

DICAS PARA
ATENDER BEM
**turistas
MULHERES**



DICAS PARA
ATENDER BEM
**turistas
MULHERES**



Arambaré-RS (Anelise Zanoni)



SUMÁRIO

Glossário, 4

Editorial

Elas são turistas e protagonistas, 6

Quem é a viajante brasileira , 8

**Por que receber bem
a turista mulher, 12**

Todos são responsáveis, 14

**Acolher bem é incluir
e informar, 18**

Para atender bem

Agências de turismo, 23

Atrações turísticas , 26

Guias de Turismo, 31

Meios de Hospedagem, 34

Meios de Transporte, 38

Pontos de Gastronomia, 43

Referências Bibliográficas, 49



Glossário

Para complementar o guia de **Dicas para Atender Bem Turistas Mulheres**, criamos um glossário com termos importantes e que enriquecem o conteúdo desta publicação. Veja a seguir algumas definições que podem lhe ajudar na hora de treinar equipes de trabalho e orientar para medidas mais inclusivas e empáticas.



Acolhimento: Ato de receber alguém com respeito, escuta e atenção às suas necessidades. No turismo, significa garantir que todas as pessoas se sintam bem-vindas, seguras e confortáveis durante toda a jornada.

Assédio: Comportamento indesejado que causa constrangimento, medo ou ameaça. Pode ocorrer de diferentes formas. Entre elas:

Assédio verbal: são comentários ofensivos, cantadas insistentes, piadas inapropriadas ou palavras de cunho sexual.

Assédio físico: toques, gestos ou aproximações sem consentimento.

Assédio psicológico: intimidações, chantagens emocionais, manipulações ou olhares invasivos que causam desconforto emocional. A violência psicológica contra a mulher, na Lei Maria da Penha (Art. 7, II) é "entendida como qualquer conduta que cause dano emocional ou diminuição da autoestima, que vise degradar ou controlar suas ações, comportamentos, crenças e decisões".

Assédio sexual: De acordo com o artigo 216-A do Código Penal esclarece que é "constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição superior hierárquica ou ascendência inerentes ao exercício do emprego, cargo ou função". O assédio sexual é crime.

Autonomia: Reconhecimento de que a turista mulher tem capacidade de decidir seus caminhos, horários, roteiros e interações durante a viagem, sem depender de terceiros para sua segurança ou validação. Essa autonomia deve ser respeitada por toda a cadeia do turismo.

A autonomia econômica, de acordo com a Comissão Econômica para a América Latina

e Caribe (Cepal), refere-se à capacidade das mulheres de gerar rendimentos e recursos próprios a partir do acesso ao trabalho remunerado em igualdade e condições com os homens.

Espaço seguro: Ambiente em que mulheres e outros grupos se sentem protegidos de violências, julgamentos e discriminações. No turismo, trata-se de um local onde todas as mulheres possam circular e se expressar com liberdade e respeito.

Estereótipos de gênero: Ideias preconcebidas sobre o que homens e mulheres "devem" ser ou fazer e que afetam negativamente a experiência da turista mulher. Alguns estereótipos comuns: presumir que ela precisa de ajuda para viajar, que alguém pagará sua conta no restaurante ou que não comprehende certos assuntos, como vinhos, tecnologia ou esportes.

Gênero: Construção social que define os papéis, comportamentos e expectativas associados a pessoas com base em sua identidade. Gênero não se limita ao sexo biológico e pode variar de cultura para cultura.

Identidade de gênero: É a forma como cada um se reconhece em relação ao seu gênero. Diz respeito à vivência interna e individual sobre como a pessoa se reconhece em relação ao gênero, podendo ser no padrão binário (masculino e feminino), não binário ou de gênero fluido. As expressões de gênero são construções sociais e podem ser manifestadas de forma diferente de acordo com cada cultura.

Inclusão: Ação de garantir que todas as pessoas, independentemente de gênero, raça, etnia, idade, deficiência, orientação sexual ou identidade de gênero, tenham acesso pleno, digno e respeitoso aos espaços e serviços do turismo.

Interseccionalidade: Conceito que mostra como diferentes formas de opressão (como racismo, machismo, lesbofobia, transfobia, capacitismo etc.) se combinam e afetam pessoas de maneira mais intensa. Conforme Carla Akotirene, no livro "Interseccionalidade (2019)", o conceito não é apenas a soma das opressões, mas a forma como elas se entrecruzam, produzindo experiências únicas de desigualdade e violência. Por isso, é importante considerar os múltiplos fatores que impactam a experiência da mulher viajante.

Lugar de fala: Ideia que reconhece que cada pessoa tem autoridade para falar a partir da sua vivência e realidade. Djamila Ribeiro, no livro "O que é lugar de fala? (2017)", popularizou o conceito no Brasil, explicando como vivências e marcadores sociais influenciam a produção de conhecimento e a legitimidade de quem fala sobre determinados temas. No turismo, é essencial ouvir as próprias mulheres para entender suas demandas e aprimorar os serviços.

Mulher cis: Pessoa que se identifica, em todos os aspectos, com o gênero atribuído no nascimento.

Mulher trans: Conforme o Guia para Atender bem Turistas LGBTQIA+, publicação de 2024, transexuais são pessoas que nascem com o sexo biológico diferente do gênero com que se reconhecem. Essas pessoas desejam ser reconhecidas pelo gênero com o qual se identificam, sendo que o que determina se a pessoa é transexual é sua identidade, e não qualquer processo cirúrgico. Existem tanto homens trans quanto mulheres trans.

Nome social: Nome pelo qual uma pessoa transexual ou travesti se identifica e é socialmente reconhecida.

Olhar invasivo: Olhares insistentes, objetificantes ou intimidadores direcionados a uma mulher, especialmente em espaços públicos.

Violência de gênero: A Organização das Nações Unidas (ONU) define violência de gênero como "qualquer ato de violência baseado no gênero que resulte, ou possa resultar, em dano ou sofrimento físico, sexual ou psicológico para mulher, incluindo ameaças, coerção ou privação arbitrária da liberdade, tanto na vida pública como privada". (Declaração sobre a Eliminação da Violência Contra a Mulher - ONU, 1993).

Violência simbólica: Formas sutis e muitas vezes naturalizadas de violência, como piadas, expressões, exclusões ou atitudes que inferiorizam alguém por seu gênero, raça ou orientação sexual.

Para o sociólogo Pierre Bourdieu (1989), ela funciona porque as estruturas sociais e culturais naturalizam as relações de poder, pois as pessoas passam a enxergar desigualdades como normais ou justas.

Viajante sozinha: Mulher que viaja desacompanhada. Embora seja uma experiência de liberdade e autonomia, também demanda atenção especial em relação à segurança, acolhimento e respeito por parte de prestadores de serviço.

Conteúdos de apoio para saber mais sobre

Turismo Responsável e Sustentável



Informações e publicações
do Ministério do Turismo.



Código de
Conduta Brasil.



Conheça o Movimento
Turismo que Protege.



Assine o Movimento
Turismo que Protege.

Editorial

ELAS SÃO TURISTAS E PROTAGONISTAS

Este guia é voltado a todos que atendem turistas mulheres, em especial as que viajam sozinhas.

Platô da Serra, Amajari-RR
(Embratur)



Viar é uma experiência transformadora. Conhecer novos lugares, culturas e pessoas amplia horizontes e cria memórias. Para as mulheres, independentemente de idade, raça, etnia, identidade de gênero, orientação sexual, condição física ou contexto socioeconômico, o ato de viajar carrega significados que vão muito além do lazer: representa liberdade, conquista e conexão consigo mesma e com o mundo.

O movimento de turistas mulheres integra um fenômeno global sustentado por transformações sociais, econômicas e culturais. Em paralelo, a Organização Mundial do Turismo (UNWTO) indica que as mulheres constituem a maioria da força de trabalho do setor em escala mundial (54%), evidenciando sua centralidade na atividade. Relatórios da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) apontam a urgência de políticas para um turismo mais inclusivo e resiliente, e a ONU Mulheres destaca a importância de ambientes e serviços seguros para elas em espaços públicos e turísticos. Juntas, essas evidências sustentam a necessidade de **acolhimento, acessibilidade e protocolos de segurança voltados a todas as turistas mulheres**.

Diante disso, elas sonham, pesquisam, planejam e embarcam. Viajar está na lista de prioridades da mulher

brasileira que, em busca de descanso, liberdade, descobertas ou compromissos profissionais, representa hoje uma parcela crescente e significativa do turismo no Brasil e no mundo. O desejo por desbravar destinos, seja ela jovem ou idosa, executiva ou aventureira, mãe ou sem filhos, está presente em diferentes condições socioeconômicas e supera outras importantes metas de vida. Mais do que nunca, elas assumem o protagonismo das próprias jornadas, mas ainda enfrentam desafios específicos, que vão desde o medo da violência até a invisibilidade no atendimento.

Diante desse cenário, surgiu o guia ***Dicas para Atender Bem Turistas Mulheres***, que convida o setor a se preparar para recebê-las com empatia, informação, estrutura e atitude. O conteúdo foi desenvolvido a partir de entrevistas com mais de 10 profissionais de diferentes regiões e áreas do turismo: todas mulheres, incluindo pesquisadoras, consultoras, líderes de entidades e turismólogas, além de referências nacionais e internacionais recentes.

Embora o guia seja voltado aos que recebem e/ou atendam turistas mulheres, atenção especial é dada àquelas que vão sozinhas. Esse grupo, em crescimento no Brasil e no mundo enfrenta desafios específicos de

segurança, acolhimento e percepção social. Ao oferecer cuidados direcionados, empresas e destinos fortalecem a confiança dessas viajantes e garantem experiências seguras e respeitosas.

Nas páginas seguintes, você encontrará orientações práticas para equipes, estratégias para segurança e dicas para ações mais inclusivas. Muitas melhorias não exigem grandes investimentos: estão em gestos simples, como a forma de entregar uma conta, de sugerir uma experiência ou ou de acolher as turistas. Também envolvem formar equipes diversas, criar canais de escuta e oferecer serviços adaptados para diferentes perfis, incluindo mulheres com deficiência, com filhos pequenos, com animais de estimação, LGBTQIA+ ou de várias idades.

O guia parte do princípio de que toda mulher é uma cliente completa, que não precisa estar acompanhada para ser valorizada. Criar um ambiente justo para elas amplia o acolhimento a outros públicos vulneráveis, promove inclusão, fortalece a reputação, fideliza clientes e atrai novos turistas. O setor turístico tem o poder e a responsabilidade de implementar iniciativas que protejam as mulheres e impulsionem a inclusão e o crescimento econômico.

Boa leitura!

VIAJAR CARREGA SIGNIFICADOS QUE VÃO MUITO ALÉM DO LAZER: REPRESENTA LIBERDADE, CONQUISTA E CONEXÃO CONSIGO MESMA E COM O MUNDO.

Quem é a VIAJANTE BRASILEIRA

Viajar é o principal sonho das mulheres de todas as condições socioeconômicas



Pegar a mala ou a mochila e sair por aí para descobrir praias, cânions no meio do horizonte, florestas intensamente verdes, cidades vibrantes ou pequenos vilarejos. Seja qual for a experiência, para grande parte das mulheres brasileiras, viajar é um sonho, assumido de formas distintas.

