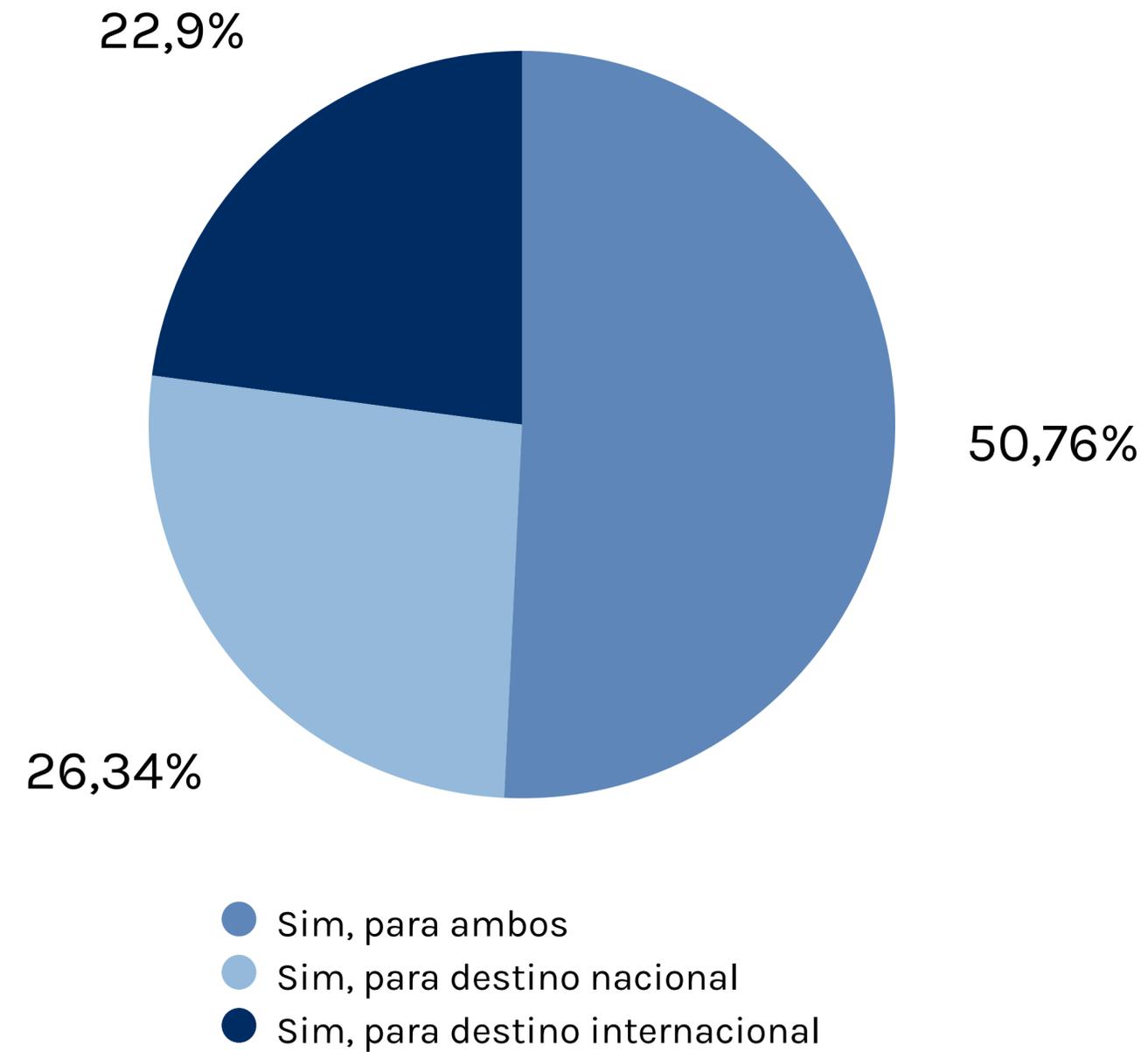
100% dos respondentes está considerando uma viagem de lazer para o futuro próximo.

50,76% estão analisando opções de destinos nacionais e internacionais. 26,34% apenas destinos nacionais e 22,90% apenas destinos internacionais.

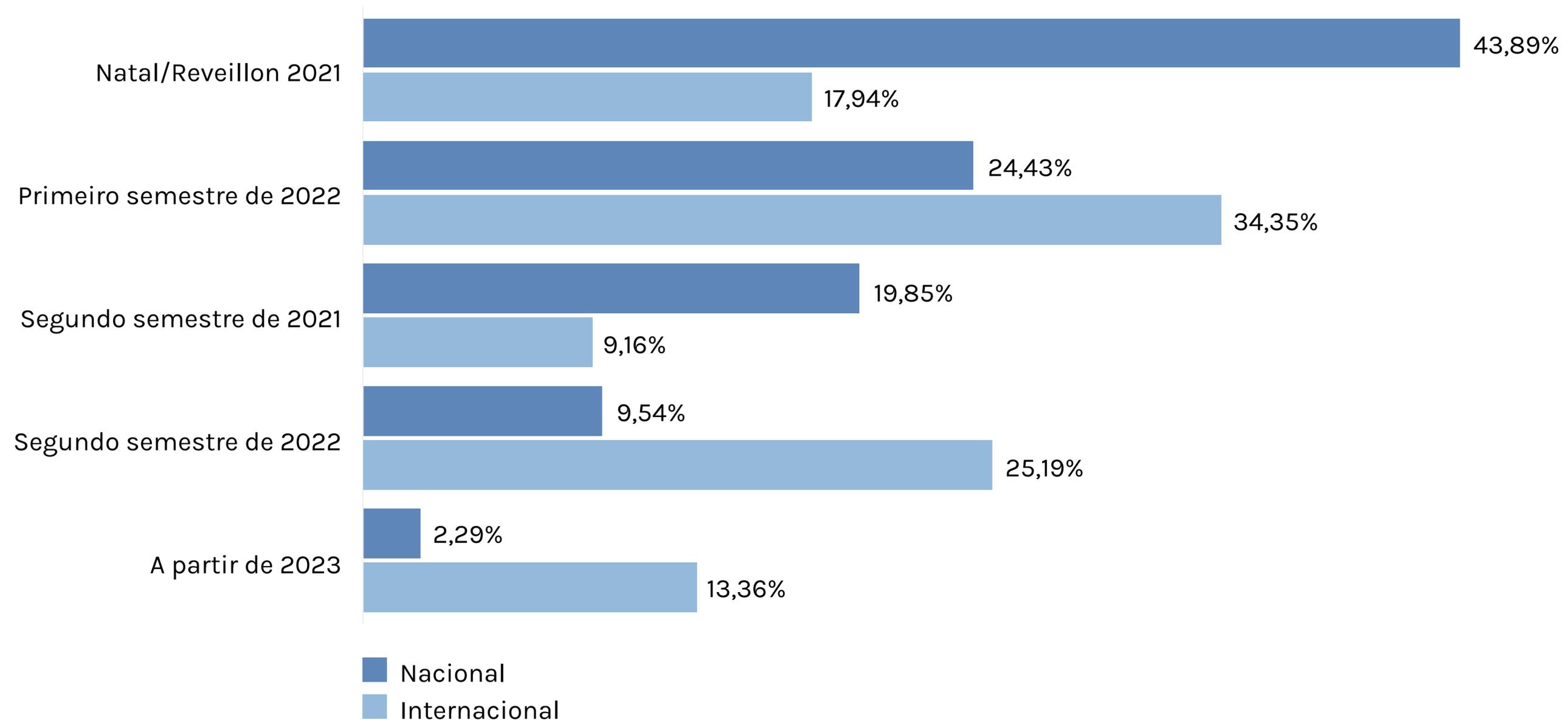
Para os destinos nacionais, a intenção de viagens está concentrada a partir do Natal e Reveillon e no primeiro semestre de 2022. Fernando de Noronha aparece na primeira posição dos próximos destinos, seguido do Rio de Janeiro e da Bahia.

Para destinos internacionais, a intenção está distribuída entre o primeiro e o segundo semestre do próximo ano. Estados Unidos é a primeira opção, seguido de Portugal e Paris.

CONSIDERAÇÃO SOBRE VIAGENS DE LAZER NO FUTURO PRÓXIMO



PERÍODO PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS DE LAZER NACIONAL E INTERNACIONAL





1. Fernando de Noronha | 10,31%

Na pergunta aberta sobre qual o seu próximo destino no Brasil, as localidades de sol e praia são as preferidas dos brasileiros com grande foco no Nordeste.

Gramado é o único destino divergente no TOP 9, aparecendo na quinta posição, empatado com Natal e o Nordeste.



5. Nordeste | 4,58%



5. Natal | 4,58%



2. Rio de Janeiro | 6,87%



3. Bahia | 6,11%



4. Fortaleza | 5,73%



5. Gramado | 4,58%



5. Maceió | 4,58%



6. Santa Catarina | 3,82%

VEJA A LISTA COMPLETA DOS DESTINOS NACIONAIS CITADOS

1	Fernando de Noronha	10,31%
2	Rio de Janeiro	6,87%
3	Bahia	6,11%
4	Fortaleza	5,73%
5	Gramado	4,58%
5	Nordeste	4,58%
6	Natal	4,58%
6	Maceió	4,58%
7	Santa Catarina	3,82%
7	Salvador	3,82%

8	Porto de Galinhas	3,44%
9	São Paulo	3,44%
10	Sul	3,05%
11	Florianópolis	1,91%
11	Recife	1,91%
12	Foz do Iguaçu	1,53%
12	Ceará	1,53%
13	Mato Grosso do Sul	1,15%
13	Rio Grande do Norte	1,15%
13	Trancoso	1,15%



1. Estados Unidos | 15,27%

Na pergunta aberta sobre qual o seu próximo destino no internacional, os Estados Unidos estão em primeira posição, seguido de países europeus como Portugal e França.

Também aparecem Canadá e Dubai.



6. Orlando | 3,82%



7. Canadá | 3,44%



2. Portugal | 7,25%



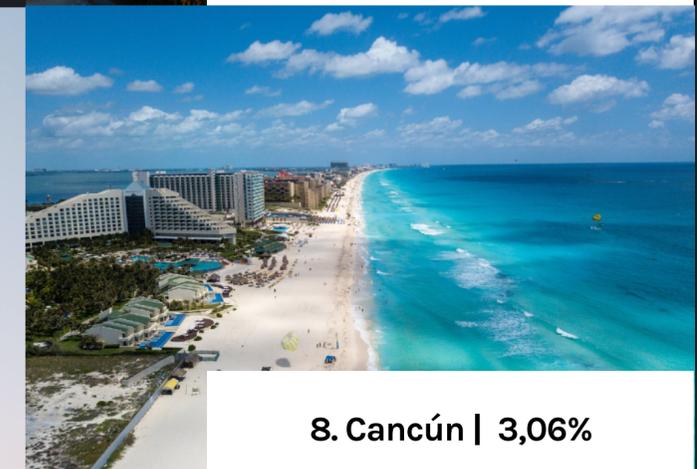
3. Paris | 6,49%



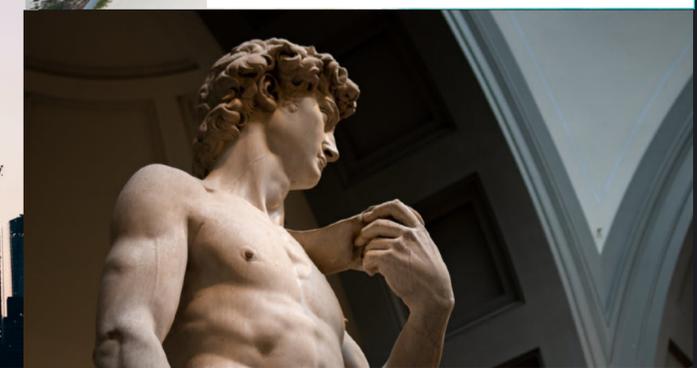
4. França | 4,96%



5. Nova York | 4,20%



8. Cancún | 3,06%



9. Europa | 3,05%

VEJA A LISTA COMPLETA DOS DESTINOS INTERNACIONAIS CITADOS

1	Estados Unidos	15,27%
2	Portugal	7,25%
3	Paris	6,49%
4	França	4,96%
5	Nova York	4,20%
6	Orlando	3,82%
7	Canadá	3,44%
8	Cancún	3,06%
9	Europa	3,05%
10	Dubai	2,67%
11	Espanha	2,29%
12	Argentina	1,91%
12	Londres	1,91%
12	Miami	1,91%

13	Buenos Aires	1,53%
13	Holanda	1,53%
13	México	1,53%
13	Israel	1,53%
13	Alemanha	1,53%
13	Chile	1,53%
14	Ilhas Maldivas	1,15%
14	Egito	1,15%
14	Caribe	1,15%
14	Disney	1,15%
14	Grécia	1,15%
14	Itália	1,15%
14	Roma	1,15%
14	Uruguai	1,15%



04 PREFERÊNCIAS NAS
VIAGENS DE LUXO

PREFERÊNCIAS NAS VIAGENS DE LUXO

Os **5 principais nichos favoritos** para as viagens de luxo são sol e praia em primeiro lugar, seguido do próprio nicho de luxo, parques, aquáticos e temáticos, ecoturismo/turismo de natureza e turismo gastronômico.

As **principais razões para viajar a lazer** são o desejo de relaxar e descansar, combinados com momentos de diversão e da oportunidade de conhecer novos lugares. Também há a vontade de celebrar a vida os momentos e de viver experiências exclusivas.

Para a escolha de uma viagem **o que mais importa é a qualidade dos serviços e das atrações**. Depois aparecem a facilidade e praticidade, acesso às experiências inéditas e em quinto lugar, o preço.

Os viajantes de luxo brasileiro **fazem suas reservas por agências de viagens online e/ou diretamente com fornecedores**. 16,32% utilizam agências de viagens e 14,85% contam com um profissional de viagens de sua confiança.

PREFERÊNCIAS NAS VIAGENS DE LUXO

O principal meio de transporte considerado para a próxima viagem é o avião em primeira classe, seguido da econômica premium e business class.

Hotéis e resorts de luxo são os meios de hospedagem preferenciais, seguidos de hotéis confortáveis e boutique/design.

Restaurantes estrelados, passeios guiados, experiências exclusivas e ingressos para atrações são adquiridos ou reservados previamente pela maioria dos viajantes de luxo.

O tempo médio de permanência para a próxima viagem nacional será de **5 a 7 dias com gasto médio entre R\$ 5 e 15 mil.**

Já para as viagens internacionais, a permanência é **similar com gasto médio mais elevado, entre R\$ 10 e 25 mil.**

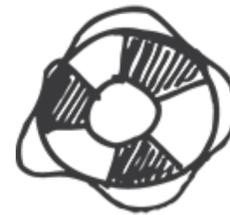
NICHO CONSIDERADO PARA A PRÓXIMA VIAGEM DE LAZER



