

A geração Z, composta pelos nascidos entre 1995 e 2010, demonstra uma forte afinidade com o ecoturismo, valoriza o meio ambiente e busca atividades que proporcionem uma conexão autêntica com a natureza. Para esses jovens, aventuras emocionantes, como esportes radicais, safáris, trilhas e mergulho despertam seus interesses e oferecem experiências enriquecedoras. Além disso, estão plenamente conscientes dos efeitos de sua pegada ecológica e procuram opções de hospedagem, transporte e alimentação mais sustentáveis. Neste relatório, você poderá compreender melhor o perfil desse consumidor e suas preferências.

PERFIL DOS VIAJANTES DA GERAÇÃO Z

A geração Z está transformando o setor de turismo com seu perfil de viajantes únicos e inovadores. Com características distintas e valores claramente definidos, esses jovens estão impulsionando mudanças significativas na indústria ao buscarem experiências de viagens autênticas, sustentáveis e conectadas. Confira os [dados, de acordo com o Ministério do Turismo](#), de um estudo encomendado pelo Google à Offerwise sobre a geração Z:

- representam cerca de 28% dos novos viajantes no Brasil;
- preferem viagens mais curtas, usam transporte terrestre e preocupam-se com a hospedagem;
- buscam rotas de até 250 km e viagens de três dias; e
- as classes C, D e E são responsáveis por 82% dos novos viajantes.

Além disso, o [Sebrae também levantou algumas características distintivas](#) desse perfil geracional:

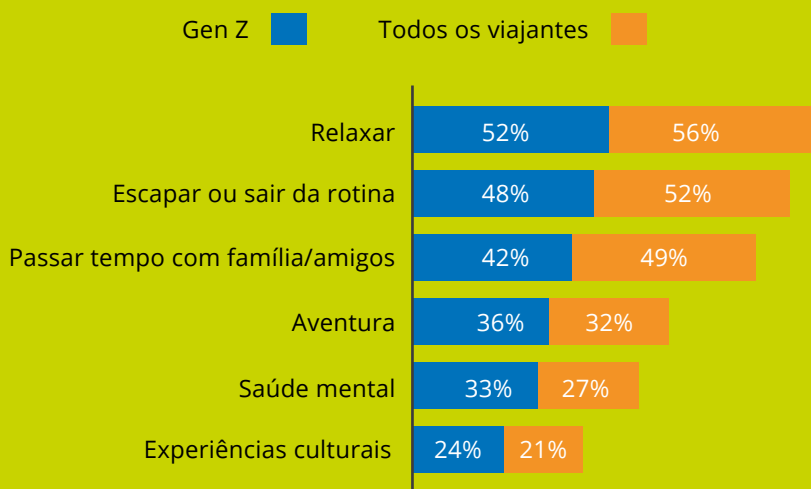
- prezam pela sustentabilidade e pela transparência;
- estão engajados em causas sociais, ambientais e políticas;
- querem ter experiências exclusivas e individualizadas; e
- são nativos digitais e estão acostumados com a conectividade e o imediatismo.

A partir desses dados, percebe-se que **a nova geração valoriza significativamente a sustentabilidade, intrinsecamente ligada ao ecoturismo**. Essa tendência é cada vez mais forte entre os jovens da geração Z, que buscam viagens em perfeita harmonia com a natureza e com impacto positivo na sua preservação. **Para eles, o ecoturismo não se resume a um simples passeio, mas uma oportunidade de aprendizado e conexão autêntica com o meio ambiente.**

POR QUE A GERAÇÃO Z VIAJA?

