



TOUCAN

*The future of tourism
without a carbon footprint*

Módulo 5. Planeamento de atividades e serviços turísticos de baixa emissão de carbono

Índice

Módulo.5. Planeamento de atividades e serviços turísticos de baixa emissão de carbono.....	114
Introdução	116
1. Práticas de gestão ambiental no setor do turismo e criação de um melhor ambiente turístico	116
2. Atividades para reduzir o consumo de energia e as emissões de GEE	121
3. Redução da pegada de carbono.....	122
4. Apoio às empresas locais de alimentos e bebidas e o comércio justo	124
5. Estudos de caso.....	126
Estudo de caso 1. empresa X produz alimentos, especialmente para o setor do turismo	126
Estudo de caso 2. hotel Y sobrevivendo em tempos pandémicos	127
Estudo de caso 3. agência de viagens A Um restabelecimento da sua visão sobre viagens verdes	127
6. Questionário.....	128
Referências	129

Introdução

Com a participação de 195 países, o Acordo Climático de Paris visa diminuir as emissões de GEE para evitar alterações climáticas severas. O setor do turismo tem como objetivo reduzir estas emissões em 70% até 2050 [15], o que ajudará a reduzir a pegada de carbono do setor. Contudo, dependendo das tendências atuais, as emissões de GEE no mesmo período serão o dobro da meta planeada no futuro [10]). A sua redução requer o esforço de todos os países, especialmente no turismo, para equilibrar as emissões e o desenvolvimento económico [20] para alcançar um desenvolvimento turístico sustentável.

Os objetivos de aprendizagem do módulo são:

- compreender a aplicabilidade das práticas de gestão ambiental às PME turísticas para diminuir a pegada de carbono e as emissões de GEE nas atividades turísticas;
- compreender o papel da gestão ambiental no aumento da atratividade turística;
- aumentar a sensibilização para o turismo sustentável optando preferencialmente por viagens ecológicas;
- compreender como reduzir o consumo de energia e as emissões de GEE;
- compreender como criar um melhor ambiente turístico sem aumentar a poluição ambiental, juntamente com o comércio justo e o apoio às empresas locais de alimentos e bebidas.

Os tópicos escolhidos resultaram do parecer de profissionais de turismo, tais como académicos, agentes de viagens, hoteleiros e gestores de departamento, aos quais se perguntou a importância da pegada de carbono, emissões de GEE e gestão ambiental relativa ao setor do turismo. O turismo com baixas emissões de carbono é inevitável em termos de desenvolvimento turístico sustentável. A medição da pegada de carbono está a tornar-se um instrumento importante para a gestão de GEE [2, 19]. Desta forma, os profissionais do setor, especialmente os hoteleiros, gestores de destinos e agências de viagens, servirão de forma sustentável as necessidades dos hóspedes, através da sensibilização para as pegadas de carbono, considerando a proteção do ambiente, reduzindo as necessidades energéticas e as emissões de GEE.

1. Práticas de gestão ambiental no setor do turismo e criação de um melhor ambiente turístico

A aplicação de práticas de gestão ambiental às PME turísticas é essencial para reduzir a pegada de carbono e as emissões em várias atividades turísticas. Para todos os agentes do setor do turismo, tem de haver um sistema de gestão ambiental e de gestão da cadeia de abastecimento. As principais perspetivas para estes atores do turismo são as seguintes [2]):

- gestores de destino: 1) Desenvolvimento de planos estratégicos de destino; 2) Gestão da biodiversidade e conservação; 3) Infraestruturas e prestação de serviços e; 4) Gestão ambiental de eventos turísticos;
- operadores turísticos: 1) Diminuir e mitigar os efeitos ambientais das operações de transporte; 2) Otimizar do ponto de vista ambiental os fornecedores de alojamento;

- 3) Otimizar o destino; 4) Desenvolver e promover circuitos turísticos sustentáveis do ponto de vista ambiental e; 5) Encorajar um comportamento turístico sustentável;
- alojamentos centrados na gestão da água: 1) Monitorização, manutenção e otimização do sistema de água; 2) Adaptação eficiente da água nas áreas de hóspedes; 3) Gestão eficiente da casa; 4) Gestão da lavandaria; 5) Gestão otimizada da piscina e; 6) Captação de água da chuva e de águas residuais;
- alojamentos centrados na gestão de resíduos: 1) Prevenção de resíduos; 2) Triagem e reciclagem de resíduos e; 3) Tratamento de águas residuais;
- alojamentos centrados na gestão de energia: 1) Manutenção do sistema de gestão; 2) Melhoria do envelope do edifício; 3) Aplicação eficiente de bombas de calor e aquecimento/arrefecimento geotérmico; 4) Iluminação eficiente e equipamento elétrico e; 5) Fontes de energia renováveis;
- cozinha: 1) Fornecimento ecológico de produtos alimentares e bebidas; 2) Gestão de resíduos orgânicos; 3) Lavagem de louça e preparação de alimentos e; 4) Cozinha, ventilação e refrigeração otimizadas;
- parques de campismo: 1) Educação ambiental/sustentável dos visitantes; 2) Gestão ambiental de áreas exteriores; 3) Eficiência energética e instalação de energias renováveis; 3) Eficiência hídrica; 4) Minimização de resíduos e; 5) Piscinas naturais.

Para implementar com sucesso estratégias a longo prazo para desenvolver um ecossistema turístico mais resiliente, inovador e sustentável, os destinos turísticos precisam de se concentrar em objetivos estratégicos [1]: i) proporcionar experiências excecionais e sustentáveis aos hóspedes; ii) estimular e apoiar empresas turísticas competitivas e sustentáveis; iii) melhorar a qualidade de vida para os locais; iv) planear, desenvolver e gerir o turismo de acordo com princípios de turismo sustentável.