A afirmação vem da pesquisa "Os Sonhos Delas", realizada em 2025 com 1080 mulheres. O estudo da ONG Think Olga revelou que o desejo das mulheres de "viajar pelo mundo" está presente em todas as condições socioeconômicas e supera outras importantes metas de vida, como alcançar estabilidade financeira ou construir uma carreira sólida. Trata-se de uma aspiração forte: **viajar é um sonho atual e prioritário para**



67% das mulheres entre 18 e 29 anos



59% das mulheres entre 30 e 49 anos



59% das mulheres com 50 anos ou mais

O desejo não é só teoria e se traduz em diferentes formas de viajar. Mulheres indígenas, por exemplo, podem desejar revisitar territórios ancestrais ou participar de encontros culturais que fortaleçam

suas comunidades, mulheres negras, explorar destinos onde se sintam representadas e seguras, mulheres com deficiência, vivenciar experiências turísticas acessíveis e sem barreiras. Seja qual for o cenário, cada jornada carrega a busca por pertencimento, segurança, liberdade e reflete um cenário social em transformação, impulsionado pelo acesso à informação, pela presença crescente da mulher no mercado de trabalho e pela independência financeira.

Para realizar esse sonho, a turista mulher embarca de diferentes formas em suas viagens. Muitas vezes, com a família, parceiros ou amigos. Outras, sozinha a trabalho ou com a própria companhia, para valorizar suas escolhas, autoconhecimento e protagonizando suas próprias trajetórias.

PERFIS MÚLTIPLOS

A turista brasileira não tem um único rosto. Pode ser uma jovem que quer explorar o mundo, uma mãe viajando com filhos, uma profissional que tira férias, uma intercambista ou uma mulher madura que deseja novas experiências. Ela pode ser negra, indígena, branca, asiática, com deficiência, trans, de diferentes orientações sexuais, de distintas origens e condições sociais. Todas cabem nesse cenário plural, que reflete a diversidade do Brasil.

LK Hotel, Florianópolis-SC (Embratur)



"O turismo feminino solo cresce. Muitas mulheres priorizam os estudos, a profissionalização e as viagens, deixando matrimônio e filhos para depois. Além disso, as mulheres trabalham, têm seus próprios recursos e veem a viagem como um investimento em si mesmas", afirma Ana Carolina Medeiros, presidente do conselho de administração da Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV).

Entre as mulheres em fases mais maduras da vida, segundo a ABAV, muitas optam por viajar em grupos de amigas, vizinhas ou comunidades, como os da igreja ou da academia, para ampliar a sensação de segurança. O que todas têm em comum é o ato de coragem de sair para viajar e o desejo de viver algo que seja só delas e que crie memórias únicas.

TURISTAS COM DIFERENTES MOTIVAÇÕES

As mulheres viajam por inúmeros motivos (lazer, descanso, negócios, eventos, cursos, congressos, encontros familiares, peregrinações religiosas, aventuras, turismo cultural, entre outros.) e cada tipo de viagem traz expectativas e necessidades específicas. Dentro desse universo, há também um número crescente daquelas que viajam sozinhas, inclusive a trabalho e a negócios.

Conforme a pesquisa "Viajante Corporativo Brasileiro", realizada em 2024 pelo TRLV Lab (laboratório de inteligência de mercado, iniciativa da Panrotas e Mapie), as mulheres de negócios têm entre 30 e 39 anos e, em sua maioria, atuam nas áreas de educação, serviços, saúde e serviços sociais. Elas realizam de duas a quatro viagens nacionais por ano, o que representa um grande potencial para o turismo. A pesquisa ainda afirma

que, na hora de escolher um meio de hospedagem, elas levam em conta a localização, a segurança e o preço, pontos de atenção para o setor.

Essas viagens profissionais frequentemente se mesclam a atividades de lazer, como visitas a bares, restaurantes, museus, parques e atrações turísticas. Já as viagens familiares costumam priorizar estrutura e conforto, enquanto viagens de amigas ou em casal podem focar em experiências culturais e gastronômicas. O turismo deve estar atento a essa diversidade de motivações e oferecer serviços adaptados a cada perfil. As mulheres estão presentes em todos os segmentos, e, por isso, devem ser compreendidas e atendidas por toda a cadeia produtiva do turismo, já que suas vulnerabilidades e necessidades são semelhantes àquelas que viajam exclusivamente à lazer.

LIBERDADE E INDEPENDÊNCIA

Viajar, para muitas mulheres, significa autonomia e liberdade de decisão. Mesmo quando acompanhadas, elas desempenham papel central no planejamento, na escolha do destino e na organização da viagem. E, para aquelas que optam por viajar sozinhas, esse protagonismo é mais evidente.

O artigo "A mulher enquanto viajante solo: fatores motivacionais e desafios",

publicado em 2025 no periódico Ateliê do Turismo, da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), entrevistou viajantes sozinhas e apontou que liberdade, autonomia e autoconhecimento são motivações centrais para esse tipo de experiência. Ainda que algumas tenham receios e não se sintam prontas, o número das que estão dispostas a tentar cresce.

"Quando uma mulher viaja sozinha, o que ela faz é contestar um histórico muito forte de negação da sua autonomia e da restrição do seu papel à esfera privada, ao lar", explica

a publicitária Laura Wottrich, professora e pesquisadora da Pós- Graduação em Comunicação da Universidade de Santa Maria (UFSM) e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

SEGURANÇA É UM PONTO SENSÍVEL

Sentir-se segura é uma necessidade essencial para a turista mulher, independentemente de quem a acompanha. E é um ponto de destaque para turistas sozinhas. De acordo com o estudo "Turismo e Tendências Contemporâneas: Mulher como viajante solo", da Universidade de Brasília (UnB), 65,6% das mulheres afirmam não se sentir seguras ao viajar sozinhas pelo Brasil, e 45% consideram que a segurança é o principal ponto a ser melhorado nos serviços turísticos.

Esses dados são fundamentais para os profissionais do setor e para o ecossistema do turismo: é necessário não apenas acolher bem, mas garantir sua segurança, conforto e a confiança, por meio de políticas públicas efetivas, protocolos claros, estratégias de trabalho e engajamento com equipes capacitadas, oferecendo atenção especial à proteção e à inclusão de mulheres negras, indígenas, com deficiência, mulheres trans e de diferentes orientações sexuais.

Com acesso mais fácil à informação e com empresas especializadas ganhando espaço no mercado, as

mulheres estão cada vez mais bem preparadas para viajar. Seja para programar roteiros, reservar hospedagem ou buscar dicas de segurança, as turistas buscam apoio em redes, aplicativos, comunidades e agências. Conhecer a diversidade de perfis desse público e as necessidades é o primeiro passo para recebê-las bem.



Banca Tatuí, São Paulo-SP (Camila Provenzi)

Por que receber bem A TURISTA MULHER

Viagem reúne múltiplas motivações, personalidades e realidades e as mulheres estão cada vez mais presentes em todos os segmentos do turismo: lazer, negócios, estudos, eventos, aventuras ou viagens culturais. No Brasil e no mundo, cresce também o número das que optam por viajar desacompanhadas, inspiradas pela busca de autonomia, conhecimento, conexão com o mundo e liberdade de escolha.

Por isso, receber bem as turistas mulheres é um passo importante rumo a um turismo mais inclusivo, empático, sustentável e potencializador da economia. A presença de estratégias e projetos voltados ao público feminino valoriza a imagem da empresa, atrai novos perfis

de clientes e fortalece o compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que incluem a igualdade de gênero, a redução das desigualdades e o empoderamento de mulheres e meninas. Como resultado, segundo a ONU Turismo, se as desigualdades de gênero fossem eliminadas, o PIB per capita global poderia crescer até 20%.

Criar ambientes mais seguros e acolhedores é reconhecer que, apesar de viajarem em diferentes contextos e companhias, elas ainda enfrentam mais riscos, restrições e julgamentos ao viajar. Ao adotar novas estratégias, todos os públicos se beneficiam: idosos, pessoas com deficiência, integrantes da comunidade LGBTQIA+ e outros viajantes.

INVISTA EM ATENDIMENTO PERSONALIZADO

Segundo a Revista "Tendências do Turismo de 2025", produzida numa parceria entre Ministério do Turismo e Embratur, as turistas mulheres representam um público relevante e crescente em todas as modalidades de viagem. Por isso, empresas e plataformas já desenvolvem produtos voltados especificamente para esse público, mas ainda há espaço para

estruturar um atendimento verdadeiramente inclusivo e especializado.

Relatos de turistas mulheres mostram que há oportunidades de melhoria na forma como são atendidas. No caso das que viajam sozinhas, a pesquisa "A mulher enquanto viajante solo: fatores motivacionais e desafios", (UFMS, 2025), apontou que o desafio que elas mais

encontram está ligado à violência de gênero. Há relatos de atenção indesejada e assédio por parte de homens, que causam importunação e sensação de

vulnerabilidade. Por isso, oferecer segurança e um olhar atento é fundamental para recebê-las bem, independentemente do tipo de viagem.

INSPIRE-SE E CRIE PROCESSOS

- Empresas turísticas que adotam políticas inclusivas e valorizam a diversidade de gênero têm 63% mais chances de aumentar a lucratividade e a produtividade e são 60% mais capazes de atrair e reter talentos.
- Empresas com lideranças equilibradas entre homens e mulheres tendem a apresentar melhores resultados de negócios até 20% superiores e têm 58% mais chances de fortalecer a reputação institucional.
- Receber bem as mulheres não é apenas uma questão ética. É também uma decisão inteligente e estratégica.

Fonte: Onu Turismo, 2025



SEGURANÇA É ESTRATÉGIA BÁSICA

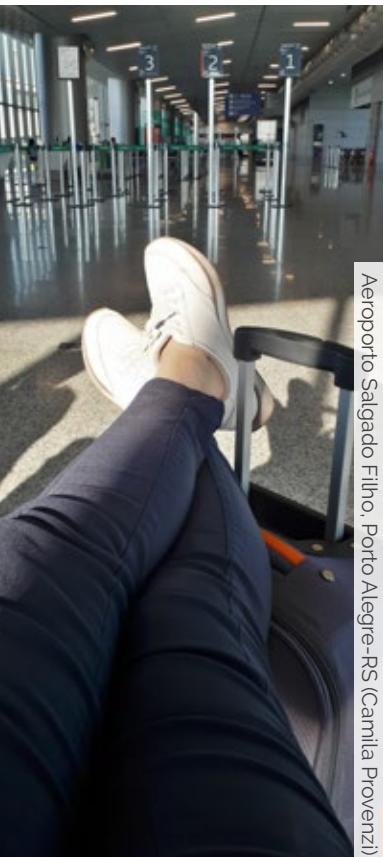
Para qualquer turista mulher, a segurança deve estar presente em toda a jornada da viagem. No transporte, nas hospedagens ou nas experiências, a segurança física, emocional e a entrega de serviços alinhada às expectativas são fatores fundamentais, aponta o Boletim de Tendências do Sebrae de 2022. Neste sentido, cada profissional do turismo tem o poder e a missão de fortalecer essa confiança.

Para isso, há diferentes estratégias e medidas a serem adotadas. Uma das mais eficazes é investir na diversidade de gênero dentro das equipes e nos cargos de liderança, segundo a ONU Turismo e a ONU Mulheres.