De acordo com [a pesquisa da Morning Consult](#), nos Estados Unidos, **os viajantes da geração Z têm três principais motivos para viajar: relaxar, escapar da rotina e passar o tempo com amigos e familiares.** Compreender esses motivos é essencial para o desenvolvimento de estratégias eficientes no setor do turismo, a fim de proporcionar experiências que atendam às expectativas e às necessidades específicas dos viajantes dessa geração. Confira os detalhes da pesquisa:

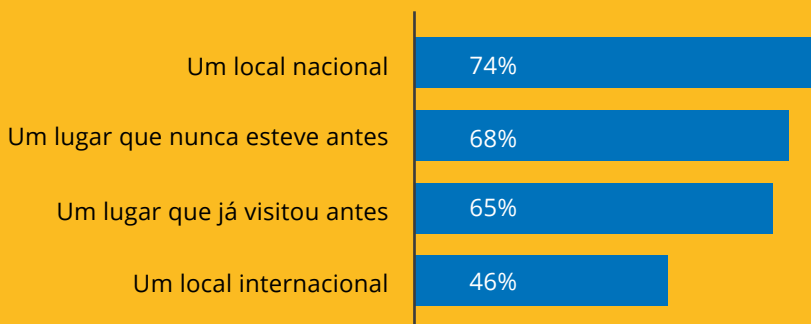
Parcelas de todos os viajantes da geração Z que disseram planejar viajar a lazer pelos seguintes motivos nos próximos 12 meses



Fonte: [Morning Consult](#). Pesquisas feitas entre 14 de dezembro de 2022 e 20 de fevereiro de 2023, com 2.403 viajantes que fizeram três ou mais viagens no ano passado, com margem de erro não ponderada de +/- 2 pontos percentuais.

Os dados revelam que a geração Z é impulsionada a viajar em busca de aventura, bem-estar mental e experiências culturais, o que a diferencia das gerações anteriores. Essa mentalidade aventureira e aberta se reflete de maneira evidente nos comportamentos desses viajantes. Agora, descubra para onde essa geração planeja viajar nos próximos 12 meses:

Parcela de viajantes da geração Z que planejam viajar para os destinos a lazer nos próximos 12 meses



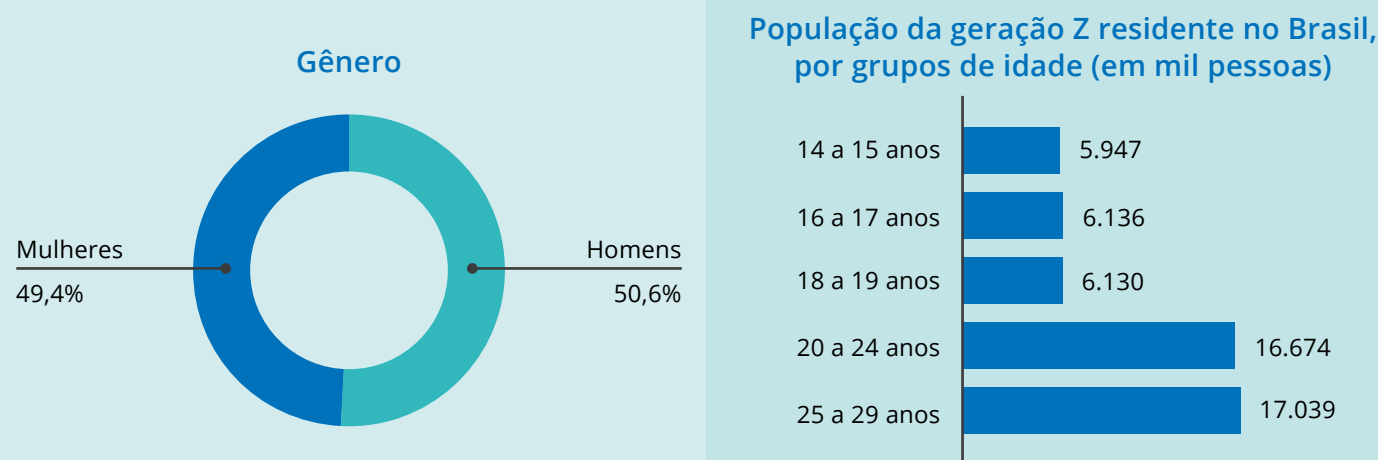
Fonte: [Morning Consult](#). Pesquisas feitas entre 14 de dezembro de 2022 e 20 de fevereiro de 2023, com 2.403 viajantes que fizeram três ou mais viagens no ano passado, com margem de erro não ponderada de +/- 2 pontos percentuais.



