



PESQUISA

MULHERES no DESPORTE



TÓPICOS

01 ESTE MATERIAL

02 PERFIL DEMOGRÁFICO

07 MULHERES NO ESPORTE

13 MULHERES E EVENTOS

26 RESPOSTAS ABERTAS

31 SOBRE NÓS

ESTE MATERIAL

Em janeiro de 2023 aplicamos uma pesquisa para entender a participação do público feminino no esporte e em eventos de todo o Brasil.

O assunto, no entanto, não surgiu como pauta apenas agora. Há anos observamos a queda de participação de mulheres em eventos de diversas modalidades. Em 2017, o público feminino era de 53%, já em 2022 esse número chegou a 45%.

Temos alguns palpites que explicam essa queda, como a questão de perfomance versus estilo de vida. As mulheres correm menores distâncias que, proporcionalmente foram mais afetadas durante os anos de pandemia. Mas e o que mais? Como acelerar essa volta? Decidimos através dessa pesquisa mapear todas as barreiras e entender como podemos colaborar para organizadores e marcas planejarem eventos mais inclusivos.

Após enviarmos a pesquisa para a base de participantes Ticket Sports, com quase 400 mil pessoas, coletamos 3.030 respostas. Agora conseguimos olhar para essa questão com mais propriedade e ajudar organizadores e marcas a agirem embasados em dados.

