

# BRAZILIAN LUXURY TRAVEL ASSOCIATION

CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS PARA SE AFILIAR

2025



BRAZILIAN LUXURY  
TRAVEL ASSOCIATION

xodo  
by BLTA

# NOSSA TRAJETÓRIA



Fundada em 2008, nestes 17 anos, a BLTA teve um papel fundamental no **fortalecimento da imagem do país como destino turístico**, apresentando, de forma qualificada e estratégica, um **portfólio brasileiro de hotéis e de viagens de excelência**. Uma trajetória que envolve desenvolvimento de parcerias, ações, relacionamento e muito trabalho coletivo para colocar o turismo do país em um patamar contínuo e saudável de crescimento e de competitividade global.

Atingir esse posicionamento como destino de desejo exige um olhar atento e minucioso, estratégias criativas e muita dedicação. Assim, fomos inserindo a marca BLTA e nossos associados nas principais feiras de turismo de luxo, realizando eventos e roadshows em mercados prioritários e agregando, a cada ano, mais associados.

**Desmistificamos o luxo** e fortalecemos em seu conceito a **excelência da hospitalidade**, as **experiências transformadoras**, a inclusão, a valorização e a qualificação das pessoas para um modelo de alto padrão para o turismo brasileiro. Somando experiências, a união das nossas marcas é essencial para criarmos, juntos, uma **referência que inspira, impulsiona e regenera** toda a cadeia produtiva do turismo, agregando novos produtos e mais destinos brasileiros a um **modelo de gestão associativa e sustentável** para a promoção do país.

Apresentamos aqui nossa proposta de atuação para que juntos possamos **impulsionar o turismo como fonte geradora de renda**, de **preservação da nossa biodiversidade** e de **valorização** das nossas maiores riquezas: **a nossa gente, a nossa cultura e a nossa história**. Isso sim é luxo!

**Camilla Barretto**

CEO BLTA



# NOSSA PREMISSE

O luxo é uma experiência que se transforma de acordo com o contexto cultural, as expectativas do viajante e a hospitalidade local. Vai muito além de um serviço de excelência, envolvendo personalização, respeito às tradições, valorização da arte, da arquitetura e de todos os elementos únicos que tornam cada destino especial. Também é sobre a possibilidade de vivenciar o inusitado, ser surpreendido e aproveitar momentos raros e memoráveis. No Brasil, o turismo de luxo se destaca pela diversidade, pela brasilidade, pela consciência ambiental e pelo papel transformador das comunidades que recebem os visitantes como verdadeiras anfitriãs. Mais do que status, luxo é conexão emocional — uma experiência que desperta sentidos, cria memórias e marca a vida de quem a vive.



# QUALIDADE, AUTENTICIDADE, DIVERSIDADE E SUSTENTABILIDADE

## MISSÃO

---

Combinar **hospitalidade excepcional** com recursos naturais e culturais únicos para posicionar o Brasil no topo do turismo de luxo internacional

## ENFOQUE

---

Unir forças para compartilhar a história, a **brasilidade e toda sua diversidade**, celebrando nossas qualidades de entusiasmo e criatividade.

# TEMAS ESTRATÉGICOS

---

- **Posicionamento global** do Brasil como destino de luxo;
- **Promoção coletiva** dos associados e **integração** com mercados estratégicos;
- **Qualificação** da experiência e da hospitalidade brasileira;
- Turismo regenerativo e **sustentabilidade**;
- Dados e **inteligência de mercado**.

# NOSSOS OBJETIVOS

---

- Ampliar a presença do Brasil no **mercado internacional** de viagens de luxo.
- **Criar parcerias** com instituições públicas, associações, empresas privadas e profissionais que se envolvam em atividades similares no Brasil e no exterior, proporcionando **oportunidades para os associados** promoverem seus produtos e serviços.
- Trazer oportunidades e soluções para o **desenvolvimento individual e coletivo** dos associados
- Promover a **preservação ambiental e cultural**, incentivando mais do que o turismo sustentável e o desenvolvimento, o turismo regenerativo.
- Elaborar **estudos sobre o turismo de luxo no Brasil** que sirvam de fonte de informações precisas e sejam referência no segmento.

SER REFERÊNCIA



# A MARCA XODÓ

---

Criada em 2023, mais do que uma curadoria que reúne o melhor da hospitalidade brasileira, Xodó representa **um novo olhar sobre o Brasil: um país onde o luxo vem com calor humano**, onde cada experiência tem alma, onde o turismo contribui para regenerar territórios e comunidades.