O setor do turismo produz uma quantidade substancial de poluição e resíduos devido ao aumento da população e ao consumo excessivo. A produção de resíduos pelos turistas pode sobrecarregar os sistemas locais de gestão de resíduos, causando o transbordo de aterros e estações de tratamento de águas residuais. É fundamental que os hotéis tenham um sistema eficaz de gestão de resíduos que se concentre na sua redução, reutilização de materiais e reciclagem. Os processos comerciais tendem a gerar muitos resíduos e requerem manutenção regular e que estes sejam eliminados. Quando os recursos são amplamente utilizados, poupa-se muito dinheiro em matérias-primas. Pode gerar rendimentos adicionais através da venda de resíduos, da reutilização e da reciclagem de materiais úteis. Etapas de uma gestão eficaz de resíduos em hotéis [14]:

1. categorizar e quantificar os resíduos: é essencial categorizar os tipos e a quantidade de resíduos produzidos por cada departamento para a sua gestão adequada. Por exemplo, os resíduos de escritório (papéis, documentos e brochuras), domésticos (frascos, garrafas, cartão) e orgânicos (cascas de legumes e frutas, flores) podem ser segregados em contentores coloridos para facilitar a sua gestão;
2. compreender a hierarquia dos resíduos: a hierarquia fornece opções para gerir os resíduos através da prevenção, minimização, reutilização, reciclagem, recuperação e eliminação, o que impede que os resíduos sejam encaminhados para o fluxo de resíduos. A recuperação é a parte mais importante do processo, porque algum valor

do material é recuperado através da reciclagem. O último passo é a eliminação, que envolve o depósito em aterro e a incineração dos resíduos;

3. analisar dados: o setor da hotelaria gera muitos resíduos que geralmente são enviados para aterros sem o tratamento adequado. O primeiro passo na gestão da análise de dados de resíduos é a realização de uma auditoria de resíduos. Consiste em identificar o processo de produtividade a partir das práticas de gestão de resíduos em hotéis. Com a ajuda de compactadores de lixo, o volume de resíduos pode ser reduzido. Os resíduos orgânicos do hotel também podem ser reduzidos com compactadores de alimentos. A compostagem é um processo biológico que necessita de certa temperatura, humidade, ventilação, e relação carbono e azoto. O composto é um útil condicionador de solo e estrume fértil;
4. desenvolver a estrutura: desenvolve-se uma estrutura com enfoque enquanto se pode poupar optando por vendedores locais e em mão-de-obra para o manuseamento de resíduos. Esta pode ter duas classificações: i) lucro a partir de resíduos recicláveis e compostáveis: quando é possível gerar lucro a partir de eventos empresariais; ii) sustentabilidade a partir da gestão de resíduos: quando os aspetos sociais, económicos, e ambientais da sustentabilidade são tidos em conta e têm as condições necessárias para a gestão de resíduos, qualquer enquadramento pode funcionar.

As melhores práticas de gestão ambiental podem manter no futuro a atratividade e a competitividade do destino turístico. Algumas medidas podem aumentar diretamente as receitas, tais como as taxas de energia e água relacionadas com a eficiência. O custo adicional da prestação de serviços com capacidade suficiente para fazer face ao pico da procura turística deve ser visto no contexto de salvaguardar ou aumentar as receitas do turismo, mantendo ou melhorando a atratividade do destino. Alguns serviços, tais como reciclagem, gestão de tráfego, e geração de energia renovável podem gerar atividade económica no destino [22].

O turismo sustentável visa aumentar os benefícios, aumentar a sensibilização e reduzir os impactos negativos causados pelo turismo nas comunidades locais. Podendo ser conseguido protegendo o ambiente, a vida selvagem e os recursos naturais quando desenvolvemos este tipo de atividades e as relacionamos com o turismo.

Viajar com veículos de transporte sustentáveis do ponto de vista ambiental em vez de veículos de combustíveis fósseis aumentará o nível de consciência da sustentabilidade aos olhos dos visitantes. As alternativas de viagem sustentáveis/verdes para umas férias são as seguintes [7]:

1. minimizar ou cortar as viagens aéreas;
2. ficar mais tempo quando viaja;
3. escolher o comboio;
4. escolher uma agência amiga do ambiente;
5. pedir boleia;
6. minorar consumo de carne quando se viaja;
7. proteger a vida selvagem;
8. permutar a habitação;

9. preferir produtos reutilizáveis.

A Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas define o turismo sustentável como "o turismo que considera os seus efeitos económicos, sociais e ambientais atuais e futuros, respondendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do ambiente e das comunidades de acolhimento". Significa que o turismo sustentável deve utilizar de forma ótima os recursos ambientais que constituem um elemento-chave no desenvolvimento turístico, respeitar a autenticidade sociocultural dos habitantes locais e assegurar atividades económicas a longo prazo. Eis algumas formas fundamentais de promover o turismo sustentável [8]:

1. dispensar o avião ou apanhar voos sem escalas;
2. ser mais ecológico;
3. divulgar a sensibilização para o turismo sustentável;
4. apoiar restaurantes/lojas locais;
5. apoiar legislação que promova o turismo sustentável;
6. comprar lembranças em lojas locais;
7. apoiar a luta contra o comércio ilegal;
8. caminhar;
9. promover o turismo sustentável com o seu círculo interno;
10. viajar localmente;
11. partilhar as experiências de viagens sustentáveis;
12. ser voluntariado para organizações que aumentam a sensibilização para a sustentabilidade.

