

As viagens de luxo no Brasil

Uma análise detalhada do perfil
dos viajantes de luxo brasileiros

4a. edição | 2024



WWW.TRVL.COM.BR

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 REPORT 2024/2025 – BRAZIL/LATIN AMERICA**.



WWW.TRVL.COM.BR

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.



WWW.TRVL.COM.BR

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.



WWW.TRVL.COM.BR

Índice

6

O que dizem os viajantes?

7

O perfil dos viajantes de luxo

14

Sobre as próximas viagens

27

Sobre as preferências nas viagens de luxo

52

Perfis específicos de viajantes de luxo

63

O que dizem as empresas?

92

Sobre a metodologia

WWW.TRVL.COM.BR

O que dizem os clientes?





WWW.TRVL.COM.BR

O perfil dos viajantes de luxo



WWW.TRVL.COM.BR

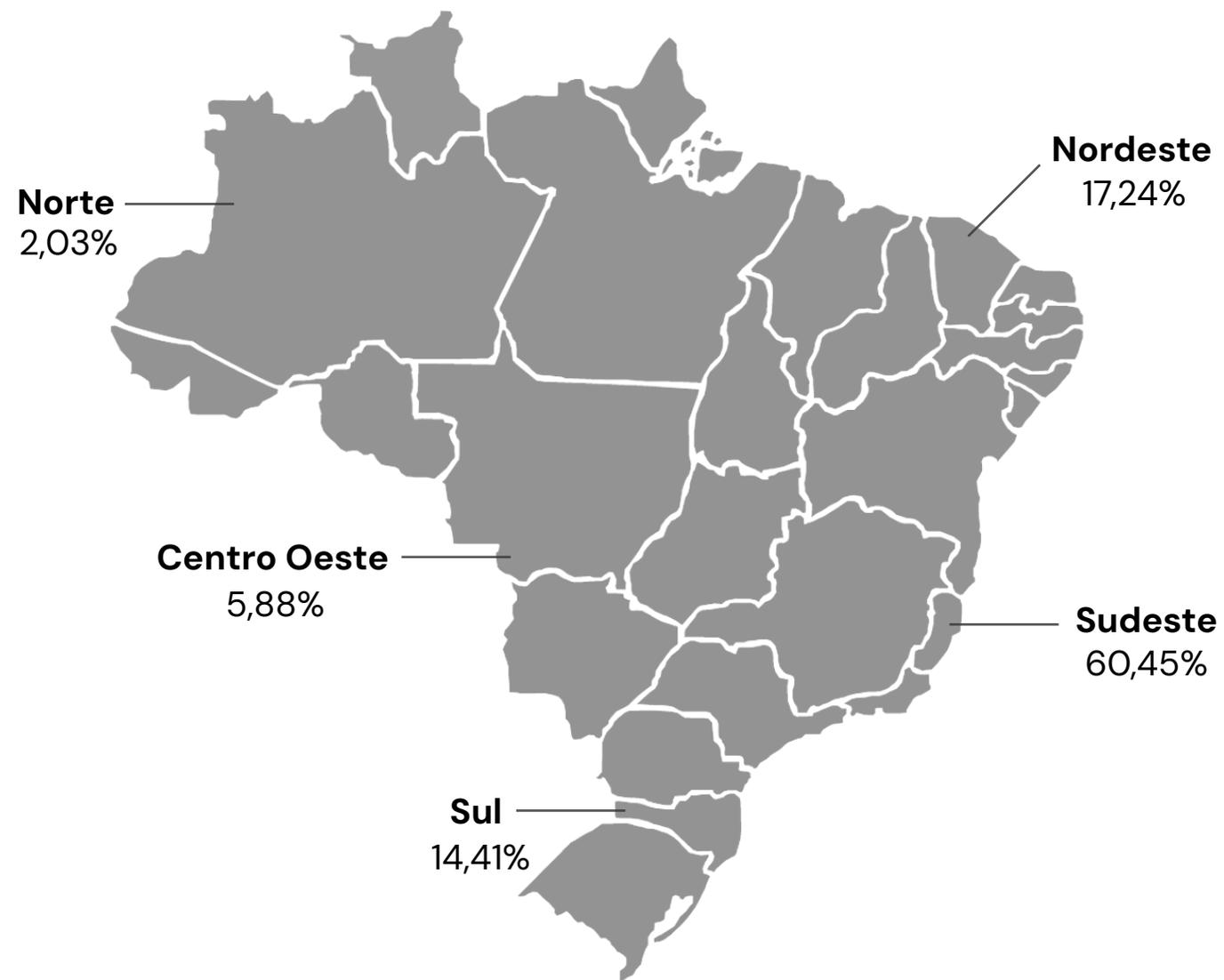
O perfil dos viajantes de luxo

O perfil do viajante de luxo brasileiro é composto majoritariamente por pessoas **entre 30 a 49 anos**, com renda familiar mensal **de R\$30 a 50 mil** (64,5%).

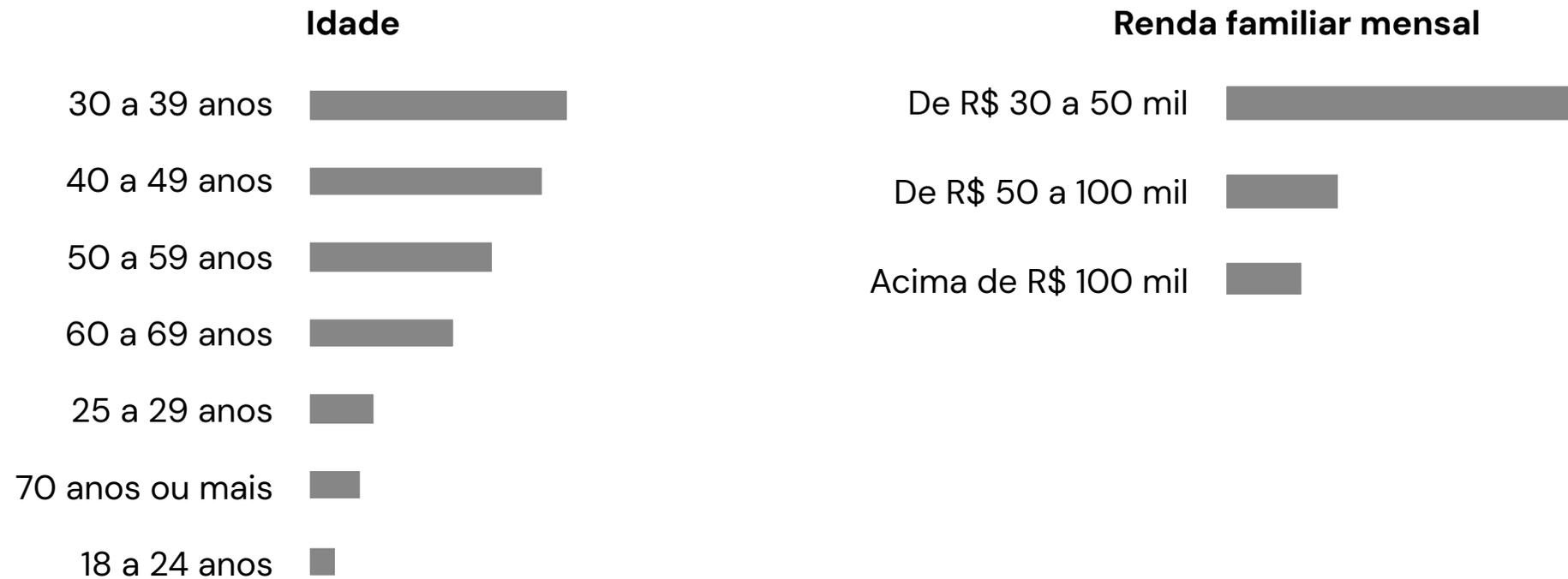
A **maioria** das respondentes **reside na região Sudeste** (60,45%) e é composta por **mulheres** (51,72%), que, em sua maioria, se definem como **heterossexuais**.

Estes viajantes costumam fazer de **2 a 5 viagens nacionais** e de **1 a 3 viagens internacionais ao ano**, refletindo um bom nível de interesse e capacidade de investimento em experiências de viagem.

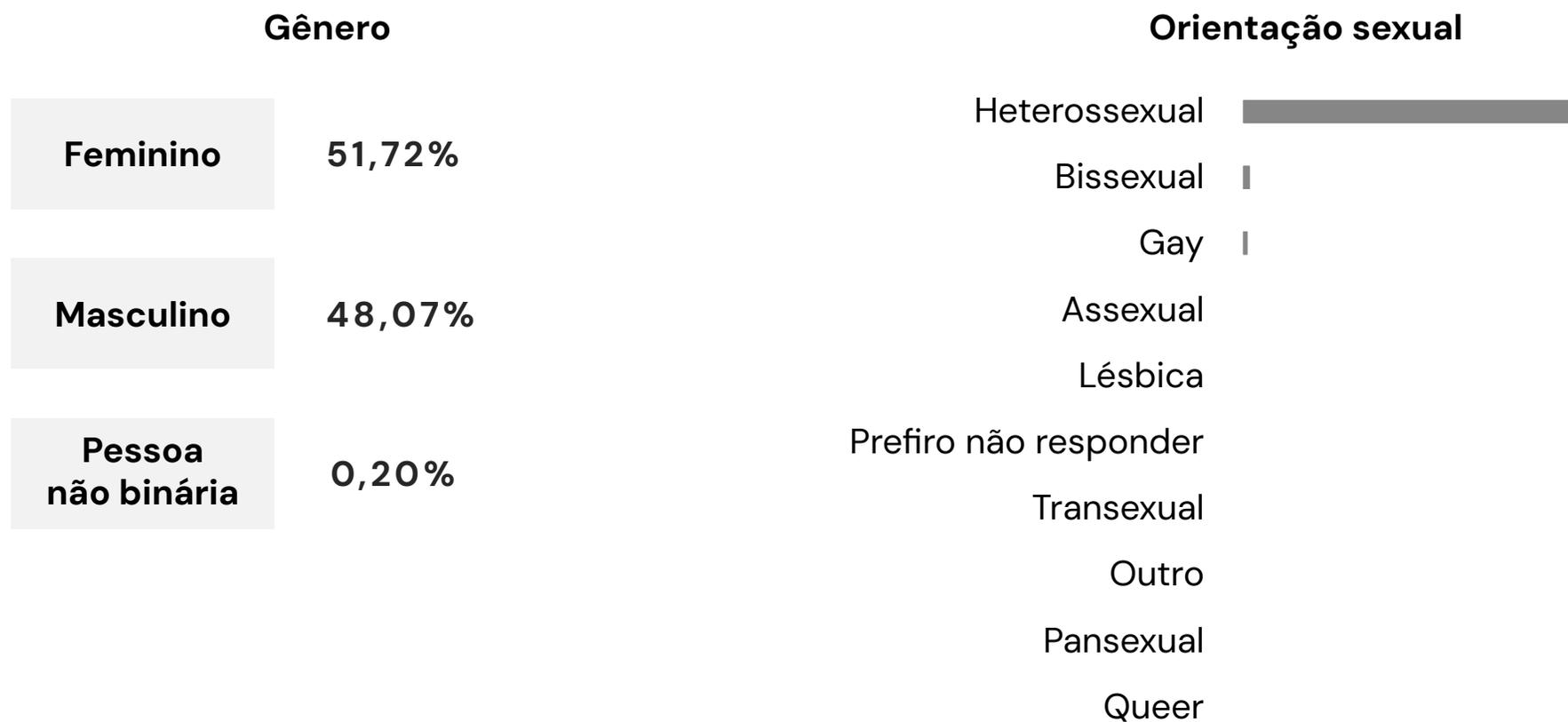
Origem



Idade e renda familiar mensal



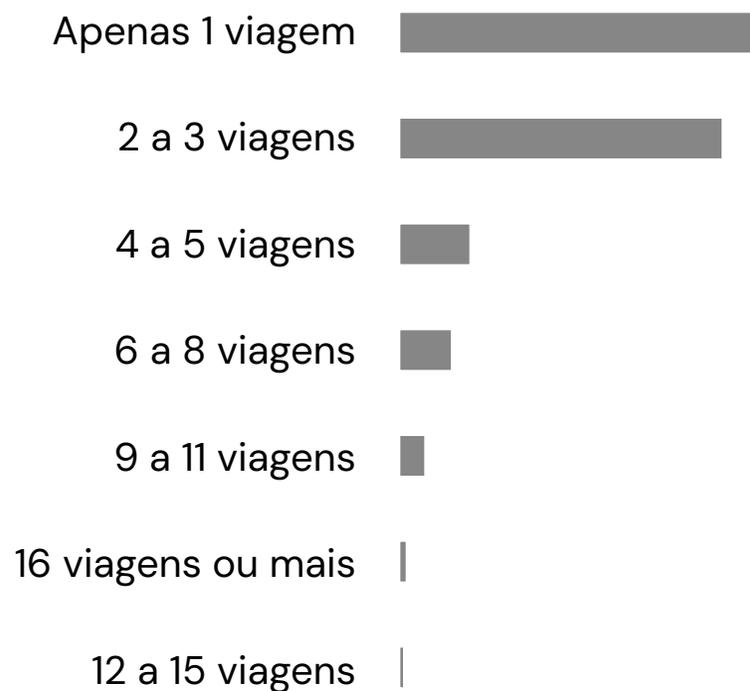
Gênero e orientação sexual



Quantidade de viagens nacionais realizadas nos últimos 12 meses



Quantidade de viagens internacionais realizadas nos últimos 12 meses





WWW.TRVL.COM.BR

Sobre as próximas viagens



WWW.TRVL.COM.BR

Sobre as próximas viagens

O **viajante de luxo brasileiro** tende a passar de **2 a 7 dias em viagens nacionais**, com um gasto médio de **R\$5.001 a R\$15.000 por pessoa**.