**Esperamos que esse material seja objeto de estudo e insights para muitos.
Boa leitura.**



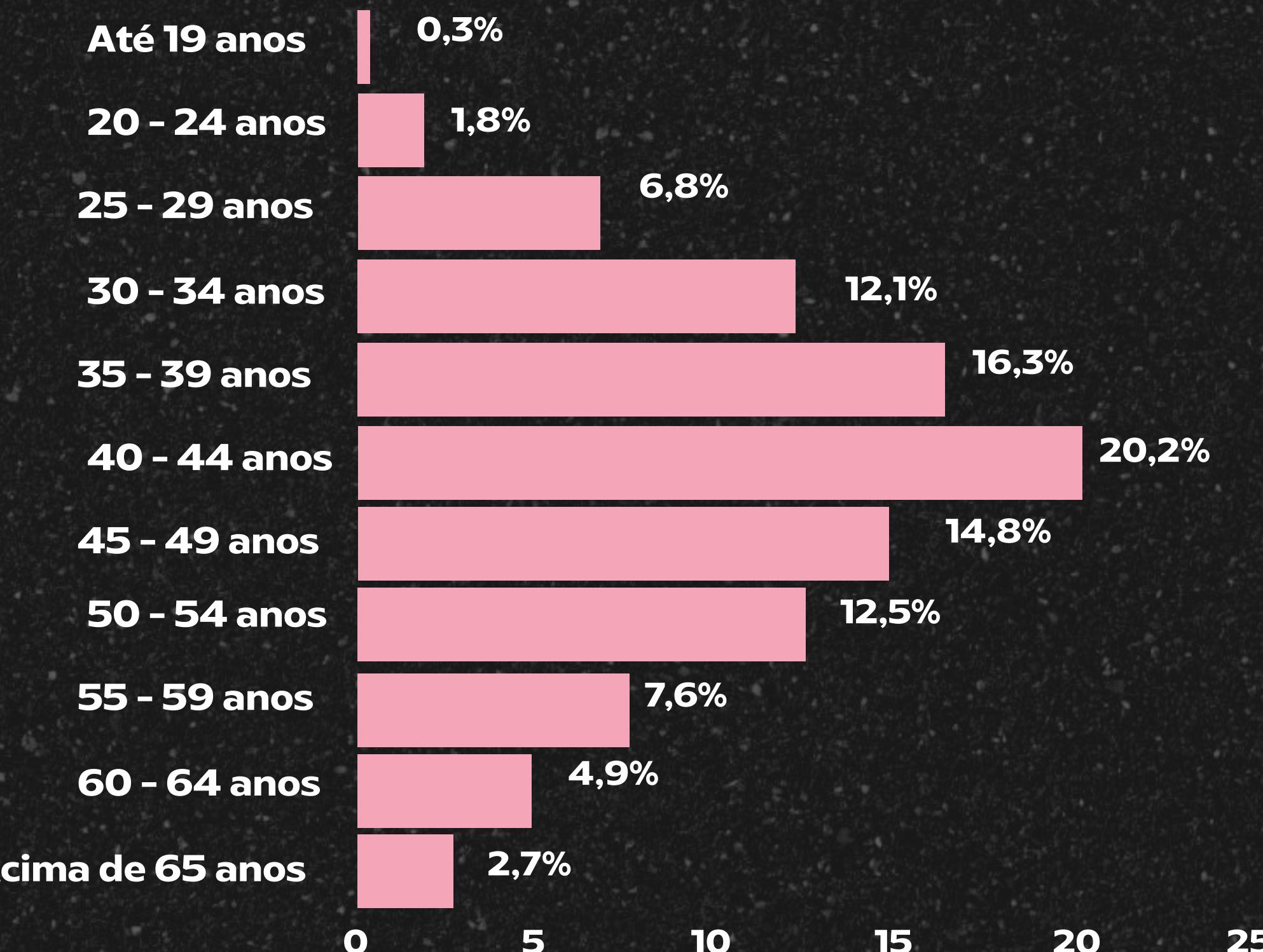
PERFIL DEMOGRÁFICO

PERFIL DEMOGRÁFICO

FAIXA ETÁRIA

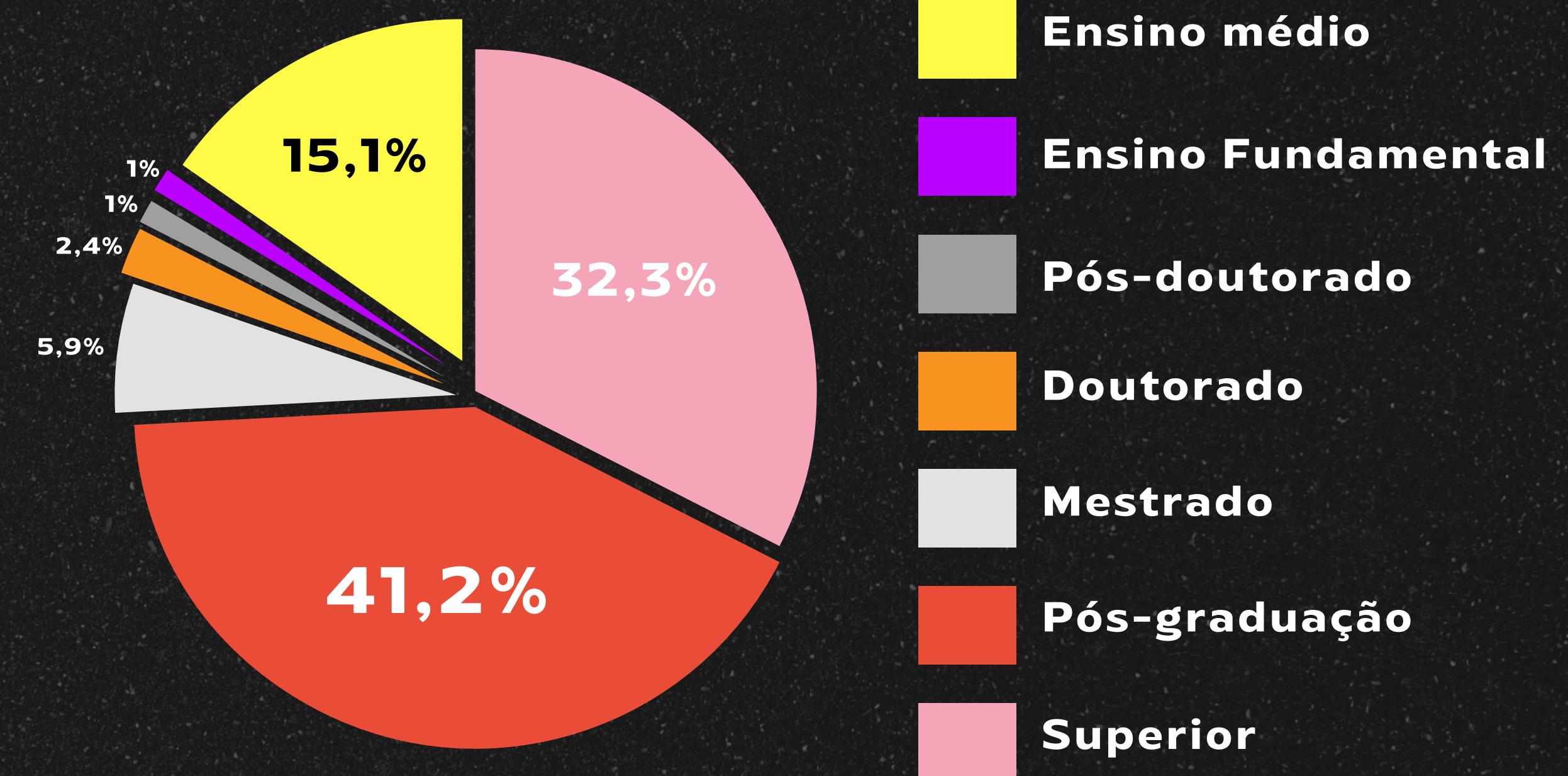
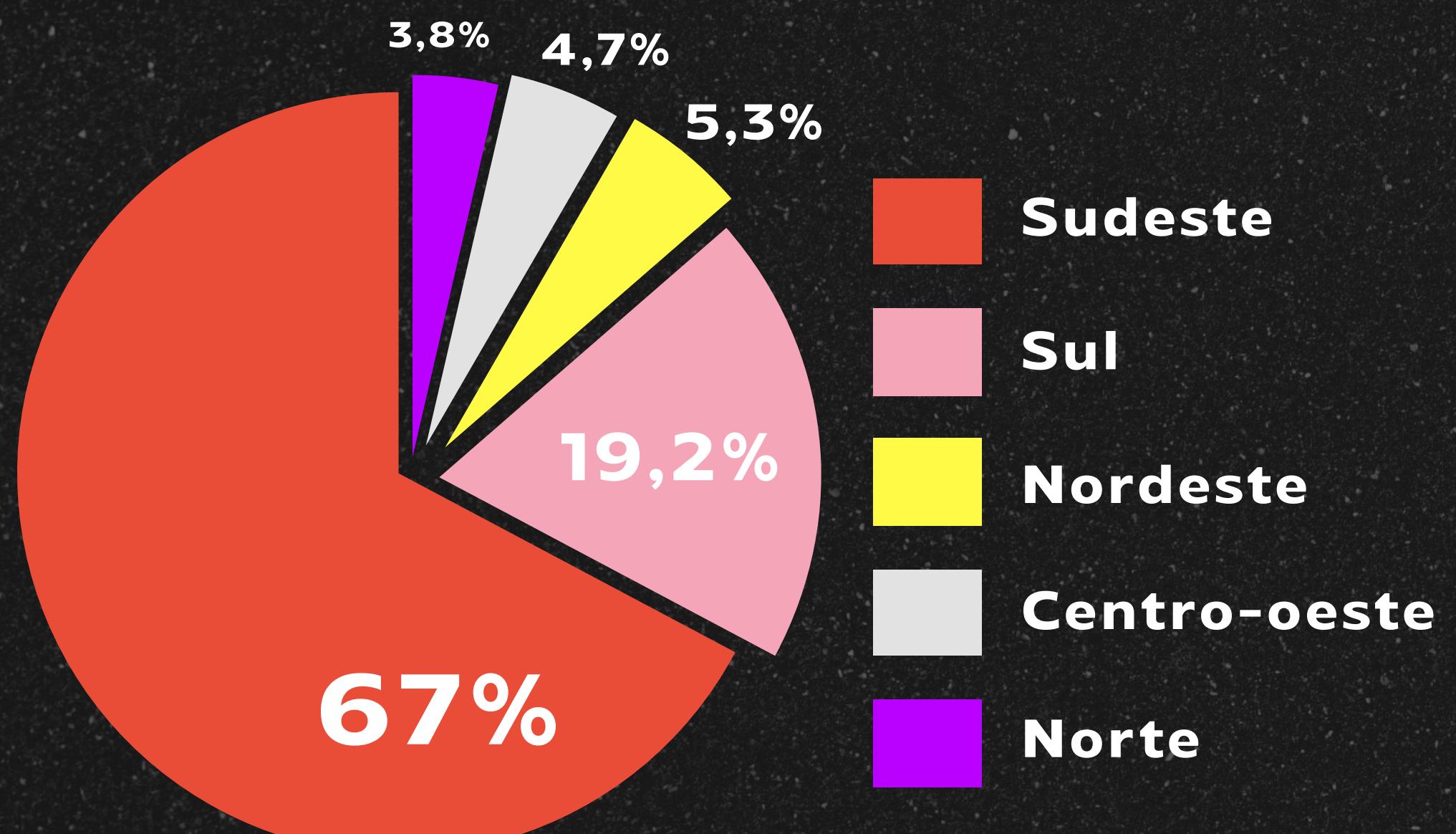
Pode-se notar que houve maior participação de mulheres maduras na pesquisa **e a idade ficou acima da geral dos atletas, de 40 anos.**

Ao longo deste material, observaremos algumas variáveis que podem indicar o motivo delas começarem a praticar esportes não tão jovens. Uma destas é a carreira mais estável e não precisar mais se preocupar com filhos pequenos.