Os pontos seguintes resumem a implementação do Sistema de Gestão Ambiental relativamente à abordagem *Plan-Do-Check-Act* e abordam os aspetos relevantes para cada fase. Os pontos-chave são o estabelecimento de uma política ambiental ao nível organizacional, juntamente com o desenvolvimento de planos de ação com objetivos específicos (Styles, 2013), que ajudarão a criar um melhor ambiente turístico para além das medidas de poluição ambiental.

A identificação de aspetos ambientais significativos é a primeira fase da gestão ambiental. Após a revisão ambiental, o acompanhamento dos indicadores de desempenho ambiental constitui um ponto de referência para a implementação das melhores práticas de aprovisionamento sustentável, água, resíduos e minimização de energia.

Plano:

- identificar prioridades (perspetivas ambientais, por exemplo, utilização de energia e água, minimização de resíduos, abastecimento sustentável, reciclagem, controlo da poluição);
- estabelecer uma política para abordar estas questões;
- identificar padrões de desempenho e oportunidades de melhoria;
- atribuir responsabilidades;

- estabelecer objetivos e metas;
- preparar planos de ação, programas e procedimentos para alcançar objetivos de desempenho.

Fazer:

- Pessoas responsáveis implementam planos, programas e procedimentos

Verificar:

- monitorizar os resultados;
- avaliar o desempenho em relação aos objetivos e metas;
- determinar as razões dos desvios, falhas e não-conformidades.

Agir:

- tomar medidas corretivas para não conformidades;
- considerar o desempenho dos elementos do sistema relativos aos alvos;
- identificar as condições em mudança;
- alterar elementos do sistema, se necessário (política, objetivos, metas, responsabilidades, planos).

Resumo

A aplicação das melhores práticas de gestão ambiental às organizações turísticas é essencial para reduzir a pegada de carbono e as emissões de GEE em várias atividades turísticas. Esta secção propõe práticas-chave de gestão ambiental no setor do turismo para gestores de destinos turísticos, operadores turísticos, alojamentos (gestão de águas), alojamentos (gestão de resíduos), alojamentos (gestão de energia), áreas de cozinha, e parques de campismo.

Esta secção apresenta também sugestões de gestão de resíduos no setor da hotelaria e alternativas de viagens ecológicas para os turistas, de modo a aumentar a sensibilização relativamente à gestão ambiental e perspetivas sustentáveis. A implementação de um sistema de gestão ambiental requer passos importantes tais como planear, fazer, verificar e agir, o que ajuda a reduzir a pegada de carbono, as emissões de GEE e a construir um melhor ambiente turístico para os visitantes e para a comunidade local.

Questões para reflexão:

Quais são as tendências do estabelecimento turístico para aplicar práticas de gestão ambiental, especialmente a gestão de resíduos tendo em conta as questões de custo e benefício?

Em que medida estão os profissionais de turismo dispostos a criar um melhor ambiente turístico utilizando as práticas-chave de gestão ambiental?

2. Atividades para reduzir o consumo de energia e as emissões de GEE

Conforme os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (2022), é fundamental assegurar o acesso a energia acessível, fiável, sustentável e limpa para todos. As emissões de CO₂ relacionadas com a energia aumentaram 6% em 2021. As emissões de GEE podem ser reduzidas através da produção de energia no local e com energias renováveis ou outros recursos energéticos amigos do clima. Exemplos incluem painéis solares no telhado, aquecimento solar de água, geração eólica, células de combustível alimentadas por gás natural ou hidrogénio renovável e energia geotérmica.

Sete dicas para minimizar a utilização de energia nos alojamentos turísticos [8]:

1. monitorizar a utilização de energia: o passo mais eficaz para reduzir o consumo de energia é monitorizar a utilização de energia, percebendo onde é mais utilizada. Poderá elaborar um plano para minimizar o consumo. As empresas podem fazê-lo instalando um monitor de energia empresarial, um dispositivo que ajuda a mensurar o consumo de energia e os hábitos de utilização;
2. formação dos colaboradores e de hóspedes: uma vez que os colaboradores despendem bastante tempo a supervisionar as operações e a trabalhar nas instalações, estão conscientes das áreas onde a maioria da energia é utilizada eficientemente e onde é desperdiçada. Informe os seus colaboradores sobre o seu plano para tornar o ambiente mais sustentável. A formação dos colaboradores e dos hóspedes é fundamental para alterar os seus comportamentos e minimizar a utilização de energia, desligando, as luzes e outros aparelhos, tais como computadores, em vez de os deixar em *standby*. A formação dos colaboradores através da realização de seminários ou reuniões curtas e a entrega de brochuras informativas aos hóspedes aumentará também a sensibilização para as emissões de GEE e a pegada de carbono;
3. inspecionar e manter os equipamentos: muitas vezes, equipamentos como caldeiras, consomem mais energia por estarem a funcionar mal. Deve inspecionar-se regularmente estes equipamentos para detetar danos e certificar-se de substituir e reparar quaisquer peças que possam estar danificadas, bem como as tubagens para detetar fugas e os aparelhos a gás no seu serviço de alojamento;
4. otimizar o sistema AVAC: os sistemas de aquecimento, ventilação e ar condicionado (AVAC) consomem a maioria da energia, especialmente nas empresas que fornecem serviços de alojamento. Em primeiro lugar, importa definir um intervalo de temperatura ótimo para todas as áreas do hotel. Considerando que cada quarto/área tem uma necessidade diferente de aquecimento/arrefecimento para uma hora diferente a cada dia, ajudará a reduzir o consumo de energia;
5. energia solar: o sol é uma fonte de energia renovável e as empresas devem tirar partido dela. Pode reduzir o consumo, mudando para painéis solares. O que não só protegerá do aumento dos custos energéticos, como também o ajudará a manter-se competitivo;
6. maximizar a eficiência energética com melhor isolamento: melhorar o isolamento de estruturas, tais como condutas, paredes, sistemas AVAC e condutas de água ajudarão a reduzir o consumo de energia;