Já em **viagens internacionais**, permanecem **de 11 a mais que 15 dias** e gastam, em média, **de R\$15.001 a R\$50.000 por pessoa**.

Os **próximos destinos** de viagens incluem o **Rio de Janeiro** e os **Estados Unidos**, já entre os **destinos dos sonhos** para se conhecer estão os **Lençóis Maranhenses** e a **Itália**.

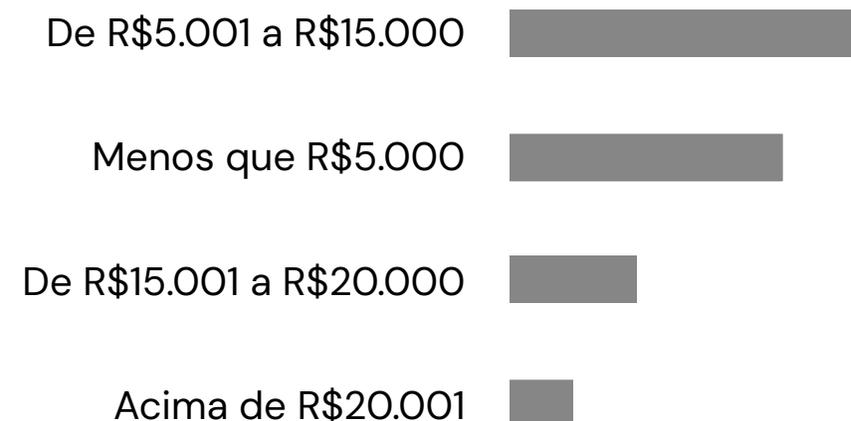
A maioria desse público já possui **experiência de viagens internacionais**, tendo visitado em média **7 países**.

Sobre as próximas viagens nacionais

Tempo de permanência médio estimado/reservado



Gasto médio total por pessoa estimado*



Sobre o próximo destino no Brasil

TRVL | LAB



9,5%
Rio de Janeiro



5,4%
Nordeste



5,2%
Fortaleza



5,0%
São Paulo



3,6%
Bahia



3,6%
Salvador



2,8%
Gramado



2,6%
Natal

Sobre o próximo destino no Brasil

1	Rio de Janeiro	9,5%
2	Nordeste	5,4%
3	Fortaleza	5,2%
4	São Paulo	5,0%
5	Bahia	3,6%
6	Salvador	3,6%
7	Gramado	2,8%
8	Natal	2,6%
9	Fernando de Noronha	2,2%
10	João Pessoa	2,2%
11	Lençóis Maranhenses	2,2%

12	Maceió	2,2%
13	Recife	2,0%
14	Foz do Iguaçu	2,0%
15	Santa Catarina	1,8%
16	Florianópolis	1,8%
17	Belo Horizonte	1,4%
18	Maranhão	1,4%
19	Minas Gerais	1,2%
20	Alagoas	1,2%
21	Jericoacoara	1,2%

Sobre o destino no Brasil que ainda não conhece e deseja muito conhecer

TRVL | LAB



8,5%
Lençóis Maranhenses



8,1%
Fernando de Noronha



4,4%
Amazonas



3,8%
Bonito



3,8%
Jalapão



3,4%
Natal



3,2%
Fortaleza



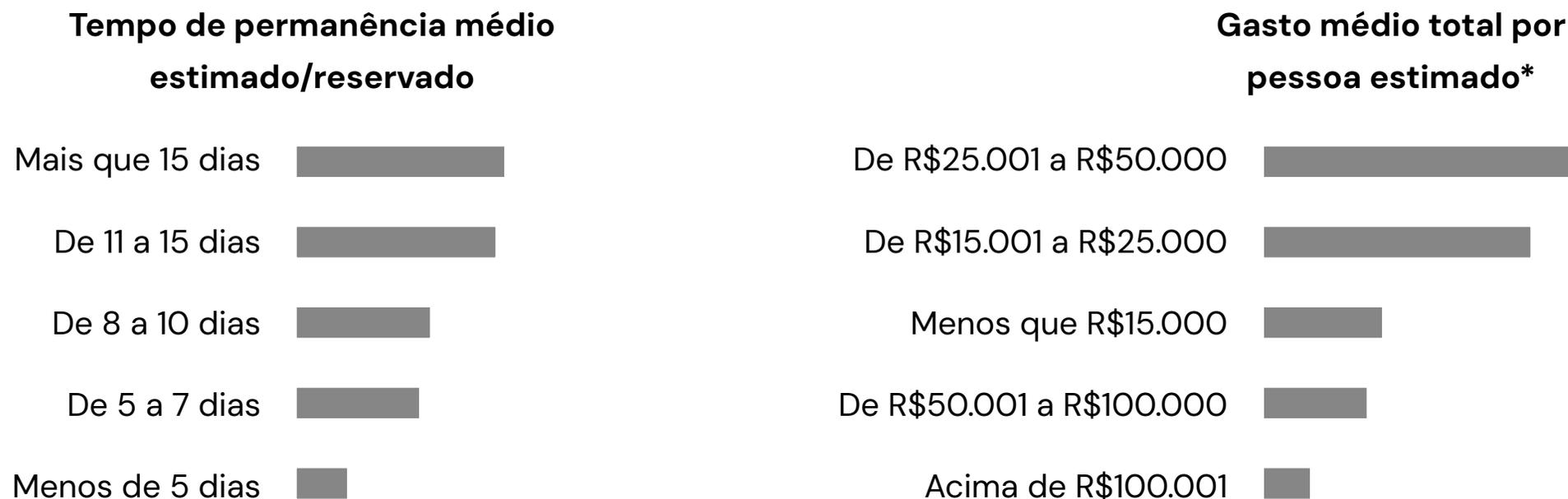
3,0%
Pantanal

Sobre o destino no Brasil que ainda não conhece e deseja muito conhecer

1	Lençóis Maranhenses	8,5%
2	Fernando de Noronha	8,1%
3	Amazonas	4,4%
4	Bonito	3,8%
5	Jalapão	3,8%
6	Natal	3,4%
7	Fortaleza	3,2%
8	Pantanal	3,0%
9	Recife	2,8%
10	Gramado	2,6%
11	Bahia	2,4%

12	Maranhão	2,4%
13	Manaus	2,2%
14	Amazônia	2,0%
15	Minas Gerais	2,0%
16	Rio de Janeiro	2,0%
17	João Pessoa	1,6%
18	Belém	1,6%
19	Maceió	1,6%
20	Nordeste	1,4%
21	Jericoacoara	1,4%

Sobre as próximas viagens internacionais



Sobre o próximo destino internacional

TRVL | LAB



9,7%
Estados Unidos



7,7%
Itália



5,2%
Portugal



3,4%
França



3,2%
Argentina



3,0%
Europa



3,0%
Canadá



2,8%
Grécia



2,8%
Espanha

Sobre o próximo destino internacional

1	Estados Unidos	9,7%
2	Itália	7,7%
3	Portugal	5,2%
4	França	3,4%
5	Argentina	3,2%
6	Europa	3,0%
7	Canadá	3,0%
8	Grécia	2,8%
9	Espanha	2,8%
10	Orlando	2,6%
11	Londres	2,6%

12	Japão	2,2%
13	Paris	2,2%
14	Nova York	1,8%
15	Chile	1,8%
16	Miami	1,6%
17	Dubai	1,4%
18	Noruega	1,4%
19	Buenos Aires	1,2%
20	Disney	1,2%
21	Los Angeles	1,2%
22	Uruguai	1,2%

Sobre o destino internacional que ainda não conhece e deseja muito conhecer

TRVL | LAB



7,3%
Itália



6,5%
Grécia



4,8%
Japão



3,0%
Egito



2,4%
Canadá



2,4%
Paris



1,8%
Turquia



1,8%
Dubai

Sobre o destino internacional que ainda não conhece e deseja muito conhecer

1	Itália	7,3%
2	Grécia	6,5%
3	Japão	4,8%
4	Egito	3,0%
5	Canadá	2,4%
6	Paris	2,4%
7	Turquia	1,8%
8	Dubai	1,8%
9	Tailândia	1,6%
10	Portugal	1,6%
11	França	1,6%

12	Espanha	1,6%
13	Austrália	1,6%
14	Alemanha	1,6%
15	Maldivas	1,6%
16	Londres	1,6%
17	Chile	1,6%
18	Nova York	1,6%
19	Inglaterra	1,2%
20	Filipinas	1,2%
21	Croácia	1,2%

Sobre a quantidade de países já visitados

10,1%

5 países

7,5%

6 países

6,9%

12 países

6,7%

8 países

6,7%

4 países

6,1%

10 países

5,0%

15 países

5,0%

2 países

4,4%

3 países



WWW.TRVL.COM.BR

Sobre as preferências nas viagens de luxo



WWW.TRVL.COM.BR

Sobre as preferências nas viagens de luxo

O **viajante de luxo brasileiro** tem forte preferência por **turismo de sol e praia (61,46%)**, seguido do turismo histórico-cultural (57,81%) e do turismo gastronômico (42,60%).

Suas viagens são **motivadas** pelo **desejo de conhecer novos lugares**, se divertir, relaxar e descansar, sendo o **tempo disponível** um fator decisivo na escolha do destino.

A escolha do destino acontece de 1 ano a 6 meses antes da viagem, porém a reserva de voo e meio de hospedagem acontece de 6 a 3 meses antes. As demais reservas como atrações e restaurantes são feitas mais próximas da data da viagem.



WWW.TRVL.COM.BR

Sobre as preferências nas viagens de luxo

A **qualidade das atrações** de um destino é relevante para este viajante, mas assim como dito anteriormente, o **preço** não deixa de ser importante no processo decisório. Segundo estes respondentes, o fato dos destinos estarem na moda ou “hypados” importa pouco.

Este viajante é **multicanal** e utiliza predominantemente os canais diretos ou as agências de viagens online, entretanto um percentual relevante afirma utilizar os serviços de agências tradicionais ou consultores de viagens.

O meio de transporte mais utilizado é o **avião** com preferência pelas classes **econômica e econômica premium** e esta escolha se dá baseada no **preço, no conforto, na comodidade e praticidade**.



WWW.TRVL.COM.BR

Sobre as preferências nas viagens de luxo

Já para o meio de hospedagem, a preferência é por **hotéis confortáveis** e a escolha acontece baseada no **conforto** e na **localização**.

Nas viagens de lazer, os itens mais relevantes em um meio de hospedagem são o **conforto do apartamento**, a **qualidade e variedade do café da manhã** e a **facilidade da reserva**. Já aqueles considerados menos importantes são as atividades de lazer e entretenimento infantil, a curadoria de conteúdo e um bar com uma boa carta de drinks.

A maioria dos viajantes afirma utilizar **apps e ferramentas digitais** regularmente durante as viagens.

Para este público, viajar é **prioridade** e as viagens são entendidas como parte dos cuidados com a **saúde e o bem-estar**.

