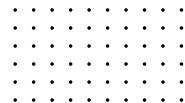


GUIA ESG

GRUPO TOUR HOUSE

MELHORES PRÁTICAS PARA O SETOR DE
TURISMO, VIAGENS, HOSPITALIDADE,
MOBILIDADE E EVENTOS.





FICHA TÉCNICA

Título:

Guia ESG do Grupo Tour House – Melhores Práticas para o Setor de Turismo.

Este Guia consolida a visão estratégica do Grupo Tour House sobre sustentabilidade, responsabilidade corporativa e geração de valor de longo prazo, posicionando o ESG como eixo estruturante da governança, da operação e da cadeia de valor no setor de turismo corporativo.

Organização:

Grupo Tour House

O Grupo Tour House é uma organização que atua de forma integrada no ecossistema de turismo, viagens, hospitalidade, mobilidade e eventos, assumindo o compromisso público de liderar a transformação sustentável do setor por meio da inovação, da ética, da transparência e do impacto socioambiental positivo.

Governança ESG:

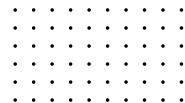
Comitê ESG do Grupo Tour House

O Comitê ESG é a instância responsável por orientar, supervisionar e integrar as diretrizes ambientais, sociais e de governança à estratégia corporativa. Atua de forma transversal, garantindo alinhamento entre liderança, áreas operacionais, cadeia de fornecedores e partes interessadas, promovendo a melhoria contínua da maturidade ESG do Grupo.

Grupo Técnico:

GT de Gestão de Fornecedores

O Grupo Técnico de Gestão de Fornecedores tem papel central na implementação prática do ESG na cadeia de valor. É responsável por estruturar critérios, metodologias, avaliações e planos de desenvolvimento ESG para parceiros e fornecedores estratégicos, fortalecendo padrões éticos, socioambientais e de governança em toda a rede de relacionamento do Grupo Tour House.



FICHA TÉCNICA

Ano-base:

2025

O ano-base 2025 reflete o estágio de maturidade ESG do Grupo Tour House e de sua cadeia de valor no período de referência, servindo como marco para avaliação, monitoramento de desempenho, definição de metas e evolução contínua das práticas sustentáveis.

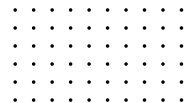
Metodologias e Referências:

ABNT PR 2030-1 | Agenda 2030

O Guia ESG do Grupo Tour House foi desenvolvido com base em normas e diretrizes reconhecidas, garantindo robustez técnica, comparabilidade e alinhamento às melhores práticas:

- **ABNT PR 2030-1** – ESG: a prática na prática, como referência normativa nacional para integração dos pilares Ambiental, Social e Governança;
- **Agenda 2030** – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), como norte estratégico para impacto global;

1. MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA E DO CONSELHO



Intencionalidade Estratégica com o ESG

Este Guia representa mais do que um conjunto de diretrizes: ele é um convite à corresponsabilidade.

**CARLOS PRADO - FUNDADOR DO
GRUPO TOUR HOUSE**



O Grupo Tour House acredita que não existe crescimento sustentável sem ética, transparência e compromisso com as pessoas e o planeta. Embora não sejamos uma empresa de capital aberto, adotamos voluntariamente elevados padrões de governança, inspirados nas melhores práticas do mercado, certos de que a sustentabilidade deve estar no centro da estratégia de qualquer organização moderna.

O turismo corporativo conecta negócios, territórios, comunidades e culturas. Cada decisão tomada em nossa cadeia de valor gera impactos que extrapolam contratos e resultados financeiros. Por isso, escolhemos liderar pelo exemplo, estruturando uma jornada ESG que fortalece nossa resiliência, amplia nossa competitividade e contribui para um futuro mais justo e sustentável.

Este documento é um convite para que clientes, parceiros e fornecedores conheçam de perto nosso compromisso e caminhem conosco na construção de um ecossistema onde empresas, pessoas e comunidades prosperam juntas.