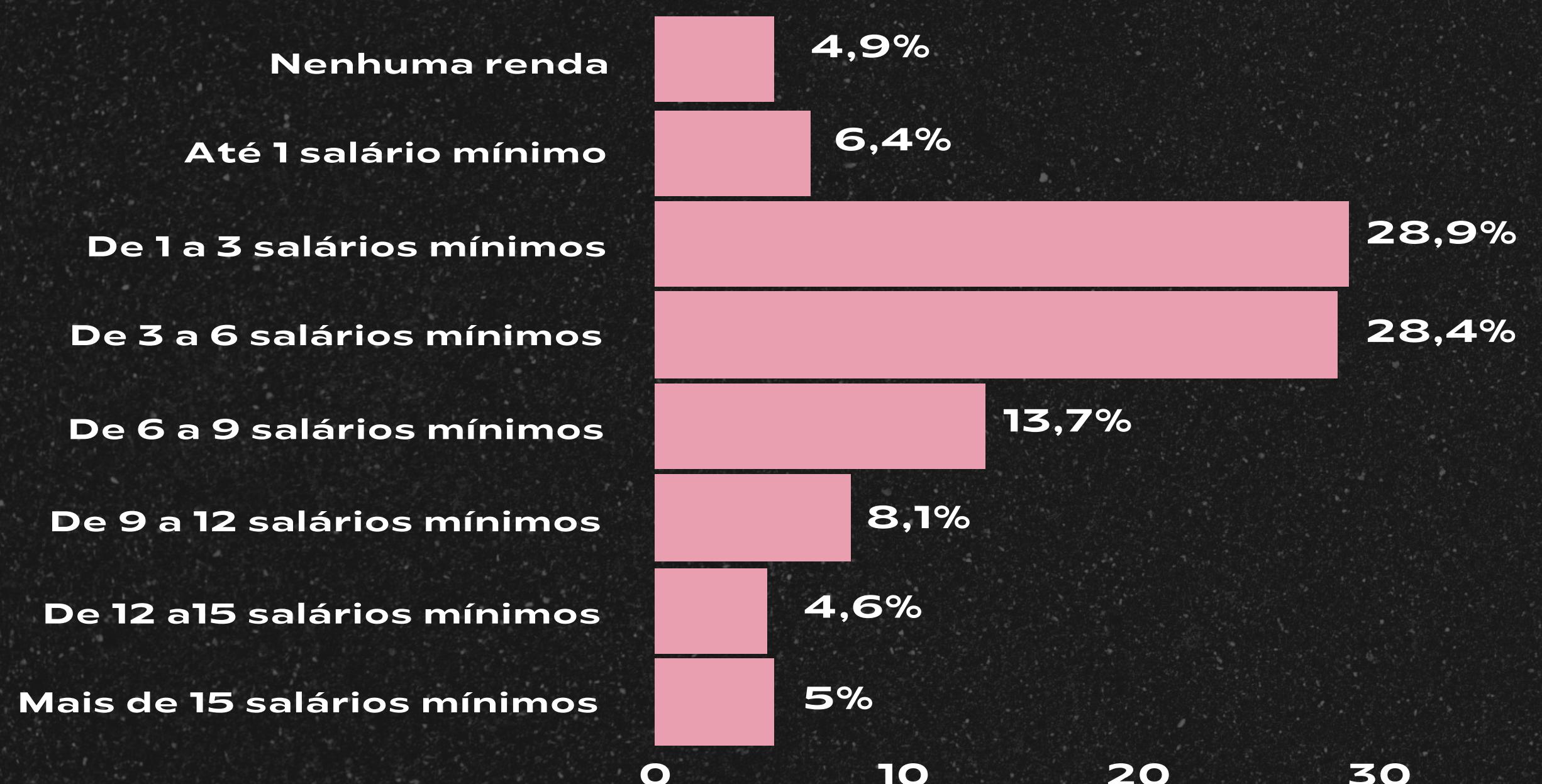
PERFIL DEMOGRÁFICO

LOCALIZAÇÃO E GRAU DE ESCOLARIDADE COMPLETO



PERFIL DEMOGRÁFICO

RENDIMENTO MENSAL



Um levantamento da consultoria IDados, com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio do IBGE apontou em 2020 que mulheres ganham cerca de 20% menos do que os homens no Brasil.

A comparação foi realizada entre trabalhadores do mesmo perfil de escolaridade e idade e na mesma categoria de ocupação.

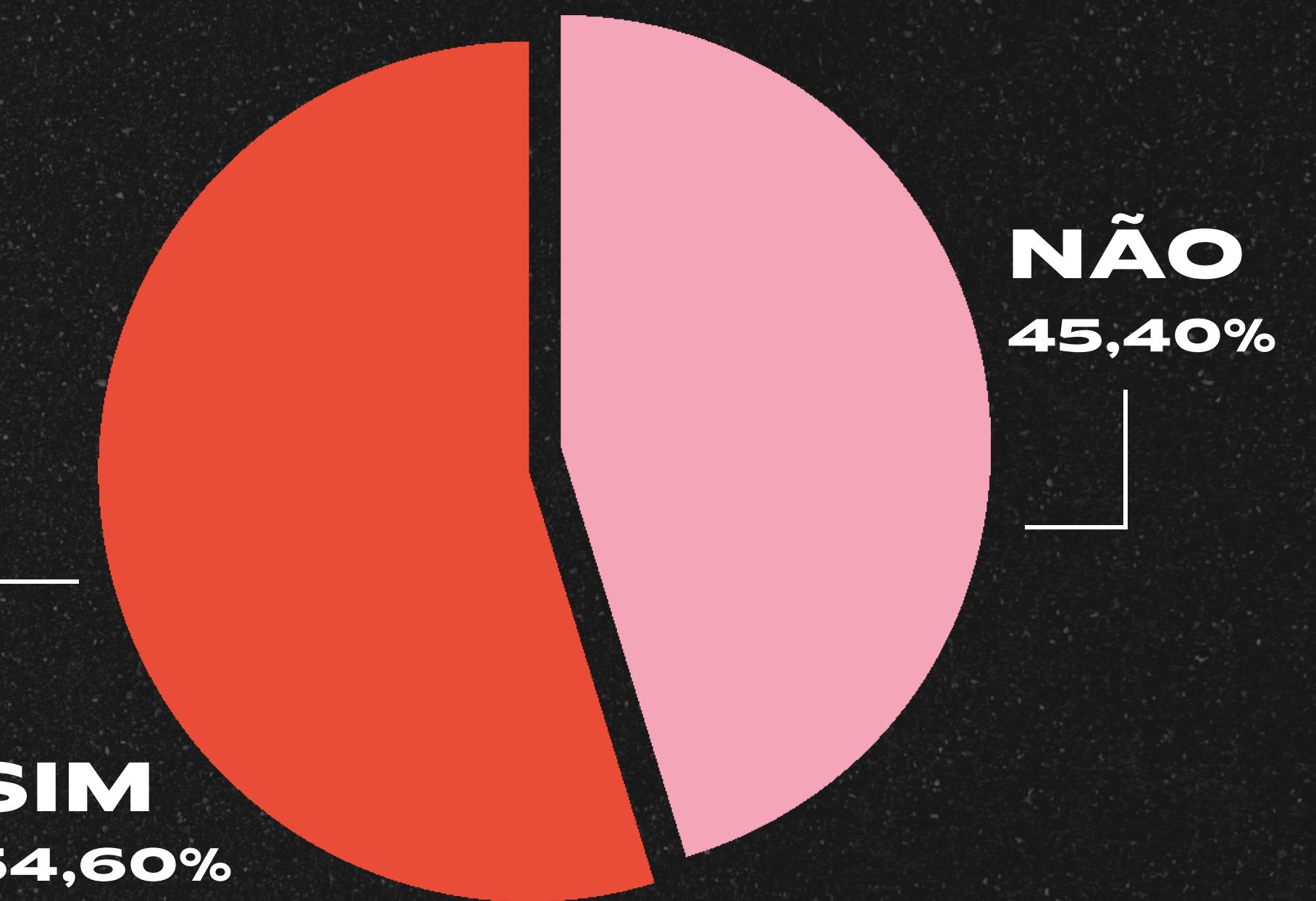
*O salário mínimo durante a realização desta pesquisa era equivalente a R\$ 1.302,00

PERFIL DEMOGRÁFICO

MÃE E ATLETA

De acordo com dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2022 o país registrou uma média de 1,94 filho por mulher, estando abaixo da taxa de reposição populacional, que é de 2,1 filhos.

A região brasileira com a maior taxa de fecundidade é a norte, com 2,51 filhos e a região sudeste acaba ficando com a menor taxa: 1,75.





