

# TURISMO DE LUXO 2018

AGOSTO 2019

**Authenticity Is The  
World's Greatest Luxury**



**BRAZILIAN LUXURY**  
TRAVEL ASSOCIATION



# INDICADORES DE DESEMPENHO



## 38 | MEMBROS BLTA

34 HOTÉIS + 4 OPERADORAS



1633 | 596.045

UH'S DISPONÍVEIS/ANO



R\$ 1528,07 | R\$ 803,99

DIÁRIA MÉDIA REVPAR



4.070 | 2,5

FUNCIONÁRIOS/HOTÉIS UH



## EMPREENDIMENTOS | PORTE

40%  
DE 1  
A 24 UH

30%  
DE 25  
A 59 UH

30%  
MAIS DE  
60 UH



## TAXA DE OCUPAÇÃO MÉDIA

**52,6%**

HÓSPEDES/DIA

1.458

HÓSPEDES/ANO

532.036

UH'S OCUPADOS/DIA

859

UH'S VENDIDOS/ANO

313.610

HÓSPEDES/UH

1.7

### TENDÊNCIAS PARA O TURISMO DE LUXO

SERVIÇO CADA VEZ MAIS HUMANO, PESSOAL E AUTÊNTICO  
EXPERIÊNCIAS URBANAS  
CONEXÃO DA FAMÍLIA COM A NATUREZA  
ENCONTROS AUTÊNTICOS/DIFERENTES CULTURAS  
EXPERIÊNCIAS EXCLUSIVAS  
EXPLORAR UM TURISMO DIFERENCIADO

### NECESSIDADES DO TURISTA

BOAS ACOMODAÇÕES/CONFORTO  
AGILIDADE/SERVIÇO IMPECÁVEL  
BONS GUIAS/INFORMAÇÃO  
EXPERIÊNCIAS/INOVAÇÃO  
VOOS INTERNOS  
SEGURANÇA

### NECESSIDADES DO DESTINO

ATRIBUTOS NATURAIS/CULTURAIS  
BONS HOTÉIS  
DESTINO AUTÊNTICO - LEGADO  
EXPERIÊNCIA SINGULAR  
SEGURANÇA  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL  
TRANSPORTE ADEQUADO

### O QUE É MAIS INCRÍVEL EM NOSSOS HOTÉIS?

HOSPITALIDADE  
GASTRONOMIA  
DESIGN  
CONTATO COM A NATUREZA  
PRÁTICAS DE SAÚDE E BEM ESTAR

**R\$ 871  
MILHÕES**

## DESEMPENHO | TOTAL

FATURAMENTO BRUTO ESTIMADO (R\$)