No cenário internacional, Xodó by BLTA é a resposta brasileira à crescente demanda por viagens com **significado, exclusividade e impacto positivo**, com um jeito que só o Brasil sabe fazer.



# CONEXÕES COM O TRADE, PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZIZAÇÃO

## Eventos e Feiras Comerciais Nacionais e Internacionais

A BLTA promove o Brasil de forma autêntica e sustentável no mercado de luxo, destacando atributos como gastronomia, música, arte, design e criatividade. Seus eventos proprietários são realizados em locais de alta qualidade e singularidade e transmitem a essência da hospitalidade brasileira.

Participamos institucionalmente nas Feiras da EMBRATUR e em conjunto com os associados nas feiras do mercado de luxo global. A cada ano definimos qual a estratégia comercial mais adequada para o momento diante das demandas e necessidades dos associados.



# COMUNICAÇÃO COM O TRADE & VIAJANTES

- A BLTA promove suas ações, produtos e experiências dos associados nas redes sociais como **Instagram, Facebook e LinkedIn** agregando 27.000 seguidores de forma orgânica.
- Além das redes, desenvolvemos e disparamos Newsletters mensais. A BLTA tem um mailing com cerca de 12.000 contatos (B2B), sendo em sua maioria contatos de agentes e operadores do mercado global de luxo. Atualmente a taxa de abertura é de 44% e a taxa média de cliques é de 7%.
- Por meio de nossa **assessoria de imprensa**, mantemos um relacionamento contínuo com os principais veículos de comunicação especializados em turismo e com influenciadores do segmento de viagens de luxo.
- **Livro Tons do Brasil:** lançado em 2023 em comemoração aos 15 anos da BLTA, apresentando os Xodós do Brasil, a proposta para 2026 é ampliar a divulgação deste conteúdo de forma digital e pensar em uma segunda edição.

Seguidores

27 mil

Alcance

203,5 mil

Engajamento

6% orgânico





## APOIO A PRESS E FAM TRIPS

A partir de um acordo de cooperação com a EMBRATUR os associados da BLTA podem participar como anfitriões de agências, operadoras e imprensa especializada em turismo.

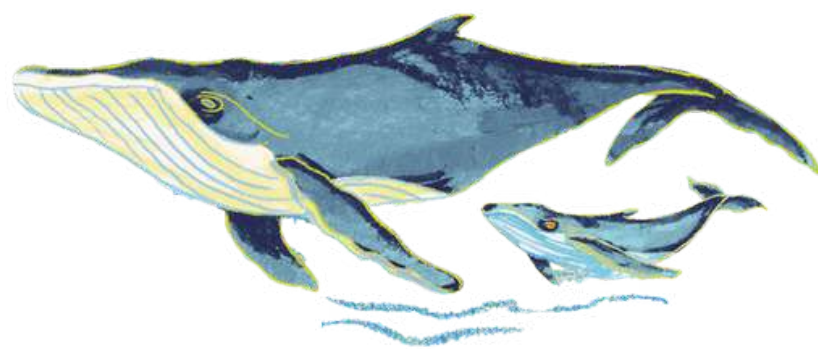
## PESQUISA DE MERCADO

1) Anualmente fazemos em parceria com o SENAC o Anuário BLTA que traz para o público (governos, associações, grupos hoteleiros, investidores, imprensa, etc) importantes dados gerais do mercado como: origem dos consumidores, motivação, tipos de serviços mais requisitados, tempo de permanência, origem da reserva, faturamento estimado, diária e ticket médio, taxa de ocupação e Revpar e dados sobre empregabilidade.

FAMTRIP BLTA, EMBRATUR & AIRFRANCE

## 2) PESQUISAS B2B - BRASIL COMO DESTINO DE LUXO

Ao longo do ano desenvolvemos pesquisas para a coleta de dados sobre o **Brasil como Destino de luxo**, junto aos agentes e operadores que participam dos Roadshows Nacionais e internacionais e demais eventos organizados pela BLTA, bem como nossa base de contatos. .



No **MERCADO INTERNACIONAL**: o conhecimento do Brasil como destino turístico, se ele já está sendo ofertado, para quem, quais os destinos mais demandados ou desejados, qual a imagem e os gargalos que o Brasil com destino de luxo global.