82,06%
SOL E PRAIA



50,38%
TURISMO DE LUXO



46,95%
PARQUES
AQUÁTICOS/
TEMÁTICOS



43,89%
ECOTURISMO/
TURISMO DE
NATUREZA



43,13%
GASTRONÔMICO



41,60%
HISTÓRICO/
CULTURAL



34,73%
CRUZEIROS



31,68%
DE SAÚDE/BEM-
ESTAR



30,92%
ESPORTES E
AVENTURA



13,74%
RELIGIOSO

PRINCIPAIS PROPÓSITOS DA PRÓXIMA VIAGEM DE LAZER



86,64%
RELAXAR E
DESCANSAR



80,92%
DIVERSÃO



75,57%
CONHECER NOVOS
LUGARES



57,25%
CELEBRAR A VIDA E
OS MOMENTOS



56,11%
VIVER
EXPERIÊNCIAS
EXCLUSIVAS



52,67%
CONHECER NOVAS
CULTURAS



44,27%
REUNIR FAMÍLIA E
AMIGOS



41,60%
APRENDER ALGO
NOVO

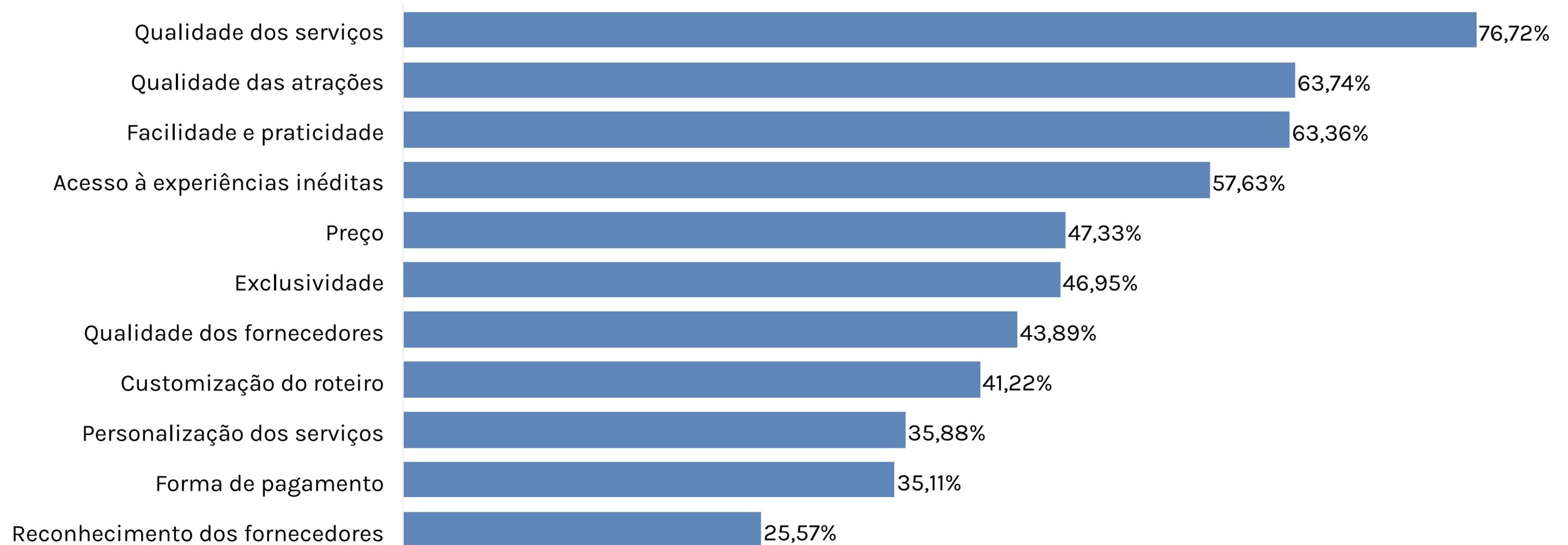


27,10%
PARTICIPAR DE
SHOWS E
ESPETÁCULOS

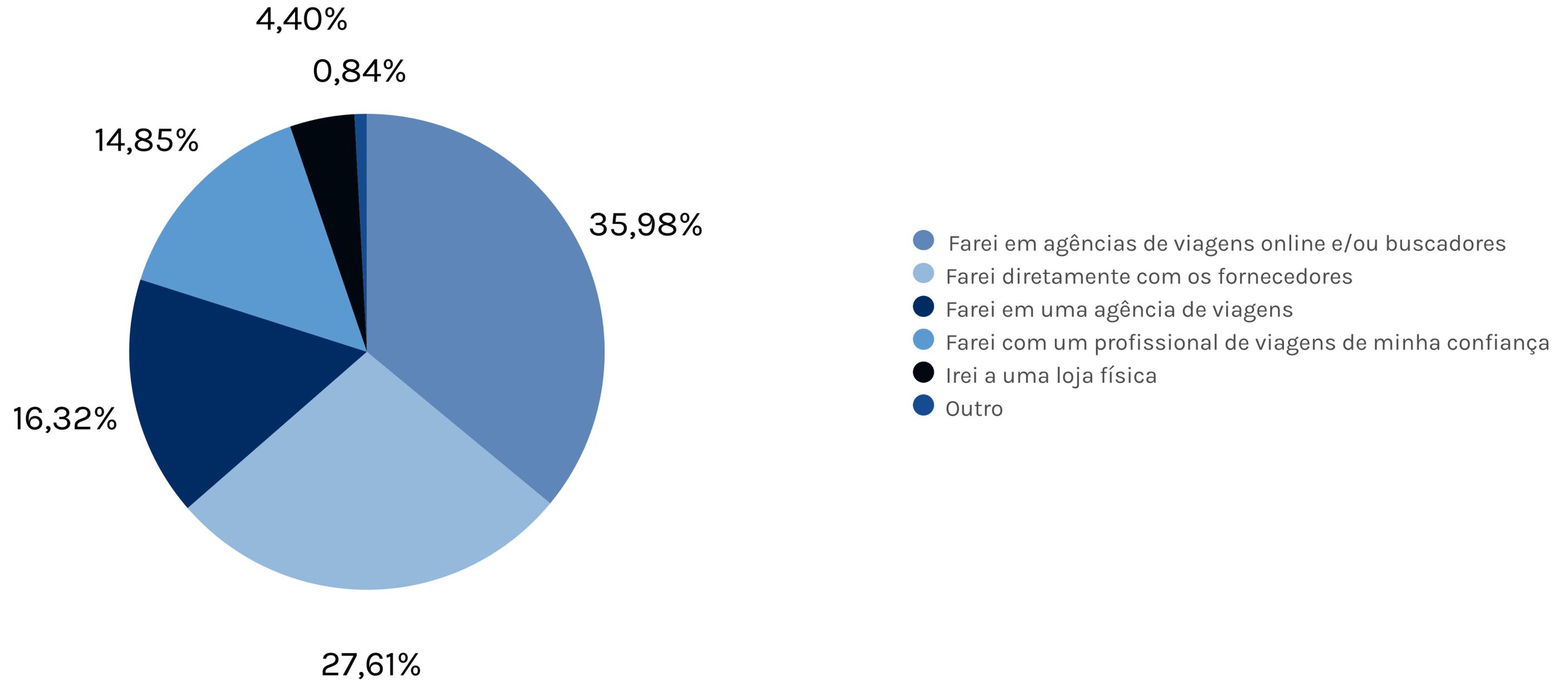


0,38%
OUTROS

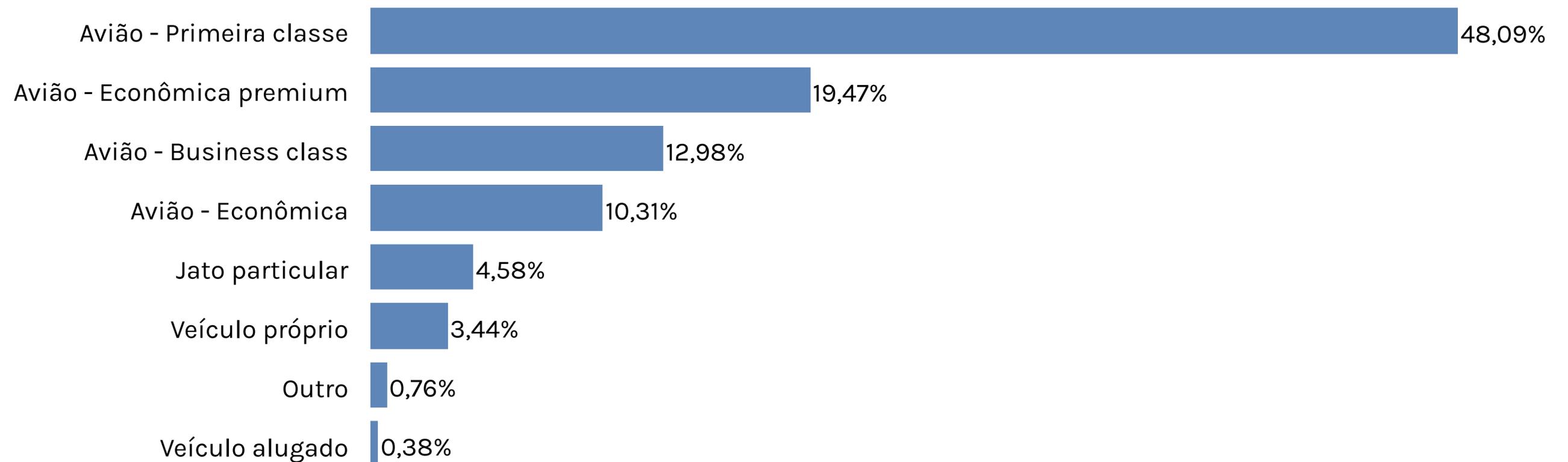
CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA ESCOLHA DE UMA VIAGEM



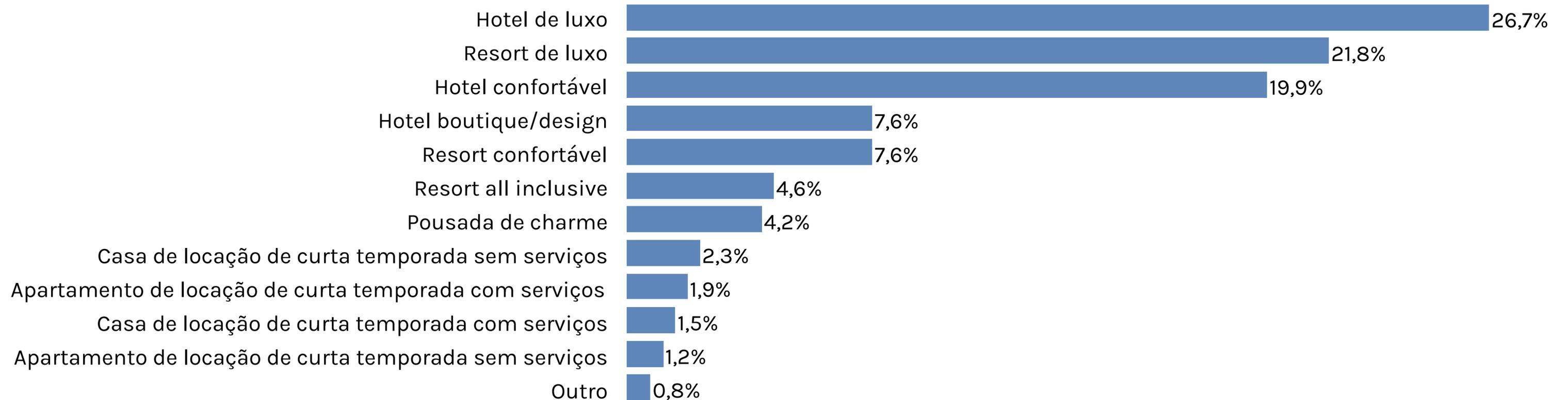
CANAIS DE RESERVAS PARA A PRÓXIMA VIAGEM DE LAZER



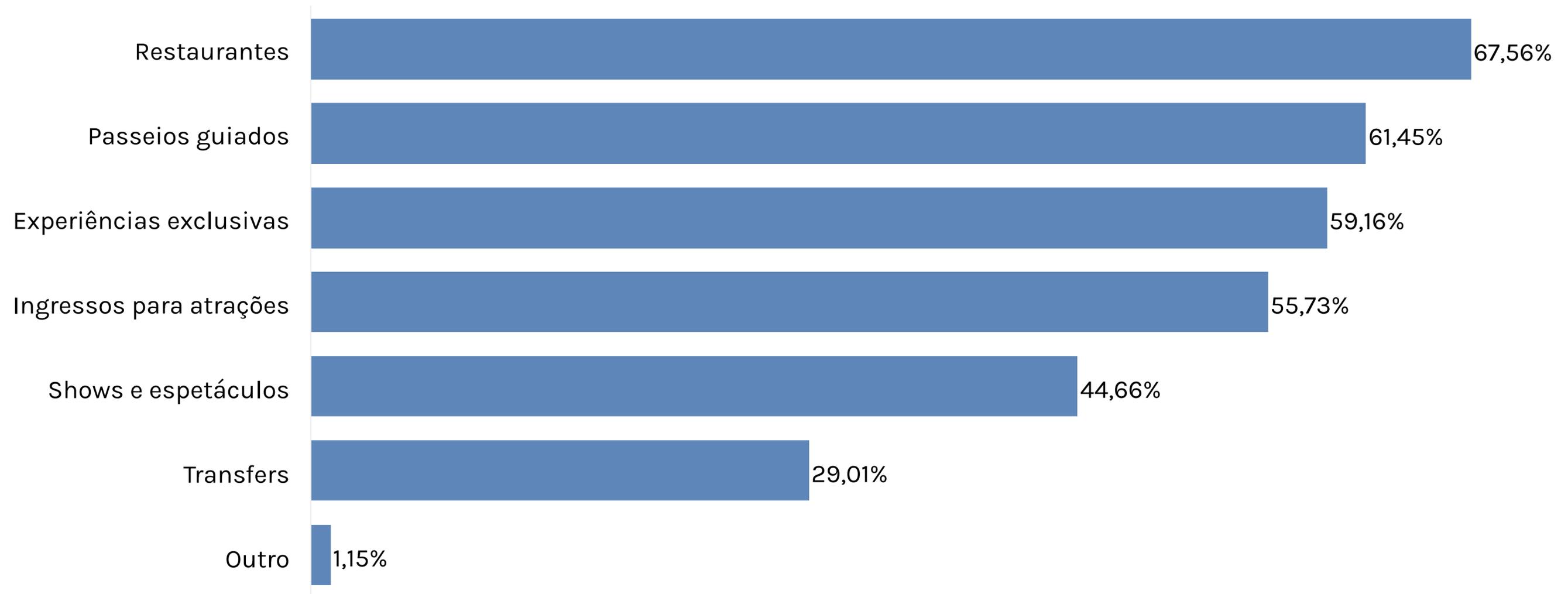
MEIO DE TRANSPORTE ESCOLHIDO/PREFERIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM



MEIO DE HOSPEDAGEM ESCOLHIDO/PREFERIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM



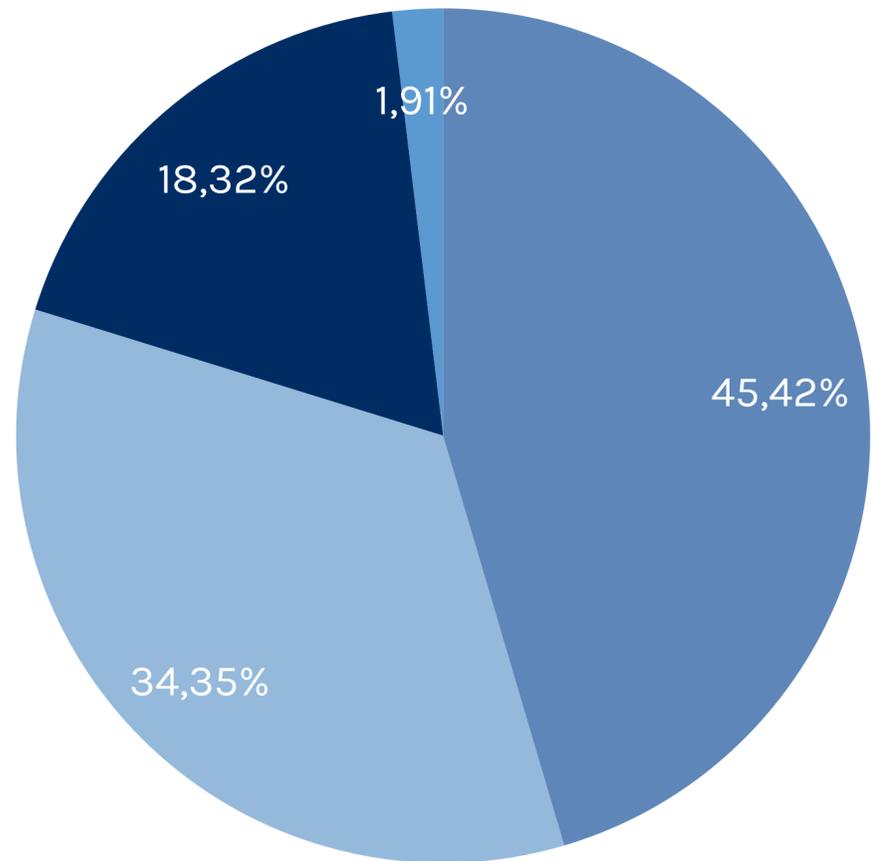
COMPONENTES ADQUIRIDOS/ RESERVADOS PREVIAMENTE PARA A PRÓXIMA VIAGEM



PRÓXIMAS VIAGENS NACIONAIS

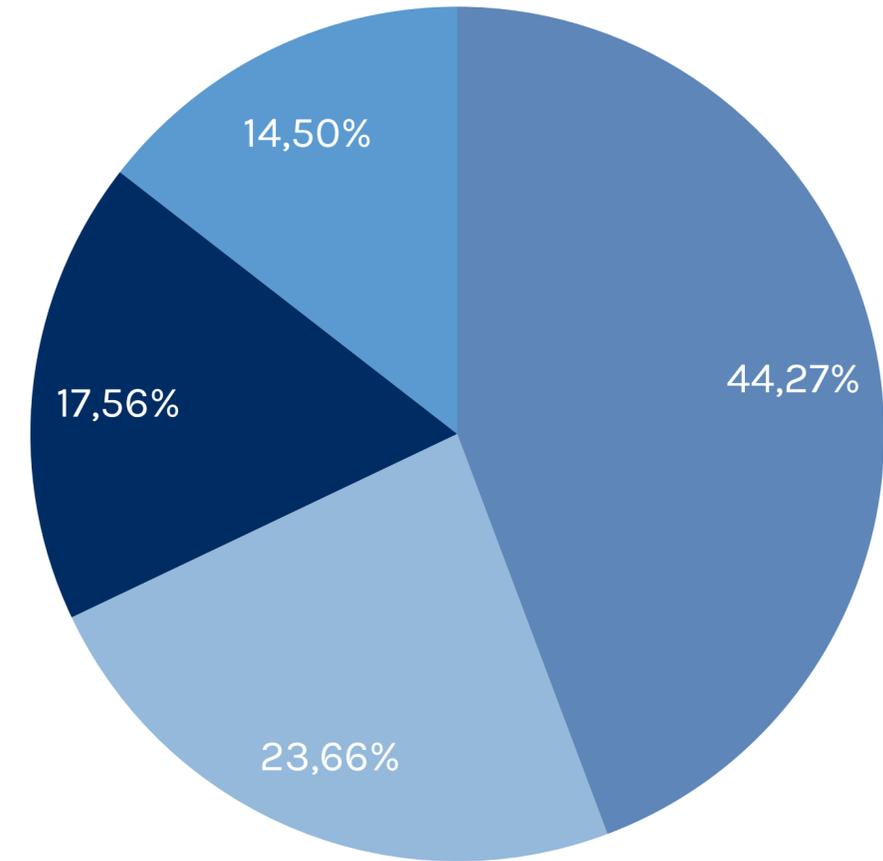
TRVZ | LAB

TEMPO DE PERMANÊNCIA



- De 5 a 7 dias
- Mais que 7 dias
- De 3 a 4 dias
- Menos que 2 dias

- De R\$5.001 a R\$15.000
- De R\$15.001 a R\$20.000
- Menos de R\$5.000
- Acima de R\$20.001

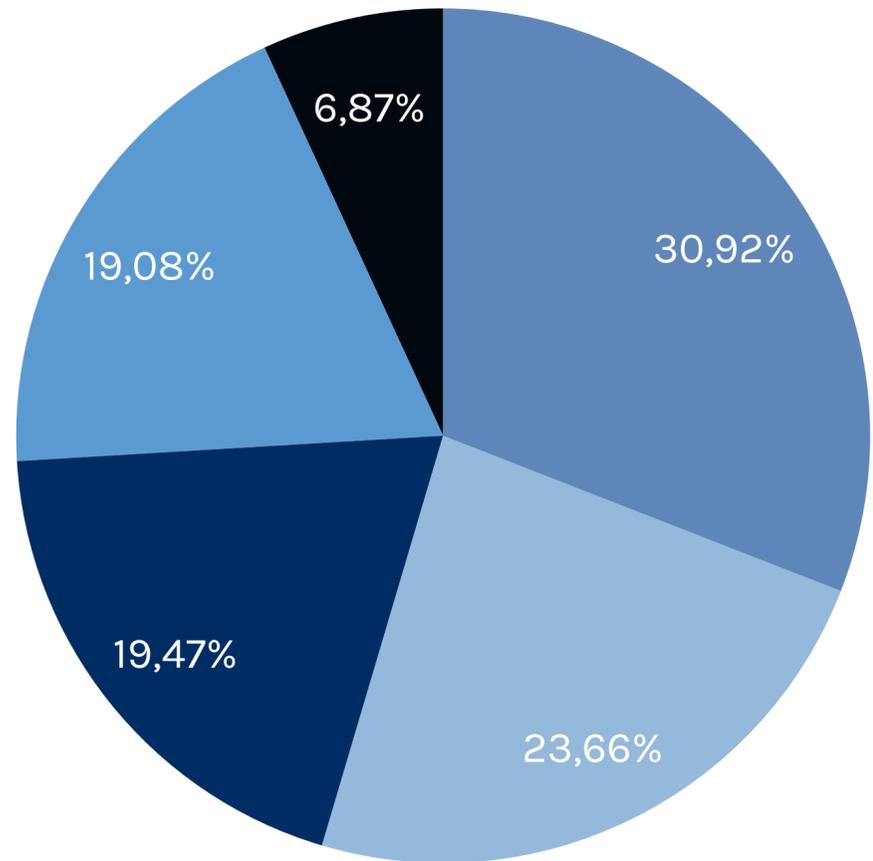


GASTO MÉDIO

PRÓXIMAS VIAGENS INTERNACIONAIS

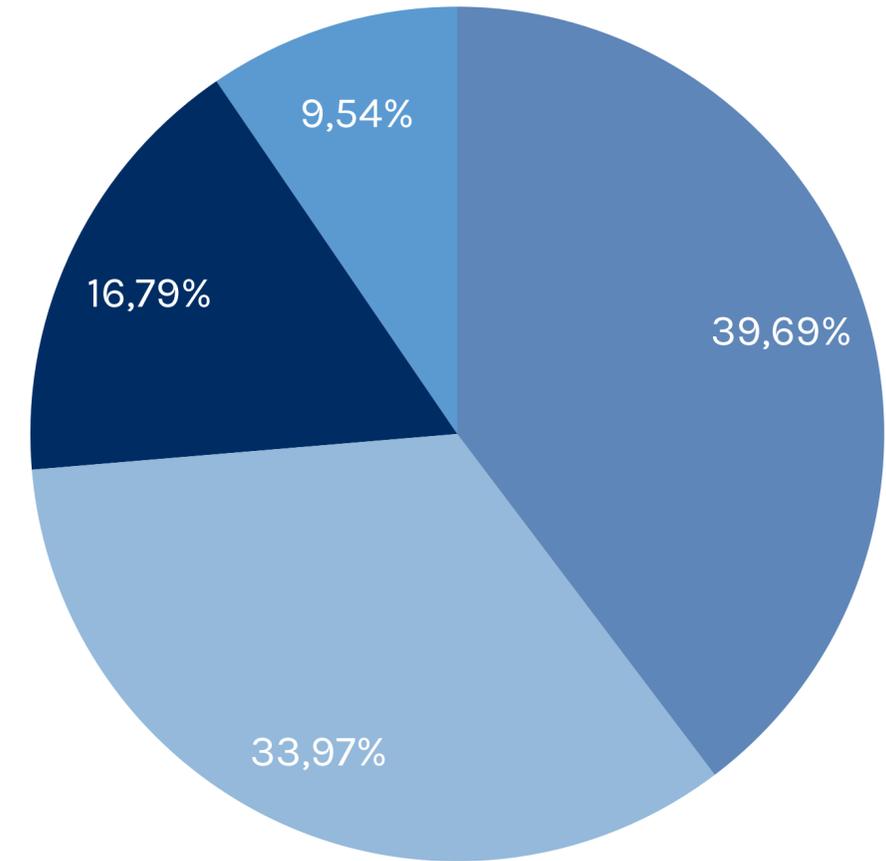
TRVZ | LAB

TEMPO DE PERMANÊNCIA



- De 5 a 7 dias
- De 8 a 10 dias
- De 11 a 15 dias
- Mais que 15 dias
- Menos de 5 dias

- De R\$10.001 a R\$25.000
- Acima de R\$50.001
- De R\$25.001 a R\$50.000
- Menos de R\$10.000



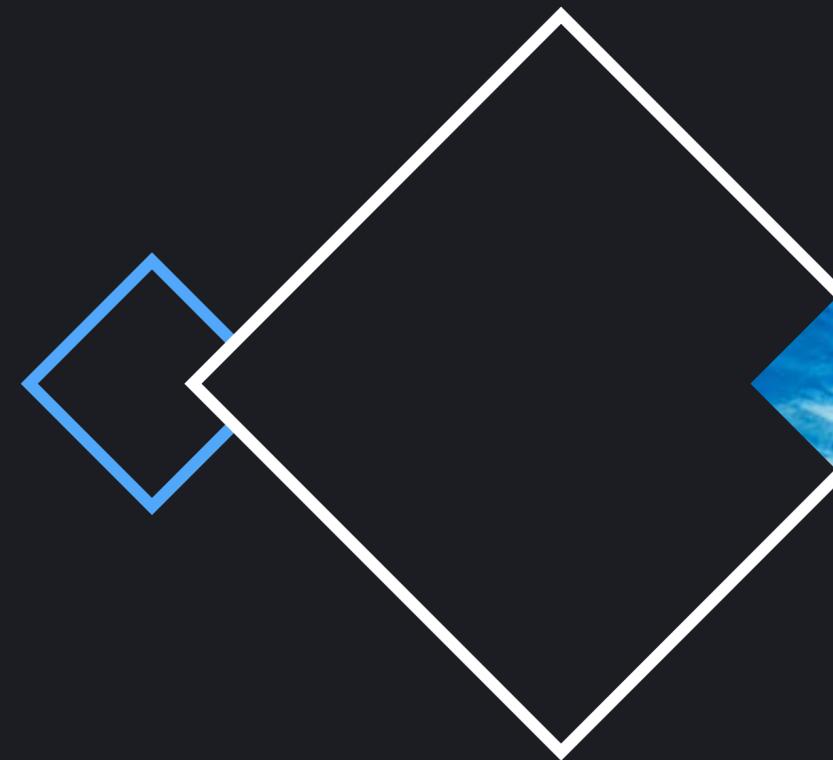
GASTO MÉDIO

05 DEPOIMENTOS



EM UM PARÁGRAFO, DESCREVA SUA VIAGEM IDEAL

A seguir, apresentamos as principais citações e respostas para esta pergunta aberta



