

TRVZ | LAB —

AS VIAGENS DE LUXO NO BRASIL

UMA ANÁLISE DETALHADA
DO PERFIL DOS VIAJANTES
DE LUXO BRASILEIROS

3a. edição | 2023



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

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 2023/2024 Brazil/Latin America**.

w w w . i l t m . c o m

SOBRE A ILTM



A **ILTM** é uma coleção global de eventos “sob convite apenas” que reúne 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 quatro eventos locais estratégicos: ILTM Arabia, ILTM Latin America, ILTM North America e ILTM Africa.

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

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.

ÍNDICE



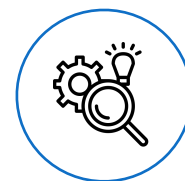
6

Viajantes de luxo
brasileiros



44

O que dizem as
empresas



98

Metodologia



101

Contato

TRVZ | LAB —

VIAJANTES DE
LUXO BRASILEIROS



SOBRE O PERFIL DOS VIAJANTES DE LUXO BRASILEIROS



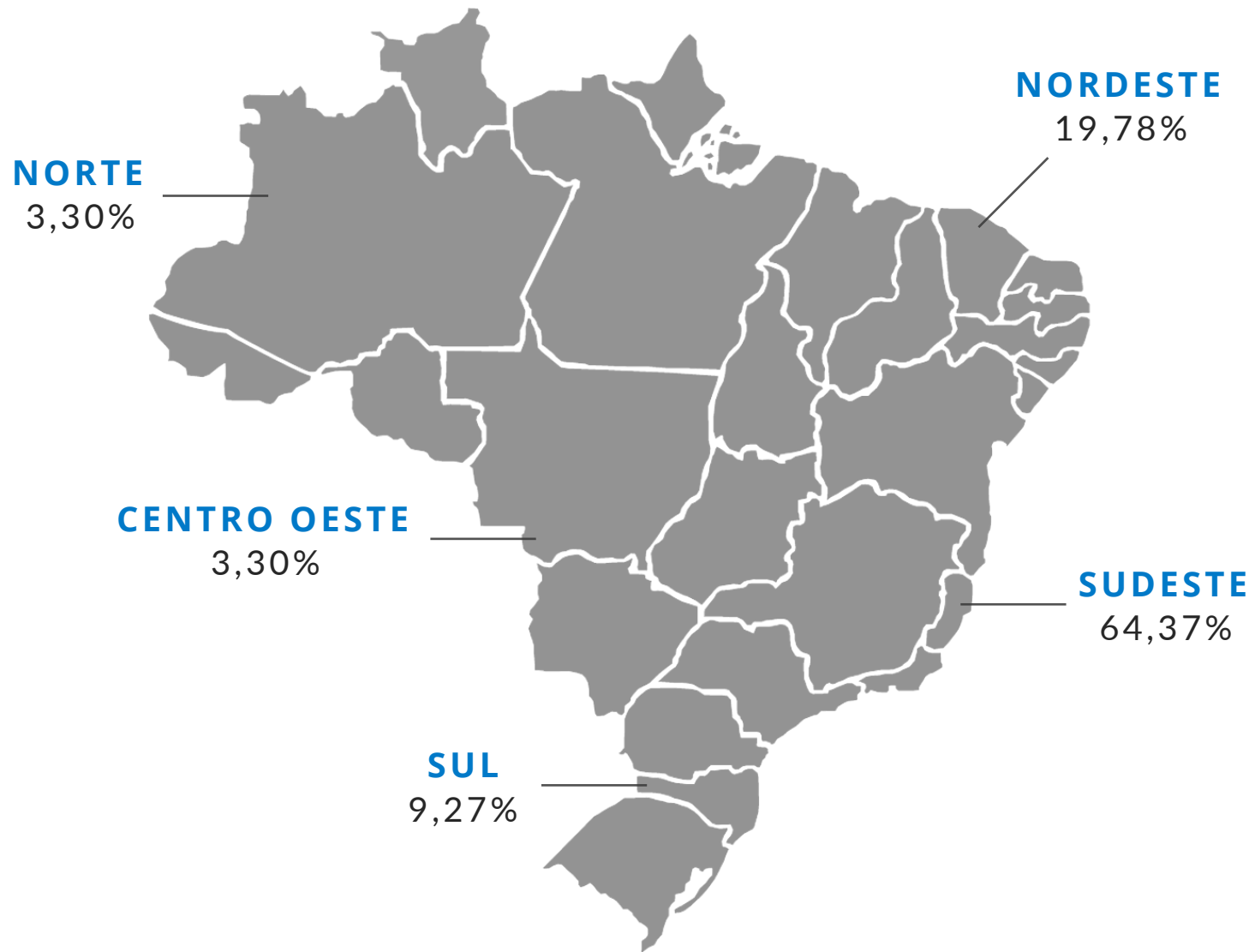
O perfil dos viajantes de luxo brasileiro segue similar ao identificado nas primeiras edições da pesquisa.

Eles possuem principalmente de 25 a 49 anos, com renda familiar mensal de R\$20 a 50 mil (76,35%).

São, em grande parte, mulheres (70,06%) que se identificam como heterossexuais (89,52%).

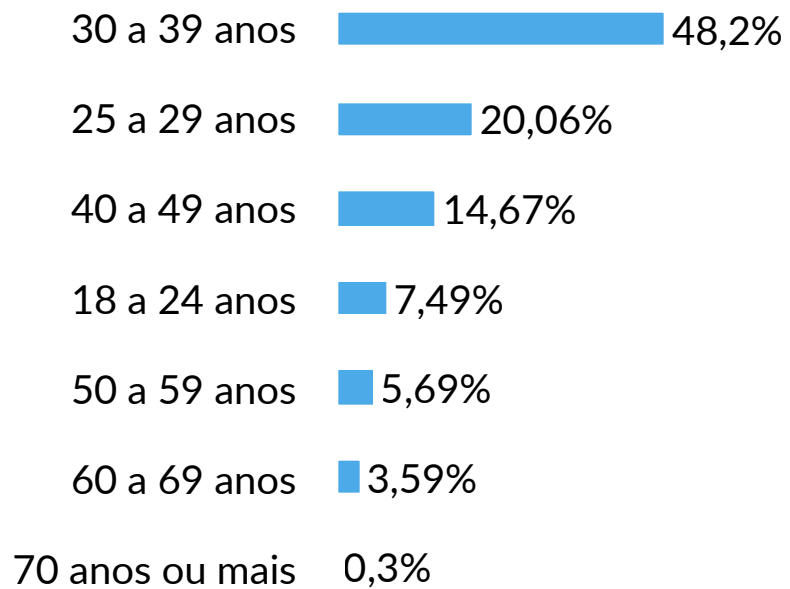
A maioria destes viajantes afirmam que suas viagens são principalmente de luxo e realizaram, em média, 7 viagens nacionais a lazer nos últimos 12 meses e 3 viagens internacionais, no mesmo período.

ORIGEM

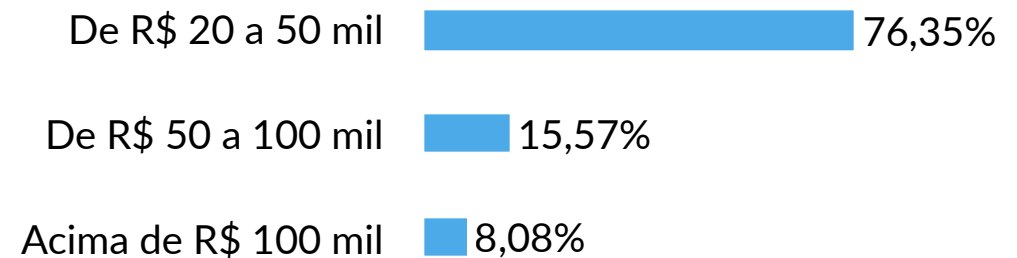


IDADE & RENDA FAMILIAR MENSAL

Idade

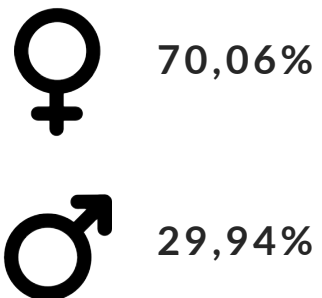


Renda familiar

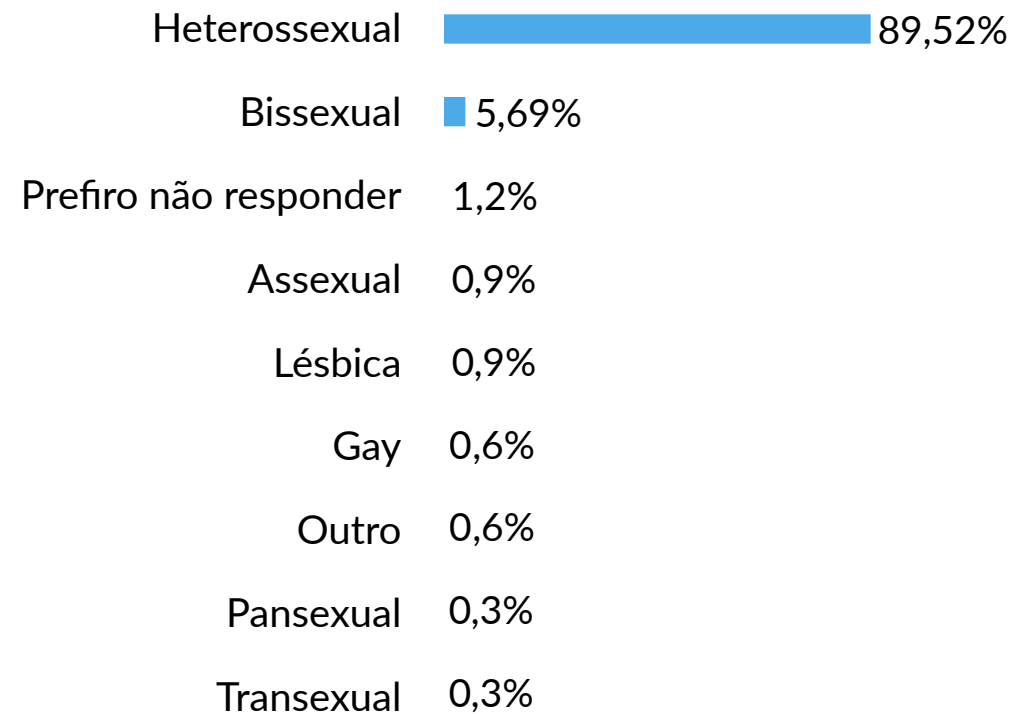


GÊNERO & ORIENTAÇÃO SEXUAL

Gênero



Orientação sexual



QUANTIDADE DE VIAGENS REALIZADAS NOS ÚLTIMOS 12 MESES



Média da quantidade de viagens
de lazer nacionais realizadas
nos últimos 12 meses



Média da quantidade de viagens
de lazer internacionais realizadas
nos últimos 12 meses

*Considerando férias, finais de semana e feriados.

SOBRE VIAGENS DE LUXO

73,65%

Consideram que a maioria de suas viagens são de luxo

26,35%

Não consideram que a maioria de suas viagens são de luxo

TRVZ | LAB —

SOBRE
AS PRÓXIMAS
VIAGENS DE LAZER



SOBRE AS PRÓXIMAS VIAGENS



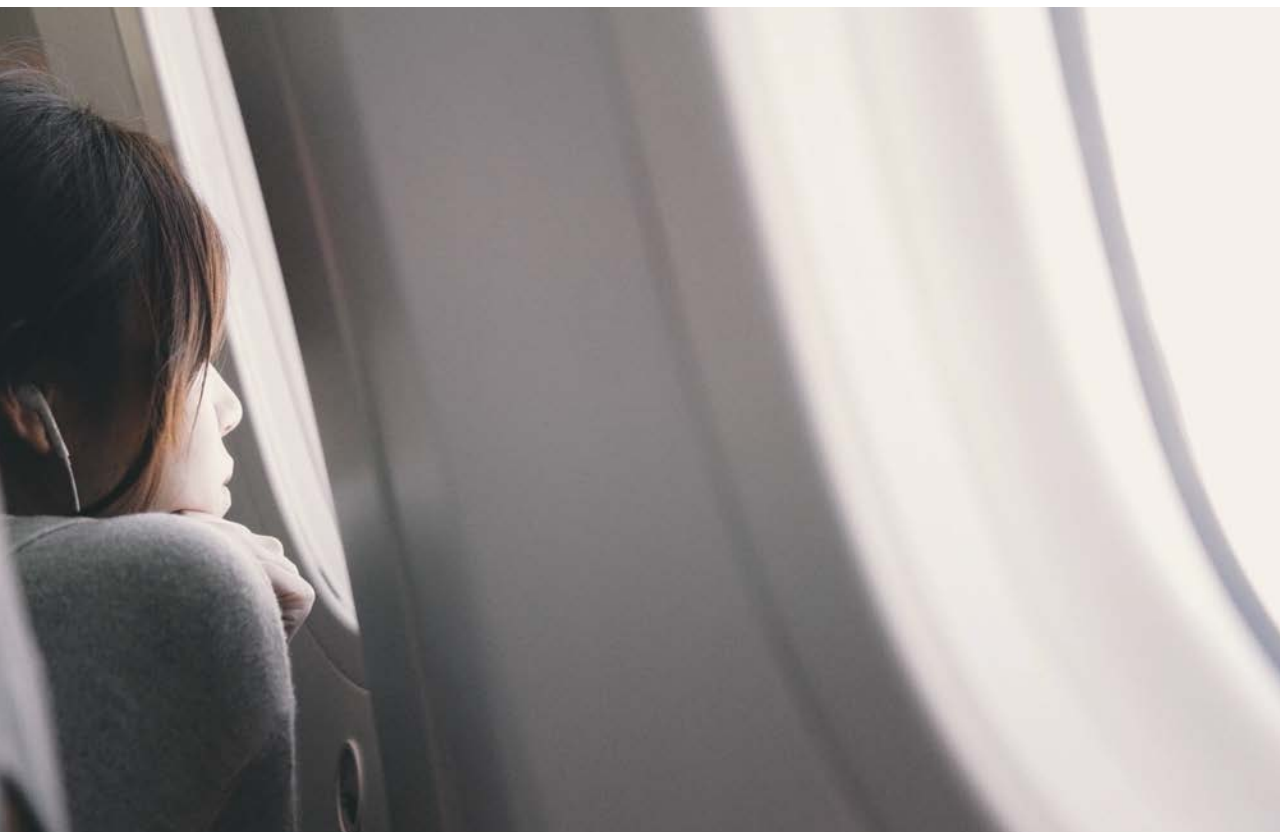
As viagens nacionais para Natal e Reveillon continuam impulsionadas, assim como identificado na segunda edição. Terão a duração média de 5 a 7 dias, com gasto médio entre R\$ 5 mil a R\$ 15 mil.

Em relação aos destinos favoritos dos viajantes brasileiros de luxo, em comparação com a segunda edição, Fernando de Noronha retomou a primeira posição do Rio de Janeiro, que agora está em quinto lugar. Gramado aparece na segunda posição e Fortaleza em terceiro.

Para as viagens internacionais, o período favorito é o primeiro semestre de 2024. As jornadas se tornam mais longas e terão duração média de 11 a 15 dias, com gasto médio entre R\$ 10 mil a R\$ 25 mil.

Os Estados Unidos seguem, mais uma vez, sendo o principal destino para as próximas viagens internacionais.

SOBRE AS PRÓXIMAS VIAGENS



Comparando com o ano de 2022, 79,64% dos viajantes afirmam que seu orçamento de viagens aumentou em 2023.

Quanto a percepção de preços, os viajantes acreditam que os preços praticados pelos fornecedores são consistentes com o que entregam e estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços de luxo.

As principais preocupações para viajar seguem sendo aquelas relacionadas ao setor de aviação, entre elas: alterações, cancelamentos e atraso de vôos.

CONSIDERAÇÕES SOBRE VIAGENS DE LAZER NO FUTURO PRÓXIMO



47,01%

Sim, consideram fazer viagens **nacionais e internacionais** a lazer nos próximos 12 meses



29,94%

Sim, consideram fazer viagens **nacionais** a lazer nos próximos 12 meses

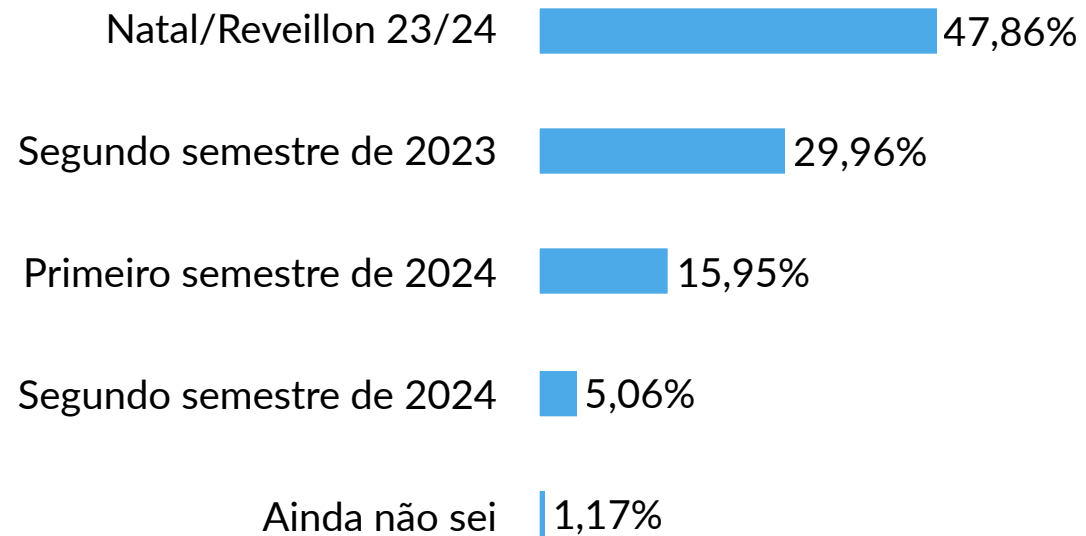


23,05%

Sim, consideram fazer viagens **internacionais** a lazer nos próximos 12 meses

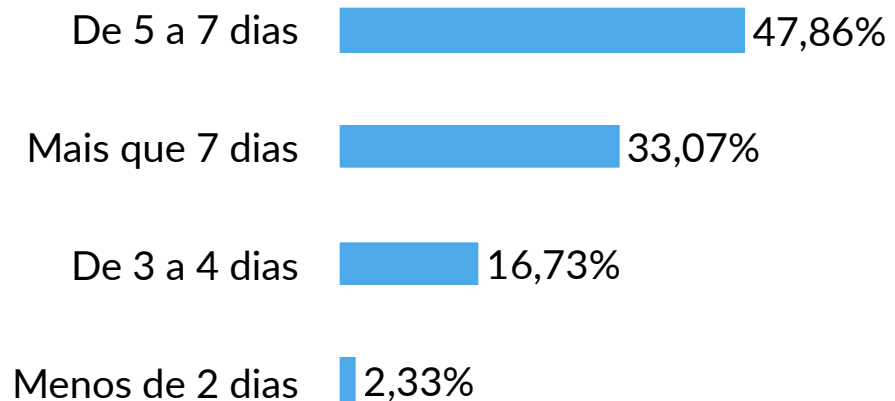
PRÓXIMAS VIAGENS NACIONAIS

Período considerado

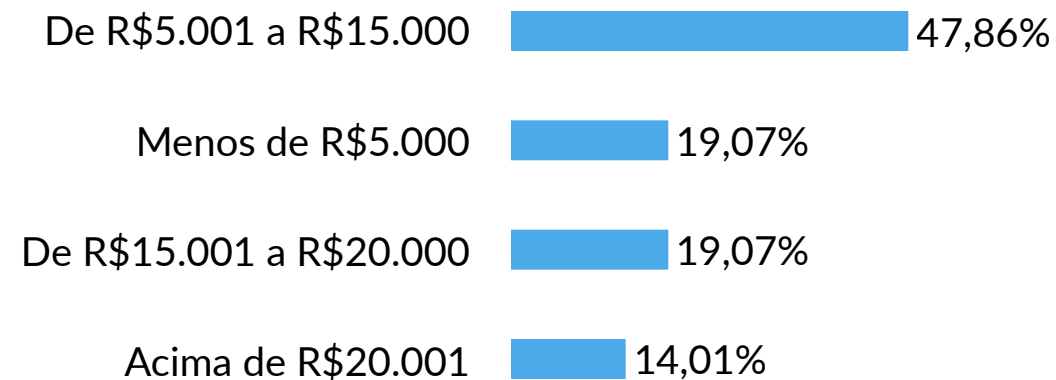


PRÓXIMAS VIAGENS NACIONAIS

Tempo médio de permanência



Gasto total estimado



PRINCIPAIS DESTINOS NACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS



11,08%
Fernando de Noronha



8,08%
Gramado



7,49%
Fortaleza



6,59%
Nordeste



6,59%
Rio de Janeiro



4,79%
Natal



4,19%
Bahia



3,29%
São Paulo



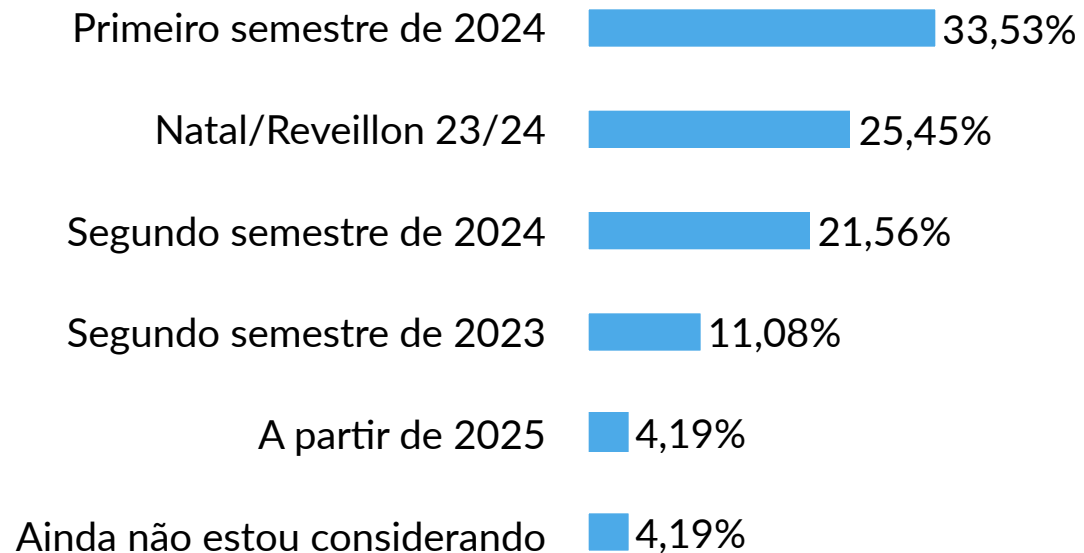
3,29%
Maragogi

PRINCIPAIS DESTINOS NACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS

1	Fernando de Noronha	11,08%	17	Alagoas	1,50%
2	Gramado	8,08%	18	Bonito	1,50%
3	Fortaleza	7,49%	19	Mato Grosso do Sul	1,50%
4	Nordeste	6,59%	20	Pernambuco	1,50%
5	Rio de Janeiro	6,59%	21	Florianópolis	1,50%
6	Natal	4,79%	22	Lençóis Maranhenses	1,50%
7	Bahia	4,19%	23	Santa Catarina	1,50%
8	São Paulo	3,29%	24	Angra dos Reis	1,20%
9	Maragogi	3,29%	25	Búzios	1,20%
10	Porto de Galinhas	2,99%	26	Campos do Jordão	1,20%
11	Maceió	2,69%	27	Jericoacoara	1,20%
12	Recife	2,69%	28	Rio Grande do Sul	1,20%
13	Minas Gerais	2,40%	29	Balneário Camboriu	0,90%
14	Salvador	2,40%	30	Curitiba	0,90%
15	Maranhão	2,10%	31	Jalapão	0,90%
16	Rio Grande do Norte	2,10%	32	Pipa	0,90%