A presença feminina contribui ainda para a criação de experiências turísticas mais sustentáveis, autênticas e inclusivas, além de fortalecer indicadores sociais e econômicos nas comunidades, em alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 11, "Cidades e Comunidades Sustentáveis". Apesar desses benefícios, elas ainda ocupam majoritariamente os postos de menor remuneração e prestígio no setor. Transformar esse cenário é uma oportunidade estratégica para o turismo, que apresentaremos nas próximas páginas e em diferentes segmentos deste guia.

Todos são RESPONSÁVEIS

Uma viagem começa antes mesmo do deslocamento físico: é quando relatos de amigos, conteúdos nas redes sociais, fotos e anúncios inspiram o sonho de se movimentar.



Para receber bem mulheres turistas, é preciso uma rede integrada de serviços, estabelecimentos e profissionais focados em oferecer-las uma experiência mais segura, acolhedora e positiva, do momento das reservas até a volta para casa. Um bom alinhamento entre agências de viagem, guias de turismo, motoristas, recepcionistas, acomodações, gestores de restaurantes, atendentes e outros atores do ecossistema turístico contribui para que, ao fim da jornada, restem somente boas lembranças na bagagem.

ATENDIMENTO NA PRÁTICA

Cada segmento tem particularidades para garantir segurança e bom atendimento e, por isso, este guia está dividido em temáticas relacionadas a tipos de serviços e atividades, como: agências de viagem, atrações turísticas, gastronomia, guias de turismo, hospedagem e meios de transporte. Em cada um deles indicamos orientações práticas para garantir experiências mais acolhedoras, respeitosas e seguras. E, por falar nisso, a segurança é sempre um ponto de destaque.

ETAPAS DA JORNADA DE VIAGEM

Uma viagem começa antes mesmo do deslocamento físico: é quando relatos de amigos, conteúdos nas redes sociais, fotos e anúncios inspiram o sonho de se movimentar. Depois, vêm o planejamento, as pesquisas

e as reservas. Em cada fase, busca-se informações claras, atendimento confiável e serviços que transmitam segurança. No destino, espera-se que tudo funcione como o prometido: a experiência local, o atendimento, a sensação de estar segura e acolhida. Todos os passos influenciam na lembrança que ficará e que será compartilhada.

Quando se trata do compartilhamento de experiências, de acordo com

a pesquisa "Scroll & Go: a jornada social dos viajantes brasileiros", de 2025, as mulheres costumam publicar suas experiências em redes sociais e publicam mais no *feed* do que os homens, o que revela que um bom atendimento tem potencial para impactar nas recomendações. Dessa forma, atender bem as mulheres que viajam é também um ato para manter seu empreendimento com boa reputação.

REDES SOCIAIS: REPRESENTE A DIVERSIDADE

Para que as mulheres se sintam pertencentes ao mundo das viagens, é fundamental que se vejam representadas na comunicação do setor, em especial nas redes sociais. Isso significa garantir que as comunicações e campanhas de marketing incluam a diversidade feminina: diferentes idades, estilos de vida, raça, etnia, corpos e orientações sexuais. Também considere as mulheres com deficiência, idosas e LGBTQIA+ e busque identificar quem são as que frequentam seu negócio ou aquelas que podem ser seu público-alvo.

"Representar uma mulher universal numa ação de marketing é uma ideia que tende ao fracasso, porque há uma multiplicidade de experiências na mulheridade", explica a pesquisadora Laura Wotrich.

**REPRESENTAR
UMA MULHER
UNIVERSAL É UMA
IDEIA QUE TENDE
AO FRACASSO,
PORQUE HÁ UMA
MULTIPLICIDADE**

Para comunicar de forma mais eficiente, faça as seguintes perguntas: quais mulheres se relacionam com o seu negócio? Em quais canais estão? Em que rede social o meu público está? Quais perfis podem estar relacionados ao meu empreendimento?

Nas campanhas, não utilize a sexualização. Historicamente, muitas peças publicitárias usaram a imagem feminina para promover destinos com base em estereótipos e na objetificação do corpo. No Brasil, especialmente a partir da segunda metade do século 20, era comum a associação da figura feminina a atividades relacionadas à exploração sexual, com anúncios que destacavam curvas e sugeriam disponibilidade. Apesar

dos avanços, a abordagem ainda persiste em alguns espaços e precisa ser banida, pois fere a dignidade e a autonomia das mulheres. Além disso, a exploração de crianças e adolescentes é crime. O Código de Conduta Brasil, por exemplo, é uma iniciativa do Ministério

do Turismo para prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo. O Movimento Turismo que Protege é a campanha que sensibiliza e engaja prestadores de serviços turísticos, viajantes e a sociedade na adoção de práticas de proteção e prevenção.

DICAS BÁSICAS PARA ATENDER AS TURISTAS

Cada vez mais empresas entendem que é essencial ter um olhar sensível e respeitoso para com a turista mulher. Agências, hotéis, transportes, atrações e restaurantes têm papel importante nesse cuidado, que se traduz em atitudes práticas no atendimento e na formação de uma rede segura e eficiente.

Abaixo, listamos dicas gerais básicas para receber bem as mulheres.

Treinamento e monitoramento

- Capacite as equipes para atender a turista mulher, em especial aquela que viaja sozinha, para que a experiência seja mais assertiva e positiva.
- Cuide do entorno da mulher: fique atento ao comportamento de outros turistas para que ela não seja importunada. Perceba se há interações que geram desconforto, como atitudes invasivas ou insistentes. Durante eventuais atividades em grupo, mantenha a atenção ao clima entre os participantes.
- Instrua a equipe a acolher sem infantilizar, julgar ou supor o motivo da viagem.
- Escute com atenção a turista e a trate com profissionalismo, para que ela se sinta segura e respeitada.
- Represente mulheres negras, indígenas, trans, com deficiência e de diferentes idades e orientações sexuais na comunicação e no atendimento.



Chapada da Diamantina-BA (Fabiana Oliveira)

Estratégias para ampliar a segurança

- **Tenha mais mulheres nas equipes**, inclusive em cargos de liderança, o que traz benefícios para todo o ecossistema do turismo e também contribui para boas práticas alinhadas aos princípios globais de igualdade de gênero.
- **Tenha protocolos que observem as especificidades das mulheres e diferenças culturais**. Contemple, por exemplo, entendimentos sobre diferentes mulheres, como a indígena com vestimenta tradicional, mulheres trans, mulheres lésbicas (femininas ou não), e mulheres negras.
- **Crie canais de apoio** para lidar com situações de importunação, assédio ou desconforto. Ter um número de telefone ou e-mail para emergências ou denúncias, com resposta rápida é interessante. Também treine sua equipe para o acolhimento.
- **Faça ações para atrair mais o público feminino**: Um exemplo é o desconto de 15% em hospedagens para mulheres que viajam sozinhas, lançado pelo Ministério do Turismo com apoio da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH).
- **Divulgue no site**, nas redes e no local que o ambiente é seguro para mulheres. Identifique um ponto de contato claro para emergências e exponha orientações de como agir, incluindo os canais Ligue 180 e Disque 100. Os prestadores de serviços também precisam saber desses recursos.
- **Personalize serviços simples**, como destinar uma área para mulheres esperarem com tranquilidade um transporte ou designar um espaço seguro para deixar a mala quando ela precisa fazer algo.
- **Escute as reivindicações** das mulheres por meio de ouvidorias e pesquisas de avaliação.
- **Ofereça redes de apoio locais**, como grupos de mulheres no destino, motociclistas mulheres ou eventos femininos.

(Vanda Witoto)



Acolher bem é INCLUIR E INFORMAR

Toda mulher merece tratamento igualitário e sem preconceitos.

A inclusão e o respeito à diversidade devem ser pilares do atendimento.

Receber bem as mulheres vai além da cordialidade no atendimento: exige olhar atento, empático e preparado para acolher diferentes perfis e situações. Independentemente do motivo ou da companhia de viagem, é fundamental que as equipes estejam capacitadas para compreender os desafios enfrentados por turistas mulheres, garantindo segurança, conforto e acolhimento em todas as etapas.

ATENDIMENTO JUSTO E SEM ESTIGMAS

A experiência de uma viagem muitas vezes depende diretamente da forma como os serviços são oferecidos. Um olhar desatento, a ausência de protocolos de bem receber e até mesmo a baixa representatividade feminina nas empresas podem comprometer as lembranças positivas. Por isso é tão importante investir em representatividade e capacitação.

A coordenadora de Comércio, Serviços e Economias de Futuro no Sebrae, Ana Clévia Guerreiro, destaca que ainda é comum que mulheres recebam menos atenção das equipes, sobretudo quando viajam desacompanhadas, sendo colocadas em mesas piores ou ignoradas por guias durante passeios. A boa prática começa, portanto, com o reconhecimento de que toda mulher – independentemente de estar acompanhada ou não, da idade, etnia, orientação sexual, identidade de gênero ou condição



Restaurante O Cacau, Trancoso-BA (Embratur)

física - é uma cliente completa e pagante, que merece tratamento igualitário e sem preconceitos. A inclusão e o respeito à diversidade devem ser pilares do atendimento.

Atender de forma personalizada, oferecendo soluções para demandas específicas e proporcionando uma

experiência de alta qualidade, é uma estratégia eficaz para fidelizar clientes e um incentivo à recomendação espontânea do serviço, como aponta o Boletim de Tendências do Turismo do Sebrae 2025-2027. Afinal, clientes bem atendidas voltam, recomendam e fortalecem a reputação do negócio.

DICA EXTRA PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS

A sensação de acolhimento e segurança desde o primeiro contato é essencial para que as mulheres se sintam confiantes e à vontade. Evite qualquer abordagem que passe a impressão de que ela está "deslocada" por viajar sozinha. O tratamento deve ser natural, igualitário e respeitoso.

T

“É importante deixar bem claro que a visitante solo é bem-vinda e que ela pode contar com a equipe daquele local. Por outro lado, você só pode afirmar isso se preparar bem a sua equipe para de fato lidar com as situações.” afirma Ana Clévia Guerreiro, coordenadora de Comércio, Serviços e Economias de Futuro no Sebrae.

LEVE A SÉRIO AS RECLAMAÇÕES

Respeitar e validar as percepções e demandas das turistas é uma forma de acolher bem. Como destaca Ana Clévia Guerreiro, é comum que reclamações feitas por mulheres sejam desvalorizadas ou tratadas como exagero pela sociedade, reflexo de uma cultura que minimiza o incômodo feminino.

Toda manifestação de desconforto deve ser levada a sério, acolhida com escuta ativa e tratada com a mesma atenção que seria dada à reclamação de qualquer cliente. Ouvir, conversar, registrar e agir são atitudes que demonstram compromisso com a integridade e com a experiência dessa mulher.

