

Turismo *Sustentável*

Como os parques e atrações estão incorporando a sustentabilidade



Um panorama das práticas ambientais, sociais, culturais e de governança no setor de parques e atrações turísticas do Brasil.

Ficha Técnica

ITAIPU PARQUETEC

Superintendente

Irineu Mario Colombo

Diretor de Turismo

Yuri Benites

Gerente do Turismo Sustentável

Silvana Gomes

*Coordenadora do Turismo Sustentável
e Supervisão da Pesquisa*

Viviane da Silva Welter

Bolsista do Turismo Sustentável

Milena Gehring Nascimento

Estagiário

Manuel Licontes

SINDEPAT

Presidente do Conselho

Pablo Mórbi

Vice-presidentes

Sandro Fernandes

Alessandro Cunha

Conselheiros

Edilson Doubrawa

Renato Fensterseifer Jr.

Roger Ely

Yuri Benites

Presidente Executiva

Carolina Negri

Gerente de Relacionamento

Magaly Vieira

Administrativo Financeiro

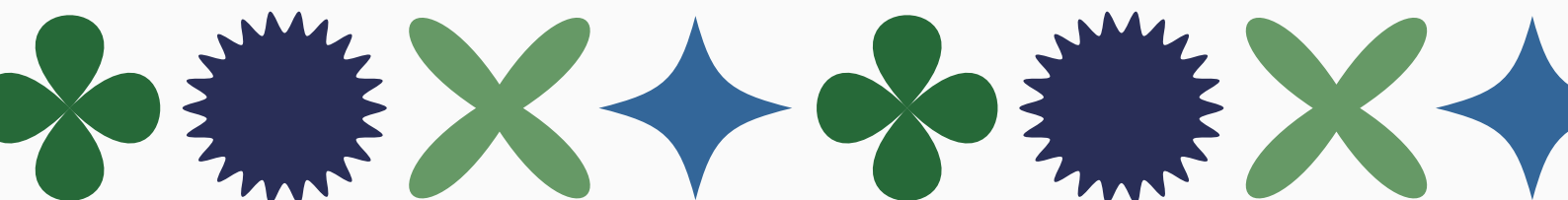
Mary Guerra

Coordenadora de Projetos

Maria Izabel Reigada

Consultora Especialista

Talita Uzeda



Sumário

Apresentação.....	4
Por que a Sustentabilidade Importa no Turismo?	5
Perfil dos Empreendimentos.....	7
Localização das atrações respondentes	8
As quatro dimensões avaliadas	11
Dimensão ambiental.....	12
Gestão de água	15
Gestão de energia	15
Gestão de efluentes e resíduos sólidos	16
Resumo da gestão ambiental.....	17
Dimensão social	18
Dimensão cultural	24
Dimensão governança.....	26
Conclusões e Caminhos Possíveis	30
Sobre a Pesquisa e a Metodologia.....	32
Referências.....	34

Apresentação

No Itaipu Parquetec, carregamos uma missão muito clara: integrar ciência, tecnologia e inovação ao desenvolvimento sustentável. Construir um futuro sustentável para o turismo, nessa perspectiva, exige a geração e a difusão de conhecimento qualificado. Por isso, enquanto uma Instituição de Ciência e Tecnologia integramos pesquisa, inovação e expertise prática para ir além das tradicionais pesquisas de demanda, fomentando estudos que projetam o futuro e apoiam decisões de longo prazo.

Este relatório é parte desse esforço. Ele mensura a maturidade em sustentabilidade dos parques e atrações turísticas do Brasil para orientar gestores, empreendedores e formuladores de políticas públicas rumo a um turismo mais responsável, inclusivo e inovador. Os resultados aqui apresentados são mais que um diagnóstico: eles nos permitem enxergar onde estamos e, principalmente, para onde podemos ir.

Mais do que apontar avanços, este estudo evidencia desafios prioritários que precisam ser enfrentados coletivamente. Ele revela práticas inspiradoras, identifica oportunidades e sugere caminhos concretos para o setor evoluir. Fruto de mais de duas décadas de atuação do Itaipu Parquetec na promoção de soluções sustentáveis para o turismo e para a transição energética, este trabalho reafirma a cooperação, a governança e a inteligência estratégica como pilares fundamentais para transformar dados em ações que geram impacto real.

Convido você a percorrer estas páginas com atenção e espírito colaborativo. Que possamos, juntos, transformar conhecimento em resultados, análises em inspiração e visão de futuro em práticas presentes — tornando o turismo brasileiro um exemplo de competitividade aliada à responsabilidade socioambiental.



Yuri Benites

Diretor de Turismo
Itaipu Parquetec

Os pilares ESG são hoje mandatórios. Não se pode pensar em desenvolvimento de qualquer setor sem olhar para questões ambientais, sociais e de governança. Somos uma associação de parques e atrações turísticas com associados nas cinco regiões brasileiras. Nossos associados são um excelente retrato da maturidade em ESG do nosso setor, não apenas por sua distribuição nacional, mas também pelos diferentes portes e perfis de empresas: parques aquáticos, temáticos, naturais e atrações que vão de teleféricos a rodas-gigantes, passando por aquários e museus.

Neste primeiro diagnóstico que realizamos em parceria com o Itaipu Parquetec verificamos que muito já vem sendo feito, mas há muita oportunidade de avanços com benefícios compartilhados. Com alegria vemos que mais de 77% dos empreendimentos afirmam assumir responsabilidade por impactos ambientais que suas operações causam de forma prioritária. Ao mesmo tempo, o diagnóstico aponta uma diretriz relevante, a importância do letramento e aprofundamento sobre pautas, como mudanças climáticas, matriz energética, patrimônio cultural, dentre outras. A capacitação do setor se faz fundamental nas várias vertentes da jornada ESG para assegurarmos que seja bem-sucedida.

Os dados do diagnóstico nos permitirão nortear as próximas ações do SINDEPAT. Comemoramos o grande número de respondentes que alcançamos e acreditamos que nas futuras edições do diagnóstico teremos mais parques e atrações participando. A sustentabilidade é uma jornada coletiva, como o trabalho de uma associação.



Pablo Mórbiis

Presidente do Conselho
de Administração
do SINDEPAT

Por que a *Sustentabilidade* Importa no *Turismo*?

O Turismo é uma força econômica e social global e tem potencial para promover os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), principalmente os ODS 5, 6, 8, 11, 12, 13, 14 e 15: Igualdade de Gênero, Água Potável e Saneamento, Trabalho decente e Crescimento Econômico, Cidades e Comunidades Sustentáveis, Consumo e Produção Responsáveis, Ação Contra a Mudança Global do Clima, Vida na Água e Vida Terrestre.

A **ONU Turismo** recomenda que todas as formas de Turismo incorporem práticas sustentáveis, considerando:



Proteção
ambiental



Justiça
social



Respeito
à *cultura*



Transparência
e *governança*



Foto: Reprodução/FreePik

O *turismo* será sustentável somente se assegurar a proteção dos recursos que o sustentam — o *meio ambiente*, as *comunidades* e as *culturas locais*.

UNWTO, 2005



Foto: Rhian Sousa/Pexels

Perfil dos *Empreendimentos*

Esta pesquisa foi conduzida pelo Itaipu Parquetec, em parceria com o Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (SINDEPAT), com o objetivo de avaliar o nível de maturidade em sustentabilidade dos parques e atrações. O questionário foi enviado a empreendimentos associados ao SINDEPAT e à ADIBRA, bem como a outros parques não associados identificados contatados para participação. A coleta das respostas foi realizada de forma online.



Foto: Fusheng L./Pexels

Quem *respondeu*?

A maior parte dos parques e atrações que respondeu a pesquisa estão localizados nas regiões Sudeste (47,4%) e Sul do Brasil (38,1%), com grande destaque para o estado de São Paulo (31,6%). Estes dados corroboram o levantamento dos associados SINDEPAT, em que 46% são da região Sudeste e 33% da região Sul.¹