No **MERCADO NACIONAL**: qual a imagem do Brasil como destino de luxo, quais nossos mais importantes atributos, qual o percentual de venda e quais destinos são mais demandados e desejados pelo consumidor brasileiro.



# COMPROMISSO PELA SUSTENTABILIDADE

A **BLTA** acredita que sustentabilidade é **responsabilidade**. Mais que sustentar, é preciso **regenerar, transformar e deixar legado**. Nosso compromisso é integrar os princípios ESG em todas as práticas, promovendo um turismo de luxo autêntico, sustentável e de impacto positivo.

- **Hotéis associados:** capacitam equipes, valorizam culturas locais e protegem a biodiversidade.
- **DMCs:** criam roteiros conscientes que conectam viajantes e comunidades.

A BLTA atua como facilitadora e inspiradora, unindo seus membros para consolidar o Brasil como destino global de luxo responsável e regenerativo.

**Meta: Em 2029, 100% dos associados certificados em ESG**

- Reconhecida internacionalmente
- Não pode ser autodeclarada
- Tem que contemplar os 3 pilares: E, S, G
- Tem que haver a recertificação periodicamente
- Certificações que tem seguem os padrões do GSTC são automaticamente aceitas



## POR QUE FAZER PARTE DA BLTA?

A cooperação entre as empresas é uma forma de torná-las mais competitivas em um mercado muito disputado. No turismo, no âmbito global e nacional, por meio de parcerias e união é possível fortalecer o poder de vendas, compartilhar recursos, combinar competências e dividir o ônus na promoção de seu negócio com ações e eventos.

**Hoje contamos com 66 hotéis e 7 DMC's.**

**Fazer parte da BLTA permitirá que sua empresa possa fazer parte de um grupo que pretende ser referência global em turismo de luxo sustentável.**



39  
DESTINOS

# ASSOCIADOS BLTA - DMC's & HOTÉIS

## Xodós do Brasil

### REGIÃO NORTE (4):

Anavilhanas Jungle Lodge,  
Hotel Villa Amazônia, Juma  
Amazon Lodge, Juma Opera

### REGIÃO CENTRO-OESTE (4):

Cristalino Lodge, Caiman  
Pantanal, B Hotel Brasília,  
Pousada Trijunção.

**REGIÃO SUL (6):** Awasi Santa Catarina, Felissimo  
Exclusive Hotel, Fuso Concept Hotel, Hotel Das  
Cataratas, A Belmond Hotel, LK Design Hotel,  
Hotel Boutique Quinta das Videiras.

### DMC's (7):

Abercrombie & Kent Brazil, Auroraeco,  
Compass Signature, Matueté Brazil, Passion  
Collection, Rio Life, umacanoa.



**REGIÃO NORDESTE (29):** Barracuda Boutique, Barracuda Hotel & Villas, Campo Bahia Hotel Villas Spa, Casa Brasileira Hotel Galeria, Carmel Charme Resort, Carmel Taíba Exclusive Resort, Casa dos Arandis, Casa Siará, Casana Hotel, Hamares Boutique Hotel, Hotel Fasano Salvador, Hotel Fasano Trancoso, Jaguaríndia Village, Kenoa Exclusive Beach Spa & Resort, Kûara Hotel, Madeiro Beach Hotel, NANNAI Muro Alto, NANNAI Noronha Solar dos Ventos, Pedras do Patacho Hotel, Pontal dos Carneiros Bungalows, Pousada Estrela D'Água, Pousada Maravilha, Pousada Maria Flor, Pousada Tutabel, Rancho do Peixe, Saline Taíba Boutique Beach Hotel, Toca da Coruja, Txai Resort, UXUA Casa Hotel & Spa.

**REGIÃO SUDESTE (23):** Botanique Hotel Experience, Copacabana Palace, A Belmond Hotel, Casa Turquesa Maison D'hôtes, Emiliano Rio de Janeiro, Fairmont Rio de Janeiro Copacabana, Fazenda Santa Vitória, Hotel Emiliano, Hotel Fasano, Hotel Fasano Angra dos Reis, Hotel Fasano Belo Horizonte, Hotel Fasano Boa Vista, Hotel Fasano Rio de Janeiro, Hotel Unique, Ibiti Projeto, Insólito Boutique Hotel, Janeiro Hotel, Pousada Literária de Paraty, Ronco do Bugio, Rosewood São Paulo, Santa Teresa MGallery, Unique Garden Hotel & Spa, Vila da Santa Hotel Boutique & Spa, Vila Santa Teresa.