Dicas e estratégias para acolher e atender bem

- **Trate toda mulher como uma cliente completa e pagante**, sem discriminação, independentemente de viajar sozinha ou acompanhada. Caso ela esteja viajando desacompanhada, não faça suposições com base no fato de ela estar sozinha.
- **Treine a equipe para lidar com situações específicas que afetam as mulheres.** Aborde temas como segurança em deslocamentos noturnos, prevenção e acolhimento em casos de assédio, desconfortos relacionados ao ciclo menstrual, atendimento a mulheres com crianças pequenas e/ou mulheres com deficiência, além da importância de uma comunicação respeitosa e livre de julgamentos.
- **Evite estigmas e desigualdades no atendimento:** não coloque mulheres desacompanhadas em mesas piores, nem as ignore em passeios ou explicações guiadas.
- **Informe claramente** que mulheres de todas as raças, etnias, idades, orientações sexuais, identidades de gênero e condições físicas são bem-vindas. Sinalize essa política na recepção, nos quartos, em redes sociais ou na confirmação da reserva.
- **Tenha canais de apoio visíveis e acessíveis** nos pontos de contato com a cliente: recepção, quartos, banheiros, pontos de informação turística e materiais digitais. Inclua informações como a Central de Atendimento à Mulher (Ligue 180), Disque 100 e Polícia Militar (Ligue 190)
- **Leve a sério queixas e relatos** de desconforto, especialmente de mulheres que sofrem gordofobia, racismo, capacitismo, xenofobia ou LGBTfobia. Não minimize sentimentos nem adote uma postura paternalista. Escute ativamente, trate com profissionalismo e respeito, registre o ocorrido e ofereça retorno adequado, demonstrando comprometimento com a segurança.
- **Dê orientações práticas** como: rotas seguras, horários de maior movimento, zonas de risco e contatos úteis.
- **Faça da diversidade e da inclusão princípios do atendimento.** Ter colaboradoras com diferentes perfis ajuda a criar empatia e segurança.

Bairro Liberdade, São Paulo-SP
(Ludymilla Chagas)



DICAS EXTRAS PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS

O registro formal de queixas é importante, pois esse grupo tende a depender mais diretamente do destino ou do prestador para resolver eventuais problemas.

34% das viajantes solo brasileiras relatam **medo** ao viajar pelo Brasil



43% revelam que já sentiram **medo** ao andar pelas ruas de algum destino brasileiro

Fonte: Segurança Turística: a Experiência da Mulher Viajante Solo, revista Turismo Visão e Ação, 2025.

SEGURANÇA FAZ PARTE DA HOSPITALIDADE

Garantir uma experiência segura envolve criar uma estrutura de acolhimento e transmitir orientações importantes, sem infantilizar a cliente ou gerar alarmismo. A atitude deve vir acompanhada de empatia e respeito à privacidade, para que a turista – sozinha ou acompanhada – se sinta amparada e respeitada. É possível agir com naturalidade, por exemplo:

“Se precisar circular à noite, recomendamos o trajeto X, mais movimentado, e temos uma lista de motoristas confiáveis, caso deseje”.

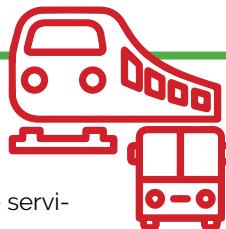
Oferecer informações práticas de apoio, como contatos de motoristas mulheres, eventos voltados ao público feminino ou grupos locais que auxiliam visitantes. Esse esforço em criar redes de

suporte e oferecer informações relevantes contribui para que a mulher se sinta mais segura e valorizada como turista.

Questões relacionadas à segurança estão entre as principais preocupações das turistas brasileiras. Segundo o artigo “Segurança Turística: a Experiência da Mulher Viajante Solo”, publicado em junho de 2025, das 205 brasileiras entrevistadas, 34% delas relataram que já sentiram medo ao viajar pelo Brasil e uma porcentagem ainda maior, 43%, afirmaram se sentir em risco ao andar pelas ruas de algum destino brasileiro.

“As mulheres não só têm medo da violência em si, mas do vazio institucional que elas encontram quando precisam de ajuda. O não acolhimento é por si só uma nova violência”, afirma a turismóloga Bianca Cabral.

DICA EXTRA PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS



Disponibilizar informações claras sobre transporte seguro e serviços de confiança pode ser decisivo para que elas escolham seu estabelecimento ou destino.

- Não faça perguntas invasivas sobre por que está viajando sozinha, e demonstre naturalidade e acolhimento desde o check-in.
- Disponibilize contatos de motoristas e guias de confiança, preferencialmente mulheres.
- Ofereça roteiros e atividades que possam ser feitas de forma independente.
- Sugira eventos ou grupos locais que facilitem a socialização com outras mulheres.
- Treine a equipe para agir imediatamente diante de queixas de assédio ou violência.
- Registre a ocorrência e acompanhe até a resolução, mostrando comprometimento.

T



Foz do Rio São Francisco, Brejo Grande-SE (Embratur)

Para atender bem AGÊNCIAS DE TURISMO

Não é uma tendência passageira: cada vez mais as mulheres estão desbravando o Brasil e o mundo sozinhas, com família, amigas ou parceiros(os), e atendê-las bem é, ao mesmo tempo, uma oportunidade e uma responsabilidade. Para as agências de viagem, isso significa a chance de criar atendimentos e produtos pensados especialmente para esse público, que priorizem segurança, liberdade, acolhimento e personalização.



Hotel Juma Opera, Manaus-AM (Embratur)

“

A agência deve estar preparada para acolher a jornada da viajante: não é papel da cliente explicar todas as suas ansiedades, medos e necessidades. É importante entender o universo e os pensamentos de uma mulher", afirma a empresária Letticia de Campos Gerhardt, fundadora da agência de viagens exclusiva para mulheres *Viaja Guria*.

Para se preparar, é essencial que a agência pense em toda a experiência: desde o primeiro contato até o retorno da viagem. A representatividade nas equipes e nos passeios também faz diferença, pois amplia-se o olhar sobre as necessidades de cada grupo.

CUIDADO, INFORMAÇÃO E CONEXÃO

Criar um ambiente de confiança, entender necessidades específicas e garantir que as turistas se sintam seguras e amparadas em todas as etapas da viagem são pilares de um bom atendimento. Conforme Ana Carolina Medeiros, presidente do conselho de administração da Associação Brasileira de Agências



pexels.com (elevate)

de Viagens (ABAV), o papel da agência vai além do bilhete: é orientar como se fosse alguém da família, indicando cuidados com transporte, localização do hotel e particularidades culturais do destino. Essa abordagem contribui para a preparação, especialmente em

viagens para lugares pouco conhecidos ou quando se vai a lugares onde não se conhece ninguém.

A segurança começa na escolha do roteiro. Optar por locais acessíveis, bem iluminados e policiados durante os passeios transmite confiança.

DICA EXTRA PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS

As viajantes desacompanhadas valorizam ainda mais a sensação de segurança e a clareza de informações antes e durante a viagem.



Enfatize o suporte contínuo antes, durante e depois da viagem, oferecendo informações claras e acesso facilitado a canais de ajuda.

Dicas e estratégias para agências de turismo

- **Crie protocolos de atendimento** especializado para as turistas, com foco em acolher medos, necessidades e dúvidas comuns.
- **Disponibilize informações com números de emergência e contatos úteis** em locais visíveis da agência física e também nos materiais digitais, (polícia, bombeiros, saúde, canais de denúncia como 180 e 100). No atendimento remoto, inclua essas informações em e-mails de confirmação e roteiros entregues às clientes.
- **Mantenha uma curadoria de fornecedores confiáveis**, que entendam os desejos, as prioridades e preocupações desse público. Considere realizar parcerias com empreendimentos liderados por mulheres.
- **Ofereça experiências de conexão**, como passeios em pequenos grupos femininos ou eventos locais com protagonismo de mulheres.
- **Dê dicas práticas de segurança**, como uso de transportes cadastrados, compartilhamento de localização e alternativas seguras de deslocamentos noturnos.
- **Indique rotas seguras** a pé ou de transporte público, considerando iluminação, policiamento e horários de maior movimento.
- **Capacite sua equipe** para levantar informações detalhadas no atendimento: alertas, restrições e preferências. Um bom roteiro começa com atenção aos detalhes. Uma dica é usar um checklists de viagem personalizados para conhecer bem cada cliente antes de montar o roteiro.
- **Disponibilize um canal de suporte durante a viagem**, como um grupo no WhatsApp ou número exclusivo para emergências.
- **Ao criar roteiros, evite zonas inseguras e planeje deslocamentos** considerando horários, acessibilidade e iluminação dos trajetos sugeridos.
- **Oriente a cliente sobre o destino** com informações atualizadas sobre segurança, costumes locais, cultura e religião.
- **Auxilie na escolha de hospedagens** bem localizadas, evitando bairros ermos ou pouco movimentados.
- **Sugira a conexão com grupos de mulheres viajantes**, como forma de apoio e troca de experiências.
- **Mantenha a equipe atualizada** sobre mudanças nas condições locais dos destinos, para oferecer sempre as melhores orientações.
- **Inclua um feedback** pós-viagem para identificar melhorias e registrar sugestões das clientes.
- **Mantenha o Cadastur** atualizado.
- **Faça adesão** ao Código de Conduta Brasil.



Para atender bem

ATRAÇÕES TURÍSTICAS

Mulheres que viajam sozinhas valorizam o acolhimento e atividades criadas especialmente para elas

asseios em museus, parques, praias, trilhas e outras atrações podem ser o ponto alto de uma viagem, mas é importante que esses espaços estejam preparados para acolher bem e com segurança. Isso demanda, além de estrutura básica de segurança, itens como iluminação adequada, acesso a mapas, sinalização clara, limpeza dos espaços e equipes bem treinadas.



Dicas e estratégias para atrações turísticas

- Ofereça armários e guarda-volumes para guardar mochilas e bolsas
- Fixe comunicados visíveis sobre legislações locais, com o protocolo "Não é Não", e informe que há uma equipe preparada para atender mulheres em caso de importunação.
- Oriente trajetos seguros a pé ou por transporte, com destaque para áreas iluminadas, movimentadas e policiadas.
- Inclua nas áreas de maior circulação, como bilheterias, recepção, mapas e totens informativos, dados de contato para emergências e canais de denúncia (polícia, bombeiros, saúde, 180, 100), em formato visível, legível e, de preferência, multilingue. Essa informação também pode estar no site e materiais impressos da atração.
- Transmite de forma clara e objetiva informações necessárias sobre aspectos e características do local visitado: terrenos acidentados, fauna, flora, marés.
- Use ferramentas digitais para colaborar com a autonomia da viajante e reduzir inseguranças. Tenha QR codes com informações úteis, trilhas autoguiadas em áudio, boa conexão com a internet e canais de atendimento digital.

Sugestão CRIATIVA



Para atrativos que têm áreas de espera e formação de filas, como parques e museus, se possível, crie um acesso rápido para quem visita sozinho, aproveitando melhor os lugares disponíveis nas atrações e evitando longas esperas.



ORIENTAÇÃO DE QUALIDADE

Visitas guiadas podem ser inesquecíveis quando os profissionais estão preparados. E isso não significa apenas conhecer a história do local, as lendas e os segredos, mas também saber como tratar cada visitante com respeito. Por exemplo, mulheres que viajam sozinhas valorizam o acolhimento e gostam de ter opções como trilhas autoguiadas, passeios em pequenos grupos e atividades criadas especialmente elas.