Nicho considerado/escolhido para as próximas viagens



61,46%

Turismo de sol e praia



57,81%

Turismo histórico e cultural



42,60%

Turismo gastronômico



27,79%

Cruzeiros



25,76%

Ecoturismo e turismo de natureza



25,56%

Parques aquáticos e temáticos



23,53%

Turismo de eventos



20,08%

Turismo de luxo



16,84%

Turismo de saúde e bem-estar



16,43%

Turismo de esportes e aventura



9,74%

Turismo religioso/espiritual



8,11%

Turismo regenerativo



2,84%

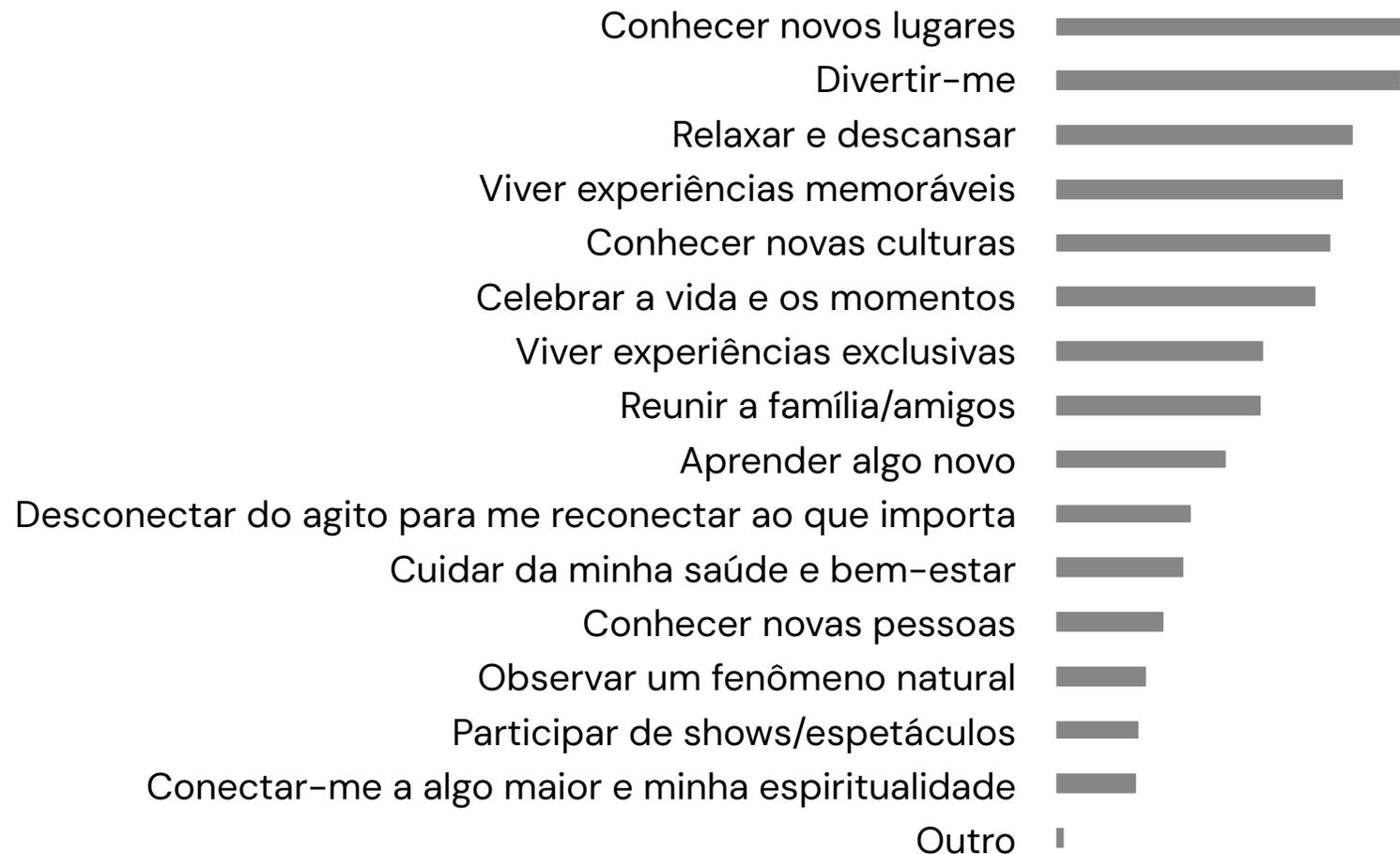
Outro



2,64%

Turismo LGBTQIA+

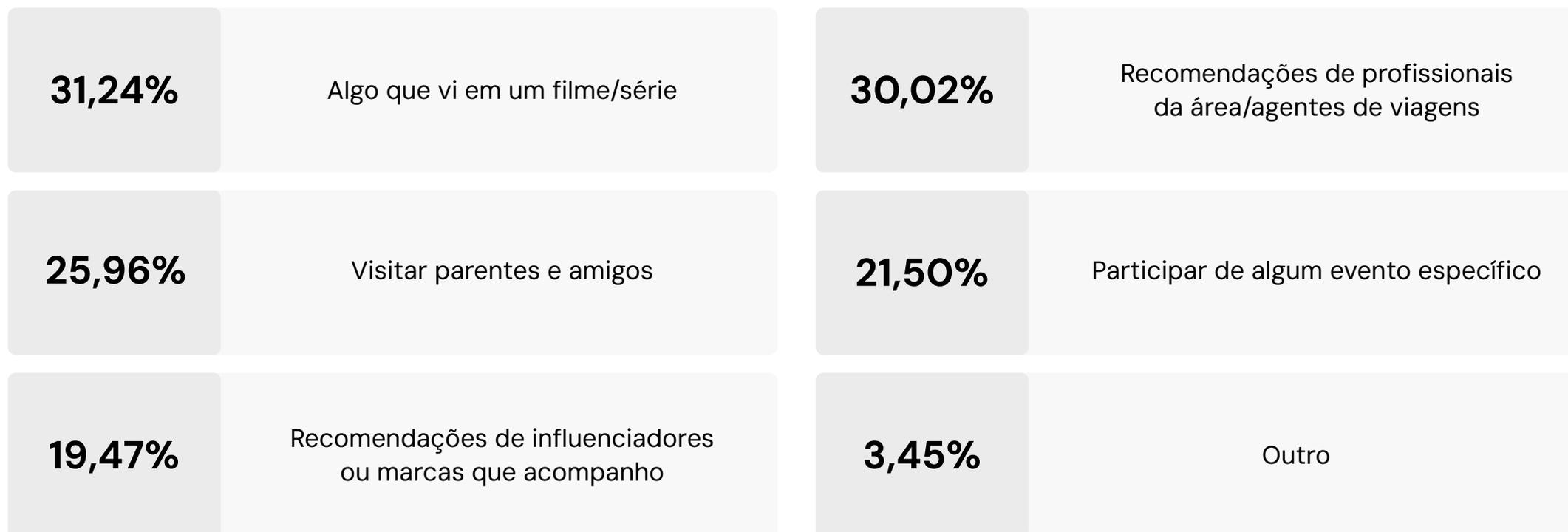
Principais propósitos das próximas viagens de lazer



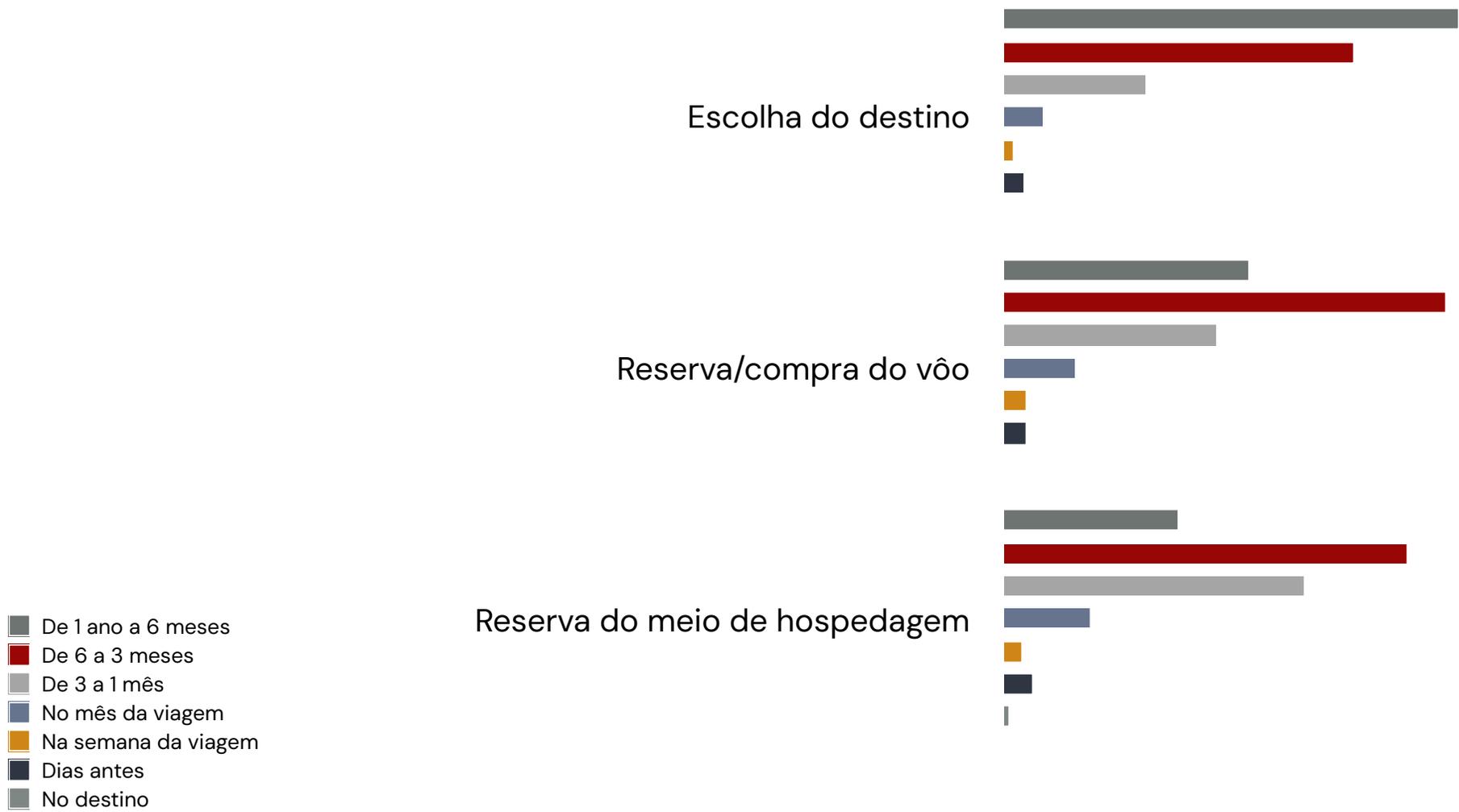
Principais motivos para escolher um destino de férias