# ASSOCIADOS BLTA - DMCs

Xodós do Brasil



[compasssignature.com](http://compasssignature.com)



[riolifetours.com](http://riolifetours.com)



[matuete.com](http://matuete.com)



umacanoa

[umacanoa.com](http://umacanoa.com)

Abercrombie & Kent

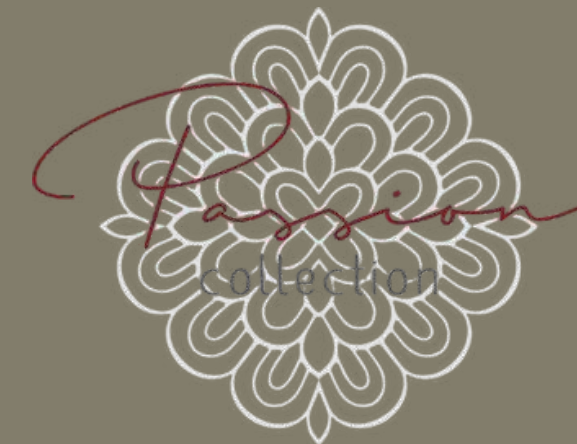
BRAZIL

[abercrombiekent.com](http://abercrombiekent.com)



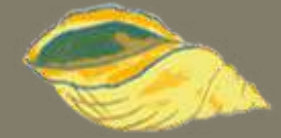
auroraeco

[auroraeco.com](http://auroraeco.com)

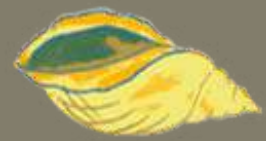


[passioncollection.com.br](http://passioncollection.com.br)

# BENEFÍCIOS FORNECIDOS



- Fazer parte do **grupo de empresas de renomada importância no segmento de turismo de luxo no Brasil**, alavancando o Brasil como destino de turismo de luxo contemporâneo dentro do cenário internacional e nacional;
- Ampliar sua **visibilidade perante agentes de viagem**, que ao recomendar produtos, normalmente buscam algum tipo de selo ou certificação que valide a sua qualidade;
- Usufruir de **debates e fórum de discussões sobre turismo de luxo** no Brasil e no mundo;
- Exposição em **materiais de promoção e MKT**, ampliando a **visibilidade de sua marca**;
- Participação em **eventos comerciais e feiras no mercado nacional e internacional de luxo** com outros associados, promovendo o Brasil como destino de alta qualidade;
- Ter maiores **oportunidades de networking** junto aos associados e a rede de parceiros da BLTA;
- Aprofundar conhecimento e debater **ações de sustentabilidade**;
- Promover seu negócio e ações em conjunto com outros associados por meio de nossa **Newsletter mensal**;
- **Divulgar seu produto em nosso mailing com mais de 12k de contatos** junto a agências, operadoras e imprensa no Brasil e no mundo;
- Participar e **receber informações estratégicas relacionadas a pautas governamentais** no que tange o desenvolvimento do turismo no Brasil;
- Ser uma **empresa auditada e certificada, garantindo o padrão de qualidade e excelência para estar na associação**;
- Representação Internacional na Europa através da **Lumirani Collection**.



# REQUISITOS MÍNIMOS

## PARA SE ASSOCIAR À BLTA

- Ser pessoa jurídica de direito privado, nacional ou estrangeira, formalmente estabelecida no Brasil e estar em dia com suas obrigações legais e financeiras;
- Estar em funcionamento há pelo menos 1 (um) ano sob o mesmo proprietário da empresa e/ou o mesmo Gerente Geral responsável;
- Excelência em serviço e qualidade, mantida nos mais altos níveis com um histórico comprovado de alto padrão, atenção aos detalhes e reconhecimento dos hóspedes;
- A empresa deve estar de acordo com os valores e filosofia da BLTA;
- Participar de no mínimo um evento internacional no segmento de turismo de alto padrão (se ainda não participa, deve programar no seu calendário anual a participação de uma feira internacional);
- Ter relações comerciais comprovadas com o mercado nacional e/ou internacional;
- Possuir website e material promocional no mínimo, em português e inglês;
- Possuir boas práticas de sustentabilidade e promover a cultura brasileira na oferta de serviços – gastronomia, decoração, atividades, passeios.