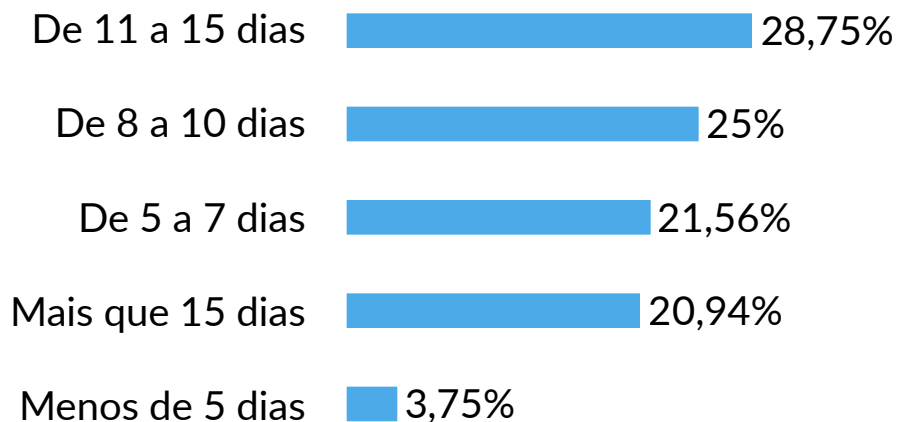
PRÓXIMAS VIAGENS INTERNACIONAIS

Período considerado

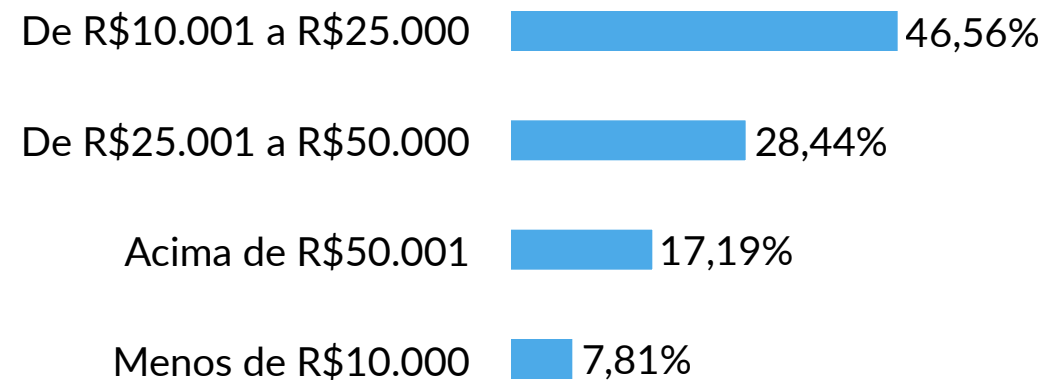


PRÓXIMAS VIAGENS INTERNACIONAIS

Tempo médio de permanência



Gasto total estimado



PRINCIPAIS DESTINOS INTERNACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS



11,38%
Estados Unidos



7,78%
Orlando



7,49%
Portugal



7,19%
Itália



5,69%
Paris



4,79%
Nova York



4,79%
Europa



4,19%
França

PRINCIPAIS DESTINOS INTERNACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS

1	Estados Unidos	11,38%	16	Miami	2,10%
2	Orlando	7,78%	17	Dubai	2,10%
3	Portugal	7,49%	18	Inglaterra	1,80%
4	Itália	7,19%	19	Chile	1,80%
5	Paris	5,69%	20	Buenos Aires	1,80%
6	Nova York	4,79%	21	Espanha	1,50%
7	Europa	4,79%	22	Grécia	1,50%
8	França	4,19%	23	México	1,20%
9	Canadá	2,69%	24	Austrália	1,20%
10	Maldivas	2,40%	25	Japão	0,90%
11	Cancun	2,40%	26	Los Angeles	0,90%
12	Disney	2,40%	27	Alemanha	0,90%
13	Londres	2,10%	28	Califórnia	0,90%
14	Argentina	2,10%	29	Suíça	0,90%
15	Florida	2,10%	30	Tailândia	0,90%

SOBRE O ORÇAMENTO DE VIAGENS QUANDO COMPARADO A 2022



79,64%

O orçamento de viagens aumentou quando comparado a 2022



17,96%

O orçamento de viagens permanece igual quando comparado a 2022



2,40%

O orçamento de viagens diminuiu quando comparado a 2022



SOBRE A PERCEPÇÃO DE PREÇO



52,40%

Acreditam que os preços praticados pelos fornecedores são consistentes com aquilo que entregam



45,51%

Estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços de luxo



31,44%

Acreditam que os preços praticados pelos fornecedores são justos



17,66%

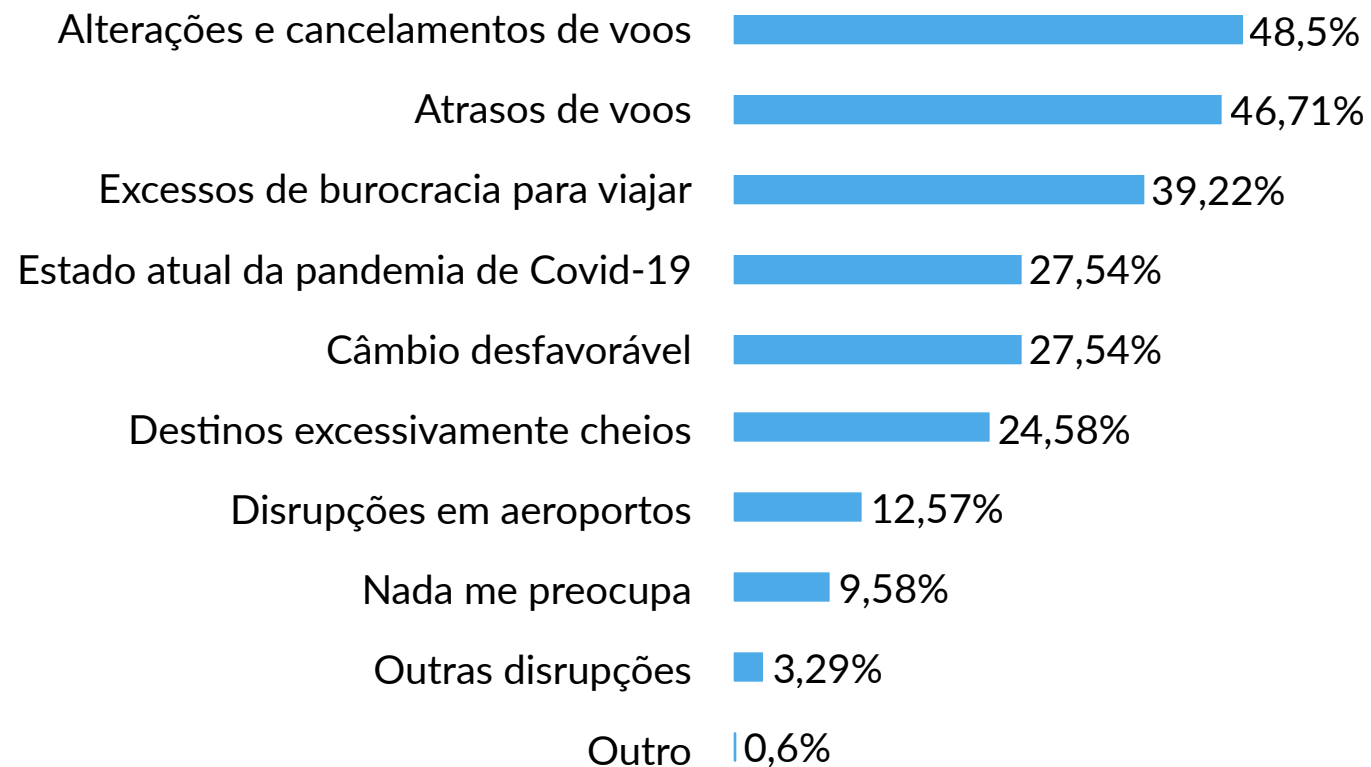
Consideram os preços praticados pelos fornecedores abusivos



0,30%

Nenhuma das alternativas

PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES COM AS PRÓXIMAS VIAGENS



TRVZ | LAB —

PREFERÊNCIAS
NAS VIAGENS
DE LUXO



SOBRE AS PREFERÊNCIAS



Nesta terceira edição, assim como na primeira e segunda, o turismo de sol e praia continua sendo o nicho preferido para as próximas viagens de lazer, seguido desta vez, pelo turismo de luxo e gastronômico.

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

Sobre as características mais relevantes para a escolha de uma viagem, a qualidade dos serviços e atrações ganham as primeiras posições. O preço caiu da quinta para a sexta posição, com percentual menos relevante.

Nesta edição, perguntamos sobre a importância da sustentabilidade, da diversidade e da inclusão em destinos e fornecedores. Estes ainda não são fatores preponderantes na escolha, porém já apresentam percentuais moderados (26,65% e 25,15% respectivamente).

SOBRE AS PREFERÊNCIAS



Os viajantes de luxo brasileiro são verdadeiramente multicanal, utilizando diversas possibilidades para fazerem suas reservas.

Quanto optam por agência ou consultor de viagens, os principais motivadores são a facilidade, comodidade, atendimento personalizado e segurança.

O meio de transporte escolhido para a próxima viagem são a primeira classe e classe executiva do transporte aéreo.

Já para o meio de hospedagem a preferência é por hotéis de luxo, hotéis confortáveis e resorts de luxo.

Diversos componentes são adquiridos/reservados previamente, principalmente passeios guiados e reservas em restaurantes premiados.

NICHO CONSIDERADO PARA PRÓXIMAS VIAGENS



75,75%

Turismo de sol e praia



47,31%

Turismo de luxo



43,41%

Turismo gastronômico



41,32%

Parques aquáticos e temáticos



40,72%

Turismo histórico e cultural



33,83%

Cruzeiros



27,54%

Ecoturismo e turismo de natureza



23,65%

Turismo de saúde e bem-estar



17,66%

Turismo de esportes e aventura



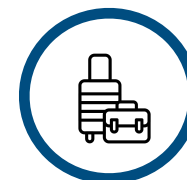
14,07%

Turismo religioso



3,59%

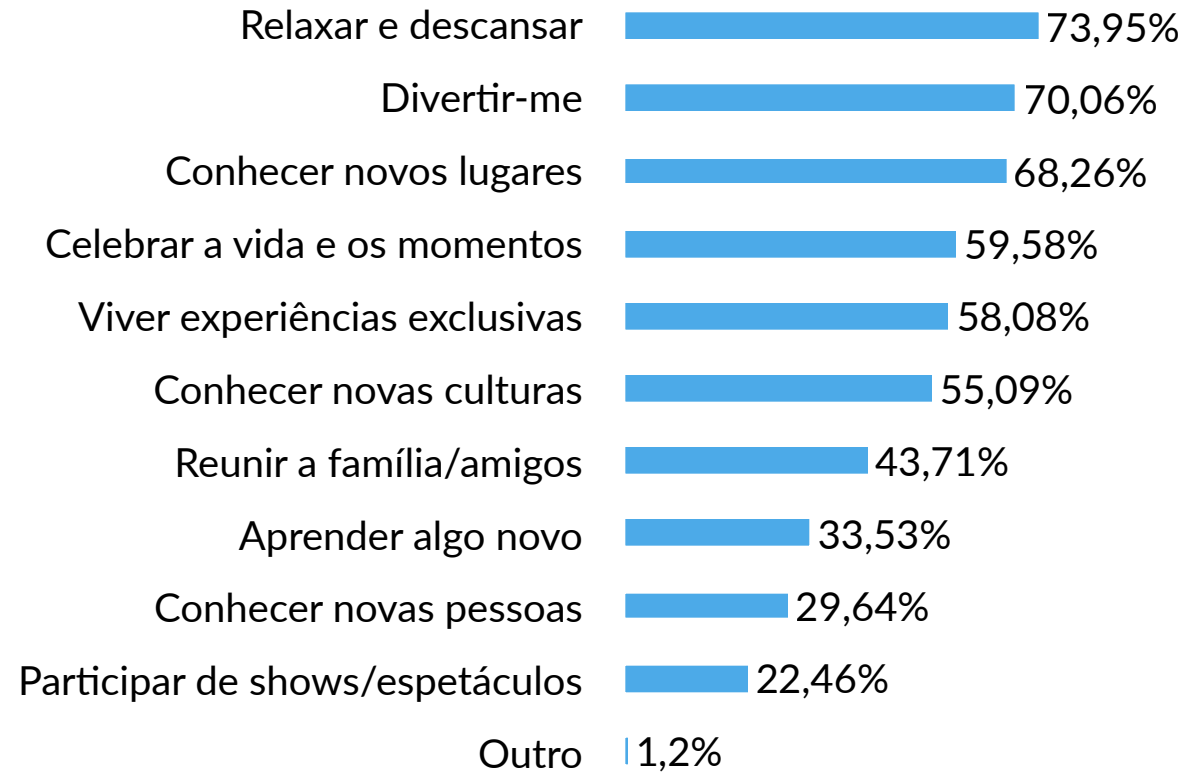
Turismo LGBTQIA+



0,60%

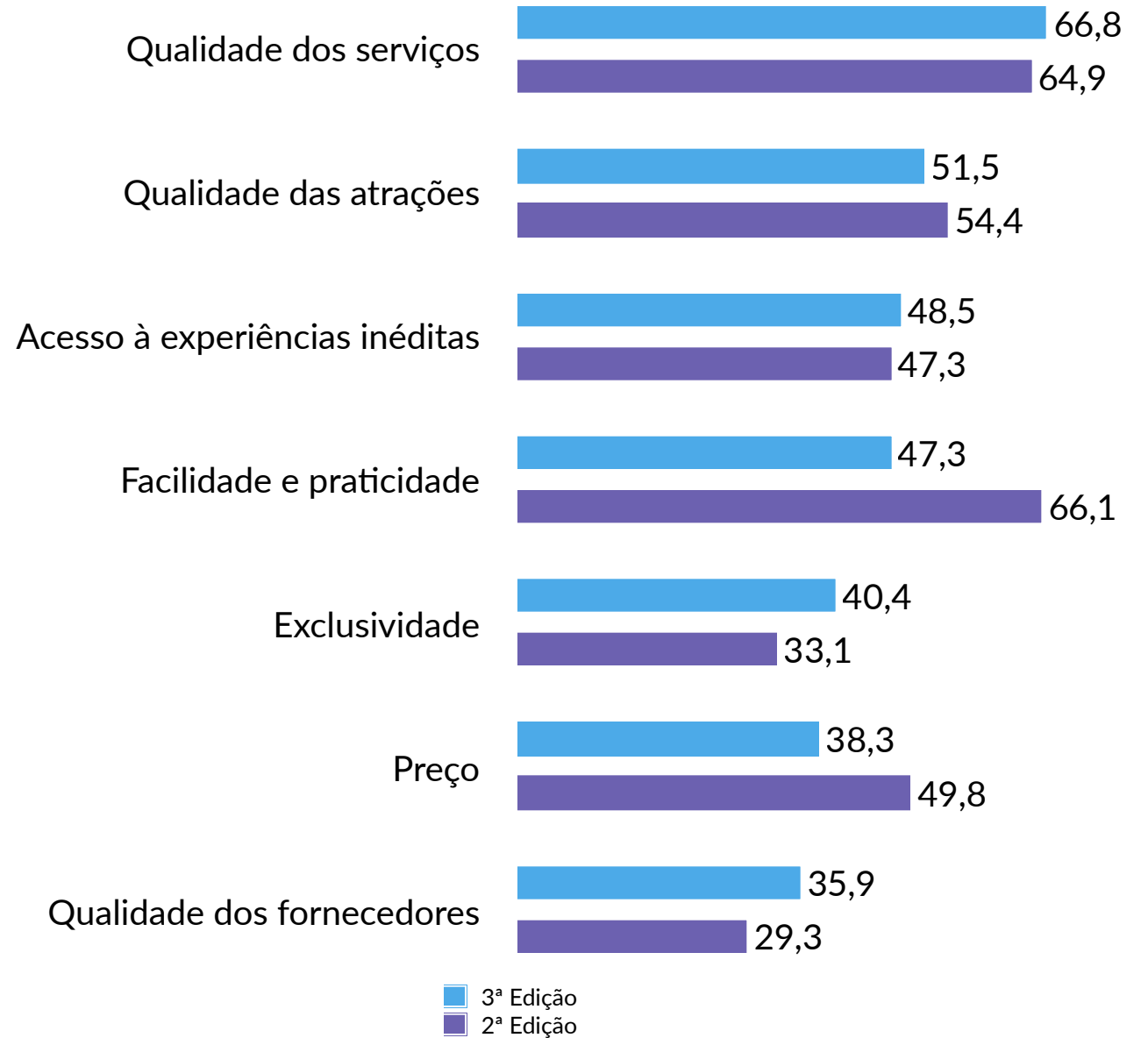
Outro

PRINCIPAIS PROPÓSITOS PARA PRÓXIMAS VIAGENS



CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM

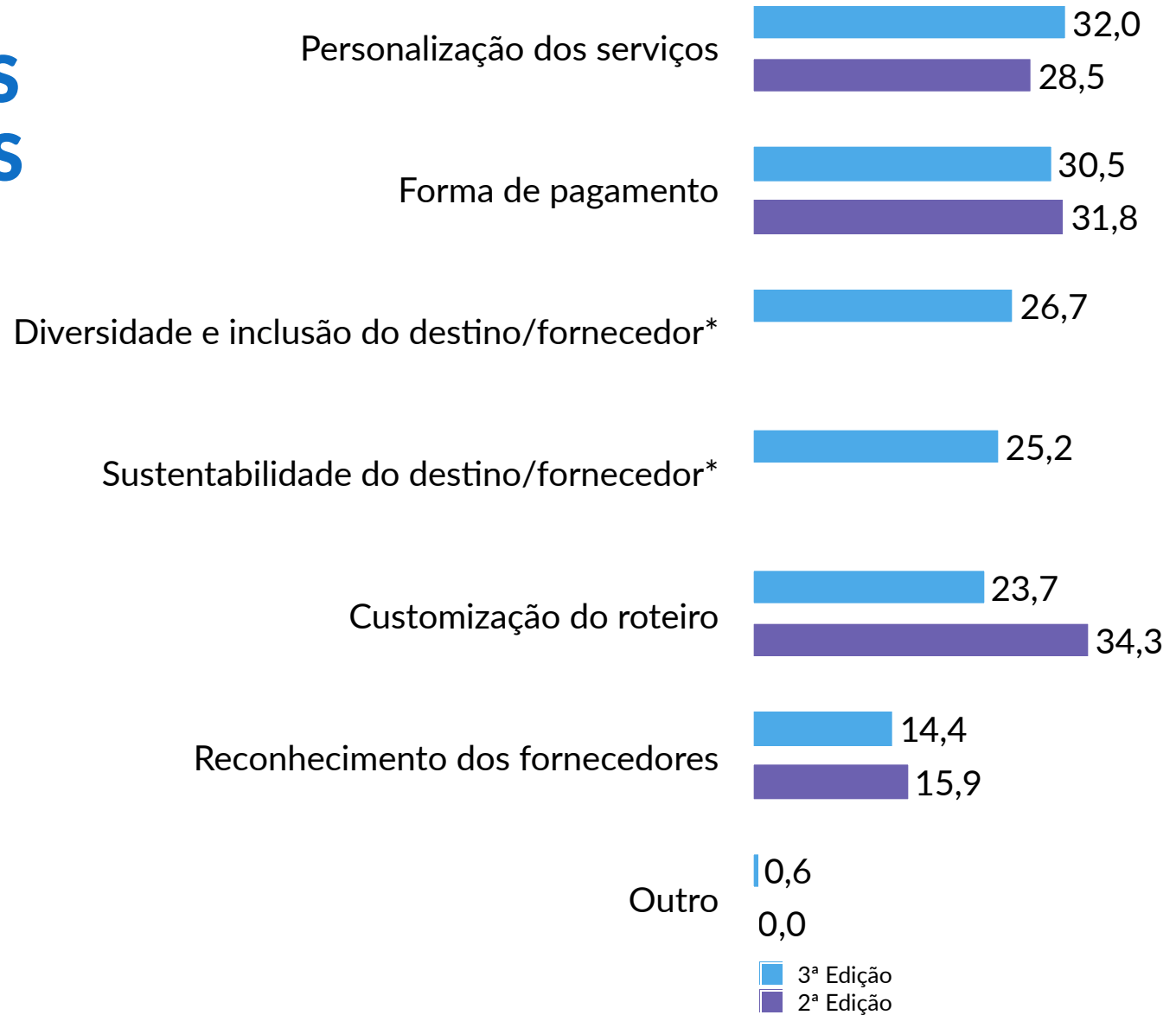
w w w . t r v z . c o m . b r



* Valores em porcentagem.

CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM

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



*Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

CANAIS DE RESERVAS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS DE LAZER



52,40%

Em agências de viagens online e/ou buscadores (ex.: Booking, Expedia, etc)



48,50%

Diretamente com os fornecedores (ex.: Azul, Accor, Airbnb, etc)



30,24%

Em uma agência de viagens



29,04%

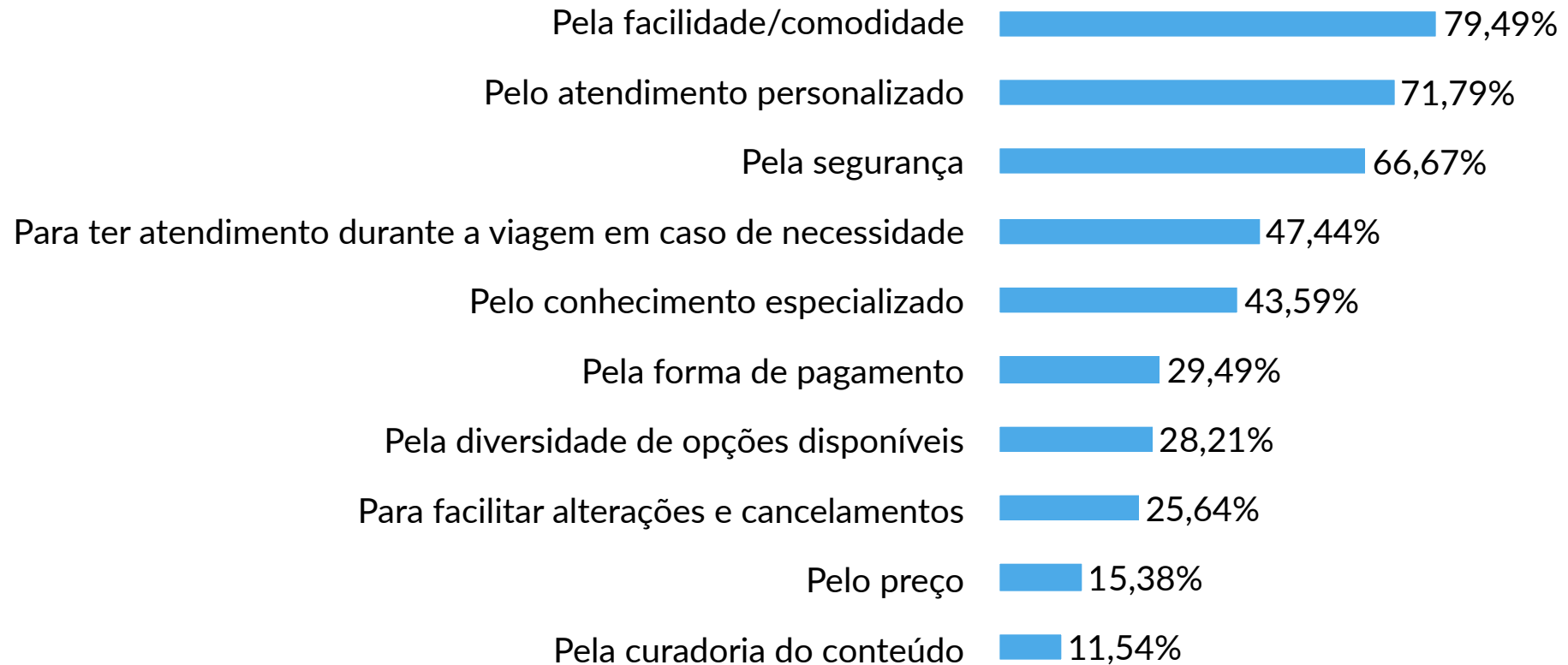
Com um profissional de viagens da minha confiança



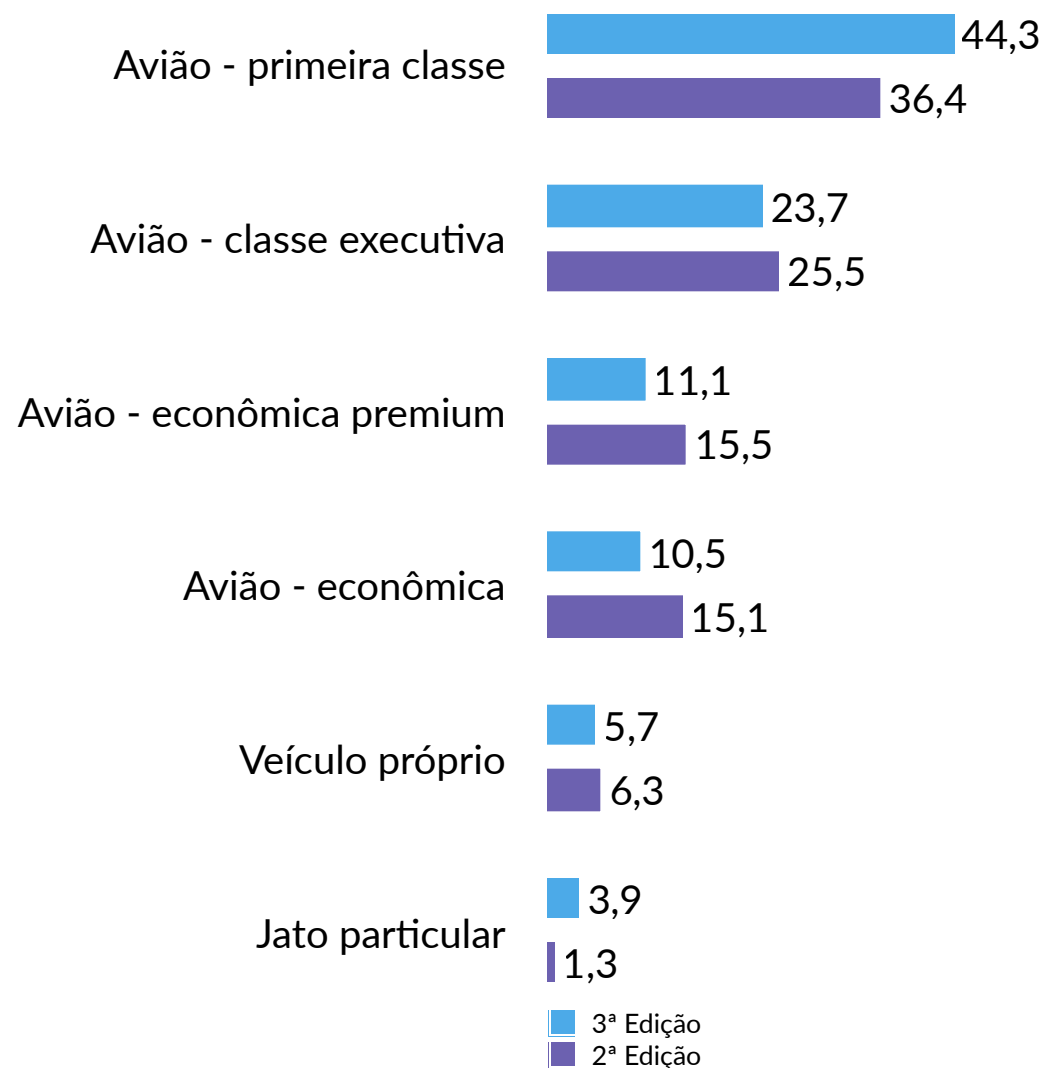
8,38%

Em uma loja física

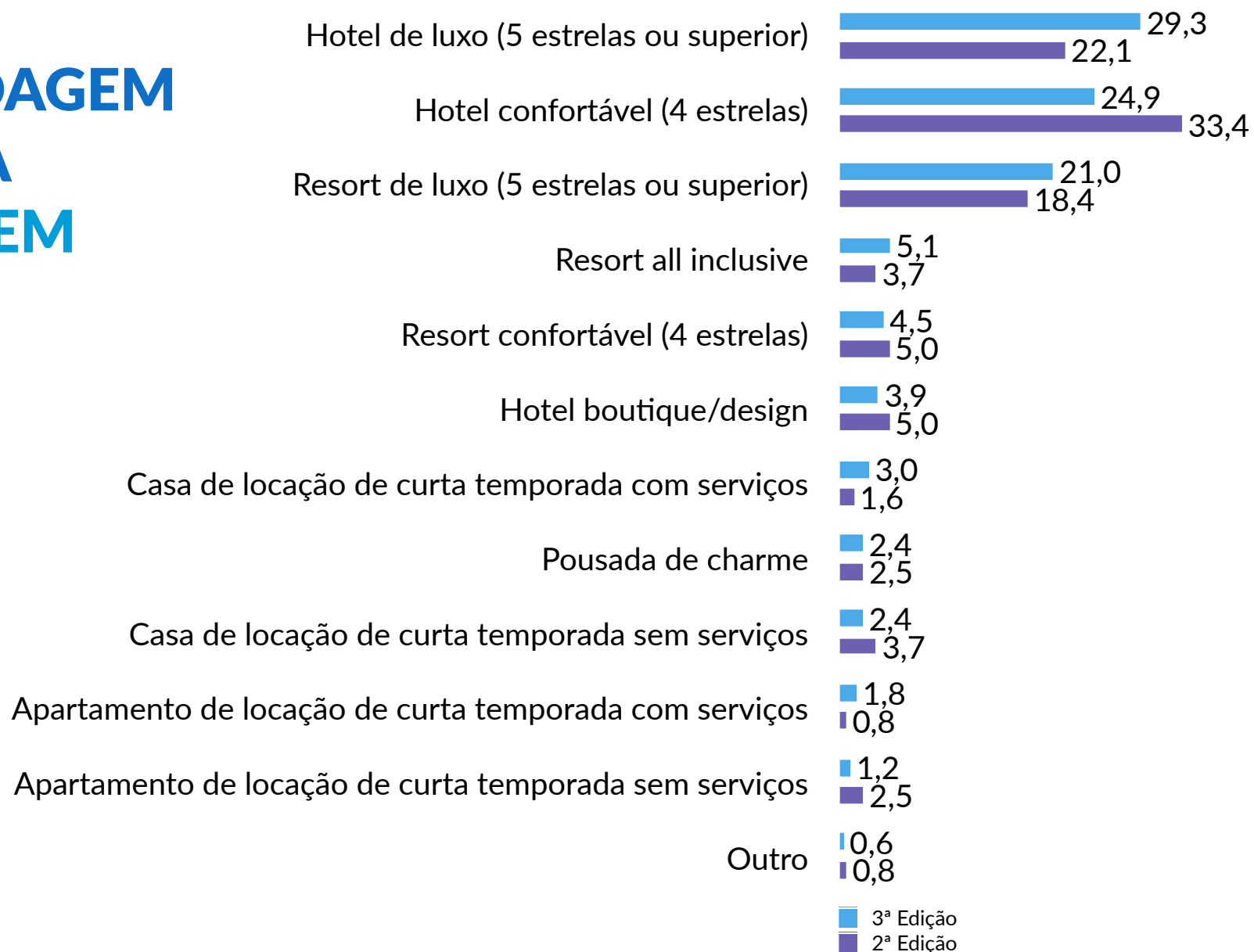
MOTIVOS PARA ESCOLHA DE UMA AGÊNCIA/CONSULTOR DE VIAGENS



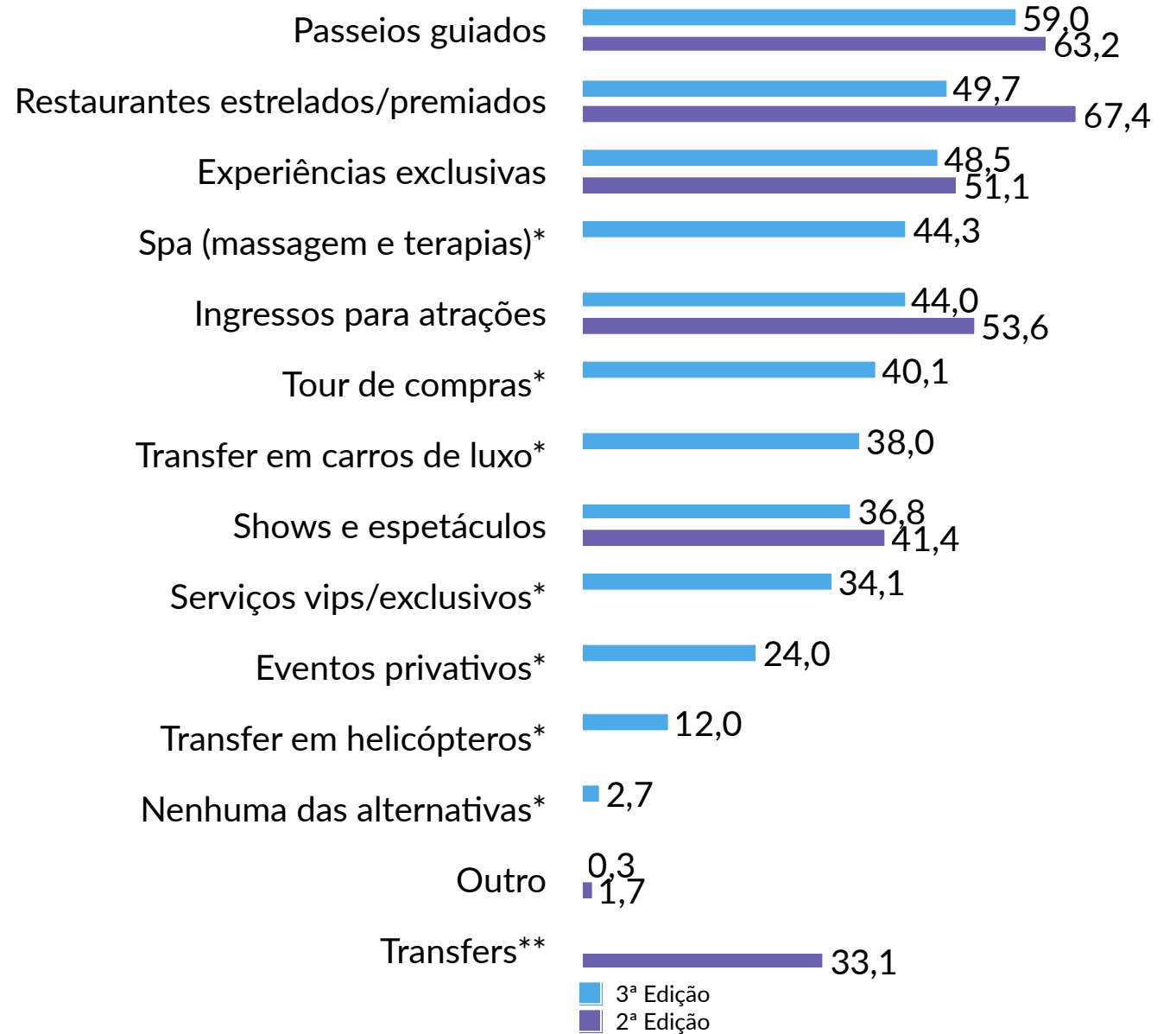
MEIO DE TRANSPORTE ESCOLHIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM



MEIO DE HOSPEDAGEM ESCOLHIDO PARA A PRÓXIMA VIAGEM



COMPONENTES ADQUIRIDOS E/OU RESERVADOS PREVIAMENTE PARA A PRÓXIMA VIAGEM

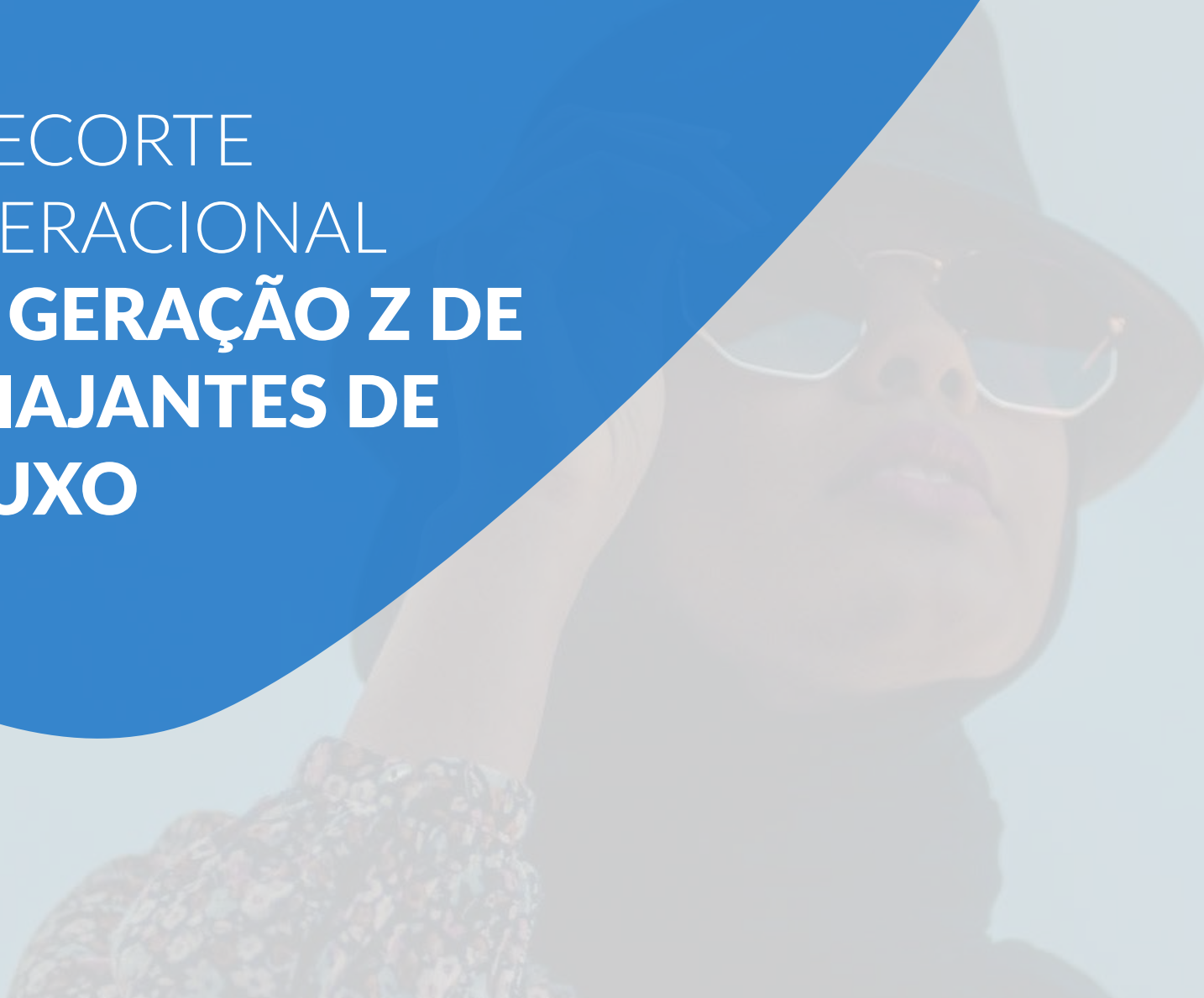


■ 3ª Edição
■ 2ª Edição

* Itens incluídos somente na 3ª Edição
 ** Item incluído somente na 2ª Edição
 *** Valores em porcentagem.

TRVZ | LAB —

RECORTE
GERACIONAL
**A GERAÇÃO Z DE
VIAJANTES DE
LUXO**



A GERAÇÃO Z DE VIAJANTES DE LUXO

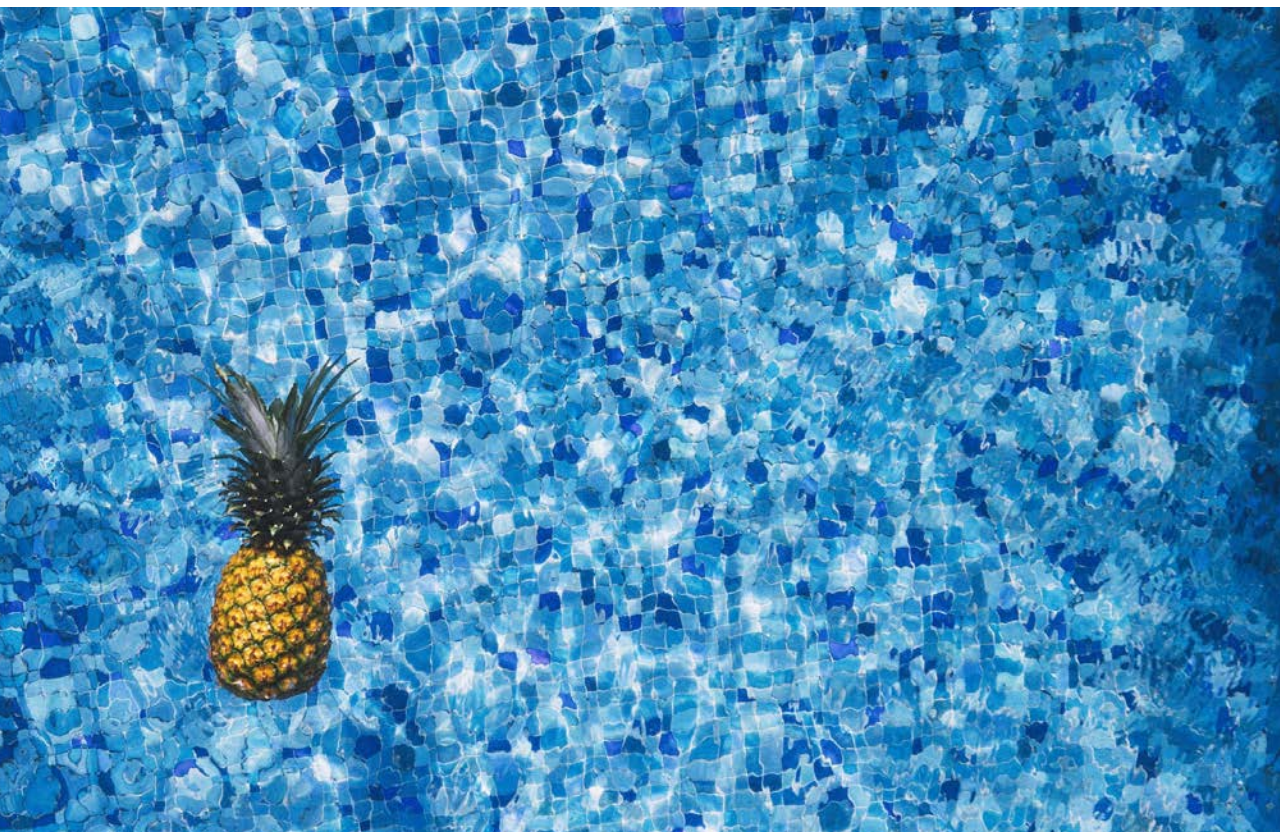


Em relação ao perfil demográfico, quando analisamos somente a Geração Z, temos um perfil similar ao da amostra geral, apenas com maior penetração (20%) de orientações sexuais LGBTQIA+.

Os membros desta geração estão considerando fazer principalmente viagens nacionais, com duração estimada de 5 a 7 dias e gasto total entre R\$ 5.001 a R\$ 15.000. As viagens internacionais são consideradas a partir do segundo semestre de 2024.

Os destinos queridinhos são Rio de Janeiro na primeira posição, São Paulo e Fernando de Noronha empatados na segunda. Já para destinos internacionais aparecem destinos bastante variados, com preferência por Portugal.

A GERAÇÃO Z DE VIAJANTES DE LUXO



Assim como na amostra geral, 76% afirmam que seu orçamento de viagens em 2023 aumentou em relação ao ano anterior. 52% estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços de luxo e 48% acreditam que os preços praticados pelos fornecedores são consistentes com aquilo que entregam.

As preocupações ao viajar são similares aos demais viajantes, com alterações e cancelamentos de voos ocupando a primeira posição.

São ainda mais adeptos do turismo de sol e praia (88%), seguido do turismo histórico e cultural, luxo e gastronômico e suas motivações são as mesmas da amostra geral: relaxar e descansar, divertir-se e conhecer novos lugares.

Este público tem mais sensibilidade ao preço, sendo que este critério é o segundo colocado nas características mais relevantes para a escolha da próxima viagem, perdendo apenas para a qualidade dos serviços.

A GERAÇÃO Z DE VIAJANTES DE LUXO



Sustentabilidade e diversidade e inclusão apareceram com um percentual menos relevante que a amostra geral (16% para ambos) para a escolha do destino/fornecedores.

Assim como os viajantes mais velhos, são multicanal, fazendo as reservas diretamente (52%), via OTAs (48%), com um profissional de viagens de sua confiança (32%), em uma agência de viagens (20%) e em lojas físicas (8%).

Quando optam por uma agência ou profissional de viagens, o fazem pelos mesmos motivos que a amostra geral.

TRVZ | LAB —

O QUE DIZEM AS EMPRESAS



TRVZ | LAB —

AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS



AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS



202 agências de viagens e operadoras responderam a um questionário específico sobre o mercado de viagens de luxo.