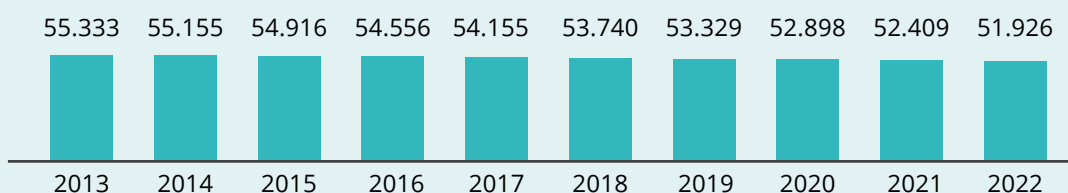
Os viajantes dessa geração se destacam pela preferência por destinos nacionais e pela disposição em explorar lugares novos. Eles constituem o único grupo que afirma ter mais interesse em viajar para um local onde nunca estiveram antes do que para um já conhecido. Essa tendência revela um espírito aventureiro e uma curiosidade em explorar o próprio país durante as viagens.

PERFIL DEMOGRÁFICO DA GERAÇÃO Z NO BRASIL

Conforme [os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Anual \(PNAD\)](#), em 2022, feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população pertencente à geração Z no Brasil totaliza 51.926 mil indivíduos. Desde o ano de 2012, verifica-se uma tendência de declínio demográfico nesse grupo populacional e o processo de envelhecimento do país. A seguir, confira os dados referentes a essa geração:



População da geração Z no Brasil nos últimos dez anos (em mil pessoas)



Fonte: [IBGE](#). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, acumulado de primeiras visitas, exceto 2020-2021, acumulado de quintas visitas, devido à pandemia de Covid-19. 2023.

O número total de pessoas empregadas da geração Z no Brasil, [de acordo com dados do IBGE em 2022](#), é de 25.538. Confira os dados detalhados:



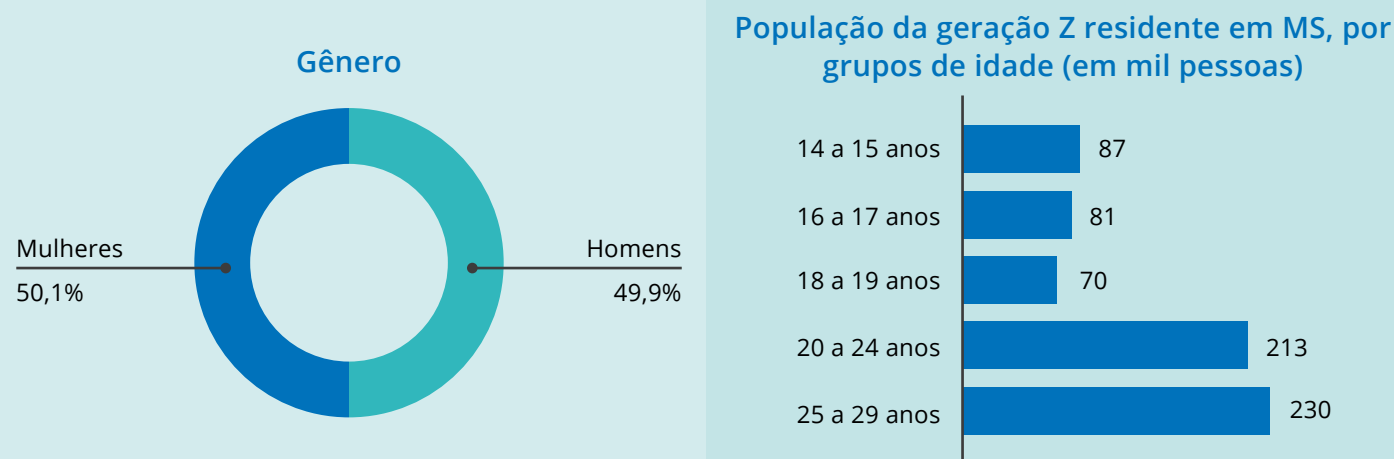
Fonte: [IBGE](#). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2012-2019 (acumulado de primeiras visitas), a partir de 2020 (acumulado de quintas visitas). 2023.