# CATEGORIA DE ASSOCIADO

- HOTÉIS, POUSADAS, LODGES E RESORTS DE ALMA BRASILEIRA
- DIVERSIDADE CULTURAL

De acordo com o Estatuto da Associação, na categoria **ASSOCIADO EFETIVO** aceitamos empresas e/ou profissionais que criam e/ou oferecem os produtos e serviços do mais alto padrão de qualidade no Brasil para empresas dedicadas à **hotelaria e turismo**.



# REQUISITOS ESPECÍFICOS

## MEIOS DE HOSPEDAGEM



- Oferecer serviços compatíveis com o padrão de hotéis do mercado de luxo mundial;
- Se localizar em destinos de importância natural, cultural, cênica e de entretenimento (urbanos);
- Ter ambiente, arquitetura e design diferenciados com referências à autenticidade brasileira;
- Contar com restaurante com gastronomia de alto padrão ou serviço de alimentos e bebidas no local;
- Oferecer experiências personalizadas e autênticas ao hóspede (passeios e/ou serviços);
- Possuir valor de diária mínima média de R\$ 2.000 (valor de referência de 2024);
- Ser indicado por pelo menos 2 (dois) buyers nacionais e/ou internacionais, comprovando que o empreendimento já trabalha com a cadeia distributiva;
- Ter referências de consultores de viagens que experimentaram pessoalmente a propriedade;
- Desenvolver iniciativas e ações de boas práticas com foco na sustentabilidade do turismo;
- Já ter participado de feiras e roadshows do mercado de turismo e de luxo;
- Possuir em sua equipe colaboradores com fluência em outros idiomas.
- Passar pelo processo de avaliação de qualidade através da metodologia do Cliente Oculto por empresa terceirizada;

# REQUISITOS ESPECÍFICOS

## DMCs - DESTINATION MANAGEMENT COMPANY

- Operadoras de viagem, fornecendo serviços, recursos e conhecimentos especializados sobre o Brasil, com foco em eventos, comemorações, atividades, passeios e roteiros personalizados.
- Oferecer experiências personalizadas,
- Trabalhar com o mercado internacional,
- Ser indicado por 3 (três) buyers internacionais, comprovando que o empreendimento já trabalha com mercado internacional,
- Ter referências de hotéis e/ou outros fornecedores dos serviços oferecidos, Possuir em sua equipe comercial colaborador com fluência em outro idioma,
- Comprovar participação em Feiras Internacionais no mercado de luxo como Pure, ILTM, Emotions, Remote, Signature, Le Miami, entre outras,
- Ter produção relevante em pelo menos 40% dos hotéis associados da BLTA.
- Passar pelo processo de avaliação de qualidade através da metodologia do Cliente Oculto por empresa terceirizada;



# CERTIFICAÇÃO ON YOU & BLTA

A empresa OnYou, especialista em avaliações de qualidade de serviço e parceira da BLTA realizará avaliações anuais através da metodologia de cliente oculto e irá trabalhar como certificadora de qualidade, auditando uma série de aspectos dos hotéis e DMC's afiliados/candidatos da BLTA. Através de um checklist elaborado especificamente para a BLTA, toda a jornada do cliente será analisada e a experiência do cliente avaliada em quesitos essenciais de qualidade e padrões de serviço estabelecidos, assim como questões de sustentabilidade e ESG que o hotel apresenta.

- A partir de 2025 é mandatório que o candidato interessado passe por essa avaliação;
- Uma vez associado a BLTA, anualmente o associado deverá passar por essa avaliação;
- Os custos destas avaliações, mais despesas dos avaliadores, serão de responsabilidade do associado;
- O custo dependerá do tamanho do empreendimento medido pela quantidade de UH's e varia de R\$ 3.350 a R\$ 4.000 + despesas.\*



[onyou.com.br](https://onyou.com.br)

**A Avaliação trará uma nota de corte - 80%, que poderá ser melhorada no prazo de um ano, em uma nova avaliação.**

\*Valores reajustados anualmente.