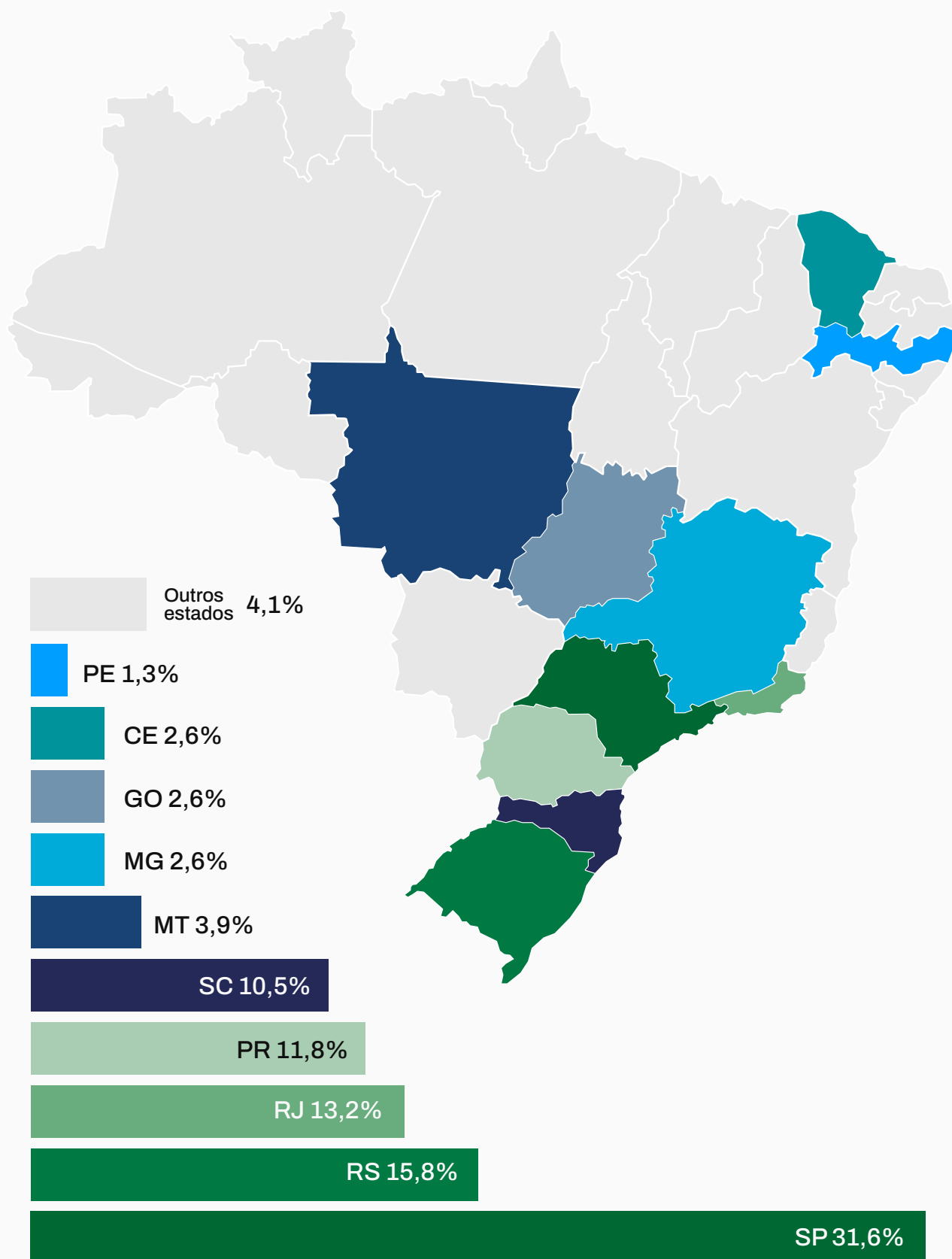
Esse cenário reflete tanto a concentração populacional quanto a relevância econômica dessas regiões. Grandes centros urbanos funcionam como polos emissores e receptores de turistas, oferecendo infraestrutura mais ampla como acessos viários e aéreos, rede hoteleira consolidada, serviços especializados, dentre outros.

A diversificação desses empreendimentos em outras regiões do Brasil pode ser um caminho para descentralizar os fluxos turísticos, promover o desenvolvimento regional equilibrado e reduzir a pressão ambiental sobre áreas já saturadas ou em processo de saturação. A expansão planejada da oferta turística em territórios com potencial ainda pouco explorado pode gerar impactos econômicos e sociais positivos, ao mesmo tempo em que contribui para uma distribuição mais equitativa dos benefícios do turismo no país (PEREIRA, 2024).²

¹ Levantamento interno do SINDEPAT, em que 46% é da região sudeste, 33% região sul, 13% centro oeste, 5% nordeste e 3% da região norte.

² Artigo - Experiências de Turismo Regenerativo no Brasil: uma pesquisa exploratória.

Localização das *atrações respondentes*



Quem *respondeu*?

Os três tipos de empreendimentos que mais se destacaram foram os **parques aquáticos (27,6%)**, evidenciando a forte atratividade de experiências relacionadas à água; os **parques naturais ou urbanos (23,7%)**, espaços verdes que oferecem atividades recreativas, de esporte, ou outras relacionadas com

a conservação daquele espaço; e os **parques de diversão e/ou temáticos (21,1%)**: espaços de lazer que oferecem uma variedade de atrações e atividades recreativas. Esses dados refletem a diversidade de interesses dos visitantes e a importância de uma oferta variada de atrações no setor.



Parques aquáticos

Parques com atrações aquáticas



27,6%



Zoológico ou aquário

Instalações com animais e vida marinha



7,9%



Parques naturais ou urbanos

Espaços verdes que oferecem atividades recreativas, de esporte, ou outras relacionadas com a conservação daquele espaço



23,7%



Centro de entretenimento familiar

Centros com atividades para família, geralmente localizados em Centros Comerciais



3,9%



Parques de diversão e/ou temáticos

Espaços de lazer que oferecem uma variedade de atrações e atividades recreativas



21,1%



Outro

Parques com atrações diversas



3,9%



Atração turística

Atrações como teleféricos, rodas gigantes e trens turísticos

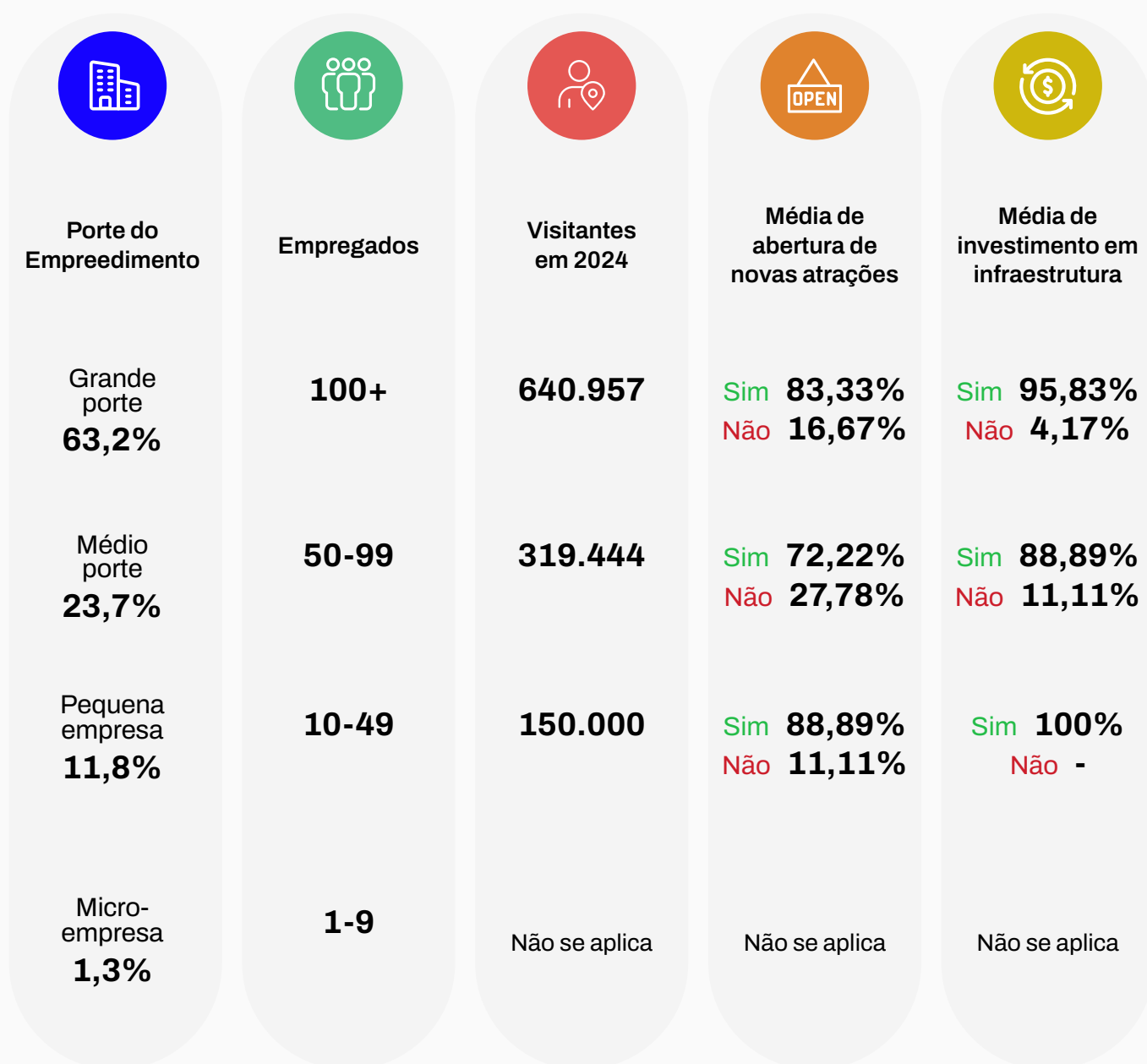


11,8%

Quem *respondeu*?

O perfil dos empreendimentos é majoritariamente de grande porte (63,2%), que concentram alta capacidade operacional (100 ou mais empregados) e receberam volumes expressivos de visitantes em 2024 (>640k). Grande parte dos empreendimentos possui robusta capacidade de reinvestimento, uma vez que 94,7% investiram em infraestrutura

ra e 80,3% abriram novas atrações no último ano. Esses dados sugerem que este é um setor cujo investimento em novidades é fundamental, pois independentemente do porte, há preocupação em ampliação da infraestrutura e disponibilização de novidades para atrair maior público, caracterizando uma considerável sustentabilidade econômica.



As quatro *dimensões avaliadas*

O levantamento da maturidade em sustentabilidade dos parques e atrações baseou-se nos seguintes pilares da sustentabilidade:



Ambiental

Uso consciente de recursos, gestão de resíduos, energia, água e impactos naturais.



Social

Bem-estar de funcionários e comunidades locais, diversidade e capacitação.



Cultural

Respeito e valorização da cultura local, apoio a artistas, produtos e tradições.



Governança

Participação, transparência, políticas internas e práticas éticas.

Dimensão *ambiental*

Cuidar do planeta começa no portão de entrada

Monitorar os aspectos ambientais de um empreendimento turístico é essencial para reduzir impactos negativos sobre o meio ambiente e garantir a longevidade dos atrativos naturais e urbanos.

Essa prática permite identificar ineficiências, antecipar riscos e adotar soluções que protejam os ecossistemas.