“A minha viagem ideal deve contemplar um período mínimo de 10 dias, para que eu possa descobrir os destinos sem pressa, na melhor hospedagem possível e participando de experiências exclusivas”

“Voo tranquilo, comendo, bebendo e dormindo bem. No local, me divertir demais com minha esposa e meus filhos, respirar depois de tanto sofrimento por conta do coronavírus. Trazer um pouco de paz pra minha familia neste momento”

“É aquela em que tenho menos contratempos possíveis e uma boa hospedagem e atração perfeitas para aproveitar com a família”

“Local inspirador que me tire do lugar comum.
Não ligo pra luxo, mas pra experiências”



“Uma viagem que cada hora seja muito bem aproveitada, seja em passeios, festas, momentos de lazer e que eu não tenha que me preocupar com nada durante essa viagem, tudo esteja previamente planejado e organizado”

“Minha viagem ideal é aquela que me permite desfrutar de momentos inesquecíveis e com o maior conforto possível”



“Minha viagem ideal será num lugar
totalmente paradisíaco com experiências
exclusivas”

“Experiencias únicas, não enjoativas, coisas
novas, comidas interessantes, lugares
paradisíacos e tranquilos”



“Ir a um lugar que dê pra tirar lindas fotos,
que eu aproveite e conheça a cultura local,
principalmente gastronômica, e que eu
relaxe”

“Preciso que o local tenha boa gastronomia,
praias reservadas e limpas, equipe de
atendimento qualificada e praticidade no ir e
vir na hospedagem”



“Um local com poucas pessoas e praias exóticas de tirar o fôlego, com comidas deliciosas, com muitos lugares exclusivos para conhecer e relaxar com minha família”

“Uma viagem em que eu possa esporecer em um local totalmente desconhecido”



“Passar uma temporada em um lugar que me deu vontade, estar fora do roteiro turístico e aproveitar a comida/estadia junto aos locais”

“Com uma ótima experiência desde o embarque até o ultimo dia em estadia”



“Bem planejada sobre locais, atrações e sem
surpresas desagradáveis. Somente para curtir
o momento, sempre pensando em facilidades,
mesmo que custe mais caro”

“Lugar ermo, mas com infraestrutura para
turismo, com lindas praias e com uma
comunidade com raízes culturais, que
possam ensinar sobre os seus ancestrais e a
história do próprio lugar”



“Terá experiências exclusivas, boa fotografia para guardar de recordação, aprender coisas novas sobre a cultura e gastronomia.

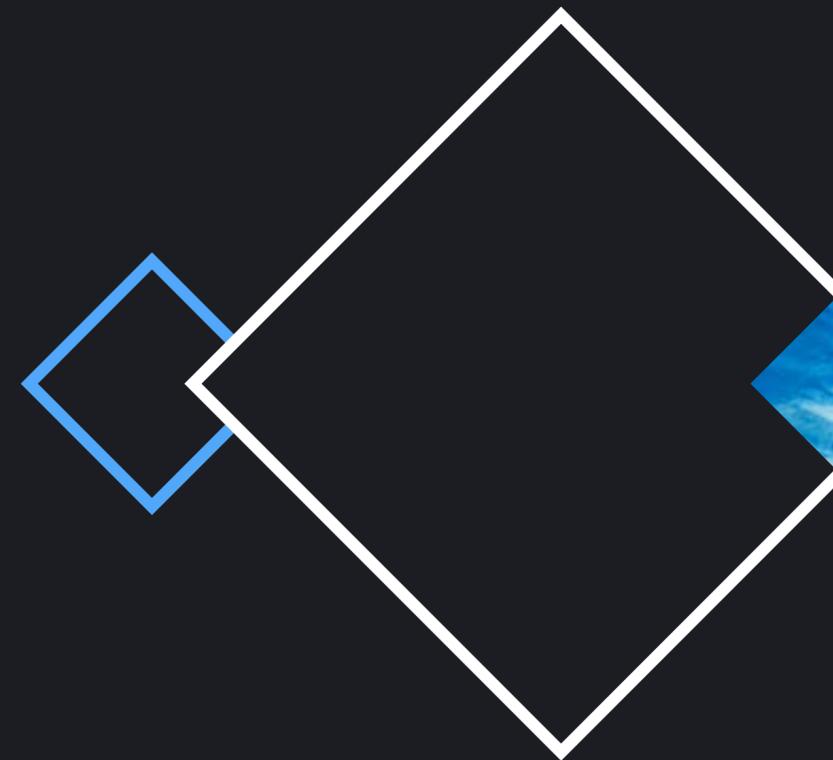
Excelência no conforto durante a viagem e hospedagem”

“A viagem ideal tem que ser focada no conforto e em experiências novas e exclusivas que o dinheiro pode proporcionar com mais facilidade; tem que ter segurança e frequentar ambientes que passem essa sensação. Com isso a estadia em qualquer local do mundo é bastante prazerosa”



“A experiência de um traslado diz muito sobre o meu senso de aventura e vontade de exploração. Quanto mais coisas novas eu conseguir ter acesso, mais prazerosa será a viagem”

“Minha viagem ideal é uma que eu não tenho que me preocupar com nada, pois já está tudo solucionado”



06 O QUE DIZEM AS EMPRESAS



PERFIL DAS EMPRESAS

133 agências de viagens e operadoras (intermediação) responderam a um questionário específico sobre o mercado de viagens de luxo, além de 93 fornecedores para este segmento como meios de hospedagem, transporte e gastronomia.

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 a maioria possui entre 101 a acima de 500 funcionários e faturamento variado, com 27,66% acima de 1 bilhão de reais.

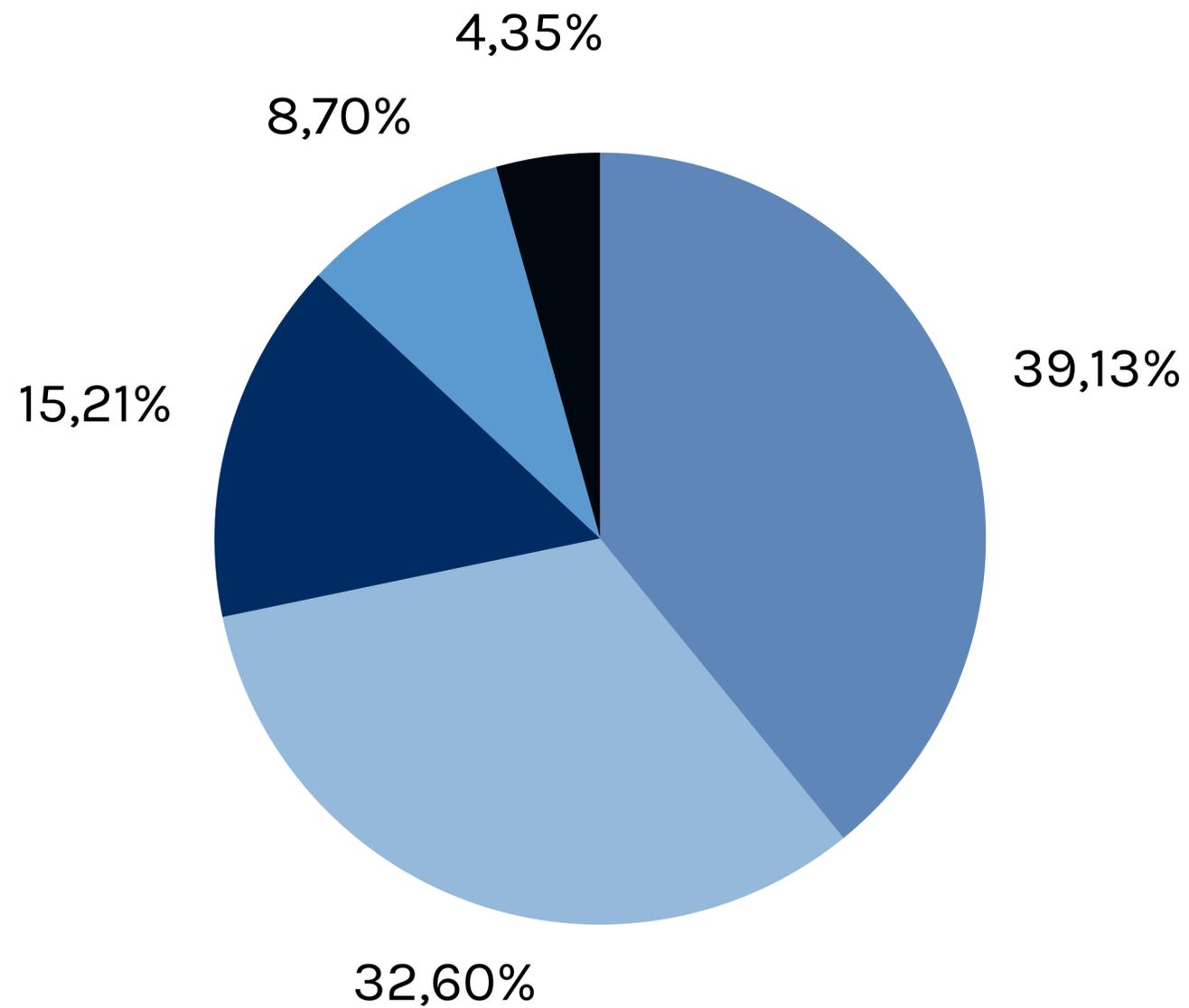
Estas empresas consideram que para classificar um cliente neste segmento, basta que consumam produtos de luxo com certa frequência.

A hand is pointing towards a world map on a textured surface. A paper airplane is placed on the map. The word "FORNECEDORES" is written in white capital letters across the center of the map. Two horizontal white lines are positioned above and below the text.

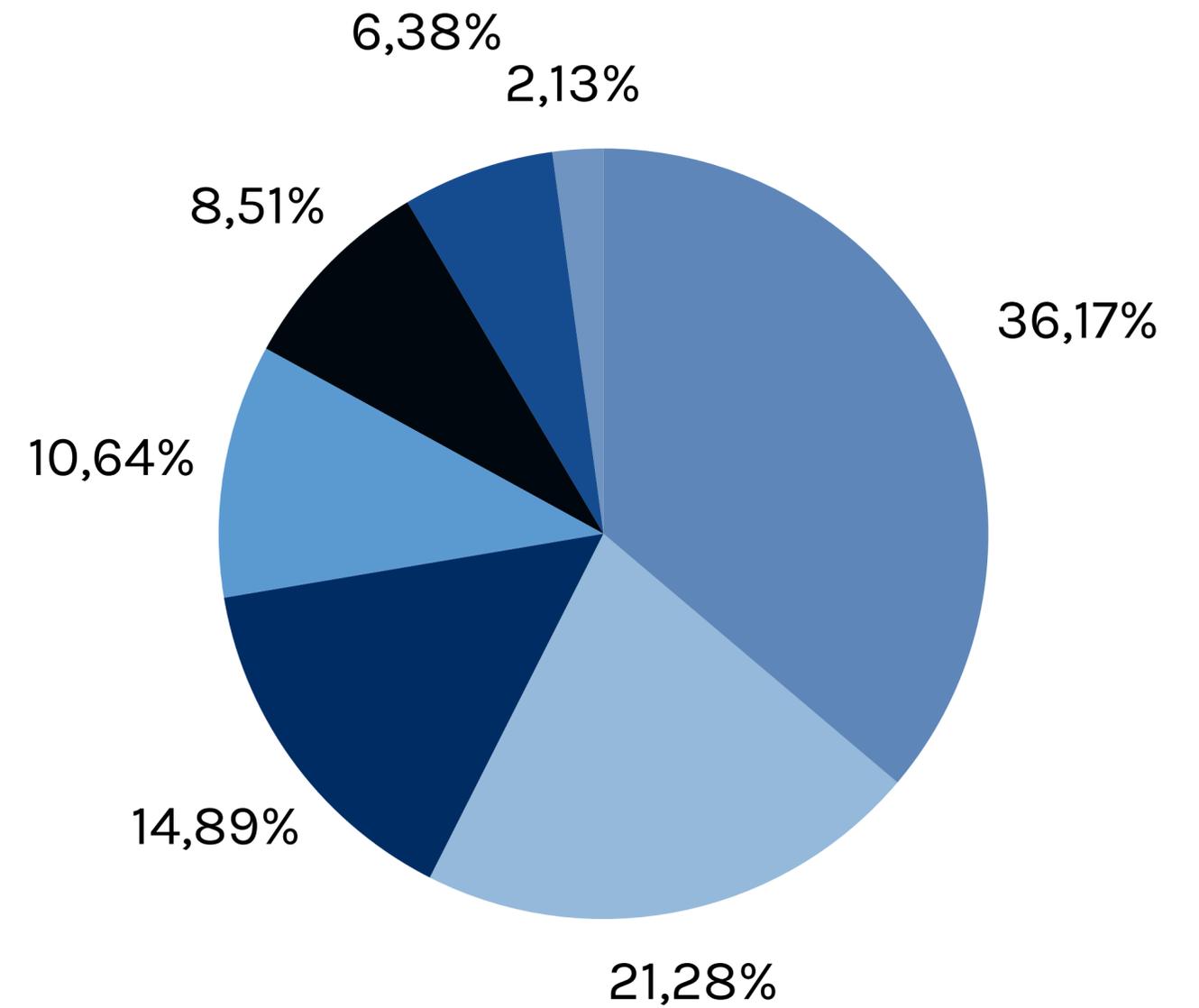
FORNECEDORES

RAMO DE ATUAÇÃO

TRVZ | LAB



- Meio de hospedagem
- Companhia aérea
- Atração/experiência no destino
- Outro*
- Cruzeiros
- Outra empresa de meio de transporte



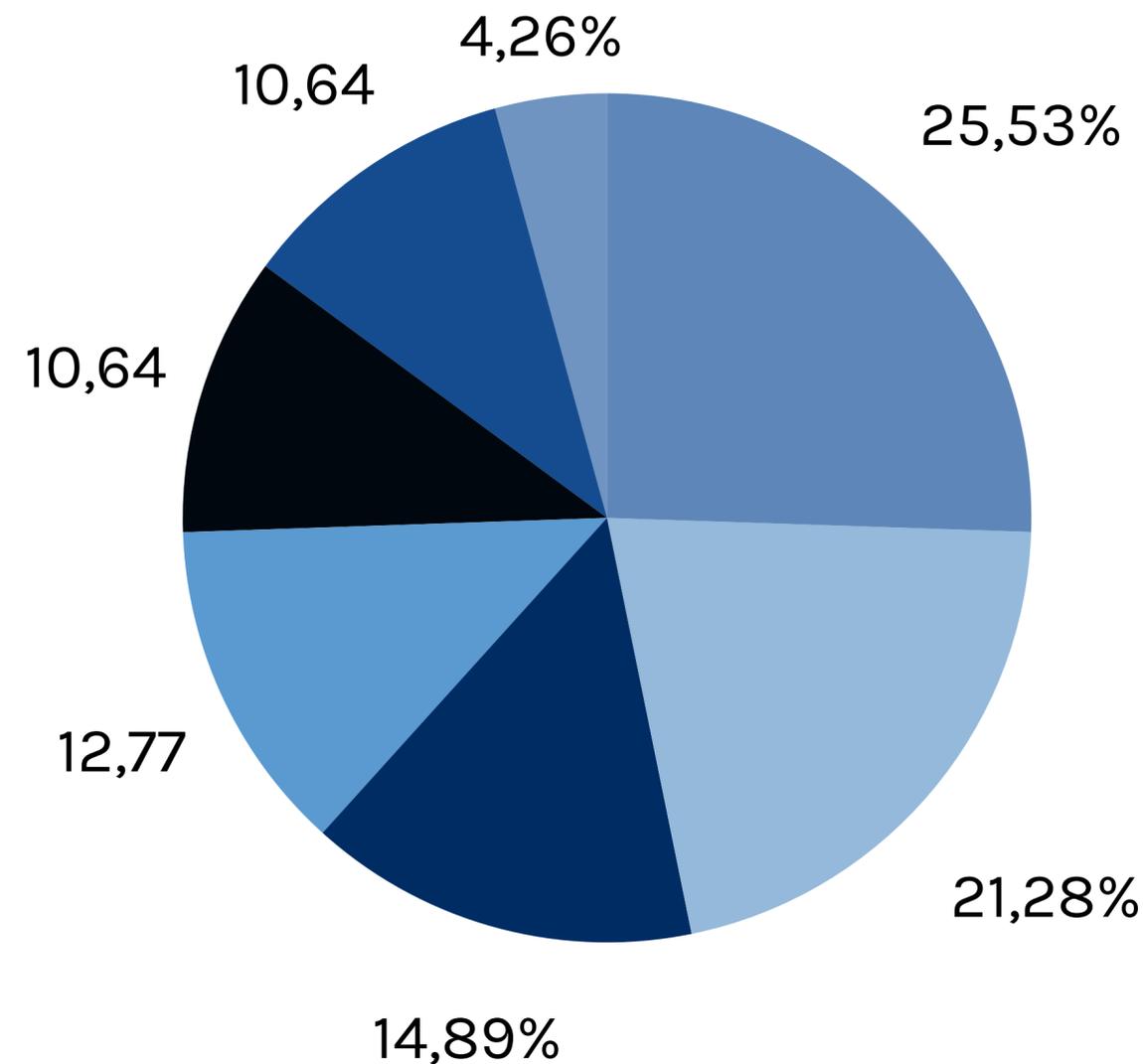
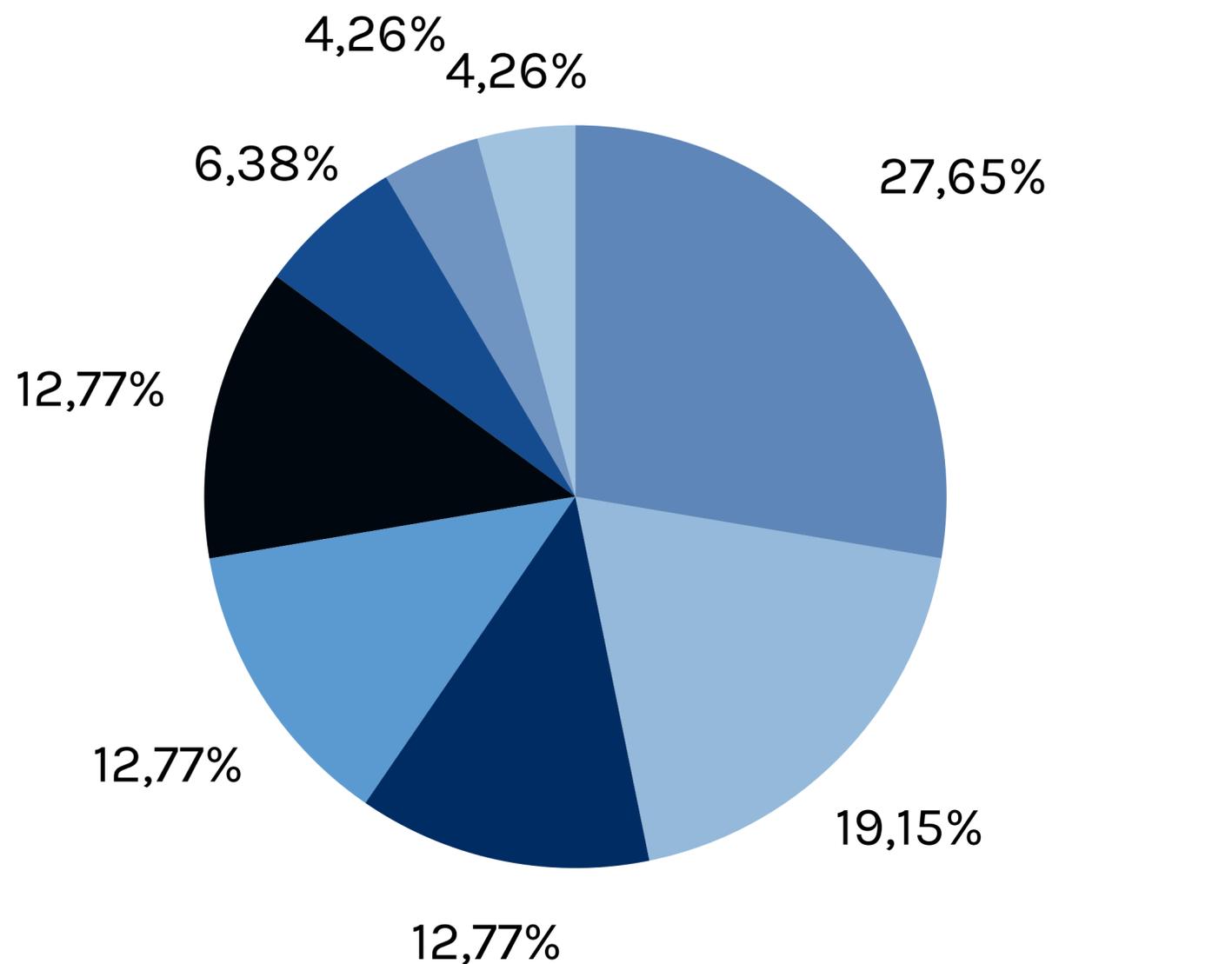
- Acima de 500 funcionários
- De 31 a 100 funcionários
- De 101 a 300 funcionários
- De 11 a 30 funcionários
- De 1 a 10 funcionários
- Somente eu
- De 301 a 500 funcionários

TAMANHO DA EMPRESA

* DMOs, Institutos de Turismo e etc.

