

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:



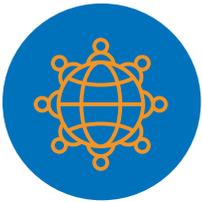
| Faixa etária | BRASIL | | MATO GROSSO DO SUL | |
|-----------------|----------|--------|--------------------|--------|
| | Mulheres | Homens | Mulheres | Homens |
| 10 A 14 anos | 0,0% | 0,0% | - | - |
| 15 A 17 anos | 0,3% | 0,4% | 0,6% | 0,5% |
| 18 A 24 anos | 19,7% | 19,3% | 19,9% | 19,9% |
| 25 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/>

