

# RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

## AS MULHERES NA CONSERVAÇÃO E PROMOÇÃO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

O papel das mulheres no turismo tem sido cada vez mais valorizado ao longo dos anos. Elas são importantes atores no desenvolvimento e na gestão do setor, desempenhando papéis tanto como consumidoras quanto trabalhadoras. Além disso, as mulheres também têm impacto significativo na criação de novos destinos turísticos e na preservação do patrimônio cultural e natural. Com suas habilidades empreendedoras e sua capacidade de criar experiências únicas para os viajantes, as mulheres estão transformando o turismo em uma indústria mais inclusiva e diversificada.

### PANORAMA DAS OCUPAÇÕES DO SETOR DE TURISMO EM 2020

#### TOTAL DE PESSOAS OCUPADAS:



	Total	Mulheres	Homens
Brasil	1.693.073	48,3%	51,7%
Mato Grosso do Sul	21.039	53,4%	46,6%

#### TEMPO MÉDIO DE EMPREGO:



	Média	Mulheres	Homens
Brasil	45,17 meses	41,27 meses	48,41 meses
Mato Grosso do Sul	35,70 meses	33,00 meses	38,78 meses

#### FAIXA ETÁRIA:



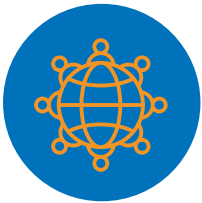
Faixa etária	BRASIL		MATO GROSSO DO SUL	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
10 A 14 anos	0,0%	0,0%	-	-
15 A 17 anos	0,3%	0,4%	0,6%	0,5%
18 A 24 anos	19,7%	19,3%	19,9%	19,9%
25 A 29 anos	16,2%	15,9%	14,9%	15,8%
30 A 39 anos	29,1%	27,0%	27,5%	26,0%
40 A 49 anos	21,2%	20,5%	22,0%	20,2%
50 A 64 anos	12,8%	15,5%	14,4%	15,9%
65 anos ou mais	0,7%	1,5%	0,8%	1,6%

## GRAU DE INSTRUÇÃO:



Grau de instrução	BRASIL		MATO GROSSO DO SUL	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
5ª Completo fundamental	3,3%	4,3%	4,4%	4,1%
6ª a 9ª Fundamental	13,7%	15,8%	15,1%	15,4%
Ensino médio e superior incompleto	76,1%	74,7%	76,0%	77,1%
Superior completo	6,9%	5,3%	4,5%	3,5%

## RAÇA/COR:



Raça/cor	BRASIL		MATO GROSSO DO SUL	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
Branca	43,2%	40,9%	31,1%	32,4%
Parda	33,3%	35,9%	38,8%	35,0%
Não identificado	17,2%	17,0%	25,7%	28,4%
Preta	5,6%	5,5%	3,2%	2,8%
Amarela	0,6%	0,5%	0,7%	0,8%
Indígena	0,1%	0,2%	0,4%	0,5%

Fonte: [Observatório Nacional de Turismo](#), 2020.

## NÚMERO DE TRABALHADORES POR ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO (ACT):



ATIVIDADES	BRASIL		MATO GROSSO DO SUL	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
Atividades Características do Turismo (ACT*)				
Alojamento	142.548	106.614	2.064	1.083
Alimentação	253.413	226.128	2.862	1.821
Transporte Terrestre	27.750	161.503	135	1.040
Transporte Aquaviário	756	3.143	-	28
Transporte Aéreo	19.981	32.186	67	191
Aluguel de Transportes	7.587	19.346	65	120
Agência de Viagem	31.686	24.579	372	396
Cultura e Lazer	4.782	6.270	30	40

Fonte: [Ipea](#), 2019.

\*Segundo o IPEA/Mtur, as ACTs são um conjunto de atividades que contemplam a maior parte dos gastos dos turistas.

Analisando os números do setor em todo o Brasil, é possível observar que a presença feminina é predominante nas agências e operadoras de turismo, bem como nos serviços de alojamento, onde chega a 57%. Já nos serviços de alimentação, a participação feminina é majoritária, com 53%. Entretanto, em outras atividades turísticas, o número de mulheres é menor do que 50%. No Mato Grosso do Sul, por sua vez, apenas em alojamento e alimentação a presença feminina é superior à dos homens, chegando a ser inexistente no transporte aquaviário.