FATURAMENTO ANUAL

TRVZ | LAB



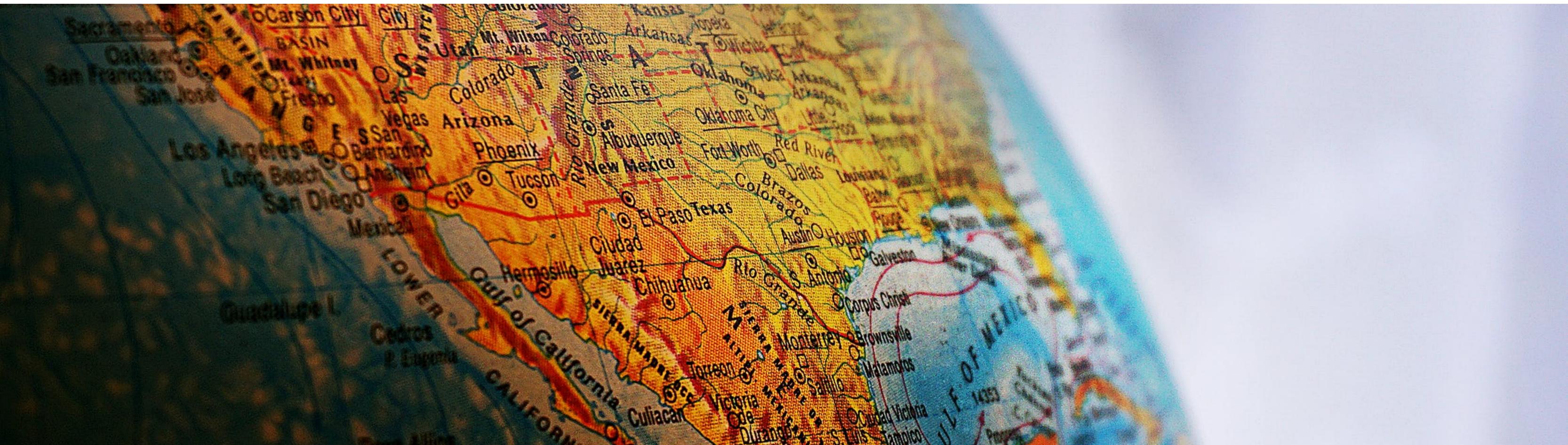
- Acima de R\$1 bilhão
- De R\$50 a R\$100 milhões
- De R\$5 a R\$20 milhões
- De R\$100 a R\$300 milhões
- De R\$500 milhões a R\$1 bilhão
- Até R\$5 milhões
- De R\$20 a R\$50 milhões
- De R\$300 a R\$500 milhões

- 1 a 10%
- 11 a 30%
- 51 a 80%
- 31 a 50%
- 81 a 99%
- Não sei responder
- 100%

REPRESENTATIVIDADE NO FATURAMENTO DO SEGMENTO DE LUXO

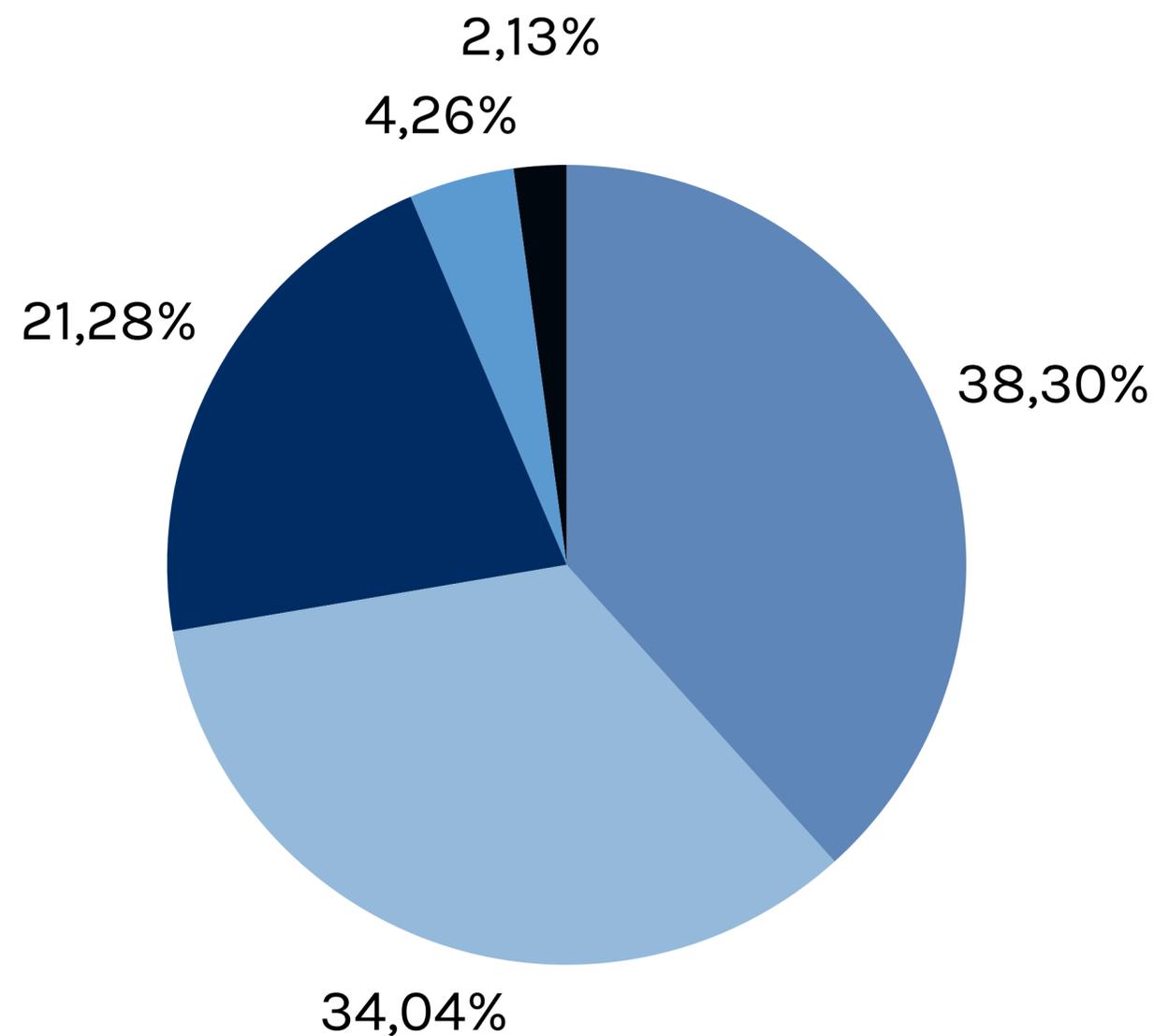
SEGMENTO DE LUXO

Todas as demais respostas referem-se exclusivamente ao segmento de luxo, classificado para 93,62% dos respondentes como clientes que consomem produtos de luxo com frequência

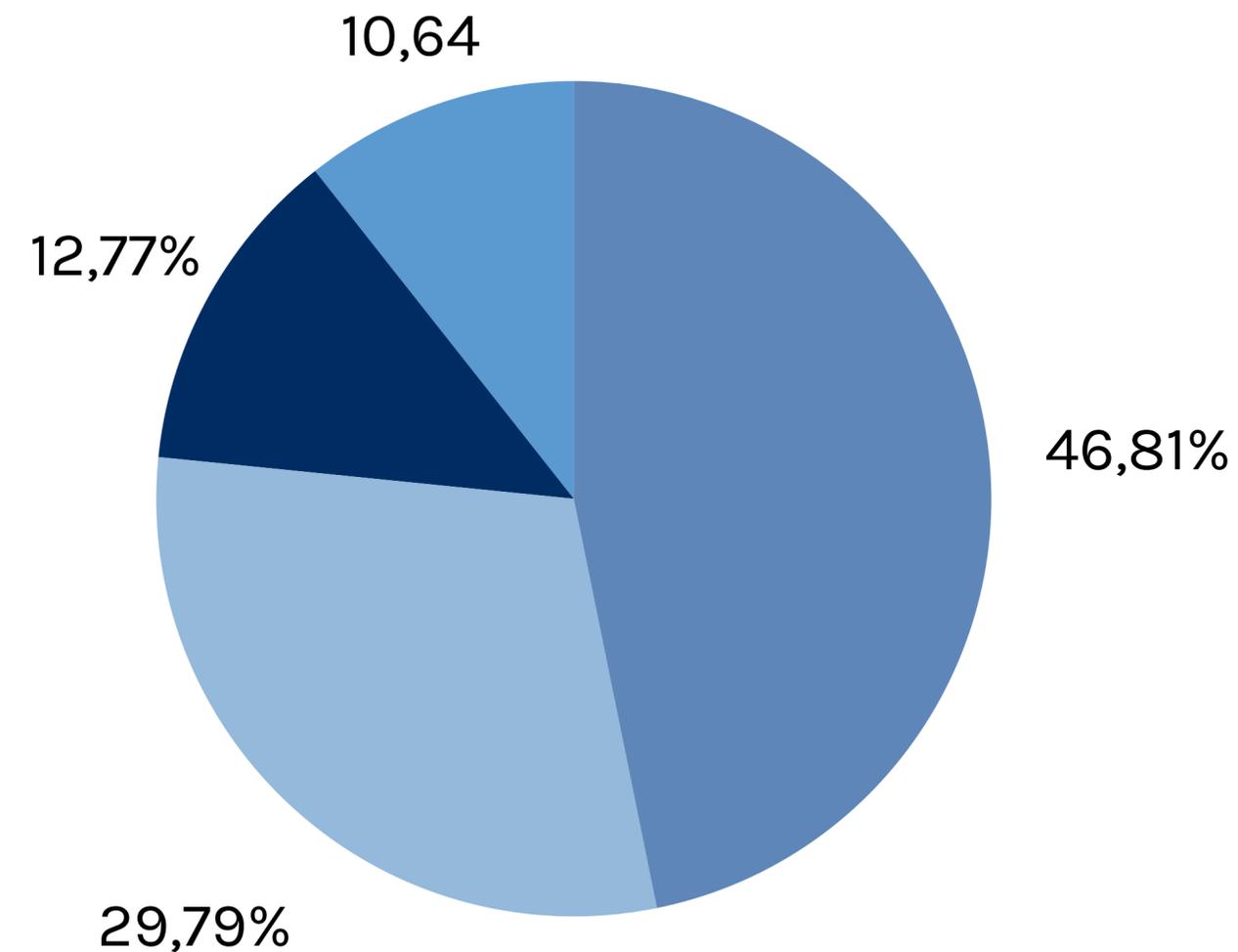


FATURAMENTO EM RELAÇÃO AO MESMO PERÍODO COMPARADO A 2019

TRVZ | LAB



- Abaixo de 50%
- Acima de 100%
- 100%
- De 51 a 70%
- De 71 a 99%

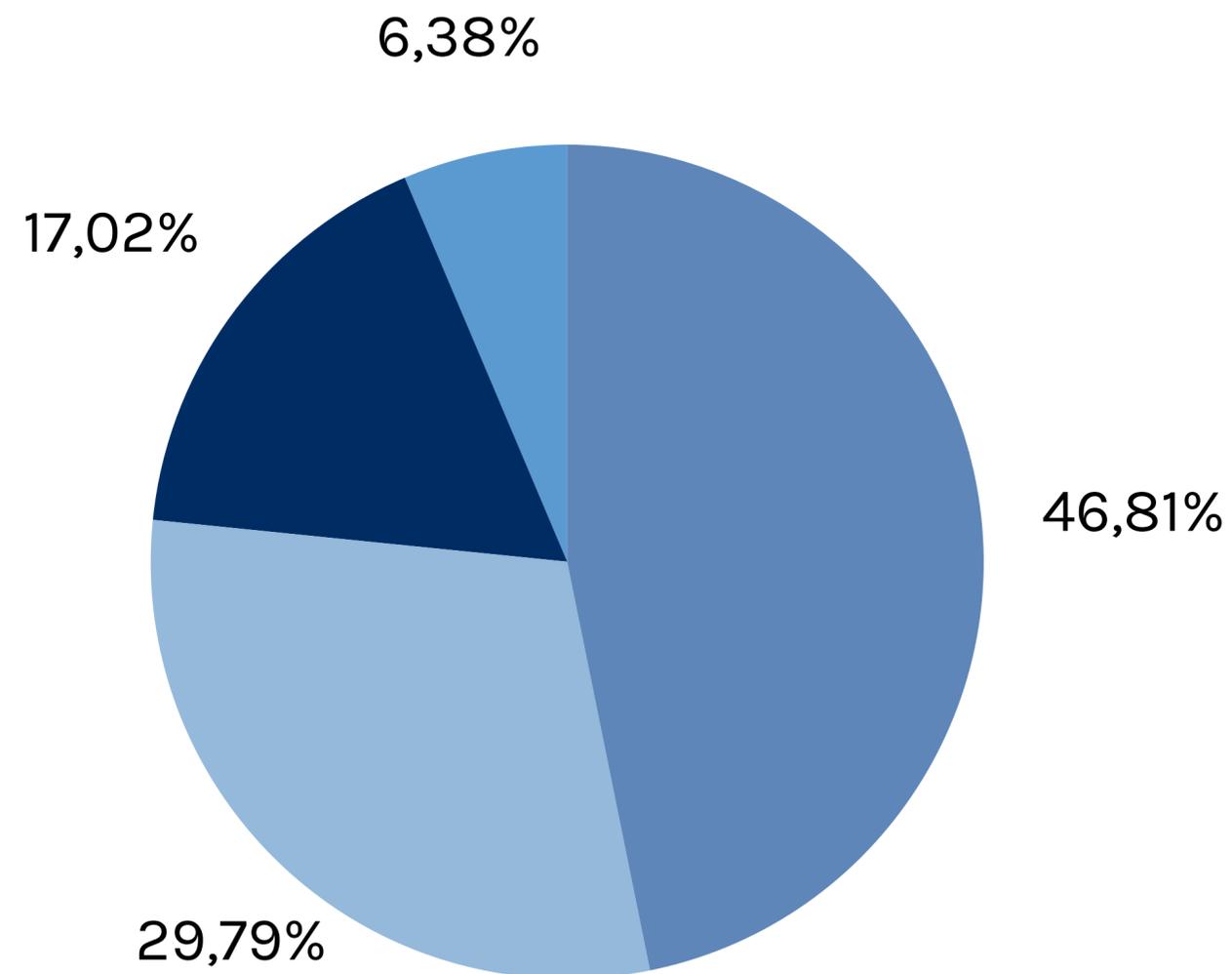


- Está aumentando gradativamente, mas ainda está abaixo do normal
- Aumentou
- Ainda está bem abaixo do normal
- Já normalizou

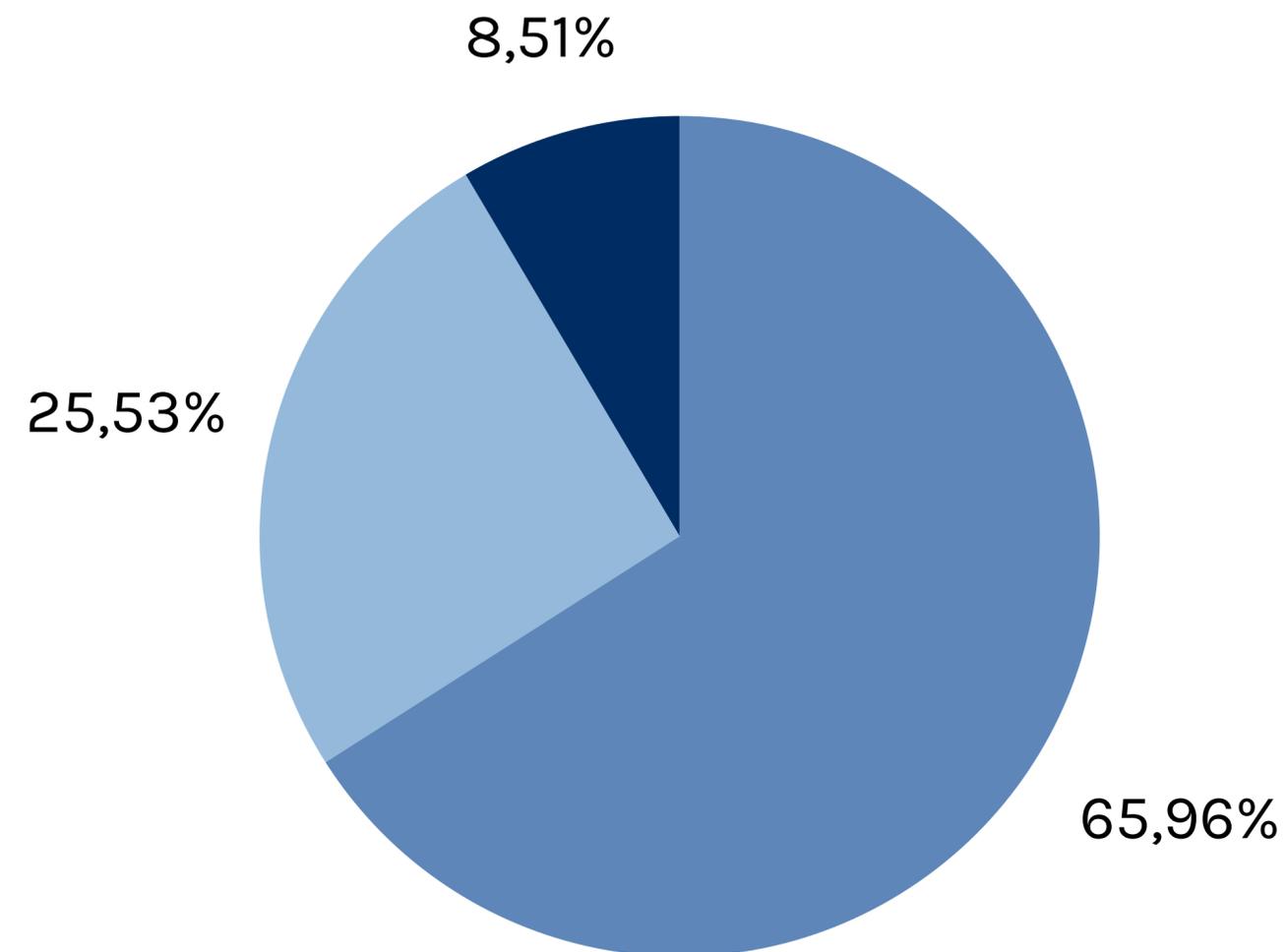
VOLUME DE CONSULTAS E RESERVAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