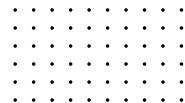


2. QUEM SOMOS

Fundado em 1990 por Carlos Prado, o Grupo Tour House é **referência em Gestão de Viagens Corporativas, Eventos, Incentivos e Soluções Integradas de Mobilidade.**

Desde sua origem, o Grupo construiu uma trajetória marcada por **inovação, pioneirismo e responsabilidade.** Entre seus marcos históricos destacam-se:

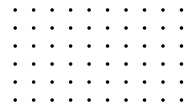
- Primeira agência brasileira a **neutralizar as emissões de carbono de sua operação.**
- Implementação de **Conselho de Administração** com membros independentes.
- Criação de **Comitê Interno de Sustentabilidade.**
- Lançamento de campanhas setoriais de conscientização ESG.
- Publicação de **Relatório de Sustentabilidade**, antecipando tendências do mercado.



Nosso Ecossistema



O Grupo Tour House existe para facilitar conexões, gerar valor compartilhado e distribuir riqueza de forma sustentável, ética e transparente.



3. INTRODUÇÃO

ESG COMO FUNDAMENTO PARA O FUTURO DO TURISMO

O turismo é, por natureza, um setor de interconexões profundas. Ele conecta pessoas, empresas, culturas, territórios, economias locais e ecossistemas naturais. Cada viagem, evento ou experiência turística gera impactos que vão muito além do deslocamento físico: impactam o meio ambiente, influenciam relações sociais e moldam reputações corporativas.

Nas últimas décadas, o setor cresceu de forma acelerada, tornando-se um dos principais motores da economia global. No entanto, esse crescimento trouxe consigo desafios estruturais:

- Pressão sobre recursos naturais
- Aumento das emissões de gases de efeito estufa
- Relações de trabalho complexas e, por vezes, precarizadas
- Cadeias de fornecimento extensas, fragmentadas e pouco rastreáveis.

É neste cenário que o ESG deixa de ser discurso e passa a ser estratégia.

Para o Grupo Tour House, o ESG representa:

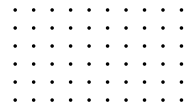
- **Consciência de impacto**
- **Responsabilidade ampliada sobre a cadeia de valor**
- **Visão de longo prazo**
- **Compromisso público com a transformação do setor**

A cadeia de valor do turismo corporativo é vasta e diversa: transportes, hotelaria, tecnologia, alimentação, eventos, brindes, serviços especializados, comunidades locais e parceiros estratégicos. Nenhuma empresa é sustentável sozinha. A maturidade do ecossistema depende da maturidade coletiva.

Este Guia nasce exatamente dessa convicção:

Liderar pelo exemplo, educar pelo conteúdo e transformar pelo engajamento.





4. OBJETIVO DO GUIA ESG DO GRUPO TOUR HOUSE

O Guia ESG do Grupo Tour House tem como objetivo central elevar, harmonizar e acelerar a maturidade ESG de toda a sua cadeia de valor, reconhecendo que os fornecedores se encontram em diferentes estágios de desenvolvimento.

Objetivos estratégicos do Guia:

- Criar uma linguagem comum de ESG para todo o ecossistema Tour House
- Apoiar fornecedores em nível Inicial e Básico com orientação clara, prática e acessível
- Conectar fornecedores Avançados e de Excelência como referências e benchmarks
- Estabelecer um padrão ESG reconhecido no setor de turismo
- Reduzir riscos reputacionais, regulatórios e operacionais
- Gerar impacto ambiental e social positivo de forma estruturada

Este Guia está alinhado às melhores práticas nacionais, incluindo:

- Organização das Nações Unidas – Agenda 2030 e ODS
- ABNT – PR 2030-1

Mais do que um documento técnico, este Guia é um instrumento de **transformação cultural do turismo corporativo.**



5. ABRANGÊNCIA

Este Guia se aplica a todos os elos da cadeia de valor do turismo, no Brasil e no exterior, independentemente de porte, segmento ou maturidade ESG.

