

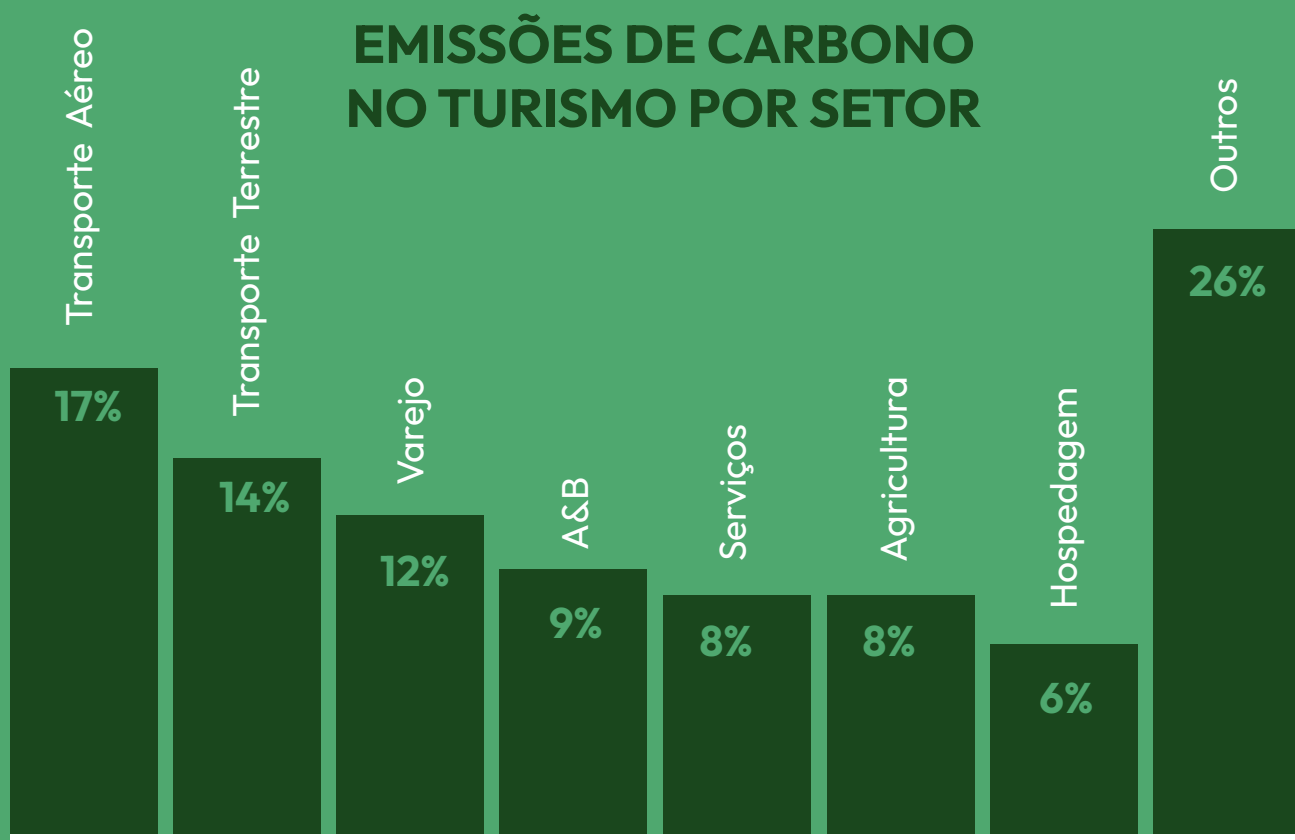
sustentabilidade e turismo internacional

INDICADORES

EMISSÕES DE CARBONO NO TURISMO

8 a 11%

das emissões globais dos gases de efeito estufa são geradas pelo setor de turismo.



TURISMO

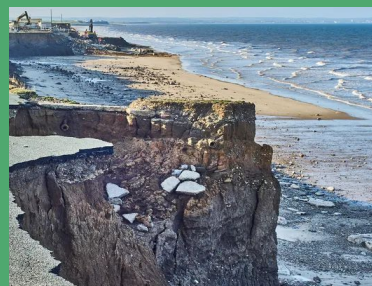
PRINCIPAIS IMPACTOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS



EVENTOS CLIMÁTICOS
EXTREMOS



ESTRESSE SOBRE
RECURSOS NATURAIS
BÁSICOS



EROSÃO COSTEIRA



PERDA DE
BIODIVERSIDADE



DANOS AOS
PATRIMÔNIOS
CULTURAL E NATURAL



DESTRUIÇÃO DE
INFRAESTRUTURA E
PROPRIEDADE

Fonte: [WTTC e PNUMA, 2021](#)

COMPROMISSOS DO BRASIL COM O MUNDO

Mitigar 50% das emissões de gases de efeito estufa até 2030.