Principais motivos para escolher um destino de férias

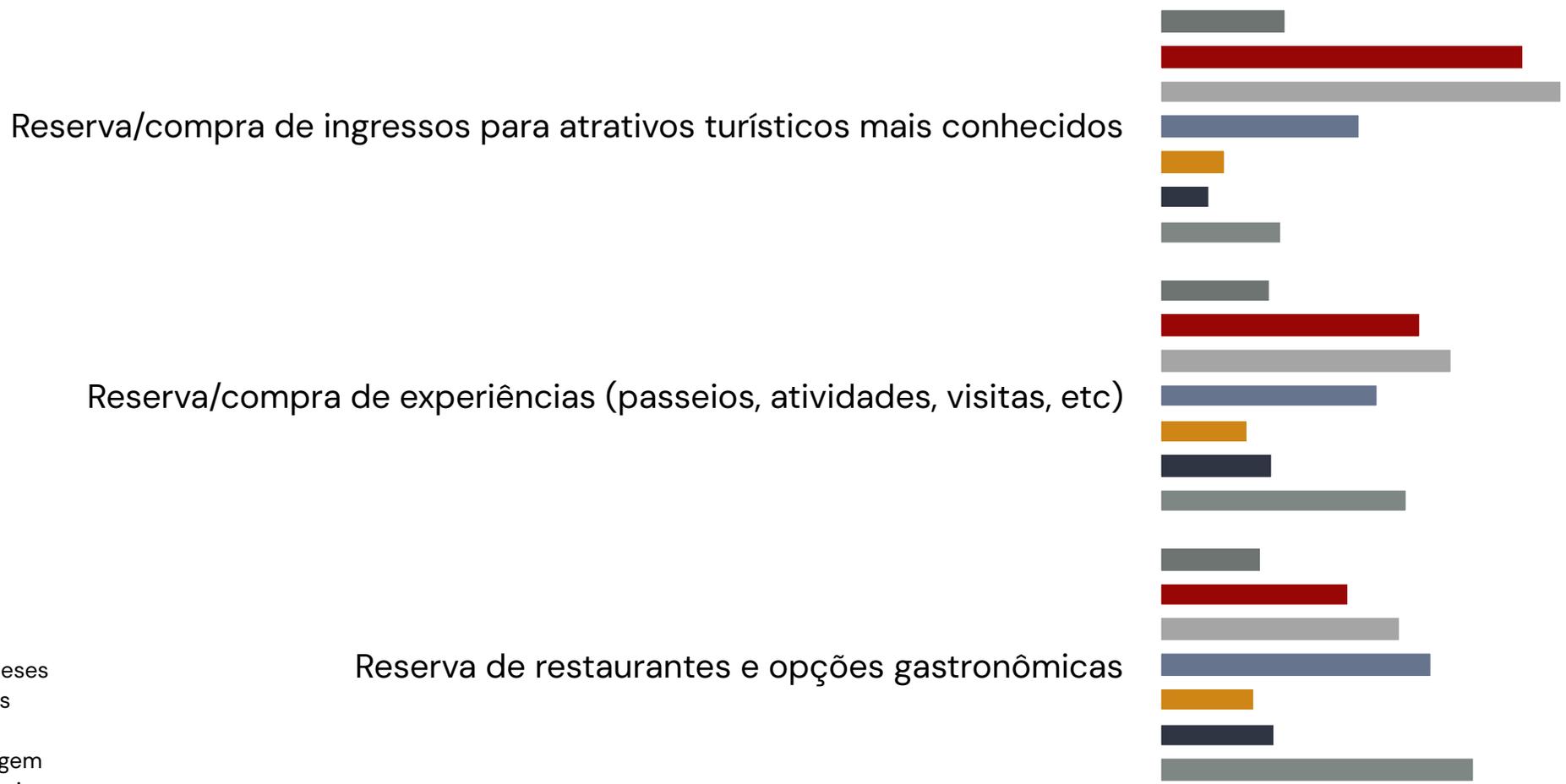


Sobre a antecedência do planejamento da próxima viagem de lazer



*Valores em porcentagem.

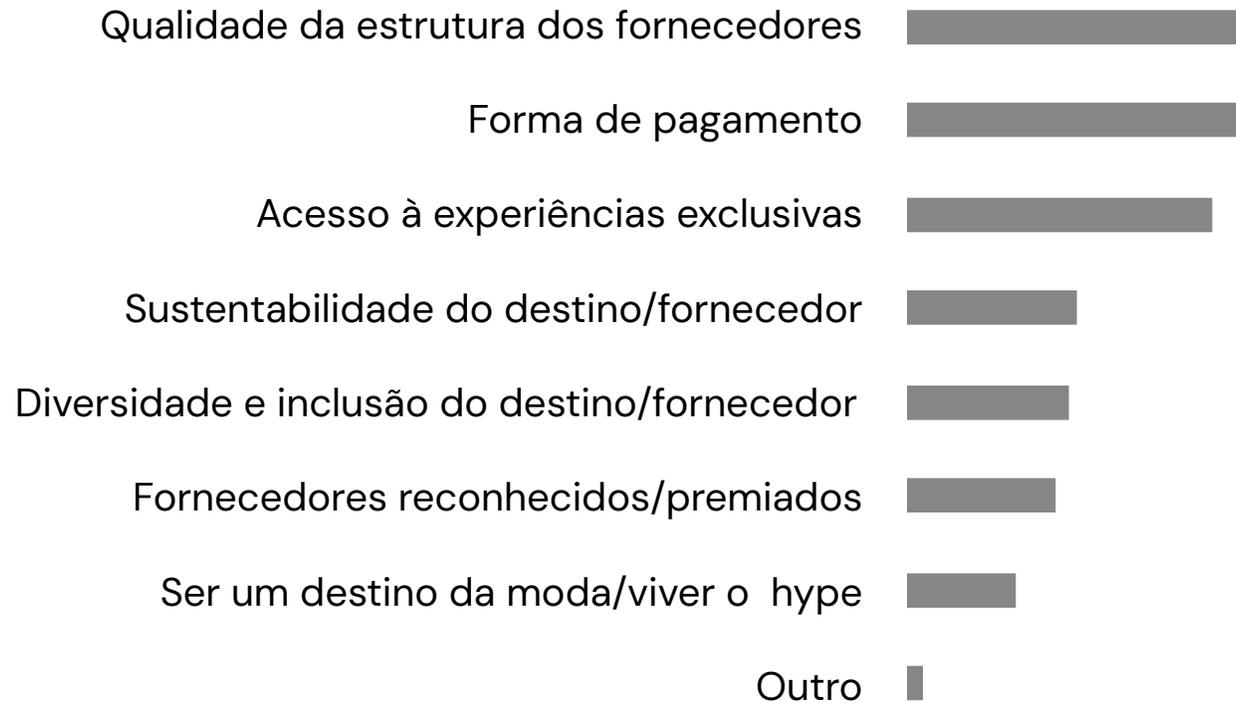
Sobre a antecedência do planejamento da próxima viagem de lazer



- De 1 ano a 6 meses
- De 6 a 3 meses
- De 3 a 1 mês
- No mês da viagem
- Na semana da viagem
- Dias antes
- No destino

*Valores em porcentagem.

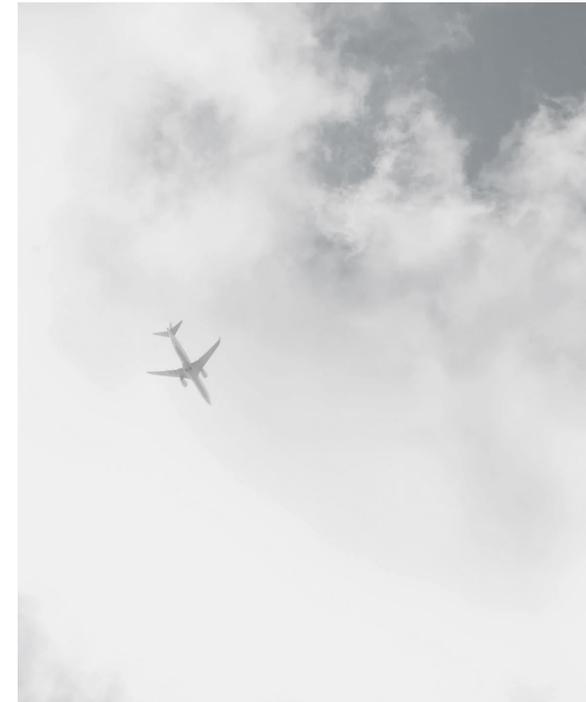
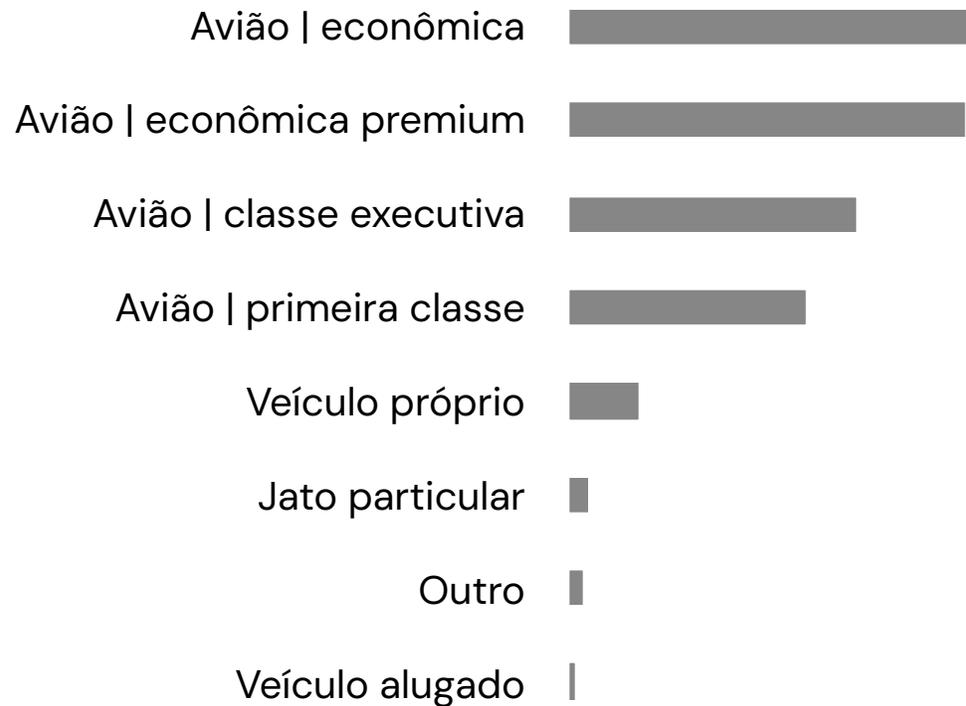
Sobre as características relevantes para a próxima viagem de lazer



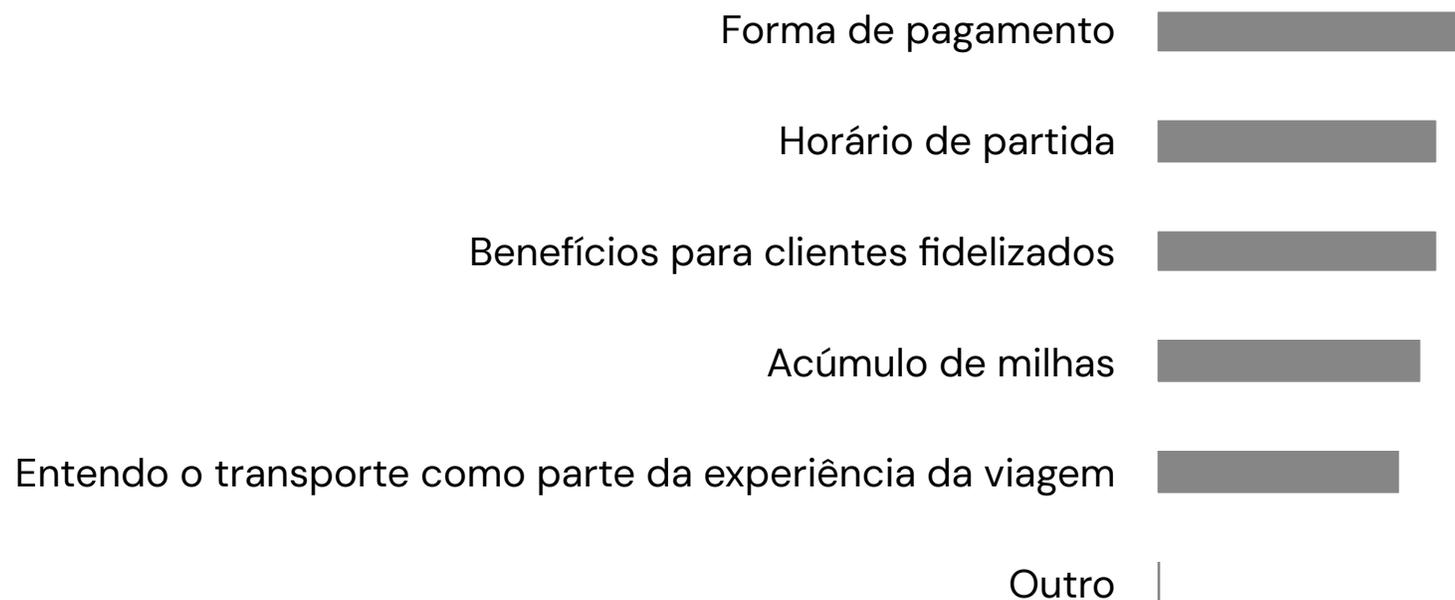
Sobre a forma que realizou ou irá realizar as reservas da próxima viagem de lazer