PERÍODO COM MAIOR NÚMERO DE CONSULTAS/RESERVAS

TRVZ | LAB



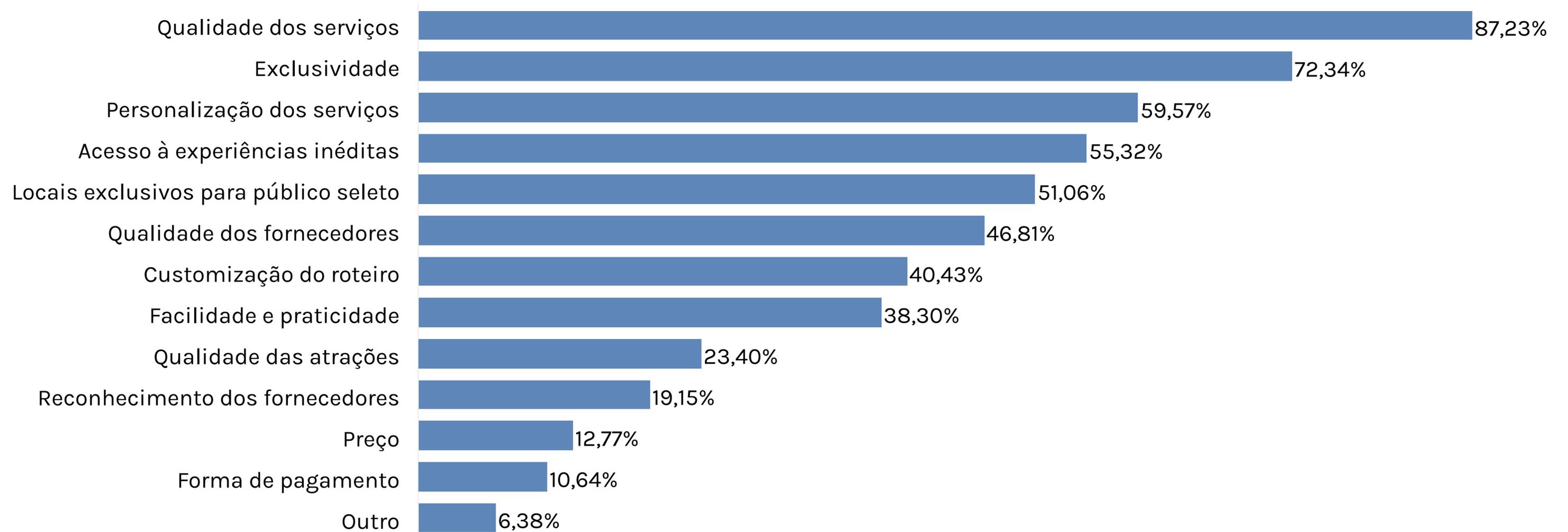
- Segundo semestre de 2021
- Primeiro semestre de 2022
- Natal/Reveillon 2021/ 2022
- Segundo semestre de 2022



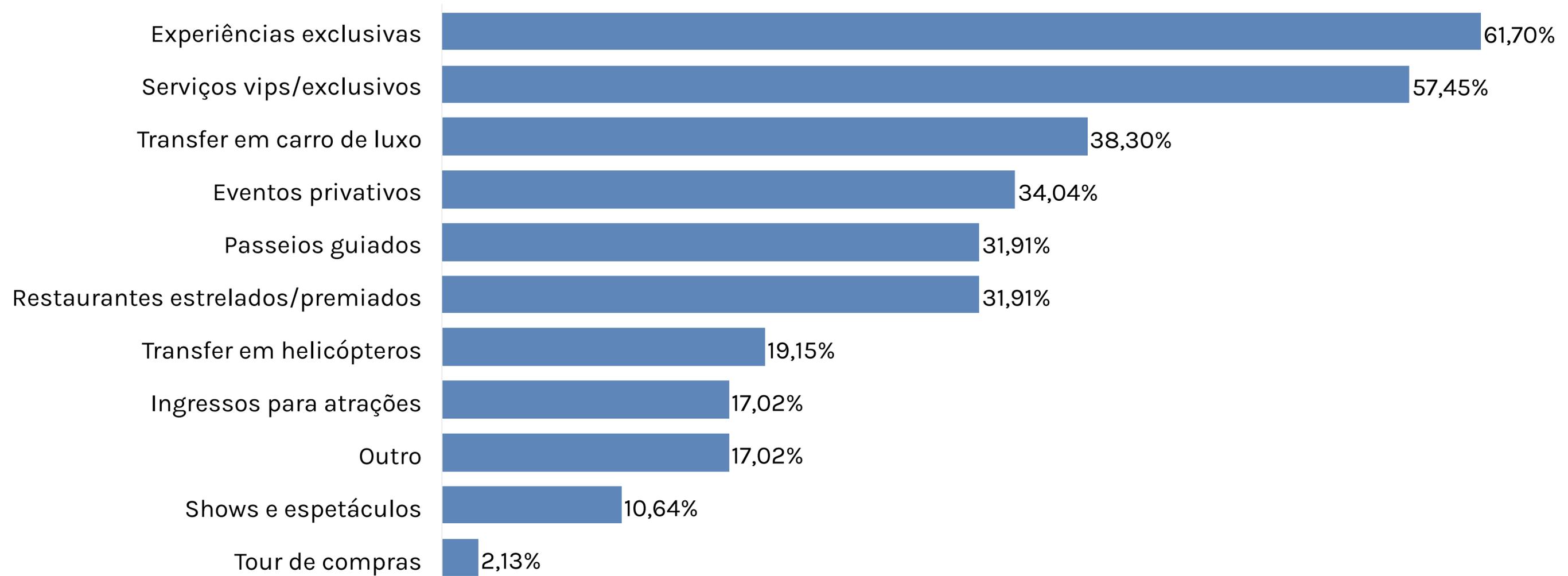
- Agências/consultores de viagens
- Vendas diretas
- Agências de viagens online (OTAs) e metabuscadores

PRINCIPAL CANAL DE RESERVA UTILIZADO PELOS CLIENTES

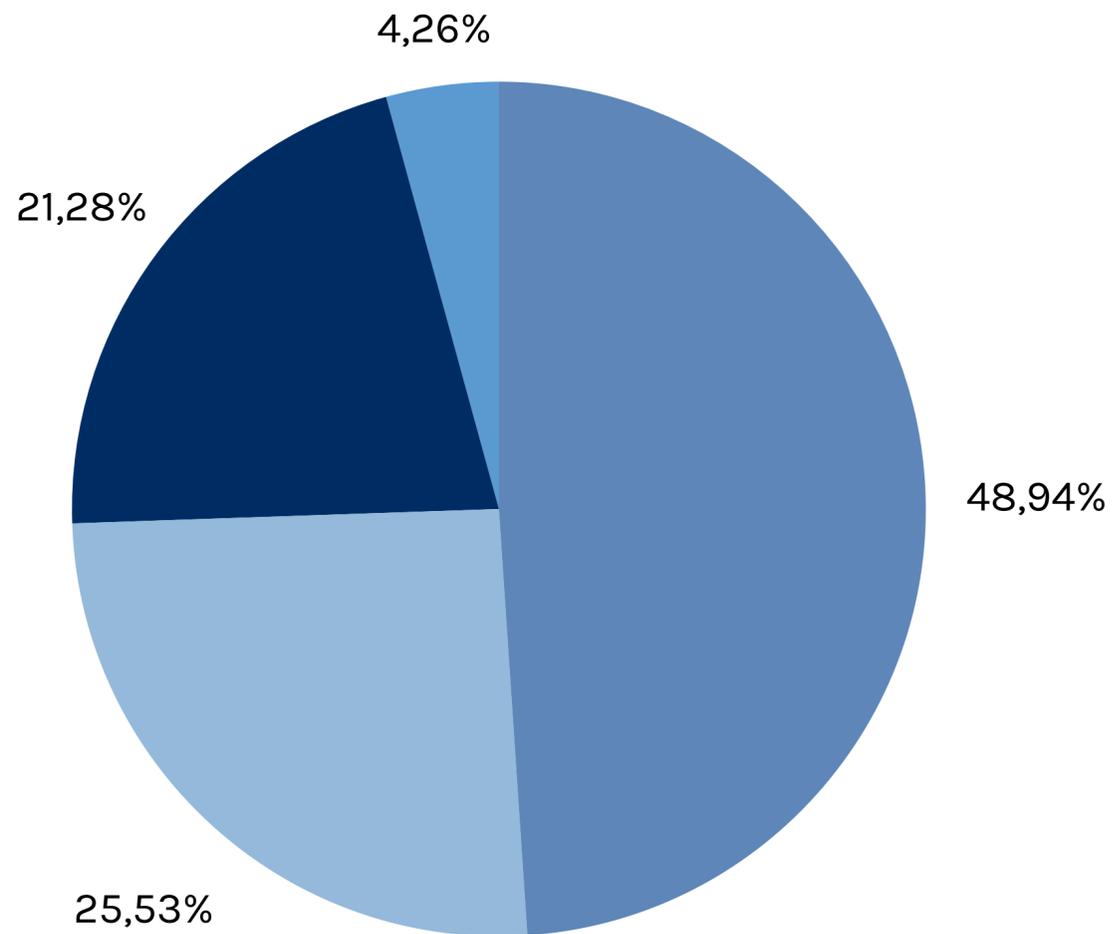
CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA ESCOLHA DE UMA VIAGEM



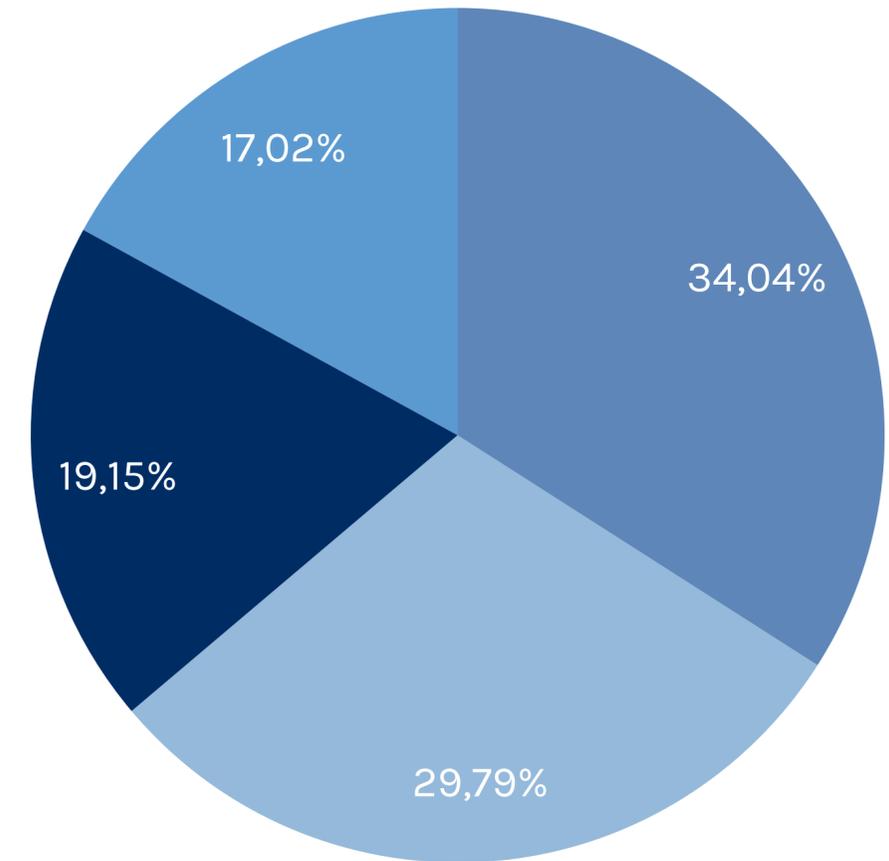
COMPONENTES ADQUIRIDOS/ RESERVADOS PREVIAMENTE PARA A PRÓXIMA VIAGEM



TEMPO DE PERMANÊNCIA MÉDIO PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS DE LAZER



- Mais que 7 dias
- De 3 a 4 dias
- De 5 a 7 dias
- Menos que 2 dias



- De R\$5.001 a R\$15.000
- Acima de R\$20.001
- De R\$15.001 a R\$20.000
- Menos de R\$5.000

GASTO MÉDIO PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS DE LAZER

ORÇAMENTO DE VIAGENS DOS CLIENTES



55,32%
AUMENTOU

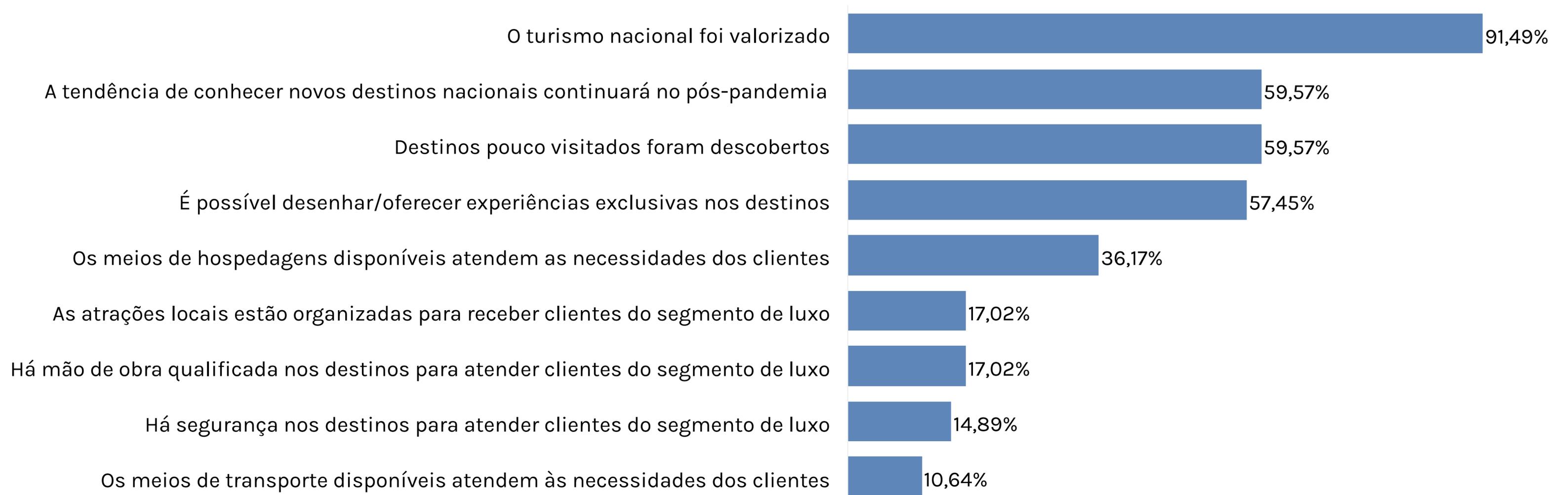


31,91%
PERMANECE IGUAL

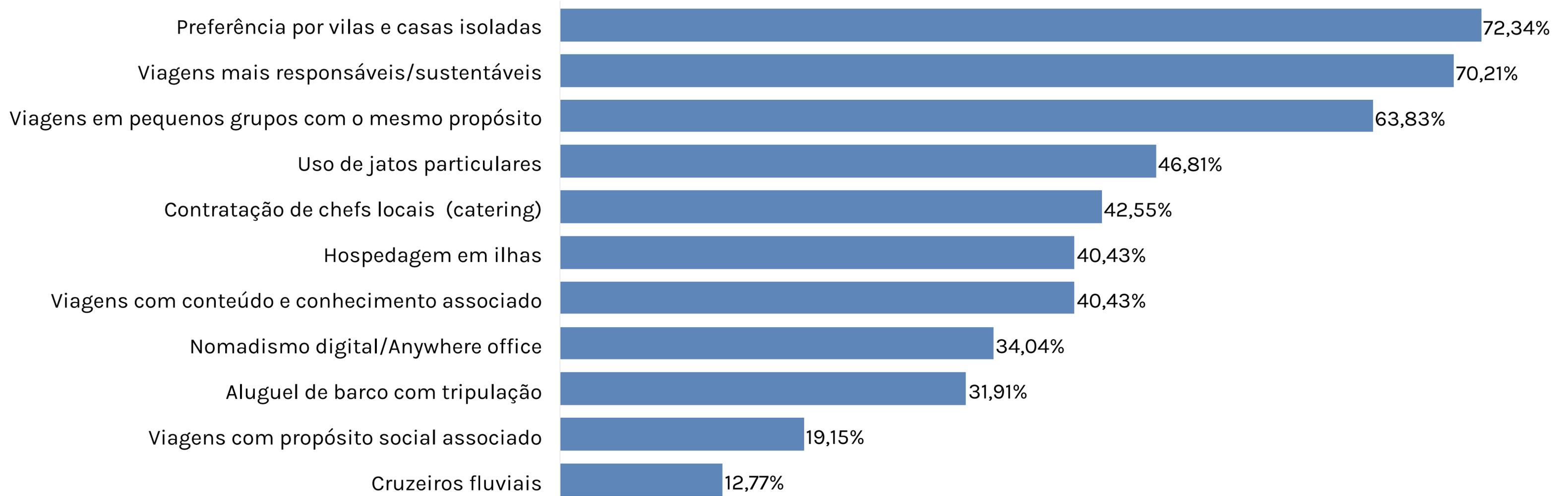


12,77%
DIMINUIU

SOBRE O TURISMO NACIONAL ATUALMENTE

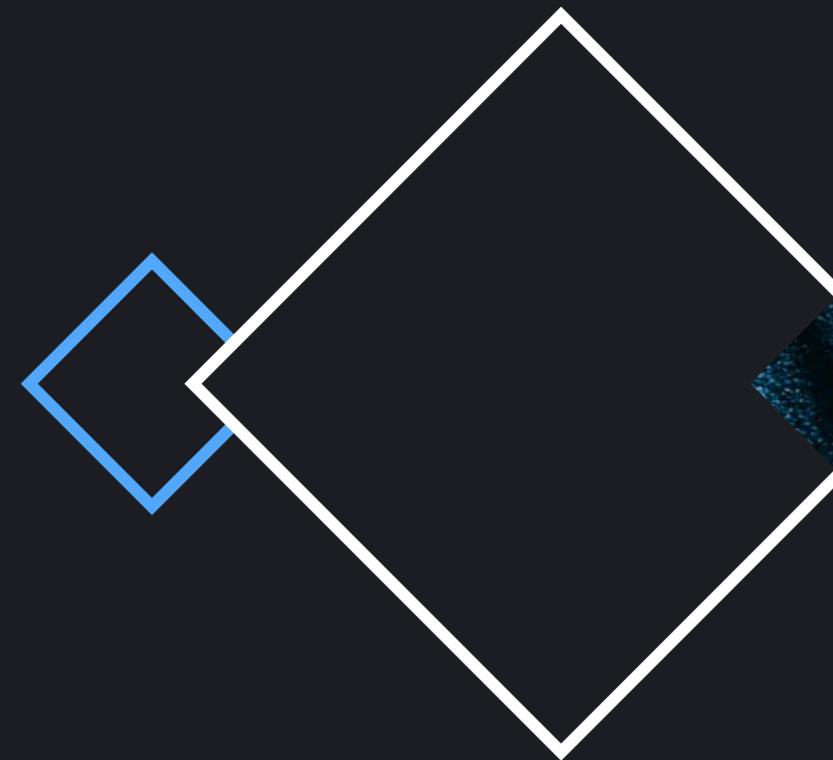


SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO



TRANSFORMAÇÕES DE HÁBITOS E COMPORTAMENTOS EM VIAGENS DE LUXO

A seguir, apresentamos as principais citações e
respostas para esta pergunta aberta



“Seleção ainda mais acentuada dos
companheiros de viagem. Visitação destinos
mais exclusivos, quase desconhecidos e
menos massificados”

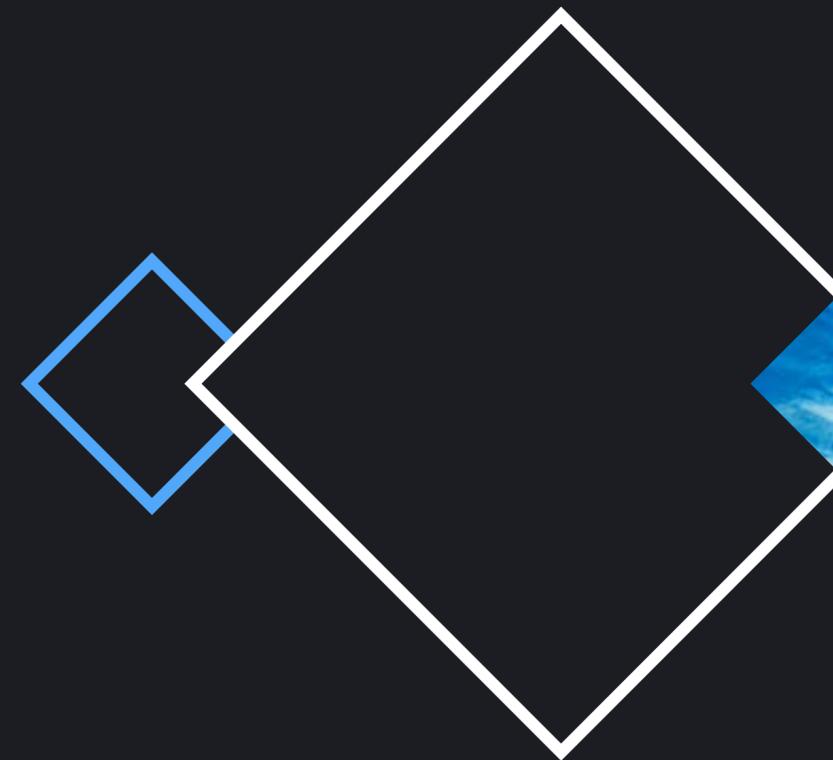
“Busca por viagens mais ligadas à
experiência, em vez de apenas a aparência.