Reciclar ou recuperar 60% dos resíduos sólidos a partir de 2025.

Fonte: [Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável](#)

BRASIL + SUSTENTÁVEL

EM DESTAQUE



1º Lugar em biodiversidade

Brasil está no topo entre os 18 países megadiversos do mundo. Nosso país abriga entre 15 e 20% da diversidade biológica mundial, com mais de 120.000 espécies de invertebrados, cerca de 9.000 vertebrados e mais de 4.000 espécies de plantas.

[UNEP, 2023](#)



30% do território protegido

Somando-se as unidades de conservação às terras indígenas, o Brasil tem 30,2% de seu território, ou 2.572.575 km², em áreas protegidas. São cerca de 2.300 unidades de conservação.

[WWF, 2019](#)



1º Lugar em reservas de água doce

O Brasil possui os maiores recursos hídricos renováveis do mundo, estimados em 8.647 bilhões de metros cúbicos. São 12% da água doce do Planeta e cerca de 41.000 metros cúbicos de recursos hídricos renováveis por habitante.

[STATISTA, 2023](#)

BRASIL

BRASIL + SUSTENTÁVEL

EM DESTAQUE



2º Lugar na produção de biocombustíveis

O Brasil é um dos maiores produtores de etanol e de biodiesel do mundo, ocupando o segundo lugar no ranking dos maiores produtores de biocombustíveis

[IEA, 2019](#)



1º Lugar em biocombustível de baixo carbono

Entre 2003 e 2021, o uso de etanol no Brasil evitou a emissão de mais de 566 milhões de toneladas de CO2 na atmosfera, volume equivalente às emissões anuais somadas de Argentina, Venezuela, Chile, Colômbia e Uruguai.

[IEA, 2023](#)



3º Maior produtor de alimentos

Em 2019, o Brasil foi o maior exportador de alimentos do mundo, atingindo a marca de U\$ 58 bilhões arrecadados com a exportação de alimentos.

[FAO, 2021](#)

BRASIL

BRASIL + SUSTENTÁVEL

EM DESTAQUE



92% de fontes renováveis na geração de energia

A geração de energia renovável bateu recorde em 2022 no Brasil. Usinas hidrelétricas, eólicas, solares e de biomassa foram responsáveis por 92% do total de eletricidade produzida pelo país, maior percentual dos últimos 10 anos.

[CCEE, 2023](#)



3º Lugar em produção de energia renovável

O Brasil gerou 175 gigawatts de energia renovável em 2022, o equivalente a 12 usinas de Itaipu, que é a segunda maior hidrelétrica do mundo.

[STATISTA, 2023](#)



305 etnias e 274 línguas indígenas

O Censo Demográfico 2010 identificou, tanto nas terras indígenas quanto fora delas, 305 etnias e 274 línguas indígenas.

[IBGE, 2010](#)

BRASIL

BRASIL EM DESTAQUE NO TURISMO



1º Em turismo de aventura

Principal destino de aventura do mundo entre 85 nações, de acordo com a U.S. News & World Report.

[USNEWS, 2023](#)



Melhor país para fazer ecoturismo

Índice de Ecoturismo 2023 Forbes Advisor.

[FORBES ADVISOR, 2023](#)



3º Em competitividade turística *recursos naturais*

Índice de Desenvolvimento em Viagens e Turismo do Fórum Econômico Mundial 2021.

[WEF, 2021](#)



10º Em competitividade turística *recursos culturais*

Índice de Desenvolvimento em Viagens e Turismo do Fórum Econômico Mundial 2021.