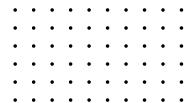
Inclui, mas não se limita a:

- Agências de viagens
- Companhias aéreas
- Hotéis e meios de hospedagem
- Empresas de transporte terrestre
- Organizadoras de eventos
- Fornecedores de tecnologia
- Serviços de alimentação
- Brindes, presentes e experiências
- Consultorias e serviços especializados

- A lógica é simples e poderosa:

ESG não é privilégio de grandes empresas. É responsabilidade de todos.





6. CONCEITOS E DEFINIÇÕES

GLOSSÁRIO ESG

Este capítulo tem como objetivo estabelecer uma base conceitual comum, assegurando entendimento claro, consistente e padronizado dos principais termos utilizados ao longo do Guia ESG do Grupo Tour House. O glossário foi estruturado para apoiar gestores, colaboradores, fornecedores, parceiros e demais partes interessadas na correta interpretação e aplicação dos conceitos ESG.

6.1 O que é ESG

ESG é a sigla para Environmental, Social and Governance (Ambiental, Social e Governança). Representa um conjunto estruturado de critérios utilizados para identificar, avaliar, gerenciar e monitorar riscos, oportunidades e impactos associados às atividades, decisões, investimentos e operações de uma organização.

No contexto da ABNT PR 2030-1, o ESG é compreendido como uma abordagem integrada que orienta organizações na incorporação de aspectos socioambientais e de governança à estratégia de negócios, à gestão corporativa e à criação de valor sustentável.

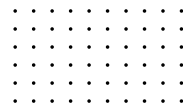
6.2 Propósito do ESG

O propósito do ESG é promover a sustentabilidade e a perenidade dos negócios, equilibrando desempenho econômico com responsabilidade ambiental, impacto social positivo e governança ética.

Ao adotar o ESG, as organizações:

- ampliam sua capacidade de gerenciar riscos complexos e sistêmicos;
- fortalecem sua legitimidade social;
- aumentam sua resiliência frente a crises ambientais, sociais e econômicas;
- alinham suas estratégias às expectativas de clientes, investidores, colaboradores, comunidades e reguladores.

No setor de turismo, viagens, hospitalidade, mobilidade e eventos, o ESG assume papel ainda mais estratégico, dada a interdependência direta entre atividade econômica, pessoas, territórios e meio ambiente.



6.3 Benefícios da adoção do ESG

A adoção estruturada do ESG gera benefícios tangíveis e intangíveis, entre os quais se destacam:

a) Otimização da gestão de riscos

A integração de critérios ESG permite identificar riscos físicos, regulatórios, reputacionais, operacionais e financeiros, reduzindo perdas, passivos e vulnerabilidades de médio e longo prazo.

b) Vantagem competitiva e conformidade regulatória

Organizações alinhadas ao ESG antecipam exigências regulatórias, reduzem custos de adequação e se posicionam de forma competitiva em cadeias globais de valor cada vez mais exigentes.

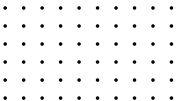
c) Fortalecimento do propósito corporativo

O ESG impulsiona uma reflexão estratégica sobre o papel da organização na sociedade, alinhando lucro, impacto positivo e criação de valor compartilhado.

d) Criação de valor para stakeholders

A abordagem ESG favorece relações duradouras com clientes, colaboradores, fornecedores, comunidades e investidores, ampliando capital reputacional e confiança institucional.

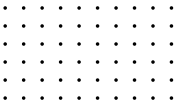




6.4 Eixos do ESG

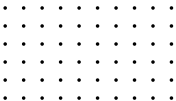
6.4.1 Ambiental (E)