Dicas e estratégias para atrações turísticas

- Mantenha o Cadastur atualizado
- Capacite guias para reconhecer e evitar comportamentos invasivos ou assediadores e implemente um programa de qualificação de prevenção ao assédio.
- Oriente os profissionais que conduzem atividades: acolher sim, invadir não. Perguntas pessoais e comentários invasivos atrapalham a experiência e podem fazer com que a viajante se sinta desconfiada ou desconfortável.
- Ofereça experiências guiadas exclusivas feitas por e para mulheres. E fique atento ao assédio às guias mulheres.
- Tenha roteiros adaptados com opções noturnas mais seguras e monitoradas.
- Informe claramente local de encontro, horários, contatos de emergência.
- Esteja atento ao comportamento dos turistas para evitar situações de assédio.
- Nunca abandone ninguém durante experiências de ecoturismo e esteja sempre atento ao ritmo do grupo.
- Tenha um serviço especial e adaptado para mulheres com deficiência, para que a atividade seja inclusiva e sensível.
- Faça adesão ao Código de Conduta Brasil.

Salvador-BA (Embratur)



EXPERIÊNCIAS QUE CONECTAM

Muitas vezes a turista mulher deseja aproveitar o passeio para se conectar com outras pessoas ou com a cultura local. Por isso, vale pensar em experiências que incentivam a socialização entre visitantes. Eventos temáticos, atividades em grupo e espaços comuns podem ser boas ideias.

Outra dica da empresária, fundadora da *Viaja Guria*, é que “as atrações podem ir além do básico, criando experiências que intencionalmente promovam a socialização entre as pessoas que estão participando”.

Por outro lado, deve-se considerar também aquelas que preferem aproveitar a solitude, e o local precisa estar preparado para isso. Nestes casos, é essencial promover uma experiência muito bem formatada, com local, especificação e oferta de serviços pensados para ela. Ou seja: muitos elementos do atendimento precisam estar conectados ao que é viajar só, sem criar barreiras ou constrangimentos.

DICAS EXTRAS PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS

- Valorize a jornada individual, criando opções individuais bem pensadas, como “menu solo”, “experiência individual”, “pacote para um”.
- Ofereça mesas comunitárias e ambientes que estimulem conversas.
- Aproveite datas sazonais para criar eventos que unam diferentes perfis de visitantes (ex: festas locais, colheitas, cursos de curta duração).
- Preste atenção à nomenclatura dos serviços, evitando se limitar a ofertas que só fazem sentido para casais ou grupos, como “passeio romântico para dois”, “piquenique para a família”, “diária dupla”, sem opções equivalentes para uma pessoa.
- Ofereça alternativas com o mesmo valor proporcional para quem vai

sozinha. Por exemplo: se uma dupla paga R\$ 100 cada numa experiência, quem está sozinha não deve pagar R\$ 200 para ter a mesma experiência. O ideal seria pagar R\$100, ou até mesmo com um desconto para incentivo.

Pipa-RN (Embratur)



UM OLHAR CONSCIENTE

Para ser uma atração mais acolhedora, não é obrigatório passar por grandes reformas, mas é fundamental ter um olhar mais apurado e consciente das muitas formas que existem hoje de vivenciar uma viagem. Pequenas mudanças no atendimento, na estrutura e na forma de pensar as experiências podem tornar o passeio muito mais prazeroso para a turista mulher.

A comunicação das atrações, por exemplo, pode ser adaptada. Ao mostrar casais ou famílias, os folhetos, sinalizações e posts devem incluir também quem viaja sozinha ou com amiga(s). Utilizar imagens de mulheres viajando por conta própria, mostrar experiências solo, com uma amiga ou com um animal de estimação, e adotar uma linguagem inclusiva são atitudes simbólicas que tornam o espaço mais receptivo.

Além disso, é importante lembrar que não existe um único tipo de turista mulher. Algumas têm mais de 60 anos, outras têm deficiência, outras fazem parte da comunidade LGBTQIA+, são de diferentes etnias e classes sociais. Ser uma atração inclusiva também significa estar pronta para acolher essa pluralidade, oferecendo acessibilidade, respeito às diferenças e cuidado com todos os perfis.

Dicas e estratégias para experiências turísticas

- **Valorize a diversidade na comunicação visual.** Incluir imagens de viajantes com diferentes perfis nos materiais gráficos e nas redes sociais é um passo importante para que mais mulheres se vejam representadas.
- **Crie canais acessíveis de escuta e feedback** para que mulheres que viajam sozinhas possam relatar experiências, sugerir melhorias e se sintam parte ativa da construção de um turismo mais acolhedor.
- **Promova formações periódicas** para a equipe sobre atendimento inclusivo, com temas como prevenção ao assédio, diversidade de gênero, raça e orientação sexual, e atenção às necessidades de diferentes perfis de viajantes.
- **Considere a possibilidade de estabelecer preços diferenciados** para pessoas que viajam sozinhas ao definir os valores das experiências ofertadas.



Cruzeiro do Sul-Acre (Carina Furlanetto)

Para atender bem GUIAS DE TURISMO

Uma mulher que viaja carrega não só as bagagens, mas também a responsabilidade pela própria segurança e bem-estar, em lugares muitas vezes desconhecidos. Nesse cenário, o trabalho de guias de turismo é essencial para contribuir com esse bem-estar e fazer da experiência o mais leve e positiva possível. Mais do que apresentar belezas e curiosidades locais, guiar é também acolher com respeito, profissionalismo, segurança e muita informação.

“A melhor forma de atender a cliente é com um sorriso, sabendo tratar bem, mas sem demonstrar muita intimidade e nem fazer perguntas íntimas e particulares demais, que possam gerar

má interpretação. O guia de turismo está aí para resolver conflitos, não criá-los”, afirma Irma Karla Freire Barbosa, vice-presidente da Federação Nacional dos Guias de Turismo (Fenagtur), em entrevista para a produção desse material.

Respeitar o espaço pessoal da turista mulher, independentemente de idade, raça, etnia, identidade de gênero, orientação sexual ou condição física, é crucial para que ela se sinta segura e confortável para fazer seu passeio. Mas o/a bom/boa guia sabe que sua postura pode ser decisiva, tanto para evitar situações desconfortáveis quanto para mostrar que a cliente pode contar com ele/a, se necessário.

Dicas e estratégias para guias de turismo

- **Seja sempre cordial**, mas mantenha uma postura profissional, sem intimidades desnecessárias. Evite perguntas ou comentários sobre vida pessoal.
- **Use linguagem inclusiva**, evitando piadas com estereótipos de gênero ou que possam excluir mulheres de diferentes perfis.
- **Nunca toque na cliente sem necessidade**. Demonstre atenção com as palavras, mostre-se disponível com frases simples, como: “Se precisar de algo, pode me chamar, estou aqui.”
- **Converse de forma aberta**, para tentar criar um canal de confiança sem pressão. Inclua perguntas para saber se está tudo bem ou se ela tem dúvidas.
- **Mantenha o Cadastur** atualizado. Faça adesão ao Código de Conduta Brasil.

INFORMAÇÃO E EMPATIA

Turistas mulheres não precisam de proteção excessiva, mas de informações claras, segurança e apoio quando necessário. Quem faz o guiamento contribui muito nesse sentido ao alertar, de forma respeitosa, sobre questões práticas do destino. De acordo também com Irma Karla, a autonomia das mulheres é reforçada quando o/a guia a informa sobre zonas mais movimentadas, policiamento, rotas seguras, costumes locais e situações a evitar.

Outro cuidado importante é observar sinais de desconforto. Se uma mulher estiver sendo abordada por terceiros, o/a guia pode se aproximar com discrição e perguntar se ela precisa de algo. É importante mostrar-se presente para evitar o agravamento de uma situação.



Dom Pedrito-RS (Anelise Zanoni)

Dicas e estratégias para guias de turismo

- **Informe sobre zonas seguras e horários** recomendados para circular na cidade. Fale sobre o destino de forma honesta, sem causar medo excessivo. Destaque serviços úteis, como banheiros, farmácias, patrulhas e pontos de apoio a mulheres, com atenção à acessibilidade e à inclusão. Oriente sobre os riscos de compartilhar informações pessoais com desconhecidos.
- **Em situações suspeitas, aproxime-se de forma sutil e protetiva:** "Está tudo certo por aqui?", "Posso ajudar com alguma coisa?".
- **Capacite-se** sobre turismo inclusivo e sensível ao gênero e elabore estratégias assertivas para receber todas as turistas mulheres, em diferentes contextos de viagem.
- **Turistas mulheres podem se sentir mais seguras com guias do sexo feminino.** Por isso, é importante ter representatividade na equipe de guiaamento.
- **Tenha sempre à mão, e repasse às turistas, uma lista com números de emergência e contatos úteis, incluindo autoridades locais, serviços de saúde, canais de denúncia (Disque 180 e 100) e, quando aplicável, contatos internos da empresa ou da excursão.** Se possível, forneça em formato impresso e digital, em português e outros idiomas relevantes.

Miranda-MS (Embratur)



DICA EXTRA PARA atender mulheres QUE VIAJAM SOZINHAS

Estabeleça um canal de comunicação claro e aberto desde o início do passeio. Informe-se sobre preferências e eventuais receios, oferecendo apoio sem invadir a privacidade. Demonstre atenção especial em deslocamentos noturnos, pausas em locais isolados e interações com terceiros. Sempre que possível, apresente-a a outros integrantes do grupo para que ela se sinta incluída e segura.



Para atender bem

MEIOS DE HOSPEDAGEM

A hospedagem tem tudo para ser um espaço de descanso, refúgio e segurança para todas as turistas. Seja em hotéis, pousadas, hostels e acomodações por temporada, esse ambiente precisa acolhê-las com respeito e sensibilidade, oferecendo conforto e estrutura adequada às suas necessidades e aos diferentes perfis e formas de viajar.

Garantir segurança e respeito começa com a postura da equipe e com pequenas atitudes que fazem toda a diferença, tanto em viagens solo quanto acompanhadas. É essencial que a comunicação seja cuidadosa e a privacidade respeitada. Comentários inadequados, suposições machistas ou falta de preparo diante de situações de assédio devem ser combatidas no intuito de acolher bem essa turista.

Dicas e estratégias para Meios de Hospedagem

- **Evite expor dados da cliente no check-in**: não informe número do quarto ou dados pessoais em voz alta; prefira coleta escrita, digital ou via aplicativo.
- **Treine toda a equipe**, em todos os turnos, para atendimento com recorte de gênero, capacitando-os para lidar com assédio, preservar a privacidade e evitar suposições sobre a vida pessoal da cliente.
- **Disponibilize informações de emergência** em locais visíveis e acessíveis: quarto, recepção, áreas comuns e próximos aos elevadores; sempre legíveis e multilíngues.
- **Ofereça atendimento igualitário**, evitando pressupostos machistas como presumir que o homem decide ou paga; fale diretamente com todas as pessoas do grupo.
- **No check-in e check-out, trate todos os integrantes da viagem como decisores**, com voz ativa, sem infantilizar ou ignorar as mulheres.
- **Mantenha um canal exclusivo para atender mulheres** em casos de desconforto, importunação, assédio ou emergências, com colaboradores capacitados para atendimento individual.
- **Mantenha o Cadastur** atualizado. Faça adesão ao Código de Conduta Brasil.

PERSONALIZAÇÃO COM PROPÓSITO

Cada turista mulher tem seu estilo de viajar. Algumas querem autonomia total, outras buscam cuidado e atenção personalizada. Entender essas diferenças pode tornar a hospitalidade mais inteligente e estratégica.