# AS MULHERES EM RELAÇÃO À SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS

Um estudo inédito publicado na revista *GV Executivo* constatou que organizações com alta pontuação em indicadores de sustentabilidade têm liderança feminina – proativa e consciente das responsabilidades sociais corporativas. Os autores realizaram entrevistas com 14 mulheres líderes em empresas com alta pontuação nos indicadores de sustentabilidade. As executivas dessas empresas compreendem a sustentabilidade como uma questão transversal e integrada, tendo uma postura proativa. Por outro lado, nas empresas com desempenho ruim, as estratégias de sustentabilidade são reativas e ainda em uma fase inicial, baseadas na pressão do mercado e nos riscos para a reputação. Conforme a pesquisa:

- 31% das organizações com baixa pontuação ESG não têm mulheres na diretoria ou no conselho, enquanto apenas 17% das empresas com alto ESG têm ausência de mulheres.

- Em relação a cada esfera do ESG:

## **Alto desempenho social:**

- 53% com mulheres na diretoria e 47% sem;
- 34% com uma mulher executiva e 19% com duas ou mais.

## **Baixo desempenho social:**

- 42% com mulheres na diretoria e 58% sem;
- 24% com uma mulher executiva e 18% com duas ou mais.

## **Alto desempenho ambiental:**

- 54% com mulheres na diretoria e 46% sem;
- 38% com uma mulher executiva e 16% com duas ou mais.

## **Baixo desempenho ambiental:**

- 40% com mulheres na diretoria e 60% sem;
- 26% com uma mulher executiva e 14% com duas ou mais.

## **Alto desempenho de governança:**

- 48% com mulheres na diretoria e 52% sem;
- 38% com uma mulher executiva e 10% com duas ou mais.

## **Baixo desempenho de governança:**

- 46% com mulheres na diretoria e 54% sem;
- 26% com uma mulher executiva e 20% com duas ou mais.



**CONCLUSÃO:** Os dados mostram que empresas com uma ou mais mulheres executivas tendem a ter desempenho ambiental e de governança mais alto do que as empresas sem mulheres executivas. No entanto, é importante levar em consideração outros fatores que possam afetar essas relações, como a cultura da empresa, a estrutura de poder e a natureza dos negócios.

Outros estudos indicam ainda que, fora da vida profissional, as mulheres também são mais sustentáveis que os homens:



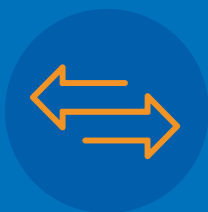
Uma [pesquisa realizada nos Estados Unidos](#) com mais de 14 mil adultos confirma que as mulheres tendem a comprar e consumir mais vegetais, enquanto os homens consomem mais carne. A pesquisa ressalta que essas diferenças vão além da superfície e estão relacionadas com os papéis de gênero.



As mulheres são mais propensas a adquirir veículos elétricos do que os homens, de acordo com uma [pesquisa realizada pelas universidades de Sussex e Aarhus](#). Isso é justificado pelo maior envolvimento das mulheres nas questões ambientais. O estudo sugere que a revolução da mobilidade será liderada pelo apelo ao público feminino, que tomará decisões de compra com base na ecologia.



Um [estudo da Scientific American](#) descobriu que a razão principal para os homens rejeitarem comportamentos mais conscientes e sustentáveis é a preocupação em preservar sua identidade e papel de gênero.



Uma [pesquisa realizada em março de 2022 pela Globo](#) mostrou que, em geral, as mulheres brasileiras estão mais preocupadas com temas relacionados a ESG, especialmente com a “diferença de oportunidades e tratamento entre homens e mulheres”, que incomoda 62% das mulheres e apenas 46% dos homens.



Essa mesma pesquisa também mostrou que, entre os consumidores brasileiros, apenas 11% se consideram “ativistas de coração” e possuem afinidade com a agenda ESG. Entre esse grupo, 62% são mulheres.