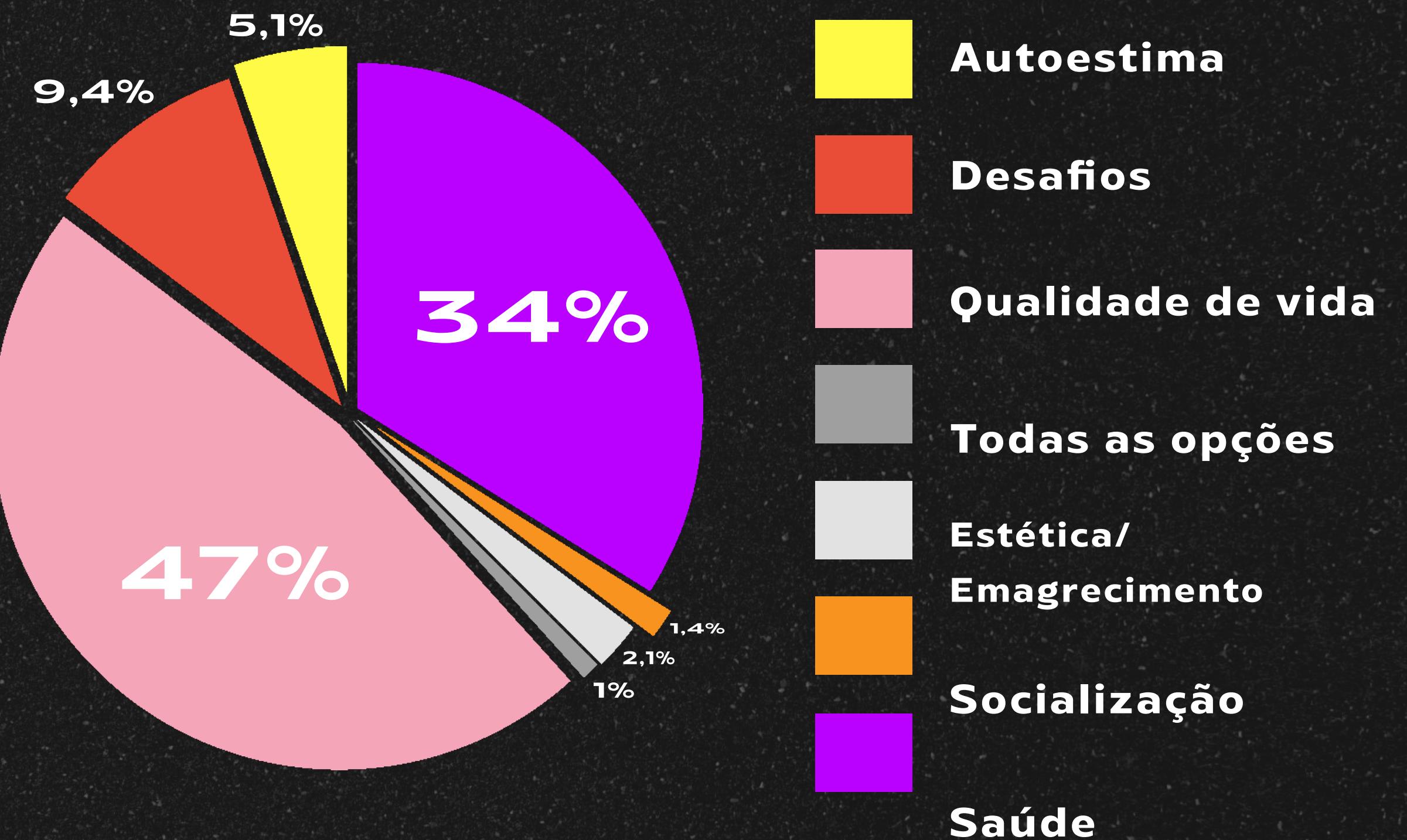
MULHERES NO ESPORTE

MULHERES NO ESPORTE

Qual das opções abaixo mais representa o significado de esporte para você?