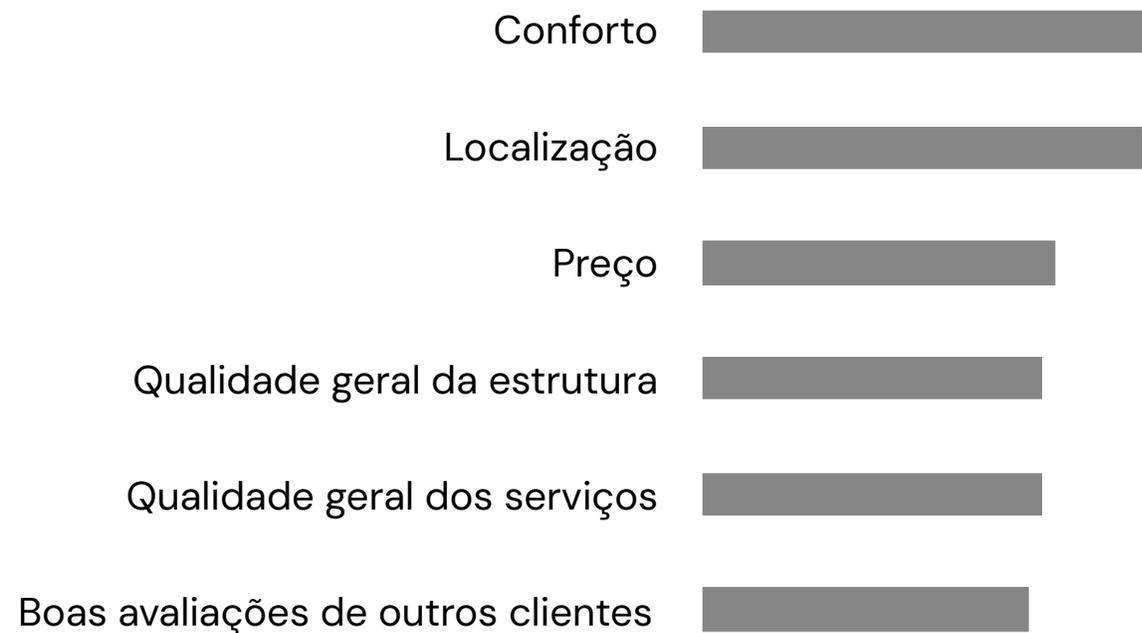
Sobre o meio de transporte escolhido para a próxima viagem



Itens relevantes no meio de transporte escolhido



Itens relevantes no meio de hospedagem escolhido



A importância dos itens nas viagens de lazer | meios de hospedagem



A importância dos itens nas viagens de lazer | meios de hospedagem

3,37

Áreas de lazer completas (ex.: piscinas, quadras, etc)

3,29

Boas práticas sustentáveis

3,27

Ambientação e design elegantes

3,26

Amenities (ex.: shampoo, condicionador, etc) de qualidade

3,26

Serviço de quarto (room service) 24 horas

3,19

Acesso à experiências diferenciadas

3,06

Atividades de lazer e entretenimento adulto

2,99

Academia completa e equipada

A importância dos itens nas viagens de lazer | meios de hospedagem

2,94

Proposta gastronômica
assinada por
chef reconhecido (a)

2,92

Serviço de
conciERGE

2,84

Spa com terapias
variadas

2,80

Bar com
carta de drinks

2,76

Curadoria de
conteúdo

2,76

Atividades de
lazer e
entretenimento
infantil

Nível de concordância com as afirmações sobre viagens

4,27

Utilizo apps e ferramentas digitais regularmente em minhas viagens

4,26

Para mim, viajar é prioridade

4,26

Para mim, viagens são parte dos cuidados com a minha saúde e bem-estar

4,14

Priorizo conhecer lugares que prezam pela autenticidade cultural e histórica

4,13

Prefiro roteiros de viagens flexíveis

4,02

Gosto de retornar aos meus destinos favoritos

4,01

Priorizo experiências únicas individuais ou em pequenos grupos

3,91

Invisto em opções gastronômicas nas minhas viagens

3,88

Me incomodo com a quantidade excessiva de turistas em alguns destinos

Nível de concordância com as afirmações sobre viagens

3,86

Valorizo marcas, empresas e destinos turísticos que prezam pela responsabilidade social

3,82

Topo pagar mais por benefícios diferenciados e exclusivos

3,78

Valorizo marcas, empresas e destinos turísticos que prezam pela sustentabilidade

3,73

Ao escolher fornecedores, priorizo aqueles que são locais

3,73

Gosto de viajar para destinos exóticos

3,58

Costumo aproveitar do destino a lazer em viagens de trabalho

3,52

Costumo fazer viagens para destinos de saúde e bem-estar

3,42

Em minhas viagens, topo pagar mais por produtos e serviços que sejam sustentáveis

2,99

Trabalho com frequência em viagens a lazer

* Valores em média ponderada

** Valor máximo: 5,0 - concordo totalmente



WWW.TRVL.COM.BR

Perfis específicos de viajantes de luxo

Perfil específico dos viajantes com renda acima de R\$50 mil/mês

Quando analisamos exclusivamente os respondentes com perfil de renda superior, não identificamos alterações na frequência, duração e gastos médios tanto em viagens nacionais, quanto internacionais. Também não há diferença significativa nos próximos destinos e naqueles mais desejados.

A média de países visitados é maior, com cerca de 12 localidades.

Este grupo, além de conhecer novos lugares e se divertir, **deseja viver experiências memoráveis e dá mais ênfase em conhecer novas culturas.**

Tempo disponível, ouvir pessoalmente histórias de conhecidos e o preço são os principais motivadores na escolha de um destino.

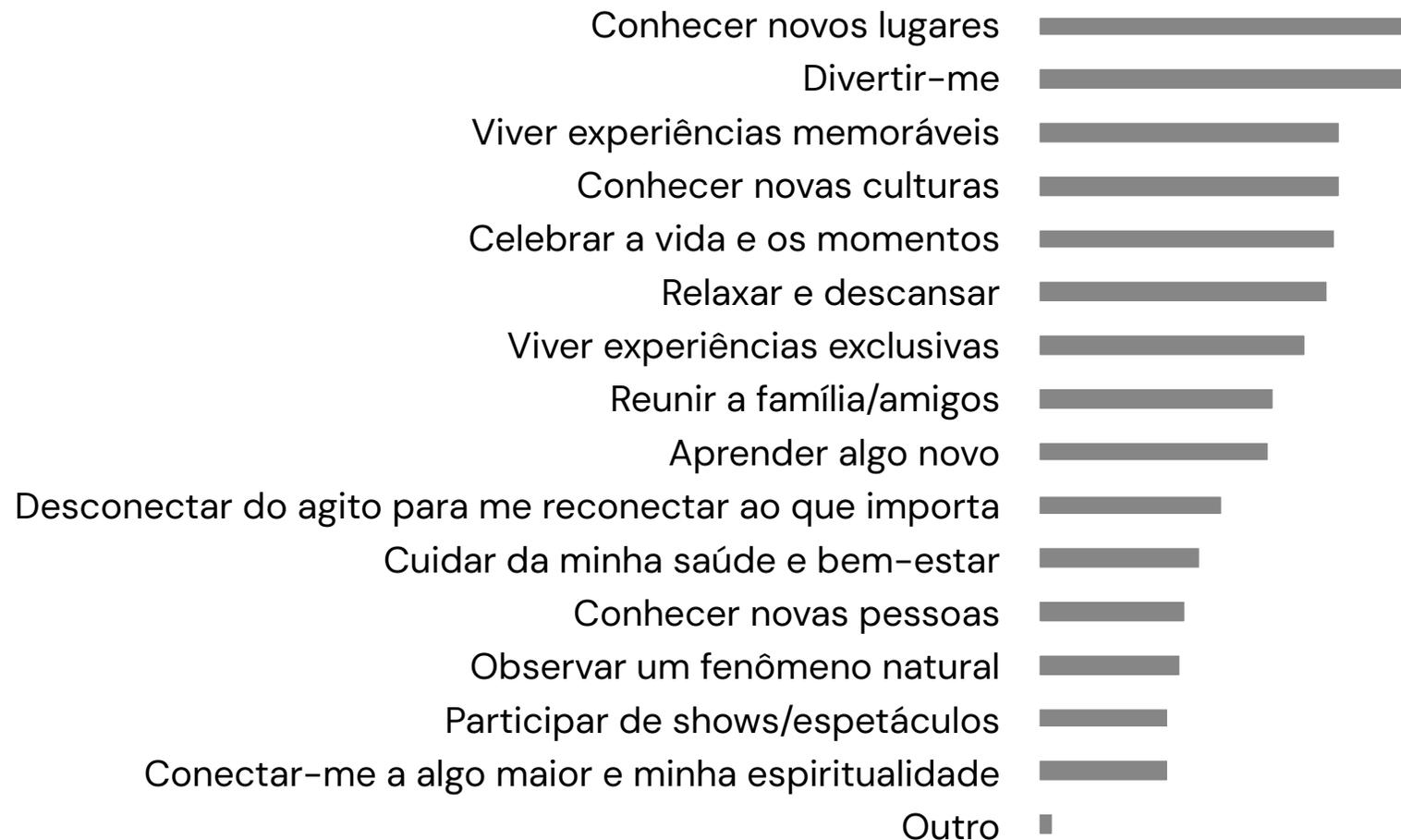
Perfil específico dos viajantes com renda acima de R\$50 mil/mês

Apesar de na teoria contarem com maior disponibilidade orçamentária, o preço é o fator mais relevante na escolha das viagens de lazer, ainda mais que na amostra geral.

A classe executiva tem maior penetração neste grupo, porém a econômica premium aparece na primeira posição, sendo que estas opções acontecem pelo conforto e preço. Para os hotéis, seguem o mesmo perfil da amostra geral.

Viajar também é prioridade e viagens são consideradas parte da manutenção da saúde e do bem-estar. Adicionalmente, **priorizam conhecer lugares mais autênticos e que valorizam a cultura e a história.**

Principais propósitos das próximas viagens de lazer



Perfil específico dos viajantes da Geração Z

A única diferença nos dados demográficos da faixa etária de 18 a 24 anos é que 7,14% identificam sua orientação sexual como bissexuais.

É um grupo com mais **privilégios de viagens desde a infância**, fazendo de 6 a 8 viagens internacionais por ano, porém mais curtas e com um gasto médio menor.

O nicho de viagens desta geração são mais bem distribuídos, demonstrando apetite pela variedade de propósitos e o **ecoturismo e turismos de natureza é o terceiro preferido** com 64,29% e bastante mais relevante que a amostra geral.

Os propósitos das viagens são conhecer novos lugares e **viver experiências exclusivas**, o que faz sentido para uma geração nascida na economia da experiência.

Perfil específico dos viajantes da Geração Z

As **redes sociais exercem mais influência na escolha de destinos que a amostra geral**, tanto com recomendações de parentes e amigos quanto de influenciadores que acompanham. Elas empatam com o preço/promoção e também com algo que viram em série ou filme.

Buscam principalmente **acesso à experiências exclusivas** (71,43%), qualidade dos serviços prestados (57,14%) e possibilidade de personalizar o roteiro (50%).

Fazem pesquisa online em profundidade, mas **utilizam agentes e consultores para o fechamento em maior número que a amostra geral**.

Privilegiam o **acesso rápido ao destino** na hora de escolher o meio de transporte e utilizam hotéis 5 estrelas, pensando na **melhor capacidade de acomodar suas necessidades individuais**.