7. instalar bombas de calor de fonte de ar: este é um método sustentável para aquecer a sua casa e a água. Este aparelho absorve o calor do ar exterior para aquecer o alojamento e a água. Embora exijam eletricidade para funcionar, são eficientes em termos energéticos. A quantidade de eletricidade utilizada é menor face à quantidade de calor produzido, tornando-as mais sustentáveis.

O turismo é responsável por cerca de 8% das emissões mundiais de carbono. Desde voos de avião e passeios de barco a lembranças e alojamento, várias atividades contribuem para a pegada de carbono do turismo. A maioria desta pegada é emitida por visitantes de países com rendimentos elevados [24]. Há muitas formas de reduzir as emissões de GEE provenientes do setor industrial, incluindo a eficiência energética, a troca de combustíveis fósseis, a utilização eficiente e a reciclagem de materiais e o investimento em energia renovável [16,17]. Os principais tipos ou fontes de energia renovável são [28,3]: energia solar; energia geotérmica do calor dentro da terra; energia eólica; biomassa das plantas e; energia hidroelétrica da água corrente.

Resumo

As principais atividades comerciais relacionadas com o turismo foram abordadas nesta secção, visando diminuir o consumo de energia e as emissões de GEE no setor do turismo. Foram propostas soluções aos colaboradores do setor para diminuir os efeitos dos GEE e os poluentes atmosféricos, para modos de operar mais sustentáveis e eficientes, respondendo em conformidade às necessidades dos visitantes. Esta secção também apresenta as fontes de energia renováveis que devem ser utilizadas pelo setor do turismo, tais como energia solar, energia eólica, energia geotérmica, biomassa e energia hidroelétrica e aumenta a sensibilização sobre a gestão da energia, emissões de GEE e fontes de energia alternativas.

Questões para reflexão:

Quais podem ser as atividades fundamentais para o setor do turismo diminuir o consumo de energia e as emissões de GEE?

Como devem as empresas de turismo agir, juntamente com os seus recursos humanos numa perspetiva estratégica, para que possam operar de forma mais sustentável e utilizar ferramentas energéticas eficientes?

3. Redução da pegada de carbono

Há várias maneiras de reduzir a sua pegada de carbono quando viaja. Alguns exemplos são (Terrapass, 2021): 1) substituir as viagens aéreas por alternativas ecológicas; 2) fazer escolhas amigas do ambiente quando voa; 3) ficar em hotéis sustentáveis do ponto de vista ambiental; 4) ser inteligente com energia e água; 5) tirar partido do sinal "Não Pertubar". 6) empacotar os seus artigos reutilizáveis; 7) andar a pé, de bicicleta e apanhar transportes públicos; 8) comer comida local, e; 9) equilibrar as suas restantes emissões com compensações de carbono. Aqui estão outras formas de reduzir a pegada de carbono do seu negócio turístico (Turismo Sustentável 2030, 2019; OMTNU, 2017):

- fornecer informação clara e abrangente sobre atividades que os hóspedes possam desfrutar dentro e fora do local e que sejam de baixa emissão de carbono, tais como caminhadas, corrida, ciclismo, canoagem;
- fornecer informações no seu website e brochuras que destacam as opções de transporte público;
- promover o aluguer de bicicletas, visitas a pé e em grupos privados e autocarros que transportem passageiros de uma só vez, se as opções de transporte público forem limitadas;
- oferecer incentivos aos hóspedes que optem por utilizar transportes públicos, tais como descontos, presentes/serviços especiais;
- disponibilizar infraestruturas de carregamento de carros elétricos para os seus hóspedes e colaboradores;
- criar um plano de mudança para veículos elétricos, caso tenha veículos da empresa;
- procurar opções elétricas, se operar embarcações, carrinhos de golfe ou outros veículos movidos a combustíveis fósseis;
- assegurar-se de que as suas instalações são amigáveis para peões e ciclistas, fornecendo áreas cobertas, ferramentas de reparação e armazenamento seguro;
- estimular o seu pessoal a utilizar os transportes públicos e a partilhar o veículo automóvel;
- oferecer ao pessoal um subsídio para a compra de uma bicicleta ou passe de autocarro para compensar as necessidades/pressões de estacionamento na sua empresa.

A pegada de carbono é a combinação do impacto negativo que a ação de uma pessoa tem sobre o ambiente; uma impressão digital é também tudo o que se faz de positivo para a diminuir. O objetivo é aumentar a sua impressão digital para além da sua pegada de carbono (Climate One, 2014; Nazli, 2013).

A característica fundamental da abordagem da impressão digital é que esta, pode ser alcançada melhorando o desempenho de outros atores e reduzindo a pegada de carbono (Lakanen *et al.*, 2022). Ações como melhorar a eficiência energética, reduzir a utilização de materiais, fazer escolhas de matérias-primas mais amigas do ambiente, desenvolver a reciclabilidade do produto, reduzir a quantidade de resíduos, prolongar a vida útil do produto e melhorar a sua usabilidade podem ter impacto na pegada de carbono de um produto.