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

Segundo os agentes de viagens e operadoras, as datas mais buscadas são para viagens ainda neste segundo semestre de 2023 e também para o primeiro semestre do próximo ano, os destinos mais procurados continuam sendo os internacionais.

Ainda de acordo com os respondentes, o volume de vendas vem em uma crescente, com 68,97% afirmando que está maior do que em 2022.

www.trvl.com.br

AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS



Sobre os nichos mais procurados, o favorito, assim como nas edições anteriores e citado pelos próprios viajantes, continua sendo o Turismo de sol e praia.

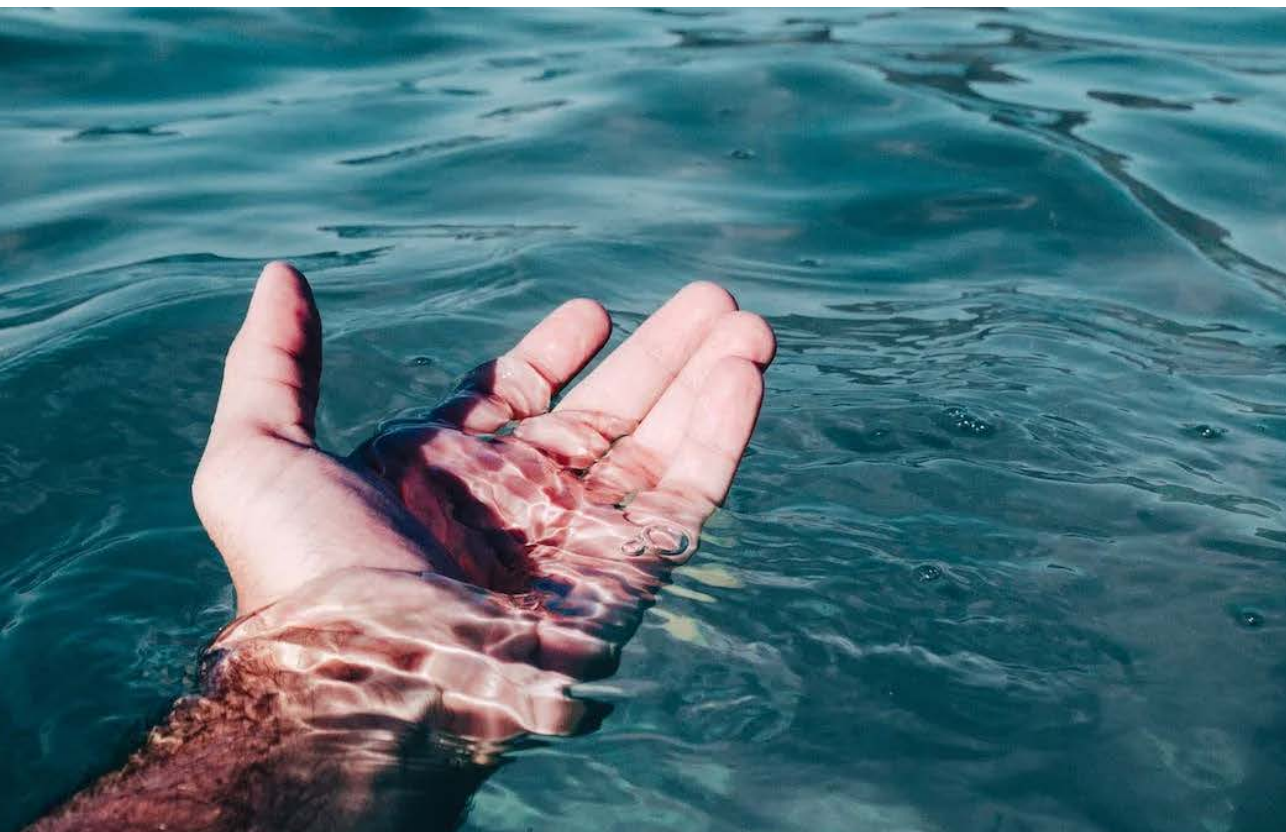
Para os destinos também há semelhanças com a primeira e segunda edições. O Nordeste brasileiro continua com preferência absoluta. Já para os destinos internacionais, a Europa aparece em destaque.

Entre as novidades desta edição, as agências de viagens e operadoras afirmam que os clientes estão priorizando a busca de qualidade e personalização dos serviços. Depois disso, buscam a customização dos roteiros e acesso à experiências inéditas.

Os meios de transporte mais vendidos nos últimos 6 meses são as classes executivas da aviação e para os meios de hospedagem, hotéis de luxo e hotéis boutique/design são a grande preferência.

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

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, o aumento da segunda edição se mantém, com o tempo de permanência média entre 11 a 15 dias e gastos de R\$25.001 a R\$50.000. Além disso, 52,87% afirmam que os clientes estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços de luxo.

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

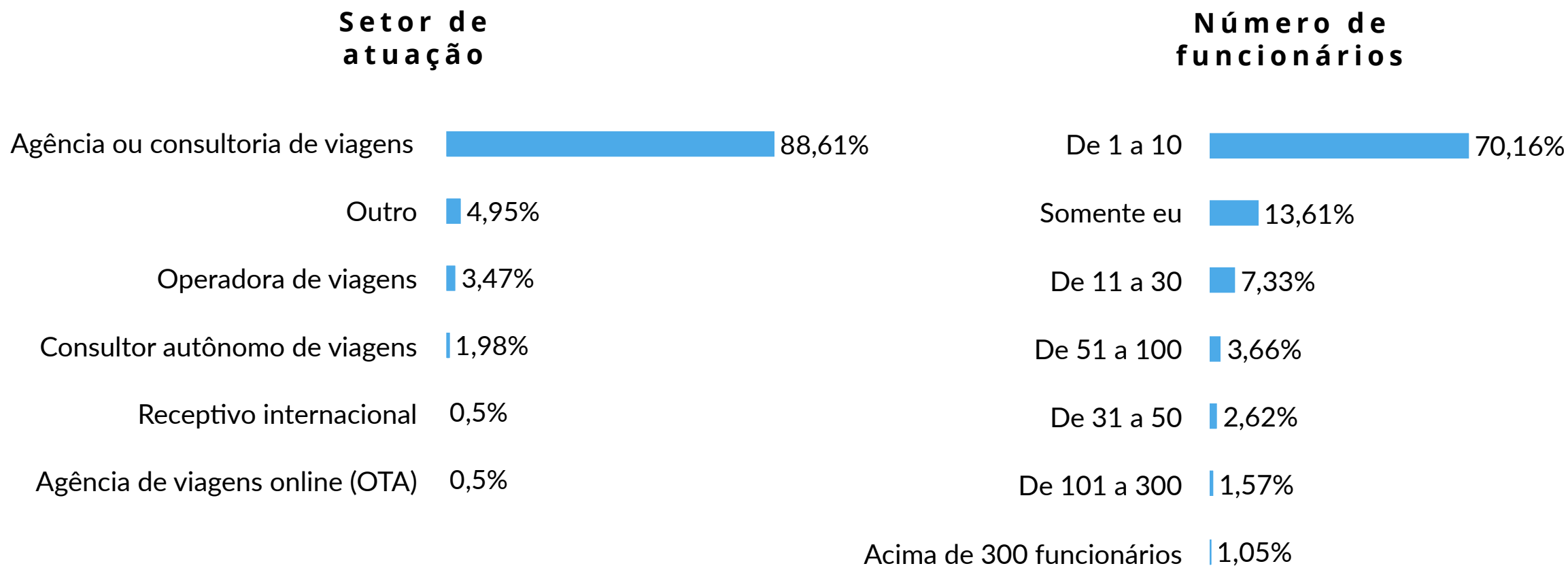
AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS



Sobre o turismo nacional atualmente, as empresas respondentes afirmam que destinos pouco visitados foram descobertos e que é possível desenhar e oferecer experiências exclusivas nos destinos. O entendimento de que há a valorização do turismo nacional diminuiu em relação às edições anteriores.

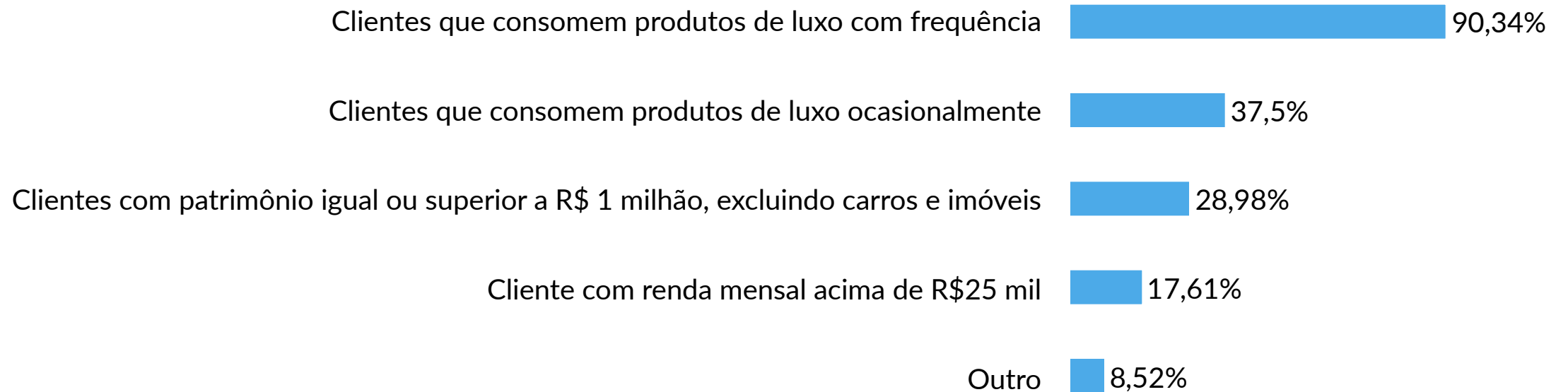
Já as principais tendências do segmento de luxo para o próximo ano são as viagens em pequenos grupos com o mesmo propósito e viagens com conteúdo e conhecimento associado.

SETOR DE ATUAÇÃO & NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS



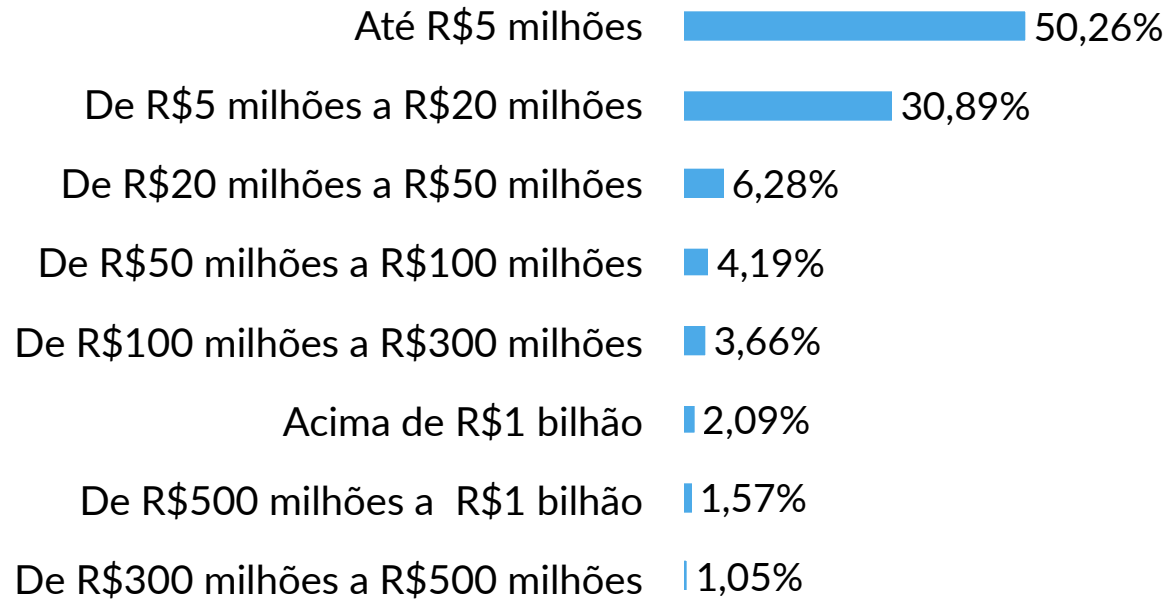
COMPREENSÃO DE CLIENTE DE LUXO

Sobre o que é
compreendido como um
cliente de luxo pelas
empresas

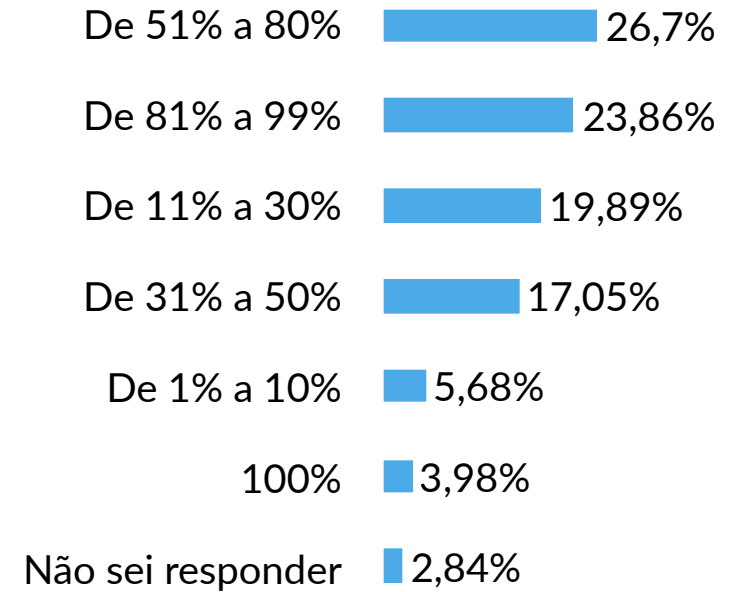


FATURAMENTO & REPRESENTATIVIDADE NO SETOR

Faturamento total anual

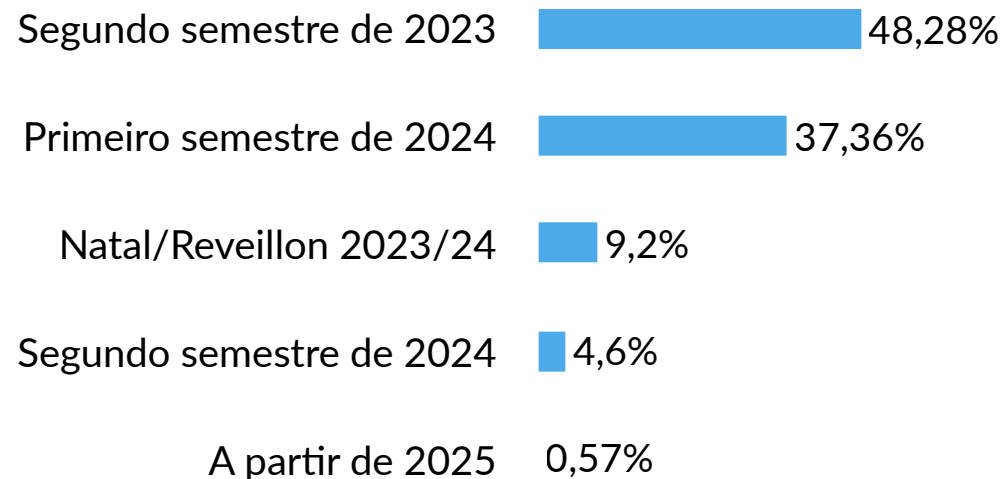


Representatividade do segmento de luxo no faturamento total

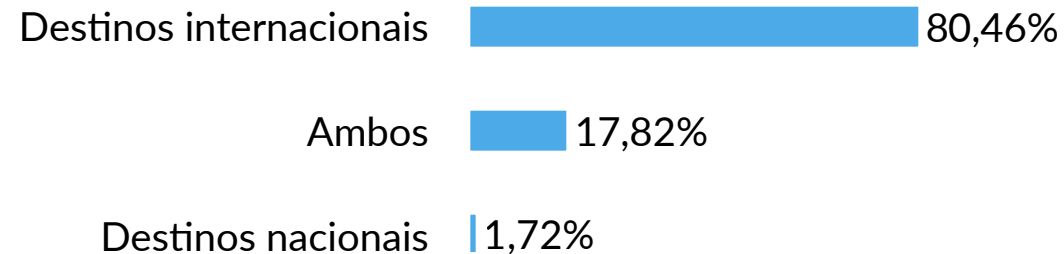


PERÍODO DE CONSULTAS & DESTINOS MAIS PROCURADOS

Período com maior número de consultas/reservas



Destinos mais procurados



VOLUME DE VENDAS PARA O SEGMENTO DE LUXO EM RELAÇÃO A 2022

68,97%

Está acima do ano anterior

21,26%

Está igual ao ano anterior

9,77%

Está abaixo do ano anterior

NICHO CONSIDERADO PARA PRÓXIMAS VIAGENS



79,52%

Turismo de sol e praia



69,28%

Turismo gastronômico



66,87%

Turismo histórico e cultural



45,18%

Cruzeiros



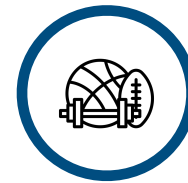
32,53%

Turismo de saúde e bem-estar



27,11%

Ecoturismo e turismo de natureza



22,89%

Turismo de esportes e aventura



7,23%

Parques aquáticos e temáticos



4,82%

Volta ao mundo



4,82%

Retiros



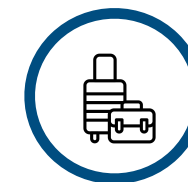
4,22%

Turismo religioso



3,61%

Turismo LGBTQIA+



3,61%

Outro

MEIO DE CONTATO MAIS UTILIZADO PELOS CLIENTES DO SEGMENTO DE LUXO

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



80% Contato por WhatsApp



7,88% Presencial



6,06% Chamada telefônica



3,64% E-mail



1,82% Redes sociais



0,61% Contato via site ou app



CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM

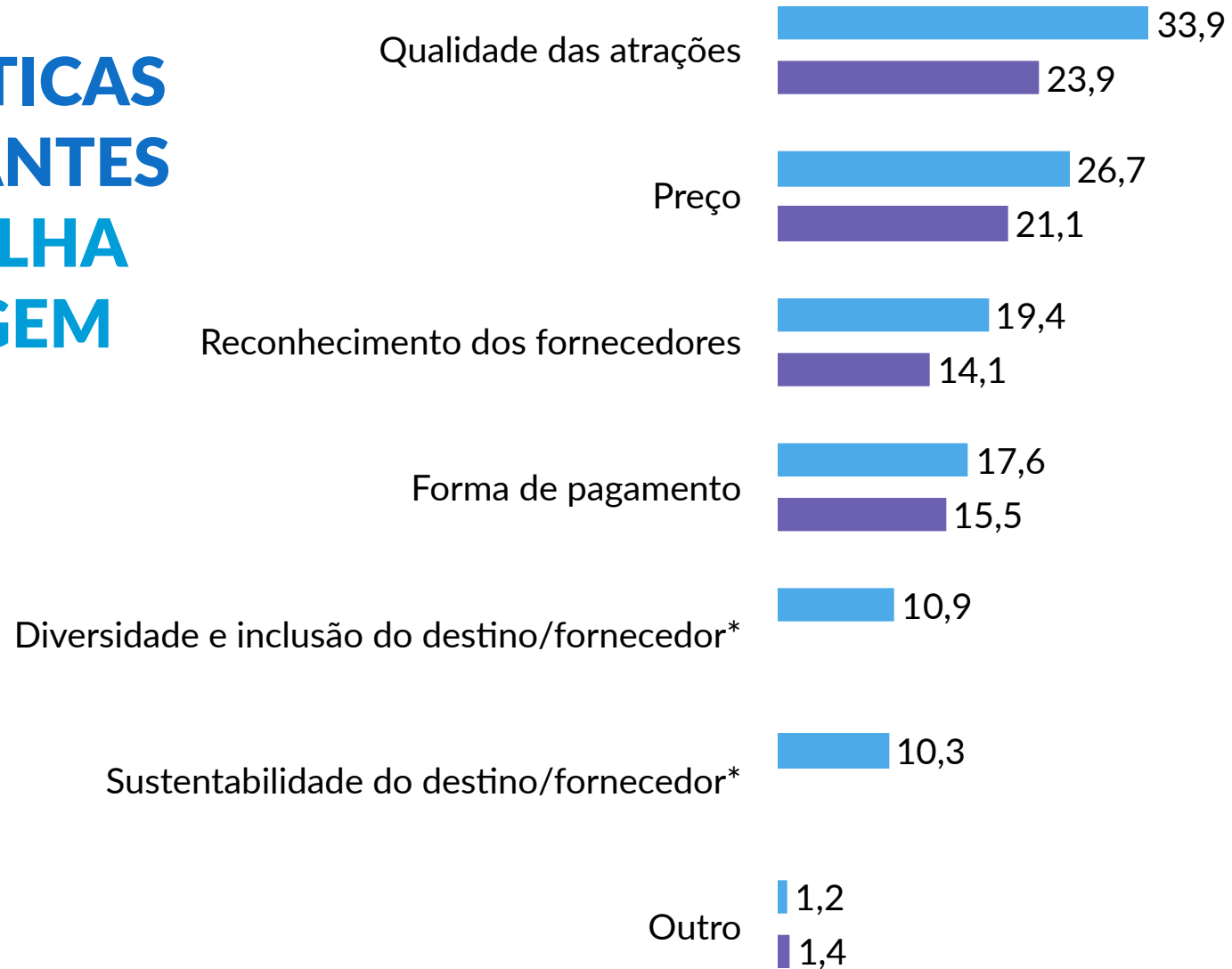
w w w . t r v z . c o m . b r



*Valores em porcentagem.

CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM

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

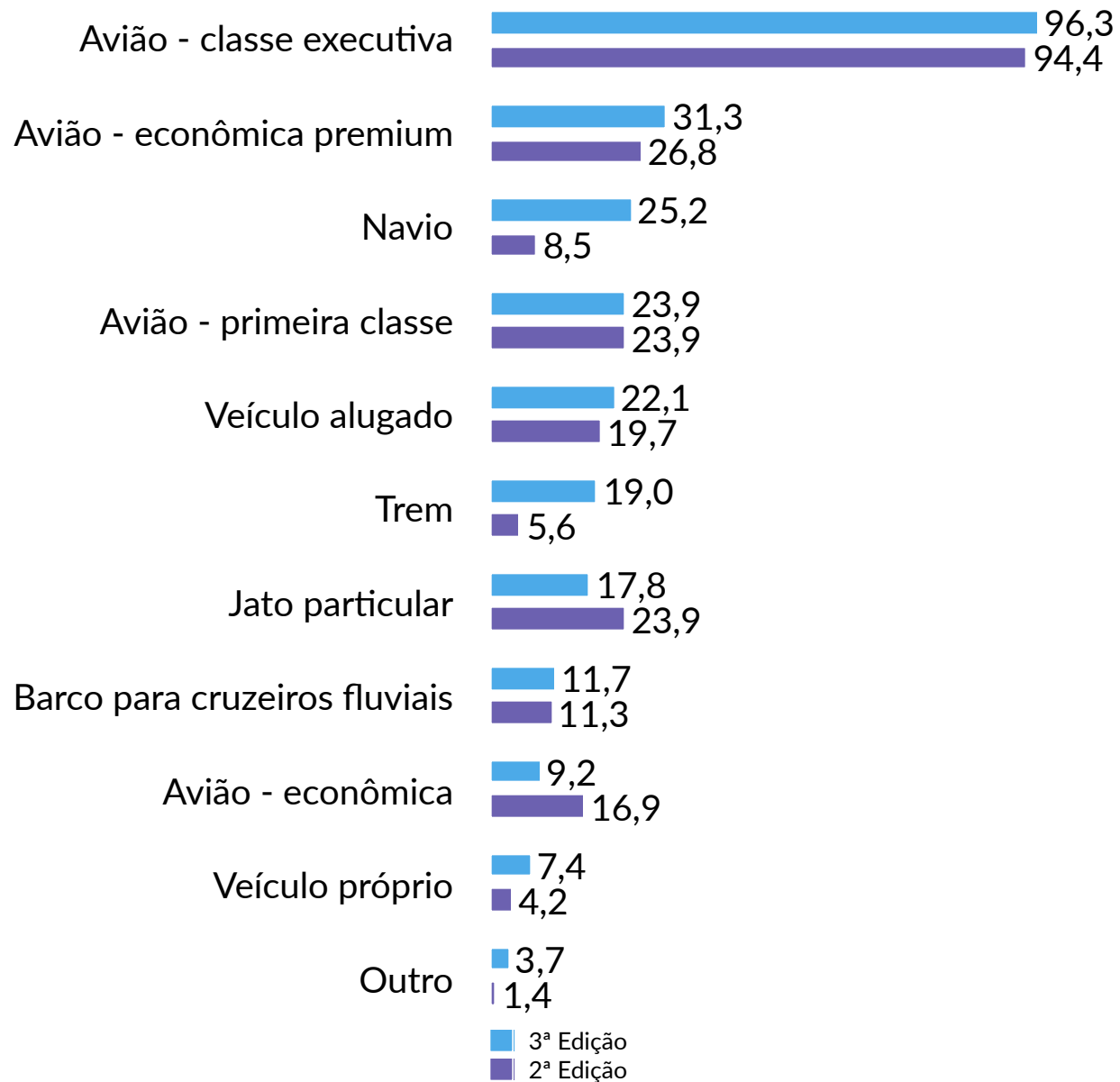


* Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

MEIO DE TRANSPORTE MAIS VENDIDO NOS ÚLTIMOS 6 MESES

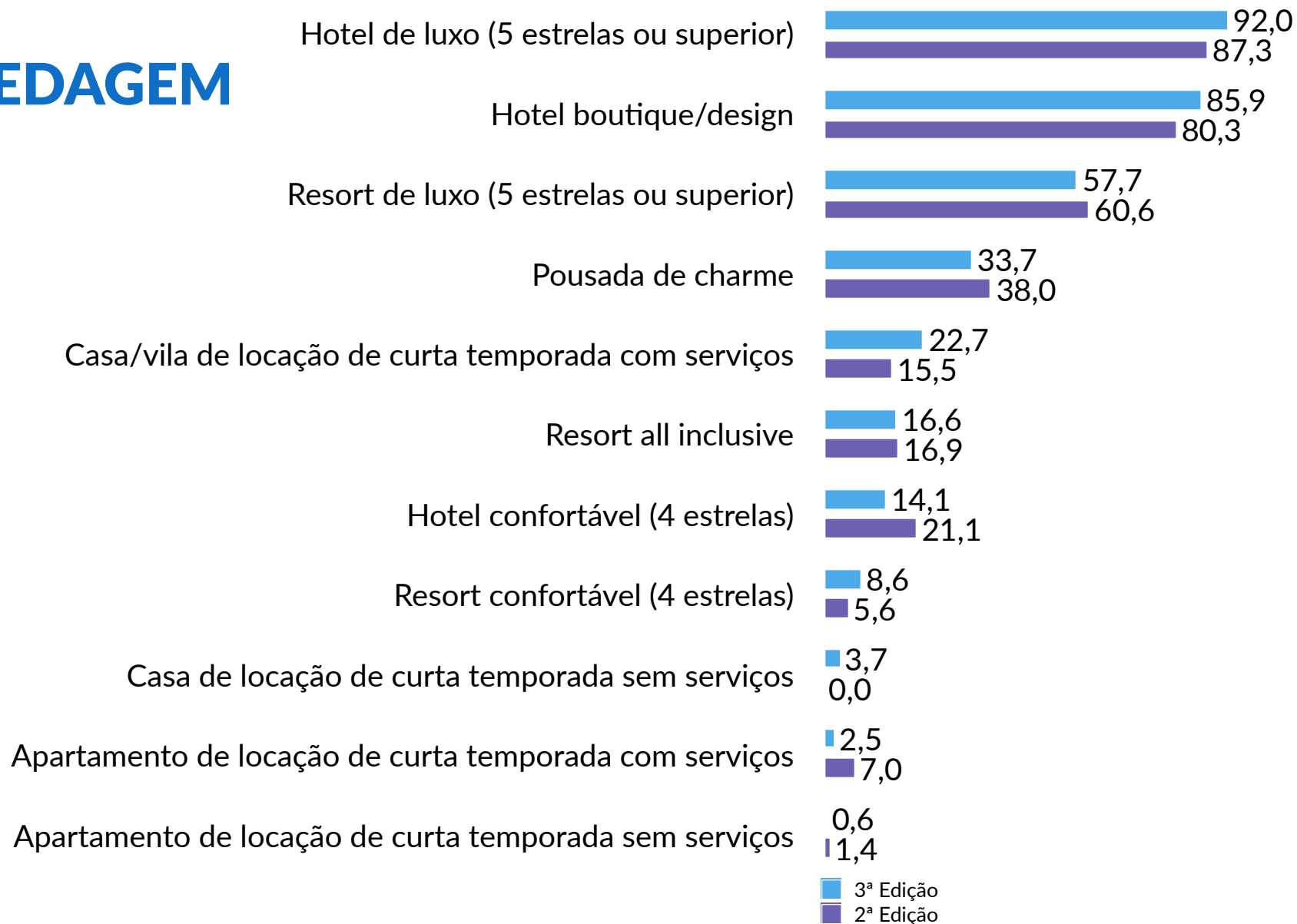
w w w . t r v z . l a b . c o m . b r



* Valores em porcentagem.

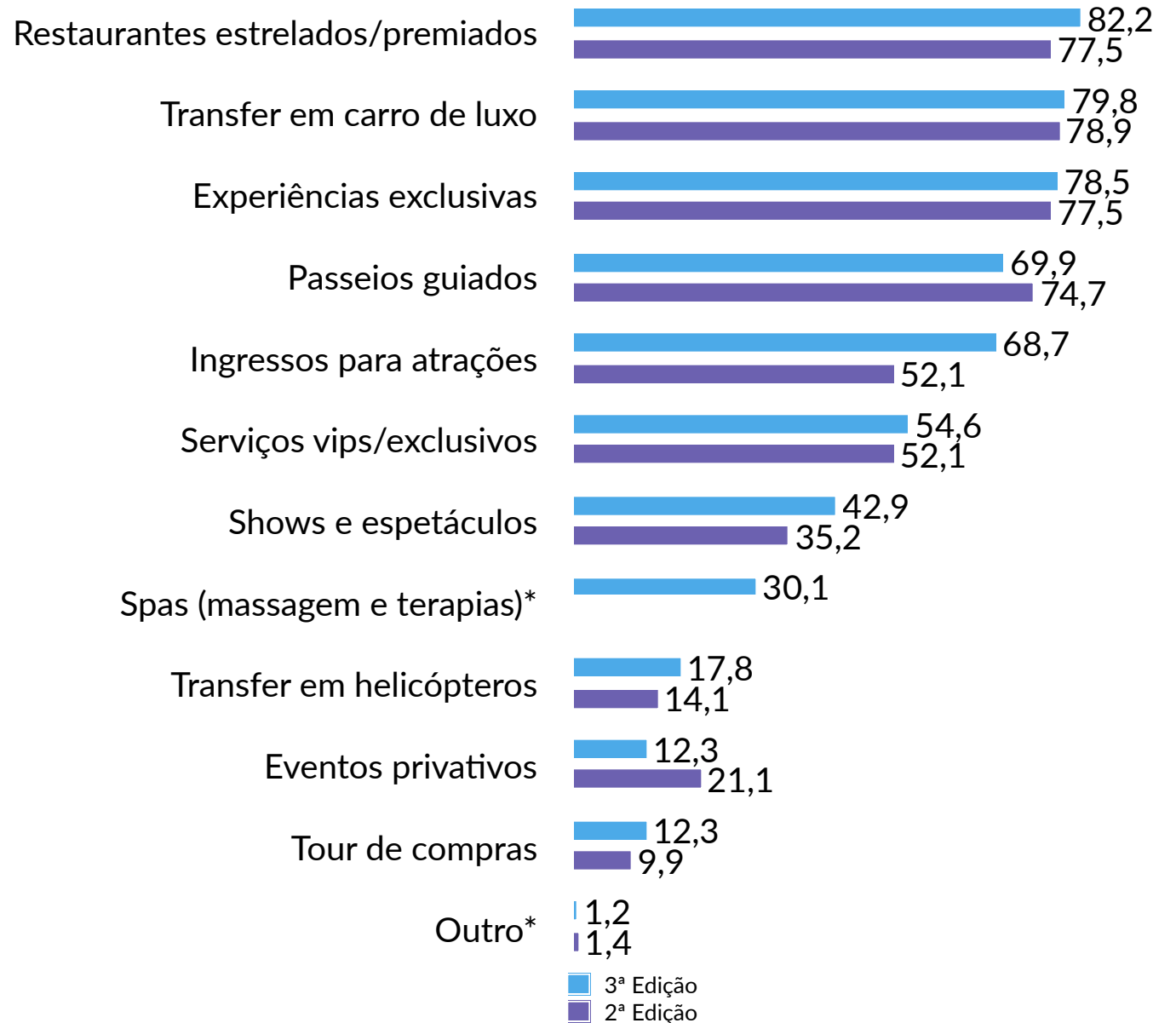
MEIO DE HOSPEDAGEM MAIS VENDIDO NOS ÚLTIMOS 6 MESES

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



* Valores em porcentagem.

COMPONENTES ADQUIRIDOS E/OU RESERVADOS PREVIAMENTE NOS ÚLTIMOS 6 MESES



* Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

PRINCIPAIS DESTINOS NACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS



33%
Nordeste



24%
Bahia



17%
Trancoso



17%
Rio de Janeiro



17%
Amazônia



16%
Fernando de Noronha



14%
Ceará



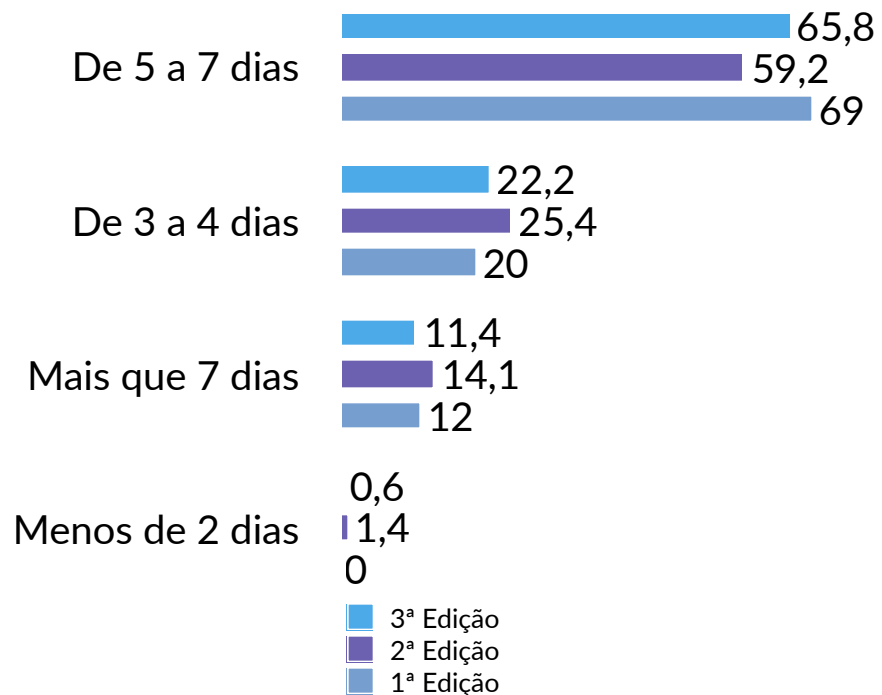
13%
São Paulo

PRINCIPAIS DESTINOS NACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS

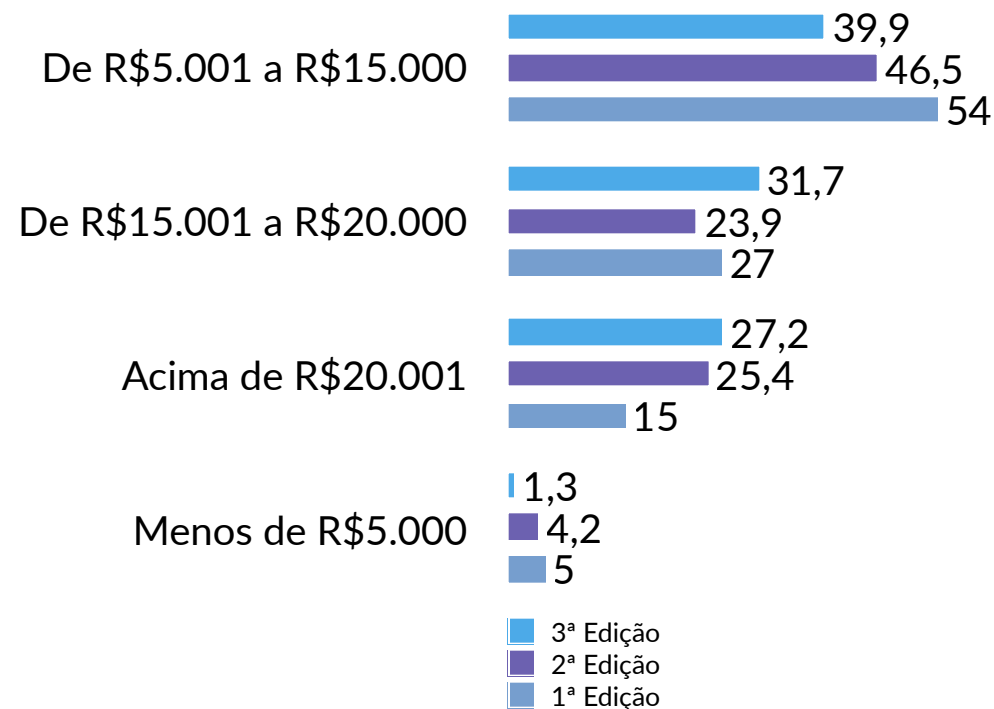
1	Nordeste	33%	17	Rio Grande do Sul	4%
2	Bahia	24%	18	Sul	4%
3	Trancoso	17%	19	Amazonas	3%
4	Rio de Janeiro	17%	20	Praia do Forte	3%
5	Amazônia	17%	21	Santa Catarina	3%
6	Fernando de Noronha	16%	22	Porto de Galinhas	3%
7	Ceará	14%	23	Jericoacoara	3%
8	São Paulo	13%	24	Florianópolis	2%
9	Alagoas	12%	25	Angra dos Reis	2%
10	Gramado	9%	26	Maragogi	2%
11	Foz do Iguaçu	6%	27	Rio Grande do Norte	1%
12	São Miguel dos Milagres	5%	28	Cambará do Sul	1%
13	Itacaré	5%	29	Maceió	1%
14	Pantanal	5%	30	Barra Grande	1%
15	Pernambuco	4%	31	Barra de São Miguel	1%
16	Lençóis Maranhenses	4%			

VIAGENS NACIONAIS VENDIDAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

Tempo de permanência



Gasto médio



PRINCIPAIS DESTINOS INTERNACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS



48%
Europa



39%
Itália



32%
França



24%
Estados Unidos



19%
Ásia



16%
Maldivas



15%
África



15%
Portugal

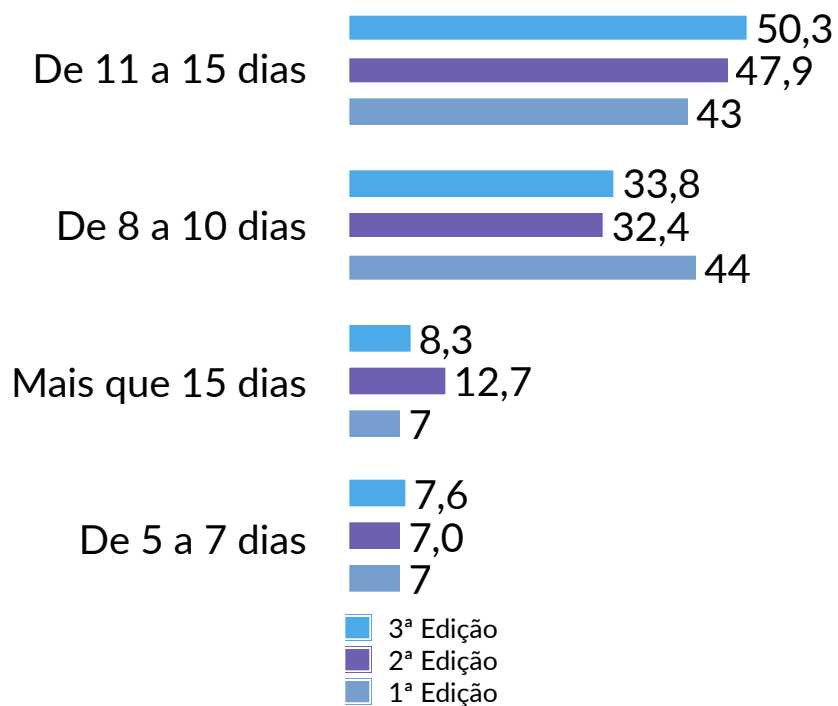
PRINCIPAIS DESTINOS INTERNACIONAIS PARA AS PRÓXIMAS VIAGENS

1	Europa	48%
2	Itália	39%
3	França	32%
4	Estados Unidos	24%
5	Ásia	19%
6	Maldivas	16%
7	África	15%
8	Portugal	15%
9	Japão	11%
10	África do Sul	11%
11	Espanha	11%
12	Grécia	10%
13	Dubai	9%
14	Suíça	9%
15	Egito	7%
16	Caribe	7%
17	Emirados Árabes	5%

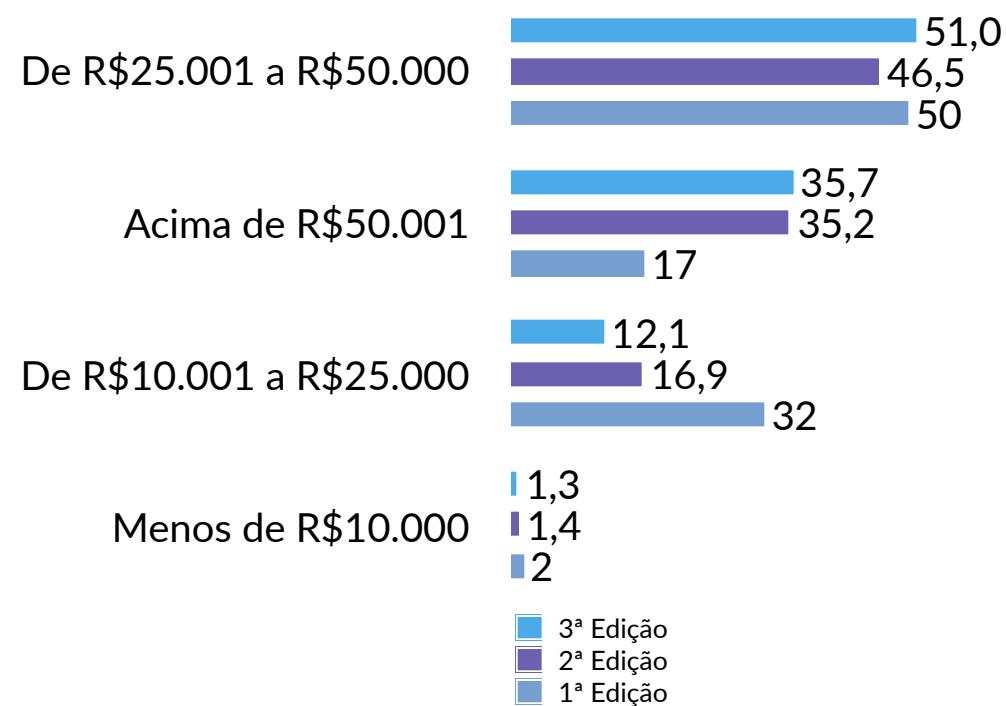
18	Turquia	4%
19	Israel	4%
20	Tailândia	3%
21	América do Sul	3%
22	Paris	3%
23	Argentina	2%
24	Chile	2%
25	Alemanha	2%
26	Londres	2%
27	Oriente Médio	2%
28	Escandinávia	2%
29	Índia	2%
30	Mendoza	2%
31	Inglaterra	2%
32	Croácia	2%
33	Islândia	2%

VIAGENS INTERNACIONAIS VENDIDAS NOS ÚLTIMOS 6 MESES

Tempo de permanência



Gasto médio



* Valores em porcentagem.