Nicho considerado/escolhido para as próximas viagens



85,71%

Turismo de sol e praia



71,43%

Turismo gastronômico



64,29%

Ecoturismo e turismo de natureza



57,14%

Turismo histórico e cultural



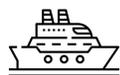
50%

Parques aquáticos e temáticos



50%

Turismo de eventos



35,71%

Cruzeiros



35,71%

Turismo de saúde e bem-estar



35,71%

Turismo de esportes e aventura



28,57%

Turismo de luxo



28,57%

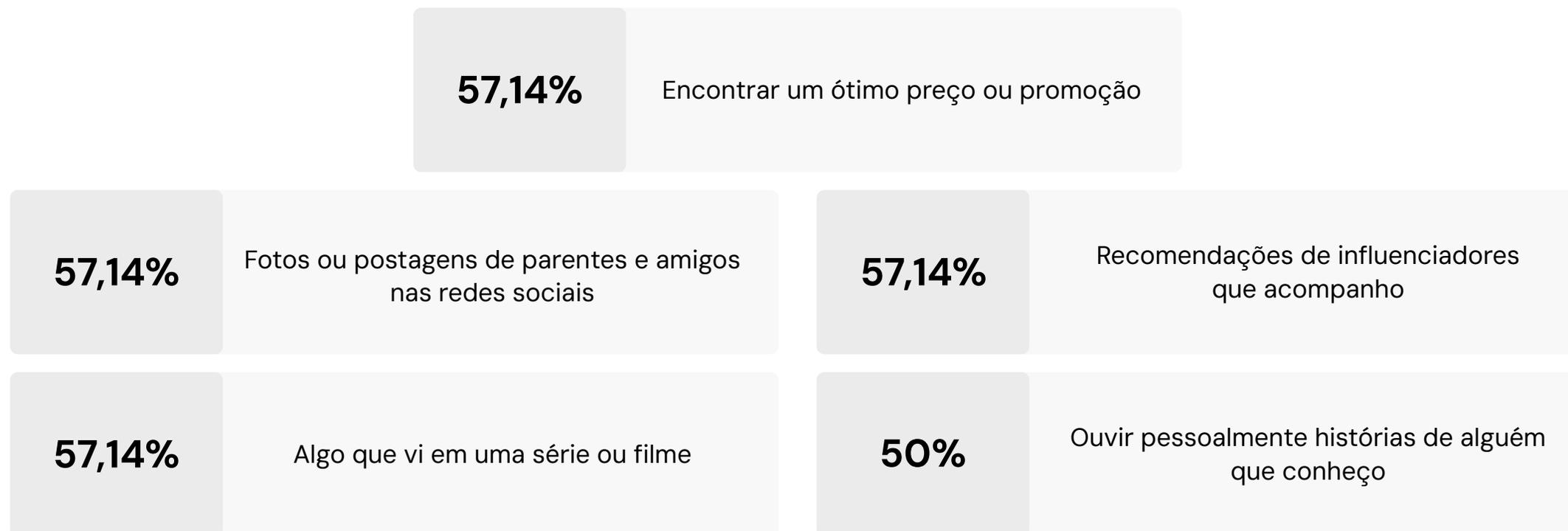
Turismo religioso/espiritual



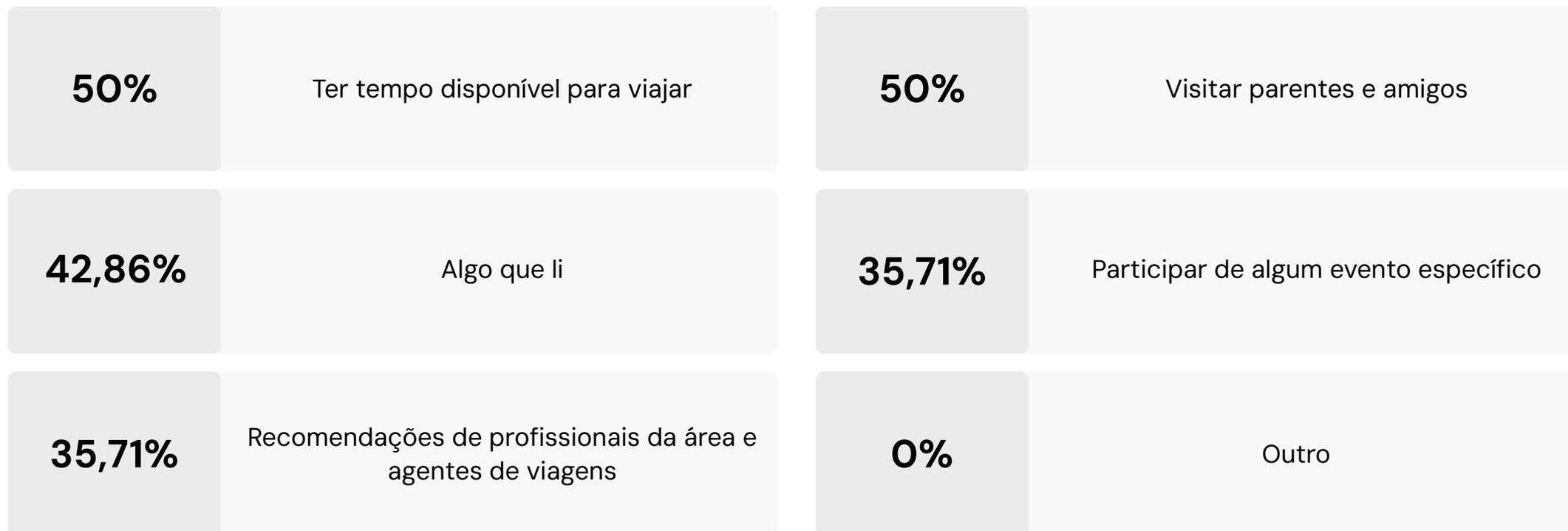
21,43%

Turismo regenerativo

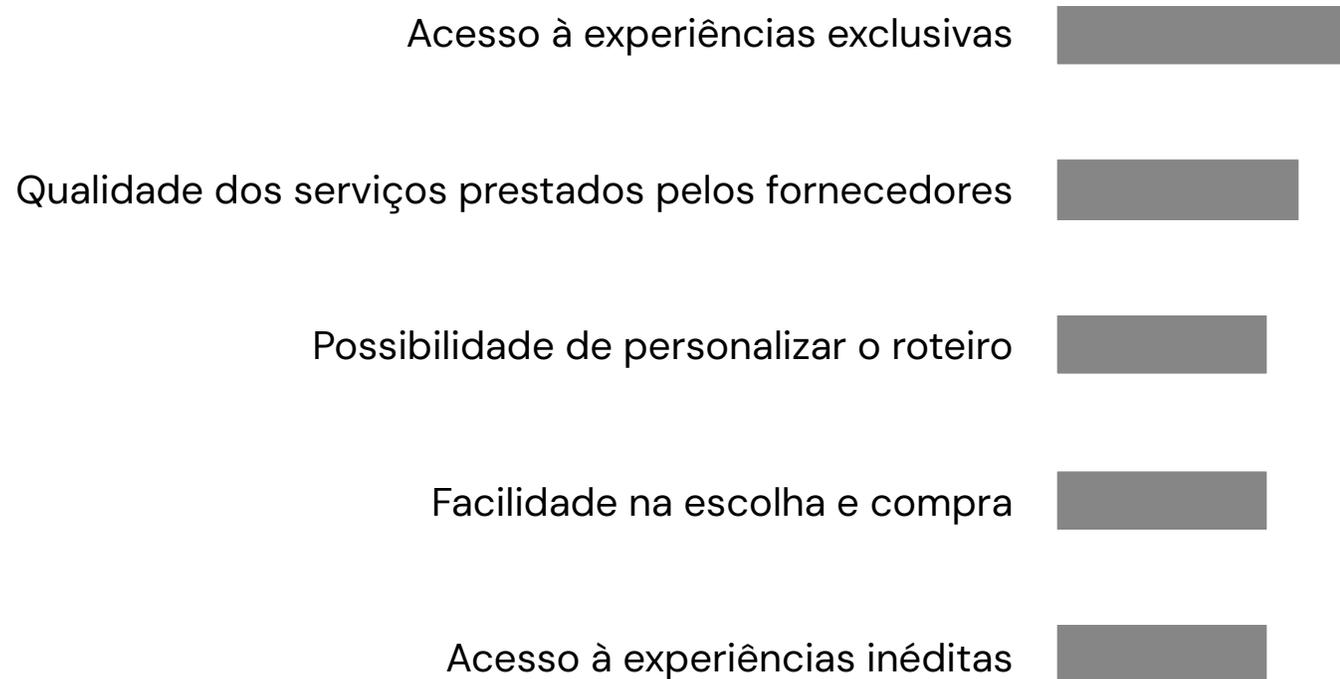
Principais motivos para escolher um destino de férias



Principais motivos para escolher um destino de férias



Sobre as características relevantes para a próxima viagem de lazer



WWW.TRVL.COM.BR

O que dizem as empresas?

Questionário respondido por
intermediários



WWW.TRVL.COM.BR

Sobre as agências de viagens e operadoras

Entre os respondentes, 81,30% trabalham em **agências ou operadoras com 1 a 10 funcionários** e com faturamento médio de até R\$5 milhões anuais, dos quais 51 a 99% vêm de clientes de luxo.

Os destinos mais populares para esses clientes incluem **Fernando de Noronha**, nacionalmente, e **Europa**, no exterior.

De acordo com eles, os nichos mais procurados são **turismo gastronômico, de luxo e de sol e praia**, com viagens focadas em relaxamento, descanso e exploração de novos lugares.



WWW.TRVL.COM.BR

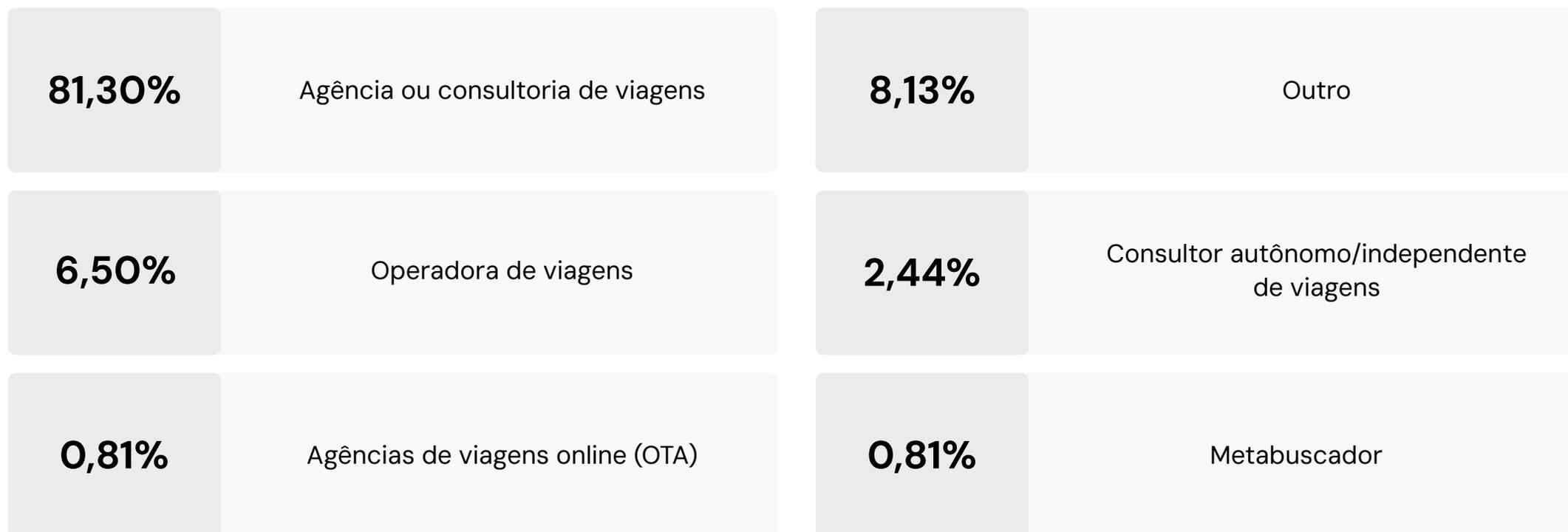
Sobre as agências de viagens e operadoras

Seus clientes priorizam **roteiros personalizados** e hospedagem em **hotéis 5 estrelas**, com o **avião** como principal meio de transporte.

Os profissionais também sinalizam um **crescente interesse por destinos internacionais exóticos e pouco explorados**, com **clientes dispostos a pagar mais por experiências personalizadas e exclusivas**.

Entre as **principais tendências** do mercado, destacam as **viagens em pequenos grupos com interesses comuns**, o **aluguel de barcos com tripulação** e os **cruzeiros fluviais**.