# PASSO A PASSO DO PROCESSO DE AFILIAÇÃO À BLTA

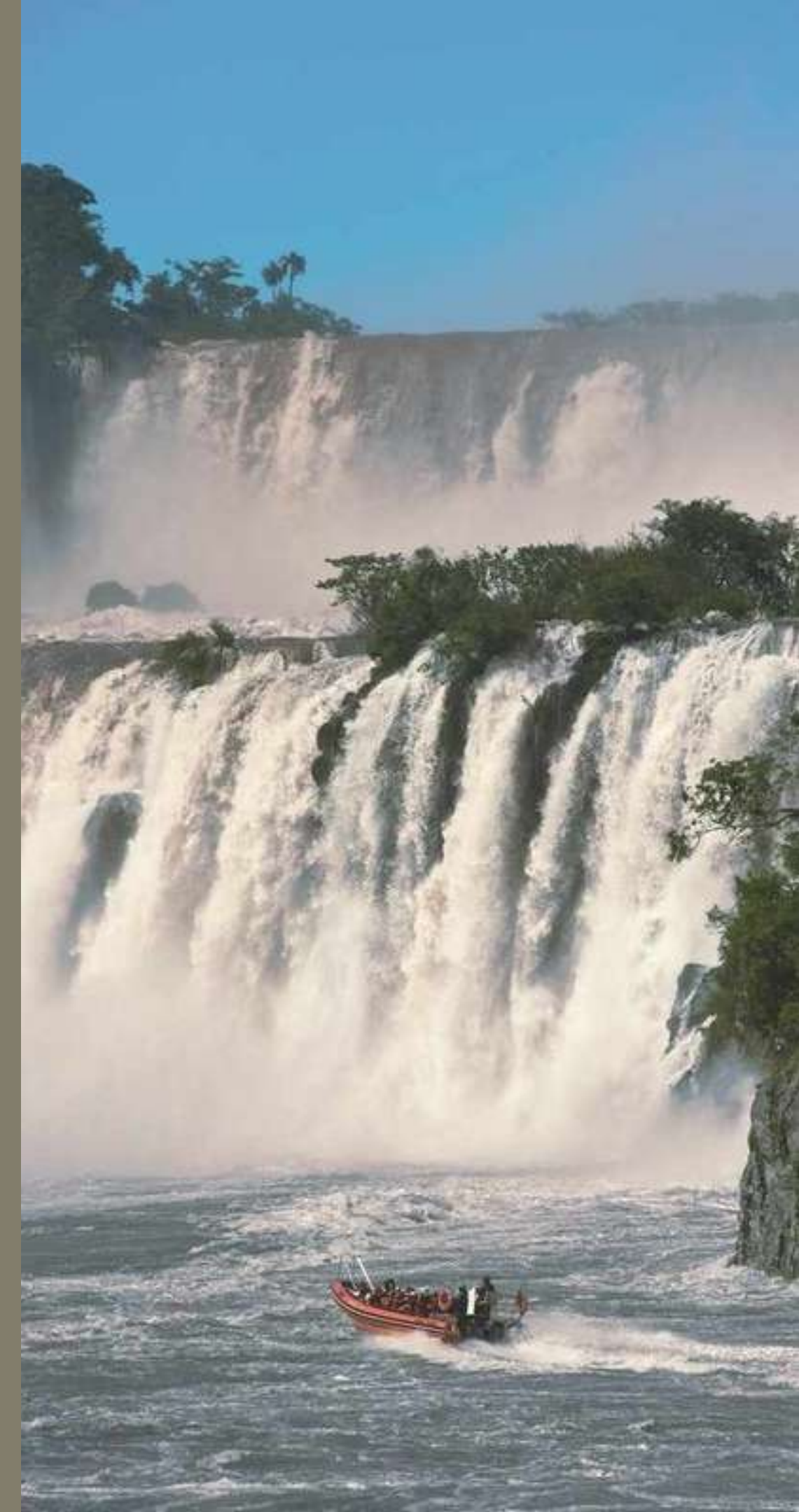
1) Preenchimento do Formulário com informações e o envio de documentação comprobatória:

- Meios de Hospedagem
- DMCs

2) A equipe BLTA fará a avaliação dos documentos e entrará em contato com os candidatos via e-mail;

3) Após a validação da documentação, a empresa candidata será visitada, em até 60 dias, por um cliente oculto especializado da OnYou. Durante a avaliação, esse profissional preencherá um questionário exclusivo, desenvolvido para analisar detalhadamente todos os aspectos da experiência do cliente.

- **Meios de Hospedagem:** Avaliação abrangente de toda a jornada do cliente, incluindo reserva, check-in, estadia, check-out, serviços oferecidos, experiências vivenciadas, práticas de sustentabilidade e outros aspectos da experiência.
- **DMCs:** Avaliação completa da experiência do cliente durante o processo de orçamento, contemplando cada etapa da jornada até a decisão final da viagem.