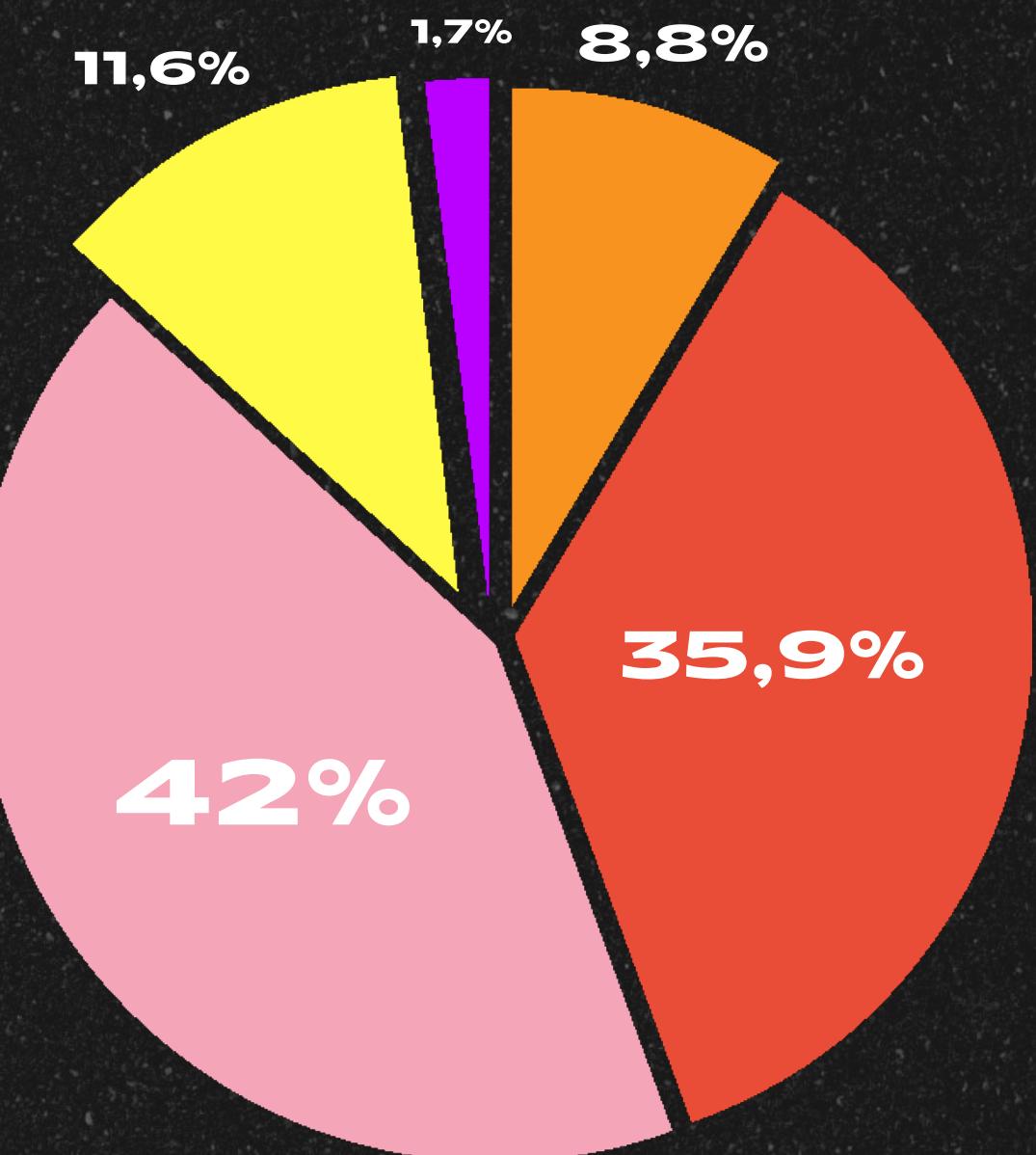
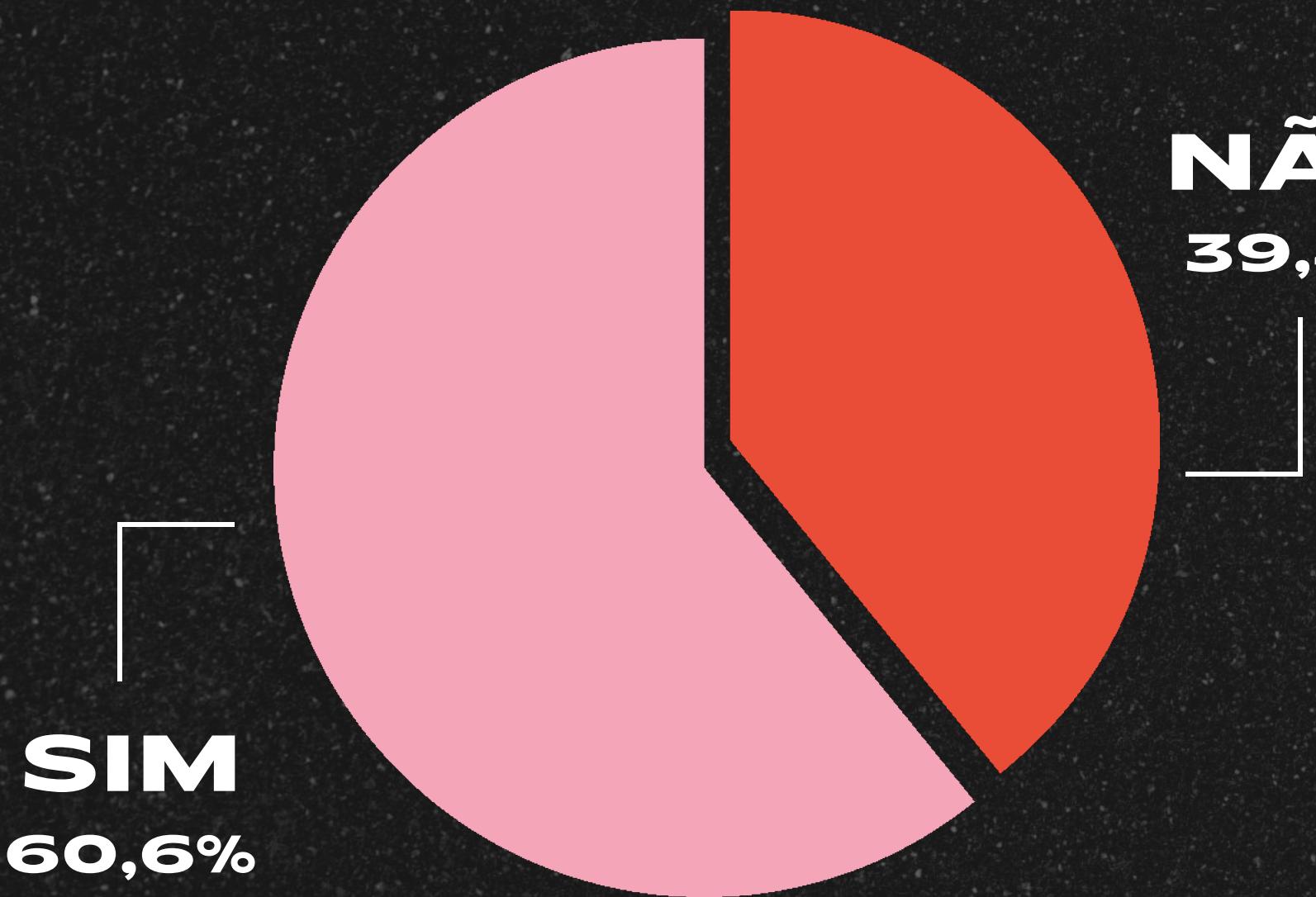
As mulheres se preocupam menos com performance. O que significou qualidade de vida nos últimos anos? Agora, é hora de voltar às pistas com tudo.

Um novo público, com atletas experimentando eventos, apostando neles como ferramenta para mudar de vida.



MULHERES NO ESPORTE

Você foi incentivada a praticar esportes durante a fase escolar?



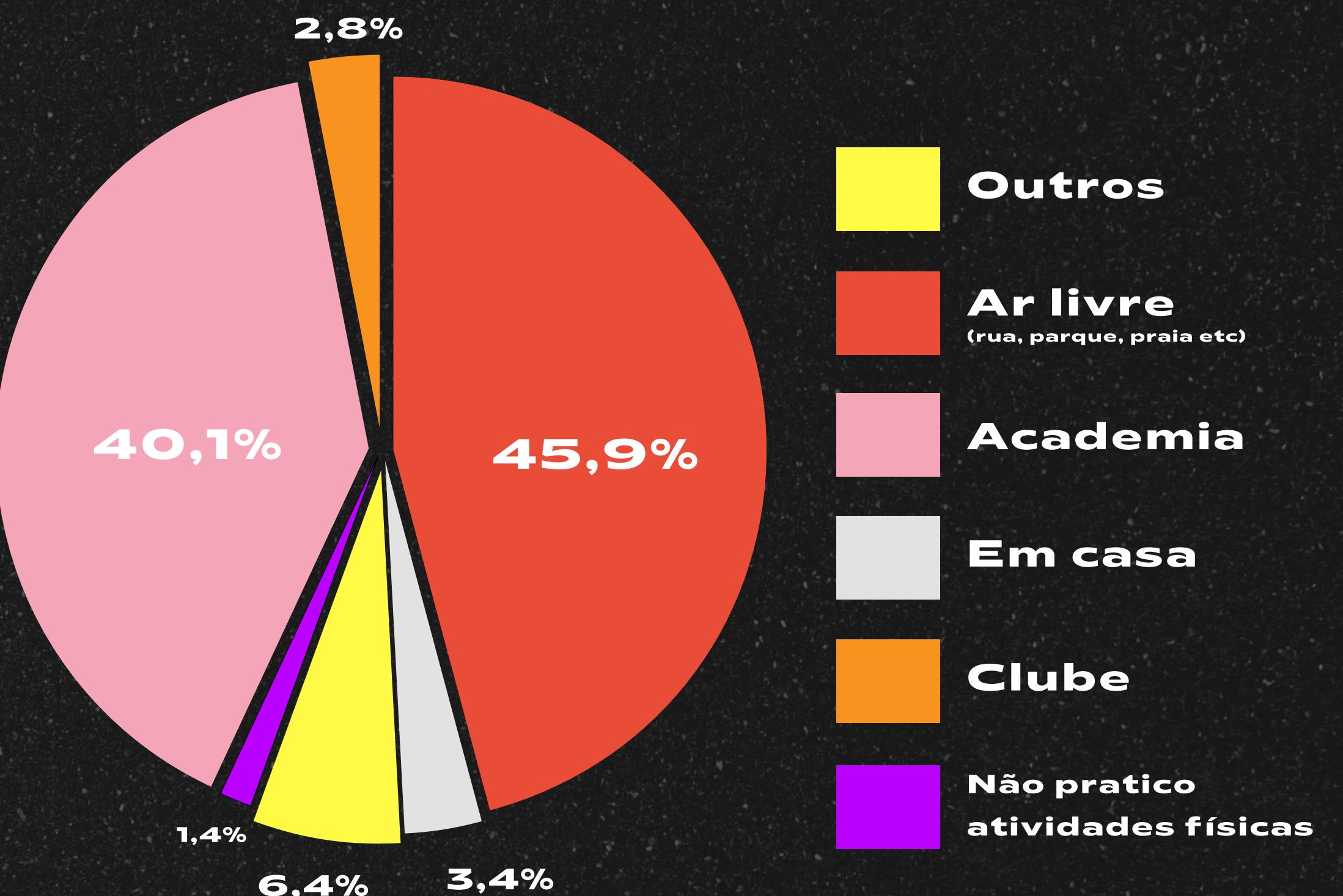
Ao cruzar os dois gráficos, foi possível perceber que as pessoas que hoje praticam atividade mais de 6 vezes por semana foram mais incentivadas durante a juventude (67,4%). Já as pessoas que atualmente praticam de 1 a 2 vezes semanalmente, foram menos incentivadas (51,9%).