Ambiental (E)	Gestão de Resíduos	Impacto
	Refere-se ao conjunto de práticas para reduzir, separar, armazenar, destinar e, sempre que possível, reutilizar ou reciclar resíduos, em conformidade com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).	Redução de passivos ambientais, custos operacionais e riscos legais, além da contribuição direta para a economia circular.
	Uso de Recursos Naturais	Impacto
	Envolve ações voltadas à eficiência no consumo de água, energia e matérias-primas, buscando reduzir desperdícios e aumentar produtividade.	Menor pressão sobre recursos escassos, redução de custos e maior resiliência frente a crises hídricas e energéticas.
	Emissões de Gases (GEE)	Impacto
	Diz respeito à mensuração, gestão e redução das emissões de carbono associadas às operações da empresa.	Contribuição direta para o combate às mudanças climáticas e alinhamento com compromissos globais de descarbonização.
	Impacto Ambiental	Impacto
	Avaliação sistemática dos efeitos das operações no meio ambiente local, incluindo solo, água, ar, fauna e flora.	Prevenção de danos ambientais, fortalecimento do relacionamento com comunidades e autoridades locais.
	Certificações Ambientais	Impacto
	Reconhecimentos formais que atestam boas práticas ambientais, como sistemas de gestão ambiental estruturados.	Credibilidade, diferenciação competitiva e acesso a mercados mais exigentes.



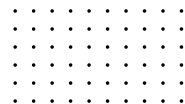
6.4.2 Social (S)

Social (S)	Condições de Trabalho	Impacto
	Práticas que garantem ambiente seguro, saudável, justo e digno, respeitando legislação e direitos trabalhistas.	Aumento de produtividade, engajamento e retenção de talentos.
	Diversidade, Equidade e Inclusão (DEI)	Impacto
	Políticas e ações que promovem igualdade de oportunidades, valorizando gênero, raça, PcD, LGBTQIAPN+ e outras diversidades.	Ambientes mais inovadores, criativos e alinhados à sociedade contemporânea.
	Direitos Humanos	Impacto
	Compromisso formal com a não utilização de trabalho infantil, forçado ou degradante, em toda a cadeia.	Proteção da reputação e alinhamento com padrões éticos globais.
	Relações com a Comunidade	Impacto
	Iniciativas que promovem desenvolvimento social, econômico e cultural nas comunidades onde a empresa atua.	Licença social para operar e fortalecimento do turismo como agente de desenvolvimento local.
	Treinamento e Desenvolvimento	Impacto
	Programas estruturados de capacitação técnica, comportamental e ESG.	Profissionalização do setor e preparação para o futuro do trabalho.



6.4.3 Governança (G)

Governança (G)	Transparência	Impacto
	Divulgação clara, ética e responsável de informações relevantes sobre práticas, resultados e impactos.	Confiança de clientes, parceiros e investidores.
	Políticas Corporativas	Impacto
	Documentos formais que orientam decisões, condutas e processos internos.	Padronização, segurança jurídica e coerência organizacional.
	Código de Conduta e Ética	Impacto
	Conjunto de princípios que orientam comportamentos éticos e íntegros.	Prevenção de fraudes, corrupção e conflitos de interesse.
	Gestão de Riscos	Impacto
	Processos para identificar, avaliar e mitigar riscos ambientais, sociais, reputacionais e operacionais.	Negócios mais resilientes e preparados para crises.
	Equidade	Impacto
	Práticas que garantem remuneração justa, igualdade salarial e oportunidades reais de crescimento.	Justiça organizacional, engajamento e fortalecimento da cultura corporativa.



6.5 Dupla Materialidade

Dupla materialidade é o conceito que avalia simultaneamente:

- o impacto da organização sobre o meio ambiente e a sociedade (materialidade de impacto);
- o impacto das questões ambientais e sociais sobre o desempenho financeiro da organização (materialidade financeira).

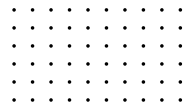
Esse conceito reforça a visão sistêmica da sustentabilidade, central na ABNT PR 2030-1 e nas práticas internacionais de ESG.

Este glossário não é apenas conceitual.

Ele é um mapa prático para ação, permitindo que cada fornecedor:

- **Entenda onde está**
- **Saiba para onde precisa ir**
- **Reconheça como evoluir**





7. METODOLOGIA – A JORNADA ESG SEGUNDO A ABNT PR 2030-1

Este capítulo descreve, de forma didática e objetiva, os oito passos da Jornada ESG, conforme estabelecido pela ABNT PR 2030-1, adaptados à realidade do Grupo Tour House e de sua cadeia de valor.