É importante destacar que, no período de 2020 a 2022, houve um crescimento significativo de 17,65% da participação dessa população no mercado de trabalho. Também vale ressaltar que, em 2020, durante o auge da pandemia da Covid-19, o país enfrentou uma série de restrições sanitárias que limitaram a absorção desses jovens.

Nesse cenário de crescimento da participação dos jovens no mercado de trabalho e sua crescente consciência ambiental, abre-se uma oportunidade para os pequenos negócios no setor de ecoturismo. Eles podem direcionar estratégias de marketing específicas para a geração Z, enfatizar os aspectos sustentáveis e as experiências autênticas oferecidas por esse segmento de viagem. Além disso, as empresas podem adaptar suas ofertas para atender às preferências e aos interesses específicos desse público, como atividades ao ar livre, interação com a fauna e a flora e conexão com as comunidades locais.

PERFIL DEMOGRÁFICO DA GERAÇÃO Z EM MS

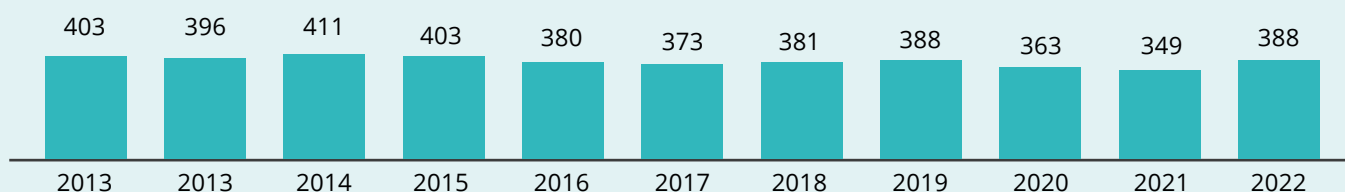
De acordo com [os dados do IBGE, em 2022](#), a população da geração Z em Mato Grosso do Sul oscilou ao longo de uma década, mas manteve-se em decréscimo, alinhada à estimativa nacional. Confira os dados detalhados:



Fonte: [IBGE](#). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, acumulado de primeiras visitas, exceto 2020-2021, acumulado de quintas visitas, devido à pandemia de Covid-19. 2023.

A geração Z em Mato Grosso do Sul oferece uma oportunidade única para impulsionar a economia, preservar a natureza e promover o desenvolvimento sustentável. O estado tem potencial para se tornar um líder em ecoturismo e proporcionar experiências autênticas e memoráveis aos jovens viajantes. Além disso, essa geração também é fundamental no mercado de trabalho, especialmente no setor do turismo e do ecoturismo. Essa contribuição é importante, pois são jovens que criam produtos e serviços turísticos especialmente direcionados aos seus pares. Agora, confira os números que evidenciam a ativa participação dessa geração no mercado de trabalho:

Números de indivíduos da geração Z ocupados em MS (mil pessoas)



Fonte: [IBGE](#). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2012-2019 (acumulado de primeiras visitas), a partir de 2020 (acumulado de quintas visitas). 2023.