# DADOS SOBRE HÓSPEDES (HOTÉIS) E VIAJANTES (OPERADORAS)



BRAZILIAN LUXURY  
TRAVEL ASSOCIATION

## ORIGEM DOS HÓSPEDES

### HOTÉIS

NOVA IORQUE  
LOS ANGELES  
MIAMI  
TORONTO  
MONTREAL  
MÉXICO

LONDRES  
PARIS  
BERLIM  
LISBOA  
MILÃO



BUENOS AIRES  
SANTIAGO  
MONTEVIDEO

SÃO PAULO  
RIO DE JANEIRO  
BELO HORIZONTE  
BRÁSILIA

56,3%  
BRASIL

17%  
EUROPA

16,6%  
AMÉRICA  
DO NORTE

4,7%  
AMÉRICA  
LATINA

4,6%  
ÁSIA

## MOTIVAÇÃO DE VIAGEM

### HOTÉIS



70,7%  
LAZER



15,7%  
NEGÓCIOS



7,1%  
EVENTOS  
SOCIAIS



4,1%  
FESTAS  
E EVENTOS

## ORIGEM DA RESERVA

### HOTÉIS



31,5%  
BALCÃO

18,3%  
OTA

20,7%  
OPERADORA

17,5%  
AGENTE DE VIAGEM

## ATIVIDADES MAIS SOLICITADAS

### HOTÉIS



56%  
ATIVIDADES/  
ROTEIRO  
GASTRONÔMICAS  
56% SPA  
56% RELAX

38%  
CULTURA  
35%  
OBSERVAÇÃO  
DE FAUNA  
E FLORA

## TEMPO DE PERMANÊNCIA

### HOTÉIS



72,7% ATÉ 3 DIÁRIAS

20,8% DE 4 A 7 DIÁRIAS

6,4% MAIS DE 7 DIÁRIAS

## SERVIÇO/PRODUTO QUE GOSTARIA DE IMPLEMENTAR

### HOTÉIS

- PROGRAMAS E AÇÕES SUSTENTÁVEIS
- EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS
- EXPERIÊNCIAS DIFERENCIADAS/EXCLUSIVAS
- PROCESSOS AUTOMATIZADOS

## PRETENDE AMPLIAR SEU NEGÓCIO?

### HOTÉIS

52%

SIM

44%

NÃO

4%

TALVEZ

## DIFICULDADES DE PROMOÇÃO

### OPERADORAS



- IMAGEM NEGATIVA DO PAÍS
- INSTABILIDADE POLÍTICA
- PERCEPÇÃO DE ALTO CUSTO DOS PRODUTOS
- MALHA AÉREA COMO UM FATOR LIMITADOR DE VENDAS

## DESAFIOS

### OPERADORAS

- MELHORAR A SEGURANÇA
- ESTRUTURA DE TRANSPORTES
- MAIS OPÇÕES DE VOOS
- FORNECER CONSTANTEMENTE NOVOS PRODUTOS
- SATISFAZER UM PÚBLICO ALTAMENTE EXIGENTE
- EXCESSO DE IMPOSTOS

\* O CLIENTE DE LUXO NÃO SE IMPORTA COM O CUSTO, TAMPOUCO DESEJA PAGAR CARO POR UM PRODUTO DE BAIXA QUALIDADE



# SUSTENTABILIDADE



## APOIA PROJETOS JUNTO A COMUNIDADE LOCAL



## FOCO DE ATUAÇÃO DO PROJETO



- EDUCAÇÃO
- CONSERVAÇÃO
- DESENVOLVIMENTO SÓCIO ECONOMICO

## BARREIRAS EM DESENVOLVER PROJETOS SUSTENTÁVEIS

**25%**

DESCONHECE PROJETOS DE SUSTENTABILIDADE NA REGIÃO

**22%**

DIFICULDADE NO MONITORAMENTO DE PRÁTICAS

**19%**

ALTO CUSTO PARA DESENVOLVIMENTO DAS PRÁTICAS

## REDUÇÃO DO USO DE PLÁSTICO



**42%**

ELIMINOU O USO DOS CANUDOS DE PLÁSTICO

**24%**

SUBSTITUIU POR OPÇÕES MAIS SUSTENTÁVEIS

## IMPACTOS POSITIVOS



**47%**

FORMAÇÃO E CONHECIMENTO

**21%**

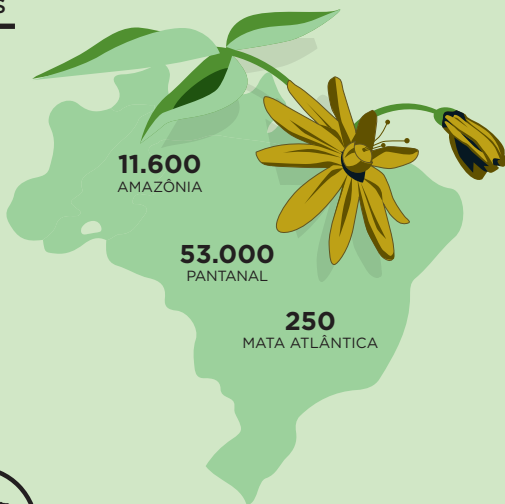
CONSERVAÇÃO DE ECOSISTEMAS

**18%**

MELHORIA NA IMAGEM DO DESTINO

## TOTAL DE ÁREAS PRESERVADAS POR BIOMAS

65.000 (EM HECTARES)



BRAZILIAN LUXURY  
TRAVEL ASSOCIATION

[blta.com.br](http://blta.com.br)