A sustentabilidade tornou-se um fator de influência no processo de compra para 75%³ dos consumidores e 80%⁴ dos viajantes.

Além disso, reforça o compromisso com a sustentabilidade, melhora a reputação institucional e atende às expectativas de um público cada vez mais consciente, uma vez que a sustentabilidade tornou-se um fator de influência no processo de compra dos viajantes que consideram importante realizar viagens mais sustentáveis.

Assim, nesta dimensão são apresentados os dados referentes à gestão da água, energia, efluentes e resíduos.



Foto: Vinicius A. Nascimento/Peixeis

³ GLOBAL DATA. Consumer Survey Results. 2022 e 2023.

⁴ BOOKING.COM. Relatório de sustentabilidade, 2023.



Gestão de Água

Monitorar o consumo e uso racional dos recursos naturais permite identificar desperdícios, otimizar sistemas e reduzir custos operacionais. No turismo, onde há grande circulação de pessoas, o uso consciente fortalece a imagem do empreendimento e protege recursos essenciais para a atratividade do destino.



Gestão da Energia

Acompanhar a geração e o uso de fontes de energias alternativas reduz a dependência de combustíveis fósseis e as emissões de gases de efeito estufa. No turismo, agrega valor ao empreendimento e atende a um público cada vez mais consciente.



Gestão de Efluentes

Controlar como os resíduos líquidos são tratados evita a contaminação do solo e da água, protegendo ecossistemas locais e a saúde de visitantes e comunidades. Esta ação reforça o compromisso com práticas responsáveis.



Gestão de Resíduos

Monitorar a separação, destinação e reciclagem de resíduos permite melhorar a eficiência da coleta e reduzir o impacto ambiental. Parques e atrações que gerenciam bem seus resíduos reforçam a educação ambiental e fortalecem o vínculo com a comunidade e os visitantes.

Quadro 1

Gestão da *água*, da *energia*, dos *efluentes* e dos *resíduos*.



Gestão de Água

Redução do Consumo da Água

Torneiras com temporizador (61,8%)
Manutenção preventiva para evitar vazamentos (17,1%)



Gestão de Efluentes

Captação de águas pluviais

Não há captação (52,6%)
Há captação (27,6%)
Há captação em parte (19,7%)

Efluentes ligados à rede pública de esgoto

Sim (42,1%)
Não (15,8%)
Em parte (3,9%)
Não há rede pública disponível (1,3%)



Gestão de Energia

Redução do Consumo de Energia

Uso de lâmpadas LED (73,7%)
Energia com fontes renováveis (11,8%)

Consumo de Veículos

Frota ou administrativo

Não possuem veículos da frota ou administrativos de baixo consumo (48,7%)
Ambos são de baixo consumo (14,5%)

Fontes de Energia Renováveis

Painéis solares (38,2%)
Outros (geradores diversos) 28,9%



Gestão de Resíduos

Reciclagem de materiais

Completa (68,4%)
Parcial (26,3%)
Não realiza (5,3%)

Utilização de produtos ecologicamente corretos

Quase sempre (42,1%)
Algumas vezes (26,3%)
Sempre (23,7%)
Raramente (7,9%)

Na dimensão ambiental, além dos dados representados no quadro acima, a pesquisa investigou as percepções dos empreendimentos turísticos considerando se os impactos ambientais eventualmente gerados são reconhecidos, assumidos e tratados como prioridade. Os dados revelam que **77,6% dos empreendimentos afirmam assumir responsabilidade por esses impactos de forma prioritária**, enquanto 15,8% relataram

fazê-lo “quase sempre”. Por outro lado, 5,2% dos respondentes afirmaram que assumem essa responsabilidade apenas “algumas vezes” ou “raramente”.

Os dados representados no quadro 1 demonstram a gestão da água, da energia, dos efluentes e dos resíduos.

Gestão de *água*



Em relação à **redução do consumo** de água, destacou-se a instalação de **torneiras com temporizador, adotada por 61,8%** dos empreendimentos. Esta prática tem se mostrado eficaz, com estudos apontando redução de 20% a 27% no consumo de água (CUREAU; KALBUSCH; HENNING, 2019). Em seguida, **17,1% dos empreendimentos afirmaram realizar manutenção preventiva para evitar vazamentos.**

O **reuso de águas pluviais** pode reduzir em até 50% o consumo de água potável em edifícios comerciais e turísticos (MAY, 2004), sendo uma medida altamente eficaz em usos como irrigação, lavagem de pisos e sanitários. Apesar disso, **apenas 9,2% dos empreendimentos relataram adotar essa prática como forma de redução do consumo de água.** Ainda, somente 5,3% dos empreendimentos monitoram o consumo com metas de redução e outros 5,3% não adotam qualquer prática para controle do uso de água.

Gestão de *energia*



Quanto às políticas ou práticas para **redução de energia**, a principal ação mencionada foi o **uso de lâmpadas LED, presente em 73,7%** dos empreendimentos. A adoção dessa tecnologia é uma escolha eficiente e sustentável, já que economiza até 93,35% de energia em comparação com lâmpadas incandescentes, apresentando maior durabilidade e menor impacto ambiental (SANTOS *et al.*, 2015). No entanto, outras medidas complementares ainda têm baixa adesão: apenas 5,3% instalam sensores de presença, 3,9% promovem campanhas educativas, 1,3% utilizam equipamentos com selo de eficiência energética e 11,8% informaram utilizar fontes renováveis de energia. Sobre este último, vale ressaltar que o termo “energias renováveis” não está claro para os respondentes, uma vez que na questão sobre **fontes alternativas de geração de energia elétrica, 38,2% afirmaram utilizar painéis solares.** De qualquer forma, há espaço para diversificar as práticas de eficiência energética, tornando os empreendimentos mais alinhados às metas globais de descarbonização.

Além da utilização de 38,2% de painéis solares, outros 28,9% responderam utilizar outros tipos de geração como geradores à óleo, combustão, diesel ou gasolina, energia incentivada, energia fotovoltaica, estação de carregamento de carro elétrico, aquecimento por pellets, mercado livre de energia ou fornecimento shopping.

Um percentual significativo (28,9%) não soube informar o tipo de fonte utilizada, o que reitera a necessidade de maior conhecimento sobre esta temática, e apenas 2,6% mencionaram o uso de sistemas a biomassa. Vale ressaltar que a adoção de energias renováveis contribui significativamente para a redução de emissões de gases de efeito estufa e da dependência energética dos empreendimentos (SHUKLA *et al.*, 2022), além de trazer benefícios financeiros a médio e longo prazo.

Acerca da gestão da frota de veículos, **apenas 14,5% dos empreendimentos utilizam veículos de baixo consumo energético tanto para uso administrativo quanto para visitantes**, enquanto 48,7% afirmaram que essa questão não se aplica ao seu contexto (provavelmente por não ser necessário o deslocamento ou a visita em si dentro da atração utilizando algum tipo de veículo), enquanto 10,5% utilizam apenas nos veículos para visitantes e 9,2% apenas nos administrativos. Outros 17,1% não utilizam veículos eficientes em nenhuma das situações. A adoção de veículos elétricos, híbridos ou com biocombustível, bem como a manutenção preventiva da frota, pode reduzir significativamente emissões e custos operacionais, além de atrair turistas com perfil mais consciente (PACHECO; BARROSO, 2024; ALMEIDA, 2022).

Gestão de *efluentes* *e resíduos sólidos*



A respeito dos efluentes, cerca de 42,1% dos empreendimentos estão conectados à rede pública de esgoto e 36,8% realizam tratamento próprio mesmo sem essa ligação, enquanto 15,8% não possuem nenhuma conexão com a rede, 1,3% não possuem rede pública e tampouco realizam o tratamento, e 3,9% responderam que o tratamento é feito de forma parcial. A destinação adequada dos efluentes é essencial para evitar contaminação de corpos d'água e riscos à saúde pública, principalmente em áreas com grande fluxo de visitantes (ANA, 2024). Além disso, é importante ressaltar que o lançamento de efluentes líquidos sem tratamento adequado constitui infração ambiental, sujeita a penalidades administrativas e criminais. Assim, a conformidade legal na coleta, tratamento e destinação final de efluentes líquidos não é apenas uma prática ambientalmente responsável, mas também uma obrigação jurídica, cuja inobservância pode gerar multas, interdições e danos reputacionais.

Os pesquisados foram questionados especificamente sobre a **captação de águas da chuva para usos menos nobres** e os resultados indicaram que **52,6% afirmou não captar**, 27,6% afirmou captar e 19,7% afirmou realizar esta prática parcialmente. Este dado reforça a necessidade de ampliar a conscientização e o investimento na gestão eficiente dos recursos hídricos, principalmente em contextos de escassez ou uso intensivo da água.

No campo da **gestão de resíduos sólidos**, a maioria dos empreendimentos (68,4%) afirmou realizar **reciclagem de forma completa**, enquanto 13,2% apenas separam os resíduos, sem garantir a destinação correta. Outros 9,2% relataram algum tipo de destinação, mas sem separação sistemática, 3,9% separam apenas parte dos resíduos e 5,3% não adotam nenhuma prática de reciclagem. A reciclagem é uma estratégia essencial para **reduzir o volume de resíduos urbanos**, conservando recursos naturais, reduzindo a poluição e promovendo inclusão social por meio da

geração de trabalho e renda (BRASIL, 2024). No contexto do turismo, essas ações fortalecem a **imagem sustentável dos destinos** e respondem às expectativas de um público cada vez mais atento à responsabilidade ambiental (GONÇALVES, 2023).

