

ANUÁRIO BLTA 2024

Authenticity Is The World's Greatest Luxury



BRAZILIAN LUXURY
TRAVEL ASSOCIATION



Em parceria com o Senac São Paulo, a BLTA realiza anualmente uma pesquisa junto a seus membros com a finalidade de analisar desempenho do grupo, comportamentos e tendências do mercado turismo de luxo no Brasil. Neste anuário, compilamos os dados de **2023**, um ano que reflete a volta à normalidade do setor das viagens.

Aqui no Brasil, continuamos avançando no aumento do fluxo do turismo internacional – ainda não chegamos ao patamar pré-pandemia – e timidamente, os viajantes internacionais voltam a descobrir o Brasil. O turismo no Brasil apresenta ótimos números e o segmento de luxo desponta como o principal elo inspirador para tornar o país um destino desejado internacionalmente. Os números não deixam dúvidas:

- O faturamento conjunto dos associados que compõem a BLTA foi de R\$ 3,12 Bilhões, apontando um crescimento de 40% em relação ao resultado de 2022. Um percentual acima do esperado no mercado de luxo Global que segundo a Bain & Company cresce a uma taxa entre 8% e 10%. o resultado é devido a um aumento em número de associados respondentes, além de, refletir o momento econômico do pós pandemia com aumento do valor da diárida média e a volta expressiva dos eventos presencias, resulta em um salto considerável no faturamento dos empreendimentos hoteleiros.
- As operadoras conseguiram ampliar a sua captação de turistas e obtiveram um aumento de 73,7% na sua clientela.
- A taxa de ocupação dos hotéis para 2023 cresce no patamar de 55,9%, onde em 2022 foi de 50,15%.

- O volume de turistas internacionais representa 29% da origem da demanda, esse valor era de 21% em 2022.
- Crescimento e ampliação da oferta hoteleira no Brasil, onde o número total de UHs (Unidades Habitacionais) disponíveis para pernoite saltou de 1.089.890, em 2022, para 1.146.465, em 2023, o que significa uma evolução de 5,2%.
- O faturamento médio diário dos hotéis saltou de R\$ 3.214.035, em 2022, para R\$ 4.435.521, em 2023, com expansão de 38%, percentual que corresponde também a investimento e ampliação de novas UHs.
- O RevPAR (receita por quarto disponível - uma combinação da ocupação com diária média), teve um acréscimo de 31,2%. Passou de R\$ 1.076,37, em 2022, para R\$ 1.412,14 em 2023.
- O segmento dos hotéis localizados em ambientes que privilegiam a Natureza/Campo, apresentou taxas de ocupação média anual acima dos demais segmentos.
- Para 72% dos hotéis associados houve investimento em melhorias e novas unidades, um percentual que mostra o crescimento em qualidade no setor de hospitalidade.

- A diária média dos hotéis, que foi de R\$ 2.146,33 em 2022, teve um incremento importante e avançou para R\$ 2.525,78 em 2023, um aumento de 17,67%, ficando 13,05% acima da inflação do período.

E por fim, a sustentabilidade continua engajando cada vez mais os gestores para implementação de práticas de impacto positivo na gestão do negócio e na melhoria dos destinos, onde 64% dos Hotéis e 80% das Operadoras apoiam projetos junto às comunidades locais.

Levantar dados da situação do turismo no Brasil é sempre um desafio, mas com a participação dos nossos membros associados conseguimos fazer um recorte fidedigno do quanto é importante o segmento de luxo para impulsionar o turismo internacional e manter o turismo doméstico aquecido com os nossos viajantes brasileiros descobrindo o nosso país.

Brasil, o maior Xodó do Mundo!

Abraços

Simone Scorsato, CEO



QUEM SOMOS?