## POR QUE AS MULHERES SE PREOCUPAM MAIS COM SUSTENTABILIDADE?

- A administração dos recursos dentro de casa é um motivo pelo qual mulheres tendem a ser mais conscientes sobre o lixo produzido.
- Produtos sustentáveis tendem a ser direcionados ao público feminino.
- A cultura e a concepção da masculinidade impedem um movimento mais ecológico entre homens, que enxergam essas práticas como sendo “femininas” e que poderiam os “desmasculinizar”.

# DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO

De modo geral, os principais desafios que as mulheres encontram enquanto profissionais do turismo não fogem muito daqueles vistos em outros setores:



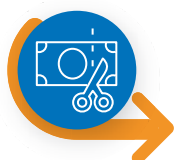
**DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO** - Elas ainda enfrentam barreiras para ocupar posições de liderança e são subrepresentadas em setores-chave do turismo.

- De acordo com [pesquisa do LinkedIn](#), ainda que as mulheres sejam 16% mais propensas a serem contratadas após uma entrevista de emprego (18% se for um cargo sênior), os recrutadores que utilizam essa plataforma de emprego têm 13% menos chance de clicar em um perfil de mulher e 3% menos disposição de enviar a elas um e-mail de oferta.



**FALTA DE OPORTUNIDADES MESMO COM TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO** - Isso limita as habilidades e o crescimento profissional das mulheres, pois mesmo que elas se preparem, os homens ainda têm a preferência no mundo profissional.

- Segundo o relatório [Estatísticas de Gênero](#), do IBGE, 19,4% das mulheres com 25 anos ou mais tinham nível superior completo, enquanto apenas 15,1% dos homens se encontravam nessa situação. Em 2012, conforme outros indicadores sociais das mulheres no Brasil, [disponibilizados pelo IBGE](#), 14% das mulheres tinham ensino superior, enquanto apenas 10,9% dos homens eram formados. A única faixa etária com mais homens do que mulheres com ensino superior é acima de 65 anos, o que reflete as limitações de acesso à educação no passado, segundo o IBGE.



**DESIGUALDADE SALARIAL** - As mulheres geralmente ganham menos do que os homens em posições similares no setor.

- De acordo com o [Ipea](#), conforme dados de 2019, os homens do setor de turismo ganham, em média, R\$ 2.231,21, enquanto as mulheres recebem em média R\$ 1.676,19 – ou seja, um valor quase 25% inferior.



**FALTA DE ACESSO A FINANCIAMENTO** - Isso limita a capacidade das mulheres de iniciar e expandir seus negócios no setor de turismo.

- O estudo brasileiro do [Global Entrepreneurship Monitor 2019](#) aponta que o Brasil é um dos países mais igualitários em relação ao empreendedorismo inicial, com pouca diferença entre homens e mulheres (23,1% para as mulheres e 23,5% para os homens). Contudo, a taxa de empreendedores estabelecidos



entre os homens é de 18,4%, enquanto entre as mulheres é de 13,9%. Isso mostra que a passagem dos empreendedores do nível inicial para o estabelecido resulta em mais mulheres abandonando os negócios do que os homens. Isso pode ser devido aos negócios das mulheres serem menos duradouros e enfrentarem mais dificuldades.



**BARREIRAS DE GÊNERO** - As mulheres enfrentam assédios, preconceitos e estereótipos de gênero que impedem o pleno aproveitamento de suas habilidades e conhecimentos no setor.

- [Pesquisa do Instituto Patrícia Galvão](#) mostra que 36% das mulheres trabalhadoras relatam já ter sofrido preconceito ou abuso devido ao seu gênero. Além disso, ao serem expostas a várias situações, 76% delas reconhecem já ter experimentado uma ou mais formas de violência ou assédio no ambiente de trabalho.