No que diz respeito ao **uso de produtos ecologicamente corretos**, 23,7% dos empreendimentos afirmaram priorizar esses itens “sempre”, 42,1% “quase sempre”, 26,3% “algumas vezes” e 7,9% “raramente”. A adoção desses produtos, como materiais de limpeza biodegradáveis e itens reutilizáveis, pode reduzir impactos ambientais e ainda gerar benefícios econômicos no longo prazo (RODRIGUES *et al.*, 2024; TEIXEIRA, 2023). Segundo o Ministério do Meio Ambiente, essa prática fortalece cadeias produtivas sustentáveis e contribui para a conscientização ambiental dos consumidores (BRASIL, 2010).

A gestão de resíduos sólidos e efluentes mostra-se um desafio crucial para o setor de parques e atrações turísticas, uma vez que este segmento gera mais de 180 mil empregos e atrai cerca de 128 milhões de visitantes ao ano (SINDEPAT, 2025), o que pode intensificar a pressão sobre os sistemas ambientais locais, sendo necessária a contínua observância e ampliação de práticas sustentáveis.

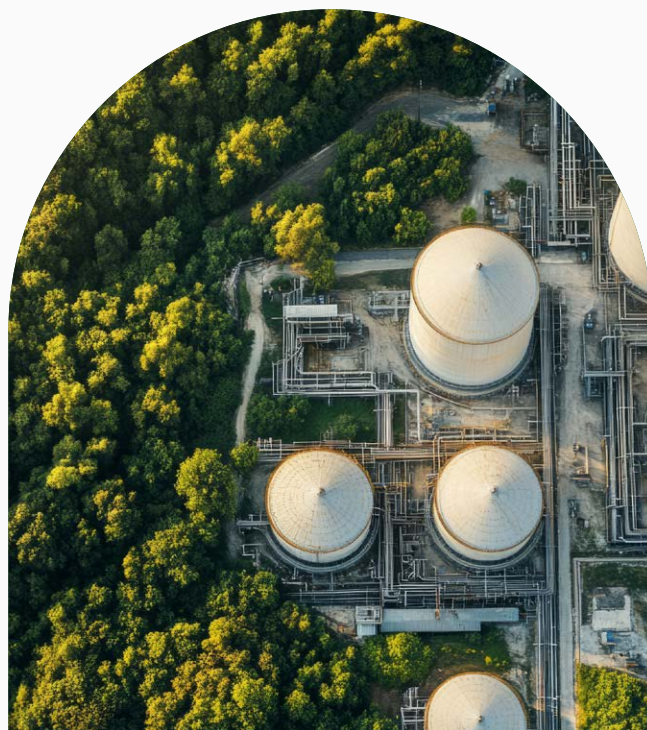


Foto: Reprodução/Freepix

Resumo da *gestão ambiental*

Os empreendimentos turísticos e parques pesquisados demonstram nível moderado de maturidade ambiental. A maioria reconhece e assume seus impactos ambientais e já adota práticas importantes e consolidadas, como o uso de lâmpadas LED e a instalação de torneiras com temporizador. No entanto, ainda é limitada a diversificação das ações sustentáveis, sobretudo no que diz respeito ao uso de fontes alternativas de energia, captação de águas pluviais, gestão de frota e priorização de produtos ecológicos.

Além disso, a presença significativa de empreendimentos que não sabem informar a fonte de energia utilizada ou que não adotam práticas básicas de gestão hídrica e energética pode relevar lacunas de informação e planejamento ambiental. Tais fragilidades indicam que, embora o setor esteja avançando, ainda há potencial de melhoria em políticas de eficiência, inovação, monitoramento ambiental contínuo e conhecimento na dimensão ambiental.

A ampliação da visão sistêmica sobre a gestão ambiental, adotando ações mais integradas e comprometidas com a mitigação dos impactos e a promoção de um turismo realmente responsável pode se tornar um fator chave para a consolidação da sustentabilidade como eixo estratégico.



Foto: Atil Mazumder / Pexels

Dimensão *social*

Turismo é sobre pessoas: da porta para dentro e para fora

A sustentabilidade social no turismo vai além da geração de empregos: ela promove inclusão, equidade, justiça e bem-estar para quem vive, trabalha e visita o território. Monitorar essa dimensão é essencial para garantir que os benefícios do turismo sejam compartilhados com as comunidades locais, respeitando sua identidade, promovendo a diversidade e fortalecendo os laços entre visitantes e residentes.

Priorizar a participação comunitária fortalece o empreendedorismo local, valoriza saberes e impulsiona a conservação. Turistas valorizam essa abordagem:

83% dos brasileiros querem que o dinheiro gasto *beneficie as comunidades locais*, e **77%** consideram importante *respeitar a cultura dos destinos*.⁵

A relevância social do turismo é clara, já que **84% dos brasileiros o veem como importante para a geração de empregos, com mais de 405 mil postos formais criados no setor desde 2023**.⁶

Assim, nesta dimensão são apresentados dados referentes à geração de empregos, renda local, inclusão social, capacitação, acessibilidade e valorização da diversidade.

⁵ BOOKING.COM. 2025.

⁶ AGENCIAGOV | VIA MTUR, 2025



Foto: Freepik/Reprodução



Contratação local

Acompanhar a origem da força de trabalho permite mensurar o impacto econômico e social direto na comunidade. Ao priorizar talentos locais, o empreendimento fortalece a economia do território, promove pertencimento e reduz desigualdades sociais.



Capacitação e inclusão

Monitorar os treinamentos oferecidos e quem os acessa é essencial para garantir que todos tenham oportunidades reais de crescimento. Isso eleva a qualidade do serviço, amplia o engajamento da equipe e contribui para o empoderamento de grupos historicamente marginalizados.



Ações para a comunidade

Registrar e avaliar as ações sociais permite identificar resultados e planejar parcerias mais efetivas. Isso aproxima o empreendimento da comunidade, gera capital social e contribui para relações mais cooperativas e duradouras.

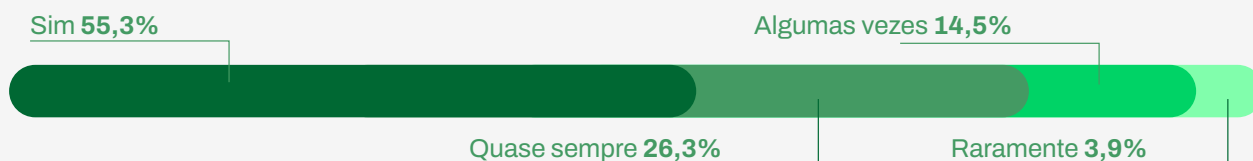


Acessibilidade e valorização da diversidade

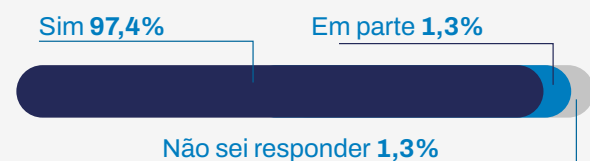
Monitorar a existência e efetividade de estruturas e serviços acessíveis assegura o direito ao lazer para todas as pessoas, promovendo inclusão. Medir como a diversidade está presente nas contratações, comunicações e decisões internas contribui para ambientes mais justos e inovadores.

Quadro 2

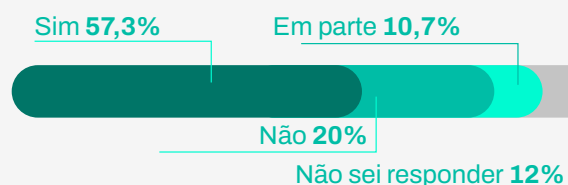
Valorização de ideias



Contratação da comunidade local



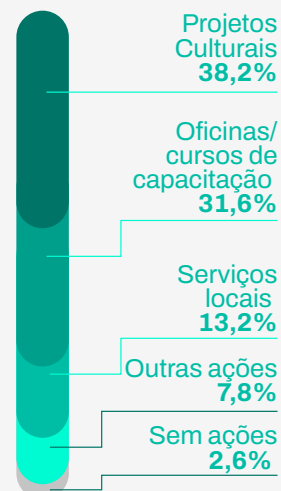
Parcerias com empresas locais



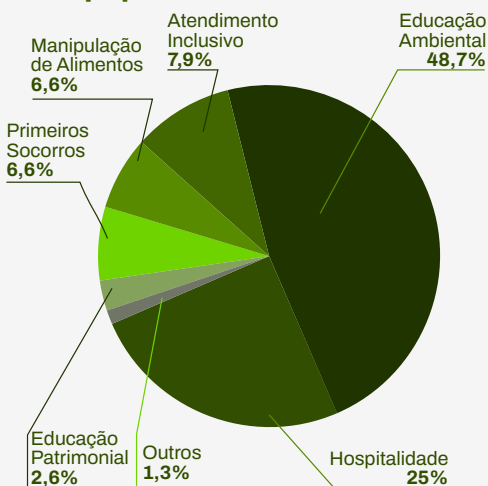
Acessibilidade nos espaços



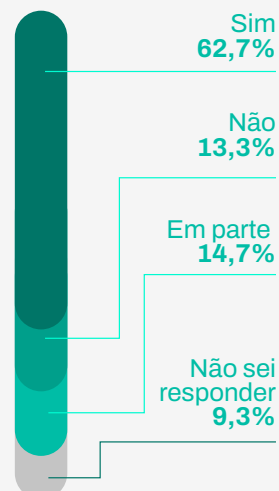
Ações para a comunidade



Capacitação da equipe



Políticas de Inclusão e diversidade



Desconto/Gratuidade para a comunidade



Como pode ser visualizado no quadro 2, **a maioria dos empreendimentos (51,3%) afirmou sempre reconhecer e tratar com prioridade os impactos sociais** eventualmente gerados. Outros 25% dizem fazê-lo quase sempre, 14,5% responderam “algumas vezes”, 2,6% “raramente” e 6,6% não souberam responder.