Capacidade de atender aos desejos do
viajante em sua totalidade, seja física,
emocional ou intelectual. Ter um apreço pelas
coisas boas da vida temperadas com as
preciosidades ocultas da cultura local de um
destino”



“Tendência ao isolamento, distanciamento e serviços mais exclusivos”

“Consumo com propósito e consciência.
Menos material e mais experiencial”



“Maior abertura para descobrir destinos e experiências no Brasil, sempre associado à exclusividade e privilegiando momentos em família e com amigos”

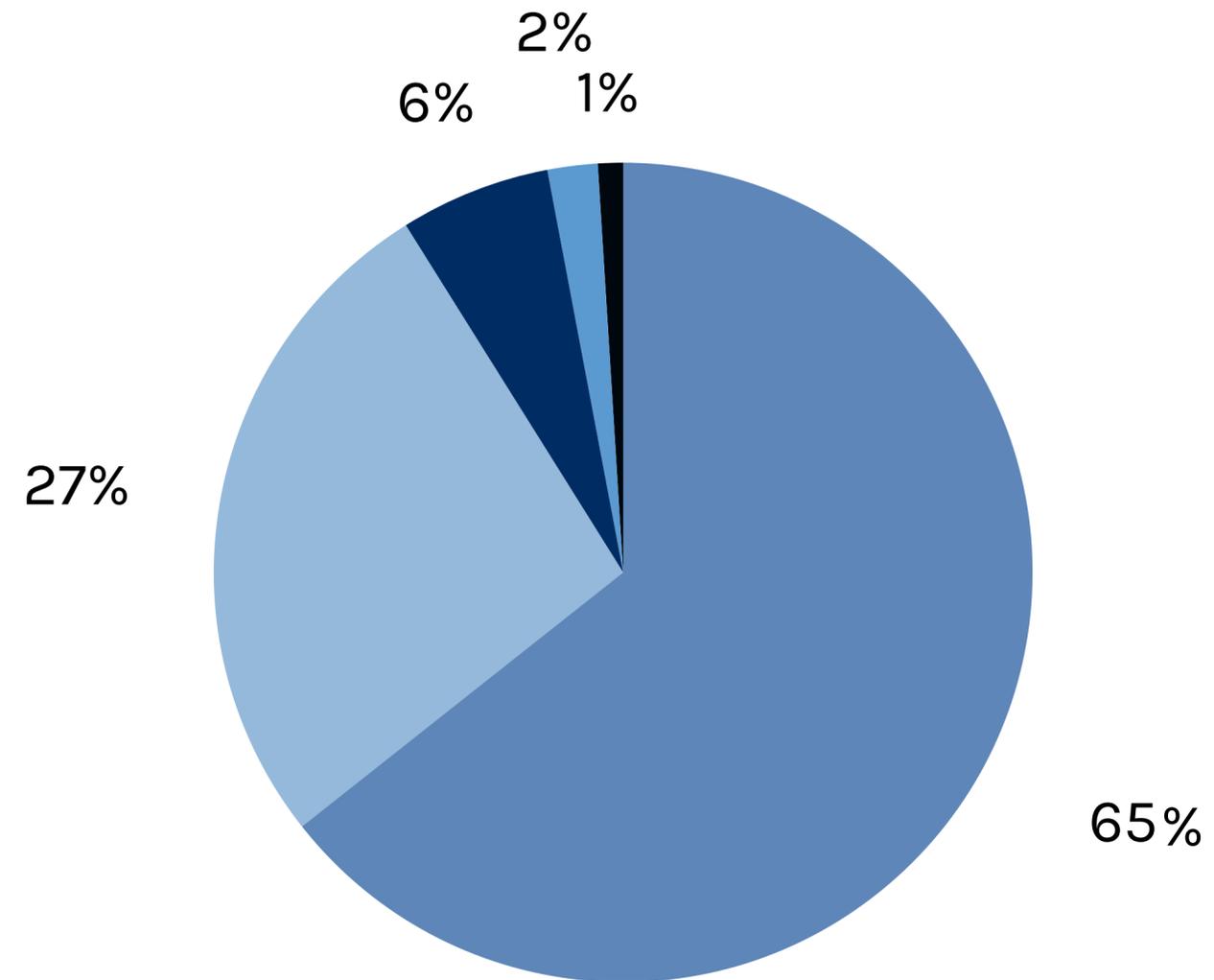
“Busca por isolamento, experiências exclusivas e em pequenos grupos, gastronomia em alta, serviços mais personalizados e locais mais próximos”



AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS

TAMANHO DA EMPRESA

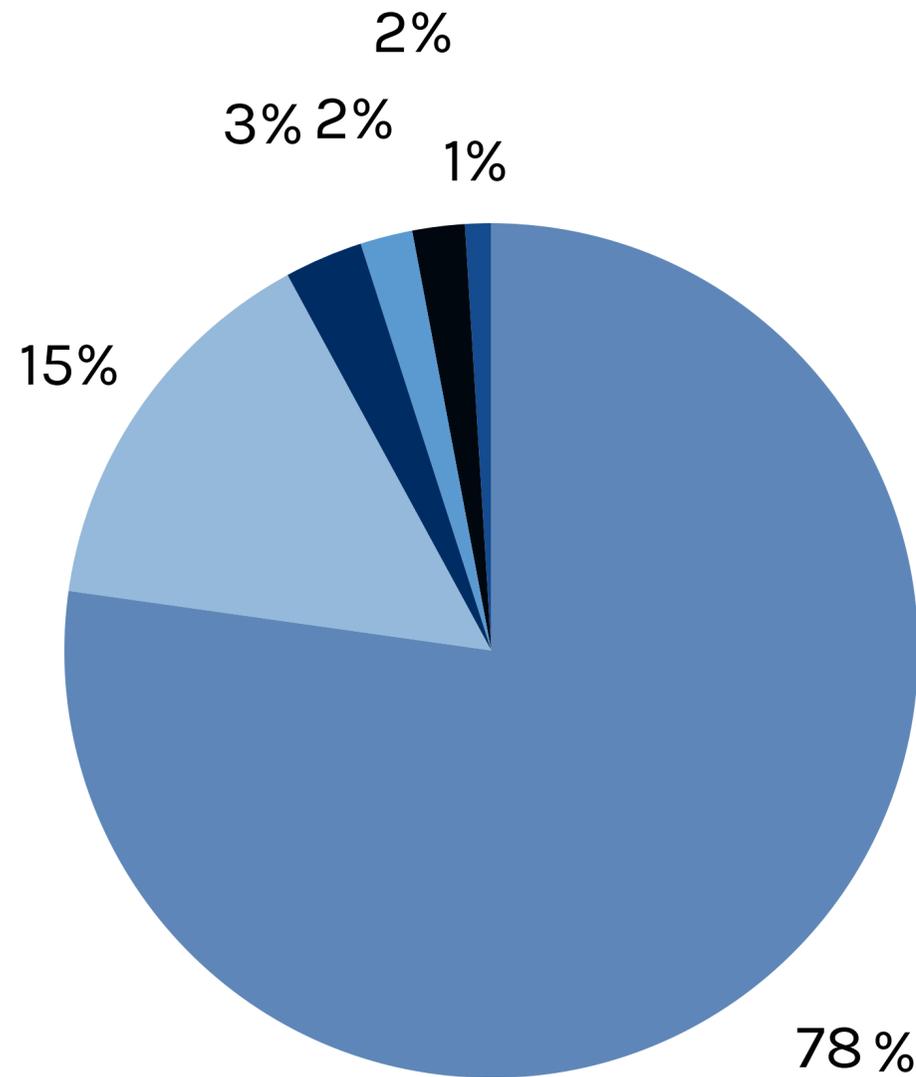
TRVZ | LAB



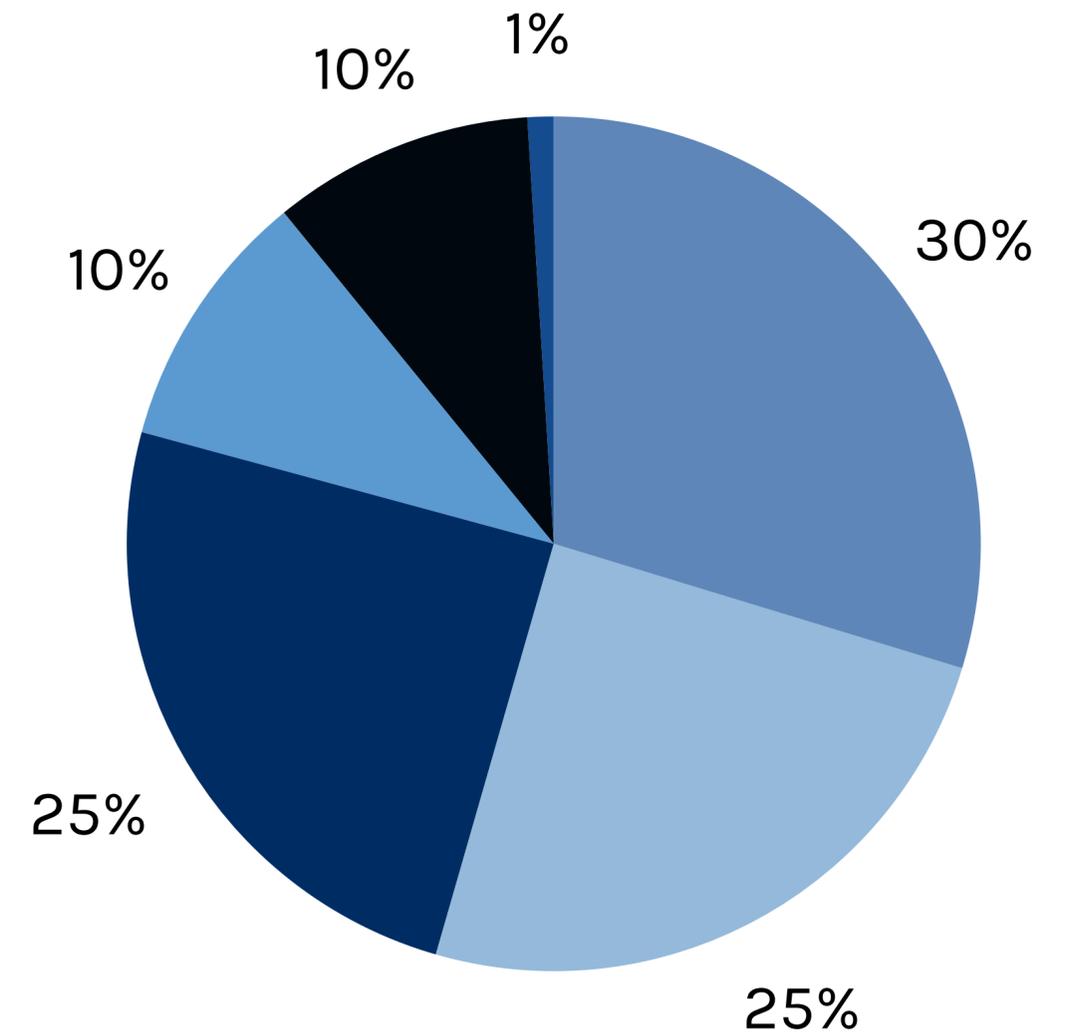
- De 1 a 10 funcionários
- Somente eu
- De 11 a 30 funcionários
- De 51 a 100 funcionários
- De 31 a 50 funcionários

FATURAMENTO ANUAL

TRVZ | LAB



- Até 5 milhões
- De 5 a 20 milhões
- De 20 a 50 milhões
- De 50 a 100 milhões
- De 100 a 300 milhões
- De 300 a 500 milhões

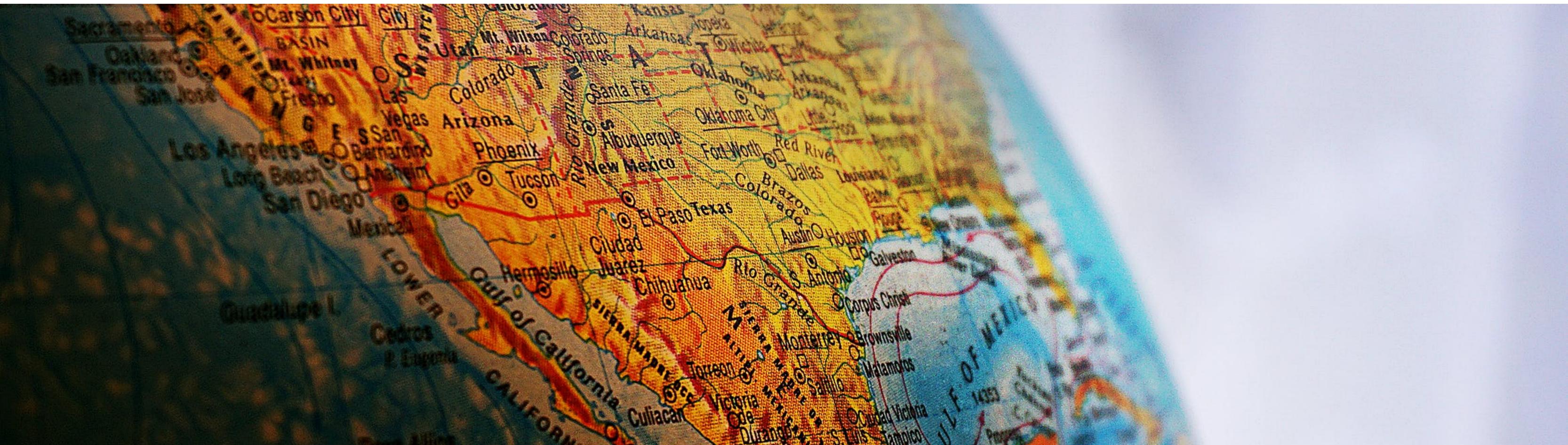


- De 31 a 50%
- De 51 a 80%
- De 81 a 99%
- De 1 a 10%
- De 11 a 30%
- Não sei responder

REPRESENTATIVIDADE NO FATURAMENTO DO SEGMENTO DE LUXO

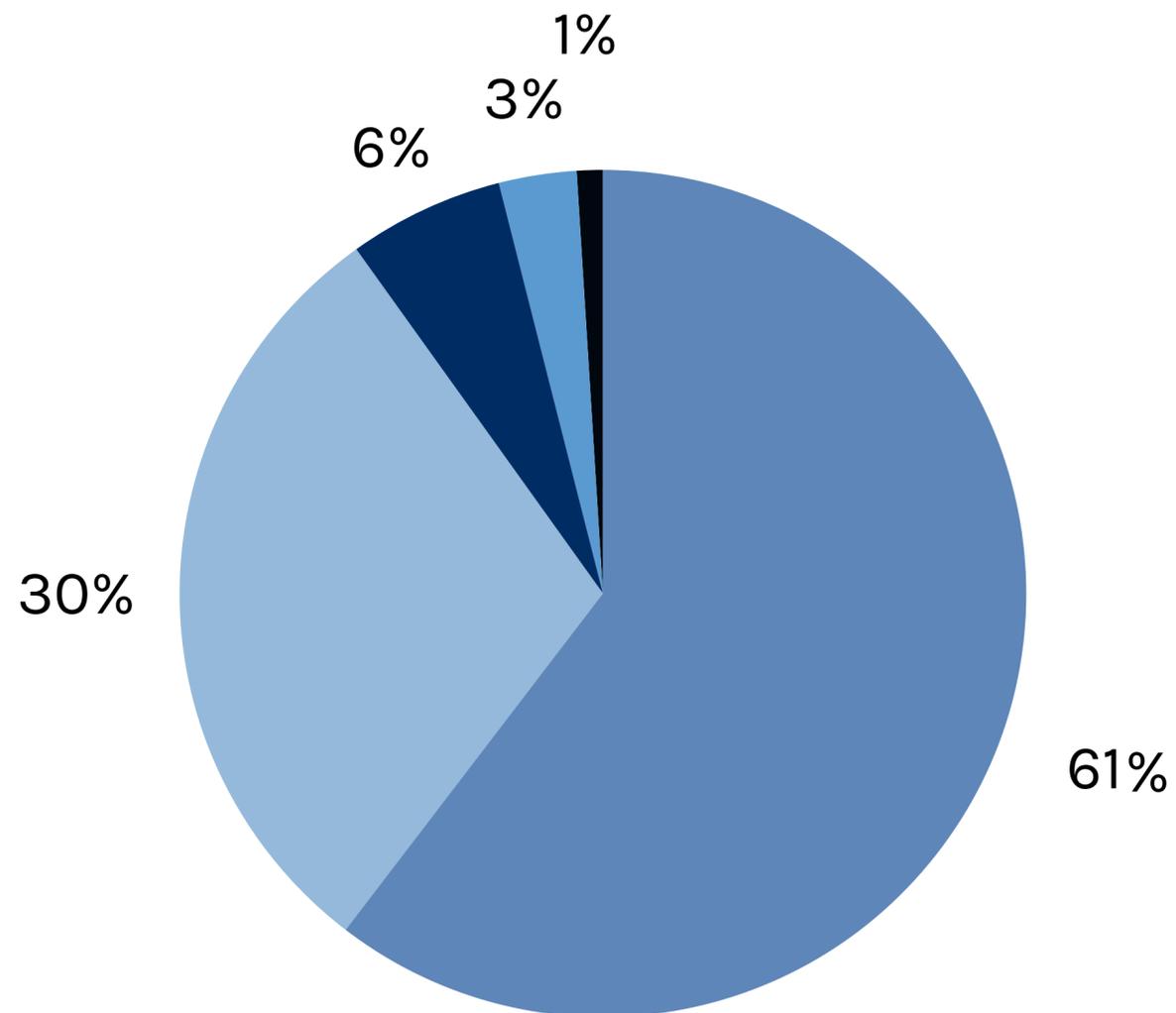
SEGMENTO DE LUXO

Todas as demais respostas referem-se exclusivamente ao segmento de luxo, classificado para 93,62% dos respondentes como clientes que consomem produtos de luxo com frequência