Sobre o setor de atuação das empresas no Turismo



O atendimento ao segmento de luxo

97,44%

Sim, minha empresa atende
ao segmento de luxo

2,56%

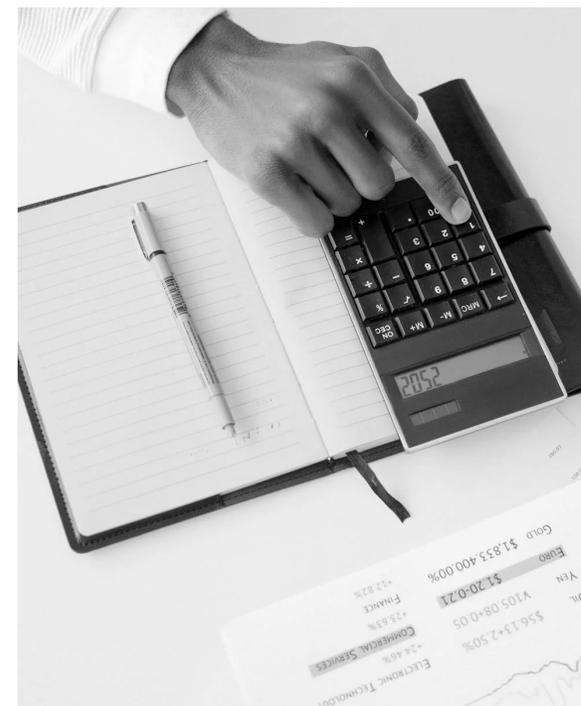
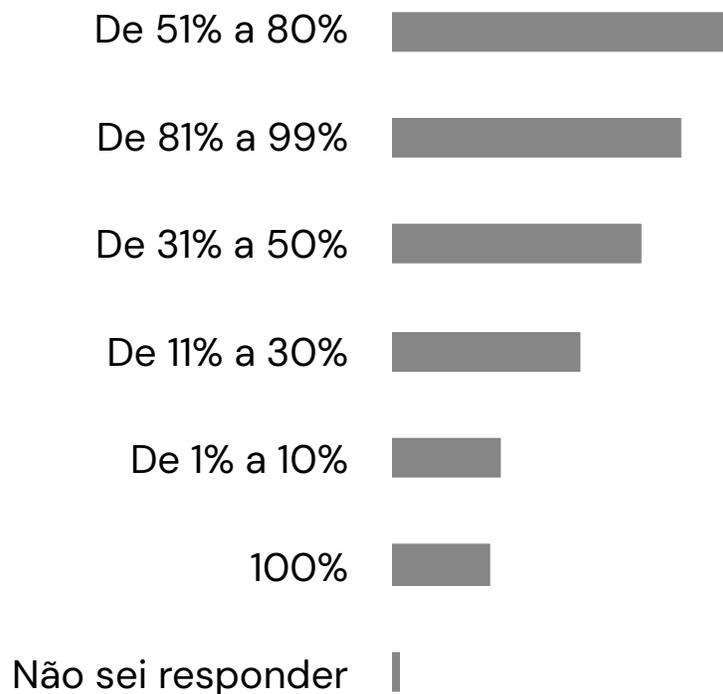
Não, minha empresa não atende
ao segmento de luxo



Sobre o que é entendido como segmento de luxo na empresa



Sobre a porcentagem que representa o faturamento anual total do segmento de luxo



Sobre os destinos nacionais mais procurados pelos clientes



26,1%
Fernando de Noronha



26,1%
Rio de Janeiro



25%
Trancoso



25%
Bahia



21,4%
Nordeste



21,4%
Lençóis Maranhenses



14,2%
São Paulo



11,9%
Ceará

Sobre os destinos nacionais mais procurados pelos clientes

1	Fernando de Noronha	26,1%
2	Rio de Janeiro	26,1%
3	Trancoso	25%
4	Bahia	25%
5	Nordeste	21,4%
6	Lençóis Maranhenses	21,4%
7	São Paulo	14,2%
8	Ceará	11,9%
9	Amazônia	10,7%
10	Amazonas	10,7%
11	Foz do Iguaçu	10,7%
12	Alagoas	9,5%

13	Sul	7,1%
14	Pantanal	5,9%
15	São Miguel dos Milagres	5,9%
16	Gramado	4,7%
17	Maceió	3,5%
18	Jericoacoara	3,5%
19	Santa Catarina	2,3%
20	Fortaleza	2,3%
21	Campos do Jordão	2,3%
22	Sudeste	2,3%
23	Norte	2,3%
24	Salvador	2,3%

Sobre os destinos internacionais mais procurados pelos clientes



40,2%
Europa



29,8%
Itália



26,8%
França



22,6%
África do Sul



21,6%
Estados Unidos



21,6%
Japão



14,4%
Ásia



11,3%
Maldivas

Sobre os destinos internacionais mais procurados pelos clientes

1	Europa	40,2%
2	Itália	29,8%
3	França	26,8%
4	África do Sul	22,6%
5	Estados Unidos	21,6%
6	Japão	21,6%
7	Ásia	14,4%
8	Maldivas	11,3%
9	Portugal	9,2%
10	Caribe	8,2%
11	Espanha	8,2%

12	Dubai	8,2%
13	Grécia	7,2%
14	Suíça	7,2%
15	Tailândia	5,1%
16	Paris	5,1%
17	Turquia	4,1%
18	Egito	4,1%
19	Croácia	3,0%
20	Arábia Saudita	3,0%
21	América do Sul	3,0%
22	Inglaterra	3,0%

Nicho considerado/escolhido para as próximas viagens



71,13%

Turismo
gastronômico



68,04%

Turismo
de luxo



67,01%

Turismo de
sol e praia



57,73%

Turismo
histórico-cultural



51,55%

Cruzeiros



41,24%

Turismo de
saúde e bem-estar



23,71%

Turismo de
esportes e
aventura



19,59%

Ecoturismo e
turismo de
natureza



18,56%

Turismo
regenerativo



12,37%

Turismo de
eventos



4,12%

Outro



3,09%

Turismo
LGBTQIA+



2,06%

Turismo
religioso/espiritual



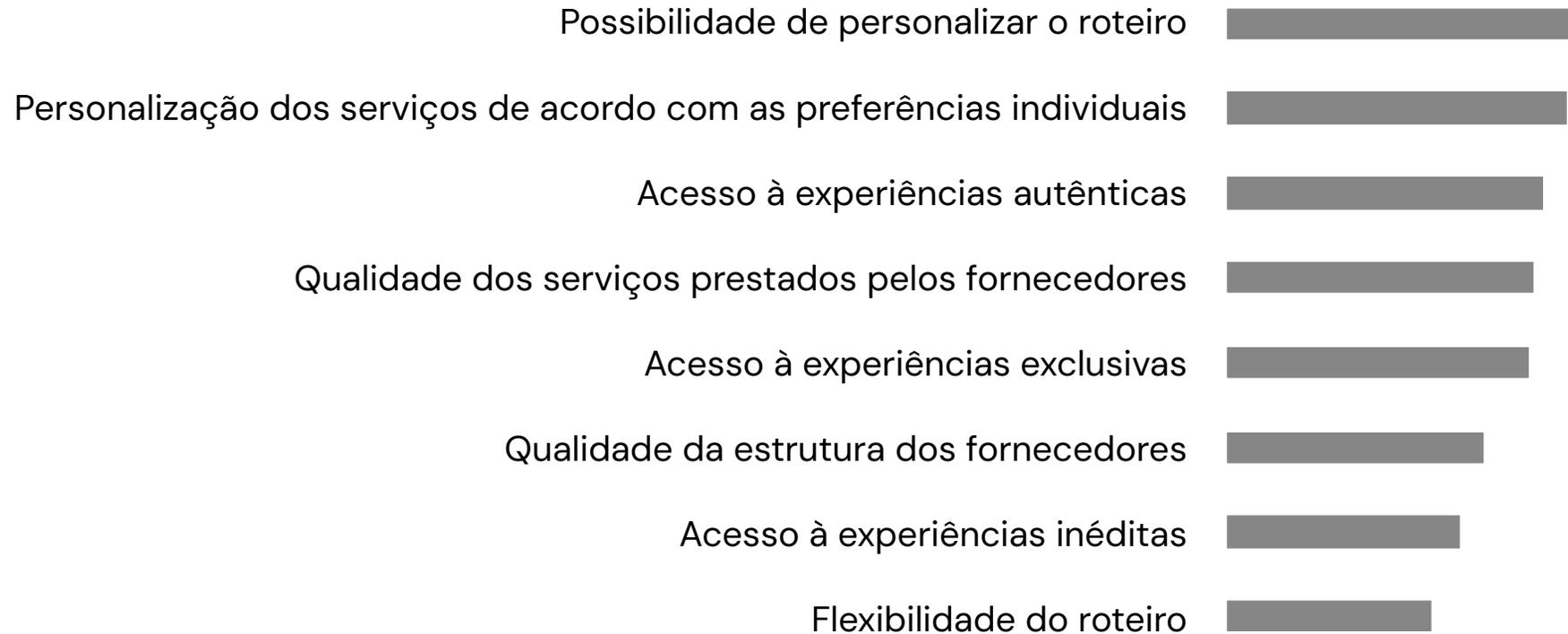
2,06%

Parques
aquáticos/
temáticos

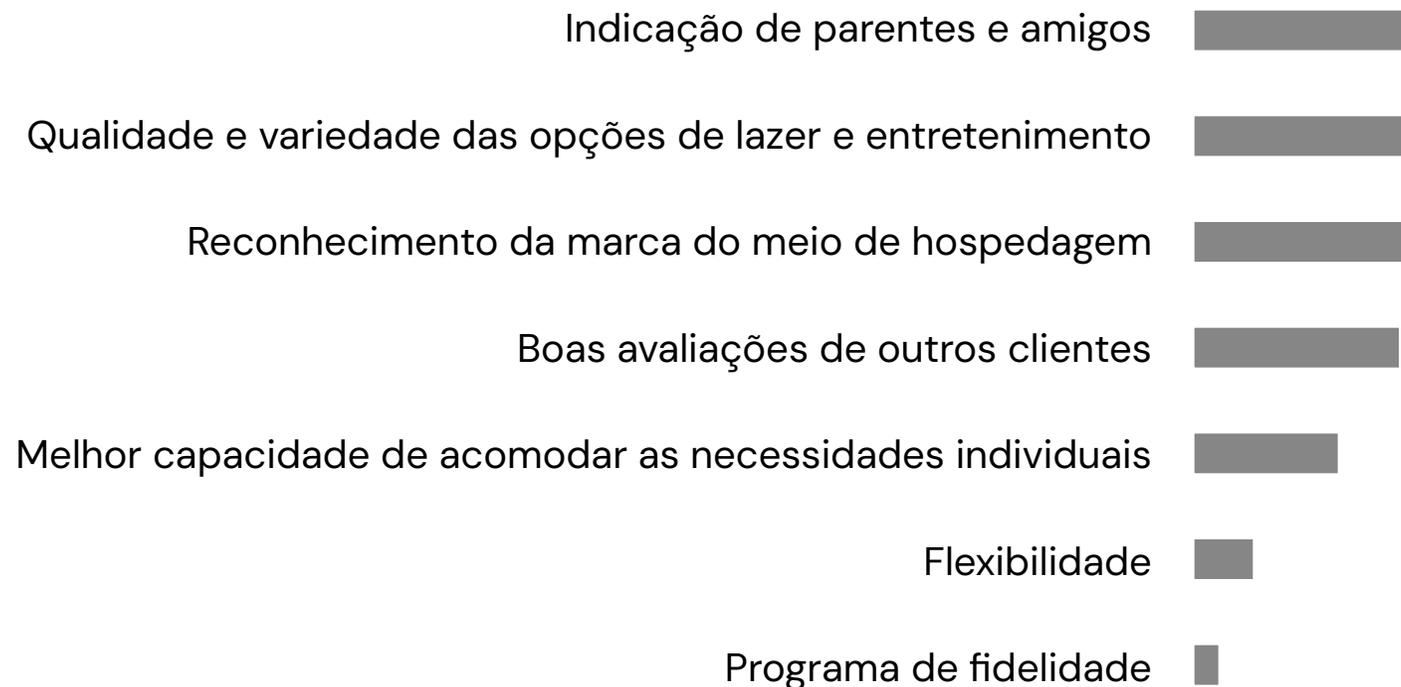
Sobre o meio de contato mais utilizado pelos clientes do segmento de luxo