59 ASSOCIADOS - 2023

54 HOTÉIS | **5** OPERADORAS/DMC

PORTE DOS HOTÉIS

UHs - UNIDADES HABITACIONAIS

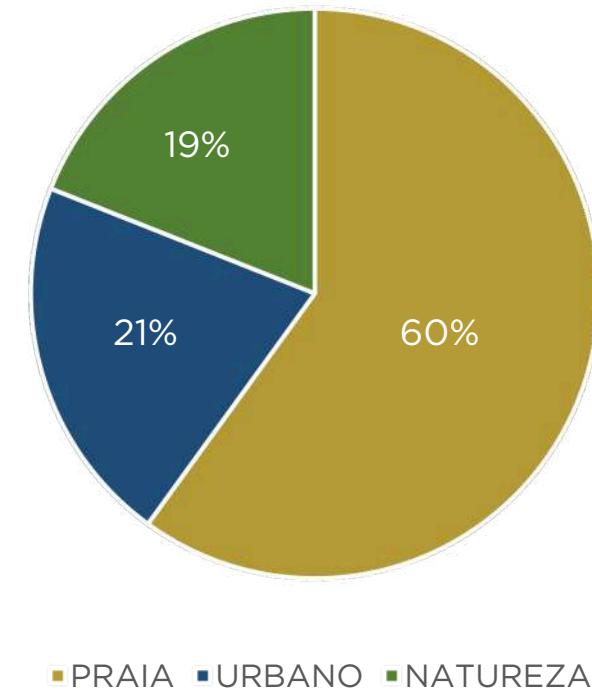
- 36%** PEQUENO ATÉ 24 UHs
- 34%** MÉDIO ATÉ 59 UHs
- 30%** GRANDE ACIMA DE 60 UHs

TIPOLOGIA

- 45%** HOTEL BOUTIQUE
- 28%** HOTEL DE LUXO
- 11%** LODGE DE NATUREZA
- 9%** RESORT EXCLUSIVO
- 7%** HOTEL DESIGN



LOCALIZAÇÃO



A photograph of a modern lounge or lobby. The walls and ceiling are made of horizontal wooden slats. The floor is made of large, light-colored tiles. There are several leather armchairs arranged around small tables. A fireplace is visible in the background. A potted plant is on a side table. A blue rectangular overlay in the bottom right corner contains the text.

A BLTA EM NÚMEROS



HÓSPEDES / VIAJANTES

972.447



UH'S DIA

2.787

UH'S DISPONÍVEIS/ANO

1.146.465



DIÁRIA MÉDIA | REVPAR

R\$ 2.525,78

| R\$ 1.412,14



TAXA DE OCUPAÇÃO **65,90%**

HÓSPEDES/DIA UH'S **2.784**

OCUPADAS/DIA UH'S **1.756**

VENDIDAS/ANO **640.977**



FATURAMENTO BRUTO ESTIMADO

R\$ 3.127.776.805,73

(ACRÉSCIMO 14,05%)