Uma forma de fazer isso é realizando um contato prévio, onde é possível antecipar ajustes importantes, como a escolha do andar do quarto ou a oferta de experiências personalizadas. Ouvir necessidades e oferecer escolhas simples reforça a sensação de autonomia e respeito.

Dicas e estratégias para Meios de Hospedagem

- Use telefone ou mensagem para entender preferências antes do check-in, como o tipo de viagem e estilo da hóspede.
- Inclua nos serviços experiências pensadas para elas, como massagens, jantares harmonizados e passeios com outras mulheres.
- Quando solicitar serviço de quarto, dê à hóspede a opção de receber a refeição na porta sem contato com o entregador ou ser servida por funcionárias que realizam esse serviço, especialmente à noite. Essa escolha pode ser feita no check-in ou via aplicativo.

DICA EXTRA PARA atender mulheres QUE VIAJAM SOZINHAS

De acordo com a consultora estratégica em hospitalidade e turismo, Gabriela Poltronieri, a experiência de uma mulher que viaja sozinha pode e deve ser personalizada desde o pré check-in. "Uma ligação elegante, por exemplo, pode entender antecipadamente suas

preferências, necessidades e objetivos da viagem. Isso permite ajustes finos: desde o andar do quarto, até amenidades ou experiências personalizadas. Quando a mulher percebe que há escuta, intenção e curadoria, está disposta a pagar mais por isso", explica.



ESPAÇOS QUE ACOLHEM

A estrutura física do local e os detalhes dentro de um dormitório influenciam diretamente na percepção de segurança e do conforto: banheiros mal planejados, corredores escuros e ausência de itens básicos podem tornar a estadia desconfortável. Por exemplo, você conhece quantas mulheres que apreciam e utilizam um shampoo 3 em 1, muitas vezes disponibilizado no banheiro do quarto?

Ainda segundo a consultora Gabriela Poltronieri, tende a haver uma masculinização dos itens oferecidos nas acomodações. Por isso, a adaptação de artigos de higiene e de ambientes

é importante e nem sempre exige altos investimentos. São detalhes bem pensados que comunicam respeito e cuidado. Uma ideia é, nos quartos que serão ocupados por mulheres, disponibilizar caixas com itens específicos, como absorventes, lixa de unha, chá e cosméticos. Outra solução que pode fazer sentido é oferecer quartos ou andares exclusivos.

"Mais do que segurança, esses espaços podem oferecer experiências pensadas especialmente para elas. Não se trata de criar guetos femininos, mas de proporcionar conforto, conexão e acolhimento", explica a consultora.

Dicas e estratégias para Meios de Hospedagem

- **Aposte em decoração acolhedora.** com boa iluminação em áreas comuns e trajetos até os quartos; espelhos bem posicionados ajudam na segurança.
- **Invista em corredores iluminados.** porta-malas acessíveis, luz noturna no quarto e ganchos para bolsas e casacos.
- **Posicione placas informativas** com números de emergência e contatos úteis de forma visível, mas discreta, para fácil acesso.
- **Disponibilize artigos de higiene feminina**, incluindo kits de absorventes, lenços íntimos, prendedores de cabelo, calcinhas descartáveis e hidratantes, para diferentes necessidades.
- **Garanta segurança** com trancas reforçadas, câmeras em corredores e áreas comuns, e controle de acesso aos quartos.



Pousada das Bromélias, Paraty-RJ (Embratur)

CULTURA CONSCIENTE

A cultura da hospedagem reflete-se no comportamento da equipe. Atitudes machistas, como direcionar decisões ao homem ou fazer perguntas invasivas a hóspedes sozinhas, ainda são comuns e devem ser combatidas. A hospitalidade adequada às turistas não é responsabilidade só das mulheres: todos precisam estar preparados para atender com empatia e profissionalismo. Lideranças devem reforçar essa postura regularmente, esclarecendo o que é aceitável e como agir quando necessário.

DICA EXTRA PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS



Considere andares ou quartos exclusivos para mulheres, especialmente em hostels e pousadas, ampliando essas opções quando possível.

Em hospedagens, é fundamental oferecer orientações claras sobre segurança, tanto no deslocamento dentro do estabelecimento quanto nas proximidades. Informe sobre rotas seguras, serviços próximos e disponibilize quartos em áreas estratégicas, com fácil acesso às saídas e áreas comuns. Respeite sempre a privacidade e as escolhas da hóspede, evitando qualquer tipo de suposição ou imposição.

Dicas e estratégias para meios de hospedagem:

- Realize treinamentos focados em gênero, diversidade e inclusão.
- Capacite funcionários em protocolos para casos de assédio, desconforto ou invasão de privacidade.
- Treine toda a equipe para atendimento respeitoso às mulheres, considerando escalas mistas. Em alguns casos, a hóspede pode preferir atendimento feminino.
- Chefias devem incentivar escuta ativa, corrigir desvios e tratar o atendimento às mulheres com seriedade.
- Garanta que informações de emergência, internas e externas, estejam

atualizadas, visíveis e acessíveis, e que a equipe saiba orientar seu uso rapidamente.

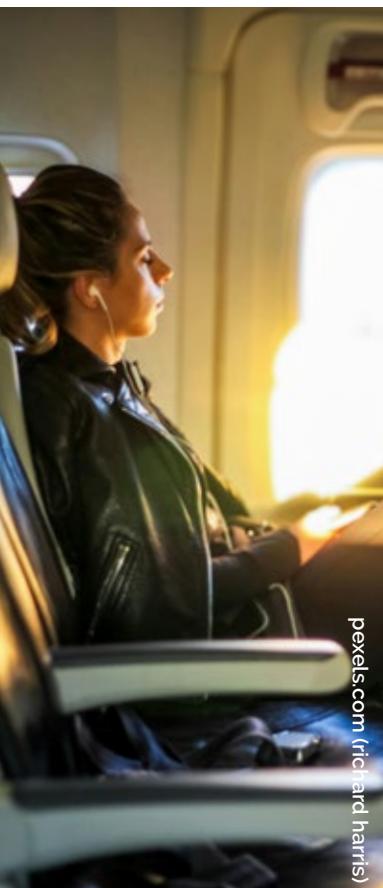
- Deixe claras as regras de respeito e empatia, comunicando que comportamentos inadequados não serão tolerados.



Para atender bem

MEIOS DE TRANSPORTE

Políticas de acolhimento, treinamento das equipes, campanhas educativas e compromisso coletivo com a equidade de gênero são fundamentais



Há um trajeto invisível que se desenha quando uma mulher decide viajar. É um percurso que começa na porta de casa: pode ser no carro de aplicativo, no táxi e se estender por rodoviárias, aeroportos, pontos de espera e deslocamentos no destino turístico.

Essa movimentação, muitas vezes solitária, exige atenção a cada trecho: transfers, embarques, conexões e chegadas. Para que o caminho seja o mais aconchegante possível para uma turista mulher, é essencial pensar em segurança, informação, respeito e investir em características como boa iluminação, vigilância e rotas seguras.

Uma iniciativa que estimula a proteção das mulheres é a campanha "Assédio Não Decola", promovida pela Anac e pelo Ministério de Portos e Aeroportos e divulgada em 2025. A ação elaborou um guia completo que orienta passageiros, companhias e trabalhadores sobre como identificar e agir diante de casos de assédio. Denúncias podem ser feitas pelo Disque 180 ou 100, além de canais internos das empresas e autoridades competentes. O conteúdo está disponível em: <https://bit.ly/GuiaAssedioNaoDecola>

Outro item importante e que ajuda nos deslocamentos seguros é o uso da tecnologia, que pode ser aliada da mulher. Hoje há ferramentas digitais bem implementadas que ampliam o controle sobre sua própria rota e segurança. Mais do que facilitar deslocamentos, pequenos recursos podem por exemplo, criar compartilhamentos de rotas em tempo real com alguém de confiança.

Dicas e estratégias para meios de transporte

- Escolha pontos de embarque e desembarque iluminados e movimentados para maior segurança.
- Adote estratégias para desembarque seguro, como a política da “Parada Segura” em São Paulo, que permite descer em qualquer ponto após 22h.
- Garanta monitoramento por câmeras com vigilância ativa, não apenas gravação.
- Disponibilize números de emergência e contatos úteis visíveis e acessíveis em bilhetes, aplicativos, totens e áreas de embarque, preferencialmente multilingues e acessíveis.
- Incentive o compartilhamento de trajeto em tempo real com amigos ou familiares e reforce o uso de códigos de verificação em transportes por aplicativo para confirmar o veículo.
- Ofereça botões de emergência que açãoem autoridades e contatos de confiança com localização da viagem.
- Realize campanhas contra assédio e importunação em transportes públicos e privados.
- Oriente motoristas a manter postura respeitosa, sem olhares insistentes e comportamentos invasivos.
- Apoie serviços que conectem motoristas mulheres a passageiras, como o Lady Driver, presente em mais de 100 cidades.
- Transportadoras turísticas: mantenham o Cadastur atualizado e façam adesão ao Código de Conduta Brasil. Para os demais indivíduos ou empresas de meios de transporte, recomenda-se a adesão voluntária ao Movimento Turismo que Protege, campanha do MTur.



ESPAÇOS FÍSICOS ACOLHEDORES

Rodoviárias, aeroportos e terminais devem ser mais que locais de espera para uma turista mulher: precisam transmitir confiança e oferecer suporte claro. Criar espaços com iluminação adequada, sinalização objetiva e presença visível de segurança são passos importantes. Assim como criar espaços seguros para cuidados com as crianças pequenas e para *pets* quando estes são autorizados.

Sempre que possível, disponibilize áreas reservadas para passageiras, especialmente nos horários de pico, como já ocorre em alguns vagões exclusivos de trens e metrôs. Essa medida, porém, não deve ser vista como solução única: todos os ambientes precisam estar preparados para recebê-las com respeito, sem olhares invasivos, preconceitos ou piadas. Embora as áreas exclusivas possam reduzir o assédio físico e a sensação de insegurança, também podem

reforçar a percepção de que, fora deles, a passageira é mais vulnerável ou até responsável por interações indesejadas. Essa é a reflexão trazida pelas autoras do estudo "Demand for Safe Space", de maio de 2025, que analisou cerca de 20 mil viagens nos trens do Rio de Janeiro. A pesquisa mostra que, ao mesmo tempo que protegem, esses espaços podem reproduzir normas sociais prejudiciais, responsabilizando a mulher por evitar o assédio ao invés de focar em quem o pratica.

Por isso, uma das soluções está na construção de espaços públicos inclusivos, onde o respeito é regra e a presença feminina, uma constante esperada e valorizada. Políticas de acolhimento, treinamento das equipes de atendimento, campanhas educativas e compromisso coletivo com a equidade de gênero são fundamentais.



AdobeStock (Zoran Zerenstki)

Dicas e estratégias para meios de transporte

- **Instale sinalização clara** e, quando possível, multilingue, principalmente em pontos turísticos e de conexão.
- **Mantenha mapas atualizados** e em linguagem acessível, indicando rotas seguras e bem iluminadas.
- **Ofereça orientações visíveis** para pedir ajuda dentro dos terminais, com a inclusão de informações claras sobre como pedir ajuda e a quem recorrer em caso de assédio, importunação ou emergência, com linguagem simples, ícones universais e, preferencialmente, em mais de um idioma.
- **Invista em espaços limpos**, banheiros bem equipados e guarda-volumes, para que o tempo de espera em
- rodoviárias e aeroportos não penalize a turista mulher e, em especial, aquelas desacompanhadas.
- **Empresas de ônibus podem disponibilizar assentos femininos**
- **Estimule estabelecimentos parceiros** a oferecerem um espaço seguro para esperar o transporte, como recepções e halls com vigilância.