Acerca da **contratação de pessoas da comunidade local** em que o empreendimento está inserido, **expressivos 97,4% dos respondentes afirmaram que contratam**, não souberam responder ou realizam a contratação parcialmente (1,3% em ambos os casos). Contratar pessoas locais é um dos aspectos mais relevantes da dimensão social, uma vez que a geração de renda na localidade converte-se em benefícios econômicos e sociais por meio da geração de renda e emprego.

[...] a maioria dos empreendimentos (51,3%) afirmou sempre *reconhecer e tratar com prioridade os impactos sociais* [...]

A **valorização da equipe interna** como fonte de ideias e inovação aparece como ponto positivo, **com 55,3% dos empreendimentos afirmando que sempre reconhecem e aplicam sugestões dos colaboradores**. A liderança colaborativa e participativa é fundamental para estimular a criatividade e a implementação de ideias nos setores de hospitalidade e turismo (LACERDA, CUNHA E BIZ, 2021).

Em termos de **capacitação ofertadas no último ano, destaca-se a ênfase em Educação Ambiental (48,7%) e Hospitalidade (25%)**, indicando uma preocupação crescente com práticas sustentáveis e com a qualidade do atendimento ao turista. Tais ações reforçam a conexão com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU (2015) e a importância da hospitalidade como fator de fidelização (MACEDO; XAVIER; ARAÚJO, 2022). Outras áreas como atendimento inclusivo (7,9%), primeiros socorros e manipulação de alimentos (6,6%), educação patrimonial (ambas com 2,6%), formação de lideranças e sensibilização e estratégias de combate ao turismo sexual (ambas com 1,3%) foram menos selecionadas, revelando oportunidades de ampliação. O preparo para o acolhimento de públicos diversos e para situações emergenciais é essencial para garantir segurança e inclusão (SOUZA, 2025). Também foram mencio-



Foto: Vinícius A. Nascimento/Pexels

nadas em “outros” capacitações específicas em áreas como brigada de incêndio, normas legais, saúde e combate ao assédio, embora em menor escala.

Em relação às **ações direcionadas à comunidade local**, observa-se uma prevalência de práticas pontuais, como **apoio a projetos culturais (38,2%)**, **oferta de oficinas e cursos (31,6%)** e **contratação de serviços locais (13,2%)**. Apenas 2,6% dos empreendimentos afirmaram não realizar nenhuma ação, enquanto outras iniciativas, como incentivo à agricultura familiar, parcerias com associações ou escolas comunitárias ou apoio a projetos ambientais foram pouco frequentes (todas com 2,6%). É crucial o envolvimento mais estruturado e contínuo, que integre os empreendimentos ao território e contribua para o desenvolvimento local de forma sustentável e duradoura (TIWARI, MARAHATTA; DEVKOTA, 2024).

Sobre a **inclusão da comunidade** no usufruto dos atrativos, destaca-se que **47,4% dos empreendimentos oferecem descontos ou gratuidade para moradores locais**. Essa prática contribui para fortalecer o sentimento de pertencimento e a identificação com o território (DORSA, 2022). Estudantes (23,7%), pessoas com deficiência (18,4%) e idosos (2,6%) também foram selecionados e grupos como doadores de sangue, professores, jovens, militares foram citados em “outros” (3,9%).

[...] **47,4%** dos empreendimentos oferecem *descontos ou gratuidade para moradores locais* [...]



Foto: Antie Emmanuel/Pexels

A parceria com negócios locais foi confirmada por 57,3% dos empreendimentos, reforçando o papel da atividade turística na geração de renda e valorização da economia local, seguido de 20% que responderam que não possuem parcerias, 10,7% responderam estabelecer parcerias parcialmente (que podem se tratar de parcerias informais ou que ocorrem esporadicamente), e 12% não soube responder. Esse tipo de colaboração fortalece o protagonismo das comunidades e contribui para um turismo mais responsável e equilibrado social e ambientalmente (MOSER, FRANCISCO E GUERRA, 2024), além de fortalecer o destino turístico e o seu impacto em cadeia, colaborando com o fortalecimento da cultura e dos costumes locais.

No tocante à **valorização da diversidade**, **62,7% dos empreendimentos afirmaram adotar políticas de inclusão**, enquanto 14,7% o fazem parcialmente, 13,3% não têm ações nesse sentido e 9,3% não souberam responder.

[...] No tocante à *valorização da diversidade*, 62,7% dos empreendimentos afirmaram *adotar políticas de inclusão* [...]

Embora haja avanços, ainda há barreiras importantes a superar, sobretudo na acessibilidade física, na representatividade e na qualificação para lidar com a diversidade. A inclusão efetiva demanda políticas consistentes, formação contínua e infraestrutura adaptada (ZUKUNELLI, MOZZATO E PADILHA, 2024).

Por fim, os pesquisados foram questionados especificamente sobre a **mobilidade e acessibilidade** e os dados relevaram que **58,7% dos empreendimentos afirmaram ter suas instalações totalmente acessíveis a pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida**. Os demais (41,3%) **ofereceram acessibilidade de forma parcial**. A falta de acessibilidade plena compromete a experiência turística e limita o público-alvo. Incorporar a acessibilidade como eixo estratégico é essencial para tornar o turismo mais equitativo (SILVA *et al.*, 2018; SOUZA; MANGAS, 2021).

A sensibilização em relação à acessibilidade é crucial, uma vez que a acessibilidade vai muito além da adequação física de espaços. Envolve a adoção de medidas que garantam uma experiência para pessoas cegas, com baixa visão, surdas, e para aquelas com outras deficiências ou diversidades. Os resulta-

dos apontados na pesquisa demonstram que ainda há um grande caminho a ser perseguido no quesito acessibilidade, que precisa ser superado para que parques e atrações sigam buscando aprimorar continuamente suas práticas de inclusão.

Em resumo, a análise da dimensão social nos empreendimentos turísticos revela avanços importantes, especialmente no que se refere à contratação de pessoas da comunidade local, mas também lacunas significativas nas áreas de capacitação contínua, acessibilidade, ações estruturadas para a comunidade e valorização da diversidade. Assim, o **nível de maturidade na área social pode ser considerado intermediário**, pois requer avanços na estruturação de práticas mais amplas, inclusivas e permanentes, que fortaleçam o envolvimento social como parte essencial da sustentabilidade no setor.



Foto: Monstera Production/Pexels

Dimensão *cultural*

Mais que entretenimento: cultura como identidade

A sustentabilidade cultural no turismo é o reconhecimento de que cada destino tem história, memória, saberes e fazeres que devem ser valorizados. Monitorar essa dimensão significa garantir que o turismo não substitua, mas fortaleça as expressões culturais locais. Ao valorizar saberes tradicionais e apoiar artistas, os empreendimentos se tornam aliados da preservação cultural e oferecem experiências mais significativas aos visitantes.

Essa valorização é fundamental para o desenvolvimento efetivo do turismo cultural, atendendo à demanda de **75% dos viajantes que buscam experiências autênticas e respeitadas com a cultura local**⁷. Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) reforçam essa importância, ao apontar que **o turismo cultural no mundo representa cerca de 40% do total do setor**.⁸

A análise da dimensão cultural revela que **64% dos empreendimentos apoiam ações voltadas à conservação e proteção da cultura e das tradições locais**, enquanto 26,7% realizam esse apoio apenas parcialmente e 9,3% não adotam nenhuma iniciativa nesse sentido. A gestão cultural integrada e participativa, com envolvimento de atores locais, turistas e órgãos governamentais, é essencial para equilibrar a preservação do patrimônio com o uso turístico. É importante o estabelecimento de políticas claras, educação ambiental e capacitação como pilares para consolidar um turismo que respeite as culturas e os ecossistemas, assegurando a preservação local a longo prazo (ROSA; MARTINS, 2021).

Em relação à **valorização dos artistas locais**, 72% dos empreendimentos responderam ter priorizado sua contratação em eventos recentes, 18,7% parcialmente, 6,7% não souberam responder e 2,7% não têm adotado essa prática. Essa valorização fortalece a

⁷ BOOKING.COM PARTNER, 2024.

⁸ UNESCO, 2024.



Apoio a tradições locais

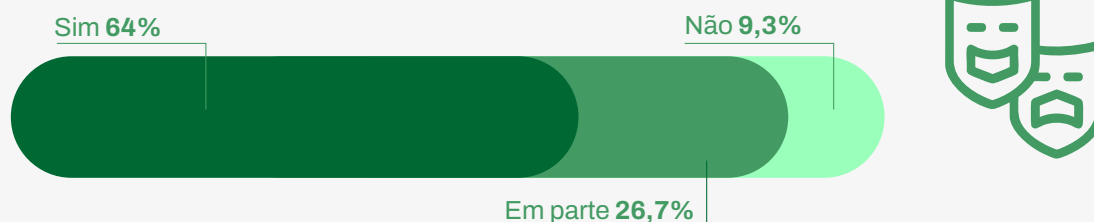
Monitorar o apoio a manifestações culturais, grupos tradicionais e eventos permite que o parque ou atração atue como agente de valorização e transmissão de heranças culturais. Isso fortalece vínculos com a comunidade, promove educação patrimonial e diferencia o destino no mercado turístico.