[WEF, 2021](#)



DADOS DE CONSUMIDORES

PERCEPÇÕES

47%

dos consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos que apoiem a proteção ambiental

42%

dos consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos que apoiem ações climáticas

42%

dos consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos que apoiem o combate à pobreza

Fonte: Global Data Q3 Consumer Survey, 2022

78%

dos consumidores acham a sustentabilidade ambiental importante e querem levar uma vida mais sustentável

68%

dos consumidores estariam dispostos a reduzir o seu consumo pela metade para evitar danos ambientais e/ou alterações climáticas

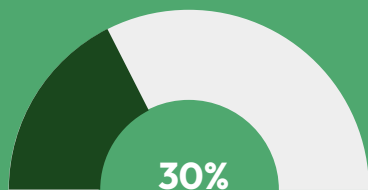
63%

alegam ter modificado seus hábitos para se tornarem mais sustentáveis

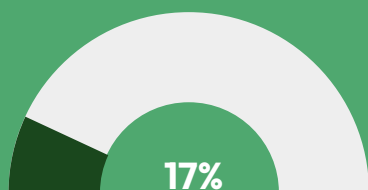
Fonte: ROUNDUP, 2023

CONSUMIDORES

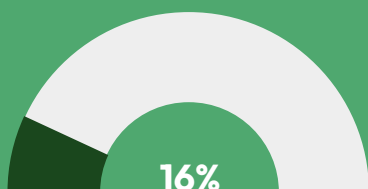
PERCEPÇÕES



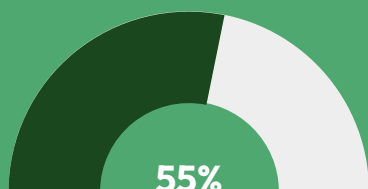
dos consumidores são mais propensos a comprar produtos centrados na sustentabilidade



optam por produtos de marcas socialmente responsáveis



optam por produtos de marcas ambientalmente sustentáveis



pagariam mais por marcas ecológicas

Fonte: [NILSENIQ, 2022](#)

Fonte: [ROUNDUP, 2023](#)



CONSUMIDORES

PERCEPÇÕES

O que as empresas devem fazer para serem + sustentáveis



53% reduzir o uso de plástico



51% eliminar o desperdício

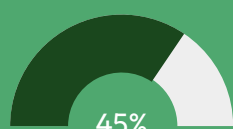


46% usar embalagens + sustentáveis

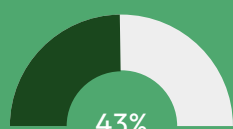


37% reduzir emissões de CO₂

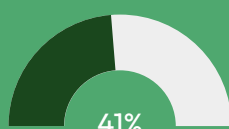
Maiores Preocupações dos Consumidores



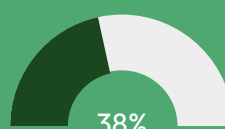
mudanças climáticas



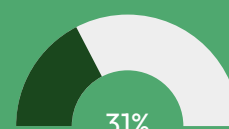
poluição da água



poluição do ar



desperdício de plástico



desmatamento

Fonte: NILSENIQ, 2022

Fonte: IBM, 2022

49%

dos consumidores afirmam ter pagado **59% a mais** por produtos considerados + sustentáveis ou socialmente responsáveis.

64%

afirmaram que produtos de marcas ambientalmente + sustentáveis ou socialmente responsáveis representaram pelo menos metade da sua última compra.

Consumo de produtos sustentáveis seria impulsionado se houvesse: melhor qualidade do produto (58%); preços mais acessíveis, melhor custo-benefício (57%); melhor compreensão sobre o impacto da compra (41%).

DADOS DE VIAJANTES

81%

dos viajantes consideram viagens sustentáveis importantes

76%

querem viajar de forma mais sustentável nos próximos 12 meses

47%

buscam dicas sobre como viajar de forma sustentável

44%

não sabem onde encontrar opções sustentáveis

43%

topam pagar um pouco mais por viagens certificadas em sustentabilidade

49%

querem descontos ou incentivos econômicos para optar por opções mais sustentáveis

49%

acham as viagens sustentáveis muito caras

VIAJANTES

PERCEPÇÕES



75% dos viajantes buscam experiências autênticas



66% querem deixar os locais visitados melhor do que encontraram



69% querem que o dinheiro pago na viagem volte para as comunidades locais



40% não sabem onde encontrar experiências que garantam benefícios às comunidades locais

Qual é a forma mais sustentável de viagem?