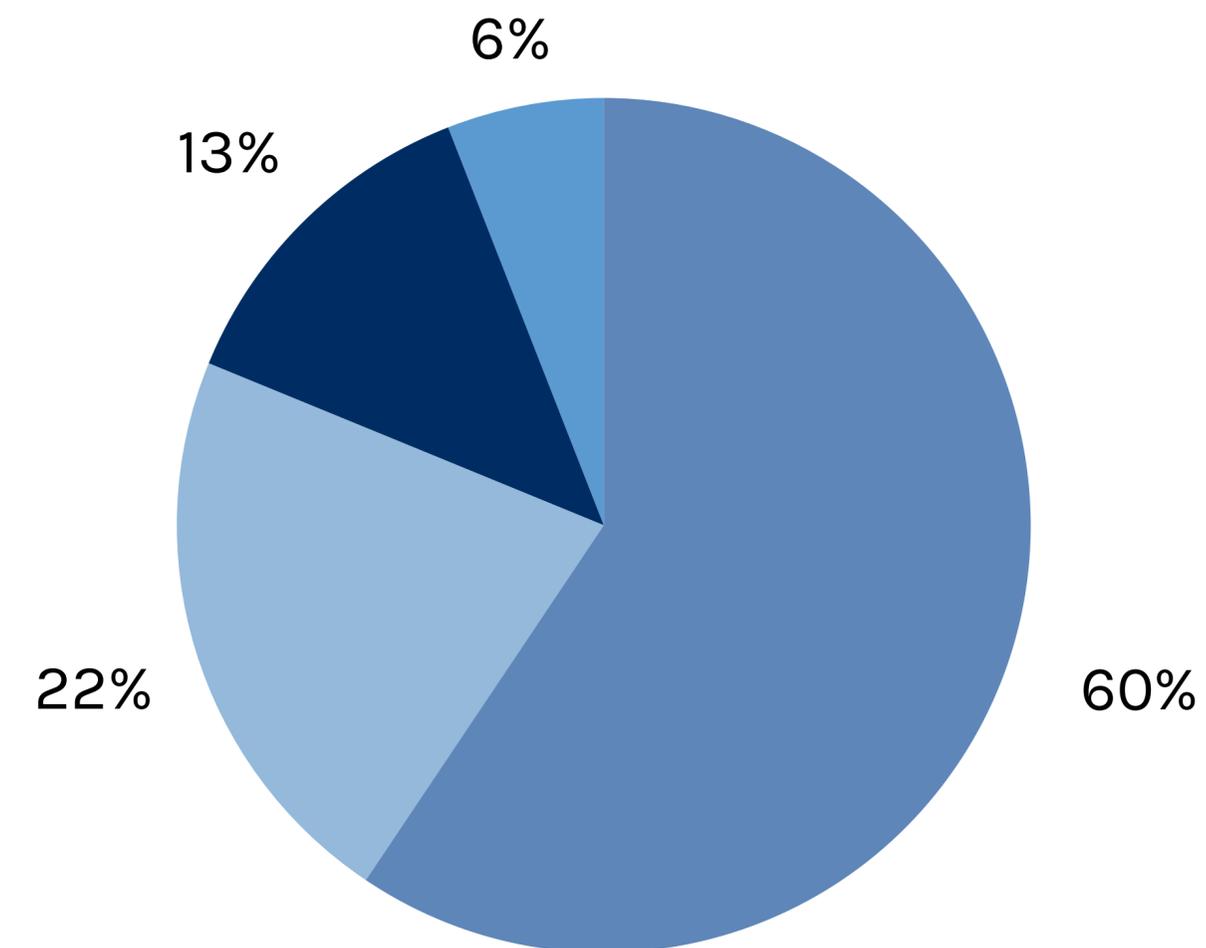


FATURAMENTO EM RELAÇÃO AO MESMO PERÍODO COMPARADO A 2019

TRVZ | LAB



- Abaixo de 50%
- De 51 a 70%
- Acima de 100%
- De 71 a 99%
- 100%

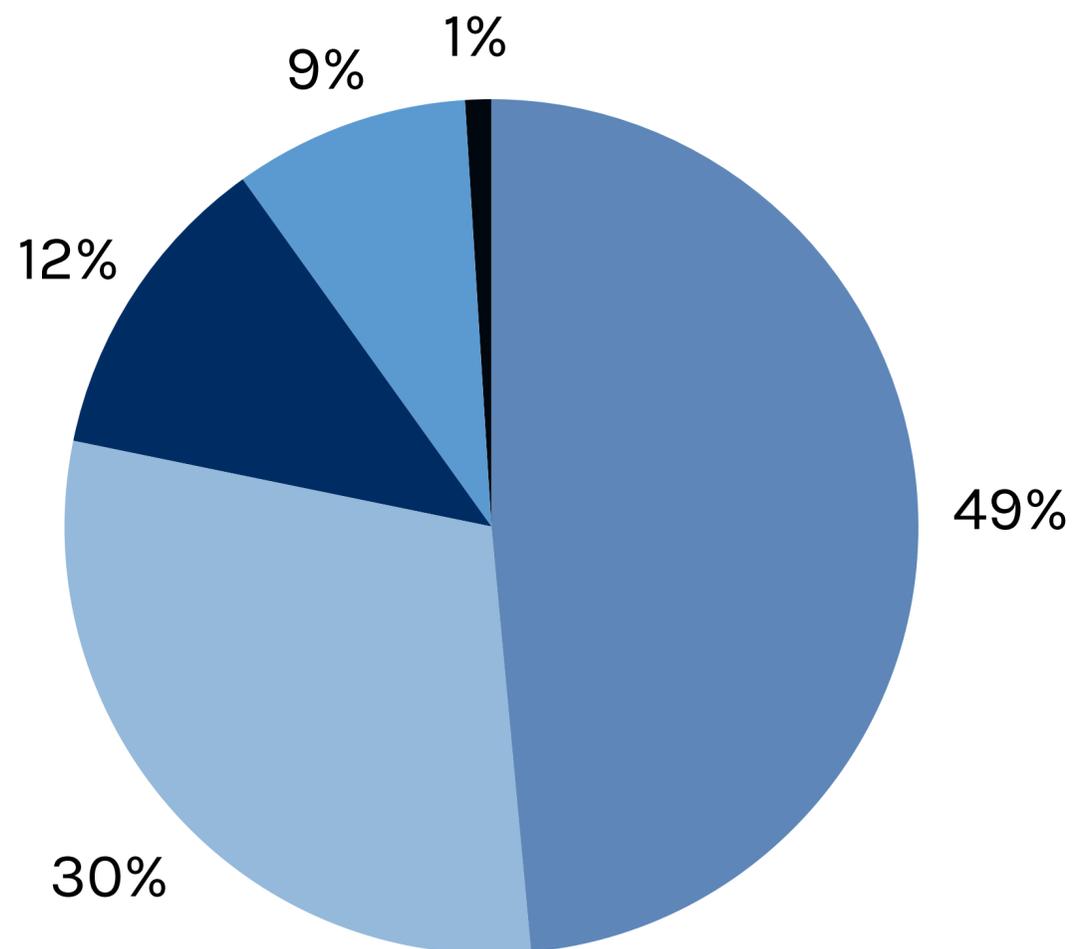


- Está aumentando gradativamente
- Ainda está bem abaixo do normal
- Aumentou
- Já normalizou

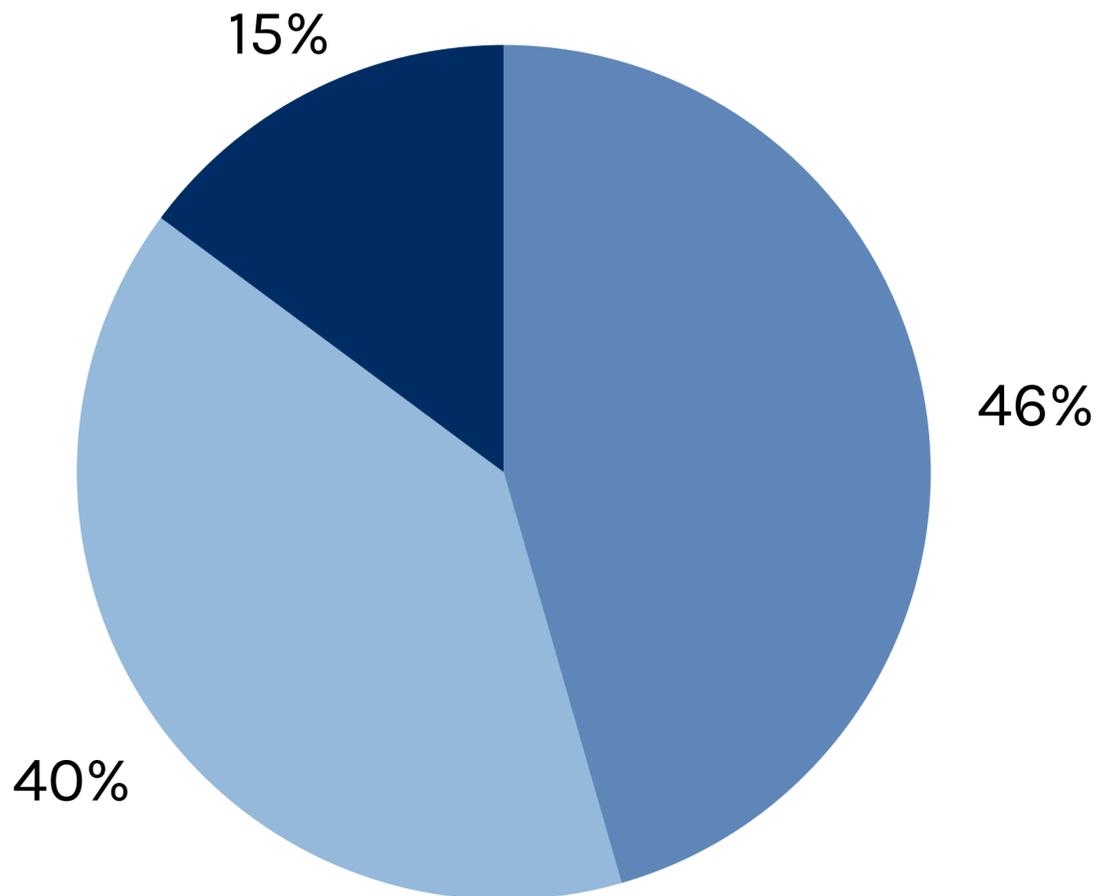
VOLUME DE CONSULTAS E RESERVAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

PERÍODO COM MAIOR NÚMERO DE CONSULTAS/ RESERVAS

TRVZ | LAB



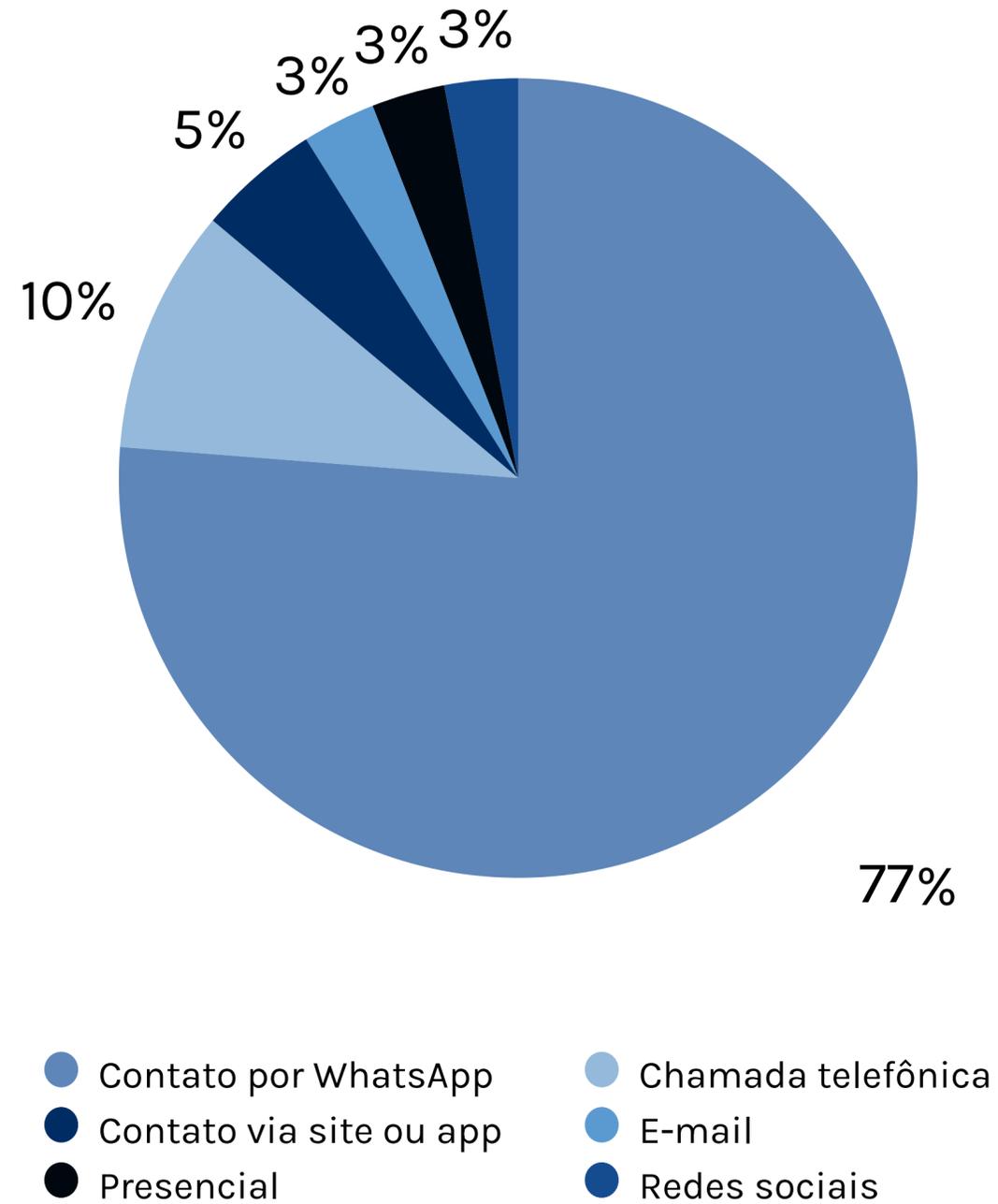
- Primeiro semestre de 2022
- Segundo semestre de 2021
- Segundo semestre de 2022
- Natal/Reveillon 2021/22
- A partir de 2023



- Ambos
- Destinos internacionais
- Destinos nacionais

DESTINOS MAIS CONSULTADOS/ RESERVADOS

PRINCIPAL CANAL DE RESERVA UTILIZADO PELOS CLIENTES



NICHOS MAIS PROCURADOS PELOS CLIENTES



27,16%
SOL E PRAIA



19,44%
GASTRONÔMICO



15,74%
HISTÓRICO/
CULTURAL



8,02%
CRUZEIROS



7,71%
DE SAÚDE/BEM-
ESTAR



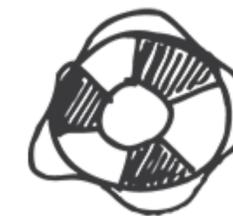
6,17%
ECOTURISMO/
TURISMO DE
NATUREZA



4,62%
ESPORTES E
AVENTURA



2,16%
RETIROS

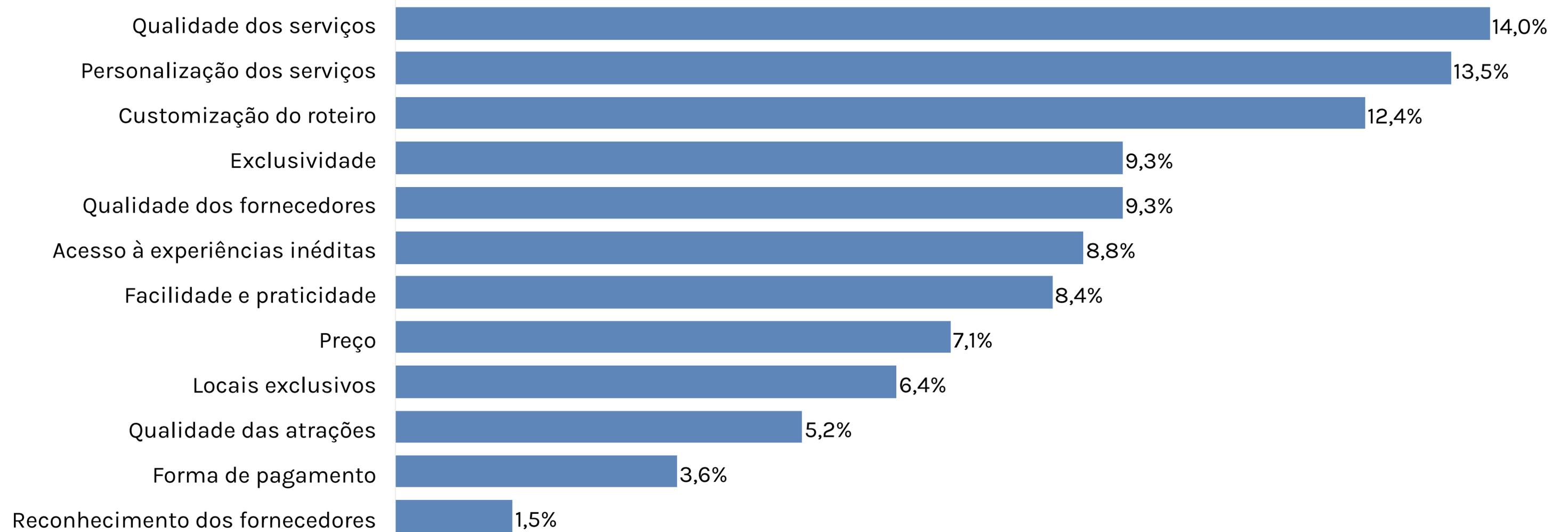


1,85%
PARQUES
AQUÁTICOS/
TEMÁTICOS

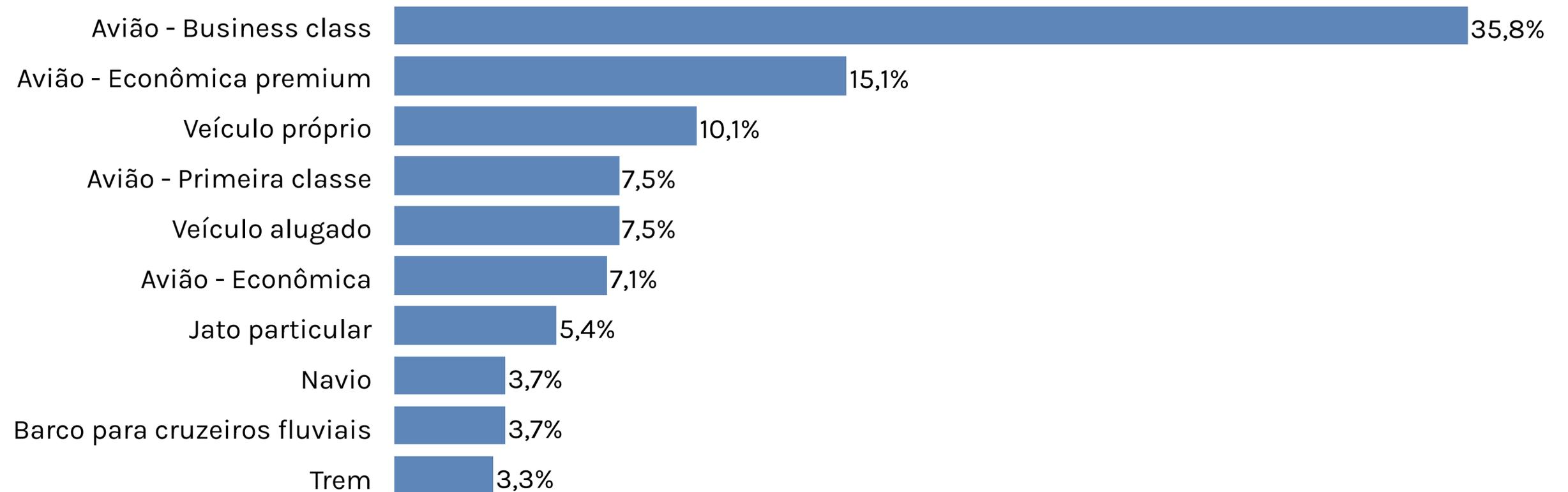


0,92%
RELIGIOSO

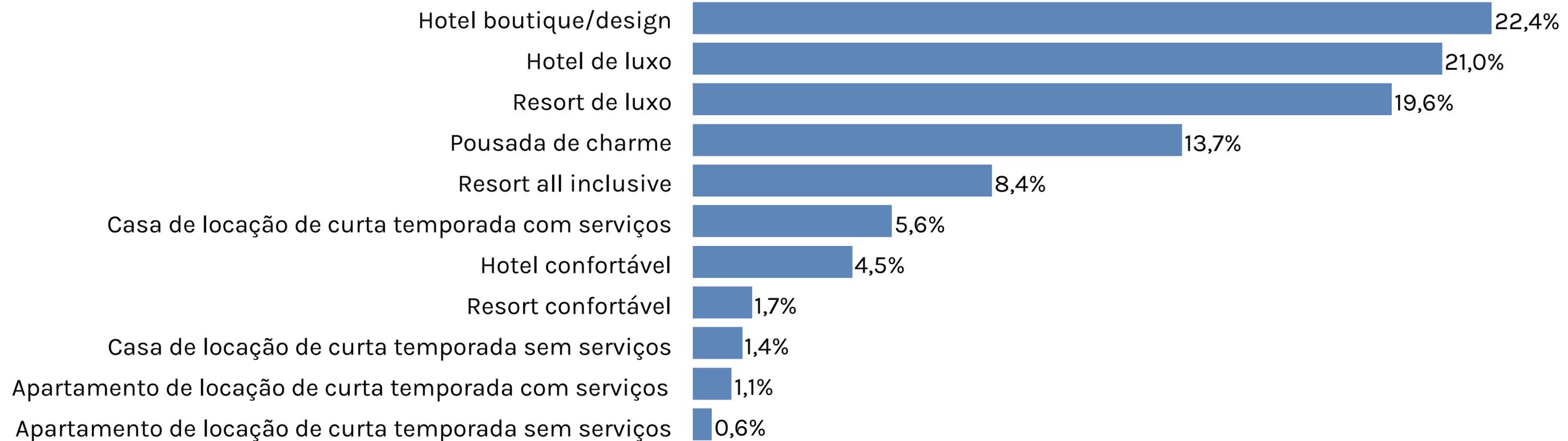
CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA ESCOLHA DE UMA VIAGEM