MULHERES NO ESPORTE

Onde costuma praticar atividades físicas?

A prática de atividades físicas dentro de casa foi uma realidade durante a pandemia, mas quando houve avanço no programa de vacinação e flexibilização para a realização de esportes, os exercícios ao ar livre voltaram a crescer. Em 2020, o Google e a consultoria especializada Sports Track, realizaram um estudo com 2 mil brasileiros.

Nele foi possível observar que houve aumento no interesse por ciclismo (+144%) e natação (+230%). 39% do público ainda declarou ter começado a praticar algum esporte durante a reclusão. As modalidades que se destacam são: caminhada (23%), corrida (18%) e ciclismo (10%).

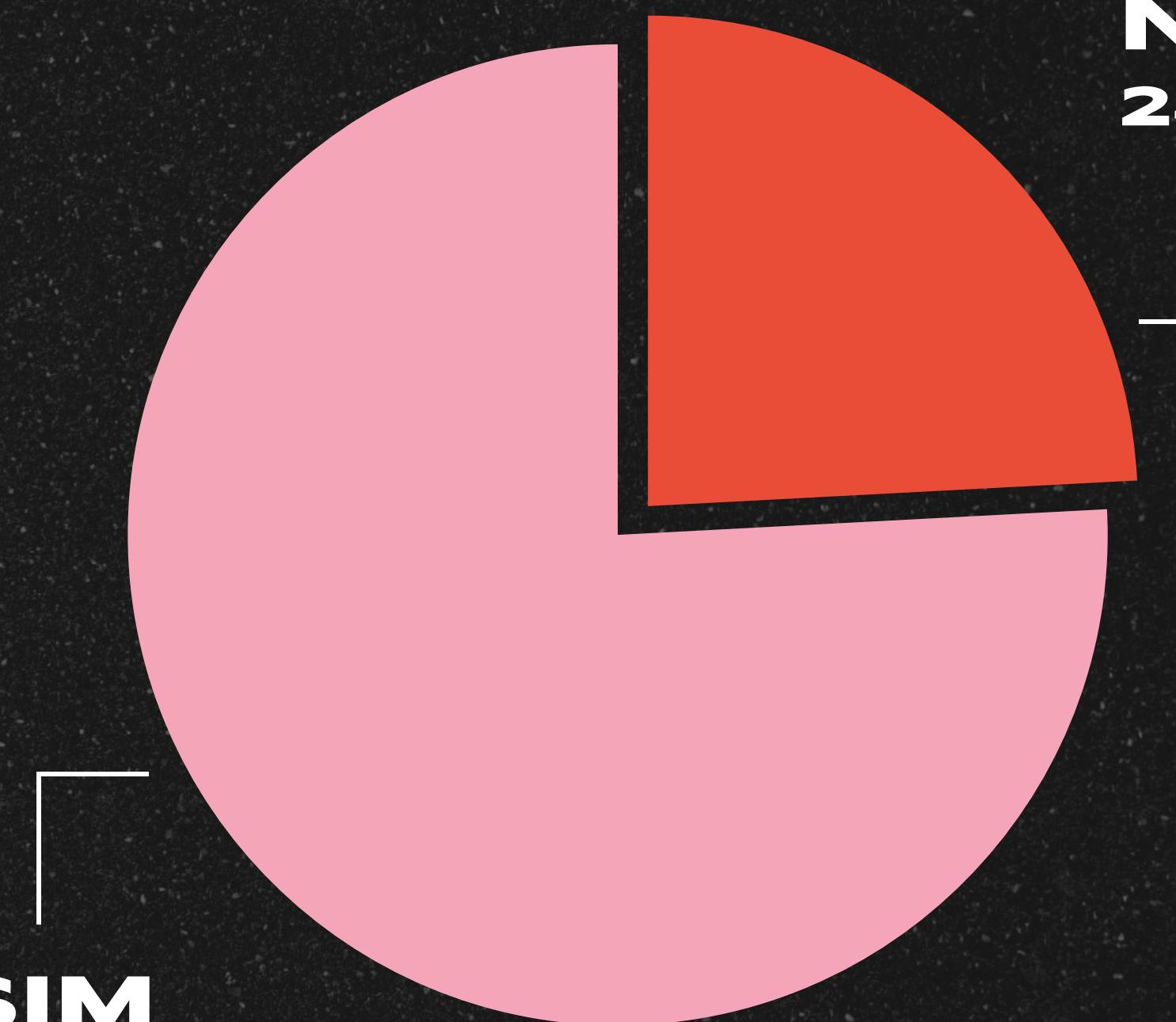


MULHERES NO ESPORTE

**Você se sente representada
pelo esporte feminino?**

RECONHECIMENTO

Não há muitas representantes do esporte feminino na mídia. O espaço é bem menor que dos homens. Por outro lado, é bonito de ver que as mulheres sentem-se representadas. Não é uma questão de idolatria: é reconhecer o esforço de quem consegue, apesar de tudo, ser relevante no cenário esportivo nacional.



SIM

75,6%

MULHERES NO ESPORTE

Qual a primeira marca ou pessoa que vem à sua cabeça quando falamos em “mulheres no esporte”?

TRACK&FIELD ANA MARCELA CUNHA ISABEL SALGADO MARIA ESTHER BUENO
SERENA WILLIAMS FERNANDA KELLER ANA PAULA HENKEL
ADRIANA APARECIDA IRMÃ PUMA AUTHEN LA VIE SPORTS PINK CHEEKS
MARIA LENK JULIA SETTE FILHA KATHRINE SWITZER MARIA ZEFERINA BALDAIA
ALICE YURI ASICS MARTA ADIDAS LUPO
JAQUELINE CARVALHO FERNANDA MACIEL LETICIA SALTORI LULUS MAGIC PAULA TIA-CLAIR TOOMEY ANA AUGUSTA CENTAURO TREINADORA
MIZUNO LIVE! NIKE HORTÊNCIA FILA ANA MOSER CORREDORA DA VIDA REAL
DECATHLON MÃE ELEONORA MENDONÇA PAOLA CARRIJO SPEEDO VIVI WINKLER ÁDRIA SANTOS AMANDA NUNES
VALERY MELLO DAIANE DOS SANTOS VALERY MELLO
CARMEM DE OLIVEIRA CAROL GATTAZ FERNANDA VENTURINI GABRIELA ANDERSEN JOANNA MARANHÃO POLIANA OKIMOTO RAQUEL CASTANHARO
REBECA ANDRADE RAYSSA LEAL MAURREN MAGGI AMIGAS