4) Após serem aprovados, os candidatos assinam o Termo de Adesão (assinado pelos sócios);

5) Pagamento do valor da Jóia em até 3 parcelas e mensalidade para receber o Termo de Afiliação.

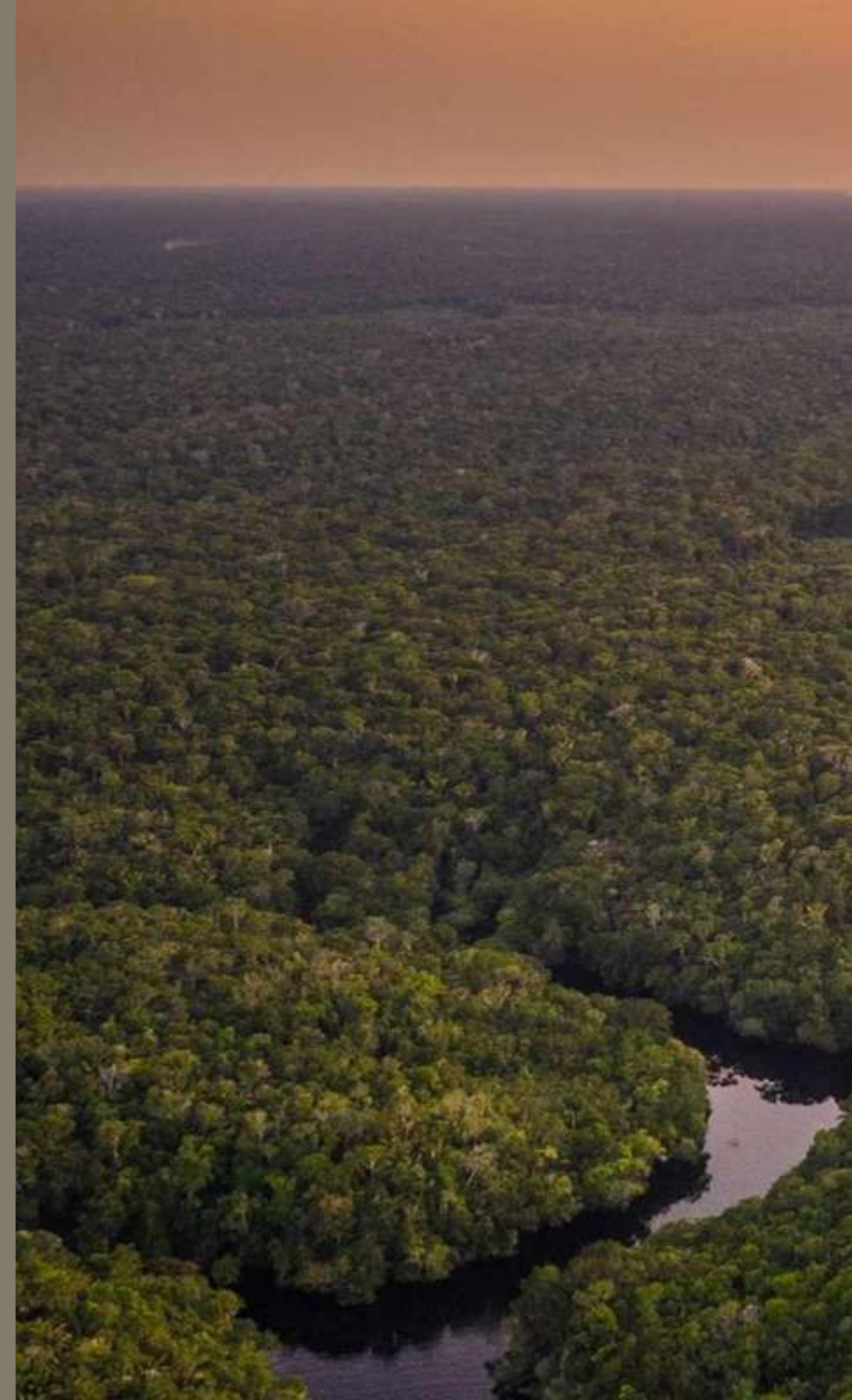
- A partir de **2025 é mandatório que o candidato interessado passe por essa avaliação de qualidade.**
- Uma vez associado a BLTA, **anualmente o associado deverá passar por essa avaliação;**
- Os **custos destas avaliações, mais despesas dos avaliadores, serão de responsabilidade do associado;**
- O custo dependerá do tamanho do empreendimento medido pela quantidade de UH's

**Até 24 UH e DMC R\$3.350 + despesas\***

**De 25 até 59 UH R\$3.700 + despesas\***

**Acima de 60 UH R\$4.000 + despesas\***

\*Valores reajustados anualmente.