65%

A que protege o ambiente natural

55%

A que preserva a vida selvagem

43%

A que impulsiona a economia local

VIAJANTES

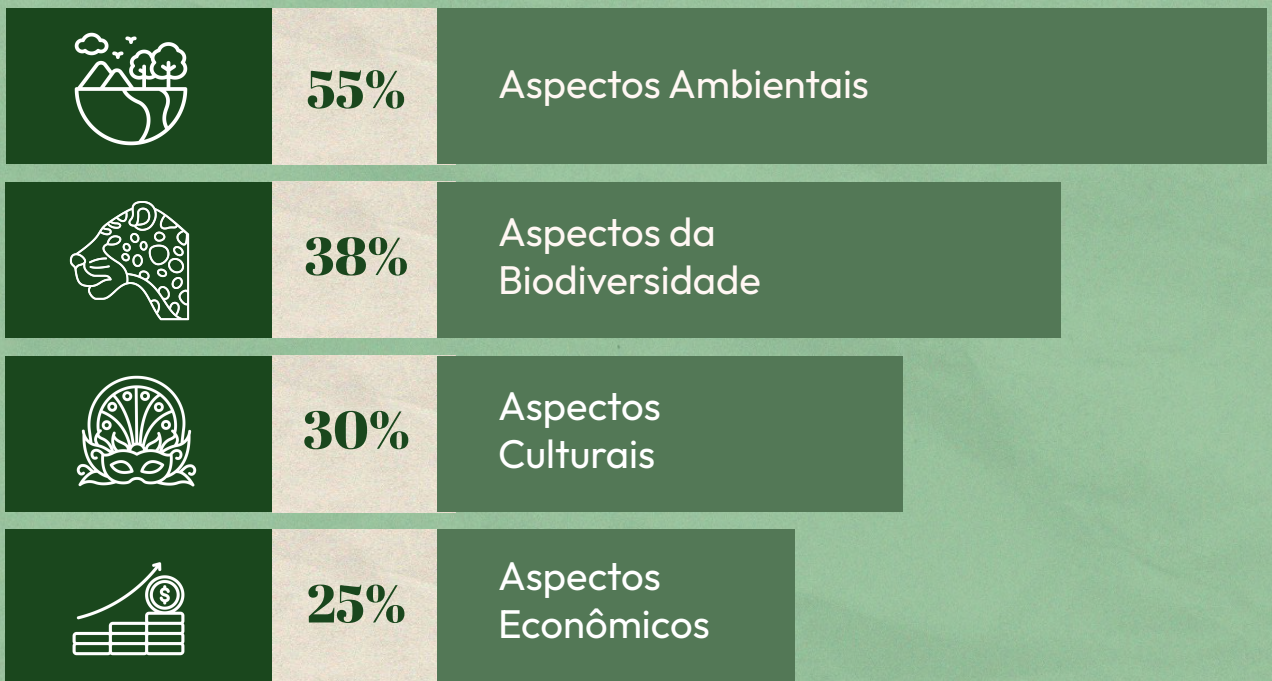
PERCEPÇÕES

69%

dos viajantes procuram ativamente opções de viagem + sustentáveis

Fonte: [WTTC et al., 2023](#)

Ao buscar uma viagem + sustentável, os viajantes estão mais preocupados com:



Pagaria mais?

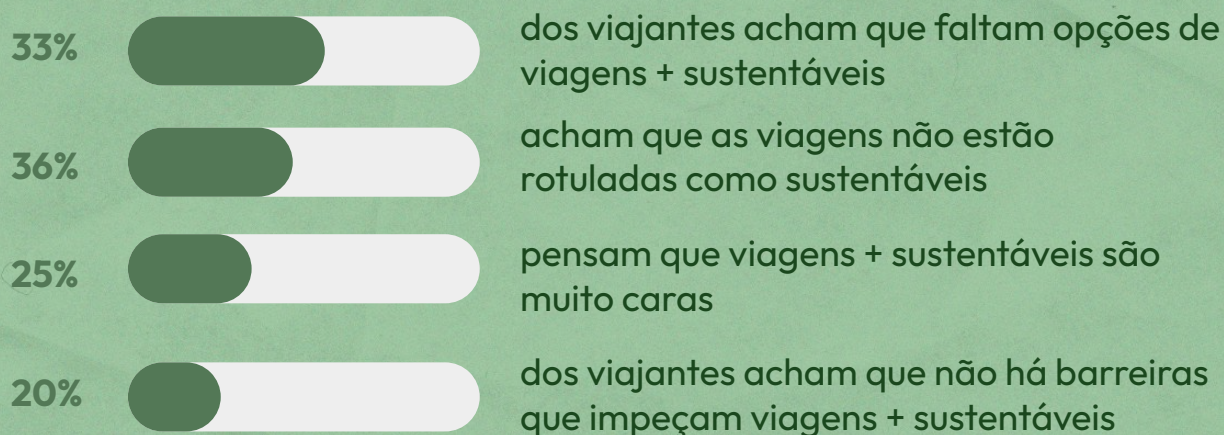
Embora **67,7%** dos viajantes estejam dispostos a pagar mais para incluir opções sustentáveis em suas viagens, apenas 10% deles estariam dispostos a pagar **mais de 10%** do preço total por uma opção + sustentável.