TOTAL FUNCIONÁRIOS

8,3 MIL

NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS / UH*

MÉDIA/UH

2,6



DESEMPENHO / SALDO DO ANO

14% MUITO POSITIVO

63% POSITIVO

4% NEUTRO

17% NEGATIVO

2% MUITO NEGATIVO



AMPLIAÇÃO DOS NEGÓCIOS

72% SIM / **28%** NÃO

19% ATÉ R\$ 5 MILHÕES

33% DE R\$ 5 A R\$ 20 MILHÕES

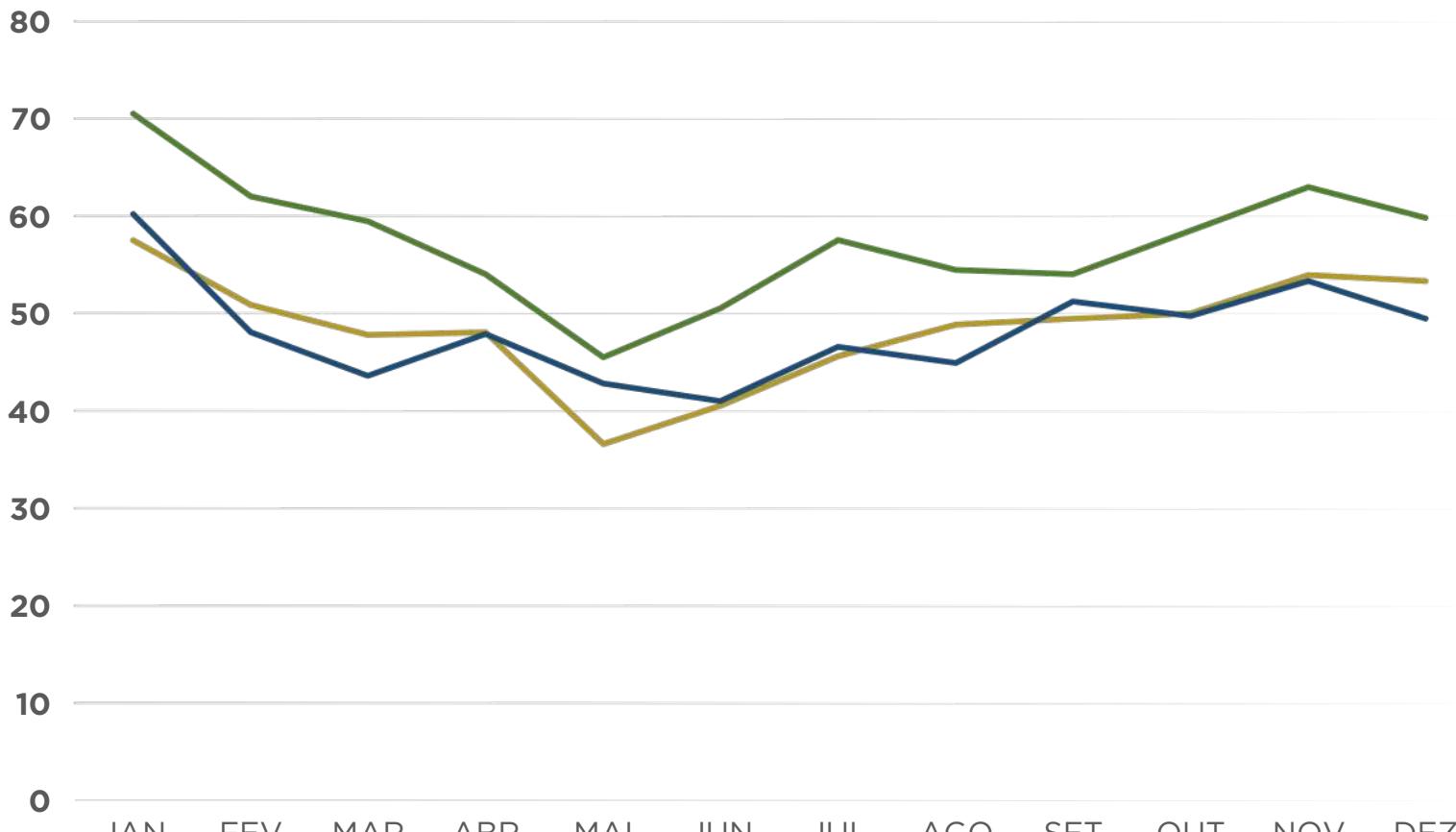
28% DE R\$ 20 A R\$ 50 MILHÕES

13% DE R\$ 50 A R\$ 100 MILHÕES

7% DE R\$ 100 A R\$ 300 MILHÕES



TAXA DE OCUPAÇÃO



NATUREZA

PRAIA

URBANO





NOSSOS HÓSPEDES E VIAJANTES



SOLICITAÇÃO DE RESERVAS PARA 2025

12% NÃO / 88% SIM

DO TOTAL DO SIM, TEMOS

37%
INTERNACIONAL

35%
INTERNACIONAL
E NACIONAL

28%
NACIONAL



ORIGEM DA DEMANDA

71% BRASIL

29% INTERNACIONAL

[12% EUROPA / 10% AMÉRICA DO NORTE /

4% AMÉRICA LATINA / 3% OUTROS (INCLUI ÁSIA)]

EUROPA

23% FRANÇA
18% PORTUGAL
16% REINO UNIDO
13% ALEMANHA
12% SUIÇA
10% ITÁLIA
5% ESPANHA

AMÉRICA DO NORTE

79% ESTADOS UNIDOS
11% MÉXICO
10% CANADÁ

AMÉRICA LATINA

32% ARGENTINA
19% CHILE
19% URUGUAI
15% COLOMBIA
10% PERÚ
7% PARAGUAI



NOSSO PODER DE ATRAÇÃO



MOTIVO DA VIAGEM

- 58%** LAZER
- 13%** NEGÓCIOS
- 11%** EXPERIÊNCIAS COM FAMÍLIA & AMIGOS
- 5%** FESTAS E EVENTOS DO DESTINO
- 4%** EVENTOS SOCIAIS
- 3%** EXPERIÊNCIAS AUTÊNTICAS NO DESTINO
- 2%** EVENTOS CULTURAIS E ESPORTIVOS
PROMOVIDOS PELO HOTEL

TIPOS DE EVENTOS QUE MAIS ATRAEM HÓSPEDES

- 39%** RÉVEILLON
- 31%** CARNAVAL
- 29%** CASAMENTOS
- 12%** CONVENÇÕES





ATIVIDADES MAIS REQUERIDAS

- 40%** ATIVIDADE DE BEM-ESTAR / SPA / RELAX / MASSAGEM
- 36%** GASTRONOMIA DE ALTO PADRÃO
- 34%** EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS
- 30%** PERSONALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS
- 30%** ATIVIDADES E EXPERIÊNCIAS VIPS
- 27%** DICAS DE PASSEIOS
- 25%** ATIVIDADES AO AR LIVRE & CAMINHADAS
- 15%** ATIVIDADES DE ENTRETENIMENTO
- 15%** PASSEIOS NÁUTICOS & MERGULHOS
- 15%** OBSERVAÇÃO DE FAUNA E FLORA