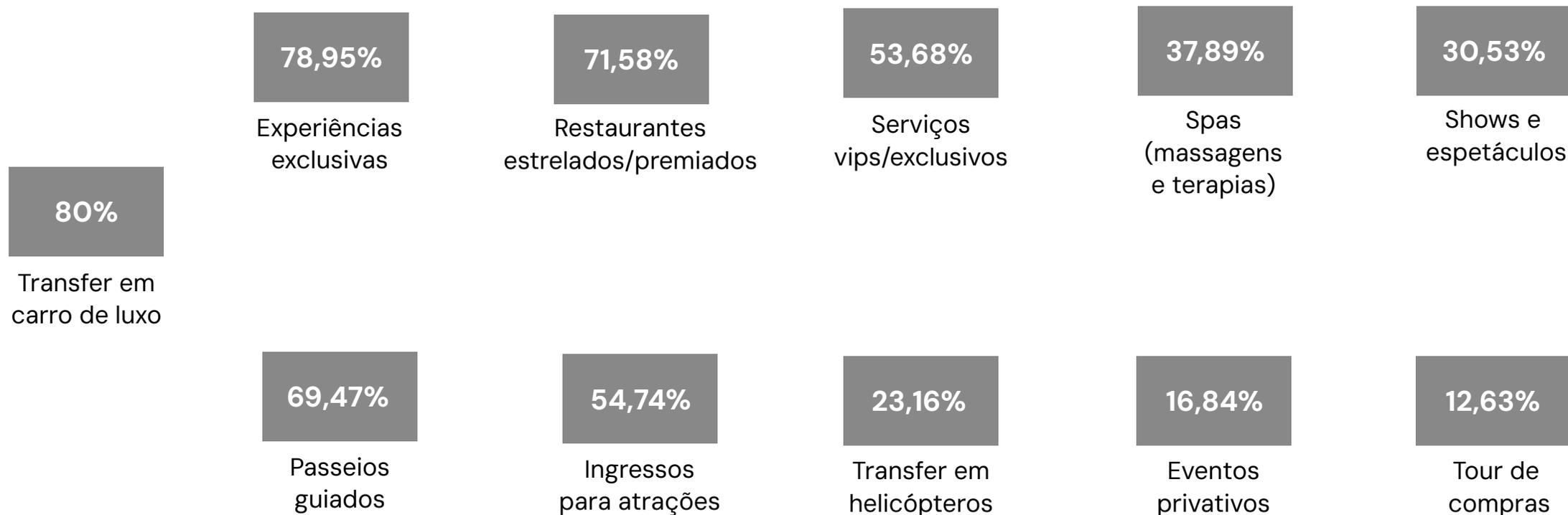
Sobre as características relevantes para a próxima viagem de lazer



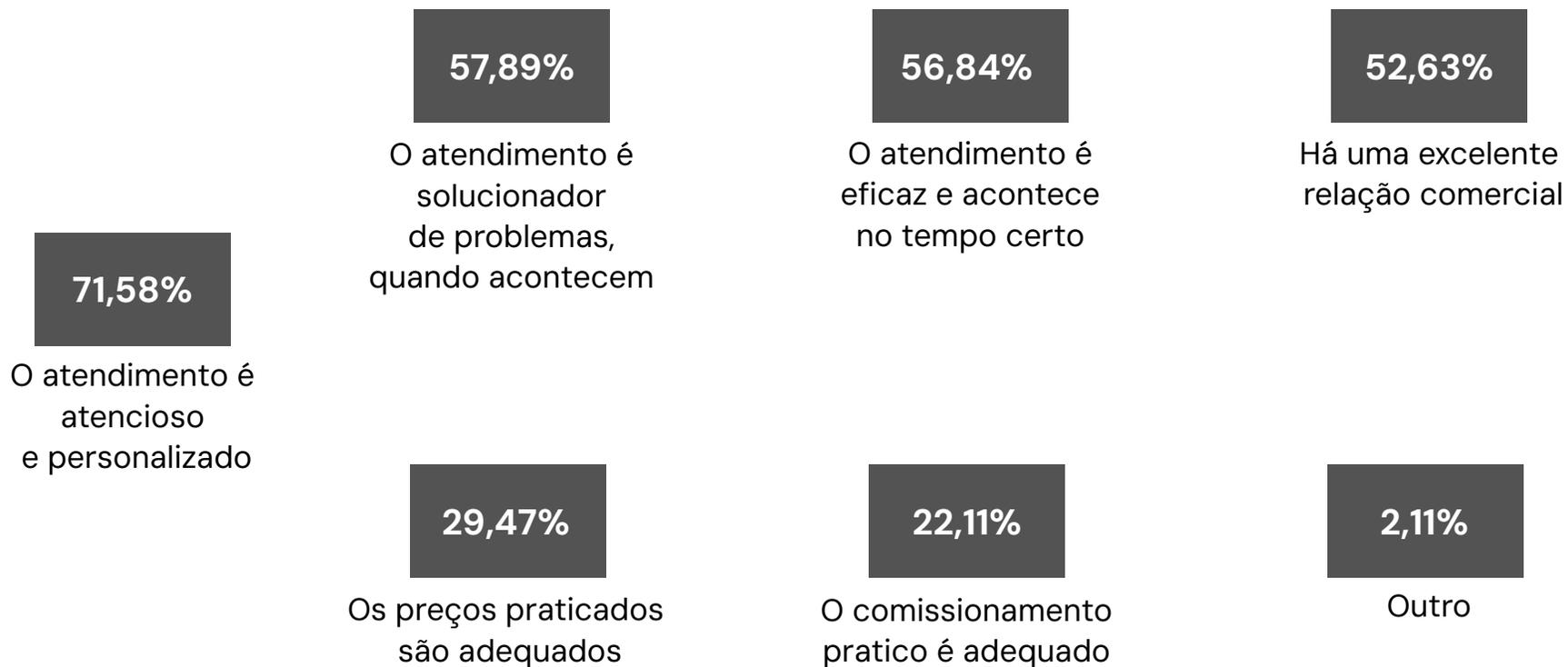
Itens relevantes sobre o meio de hospedagem escolhido



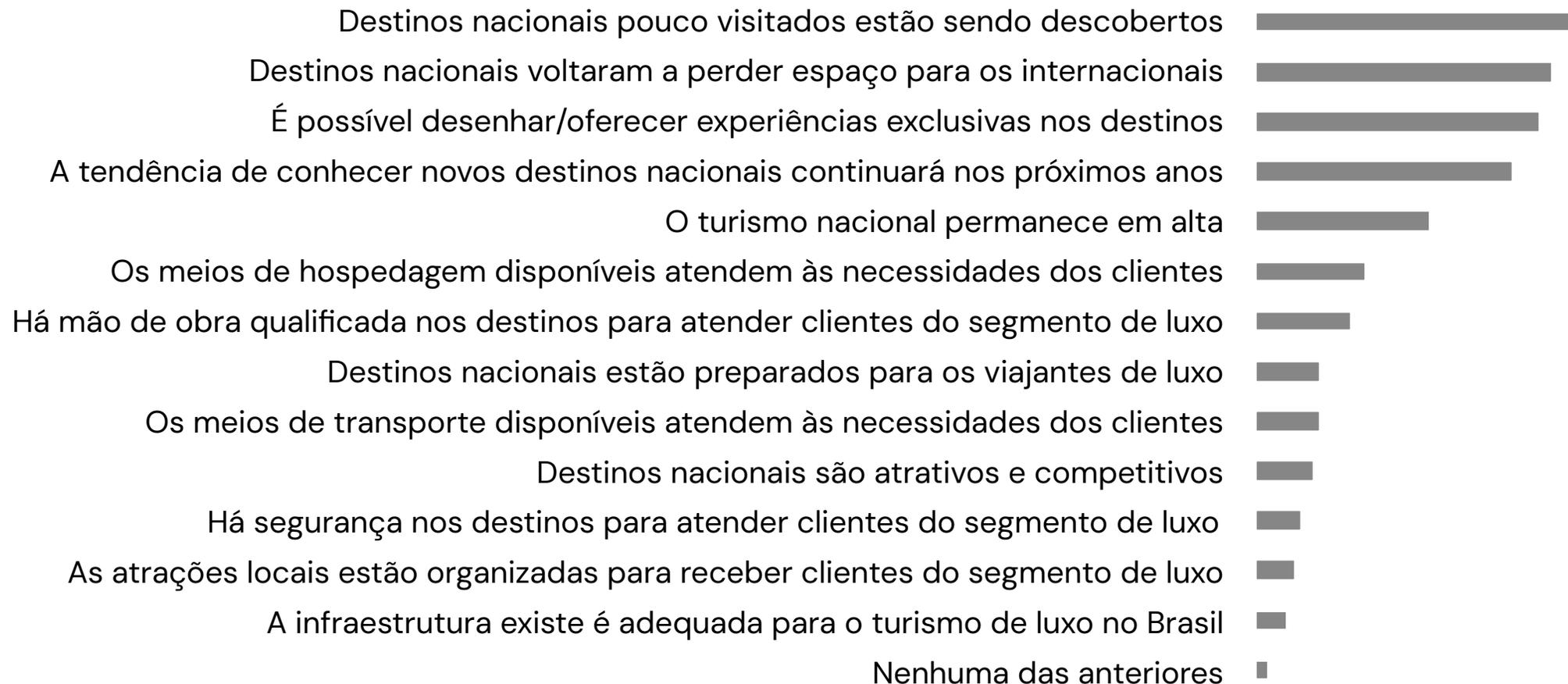
Sobre os componentes adquiridos ou reservados previamente



Sobre a relação com os fornecedores turísticos de viagens de luxo



Sobre o momento atual do turismo nacional de luxo



Sobre as tendências do turismo observadas

78,41%

Há um aumento da procura por destinos internacionais exóticos e menos explorados

75%

Clientes topam pagar mais por experiências personalizadas e exclusivas

71,59%

Viajar é uma prioridade absoluta para clientes deste segmento

52,27%

As viagens estão mais tranquilas, com menos destinos visitados por viagem

50%

O foco em experiências de bem-estar é crescente

Sobre as tendências do turismo observadas

25%

Há ferramentas tecnológicas disponíveis para aprimorar a experiência do cliente de luxo

25%

Tenho diversos clientes que trabalham durante as férias

15,91%

Clientes topam pagar mais por produtos e serviços sustentáveis social e ambientalmente

1,14%

Nenhuma das anteriores

Sobre as principais transformações de hábitos em relação às viagens de luxo

"Maior procura por *slow travel*, viagens mais curtas e menos corridas, com menos atividades."

"Viagens em pequenos grupos com experiências exclusivas."

"Mais relaxamento e momentos de lazer."

"Menos grife, mais exclusividade!"

"Foco no bem-estar."

WWW.TRVL.COM.BR

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\$ 25.000 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 3.284 respostas com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 1,71%.

Adicionalmente, 123 profissionais do turismo responderam a pesquisa de intermediários e os dados foram cruzados com a pesquisa de clientes, aprimorando a validação dos resultados.



WWW.TRVL.COM.BR

Nosso contato

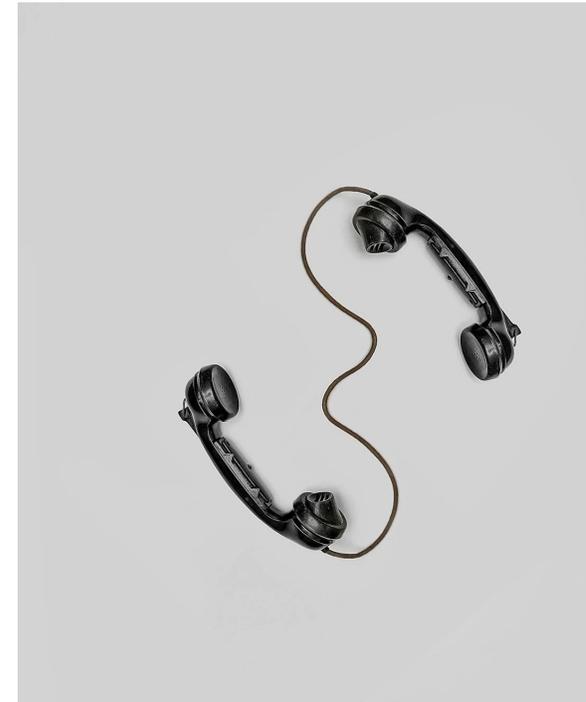
O objetivo desta iniciativa é compartilhar conhecimento relevante com a indústria de Viagens e Turismo, portanto, somos pró-compartilhamento e queremos que este conteúdo seja aproveitado pelo maior número de pessoas possível.

Fique à vontade para compartilhar partes deste material, sempre citando a fonte: As viagens de luxo no Brasil 4a. edição, TRVL Lab, 2024.

Para dúvidas sobre a pesquisa, entre em contato com:

mapie@mapie.com.br

comercial@panrotas.com.br



As viagens de luxo no Brasil

Uma análise detalhada do perfil
dos viajantes de luxo brasileiros

4a. edição | 2024