Compensação de carbono

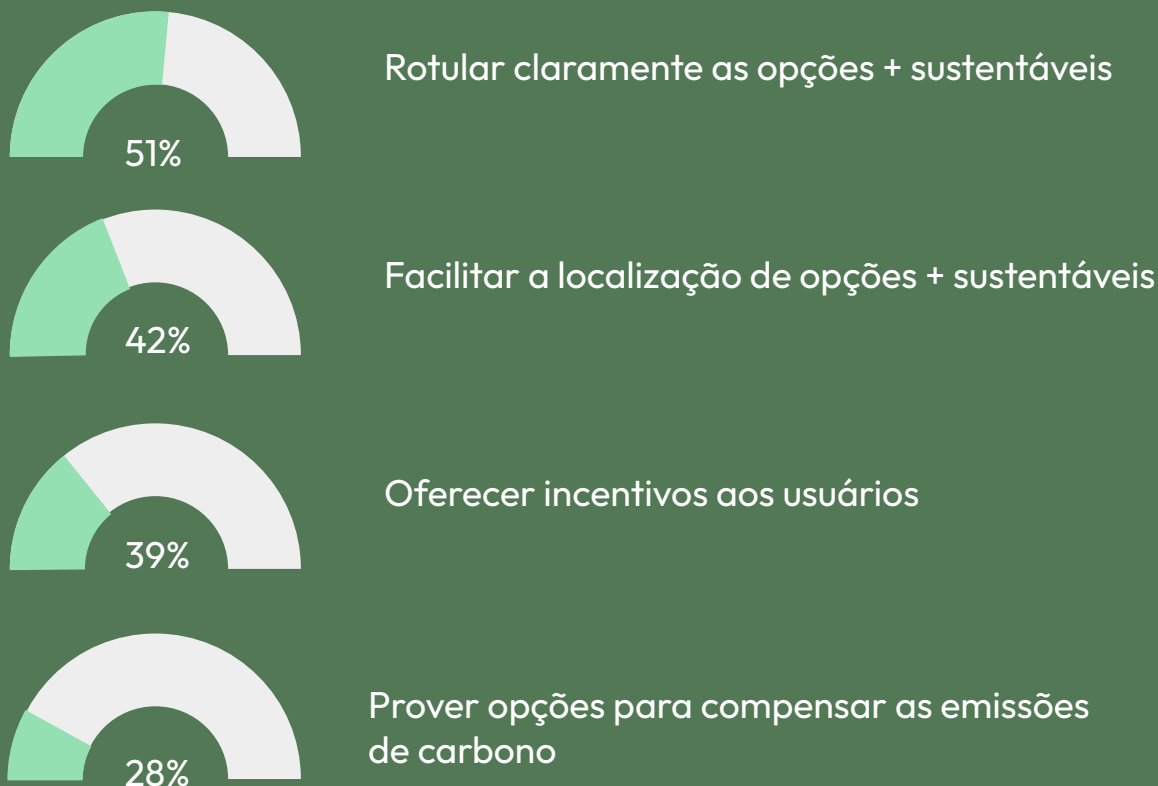
Mais da metade (59,2%) dos entrevistados demonstrou uma tendência a **pagar pela compensação de carbono** para reduzir o impacto de suas viagens.