SOBRE O ORÇAMENTO DOS CLIENTES PARA VIAGENS DE LUXO



60,51%

Aumentou, se comparado a 2022

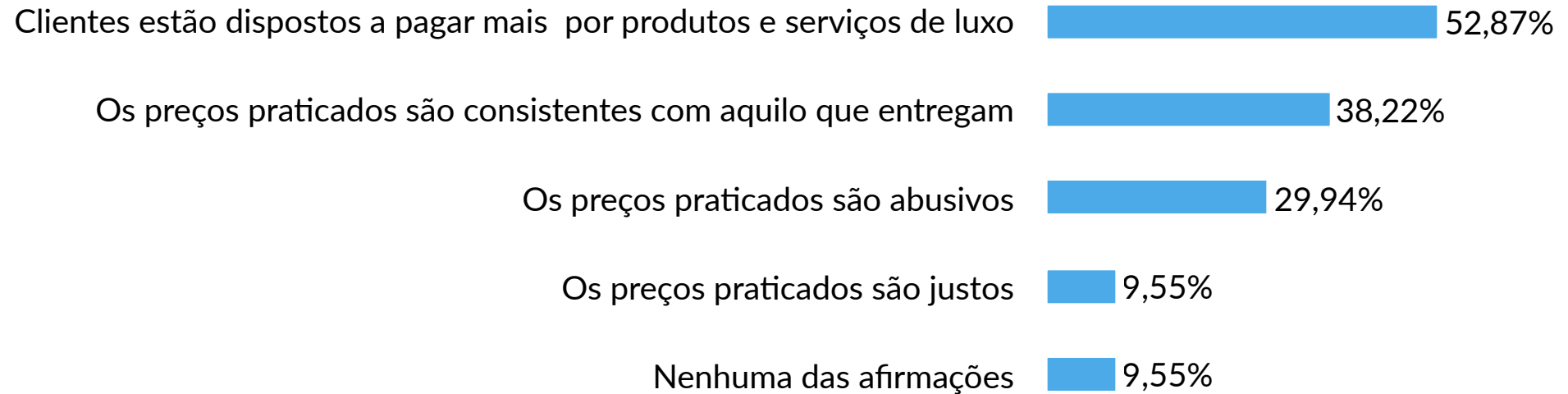
30,57%

Permanece igual, se comparado a 2022

8,92%

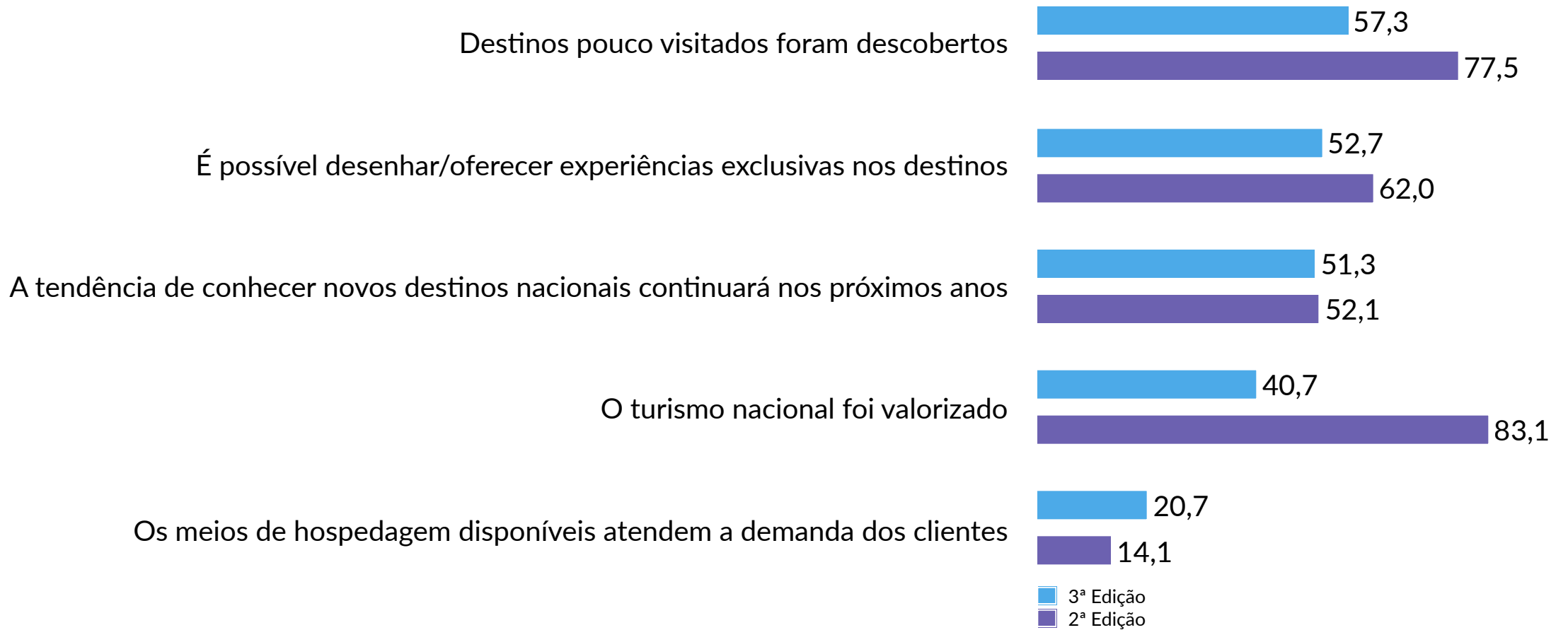
Diminuiu, se comparado a 2022

SOBRE O PREÇO DAS VIAGENS DE LAZER E DE LUXO



SOBRE O TURISMO NACIONAL DE LUXO ATUALMENTE

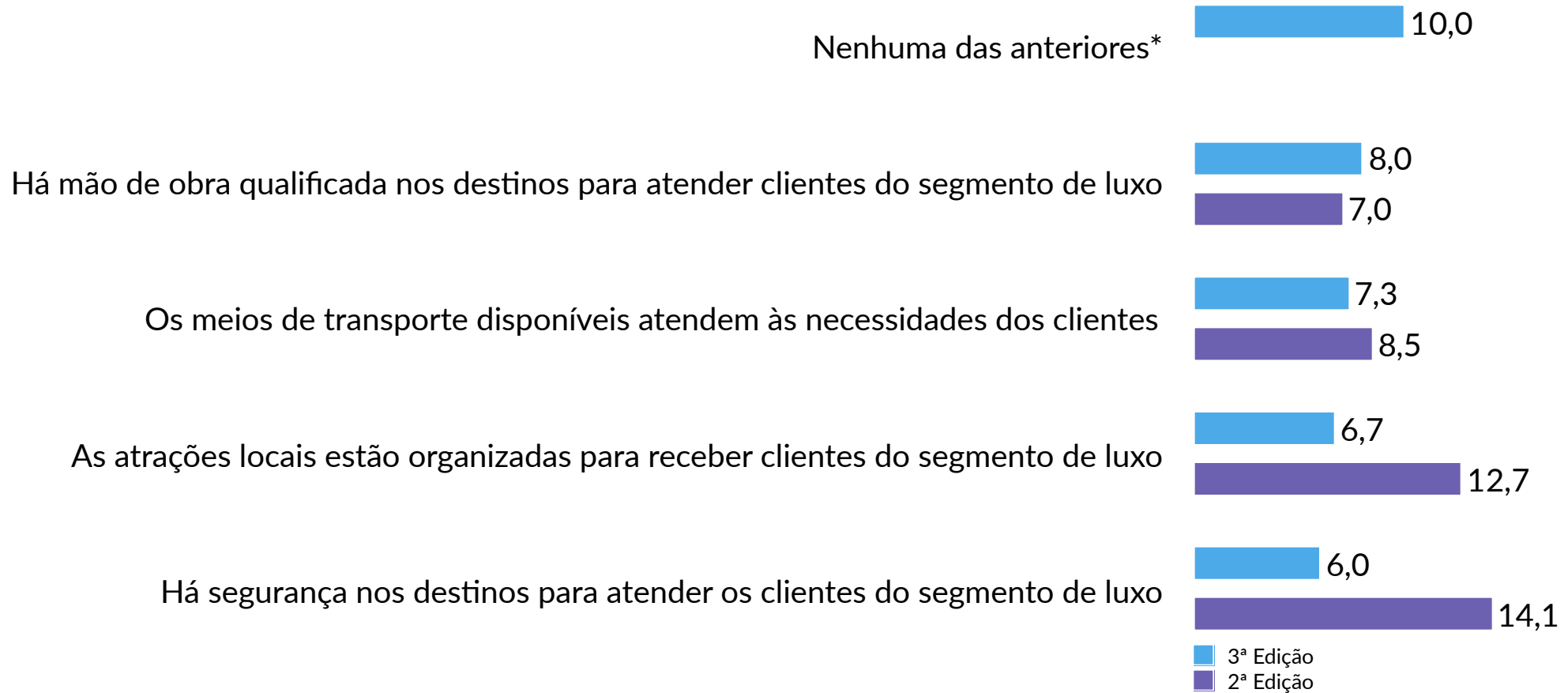
w w w . t r v z . c o m . b r



* Valores em porcentagem.

SOBRE O TURISMO NACIONAL DE LUXO ATUALMENTE

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

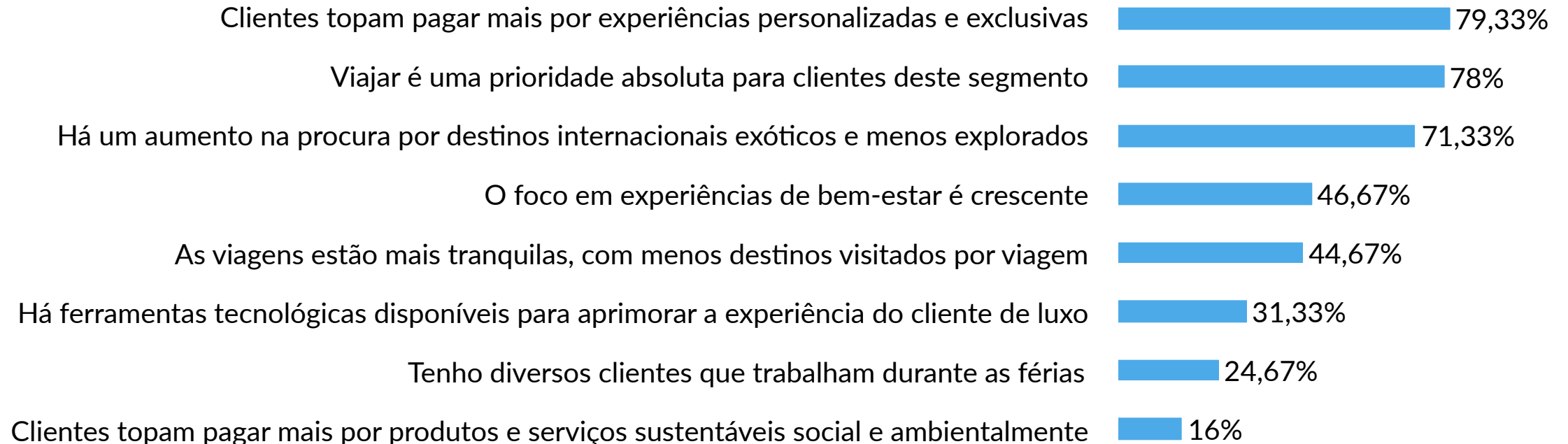


■ 3ª Edição
■ 2ª Edição

* Item incluído somente na 3ª Edição

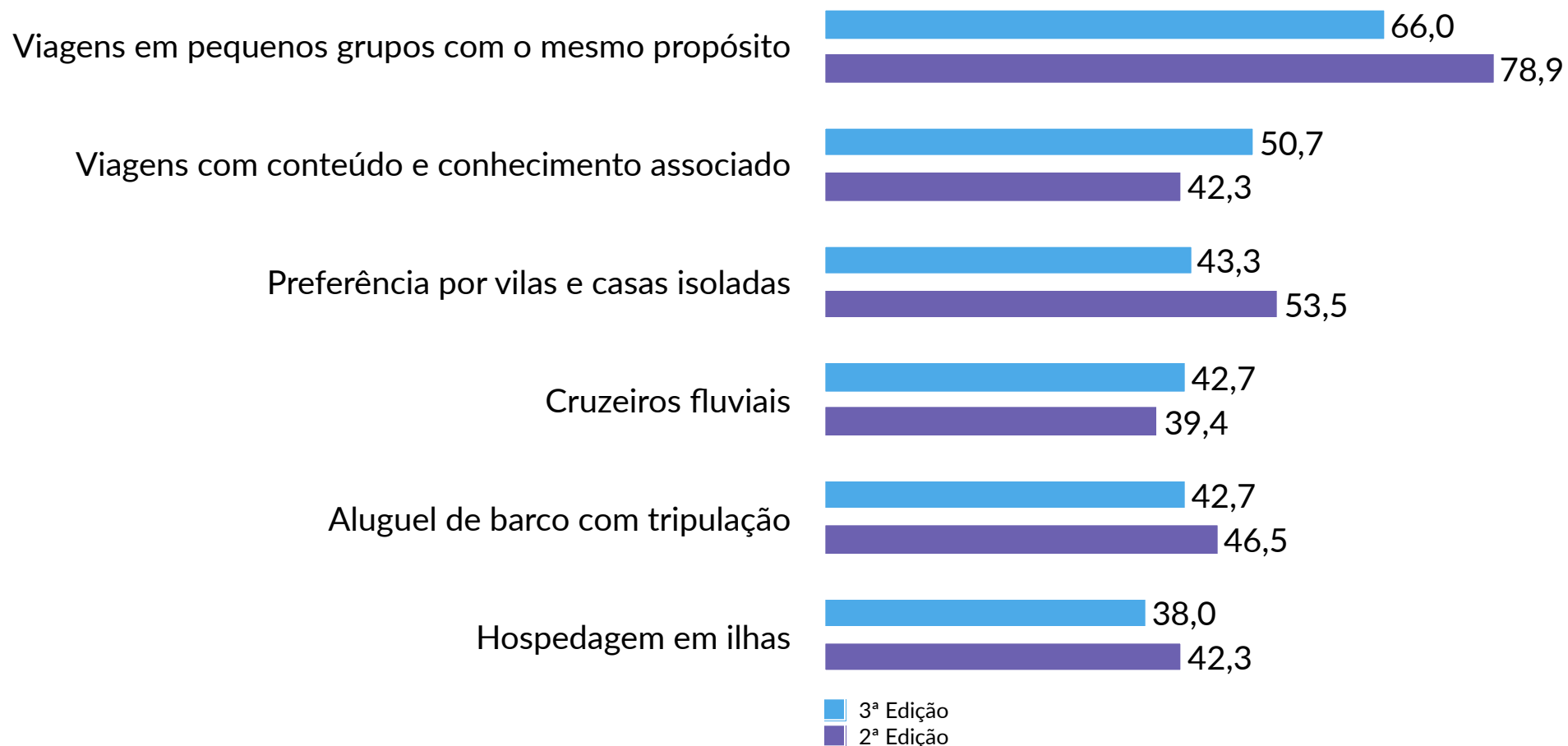
** Valores em porcentagem.

SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO



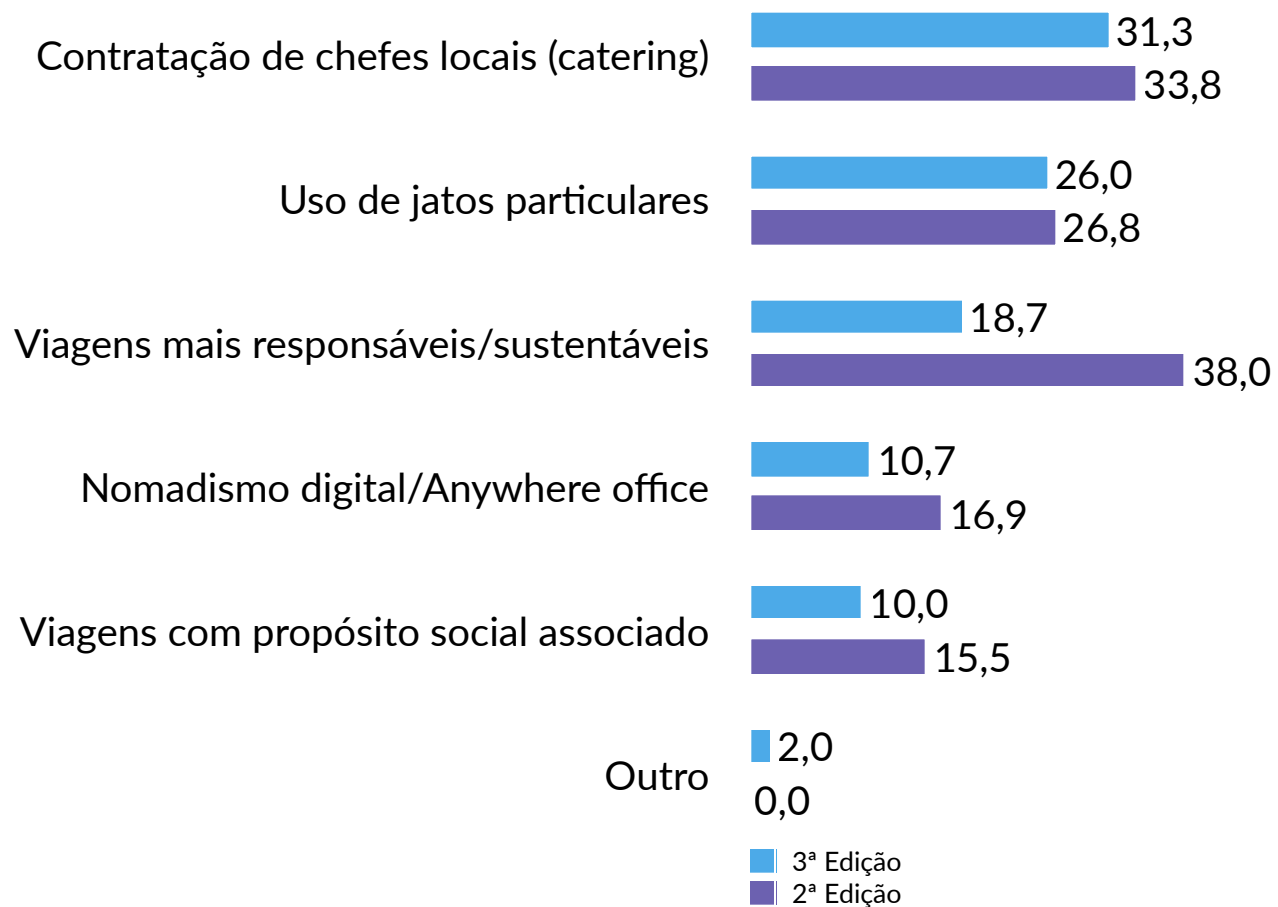
SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO

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



* Valores em porcentagem.

SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO



TRVZ | LAB —

FORNECEDORES



FORNECEDORES

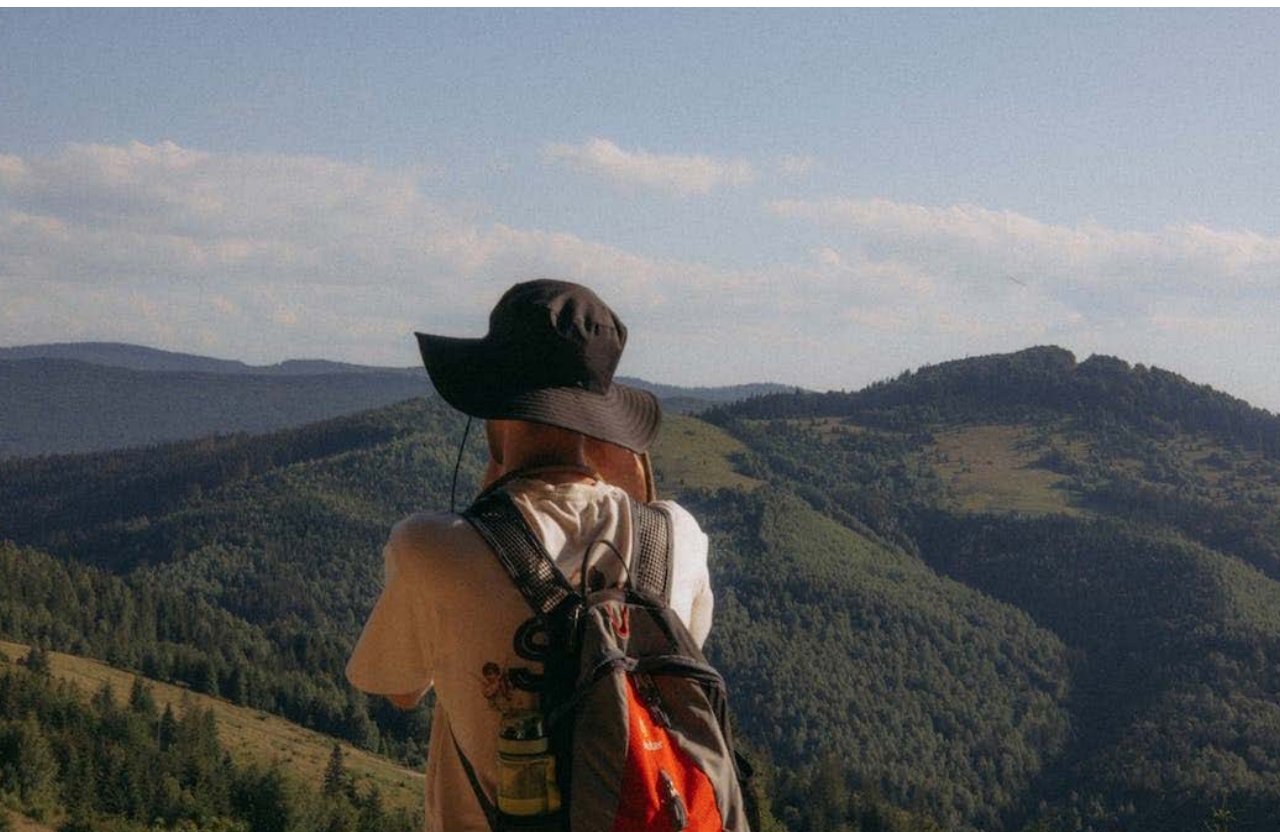


A pesquisa de fornecedores foi respondida por 35 fornecedores de ramos de atuação variados, incluindo órgãos de turismo governamentais, meios de hospedagem, companhias aéreas e outras empresas de transporte, entre outras. São empresas que atuam em todos os segmentos, inclusive no de luxo, com maior ou menor representatividade.

Assim como visto com as agências e operadoras, o faturamento vem crescendo anualmente, com 85,19% declarando que o volume de vendas em relação a 2022 aumentou.

O período com maior número de consultas e reservas são o segundo semestre de 2023 e o primeiro semestre de 2024. Assim como na edição anterior, os fornecedores indicam que o canal mais utilizado por seus clientes para fazer reservas são os agentes/consultores de viagens com 68%.

FORNECEDORES



Para as características mais relevantes para a escolha de uma viagem, houve uma mudança, a qualidade das experiências ganhou destaque com 88%, seguido da personalização (84%) e qualidade dos serviços (72%). Além disso, fornecedores também afirmam que clientes estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços de luxo.

Entre os componentes mais adquiridos/reservados previamente nos últimos 6 meses, os serviços vips/exclusivos, transfers em carros de luxo e experiências exclusivas continuam nos três primeiros lugares, assim como na primeira e segunda edição.

FORNECEDORES

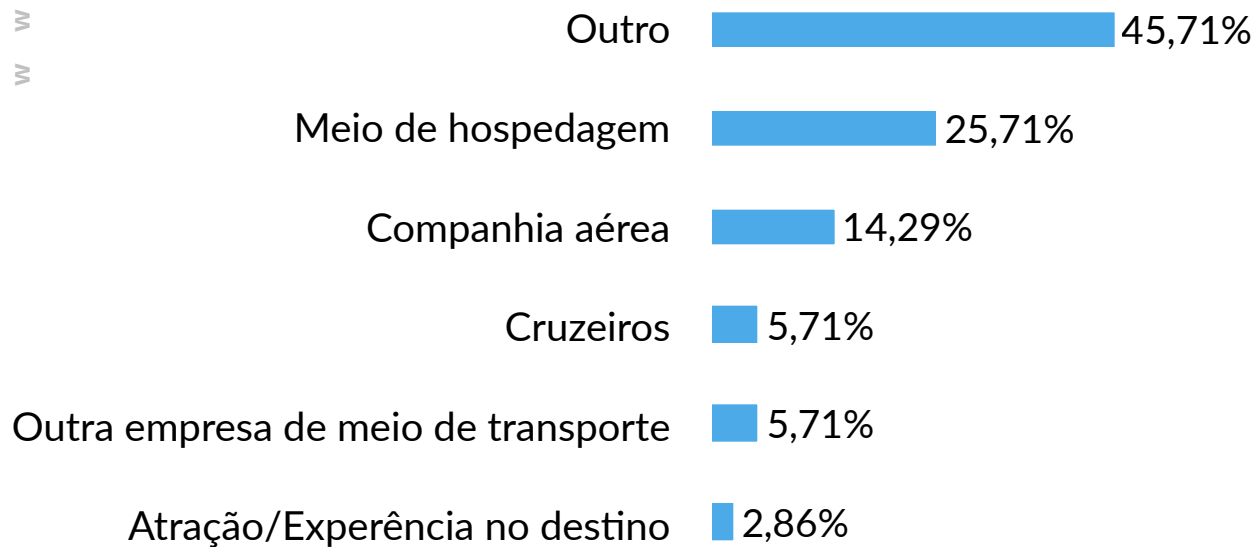


Para os fornecedores, o turismo nacional de luxo segue valorizado, porém em menor nível que na edição anterior e de acordo com os respondentes, a tendência de conhecer novos destinos no Brasil continuará crescendo nos próximos anos.