A Jornada ESG é contínua, evolutiva e estratégica, respeitando o contexto, o porte e o estágio de maturidade de cada organização.

01

Conhecer

Consiste na compreensão dos conceitos fundamentais do ESG, de seu contexto histórico, regulatório e estratégico. Este passo assegura que decisões futuras sejam tomadas com consciência, consistência e visão de longo prazo.

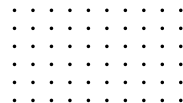
02

Ter Intenção Estratégica

O ESG deve ser incorporado de forma deliberada à estratégia corporativa, com:

- liderança ativa;
- compromisso da alta direção;
- ambição transformadora;
- propósito organizacional inspirador.

Sem intenção estratégica clara, o ESG torna-se fragmentado e ineficaz.



03

Diagnosticar

Etapa de avaliação da situação atual da organização, identificando:

- práticas existentes;
- processos;
- recursos;
- nível de maturidade ESG.

O diagnóstico permite reconhecer pontos fortes, lacunas e oportunidades de evolução.

04

Determinar a Materialidade

Identificação e priorização dos temas ESG mais relevantes, considerando:

- riscos e oportunidades;
- impactos internos e externos;
- expectativas das partes interessadas;
- materialidade financeira e de impacto (dupla materialidade).

Esse passo direciona foco, recursos e estratégia.

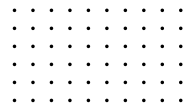
05

Planejar

Transforma a materialidade em planos de ação concretos, por meio de:

- políticas;
- objetivos;
- metas;
- indicadores;
- responsabilidades definidas.

O planejamento conecta ESG à estratégia do negócio.



06 Implementar

Consiste na execução prática do planejamento ESG, integrando:

- estratégia e políticas;
- processos de negócio;
- engajamento das partes interessadas;
- gestão de recursos;
- cultura organizacional;
- cadeia de valor.

Neste passo, o ESG deixa de ser conceito e se torna prática operacional.

07 Medir e Monitorar

Avalia o desempenho ESG por meio de indicadores confiáveis, permitindo:

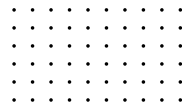
- acompanhamento de metas;
- correção de desvios;
- melhoria contínua;
- fortalecimento da credibilidade institucional.

08 Relatar e Comunicar

Etapa de transparência e prestação de contas, por meio de:

- relatórios ESG;
- relatórios de sustentabilidade;
- relatos integrados;
- comunicação clara com stakeholders.

Relatar é demonstrar coerência entre discurso, prática e resultados, evitando riscos como greenwashing e fortalecendo a confiança.



Conclusão Metodológica

A Jornada ESG proposta pela ABNT PR 2030-1 oferece um modelo estruturado, prático e adaptável, que permite ao Grupo Tour House consolidar sua posição como referência em sustentabilidade no setor de turismo corporativo, promovendo valor compartilhado, inovação responsável e impacto positivo duradouro



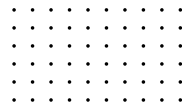
8. MELHORES PRÁTICAS PARA O SETOR DE TURISMO, VIAGENS, HOSPITALIDADE, MOBILIDADE E EVENTOS

A análise ESG conduzida pelo Grupo Tour House junto à sua cadeia de valor, envolvendo 83 fornecedores de diferentes segmentos do turismo corporativo, permitiu identificar padrões relevantes de maturidade, bem como práticas consolidadas que podem servir de referência para todo o ecossistema.

Os resultados evidenciam que empresas com maior maturidade ESG apresentam três características em comum:

- integração da sustentabilidade à estratégia corporativa
- políticas formais e processos institucionalizados
- transparência na comunicação de práticas e resultados

A partir da análise comparativa dos fornecedores avaliados, foi possível consolidar um conjunto de boas práticas setoriais, organizadas pelos três pilares do ESG.



8.1 Boas Práticas Ambientais

A agenda ambiental no setor de turismo está em rápida evolução. As organizações mais maduras demonstram uma abordagem estruturada baseada em mensuração, metas e melhoria contínua.