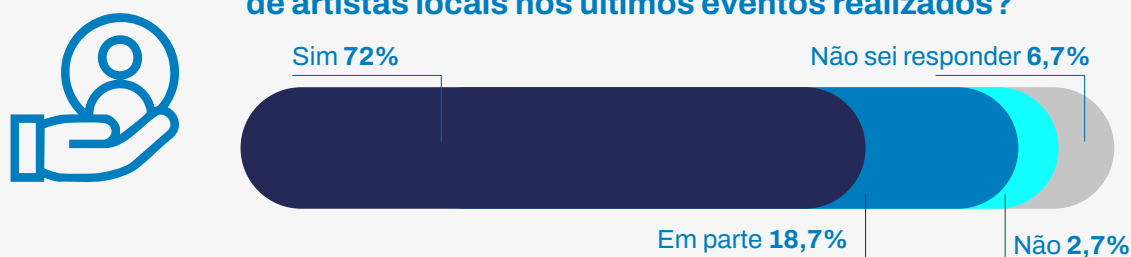
Contratação de Artistas Locais

Acompanhar essa prática impulsiona a economia criativa, gera renda direta para fazedores de cultura e garante representatividade cultural nos eventos e ações do empreendimento, além de estimular o orgulho local, favorecendo experiências mais enriquecedoras para os visitantes.

O empreendimento apoia a conservação e a proteção da cultura e das tradições locais?



O empreendimento priorizou a contratação de artistas locais nos últimos eventos realizados?



identidade cultural das comunidades, promove geração de renda e inclusão social, além de estimular o sentimento de pertencimento (LÓSSIO; PEREIRA, 2007).

Além da contratação de artistas, a valorização cultural pode ser observado também nas dimensões material e imaterial do patrimônio local, como no incentivo ao artesanato, na oferta de *souvenirs* regionais e na identidade visual do atrativo, alinhado com a cultura local. Esses elementos reforçam a identidade coletiva, ao mesmo tempo em que preservam saberes tradicionais e estimulam a economia criativa. Nos estudos futuros pretende-se ampliar essa análise, de modo a compreender de forma mais aprofundada sua conexão com a identidade e a cultura local.

Apesar do número limitado de variáveis nesta dimensão, mas se analisada em conjunto com a dimensão social, é possível afirmar que há indícios de uma **maturidade moderada** na dimensão cultural, uma vez que os dados apontam avanços importantes, como o **apoio declarado à conservação cultural por 64% dos empreendimentos e a priorização de artistas locais em eventos por 72%**. Esses resultados sugerem **compromissos significativos com a valorização cultural e com a promoção da identidade local**, alinhados a princípios do turismo sustentável.

No entanto, o fato de cerca de uma parte dos empreendimentos ainda não adotar ou adotar apenas parcialmente essas práticas indica que há **espaço para avanços estruturais**, como políticas institucionais mais robustas, capacitação continuada e mecanismos de acompanhamento. A análise social já havia mostrado um cenário semelhante: com ações presentes, mas ainda desiguais ou não sistematizadas.

Portanto, o conjunto dos dados permite concluir que os empreendimentos analisados demonstram uma maturidade moderada, com potencial de evolução à medida que práticas culturais e sociais se tornem mais integradas, estratégicas e permanentes.



Foto: Anderson Guerra/Pexels

Dimensão *governança*

Governança é o que sustenta o sustentável

A governança é a base que sustenta todas as demais dimensões da sustentabilidade. No turismo, ela representa o compromisso com a ética, a transparência e o diálogo. Monitorar essa dimensão é garantir que decisões sejam tomadas com responsabilidade e que os diversos atores, como a comunidade, os colaboradores, o poder público e os demais parceiros participem ativamente no futuro do empreendimento.

O Código Mundial de Ética do Turismo estabelece princípios para um *turismo responsável*, promovendo o respeito aos *direitos humanos*, à *cultura local* e ao *meio ambiente*⁸.

Já o Sebrae reforça que a governança local ou as instâncias de **governança regional do turismo** são, desta forma, **organizações que se constituem como espaços sociais de gestão compartilhada de assuntos, programas e projetos de interesse coletivo**, com foco na construção do turismo sustentável, por meio do estabelecimento de parcerias entre os agentes públicos e privados envolvidos na atividade turística⁹.

⁹ Disponível em: <https://site.mppr.mp.br/crianca/Pagina/Codigo-Mundial-de-Etica-do-Turismo>.

¹⁰ SEBRAE, 2023.



Foto: Alexander Suhorouov/Pexels



Parcerias

Estimular parcerias entre empreendimentos, poder público, comunidade e demais atores locais favorece a criação de soluções integradas e o desenvolvimento de produtos turísticos mais robustos. A cooperação fortalece a gestão territorial, melhora a competitividade do destino e promove maior eficiência na implementação de ações sustentáveis.



Espaços de Participação Social

Avaliar a existência e frequência de fóruns, conselhos, oficinas e consultas públicas garante que a comunidade local e outros atores tenham oportunidade real de contribuir. Isso fortalece a legitimidade do empreendimento, reduz conflitos e amplia o senso de pertencimento.



Compliance

Acompanhar a existência e disseminação de políticas internas, como regras de ética, anticorrupção, assédio e conflitos de interesse demonstra o compromisso institucional com a integridade. Isso fortalece a cultura organizacional e protege a reputação da marca.



Aplicação de Sugestões da Comunidade

Monitorar se as contribuições da comunidade são efetivamente consideradas assegura que a participação não seja simbólica, mas transformadora. Isso reforça o vínculo com o território e melhora a tomada de decisão com base em olhares diversos.



Publicação de Relatórios de Sustentabilidade

Prática de divulgação de relatórios de sustentabilidade ou de gestão promove transparência e permite a avaliação contínua de impactos. Essa comunicação ativa gera confiança entre stakeholders e pode atrair parceiros e investidores alinhados com os mesmos valores.



Parcerias

Iniciativas para promover a visitação combinada com outros atrativos

Sim **69,7%**



Espaços democráticos

Criação de espaços para participação dos diversos atores locais no último ano

Sim **52%**

Não sei responder **14,7%**



Compliance

Código de Conduta divulgado

Sim **68%**

Não sei responder **12%**

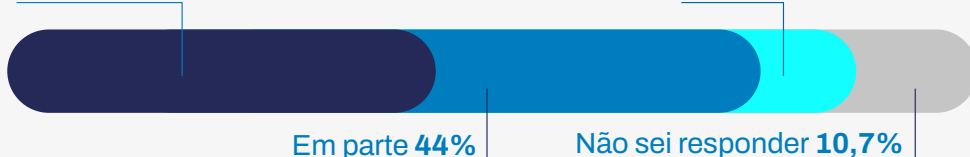


Participação comunitária

Ações a partir das sugestões de atores locais

Sim **37,3%**

Não **8%**



Relatório de Sustentabilidade

Publicação de relatório anual de sustentabilidade

Sim **36,8%**



A análise da dimensão de governança levantou aspectos relacionados a parcerias e governança dos empreendimentos turísticos, com foco em práticas de integridade, participação e transparência. **A participação em iniciativas de visitação combinada com outros atrativos é adotada por 69,7% dos empreendimentos**, enquanto 30,3% não praticam essa estratégia, refletindo desafios na articulação territorial. Essa ausência de integração pode estar relacionada a fatores como a localização geográfica dos atrativos, mas também reflete possíveis falhas na articulação, parcerias e comunicação entre os agentes do território. O papel articulador dos atores envolvidos facilita o intercâmbio de informações e a coordenação de ações conjuntas (BAGGIO; COOPER, 2010), contribuindo para o fortalecimento do turismo localmente e em consequência, a competitividade do destino.

No que diz respeito à **ética e transparência**, **68% dos empreendimentos possuem área de compliance ou código de conduta divulgado aos colaboradores**, evidenciando um movimento positivo em direção a práticas organizacionais mais íntegras. Outros 20% afirmaram não contar com esse tipo de iniciativa, enquanto 12% não souberam responder. Essas práticas são essenciais para ambientes de trabalho saudáveis e para a imagem institucional, pois orientam comportamentos e previnem conflitos (ETHOS, 2021).

A criação de espaços democráticos para participação local foi promovida por 52% dos empreendimentos no último ano, enquanto 33,3% não adotaram a prática e 14,7% não souberam informar. Isso demonstra que, apesar de haver iniciativas, elas ainda precisam ser fortalecidas, uma vez que parcerias bem estruturadas propiciam uma gestão mais inclusiva, com maior cooperação intersetorial (ROXAS; RIVERA; GUTIERREZ, 2020).

Apenas 37,3% dos empreendimentos afirmaram incorporar sugestões dos atores locais, enquanto 44% o fazem parcialmente, 8% informaram não incorporar essas sugestões, e 10,7% não souberam responder. A inclusão desses atores é essencial,

pois traz percepções valiosas e promove pertencimento, transparência e soluções mais eficazes (GÖSSLING *et al.*, 2023), devido à diversidade de ideias.

Por fim, **somente 36,8% dos empreendimentos publicam relatórios de sustentabilidade**, enquanto 63,2% não adotam essa prática. A comunicação transparente das ações sustentáveis é estratégica para fortalecer a reputação e gerar confiança entre turistas, comunidades e demais envolvidos, influenciando inclusive as decisões de visitação (BOSANGIT; MALONE; PEATTIE, 2025).

A dimensão governança revela uma **maturidade moderada** em sustentabilidade, com **práticas positivas em ética, cooperação e participação local**. Contudo, **a baixa integração territorial e a limitada transparência indicam a necessidade de consolidar uma governança mais colaborativa e estratégica**.



Foto: RF Studio/Pexels

Conclusões e Caminhos Possíveis

A análise dos empreendimentos turísticos associados ao SINDEPAT e outros parques e atrações respondentes, como mencionado na página 7, em 2025 revela um cenário de **maturidade moderada em sustentabilidade**, com boas práticas já adotadas, mas ainda com margem significativa para desenvolvimento das dimensões da sustentabilidade analisadas.