O setor hoteleiro é responsável por cerca de 8% das emissões globais de GEE e este valor deverá aumentar. A hotelaria, tal como outros setores, tem a responsabilidade de gerir o seu impacto no nosso planeta [11] e, por conseguinte, de reduzir a pegada de carbono neste setor. Por outro lado, um estudo de Chan (2021) identificou sete barreiras à redução da pegada de carbono no setor da hotelaria, tais como: 1) falta de compreensão geral; 2) falta de iniciativa do proprietário; 3) dificuldade de medição; 4) falta de coordenação e apoio dos *stakeholders*; 5) falta de um mediador forte; 6) equilíbrio de interesses e; 7) investimento arriscado.

O conceito de desenvolvimento sustentável implica a execução das medidas necessárias para alcançar um equilíbrio entre os requisitos económicos, sociais e ecológicos, desde que estes "satisfaçam as necessidades das gerações atuais sem

comprometer as possibilidades de as gerações futuras satisfazerem as suas". As organizações devem prestar atenção ao equilíbrio entre crescimento económico e gestão ambiental, sabendo que se a organização reduzir a sua pegada de carbono, respeitar o ambiente e mostrar-se aos visitantes, irá beneficiar desta situação em termos financeiros [6].

As alterações climáticas já estão a afetar o setor da hotelaria e restauração. O clima extremo aumenta o custo das operações e a reduzir o número de turistas que visitam certos destinos. Os impactes das alterações climáticas podem afetar diretamente a procura turística, interferindo com a escolha do destino, com o período de viagem, afetando indiretamente a qualidade da experiência, deixando ficar uma perceção negativa após eventos extremos e uma sensação de insegurança relativamente ao local. Por conseguinte, as organizações turísticas devem prestar atenção aos efeitos das alterações climáticas nas suas operações, atividades turísticas e no destino como um todo.

Resumo

Esta secção fornece informações sobre como reduzir a pegada de carbono na hotelaria, assegurando a participação ativa dos turistas no processo de criação da pegada de carbono, aumentando a sensibilização para o consumo mesmo que o serviço seja prestado de forma ecológica, e as barreiras para reduzir a pegada de carbono no setor da hotelaria. Também foram abordados o equilíbrio entre as necessidades de gestão ambiental e o desenvolvimento económico, considerando a pegada de carbono e a impressão digital. Os efeitos negativos das alterações climáticas no setor do turismo, a redução do número de turistas em alguns destinos, e as preferências por diferentes destinos turísticos devido às alterações climáticas foram brevemente discutidos.

Questões para reflexão:

Como irão as empresas de turismo equilibrar a relação custo/benefício para os investimentos empresariais ambientais?

Quais são as tendências das empresas de turismo para reduzir a pegada de carbono e aumentar a impressão digital?

4. Apoio às empresas locais de alimentos e bebidas e o comércio justo

Ao reduzir a quilometragem que os alimentos, bens domésticos ou outros artigos viajam, está a reduzir a sua pegada de carbono. Os produtos locais não requerem longas viagens para o estrangeiro ou do estrangeiro. O seu caminho pode reduzir o consumo de combustível e a poluição atmosférica. Aumentando o consumo local de alimentos estimula a economia e desempenha um papel na diminuição da pegada de carbono, já que minimiza os danos ambientais que ocorrem durante a transferência de alimentos [21] Comprar localmente, faz muito pelo ambiente [27]:

- reduz as milhas alimentares: ao comprar localmente, está a comprar bens produzidos na sua comunidade. Quando faz compras numa mercearia, muitos dos artigos

alimentares que compra viajaram muito até chegar ao seu prato. Ao reduzir as milhas, está a reduzir o impacte ambiental dos seus alimentos. Os alimentos locais não criam grandes pegadas de carbono, uma vez que dispensam viagens de avião ou longas viagens de camião, reduzindo o consumo de combustível e a poluição atmosférica. Não há necessidade de instalações de transporte, embalagem ou refrigeração;

- proporciona maior acessibilidade: as empresas locais operam nas comunidades locais. Para estas, é fácil levar os produtos aos consumidores que se encontram na proximidade. Os consumidores acedem facilmente a muitos dos produtos locais sem sair da sua comunidade e podem facilmente caminhar para o mercado local e fazer compras. Em estabelecimentos maiores, normalmente não estão localizados de forma centralizada. Os grandes retalhistas requerem mais espaço, muitas vezes têm de se instalar fora da cidade. Portanto, os consumidores são forçados a ir até lá, o que aumenta o seu consumo de combustível e a sua pegada de carbono;
- permite o acesso a produtos frescos: ao comprar e comer localmente, os consumidores podem desfrutar de produtos frescos e nutritivos. Muitos produtores locais orgulham-se de manter os seus produtos como biológicos, sem hormonas e sem pesticidas. O que também é benéfico para o ambiente. Manter toxinas nocivas, como os pesticidas, fora do ar ajuda a melhorar as culturas e a qualidade do ar;
- estimula a proteção local e da vida selvagem: a compra local também ajuda a proteger os solos e a vida selvagem local. Ao comprar localmente, está a apoiar os agricultores e produtores locais. Com este apoio, estas quintas podem permanecer em funcionamento. Uma vez que as quintas são propriedade e exploradas por agricultores e produtores locais, não são vendidas a investidores. Os investidores poderiam transformar completamente a terra, devastando a vida selvagem. Ou os grandes retalhistas poderiam comprar a quinta e incorporar práticas agrícolas desumanas e não ecológicas;
- apoia a mão-de-obra local: se comprar as suas mercearias no mercado agrícola local, está a ajudar a manter os empregos dos produtores, criadores e agricultores locais. Está também a criar uma oportunidade para outros empregos locais, tais como a equipa que organiza o mercado de agricultores, a equipa que monta as bancas, a equipa que limpa no final do dia. Todas estas empresas locais com trabalhadores locais estão em funcionamento porque os consumidores estão a comprar localmente. Sem essa exigência dos consumidores, estas empresas podem não existir. Muitos dos empregados teriam de procurar trabalho noutra local, fora da comunidade, aumentando o congestionamento das autoestradas, o consumo de combustível e a pegada de carbono.