Entre as práticas mais relevantes observadas destacam-se:



Inventário e gestão de emissões de carbono

Empresas líderes têm adotado metodologias para medir e monitorar suas emissões de gases de efeito estufa, permitindo:

- identificar fontes de emissão
- estabelecer metas de redução
- orientar estratégias de descarbonização

A gestão de emissões tornou-se um dos principais indicadores de maturidade ambiental no setor de mobilidade, hotelaria e eventos.



Eficiência energética e gestão de recursos

Outra prática amplamente observada é a implementação de programas voltados para:

- redução do consumo de energia
- uso racional da água
- monitoramento contínuo de indicadores ambientais
- adoção de tecnologias mais eficientes

Essas iniciativas contribuem simultaneamente para redução de custos operacionais e mitigação de impactos ambientais.

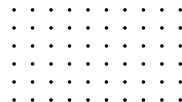


Gestão estruturada de resíduos

Empresas com melhores desempenhos ambientais apresentam sistemas formais de gestão de resíduos que incluem:

- segregação adequada
- armazenamento temporário seguro
- destinação ambientalmente correta
- rastreabilidade dos processos

Algumas organizações também adotam iniciativas de reaproveitamento e doação de materiais, reduzindo desperdícios e promovendo práticas de economia circular.

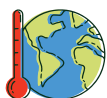


Certificações e auditorias ambientais

A adoção de certificações ambientais e auditorias técnicas independentes tem se mostrado um importante instrumento para fortalecer a governança ambiental.

Essas certificações contribuem para:

- padronizar processos
- aumentar a credibilidade institucional
- ampliar o acesso a mercados mais exigentes



Integração da agenda climática à estratégia do negócio

Empresas com maior maturidade ESG tratam a agenda climática não apenas como um tema operacional, mas como parte integrante da estratégia corporativa.

Isso se reflete em:

- metas públicas de sustentabilidade
- acompanhamento periódico de indicadores
- integração do tema climático à gestão de riscos e oportunidades.

8.2 Boas Práticas Sociais

O pilar social apresentou, de forma geral, os níveis mais elevados de maturidade entre os fornecedores avaliados, refletindo a natureza humana e relacional do setor de turismo.

Entre as práticas mais relevantes destacam-se:

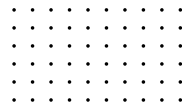


Programas estruturados de saúde, segurança e bem-estar

Empresas líderes investem em programas voltados para a saúde integral de seus colaboradores, incluindo:

- segurança no trabalho
- saúde física e mental
- qualidade de vida
- apoio psicossocial

Essas iniciativas contribuem para ambientes de trabalho mais seguros, produtivos e sustentáveis.



Capacitação contínua e desenvolvimento profissional

Organizações mais maduras investem de forma consistente na formação de seus colaboradores por meio de:

- programas estruturados de capacitação
- trilhas de aprendizagem
- formação de lideranças
- desenvolvimento técnico e comportamental

Esse investimento fortalece a profissionalização do setor e prepara as organizações para os desafios futuros.



Diversidade, equidade e inclusão

A promoção da diversidade tem se consolidado como uma das agendas centrais da sustentabilidade corporativa.

Entre as iniciativas observadas destacam-se políticas voltadas para:

- equidade de gênero
- inclusão de pessoas com deficiência
- diversidade racial
- diversidade geracional
- inclusão da população LGBTQIAP+
- integração de migrantes e refugiados

Ambientes diversos tendem a apresentar maior capacidade de inovação e melhor desempenho organizacional.



Respeito aos direitos humanos

Empresas com maior maturidade ESG mantêm políticas claras de respeito aos direitos humanos, com tolerância zero a práticas como:

- trabalho infantil
- trabalho forçado
- discriminação
- assédio moral ou sexual

Essas políticas geralmente são estendidas também à cadeia de fornecedores, ampliando o impacto positivo.



Relacionamento com comunidades

Outra prática relevante observada é a atuação social estruturada nas comunidades onde as empresas operam.