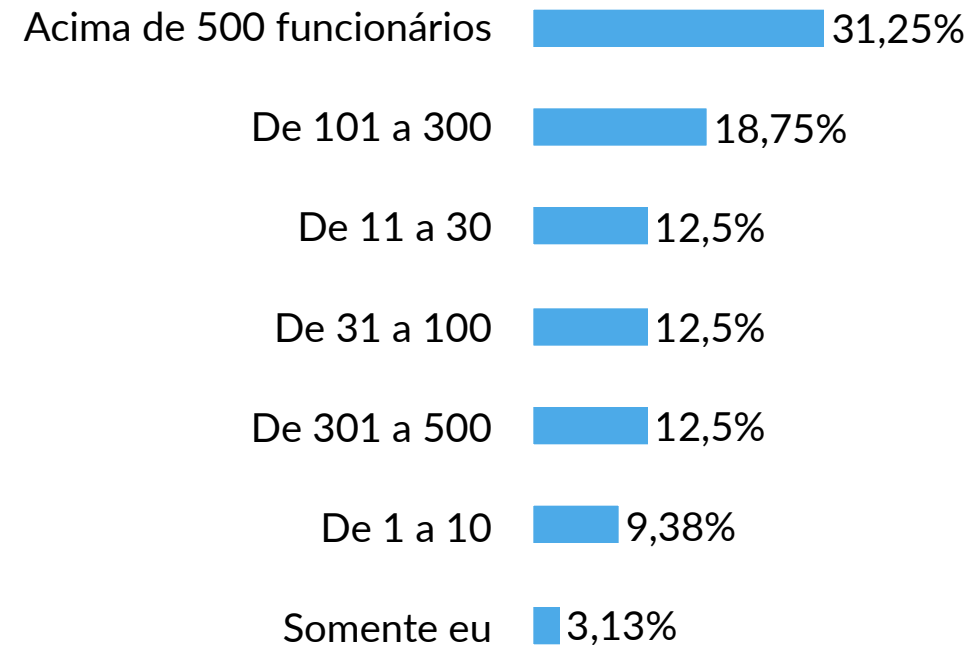
Sobre as tendências do segmento de luxo, as viagens em pequenos grupos com o mesmo propósito e as viagens com conteúdo e conhecimento associado ganham destaque, reafirmando o que foi respondido pelas agências de viagens e operadoras.

SETOR DE ATUAÇÃO & NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

Setor de atuação

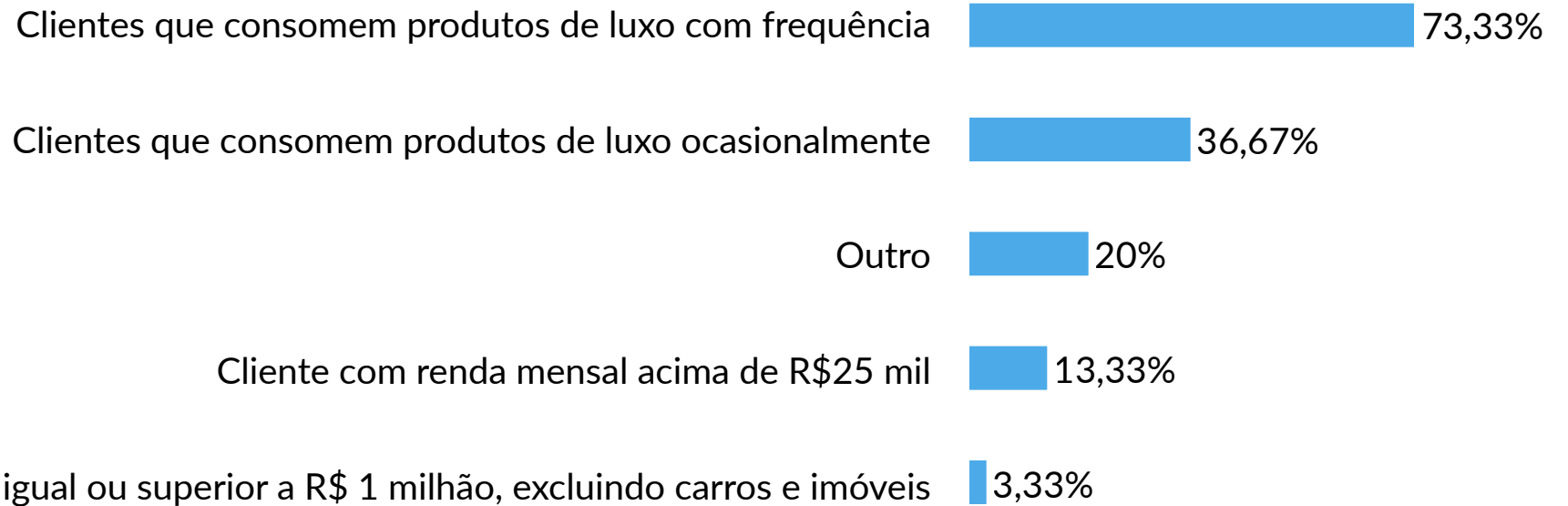


Número de funcionários



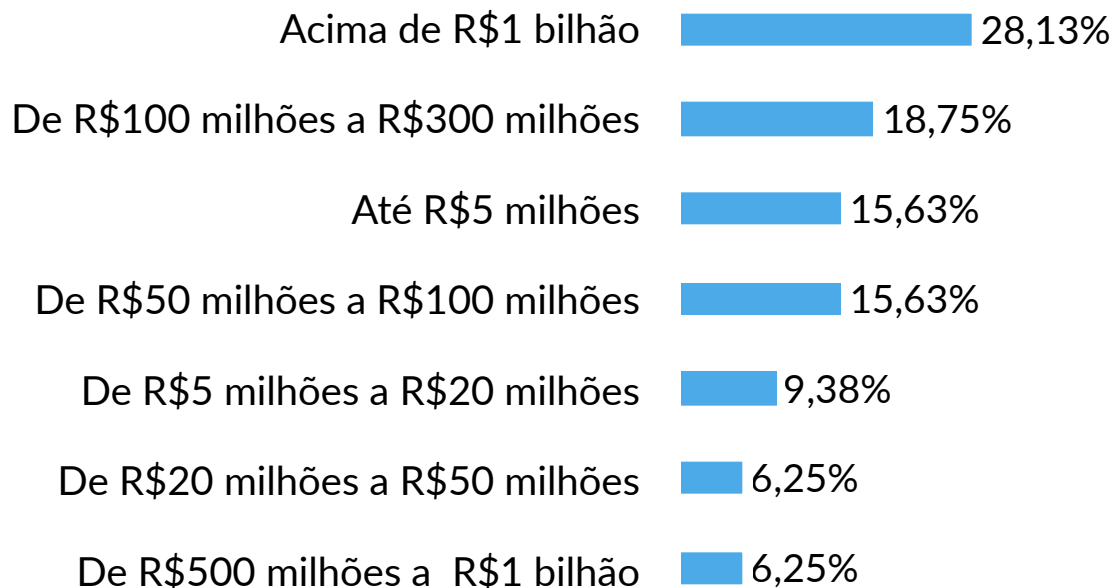
COMPREENSÃO DE CLIENTE DE LUXO

Sobre o que é
compreendido como um
cliente de luxo pelas
empresas

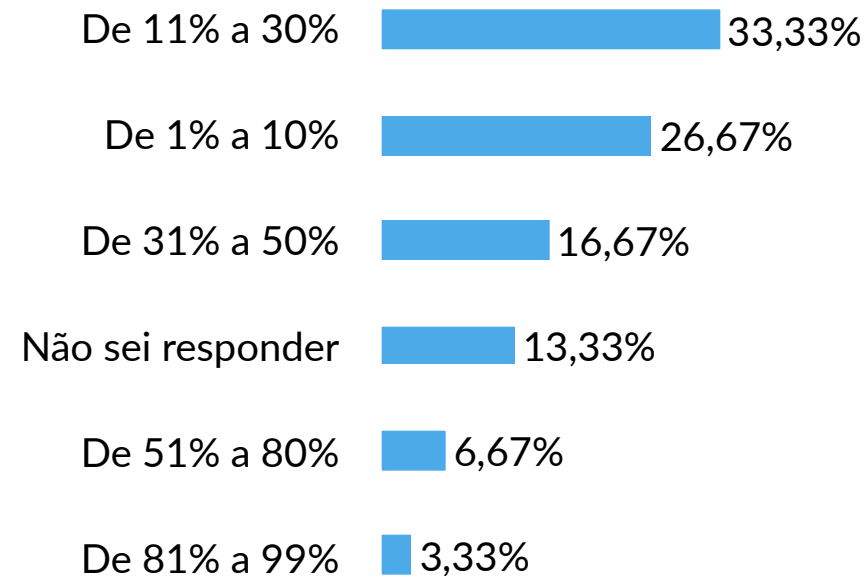


FATURAMENTO & REPRESENTATIVIDADE NO SETOR

Faturamento total anual

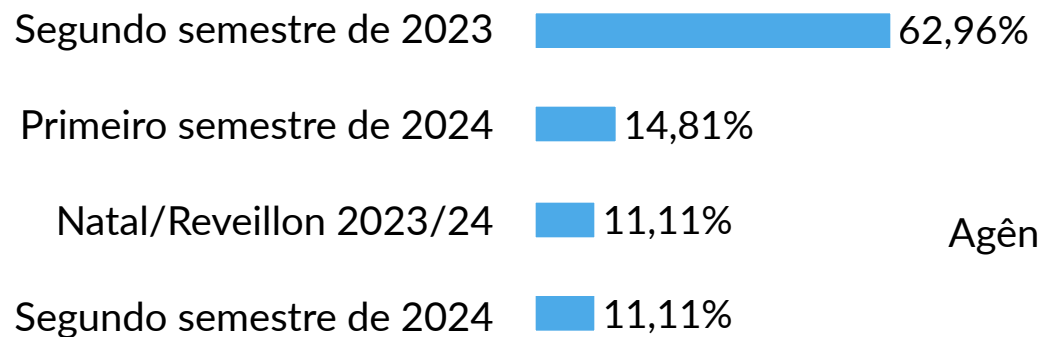


Representatividade do segmento de luxo no faturamento total

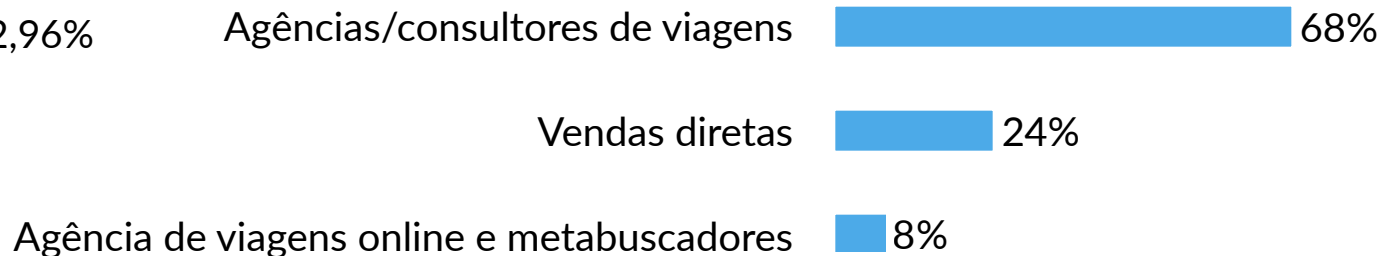


PERÍODO DE CONSULTAS & CANAL DE RESERVAS

Período com maior número de consultas/reservas



Canal de reserva mais utilizado pelos clientes





VOLUME DE VENDAS PARA O SEGMENTO DE LUXO EM RELAÇÃO A 2022

85,19%

Está acima do ano anterior

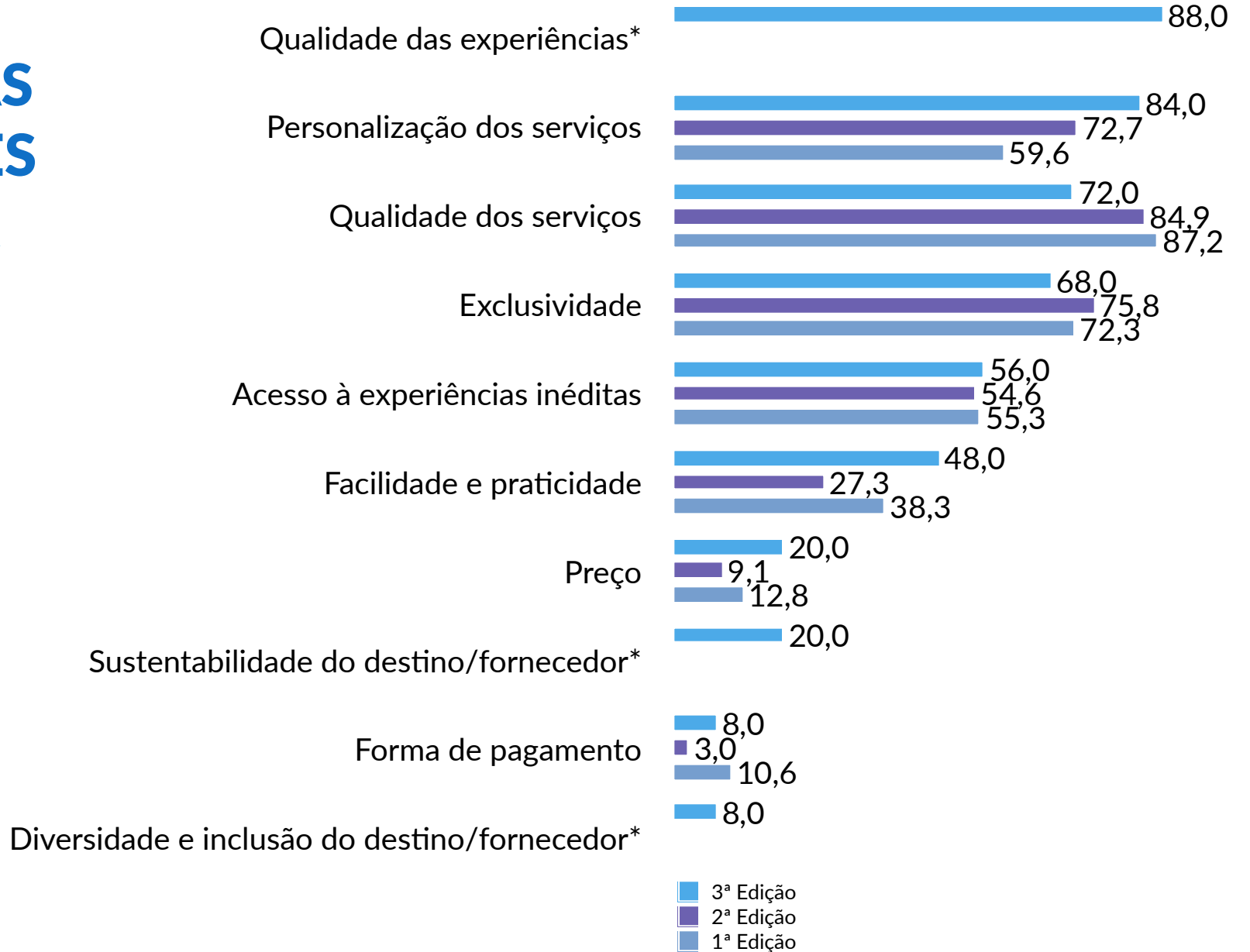
11,11%

Está igual ao ano anterior

3,70%

Está abaixo do ano anterior

CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM



* Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM

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

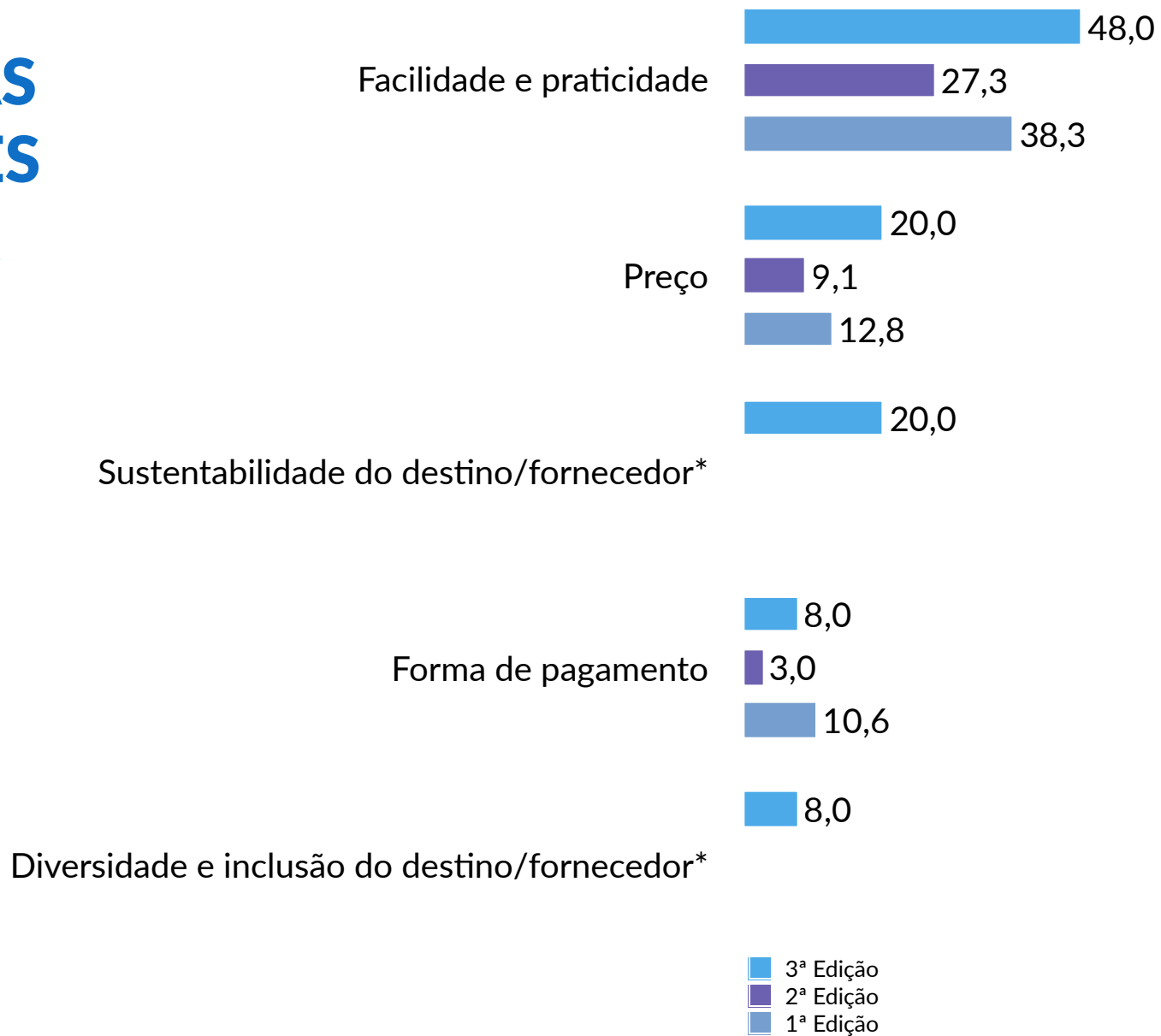


* Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

CARACTERÍSTICAS MAIS RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE UMA VIAGEM

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



* Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

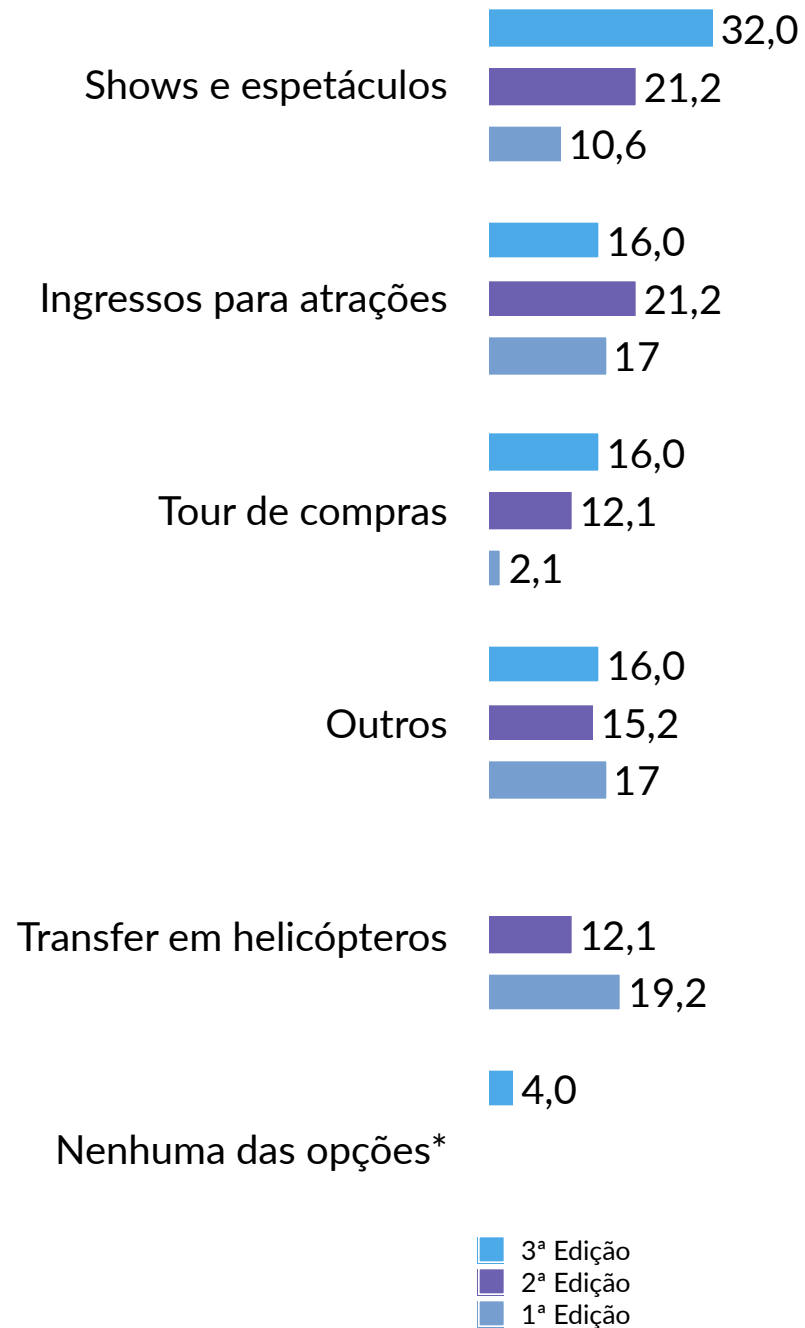
COMPONENTES ADQUIRIDOS E/OU RESERVADOS PREVIAMENTE NOS ÚLTIMOS 6 MESES



* Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

COMPONENTES ADQUIRIDOS E/OU RESERVADOS PREVIAMENTE NOS ÚLTIMOS 6 MESES



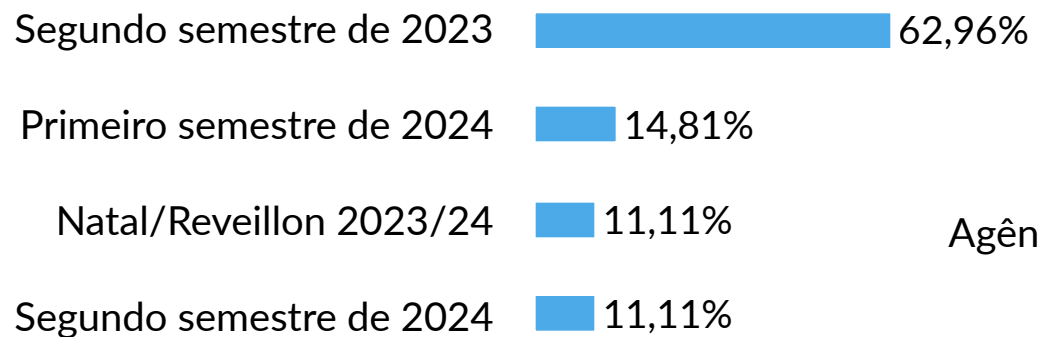
■ 3ª Edição
■ 2ª Edição
■ 1ª Edição

* Itens incluídos somente na 3ª Edição

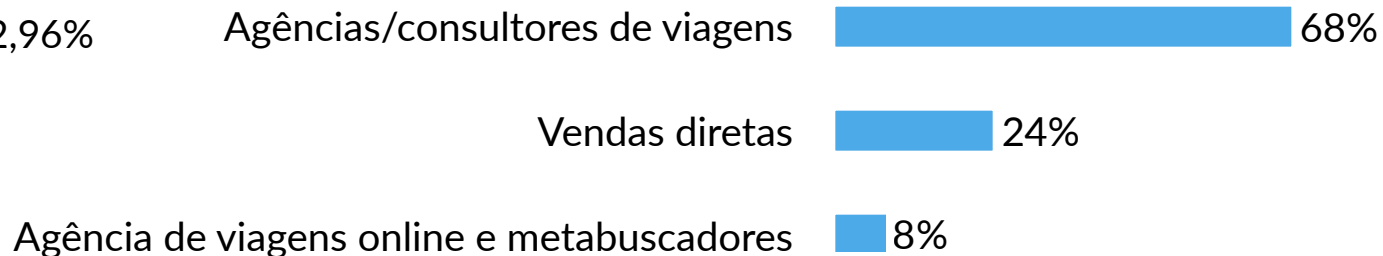
** Valores em porcentagem.