A opção menos intensiva em carbono é a que percorreu menos quilómetros; no entanto, a realidade é que o comércio internacional não vai parar por causa das alterações climáticas. As soluções sustentáveis na globalização são imperativas para reduzir a pegada de carbono dos negócios. É aqui que o comércio justo pode ser importante [16]. O comércio justo no turismo é o conceito de visitar um local como turista e tentar ter um impacte positivo no ambiente, sociedade e economia desse local. Significa apoiar empresas geridas localmente e participar em atividades que não prejudiquem o ambiente ou explorem a cultura local.

Há muitas vantagens no turismo de comércio justo. De muitas maneiras, liga os turistas à cultura e sociedade que visitam permitindo aos viajantes contribuir positivamente para

as comunidades visitadas. Proporciona às populações locais maiores oportunidades económicas, permitindo a si e às suas famílias um melhor apoio. Pode também proporcionar uma oportunidade para pessoas de todo o mundo se ligarem [12].

Resumo

A secção apresenta uma breve informação sobre como apoiar as empresas e comerciantes locais explica a importância do comércio justo nas comunidades locais e das práticas comerciais justas para que beneficiem das várias atividades turísticas, permitindo que os turistas se liguem à cultura e à sociedade que visitam e contribuam positivamente para elas, trazendo também benefícios económicos para o destino turístico. Também foram abordados outros temas, tais como a compra de produtos e serviços localmente, que influenciam o ambiente, a redução de quilómetros por alimento, a preservação do solo e os benefícios da mão-de-obra local.

Questões para reflexão:

De que forma (e com que nível de intensidade) estão as empresas turísticas dispostas a apoiar as empresas locais para que os recursos sustentáveis sejam utilizados de forma eficiente e eficaz?

Numa situação real de negócios, será o comércio justo ou a prática de negócios justos uma questão importante para as empresas de turismo?

5. Estudos de caso

Estudo de caso 1. empresa X produz alimentos, especialmente para o setor do turismo

A sustentabilidade empresarial está a tornar-se cada vez mais importante para os gestores na economia moderna. Pode ser descrita como um processo holístico de melhoria contínua que inclui a boa gestão das pessoas e do ambiente. A sustentabilidade empresarial implica também fazer tudo melhor e mais eficientemente. A verdadeira sustentabilidade deve ser integrada em todas as operações de uma empresa, desde a política ou gestão até às atividades no terreno, tais como a compra, a produção e a distribuição. O desenvolvimento de uma estratégia sustentável deve ser fortemente alinhado com um plano de negócios.

A empresa X produz alimentos, especialmente para empresas hoteleiras. A empresa identifica as pressões no mercado que estão a levar o seu negócio a tornar-se mais sustentável e livre de carbono. Acredita que o crescimento sustentável e a maximização do valor acionista são alcançados considerando as necessidades dos clientes e fornecendo alta qualidade e valor: (motorista - qualidade do produto). A empresa deve definir a sua visão saber para onde se dirige, porque os representantes do setor da hotelaria estão a procurar soluções sustentáveis/amigáveis para os seus produtos alimentares. Os seus objetivos são obter 100% da sua energia a partir de fontes renováveis e utilizar 100% das matérias-primas a partir de fontes locais acreditadas. Tenta analisar as suas lacunas em termos de compreensão dos padrões de produção, de consumo de recursos e ver as áreas problemáticas. No entanto, tem dificuldade em desenvolver estratégias sustentáveis, por causa dos custos associados. O

estabelecimento de uma visão clara considerando os preparativos para a sustentabilidade futura e o que o mercado trará em termos de pegada de carbono, energia e soluções ambientais que afetam a produção de alimentos, pode ser um ponto de partida.

Sendo nova no ramo, que ações pode a empresa X tomar para sustentar as suas operações comerciais de modo a poder responder às necessidades dos clientes do setor hoteleiro? Qualquer que seja a solução sustentável posta em prática, contribuirá para a preservação ambiental local, mas o número de esforços efetivos é importante para a proteção do ambiente.

Estudo de caso 2. hotel Y sobrevivendo em tempos pandêmicos

O hotel Y, um hotel de três estrelas, está no setor do turismo há mais de 25 anos, localizado no centro da cidade de Barcelona. Tem uma pequena equipa que se ocupa das operações comerciais. O proprietário do negócio tinha algumas ideias para impulsionar o seu negócio, mas a pandemia COVID-19 mudou as perspetivas. O Xavi, de 55 anos, adora o ambiente de Barcelona. Está a pensar em remodelar o seu hotel com lâmpadas economizadoras, opções de poupança de água e comprar produtos alimentares locais com transporte eficiente em termos energéticos, em vez de utilizar veículos que funcionam com combustível. Mas o custo operacional é uma luta para ele.