Aeroporto LEM, Salvador-BA (Embratur)



DICA EXTRA PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS

Ofereça atenção especial a passageiras desacompanhadas, no embarque ou em qualquer parte do trajeto. Verifique o conforto com o assento, ofereça ajuda com bagagens e, à noite ou em locais pouco movimentados, sugira desembarque em áreas seguras e iluminadas — sempre respeitando a decisão da turista mulher e sua privacidade.

COMPORTAMENTO RESPEITOSO

Nenhuma estrutura funciona sem pessoas preparadas para lidar com situações delicadas, com empatia e seriedade. Para que o transporte seja de fato acolhedor, é preciso investir na formação das equipes, da rodoviária ao aeroporto, passando por apps, taxistas e recepcionistas, e na conscientização dos próprios passageiros.

O respeito à liberdade e à autonomia da turista deve ser o norte dos serviços de transporte, mas também é importante que todos os envolvidos no atendimento à turista em deslocamento saibam oferecer apoio de forma natural e

gentil, garantindo que se sintam seguras e amparadas do início ao fim da viagem.

“

Seria interessante que o motorista de transporte de aplicativo esperasse um pouco mais no momento em que a mulher está desembarcando, pois é um momento de vulnerabilidade dela, principalmente se estiver carregando malas e chegando em um local que é novo para ela. É recomendável dar um apoio nesse sentido", afirma Jussara Pellicano Botelho, CEO da comunidade de mulheres viajantes Sisterwave.

Dicas e estratégias para meios de transporte

- **Treine equipes de solo e bordo** para acolher com empatia mulheres que viajam sozinhas, com filhos, com bichos de estimação ou em grupos femininos.
- **Capacite as equipes para identificar e agir** com empatia e discrição diante de situações de risco ou desconforto. Exiba avisos no embarque e durante o voo ou viagem de ônibus, destacando tolerância zero ao assédio.
- **Promova o respeito nos espaços** compartilhados e coiba comportamentos invasivos.
- **Evite que a viajante seja penalizada** por estar só. Não a force a mudar de assento para acomodar outros passageiros se isso não for de sua vontade.
- **Crie alertas de segurança** em apps para relatar desconfortos com passageiros vizinhos.
- **Tenha kits de higiene feminina** disponíveis gratuitamente (absorventes, lenços, etc).
- **Crie conteúdos específicos para mulheres** em apps, revistas de bordo e canais sociais.
- **Assegure que os banheiros** dos ônibus (ou pontos de parada) sejam seguros, limpos e abastecidos com papel, sabão e absorventes.

Para atender bem PONTOS DE GASTRONOMIA

Mais do que uma necessidade durante uma viagem, a alimentação é uma experiência importante para as turistas mulheres. O turismo em torno da gastronomia é uma realidade no Brasil e pode ser uma boa oportunidade para recebê-las. Pesquisas recentes mostram esse interesse durante diferentes tipos de viagem.

De acordo com a pesquisa "As transformações do viajante corporativo brasileiro", divulgada em 2024 pelo TRLV Lab, parceria entre Mapie e Panrotas, 57,35% das pessoas que viajam a trabalho visitam o restaurante do meio de hospedagem e 55,39% visitam restaurantes do destino. Os números comprovam a importância do setor na jornada de viagem.

Assim, a gastronomia é parte fundamental da experiência turística, e os

bares, restaurantes e demais pontos de alimentação desempenham papel central na forma como as turistas percebem o destino. Esses espaços devem acolher todas as turistas mulheres (incluindo diferentes idades, raças, etnias, identidades de gênero, orientações sexuais e condições físicas), garantindo que se sintam confortáveis, respeitadas e seguras.

"Há mulheres que estão em um mochilão, por exemplo, em que comer não é uma prioridade, então, elas fazem uma busca espontânea por restaurantes. Mas há muitas mulheres que querem fazer viagens gastronômicas, ir aos melhores restaurantes e vinícolas, e que terão um ticket médio maior. Estas, normalmente, buscam mais referências antes de reservar, e podem até ter exigências, como mesas individuais e



menu digital para consultar antes de reservar", explica Luiza Campos, líder de ASG da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel).

Por isso, receber bem a turista mulher começa na hora da reserva. Em caso de formulários on-line, uma dica é solicitar detalhes sobre a quantidade de pessoas e oferecer um atendimento adequado também para quem está desacompanhada. Escolha um local de qualidade para a cliente – sem isolá-la – e mostre que ela é bem-vinda.

Um dos maiores desafios está principalmente em bares ou restaurantes,

pois ainda é comum que algumas mulheres enfrentem olhares curiosos, comentários inadequados ou situações de desconforto. Por isso, manter um estabelecimento acolhedor, sem curiosidade invasiva, sem suposições e sem preconceito é essencial. Também é fundamental orientar a equipe sobre atendimento com neutralidade, linguagem inclusiva, evitando comentários sobre aparência, sem infantilização, flertes ou suposições. Preparar a equipe para manter o respeito é responsabilidade da liderança.

Dicas e estratégias para pontos de gastronomia

- **Mantenha iluminação adequada** nos estabelecimentos, inclusive em áreas externas como estacionamentos.
- **Evite colocar a turista mulher em cantos escuros ou isolados**, em especial se ela estiver sozinha.
- **Mantenha banheiros limpos**, com itens de higiene e, de preferência, com fraldário e gancho para bolsa.
- **Evite atitudes paternalistas ou sexistas** no atendimento, como entregar a conta automaticamente para um acompanhante homem.
- **Treine a equipe** para tratar todas as clientes com igualdade e sem julgamentos, inclusive mulheres que estão sozinhas ou com roupas fora do padrão local.
- **Mantenha a diversidade nas equipes** de trabalho, para que diferentes turistas mulheres se sintam representadas.
- **Tenha um canal discreto e eficaz** para que clientes possam relatar situações desconfortáveis ou assédio, com QR code ou contato direto, e com providências claras e imediatas.
- **Instale câmeras** em áreas comuns e acessos aos banheiros (nunca no interior), com sinalização clara e uso responsável das imagens.

MESA PARA UMA

A sensação de estar na pior mesa do salão é algo recorrente entre muitas turistas mulheres e, em especial, para aquelas que viajam sozinhas. A escolha de mesa é uma questão delicada, mas buscar equilíbrio entre o bem-estar da cliente e o fluxo de mesas que faz sentido ao negócio é algo que precisa ser pensado se o intuito for receber bem.

Oferecer opções e deixar que a cliente decida a mesa que prefere é o cenário ideal, mas em dias de alta demanda ou em horários de pico, pode ser difícil. Neste caso, o diálogo franco sobre as mesas disponíveis, a dinâmica do estabelecimento e o tempo de espera ajuda a evitar decepções. Uma dica, se possível, é criar espaços agradáveis e intimistas com mesas menores, e não colocar as mesinhas no canto que sobrou do estabelecimento. Em hipótese alguma a cliente deve ser preferida no serviço de atendimento por estar sozinha ou por ser mulher.

Luiza Campos, da Abrasel, lembra também que a alocação em mesas menores muitas vezes é uma questão prática, e não de preconceito. Ainda assim, o atendimento precisa ser cuidadoso para que a cliente não sinta que está sendo colocada "de lado". Um simples gesto, como perguntar com naturalidade se ela prefere um local mais tranquilo ou se gostaria de sentar-se ao balcão, já demonstra consideração.



Santana do Livramento-RS (Anelise Zanoni)

DICA EXTRA PARA atender mulheres que VIAJAM SOZINHAS

Muitas mulheres relatam desconforto ao comer sozinhas, especialmente à noite. Por isso também é fundamental criar um ambiente acolhedor, sem olhares invasivos e com atenção igualitária. Sempre que puder, ofereça a possibilidade de escolha de mesa, evitando isolá-las em locais pouco visíveis.

CARDÁPIOS INCLUSIVOS

A decisão de ser uma turista mulher já é um gesto de autonomia, e o cardápio pode acompanhar esse espírito. Oferecer pratos individuais ou meias porções é uma forma de mostrar que o restaurante está preparado para diferentes perfis, incluindo quem deseja experimentar pratos em porções menores, sem reforçar estereótipos sobre consumo alimentar.

A jornalista e doutora em Comunicação Letícia Rossa, sócia do restaurante Catherine, em Gramado (RS), aponta que é importante adaptar-se aos públicos. "Por exemplo, um menu de degustação apenas para uma pessoa é algo que pode ser feito. Não faz quem não quer", provoca.

Segundo a Abrasel, é necessário adequar os produtos, o que inclui oferecer porções reduzidas e orientar os

atendentes a apresentar tais opções quando perceberem que a pessoa está sozinha, por exemplo. Também é importante sinalizar essa prática nas redes sociais e em sites de viagem, onde é comum o cliente pesquisar antes de decidir onde comer.

PRATOS INDIVIDUAIS E OPÇÕES DE MEIA PORÇÃO PRECISAM ESTAR PRESENTES NO CARDÁPIO.

"Pratos individuais e opções de meia porção são importantes e precisam estar presentes no cardápio. O atendente deve inclusive fazer essa indicação", afirma Luiza Campos.

Outro fator importante é oferecer receitas com ingredientes sem glúten, sem lactose, vegetarianas e veganas, com sinalização de alergênicos (por exemplo: glúten, leite, frutos do mar, nozes), para atingir diferentes públicos. Na carta de drinques, evite estereótipos como sugerir bebidas "femininas" ou menus "delicados".

Dicas e estratégias para pontos de gastronomia

- **Adote política interna** contra piadas ou comentários sobre mulheres sozinhas ou grupos femininos, garantindo supervisão contínua até quando o líder não está presente.
- **Divulgue nas redes e no site** que o espaço acolhe todos os perfis de turistas.
- **Elabore carta de vinhos e drinques** sem estereótipos de gênero.
- **Ofereça pratos em diferentes tamanhos** e informe claramente opções individuais ou meias porções.
- **Mantenha cardápios claros**, com ingredientes, alergênicos e preços visíveis.
- **Disponibilize cardápios em outros idiomas** e formatos acessíveis, incluindo versão digital com letra ampliada e QR code com leitura por voz.

PROTÓCOLOS DE SEGURANÇA

A postura do estabelecimento é decisiva para que a mulher turista se sinta protegida contra assédio, importunação e violência. Uma forma de fazer isso é tendo materiais informativos expostos no salão do restaurante e nos banheiros a respeito de protocolos que podem ser ativados caso a mulher precise de ajuda. Inclua em destaque os números 180 (Central de Atendimento à Mulher), 100 (Direitos Humanos) e 190 (Polícia Militar), além de contatos internos de apoio.