# DOCUMENTOS A SEREM ENCAMINHADOS PARA ANÁLISE -HOTÉIS

---

- Cópia autenticada do contrato social ou estatuto e suas alterações;
- Cópia do Registro no Ministério do Turismo - CADASTUR;
- Cópia dos documentos de identificação (RG e CPF) dos sócios;
- Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais (Certidão da Dívida Ativa da União);
- Certidão Negativa de Débito junto ao INSS;
- Certidão Negativa de Débito Municipal Tarifário;
- Cardápio do Restaurante;
- Duas cartas de referência de agências e operadoras no mercado nacional e/ou internacional;
- Material promocional do Hotel;
- Release ou matérias de revistas / jornais.
- Comprovação de práticas de ESG - relatórios, certificação, processo de certificação



# DOCUMENTOS A SEREM ENCAMINHADOS PARA ANÁLISE -DMCs

---

- Cópia autenticada do contrato social ou estatuto e suas alterações;
- Cópia do Registro no Ministério do Turismo - CADASTUR;
- Cópia dos documentos de identificação (RG e CPF) dos sócios;
- Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais (Certidão da Dívida Ativa da União);
- Certidão Negativa de Débito junto ao INSS;
- Comprovação de participação em feiras de turismo de luxo;
- Carta (2) de referência de Hotéis que trabalham no Brasil
- Material promocional;
- Release ou matérias de revistas / jornais.
- Comprovação de práticas de ESG - relatórios, certificação, processo de certificação



## CONTRIBUIÇÃO E DEVERES DO ASSOCIADO

- **Jóia de entrada**

- Até 24 UH e DMCs R\$20.000;
- De 25 até 59 UH R\$25.000;
- Acima de 60 UH R\$30.000.

- **Certificação OnYou (anual)**

- Até 24 UH e DMCs R\$3.350 + despesas;
- De 25 até 59 UH R\$3.700 + despesas;
- Acima de 60 UH R\$4.000 + despesas.

- **Mensalidade**

- Valor de R\$ 2.031,22 (dois mil e trinta e um reais e vinte e dois centavos), com reajuste anual.

- **Banco de "room nights":**

- Ação estratégica como permuta para eventos e ações organizadas pela BLTA:
- Até 25 Uhs – 2 room nights (anual);
- Até 59 Uhs – 4 room nights (anual);
- Acima de 60 Uhs – 5 room nights (anual).

- **A participação do associado é obrigatória:**

- Anualmente em pelo menos uma Ação/Evento internacional e nacional da BLTA;
- Em material de divulgação que a BLTA seleciona como sendo o principal para suas ações promocionais;
- Pesquisa Anual BLTA/Senac;
- Participação em Webinares on-line;
- Em uma assembleia anual.



**PARA CANDIDATOS QUE JÁ  
POSSUEM UMA PROPRIEDADE  
COMO MEMBRO BLTA**

O processo é o mesmo. A mensalidade da segunda propriedade é de 50% e a partir da terceira propriedade 25%.

O valor da jóia da segunda propriedade é de  $\frac{1}{3}$  do valor da primeira e descontos adicionais podem ser determinado conforme decisão do Conselho Diretor.



## CONSELHO DIRETOR

Presidente do Conselho - Roberto Klabin, Caiman, Pantanal

Vice Presidente Comunicação - Bruno Teixeira, Very Latin

Vice Presidente Comercial - Bruna Dib, TXAI Resorts & SPA

Vice Presidente Financeiro - Alex Da Riva, Cristalino Lodge

Vice Presidente Relações Institucionais - Guilherme Padilha, Auroraeco

Vice Presidente Sustentabilidade- Pedro Treacher, OCanto

Conselheiro Fiscal - Luciano Caribé, Pedras do Patacho & Casa Brasileira

## CAMILLA BARRETTO

CEO

[camilla@blta.com.br](mailto:camilla@blta.com.br)

## PAULA FEITAL

Coordenadora de Comunicação & Operações

[paula@blta.com.br](mailto:paula@blta.com.br)

## GEÓRGIA AYROSA

Produtora de Eventos & Assistente de Comunicação

[georgia@blta.com.br](mailto:georgia@blta.com.br)

# Authenticity is the World's Greatest Luxury