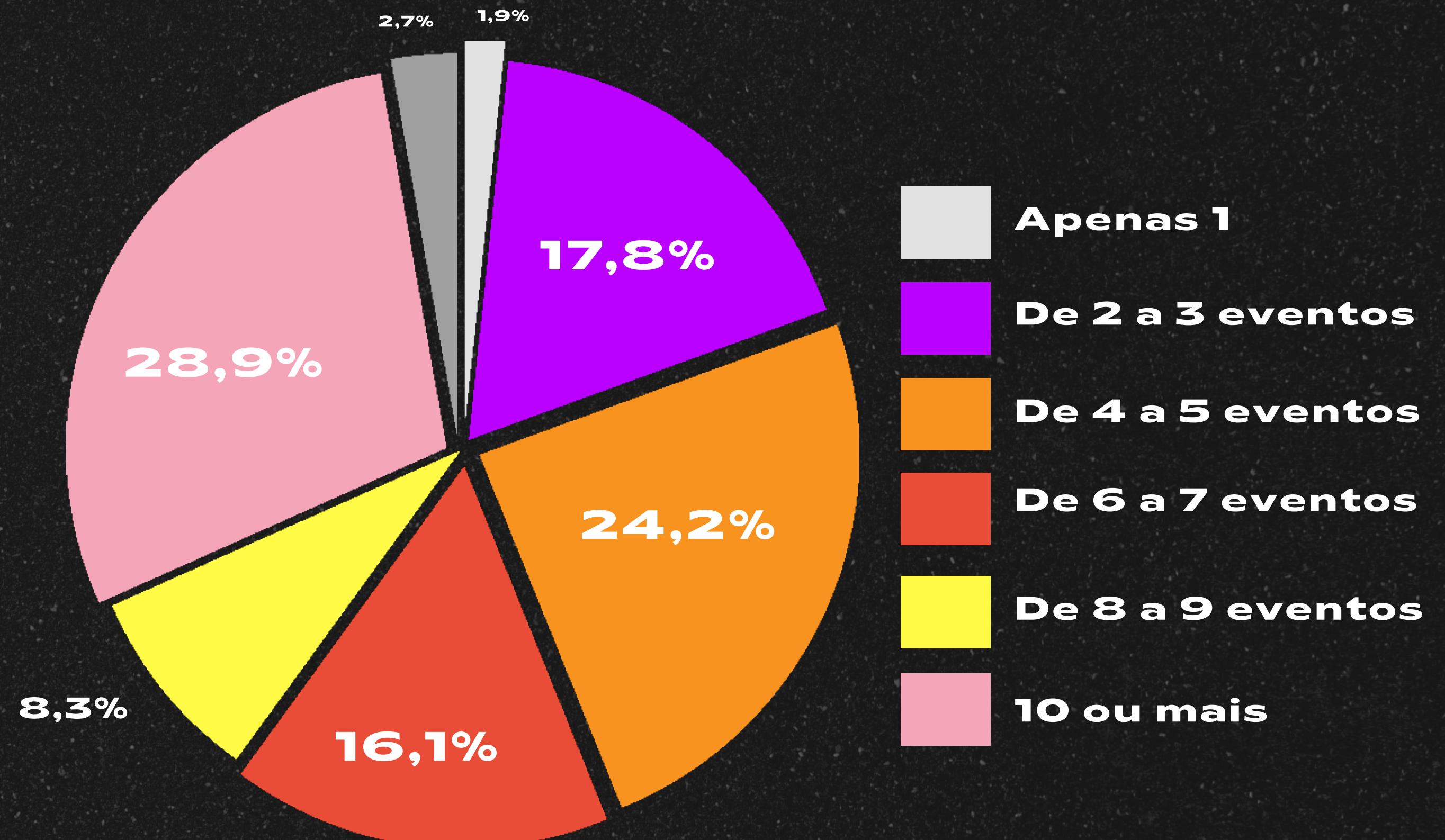
A mulher mais citada foi a jogadora de futebol Marta, com 17,5% das respostas. Já a Nike se mostrou a marca mais lembrada com 14% de citações.

O top 5 também teve a ex-jogadora de basquete Hortência (6,1%), Adidas (5,4%) e Asics (3,5%)