SERVIÇOS MAIS REQUERIDOS

- 46%** SERVIÇOS DE GASTRONOMIA
- 45%** BANDA LARGA / INTERNET
- 41%** SERVIÇOS DE MASSAGENS
- 39%** CARDÁPIO ESPECIAL (RESTRIÇÃO ALIMENTAR HÓSPED)
- 36%** TRASLADO + TRANSFER
- 31%** ROOM SERVICE



TEMPO DE PERMANÊNCIA

- 64%** ATÉ 3 DIÁRIAS
- 28%** DE 4 A 7 DIÁRIAS
- 8%** MAIS DE 7 DIÁRIAS



TIPO DE HÓSPEDE

- 70%** FIT - FREE INDEPENDENT TRAVELLER
- 12%** GRUPOS NEGÓCIOS
- 17%** GRUPOS LAZER
- 1%** OUTROS



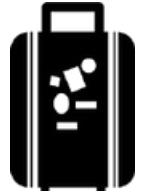
ORIGEM DA RESERVA

- 43%** BALCÃO / VENDA DIRETA
- 21%** OTA - ONLINE TRAVEL AGENCY
- 17%** OPERADORA
- 11%** AGENTE DE VIAGEM
- 8%** CORPORATIVO





OPERADORAS



ORIGEM DOS VIAJANTES

29% BRASIL **5%** AMERICA LATINA
35% EUROPA **3%** OUTROS
28% EUA

DESTINOS MAIS PROCURADOS



22% RIO DE JANEIRO FOZ DO IGUAÇU
14% MANAUS E RIO NEGRO PANTANAL
13% MARANHÃO - LENÇOIS MARANHENSES
13% BAHIA - LITORAL SUL PARATY / ANGRA
12% DOS REIS CEARÁ - JERICOACOARA
10%
8%
8%

TÍQUETE MÉDIO POR VAJANTE

R\$ 9.347,00 DOMÉSTICO
R\$ 15.307,00 INTERNACIONAL

DURAÇÃO DOS PACOTES / VIAGEM 2023 - INBOUND

38% ATÉ 7 DIAS
49% DE 8 A 14 DIAS
11% MAIS DE 14 DIAS



SUSTENTABILIDADE



APOIA PROJETOS NA COMUNIDADE

80% OPERADORAS

64% HOTÉIS

QUAL É O FOCO DO PROJETO?

54% CONSERVAÇÃO E MEIO AMBIENTE

45% EDUCAÇÃO

36% DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

24% CULTURA E EVENTOS

BENEFICIÁRIOS DIRETOS

56% CRIANÇAS E JOVENS

54% COMUNIDADE EM GERAL

PRINCIPAIS IMPACTOS POSITIVOS

49% FORMAÇÃO E CONHECIMENTO PARA AS COMUNIDADES

43% CONSERVAÇÃO E PRESERVAÇÃO DA FAUNA E FLORA DE ECOSISTEMAS BRASILEIROS

32% GERAÇÃO DE RENDA E NOVOS NEGÓCIOS

32% MELHORIA NA IMAGEM DO DESTINO

PRINCIPAIS PRÁTICAS



- 98%** LÂMPADAS ECONÔMICAS
- 98%** INSPEÇÃO PERIÓDICA NAS CANALIZAÇÕES
- 96%** ILUMINAÇÃO NATURAL
- 96%** PROGRAMA DE TREINAMENTO PARA COLABORADORES
- 94%** RECICLAGEM DE VIDRO, PAPEL, PAPELÃO, PLÁSTICO
- 94%** COMPRA DE INSUMOS DE PRODUTORES LOCAIS
- 92%** MAIORIA DOS COLABORADORES DA COMUNIDADE LOCAL
- 88%** CONTROLE DE ÁGUA NAS DESCARGAS
- 82%** TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO DE FORNECEDORES LOCAIS
- 80%** PLANO DE CARREIRA PARA COLABORADORES
- 78%** REUTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS ORGÂNICOS
- 78%** PRODUTOS DE LIMPEZA BIODEGRADÁVEIS
- 74%** PROGRAMA DE TROCAS NÃO DIÁRIAS DE ENXOVAL
- 56%** HORTA DO EMPREENDIMENTO

PLÁSTICO ZERO



- 94%** COMPRA DE PRODUTOS A GRANEL
- 94%** REDUÇÃO DO USO DO PLÁSTICO
- 56%** USO DE DISPENSERS PARA AMENITIES





Editorial

Senac

Coleta e análise de dados

Márcia Akemi Takahashi Baltieri
Júlio César Butuhy

BLTA

Análise de indicadores e texto final

Simone Scorsato

Design

Oscar Alarcón Mantegari

Ilustrações livro “Tons do Brasil”

Gabriel Azevedo



BRAZILIAN LUXURY
TRAVEL ASSOCIATION