Na época alta, tem muitos turistas internacionais no seu alojamento e testemunha que interagem com os locais a toda a hora. O proprietário está a pensar em contratar mais locais para o seu hotel e formá-los e informá-los sobre a sustentabilidade das operações e a proteção ambiental. O território onde se encontra também está a lidar com a atual pandemia, o encerramento de empresas, as questões financeiras e as mudanças drásticas no número de hóspedes que afetam as empresas locais. Por conseguinte, é fundamental, um bom plano do proprietário da empresa para restabelecer o seu negócio e reavaliar as perspetivas de desenvolvimento económico, o apoio à comunidade local e as ações ambientais a empreender.

Como irá Xavi agir para sustentar o seu negócio turístico, apesar das atuais flutuações pandémicas e económicas? Como pode o hotel Y equilibrar a utilização de fatores económicos, sociais e ambientais de sustentabilidade, de modo a criar uma situação vantajosa, tanto para o hotel, como para a comunidade local e para os visitantes?

Estudo de caso 3. agência de viagens A: um restabelecimento da sua visão sobre viagens verdes

A agência de viagens A está no ramo do turismo há sete anos. Tem as suas operações regulares, como, por exemplo seguir as reservas, contratar agentes e preparar e organizar excursões a locais históricos, assim como a vários destinos nacionais e internacionais. A agência recolhe o *feedback* dos clientes relativamente às suas experiências de viagem, mas por vezes e por várias razões, os resultados acabam por não ser satisfatórios. As razões podem ser, por exemplo, escassez de recursos, falta de esforço coletivo e questões salariais dos colaboradores. Com o passar do tempo, os viajantes começaram a fazer diferentes perguntas sobre a perspetiva ecológica da

agência de viagens, a questão da pegada de carbono, as opções de viagens ecológicas ou os esforços sustentáveis da agência, em vez das habituais perguntas, tais como para onde ir, custo das atividades, a que horas partem e jantam no hotel. O desenvolvimento de uma estratégia sustentável para a agência de viagens irá ajudá-la a crescer ao longo do caminho. As sessões de formação podem incluir a aplicação de práticas de gestão ambiental e como a redução da pegada de carbono e o aumento da impressão digital de carbono são possíveis na experiência de viagem. Estas sessões também recordam aos colaboradores que quanto mais sustentável se tornar, mais se pode proteger o ambiente e deixar os clientes decidir em conformidade. Portanto, estas escolhas de viagens ecológicas podem ser apresentadas aos colaboradores e aos clientes também. Ouvir atentamente as necessidades dos hóspedes, planejar, agir, monitorizar e avaliar as etapas ajudará neste processo.

Estará a Agência de Viagens disposta a dar mais um passo para formar uma estratégia ecológica em relação às viagens no seu negócio? Como pode satisfazer as necessidades ou preocupações dos viajantes durante as suas viagens ecológicas, para que estejam plenamente satisfeitos?

6. Questionário

1. Qual dos seguintes aspetos NÃO pode ser o objetivo de sustentabilidade de uma empresa de fabrico de alimentos?
 - a. Aumentar o impacte no abastecimento local de água por uma utilização e eliminação responsáveis
 - b. Reduzir, a zero, as emissões de GEE a partir do consumo de energia
 - c. Estar em contacto com os locais em todas as operações
 - d. Ser um fabricante inteligente em termos de redução de resíduos
2. Qual dos seguintes não é um dos obstáculos com que os sistemas alimentares e agrícolas do mundo se deparam ultimamente?
 - a. Aumento da procura de alimentos devido ao aumento da população
 - b. Competição pelos recursos naturais
 - c. Efeitos negativos das alterações climáticas
 - d. Aumento da biodiversidade
3. O que pode ser feito para fornecer mais alimentos às comunidades gastando menos energia e esta ser mais limpa? Escolha a melhor resposta.
 - a. Os sistemas alimentares e agrícolas terão de se ver livres da dependência dos combustíveis fósseis
 - b. Os sistemas alimentares e agrícolas terão de utilizar fontes de energia renováveis
 - c. São necessários sistemas alimentares inteligentes em termos energéticos com coordenação na elaboração de políticas e no diálogo com os *stakeholders*
 - d. Todas as opções anteriores
4. Quais dos seguintes fatores é essencial serem minimizados para a sustentabilidade do turismo na luta contra as alterações climáticas? Escolha a melhor resposta.

- a. Número excessivo de visitantes no destino
 - b. Uso excessivo de plástico por parte dos visitantes
 - c. Aumento das emissões de carbono
 - d. [Todas as opções anteriores](#)
5. Que escolha pode ajudar uma cadeia internacional de restaurantes a funcionar de forma sustentável?
- a. Utilizar fontes de energia não renováveis
 - b. Empregar 95% de colaboradores de outras cidades ou regiões
 - c. Não utilizar matérias-primas provenientes de fontes locais acreditadas ambientalmente
 - d. [Nenhuma das opções anteriores](#)
6. Que atividade humana contribui para a pegada de carbono de um indivíduo?
- a. Utilizar energias alternativas (eólica, solar)
 - b. Respiração e crescimento
 - c. [Utilizar combustíveis fósseis para energia](#)
 - d. Fotossíntese