A representatividade da geração Z no mercado de trabalho de Mato Grosso do Sul voltou ao patamar de 2019, conforme ilustrado no gráfico, com 388 mil jovens ativos no setor. Essa retomada é um indicativo de que essa geração está, aos poucos, reintegrando-se ao mercado, o que representa uma oportunidade para o setor de ecoturismo consolidar esse público-chave e impulsionar o desenvolvimento e a promoção de experiências ecoturísticas sustentáveis na região.

Além disso, investir no ecoturismo alinhado aos valores e aos interesses da geração Z não só impulsionará o crescimento desse setor, mas também contribuirá para a conservação do meio ambiente e permitirá que esses jovens se conectem com a natureza e desenvolvam um senso de responsabilidade em relação à sustentabilidade do nosso planeta.

COMO ADAPTAR O MERCADO DE ECOTURISMO PARA ATRAIR A GERAÇÃO Z

Segundo [a pesquisa da Deloitte sobre a geração Z global, em 2023](#), 49% dessa geração considera o trabalho como parte central de sua identidade e busca um equilíbrio entre profissão e vida pessoal. Nesse cenário, tanto as empresas quanto os destinos estão reconhecendo a importância de ajustar suas estratégias para atender aos valores e às preferências desse público em ascensão. Para capturar a atenção e o interesse dessa geração, é necessário:



investir em tecnologia e conectividade para facilitar o planejamento, a reserva, a inspiração e o compartilhamento das viagens. Por exemplo, usar plataformas digitais, aplicativos, redes sociais, entre outros;



promover campanhas de conscientização e engajamento para mostrar os benefícios do ecoturismo para o meio ambiente e para as comunidades locais. Por exemplo, divulgar os impactos positivos da preservação da biodiversidade, do consumo responsável e do trabalho voluntário;



proporcionar conforto, segurança, flexibilidade e facilidade na hospedagem para atender às necessidades e às expectativas dos jovens viajantes. Por exemplo, oferecer opções de hospedagem ambientalmente responsáveis, que representem a cultura local e que tenham apelo visual para as redes sociais; e



oferecer preços acessíveis e formas alternativas de economizar para viajar para atrair os jovens financeiramente conservadores e que buscam ofertas e descontos. Por exemplo, oferecer pacotes com alimentação e hospedagem inclusas, parcerias com empresas locais ou produtos locais.

É fundamental adotar essas medidas, uma vez que as características e as preferências dessa geração estão alinhadas aos valores e aos propósitos do ecoturismo. Além disso, as empresas devem estar atentas à opinião dos jovens em relação às ações relacionadas à sustentabilidade e às questões climáticas. Em um outro estudo da [Deloitte sobre a geração Z no Brasil, em 2023](#), é possível compreender o posicionamento dos jovens em relação aos tópicos clima, sustentabilidade e meio ambiente, essenciais para o ecoturismo. Veja a seguir:

69%

da geração Z tem uma preocupação ou uma ansiedade significativa em relação às mudanças climáticas e demonstra uma consciência aguçada sobre os desafios ambientais que enfrentamos atualmente;

65%

dos jovens da geração Z estão dispostos a pagar um preço mais alto por produtos ou serviços ambientalmente sustentáveis, o que reflete sua disposição em fazer escolhas conscientes para apoiar práticas que preservem o meio ambiente;

35%

da geração Z pesquisa as credenciais de sustentabilidade das empresas antes de fazer compras e demonstra interesse ativo em apoiar organizações que adotam práticas responsáveis; e

25%

considera o desempenho sustentável como um critério importante na seleção de fornecedores e valoriza empresas que incorporam a sustentabilidade em suas operações.