## E EM RELAÇÃO AO ECOTURISMO?

[Artigo produzido por quatro pesquisadores da Universidade de São Paulo \(USP\), em 2022, indica a relação do sexismo com o papel do homem e da mulher no ecoturismo e no turismo de aventura. Em resumo, o artigo apresenta os seguintes pontos:](#)

- Os problemas de gênero são uma preocupação presente tanto no turismo de aventura quanto no ecoturismo. O sexismo pode ser hostil ou benevolente, ocorrendo devido ao estereótipo ideal de homem corajoso e destemido.
- Mulheres no turismo de aventura: a figura feminina é concebida como frágil, o que resulta em uma representatividade masculina ainda maior nesse segmento.
- Mulheres no ecoturismo: as mulheres são normalmente vinculadas a atividades ligadas ao ecoturismo, como conservação da natureza, artesanato e culinária, o que aumenta a desigualdade de gênero.
- Resumindo, o turismo de aventura e o ecoturismo são associados ao desenvolvimento sustentável, preservação da natureza e responsabilidade social, mas também estão ligados a problemas de sexismo, como estereótipos de gênero e divisão sexual de trabalho.
- Atualmente, há esforços para mudar essas realidades e promover a igualdade de gênero, o empoderamento feminino e o alcance dos [Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030](#).

# INICIATIVAS PARA VALORIZAÇÃO DA MULHER NO TURISMO

## NO MATO GROSSO DO SUL

**SELO EMPRESA AMIGA DA MULHER** - O [selo Empresa Amiga da Mulher](#) é concedido anualmente a empresas públicas e privadas, de todos os setores, que adotam práticas de apoio à igualdade de gênero e de proteção dos direitos das mulheres no ambiente de trabalho. Para concorrer ao selo, as empresas precisam comprovar a implementação de políticas que incentivem a contratação e valorização da mulher, previnam e combatem qualquer forma de violência ou assédio e promovam a igualdade salarial de gêneros. O representante legal da empresa precisa assinar uma “carta compromisso” para se comprometer com as diretrizes para a promoção e defesa dos direitos da mulher.

## NO BRASIL

**MULHERES NO TURISMO** - Com o intuito de melhorar a formação das mulheres na área turística, foi criada a MUST - Mulheres no Turismo, uma plataforma exclusiva para o público feminino nesse setor. Fundada em junho de 2020 por sete profissionais da área - Juliane Castiglione, Adriana Cavalcanti, Andréa Ugrin, Carolina Stolf, Larissa Lima, Renata Pestana e So-naira Zanella Polimeno -, a plataforma tem como principal objetivo proporcionar a conexão entre as profissionais do turismo, permitindo a troca de experiências. Através dessa plataforma, é possível acessar artigos relevantes para o setor, bem como participar de mentorias e cursos on-line. Confira o [Instagram](#) e o [LinkedIn](#) do projeto, que estão cheios de dicas para o crescimento das mulheres no turismo.

## NO MUNDO

**FITUR WOMAN** - Considerada a maior feira de turismo do mundo, a qual é realizada todos os anos na Espanha, a FITUR 2023, em colaboração com a Women Leading Tourism (WLT), apresentou a terceira edição da seção [FITUR Woman](#), alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) de igualdade de gênero e empoderamento feminino no setor do turismo. Essa seção focaliza sua discussão sobre o papel das mulheres no ambiente de trabalho da indústria turística e na importância da liderança feminina na reconstrução de um turismo mais sustentável e inclusivo.

## FONTES CONSULTADAS

L. Rego. [Estudos comprovam: as mulheres são mais sustentáveis que os homens](#). Conexão Lusófona. 2019. Luiza Vilela. [Por que as mulheres são mais sustentáveis do que os homens?](#) Consumidor Moderno. 2021. [Mulheres no turismo: iniciativas buscam mais igualdade de gênero no setor](#). O Globo. 2021. Ana Azevedo e Janaina Brito. [Mulheres no Turismo: Empoderadas, elas pedem passagem no setor](#). Mercado & Eventos. 2022. [Mulheres têm mais diploma que homens, mas ainda enfrentam mais barreiras](#). Estado de Minas. 2022. Minasi S, Mayer V, Santos GE de O. [Desigualdade de gênero no turismo](#). Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. 2022.



Gerente da Unidade de Gestão Estratégica e Comunicação: Cintia Shigemoto Guedes

Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior

Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza

Período da Pesquisa: 6 e 7 de fevereiro de 2023

<https://ecoturismo.ms.sebrae.com.br/>