O **perfil dos empreendimentos** é majoritariamente de **grande porte**, com alta capacidade operacional, **número elevado de colaboradores e fluxo expressivo de visitantes**. Estas características refletem um setor consolidado e economicamente competitivo, destacando-se, assim, a **sustentabilidade econômica**, com a maioria dos empreendimentos apresentando **forte capacidade de reinvestimento**, evidenciada pela abertura de novas atrações e constantes investimentos em infraestrutura. Independentemente do porte, há um esforço contínuo para modernizar a oferta e atrair públicos diversos, sinalizando uma base econômica sólida para o avanço das demais dimensões da sustentabilidade.

Na **dimensão ambiental**, observa-se um **nível moderado de maturidade**, com ações consolidadas em eficiência energética e gestão de resíduos, mas com limitações importantes quanto à diversidade e profundidade das práticas sustentáveis, especialmente no uso de fontes alternativas, gestão hídrica e monitoramento contínuo.

As **dimensões social e cultural**, analisadas de forma integrada, também apresentam **maturidade intermediária**. Há avanços relevantes na valorização de artistas locais, no apoio à cultura e em algumas iniciativas de capacitação e inclusão. No entanto, a ausência de políticas sociais estruturadas, a baixa acessibilidade e a pouca articulação com a comunidade revelam que essas práticas ainda são

fragmentadas e não sistematizadas, limitando o impacto social e o engajamento comunitário de forma duradoura.

Na **dimensão política e de governança**, os dados indicam um **nível moderado de maturidade**, com avanços em ética institucional, espaços participativos e cooperação. Contudo, a baixa integração entre atrativos, a adoção parcial de sugestões da comunidade e a falta de transparência reforçam a necessidade de uma governança mais estruturada, colaborativa e orientada por estratégias de longo prazo.

Assim, o conjunto dos dados aponta que **o setor está em movimento e que há potencial concreto para o desenvolvimento de todas as dimensões. A sustentabilidade é um processo contínuo**, e os parques e atrações analisados demonstram disposição para avançar. **Como espaços de sonho e futuro**, esses empreendimentos têm o desafio e a oportunidade de transformar boas iniciativas em estratégias integradas. Os dados ajudam a mostrar **onde avançar, onde inspirar e onde apoiar** para consolidar o turismo sustentável no Brasil.



Foto: Reprodução/FreePik

*Sustentabilidade
não é só reduzir impacto:
é aumentar o sentido
para todos os envolvidos.*

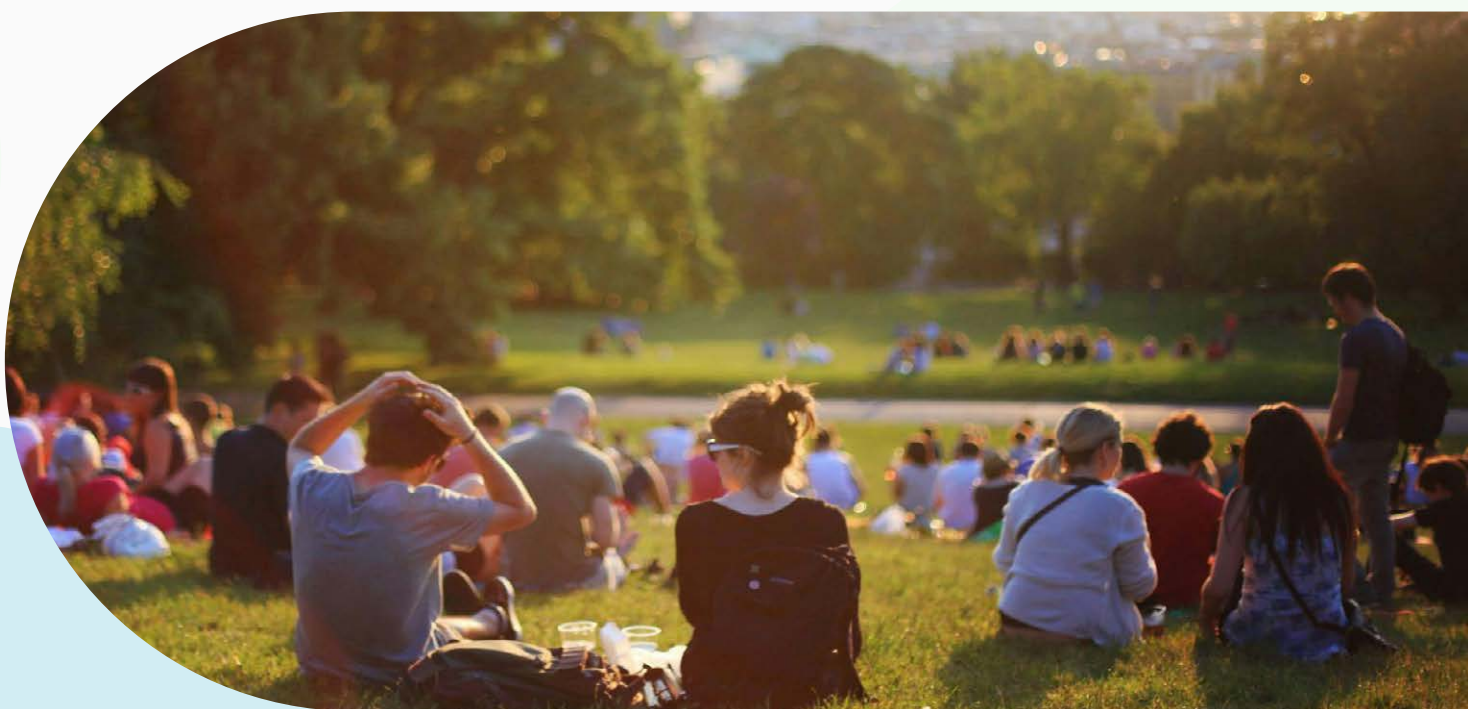


Foto: Leah Newhouse/Pexels

Sobre a *Pesquisa* e a *Metodologia*

O Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (SINDEPAT) é uma associação brasileira sem fins lucrativos que reúne os principais parques e atrações turísticas do país. Atua na representação institucional do setor junto aos Poderes Legislativo e Executivo, à imprensa e ao mercado, com o objetivo de fortalecer o papel dessas atrações no turismo nacional. Além de promover o crescimento sustentável dos empreendimentos, o SINDEPAT destaca a relevância dos parques e atrações como âncoras do desenvolvimento econômico e social em diversos destinos. Segundo o 3º Panorama Setorial de Parques, Atrações e Entretenimento (SINDEPAT/Adibra), o setor gera mais de 190 mil empregos diretos e indiretos e atrai cerca de 138 milhões de visitantes por ano (SINDEPAT, 2025).

Destaca-se o papel dos parques urbanos como fatores que compõem e contribuem para uma cidade sustentável, levando em consideração que deve atender aos objetivos ambientais, sociais, culturais, econômicos e territoriais, bem como nas dimensões da política e governança (CORSI, 2022).

O Itaipu Parquetec, enquanto instituição de ciência e tecnologia fomenta a pesquisa em diferentes áreas, dentre elas o Turismo. E, por meio da criação do Observatório Nacional de Turismo Sustentável, em parceria com o Ministério do Turismo, vem realizando pesquisas em diversos formatos para apoiar a tomada de decisão de gestores públicos e privados, contribuindo para que o setor possa se orientar por evidências e desenvolver todo o seu potencial.

O instrumento para coleta dos dados foi elaborado pelo Itaipu Parquetec em parceria com o SINDEPAT e **teve como objetivo avaliar o grau de maturidade em sustentabilidade dos empreendimentos associados**. Baseado na NBR 15401, na Mandala

da Sustentabilidade (UnB) e no Framework da ONU Turismo, foram levantadas informações acerca do perfil dos parques e atrações turísticas, além de analisar as seguintes dimensões da sustentabilidade: ambiental, social, cultural, econômica e territorial, política e governança.

Foram coletadas 93 respostas entre 04 a 27 de junho de 2025, através de plataforma online, tendo sido enviado o questionário para parques e atrações turísticas associadas e não associadas ao SINDEPAT. Após o tratamento dos dados, foram consideradas 76 respostas, sendo descartados questionários incompletos, com baixo número de respostas ou abandonados. Considerando a população de 80 operadoras (parques e atrações) associadas ao SINDEPAT no período da coleta, a amostra teve um nível de confiança de 95% com surpreendente baixa margem de erro (2,5%), o que garante um alto rigor científico, em que as respostas expressam a maturidade em sustentabilidade de parques e atrações brasileiros.