PERÍODO DE CONSULTAS & CANAL DE RESERVAS

Período com maior número de consultas/reservas

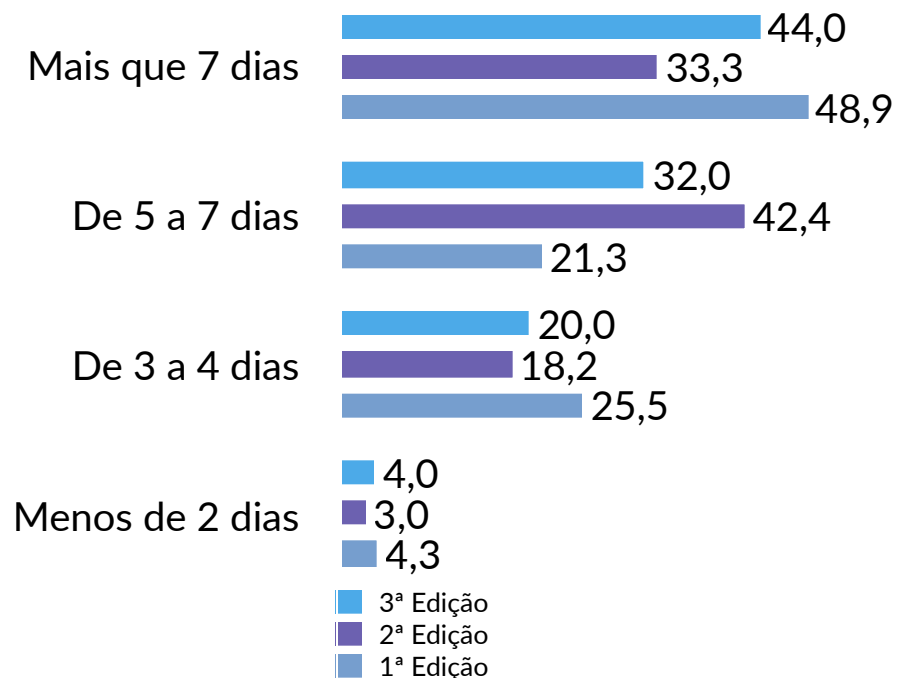


Canal de reserva mais utilizado pelos clientes

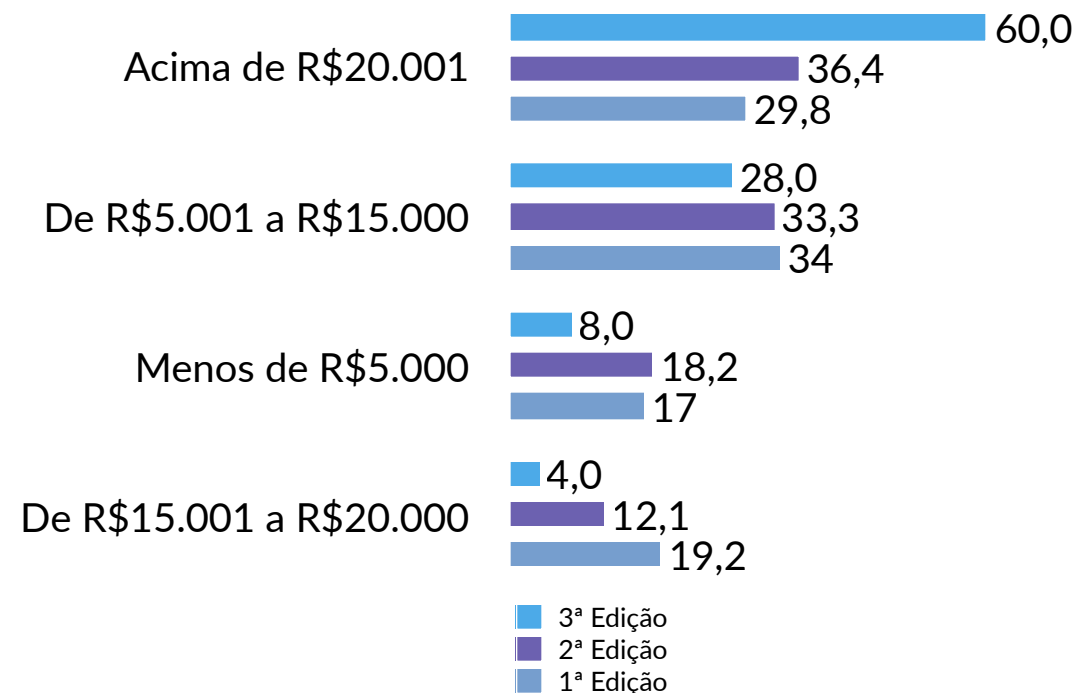


TEMPO DE PERMANÊNCIA MÉDIA & TICKET MÉDIO

Tempo de permanência
Média nos últimos 6 meses



Ticket médio total
gasto por pessoa no negócio
do respondente



SOBRE O ORÇAMENTO DOS CLIENTES PARA VIAGENS DE LUXO



56%

Aumentou, se comparado a 2022

44%

Permanece igual, se comparado a 2022

SOBRE O PREÇO DAS VIAGENS DE LAZER E DE LUXO

Cientes estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços de luxo 72%

Os preços praticados são consistentes com aquilo que entregam 56%

Os preços praticados são justos 8%

Os preços praticados são abusivos 4%

SOBRE O TURISMO NACIONAL DE LUXO ATUALMENTE

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

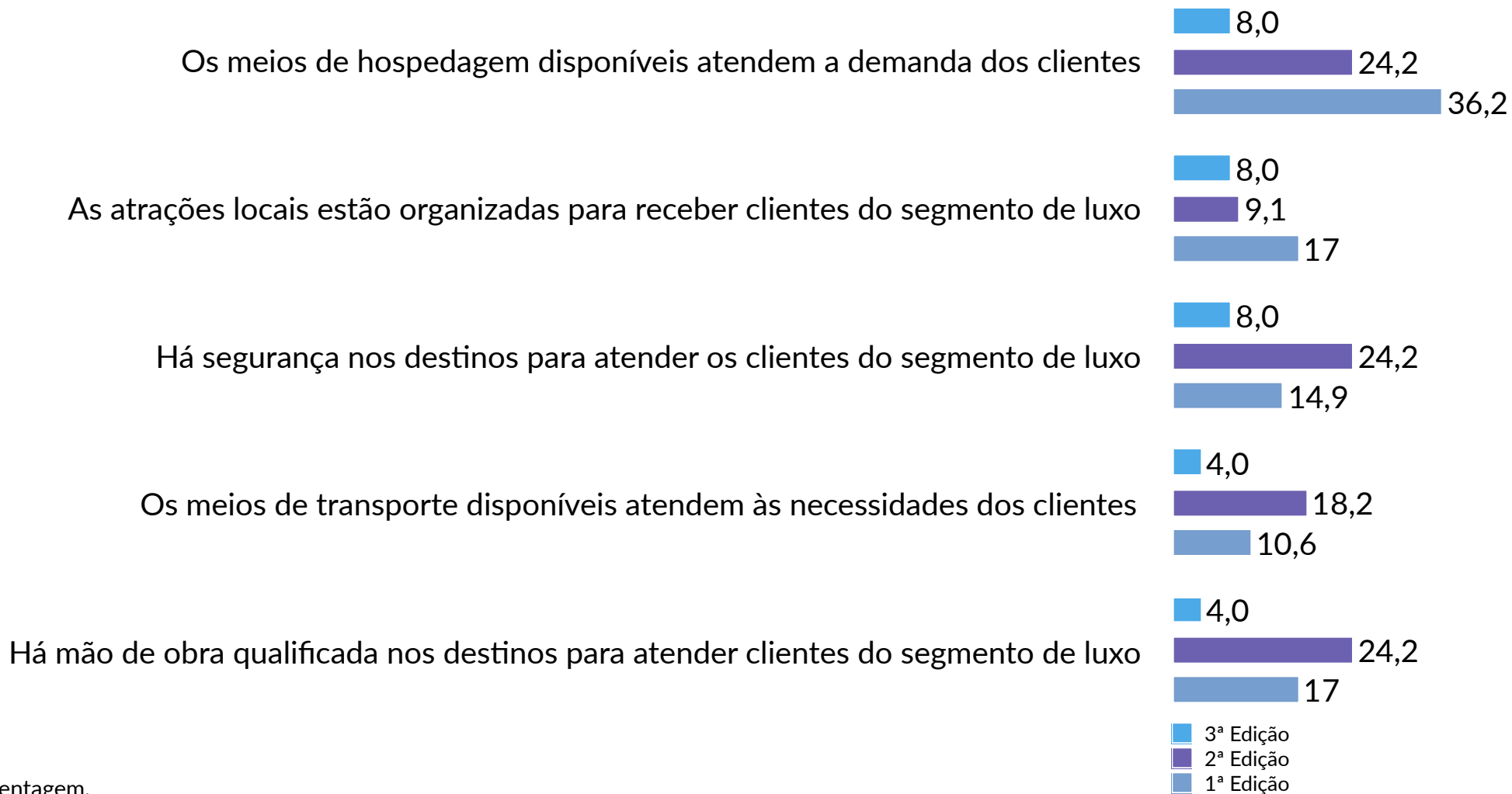


* Itens incluídos somente na 3ª Edição

** Valores em porcentagem.

SOBRE O TURISMO NACIONAL DE LUXO ATUALMENTE

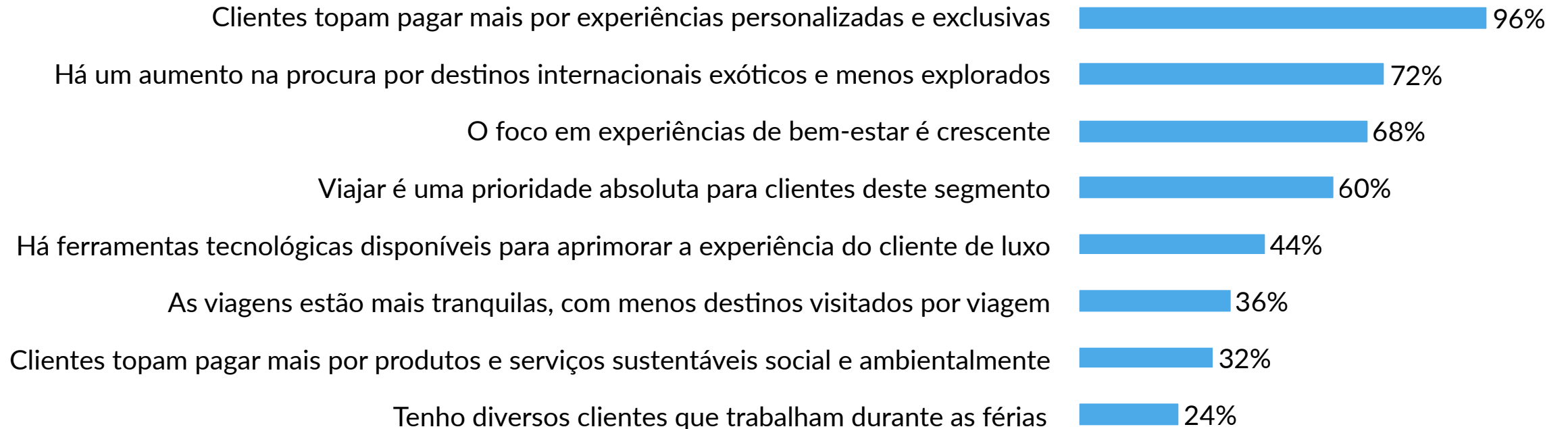
w w w . t r v z . c o m . b r



3ª Edição
2ª Edição
1ª Edição

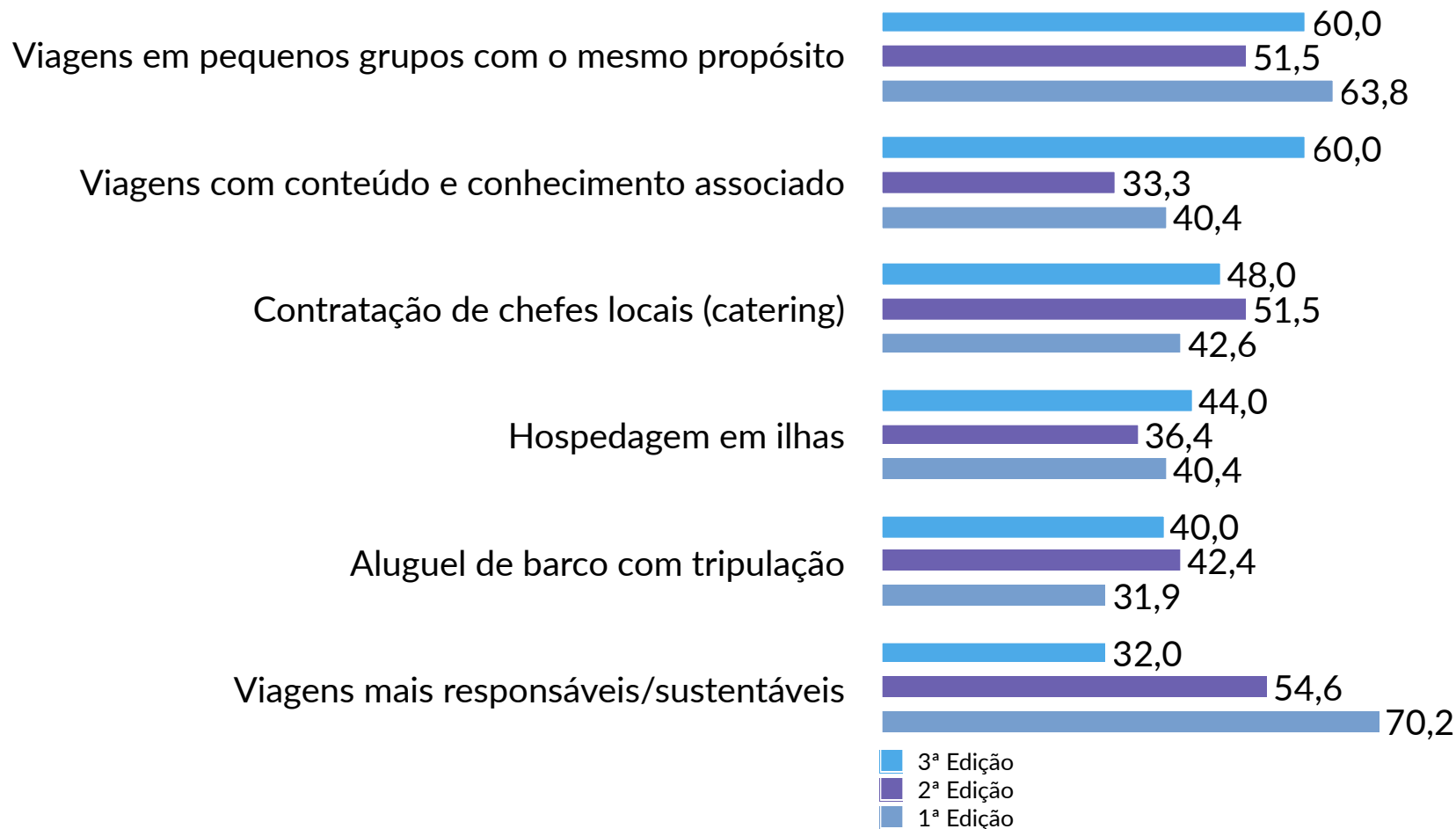
* Valores em porcentagem.

SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO



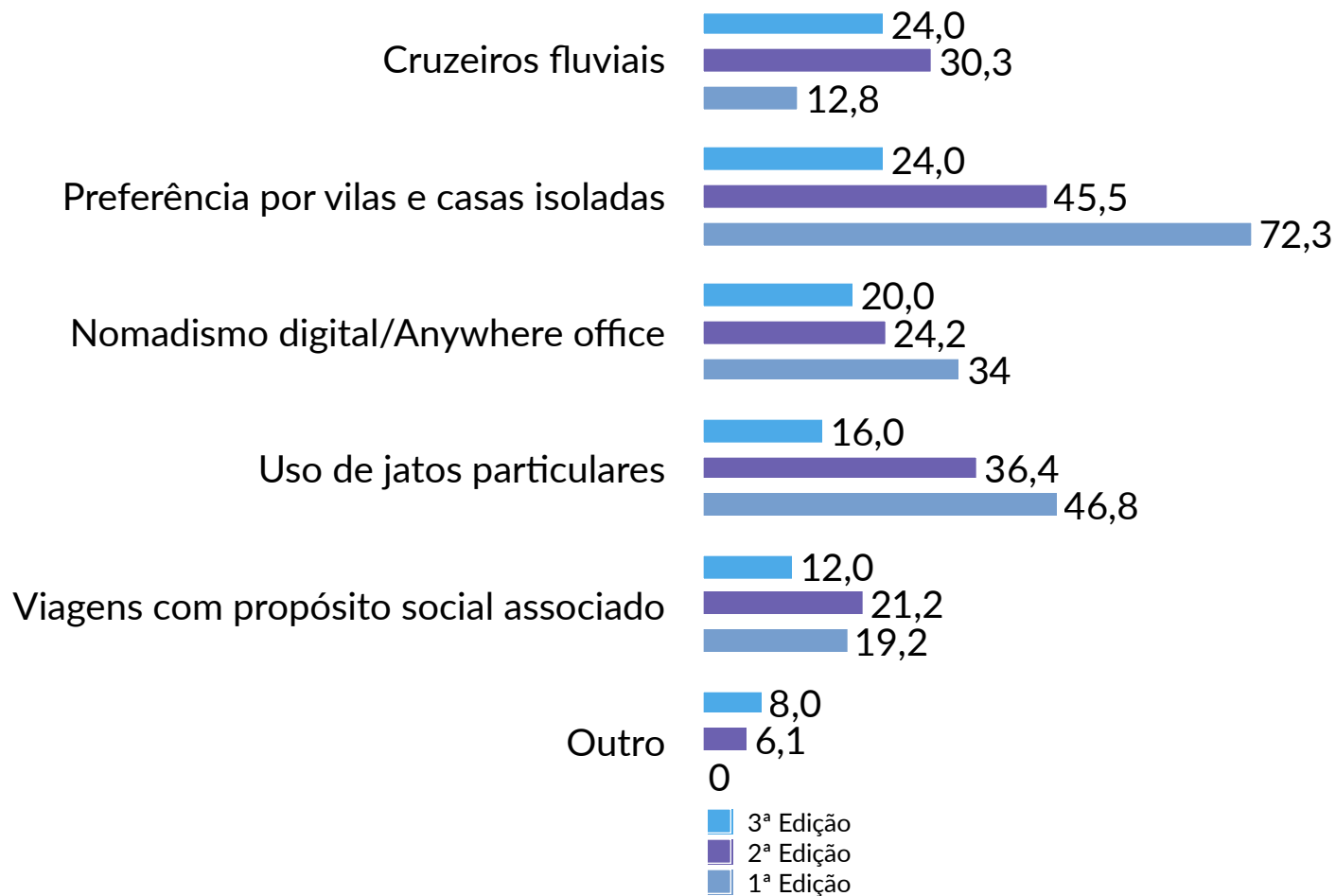
SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO

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



* Valores em porcentagem.

SOBRE AS TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO DE LUXO



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

* Valores em porcentagem.

TRVZ | LAB —

SOBRE A
METODOLOGIA



SOBRE A 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 12 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 840 respostas com um nível de confiança de 90% e uma margem de erro de 2,83%.

SOBRE A METODOLOGIA



Adicionalmente, 237 empresas responderam a pesquisa de intermediários e fornecedores e os dados foram cruzados com a pesquisa de clientes, aprimorando a validação dos resultados.

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

NOSSO 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 3a. edição, TRVL Lab, 2023.

Para dúvidas sobre a pesquisa, entre em contato com:

mapie@mapie.com.br

comercial@panrotas.com.br

www.trvl.com.br

TRVZ | LAB —

AS VIAGENS DE LUXO NO BRASIL

UMA ANÁLISE DETALHADA
DO PERFIL DOS VIAJANTES
DE LUXO BRASILEIROS

3a. edição | 2023