A entrada em vigor da Lei nº 14.786/2023 tornou o protocolo "Não é Não" obrigatório no Brasil em bares, casas noturnas e eventos com venda de bebida alcoólica. Esses locais devem contar com profissionais treinados para acolher mulheres em situações de assédio ou constrangimento, oferecer apoio imediato e respeitar as decisões da vítima. Além da norma nacional, alguns estados criaram protocolos próprios. No Distrito Federal, por exemplo, existe o "Por Todas Elas"; no Amazonas, o "Não se Cale, Mana"; e em São Paulo, o "Não Se Cale", que orienta sobre como os estabelecimentos devem agir e divulgar o gesto de socorro que pode ser feito com uma só mão. Divulgar essas ações fortalece a sensação de acolhimento. Também é importante cuidar da estrutura física do local. Na pesquisa

realizada por Abrasel e Sebrae "Hábitos de consumo em bares e restaurantes", 2023, com cerca de 6 mil pessoas, constatou-se que "Limpeza e higiene das instalações", são as características mais importantes para escolher um estabelecimento de alimentação fora do lar (32,4% dos entrevistados). Em segundo lugar está a "cordialidade, educação e conhecimento dos atendentes" (17%), e, em terceiro, o "ambiente do estabelecimento" (12,4%), o que dá pistas sobre como bem-receber clientes.

“O preço e o sabor da comida aparecem como menos importantes do que um ambiente onde a pessoa se sente confortável e segura, onde os atendentes são cordiais e os espaços são limpos. Ao olhar os resultados e ver como a limpeza é valorizada pelos consumidores, sei que, para as mulheres, um banheiro limpo faz toda a diferença", finaliza Luiza Campos (Abrasel).

Oka da Mata, Pipa-RN (Embratur)



Dicas e estratégias para pontos de gastronomia

- Estabeleça protocolos de segurança e fixe cartazes informativos nos banheiros e espaços visíveis, (preferencialmente multilíngues e com QR code de acesso rápido).
- Mantenha, em local visível e de fácil acesso, informações de contatos de emergência (polícia, bombeiros, serviços de saúde e canais de denúncia – 180 e 100), em português e, se possível, em outros idiomas.
- Treine a equipe para acolher mulheres em situação de risco e saber a quem recorrer.
- Garanta limpeza constante, especialmente dos banheiros. Confira o abastecimento de itens básicos e cuidados de acessibilidade.
- Conheça o Código de Conduta Brasil e faça a adesão voluntária ao Movimento Turismo que Protege, ações do Ministério do Turismo.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRASEL; SEBRAE. *Hábitos de consumo em bares e restaurantes*. 2023. Disponível em: https://redeabraselebrasel.com.br/upload/files/2023/10/og-CYiczaERnXeFCoC6Bm_23_6ad6b73ef9c22eb-330cd596817125e5_file.pdf. Acesso em: 7 ago. 2025.

AKOTIRENE, Carla. *Interseccionalidade*. 1. ed. São Paulo: Pôlen, 2019. (Coleção Feminismos Plurais, coord. Djamila Ribeiro).

ASHER FERGUSSON. *Women's Danger Index: the 50 worst (& safest) countries for solo female travel*. 2019. Disponível em: <https://www.asherfergusson.com/solo-female-travel-safety/>. Acesso em: 7 ago. 2025.

Assédio e à Importunação Sexual na Aviação Civil [cartilha eletrônica]. Brasília, 2025. Disponível em: https://www.gov.br/portos-e-aeroportos/pt-br/assuntos/transporte-aereo/cartilha-digital-assedio-aviacao-civil/digital_cartilha-assedio-sexual_aviacao-civil.pdf. Acesso em: 07 ago. 2025.

BARBOSA, Irma Karla Freire. Presidente do Sindicato dos Guias de Turismo de Sergipe (Singtur/SE) e vice-presidente da Federação Nacional dos Guias de Turismo (Fenagtur). Entrevista 30 jul. 2025.

BOTELHO, Jussara Pellicano. CEO da Sisterwave, comunidade para mulheres que amam viajar. Entrevista 31 jul. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Estudo sobre tendências de turismo gastronômico 2030*. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-oberas-e-atividades/programa-nacional-de-turismo-gastronomico/Boletimvol.01.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. *No mês dedicado às mulheres, Ministério do Turismo lança iniciativas inéditas que beneficiam o público feminino*. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/no-mes-dedicado-as-mulheres-ministerio-do-turismo-lanca-iniciativas-ineditas-que-beneficiam-o-publico-feminino>. Acesso em: 7 ago. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo; EMBRATUR. *Revista Tendências do Turismo – 2025*. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-oberas-e-atividades/rede-inteligencia-mercado/RevistaTendencias-2025vfinal.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo; Ministério dos Direitos Humanos e Cidadania. *Dicas para atender bem turistas LGBTQIA+*. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/lgbt/publicacoes/dicasparaatender-bemturistaslgbtqia.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2025.

CABRAL, Bianca. Turismóloga formada pelo Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília (UnB). Entrevista 29 jul. 2025.

CAMPOS, Luiza. Líder de ASG da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). Entrevista 25 jul. 2025.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

RIBEIRO, Djamila. *O que é lugar de fala?*. 1. ed. Belo Horizonte: Letramento, 2017. (Coleção Feminismos Plurais).

GERHARDT, Letticia de Campos. Empresária e fundadora da agência de viagens para mulheres Viaja Guria. Entrevista 29 jul. 2025.

GONÇALVES, Ana Beatriz; SILVA, Luisa Rocha. *Segurança turística: a experiência da mulher viajante solo*. Turismo Visão e Ação, v. 27, n. 2, 2025. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva>. Acesso em: 7 ago. 2025.

GUERREIRO, Ana Clévia. Coordenadora de Comércio, Serviços e Economias de Futuro no Sebrae. Entrevista 28 jul. 2025.

LUZ, Thays de Oliveira; GONÇALVES, Rejane Nadalin. *Turismo e tendências contemporâneas: mulher como viajante solo*. Cenário – Revista Interdisciplinar em Turismo e Território, v. 9, n. 15, p. 33-48, 2021. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/35690>. Acesso em: 7 ago. 2025.

MEDEIROS, Ana Carolina. Presidente do Conselho de Administração da Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV). Entrevista 22 jul. 2025.

MOREIRA, Gisele Dantas; SILVA, Márcia Regina da. *A mulher enquanto viajante solo: fatores motivacionais e desafios*. Ateliê do Turismo, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), v. 5, n. 2, p. 1-16, 2025. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/adturismo/article/view/22360>. Acesso em: 7 ago. 2025.

MORAES, Claudia Corrêa de Almeida. Professora associada da Faculdade de Turismo e Hotelaaria da Universidade Federal Fluminense (UFF). Entrevista 25 jul. 2025.

OECD. *Tourism trends and policies 2024*. 2024. Disponível em: <https://www.oecd.org>. Acesso em: 9 ago. 2025.

ONU MULHERES. *Safe cities and safe public spaces*. 2017. Disponível em: <https://www.unwomen.org>. Acesso em: 9 ago. 2025.

POLTRONIERI, Gabriela Schwan. Consultora estratégica em Hospitalidade e Turismo. Entrevista 4 ago. 2025.

ROSSA, Leticia. Gerente comercial do restaurante Catherine, em Gramado – RS. Entrevista 23 jul. 2025.

SEBRAE. *Jornada que leva às melhores viagens*. 2025. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/jornada-que-leva-as-melhores-viagens>. Acesso em: 7 ago. 2025.

SEBRAE. *Tendências de turismo para 2025-2027*. [2025]. Disponível em: <https://homologacaosites.rj.sebrae.com.br/inteligenciasetorial/turismo/Tendencias-de-Turismo-para-2025-2027>. Acesso em: 7 ago. 2025.

THINK OLGA. *Os sonhos delas*. [2025]. Pesquisa realizada em parceria com o projeto "Sonhe como uma garota". Disponível em: <https://lab.thinkolga.com/sonhos-delas/>. Acesso em: 7 ago. 2025.

TRVL LAB. *Scroll & Go: a jornada social dos viajantes brasileiros*. 2025. Disponível em: <https://trvl.com.br/>. Acesso em: 7 ago. 2025.

TRVL LAB. *As transformações do viajante corporativo brasileiro*. 2024. Disponível em: <https://newsletter.panrotas.com.br/conteudo/Travel-Lab/As%20transforma%C3%A7%C3%A3o%20corporativo%20brasileiro%20Jan%202024.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2025.

WORLD BANK. *Demand for "Safe Space": avoiding harassment and complying with norms*. 2025. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030438782400141X>. Acesso em: 7 ago. 2025.

UNWTO. *Global report on women in tourism, second edition*. 2019. Disponível em: <https://www.unwto.org>. Acesso em: 9 ago. 2025.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). *Global report on women in tourism – second edition*. 2019. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>. Acesso em: 7 ago. 2025.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). *Women's empowerment and tourism*. [s.d.]. Disponível em: <https://www.unwto.org/gender-and-tourism>. Acesso em: 7 ago. 2025.

WOTTRICH, Laura. Publicitária, professora e pesquisadora da pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Entrevista 24 jul. 2025.

WTTC. *New travel & tourism social impact report reveals significant increase in female employment*. 2023. Disponível em: <https://wttc.org>. Acesso em: 9 ago. 2025.

FICHA TÉCNICA

Projeto 914BRZ4024 / UNESCO - Ministério do Turismo e Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco.

MINISTÉRIO DO TURISMO

CELSO SABINO DE OLIVEIRA
Ministro do Turismo

ANA CARLA MACHADO LOPES
Secretária – Executiva

CRISTIANE LEAL SAMPAIO
Secretária Nacional de Políticas de Turismo

ALDO VALENTIM
Diretor de Qualidade Sustentabilidade e Ações Climáticas

CAROLINA FÁVERO DE SOUZA
Coordenadora-Geral de Turismo Sustentável e Responsável

TATIANA OLIVEIRA DELGADO CORREIA
Coordenadora de Turismo Responsável

Coordenação e Revisão Técnica

Carolina Fávero de Souza
Coordenadora-Geral de Turismo Sustentável e Responsável

Colaboração e Revisão Técnica

Tatiana Oliveira Delgado Correia
Coordenadora de Turismo Responsável

Juliana Paula de Paiva Oliveira
Chefe da Assessoria de Participação Social e Diversidade

Jacqueline Salles Lemes
Assistente Administrativo

Rafael da Rocha Valverde
Assistente Administrativo

Colaboração Técnica

Isabella Brito Nogueira Biato
Analista Técnica de Políticas Sociais.

Diva Éveny Borges de Medeiros
Estagiária

Letícia Paludo
Jornalista
Camila Provenzi
Designer

Consultoria Especializada

Anelise Zanoni
Consultora

Praia de Beberibe-CE (Carina Furlanetto/AdobeStock)



Esta publicação tem a cooperação da UNESCO no âmbito do Projeto 914BRZ4024 – “Promoção do Turismo Cultural em Sítios do Patrimônio Cultural e Natural, da Economia Criativa e de Outras Políticas Vinculadas ao Turismo e ao Desenvolvimento Sustentável”, cujo objetivo é subsidiar com conteúdos e informações técnicas a elaboração de dois guias informativos com foco em Turistas Mulheres, com orientações práticas sobre planejamento, segurança, saúde, direitos e empoderamento feminino durante viagens. As ideias e opiniões expressas nesta publicação são de responsabilidade exclusiva dos autores e não refletem, necessariamente, a visão da UNESCO, tampouco comprometem a Organização.



COOPERAÇÃO



MINISTÉRIO DO
TURISMO