Foto: Yan Krulau/Pexels



Foto: Aline Cardoso/Pexels



Foto: Tom Fisk/Pexels

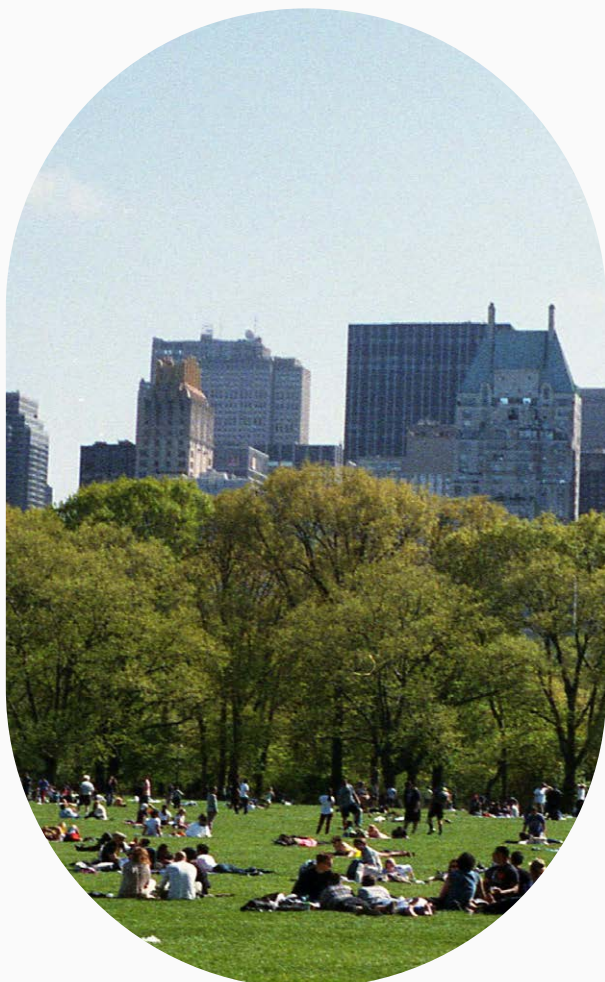


Foto: Jill Evans/Pexels



Foto: Vish Piv/Pexels

Referências

AGÊNCIA EBC. **8 em cada 10 brasileiros consideram o turismo importante para criação de empregos, revela pesquisa.** EBC Agência Gov (site EBC). 14 fev. 2025. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202502/8-em-cada-10-brasileiros-consideram-o-turismo-importante-para-criacao-de-empregos-revela-pesquisa>. Acesso em: 15 jul. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS E SANEAMENTO BÁSICO (Brasil). **Manual de usos consuntivos da água no Brasil.** 2. ed. Brasília: ANA, 2024. 109 p. ISBN 978-65-88101-64-3.

BAGGIO, Rodolfo; COOPER, Chris. **Knowledge transfer in a tourism destination: the effects of a network structure.** The service industries journal, v. 30, n. 10, p. 1757-1771, 2010.

BOOKING.COM. **Turismo responsável ganha força: 83 % dos viajantes brasileiros querem impulsionar comunidades locais.** Booking News. 12 maio 2025. Disponível em: <https://news.booking.com/pt-br/turismo-responsavel-ganha-forca-83-dos-viajantes-brasileiros-querem-impulsionar-comunidades-locais/>. Acesso em: 15

BOOKING.COM PARTNER. **Create authentic guest experience with community collaboration.** Partner Booking.com – Click Magazine (site Booking.com). [s.d.]. 12 novembro 2024. Disponível em: <https://partner.booking.com/pt-br/click-magazine/industry-perspectives/create-authentic-guest-experience-with-community-collaboration>. Acesso em: 15 jul. 2025.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. **Guia de compras públicas sustentáveis para administração federal.** Brasília: Programa Nacional de Gestão Pública e Desburocratização (Gespública), 2010. Disponível em: <https://biblioteca-digital.economia.gov.br/handle/777/617>. Acesso em: 16 jul. 2025.

BOSANGIT, Carmela; MALONE, Sheila; PEATTIE, Ken. **Tourism: A paradoxical challenge for marketing and sustainability.** In: The Routledge Companion to Marketing and Sustainability. Routledge, 2025. p. 302-316.

CORSI, Henrique Politi. **O papel dos parques na sustentabilidade urbana: um estudo do Parque da Aclimação.** 2022.

CUREAU, Roberta Jacoby; KALBUSCH, Andreza; HENNING, Elisa. **Análise comparativa entre torneira convencional e torneira de funcionamento hidromecânico instaladas em um campus universitário.** Ambiente Construído, v. 19, n. 2, p. 157-170, 2019.

DA SILVA, Thawanny Priscilla *et al.* **Turismo acessível: inclusão social, acessibilidade e cidadania.** TURYDES Turismo y Desarrollo Local Sostenible, v. 11, n. 25, 2018.

DE LACERDA, Leonardo Lincoln Leite; CUNHA, Cristiano José Castro de Almeida; BIZ, Alexandre Augusto. **Liderança para inovação nos setores de hospitalidade e turismo: revisão integrativa da literatura.** Rosa dos Ventos, v. 13, n. 1, p. 22-38, 2021.

DORSA, Arlinda Cantero. **Turismo e desenvolvimento sustentável: janelas para o presente e o futuro.** Interações (Campo Grande), v. 23, n. 3, p. 263-266, 2022.

GONÇALVES, Rafael Soares. **Os princípios da Produção mais Limpa como ferramenta de práticas mais sustentáveis em pequenos meios de hospedagem.** 2023. Tese de Doutorado. PUC Rio.

GÖSSLING, Stefan *et al.* **A review of tourism and climate change mitigation: The scales, scopes, stakeholders and strategies of carbon management.** Tourism Management, v. 95, p. 104681, 2023.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial.** São Paulo: Instituto Ethos, 2021. Disponível em: <https://www.ethos.org.br>. Acesso em: 16 jul. 2025.

LÓSSIO, Rúbia Aurenívea Ribeiro; PEREIRA, Cesar de Mendonça. **A importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local.** III ENECULT–Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, v. 23, 2007.

MACEDO, Raquel Fernandes de; XAVIER, Túlio Medeiros; ARAÚJO, Maria Valéria Pereira de. **Parque Aquático Beach Park, no Estado do Ceará, no Brasil, como Atrativo Turístico e a Influência da Hospitalidade na Experiência dos Visitantes.** Revista Turismo em Análise, São Paulo, v. 33, n. 3, p. 168–186, set./dez. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v33i3p168-186>. Acesso em: 9 jul. 2025.

MINISTERIO PÚBLICO DO PARANÁ (MPPR). **Código Mundial de Ética do Turismo**. [S. l.]: Ministério Público do Paraná. Disponível em: <https://site.mppr.mp.br/crianca/Pagina/Codigo-Mundial-de-Etica-do-Turismo>. Acesso em: 16 jul. 2025

MOSER, Giancarlo *et al.* **O papel das comunidades locais na sustentabilidade dos destinos turísticos: estudo exploratório sobre as possibilidades para o turismo de base comunitária**. Revista de Estudos Interdisciplinares, v. 6, n. 2, p. 01-17, 2024.

MAY, Simone. **Estudo da viabilidade do aproveitamento de água de chuva para consumo não potável em edificações**. São Paulo: Dissertação (Mestrado), Escola Politécnica–Universidade de São Paulo, 2004.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Brasília: ONU Brasil, 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 9 jul. 2025.

PACHECO, Vanessa Gama; BARROSO, Marcelo Batista Soares. **Quarteirização na manutenção de frotas: estratégias para otimização logística e sustentabilidade**. Revista Foco, v. 17, n. 4, p. e4787-e4787, 2024.

PEREIRA, Deborah Rocha; ARAÚJO, Tarcísio Francisco de Aragão de; FONTES, Claudio Luiz Ariani; SPINOLA, Carolina de Andrade. **Experiências de Turismo Regenerativo no Brasil: uma pesquisa exploratória**. Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR, Penedo, v. 14, n. 1, p. 90–107, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.28998/10.28998/RITURritur.V14.N1.A17182pp.90-10717182> . Acesso em: 23 jul. 2025.

ROXAS, Fernando Martin Y.; RIVERA, John Paolo R.; GUTIERREZ, Eylla Laire M. **Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations**. Journal of Hospitality and Tourism Management, v. 45, p. 387-398, 2020.

SANTOS, Talía Simões dos *et al.* **Análise da eficiência energética, ambiental e econômica entre lâmpadas de LED e convencionais**. Engenharia Sanitária e Ambiental, v. 20, p. 595-602, 2015.

SOUZA, Natalie Lima Ferreira de. **Turismo inclusivo: acessibilidade e sua importância para o turismo em Natal/RN**. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

SOUSA, Jenny; MANGAS, Catarina. **Acessibilidade no turismo e hotelaria: desafios contemporâneos**. In: Proceedings INNODOCT/20. International Conference on Innovation, Documentation and Education. Editorial Universitat Politècnica de València, 2021. p. 849-857.

SEBRAE. **Governança no turismo**. Sebrae, 2023 Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/governao-turismo,6d5f37776fff-6810VgnVC M1000001b00320aRCRD#:~:text=A%20governan%C3%A7a%20local%20ou%20as,ou%20parcerias%20com%20os%20agentes>. Acesso em 15 jul. 2025

TIWARI, Shankar; MARAHATTA, Deepak; DEVKOTA, Hari. **Aspects of community participation in eco-tourism: a systematic review**. Journal of Multidisciplinary Research Advancements, v. 2, n. 1, p. 71-79, 2024.

SISTEMA INTEGRADO DE PARQUES E ATRAÇÕES TURÍSTICAS – SINDEPAT. **Quem somos**. São Paulo: SINDEPAT, s.d. Disponível em: <https://sindepai.com.br/quemsomos>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SISTEMA INTEGRADO DE PARQUES E ATRAÇÕES TURÍSTICAS – SINDEPAT. **Levantamento interno sobre a distribuição regional de parques e atrações no Brasil**. Documento interno. Não publicado.

SHUKLA, Priyadarshi R. *et al.* **Climate change 2022: Mitigation of climate change**. Contribution of working group III to the sixth assessment report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. v. 10, p. 9781009157926, 2022.

UNWTO. **Making Tourism More Sustainable**. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214>. Acesso em: 17. Jun. 2025.

UNESCO.ORG. **Cultura e desenvolvimento no Brasil**. UNESCO, 30 set 2024. Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/node/108155>. Acesso em: 15 jul. 2025.

ZUKUNELLI, Assis; MOZZATO, Anelise Rebelato; PADILHA, Ana Claudia Machado. **Uma revisão sobre diversidade e inclusão de pessoas no turismo: panorama atual e perspectivas futuras**. Revista Brasileira dos Observatórios de Turismo-ReBOT, v. 3, n. 2, p. 210-229, 2024.