Entre as iniciativas destacam-se:

- programas de desenvolvimento comunitário
- apoio a organizações sociais
- valorização da cultura local
- geração de oportunidades econômicas

Essas ações fortalecem a licença social para operar e contribuem para o desenvolvimento sustentável dos territórios turísticos.

8.3 Boas Práticas de Governança

O pilar de governança revelou-se determinante para consolidar e sustentar as práticas ambientais e sociais ao longo do tempo.

Entre as práticas mais relevantes destacam-se:



Código de conduta e ética corporativa

Empresas com alto desempenho ESG possuem códigos de ética formais, amplamente divulgados e aplicáveis a:

- colaboradores
- gestores
- parceiros
- fornecedores

Esses códigos orientam comportamentos e reforçam princípios de integridade e responsabilidade corporativa.

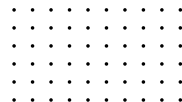


Estrutura formal de governança e compliance

Outra característica recorrente nas organizações mais maduras é a presença de estruturas formais de governança, incluindo:

- processos de compliance
- gestão estruturada de riscos
- políticas corporativas claras
- mecanismos de controle e auditoria

Essas estruturas fortalecem a confiança institucional e reduzem riscos reputacionais.



Transparência e prestação de contas

A divulgação pública de informações institucionais tem se consolidado como uma prática essencial de governança.

Entre as iniciativas mais comuns estão:

- relatórios de sustentabilidade
- relatórios institucionais
- divulgação de indicadores ESG
- comunicação transparente com stakeholders.

A transparência fortalece a credibilidade e demonstra compromisso com a responsabilidade corporativa.



Equidade e justiça organizacional

Empresas líderes também adotam práticas voltadas para:

- equidade salarial
- igualdade de oportunidades
- representatividade em posições de liderança
- políticas de valorização de pessoas

Essas iniciativas contribuem para ambientes organizacionais mais justos e sustentáveis.

8.4 Lições Aprendidas na Cadeia de Valor

A avaliação ESG da cadeia de fornecedores do Grupo Tour House revelou um aprendizado fundamental:

a sustentabilidade não depende apenas de grandes investimentos, mas de gestão estruturada, intenção estratégica e melhoria contínua.

Empresas que alcançaram os maiores níveis de maturidade apresentam três fatores em comum:

1. **liderança comprometida**
2. **processos estruturados**
3. **transparência na comunicação**



Por outro lado, as oportunidades de evolução mais frequentes observadas no setor estão relacionadas a:

- mensuração de impactos ambientais
- inventário de emissões de carbono
- formalização documental de processos ESG
- ampliação de políticas de diversidade e inclusão.

Esses pontos representam fronteiras naturais de evolução para o turismo corporativo.

8.5 O Papel da Cadeia de Valor na Transformação do Setor

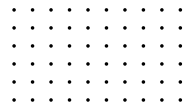
O turismo é um setor profundamente interdependente. Nenhuma organização é sustentável de forma isolada. A transformação real ocorre quando toda a cadeia de valor evolui em conjunto.

Ao estimular a adoção dessas boas práticas, o Grupo Tour House busca:

- fortalecer a maturidade ESG de seus parceiros
- reduzir riscos reputacionais e operacionais
- gerar impacto socioambiental positivo
- contribuir para um turismo corporativo mais responsável.

**A sustentabilidade no turismo não é apenas uma tendência.
É uma condição para a perenidade dos negócios.**

Empresas que incorporam o ESG à sua estratégia não apenas reduzem riscos, elas lideram a transformação do setor.



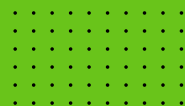
9. TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES



Quem se antecipa, lidera.

10. REFERÊNCIAS

- Agenda 2030 – ONU
- ABNT PR 2030-1
- Relatório ESG – Cadeia de Valor Grupo Tour House



MELHORES PRÁTICAS PARA O
SETOR DE TURISMO, VIAGENS,
HOSPITALIDADE, MOBILIDADE E
EVENTOS.