BARREIRAS PARA

VIAGENS + SUSTENTÁVEIS

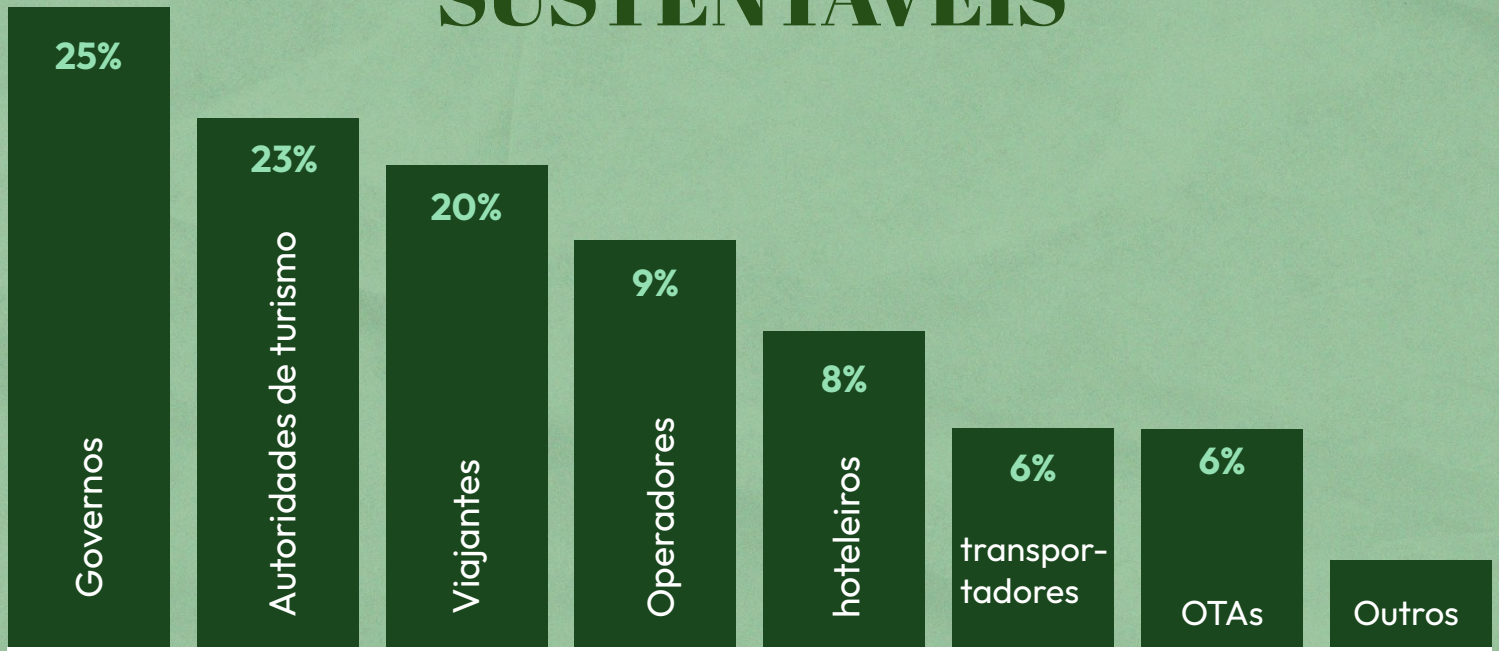


O que as agências de viagem devem fazer para encorajar viagens + sustentáveis?



PRINCIPAL RESPONSÁVEL POR
PROMOVER MUDANÇAS PARA

VIAGENS MAIS SUSTENTÁVEIS



PRÁTICAS MAIS
ASSOCIADAS À

SUSTENTABILIDADE EM VIAGENS



Uso de
Energia
Renovável



Substituição
de plásticos
de uso único



Conservação
animal



Redução da
pegada de
carbono

CRÉDITOS

Marcelo Freixo - Presidente

Roberto Gevaerd - Diretor de Gestão e Inovação

Jaqueline Gil - Diretora de Marketing Internacional,
Negócios e Sustentabilidade

Saulo Rodrigues - Gerente de Sustentabilidade e Ações Climáticas

Ficha Técnica

Elaboração: Cristiano Borges

Diagramação: Maria Eduarda Lopes e Nathanael Ferreira

Coleta de dados: Scarlett Queen e Cristiano Borges

Equipe da GSAC: Gabrielle Andrade, Marina Barki, Paulo Albuquerque, Tânia Carvalho, Virgílio Almeida e Yasmin de Melo

Outubro de 2023