Essas estatísticas destacam o perfil diferenciado que valoriza as questões sociais e ambientais, e ressaltam, assim, a importância de fornecer experiências de viagem alinhadas à sustentabilidade e à preservação ambiental. **O setor do ecoturismo pode atrair esse público crescente e, ao mesmo tempo, contribuir para a conscientização e o engajamento da geração Z quanto às questões ambientais.**

POTENCIAIS ATRAÇÕES EM MS PARA ATRAIR O PERFIL DE VIAJANTE DA GERAÇÃO Z

O Mato Grosso do Sul destaca-se como um destino promissor para atrair o perfil de viajante da geração Z, que busca experiências no ecoturismo. Com sua rica biodiversidade, paisagens deslumbrantes e cultura local diversificada, o estado oferece uma variedade de atrações que atendem perfeitamente aos interesses dessa geração. Agora, confira algumas das atrações que certamente encantarão esse público:





[O Parque Nacional da Serra da Bodoquena](#) oferece trilhas, cachoeiras, grutas, rios e lagos, além de rica biodiversidade. Essa atração pode agradar aos viajantes que procuram por experiências ativas, contato com a natureza e sustentabilidade.

[O Pantanal Sul-Mato-Grossense](#), considerado Patrimônio Natural da Humanidade pela Unesco e uma das maiores concentrações de fauna do planeta. Essa atração pode agradar aos viajantes que buscam destinos incomuns, que fogem do óbvio e oferecem novidades e desafios.

[A cidade de Bonito](#), um dos principais destinos de ecoturismo do Brasil e do mundo, oferece atividades como flutuação, mergulho, rapel, arvorismo, tirolesa, passeio de bote e visita a grutas. Essa atração pode agradar aos viajantes que procuram locais e experiências com apelo visual para redes sociais, pois valorizam a estética e a autenticidade.

[O Museu da Cultura Dom Bosco](#), um dos mais importantes museus antropológicos do país, que tem um acervo de mais de 40 mil peças relacionadas à cultura indígena, à história regional e à arte sacra. Essa atração pode agradar aos viajantes que buscam o conhecimento e o aprendizado sobre a cultura local.

[O Abismo Anhumas](#), uma caverna submersa que abriga um lago de águas cristalinas, onde é possível praticar rapel, flutuação e mergulho. Essa atração pode agradar aos viajantes que procuram por aventuras, experiências únicas e desafiadoras.

Além disso, na prática, mesmo que seu negócio não esteja diretamente relacionado com a onda *wellness*, é possível alcançar esse público ao compartilhar histórias e experiências que transmitam conforto e valorizem o autocuidado. Dessa maneira, é possível estabelecer uma conexão emocional com os jovens, despertar seus interesses e fortalecer seu engajamento.

Adotar estratégias de marketing voltadas para a saúde mental e o bem-estar é fundamental para atrair e fidelizar a geração Z, uma vez que 19% desse grupo consideram a saúde mental uma de suas principais preocupações. Dessa maneira, focar em abordagens que promovam o bem-estar é viável não apenas para conquistar a confiança desses jovens, mas estabelecer com eles uma relação de longo prazo.

FONTES CONSULTADAS

Leonardo Ramos. [Millennials, X, Z... veja como cada geração traça sua viagem](#). Panrotas. 2018. Victor Fernandes. [Conheça o comportamento da Geração Z em viagens pós-pandemia](#). Panrotas. 2021. [Como é o comportamento do consumidor da geração Z](#). Sebrae. 2022. Pedro Pereira. [Geração Z: Quem são e o que procuram nas viagens?](#) Travelbi. 2022. Nayara Oliveira. [Geração Z e Baby Boomers impulsionam turismo brasileiro no pós-pandemia, aponta pesquisa encomendada pelo Google](#). Ministério do Turismo. 2023. Lindsey Roeschke. [Gen Z Is Poised to Reshape the Travel Industry](#). [Morning Consult](#). 2023. [Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Anual - PNADC/A](#). SIDRA IBGE. 2023. [Viagens mais curtas e geração Z impulsionam turismo brasileiro no pós-pandemia](#). CNN Brasil. 2023.



Ger. da Unid. de Gestão Estratégica e Inteligência de Negócios: Patrícia G. de Medeiros
Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior
Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza
Período da Pesquisa: 7 a 12 de julho de 2023
<https://ecoturismo.ms.sebrae.com.br/>