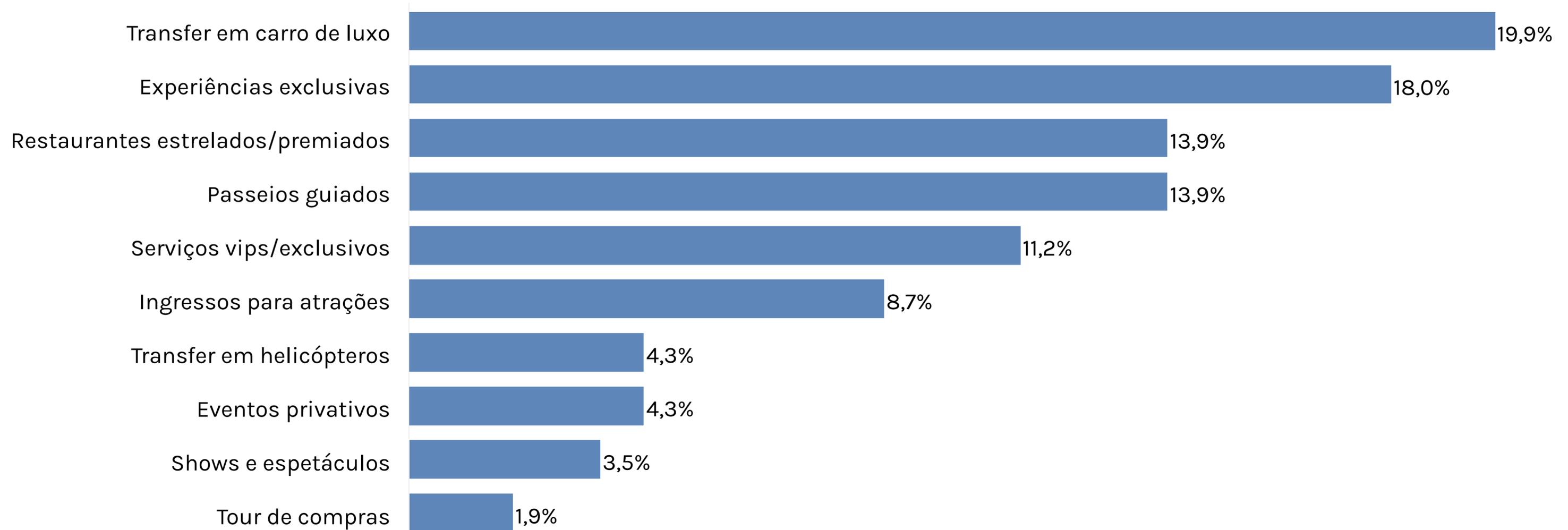
MEIO DE TRANSPORTE ESCOLHIDO/PREFERIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM



MEIO DE HOSPEDAGEM ESCOLHIDO/PREFERIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM



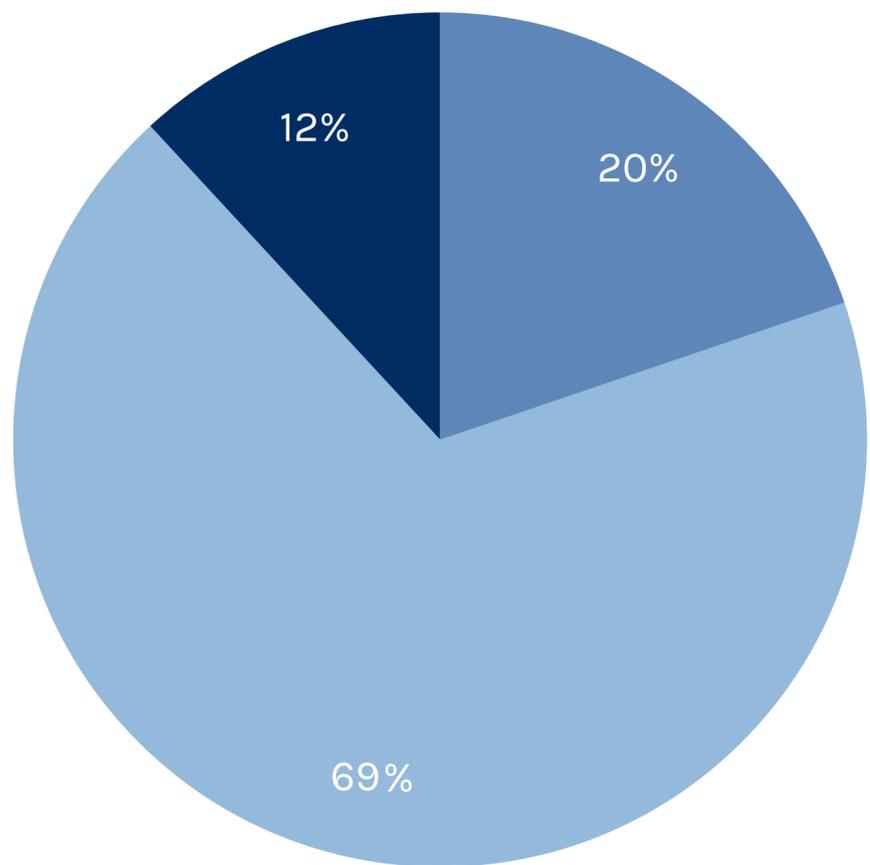
COMPONENTES ADQUIRIDOS/ RESERVADOS PREVIAMENTE PARA A PRÓXIMA VIAGEM



VIAGENS NACIONAIS VENDIDAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

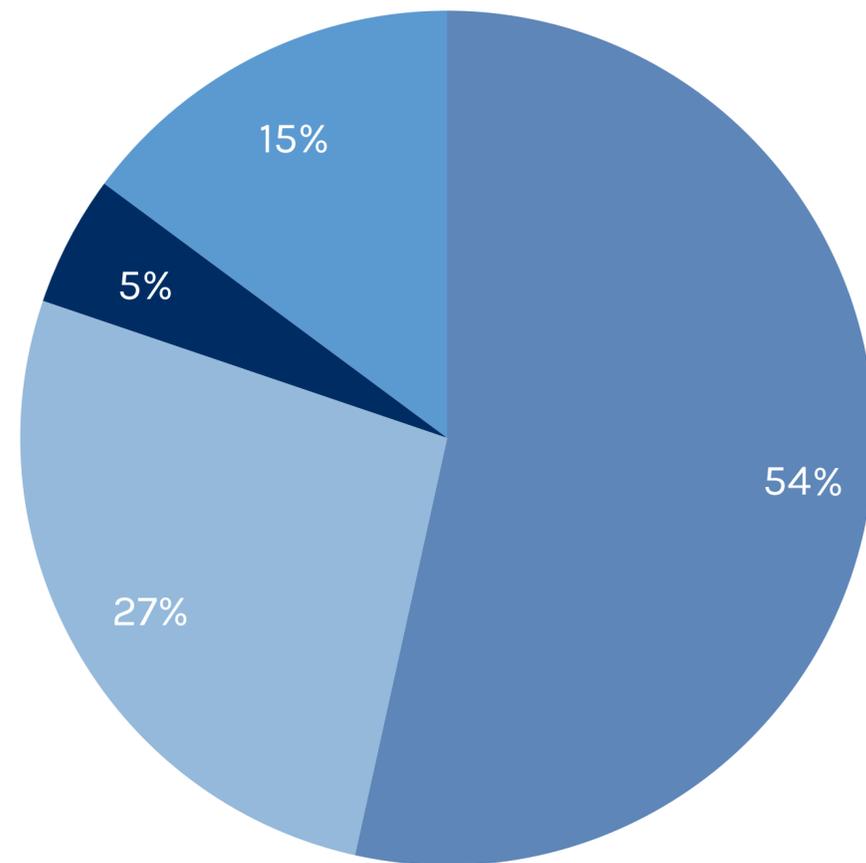
TRVZ | LAB

TEMPO DE PERMANÊNCIA



- De 3 a 4 dias
- De 5 a 7 dias
- Mais que 7 dias

- De R\$5.001 a R\$15.000
- De R\$15.001 a R\$20.000
- Menos de R\$5.000
- Acima de R\$20.001

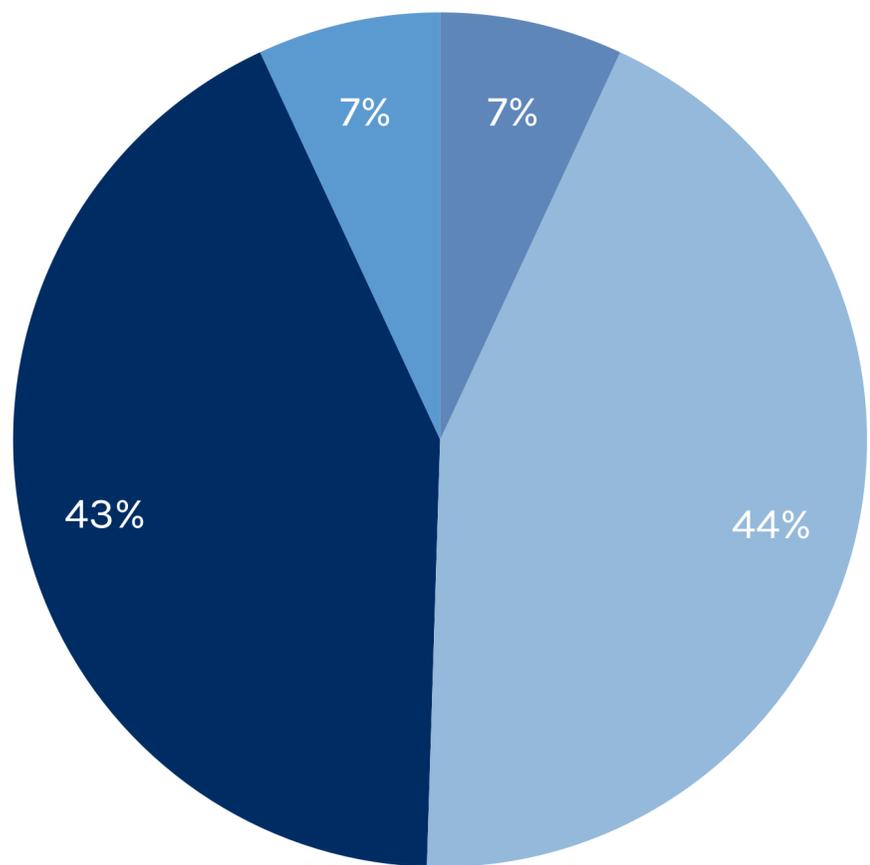


GASTO MÉDIO

VIAGENS INTERNACIONAIS VENDIDAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

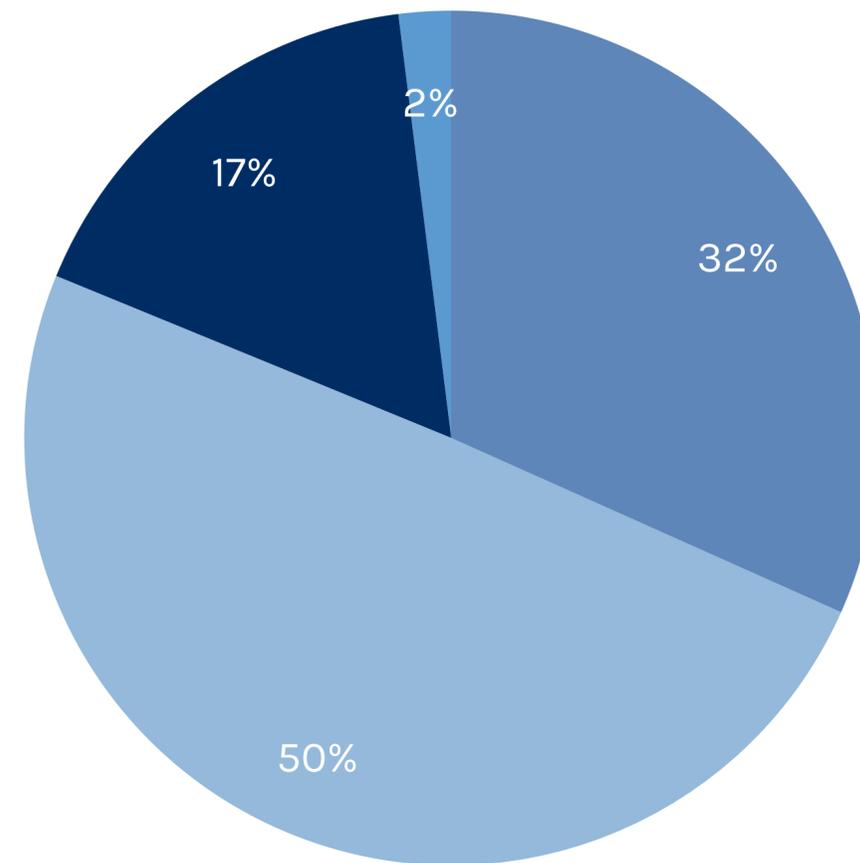
TRVZ | LAB

TEMPO DE PERMANÊNCIA



- De 5 a 7 dias
- De 8 a 10 dias
- De 11 a 15 dias
- Mais que 15 dias

- De R\$10.001 a R\$25.000
- De R\$25.001 a R\$50.000
- Acima de R\$50.001
- Menos de R\$10.000



GASTO MÉDIO

ORÇAMENTO DE VIAGENS DOS CLIENTES



36%
AUMENTOU

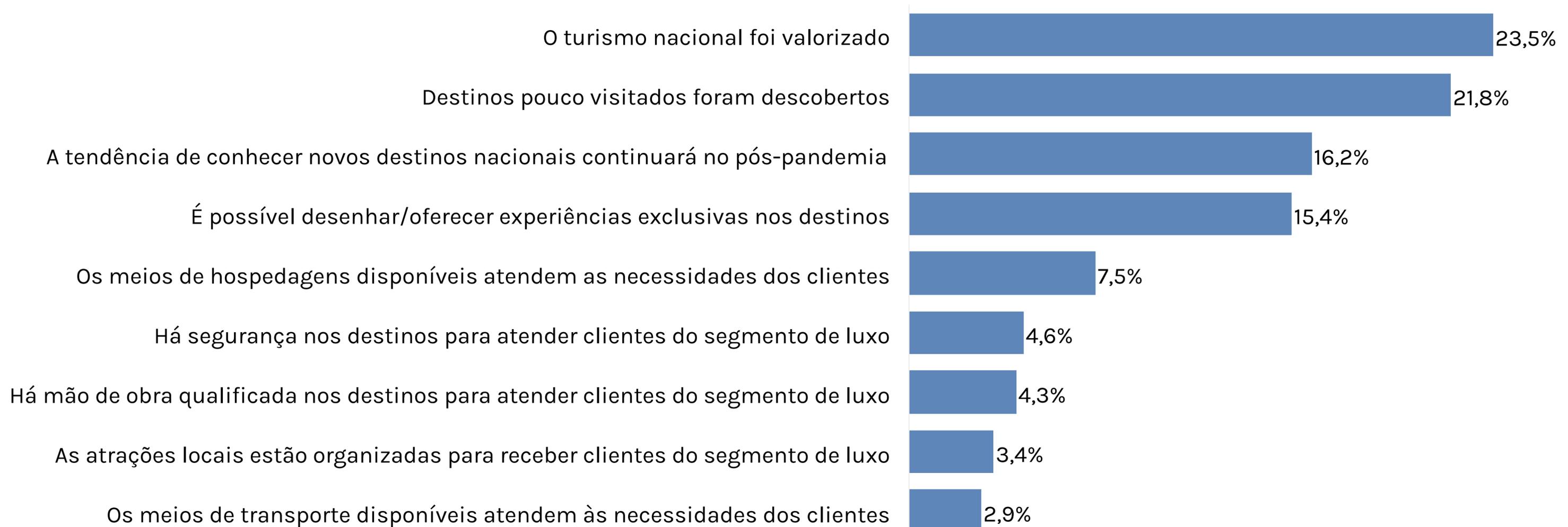


36%
PERMANECE IGUAL

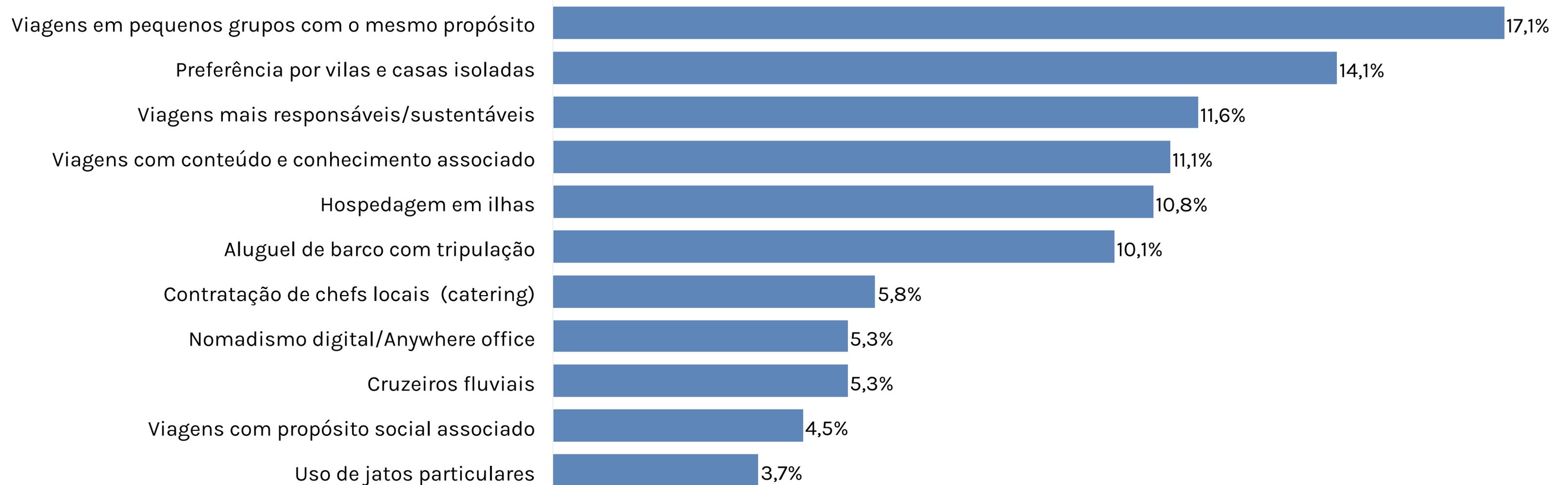


28%
DIMINUIU

SOBRE O TURISMO NACIONAL ATUALMENTE

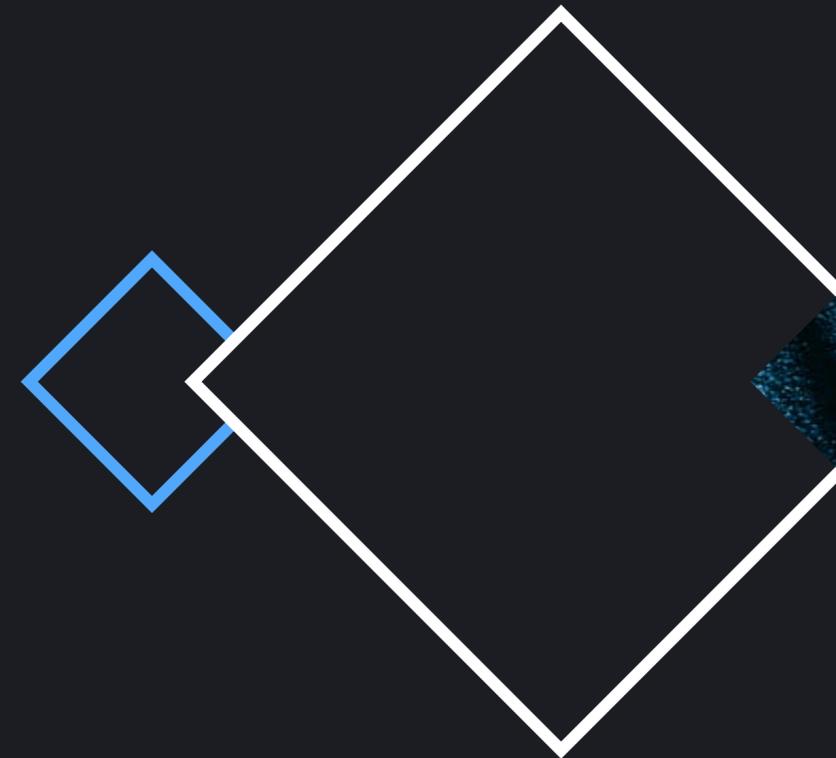


SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO



TRANSFORMAÇÕES DE HÁBITOS E COMPORTAMENTOS EM VIAGENS DE LUXO

A seguir, apresentamos as principais citações e
respostas para esta pergunta aberta



“Viagens para locais mais isolados com infraestrutura para o home office e lazer em família”

“A maioria das solicitações que recebemos são espaços mais exclusivos, serviços diferenciados, exclusividade principalmente em relação às acomodações e lugares com menos quantidade de pessoas. As experiências no geral envolvem atividades únicas, jantares reservados e visitas privadas”



“Cliente mais consciente e buscando lugares menos tumultuados”

“Fazer por conta própria, busca por experiências exclusivas independente do valor aquisitivo, contrariedade expressiva em qualquer atividade que envolva animais, autenticidade no envolvimento com projetos que promovam sustentabilidade. Anonimato”



“Mais tempo em um único lugar, maior atenção às reservas nos destinos (restaurantes, bares, museus, exposições), importância ainda maior para os detalhes da viagem como assento na aeronave, empresa que fará o traslado, guia, localização da acomodação. Os detalhes, sempre tão importantes, se tornaram ainda mais essenciais à viagem”

“um luxo que valoriza o local e a conexão com a natureza estão em alta”



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, TRVL Lab, 2021

Para dúvidas sobre a pesquisa, entre em contato com:

mapie@mapie.com.br

comercial@panrotas.com.br

www.trvl.com.br