Referências

- [1] Araújo L., (2021), Measuring tourism success: how European National Tourism Organisations are shifting the paradigm. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 14(1), 79-84.
- [2] Cadarso M. Á., Tobarra M. Á., García-Alaminos Á., Ortiz M., Gómez N., & Zafrilla J., (2022), The Input–Output Method for Calculating the Carbon Footprint of Tourism: An Application to the Spanish Tourism Industry. In *Advances of Footprint Family for Sustainable Energy and Industrial Systems* (pp. 35-57). Springer, Cham.
- [3] Cerović L., Drpić D., & Milojica V., (2014), Renewable energy sources in the function of sustainable business in tourism and hospitality industry. *Turizam*, 18(3), 130-139.
- [4] Chan E. S., (2021), Why do hotels find reducing their carbon footprint difficult?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 33(5)., 1646-1667.
- [5] Climate One, (2014), Carbon Handprint Vs Carbon Footprint: www.climateone.org/video/carbon-handprint-vs-carbon-footprint.
- [6] Cohen S., (2020), Economic Growth and Environmental Sustainability: www.news.climate.columbia.edu/2020/01/27/economic-growth-environmental-sustainability/
- [7] Collier L., (2021), Nine Travel Alternatives for Sustainable Travel: www.greenerideal.com/guides/green-living/9-travel-alternatives-for-sustainable-travel/
- [8] Conserve Energy Future, (2022), 13 Ultimate Ways to Promote Sustainable Tourism: www.conserve-energy-future.com/ways-promote-sustainable-tourism.php

- [9] Ecobnb, (2021), 7 Tips for Minimizing Energy Use in Tourist Accommodation: www.ecobnb.com/blog/2021/06/minimizing-energy-use-tourist-accommodation/#:~:text=Another%20efficient%20way%20to%20reduce,your%20tourist%20accommodation%20and%20water.
- [10] Gossling S., & Scott D., (2018), The decarbonisation impasse: global tourism leaders' views on climate change mitigation, *Journal of Sustainable Tourism* 26(12), 2071-2086.
- [11] Grimm I. J., Alcântara L., & Sampaio C. A. C., (2018), Tourism under climate change scenarios: impacts, possibilities, and challenges. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* (12) 01-22.
- [12] Justice Tourism Foundation, (2020), The Importance of Fair Trade: www7.justicetourism.org/the-importance-of-fair-trade/
- [13] Lakanen L., Kumpulainen H., Helppi O., Grönman K., & Soukka R., (2022), Carbon Handprint Approach for Cities and Regions: A Framework to Reveal and Assess the Potential of Cities in Climate Change Mitigation, *Sustainability*, 14:11, 6534.
- [14] Lawson E. (2018), Effective Ways of Waste Management in the Hotel Industry and Its Importance: www.hotel-online.com/press_releases/release/effective-ways-of-waste-management-in-the-hotel-industry-and-its-importance/
- [15] Luo Y., Mou Y., Wang Z., Su Z., & Qin Y., (2020), Scenario-based planning for a dynamic tourism system with carbon footprint analysis: A case study of Xingwen Global Geopark, China, *Journal of Cleaner Production* 254, 119999.
- [16] Meade M., (2020), Nine Ways Small Business Can Reduce Carbon Emissions: www.greenamerica.org/blog/9-ways-small-business-can-reduce-carbon-emissions
- [17] Nazli M., (2013), Carbon Footprint. In Bulut, Ç., & Pirnar, I. Uluslararası İşletmecilik Temel Kavramlar. Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- [18] Nazli M., (2013a), Kyoto Protocol. In Bulut, Ç., & Pirnar, I. Uluslararası İşletmecilik Temel Kavramlar. Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- [19] Pandey D., Agrawal M., & Pandey J. S., (2011), Carbon footprint: current methods of estimation, *Environmental monitoring and assessment* 178(1). 135-160.
- [20] Paramati S. R., Alam M. S., & Chen C. F., (2017), The effects of tourism on economic growth and CO₂ emissions: a comparison between developed and developing economies, *Journal of Travel Research*, 56 (6): 712-724.
- [21] Sims R., (2009), Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience, *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3): 321-336.
- [22] Styles D., Schönberger H., & Galvez Martos J. L., (2013), Best environmental management practice in the tourism sector. *Publications Office of the European Union*: www.ec.europa.eu/environment/emas/pdf/other/TourismBEMP.pdf
- [23] Sustainable Tourism 2030, (2019), Ten Ways to Reduce the Carbon Footprint of Your Tourism Business: www.sustainabletourism2030.com/ten-ways-to-reduce-the-carbon-footprint-of-your-tourism-business/
- [24] Sustainable Travel International, (2020), Carbon Footprint of Tourism: www.sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/#:~:text=Tourism%20is%20responsible%20for%20roughly,the%20top%20of%20the%20list.

[25] Sustainable Development Goals of the UN, (2022), Take urgent action to combat climate change and its impacts: www.sdgs.un.org/goals/goal13

[26] Terrapass, (2021), How to Reduce Your Carbon Footprint When You Travel?: www.terrapass.com/blog/how-to-reduce-your-carbon-footprint-when-you-travel

[27] Thompson A., (2017), The Environmental Benefits of Buying Locally: www.gogreen.org/blog/the-environmental-benefits-of-buying-locally

[28] United Nations Environment Program, (2003), Renewable Energy Opportunities in the Tourism Industry: www.wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8107/84.pdf?sequence=2&p%3BisAllowed=

[29] UNWTO, (2017), World Conference on Tourism and Future Energy - Unlocking Low-carbon Growth Opportunities: www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419425

PARCERIA



PROJETO



TOUCAN

*The future of tourism
without a carbon footprint*



Cofinanciado pela
União Europeia



TOUCAN

*The future of tourism
without a carbon footprint*

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

PROJETO NÚMERO 2021-1-PL01-KA220-VET-000025053



Cofinanciado pela
União Europeia