MULHERES E EVENTOS

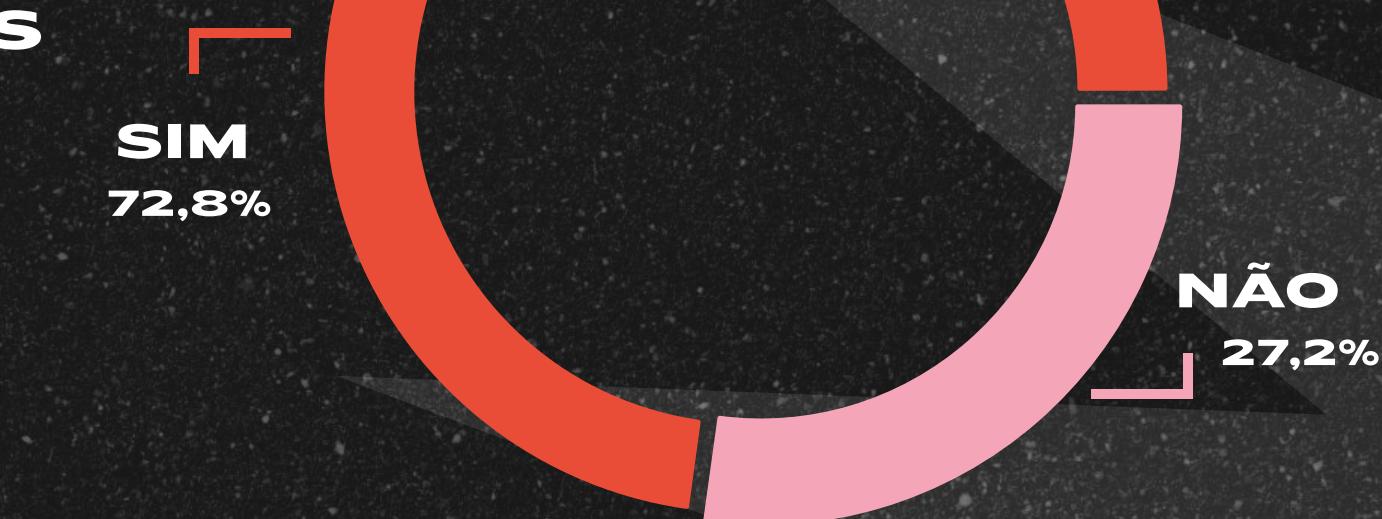
MULHERES E EVENTOS

**Quantos eventos
pretende participar
em 2023?**

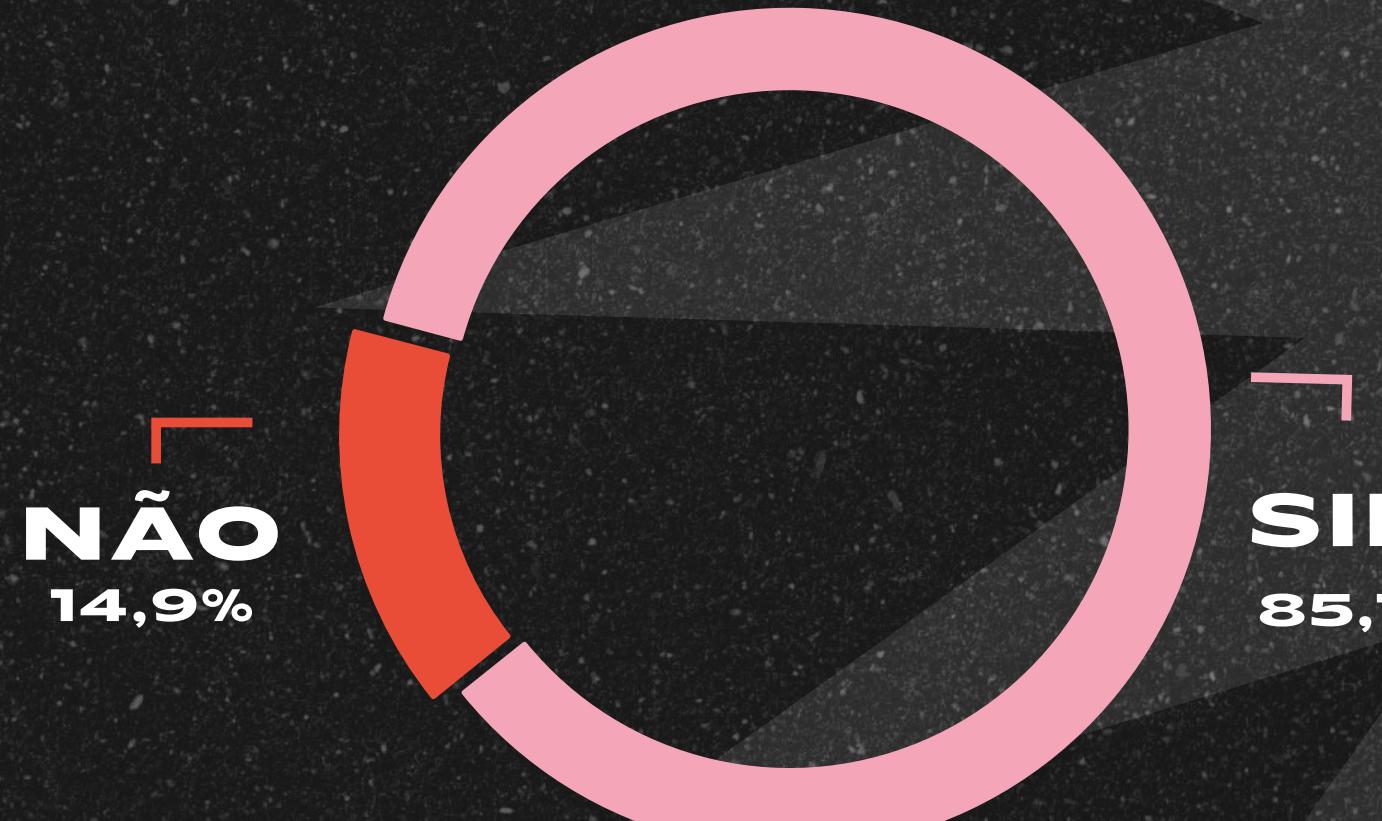


MULHERES E EVENTOS

Você acredita que os eventos esportivos, em geral, são inclusivos para mulheres?



Você participaria de um evento esportivo exclusivo para mulheres?

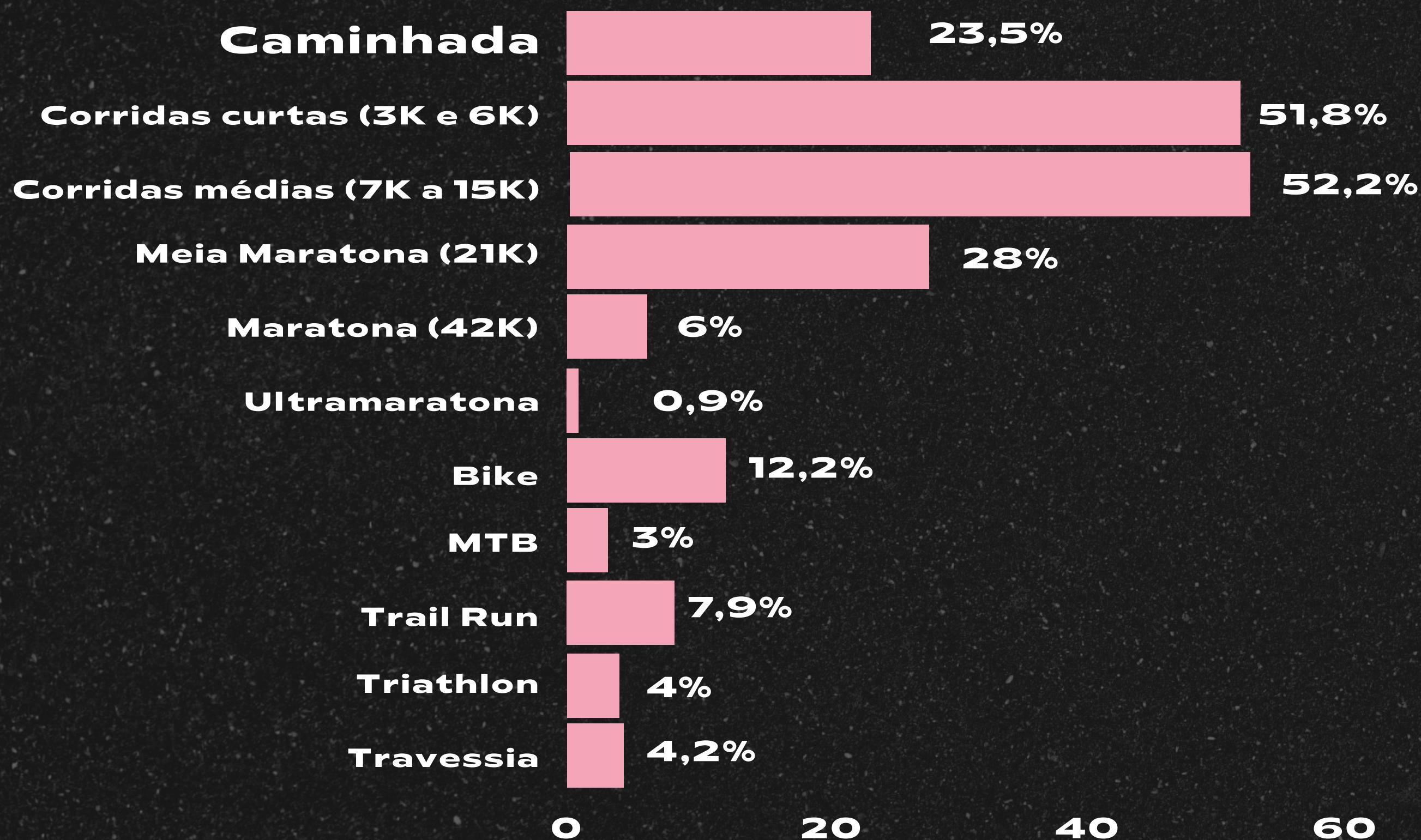


85% das mulheres que acreditam que eventos são inclusivos, também afirmaram que participariam de eventos exclusivamente para o público feminino.

Por outro lado, 27,2% não acreditam que os eventos em geral são inclusivos. É muito. O motivo da pesquisa é ajudar também a mudar esse cenário.

MULHERES E EVENTOS

Quais das opções abaixo são as suas modalidades/distâncias preferidas?



Atenção para as modalidades e distâncias de entrada.

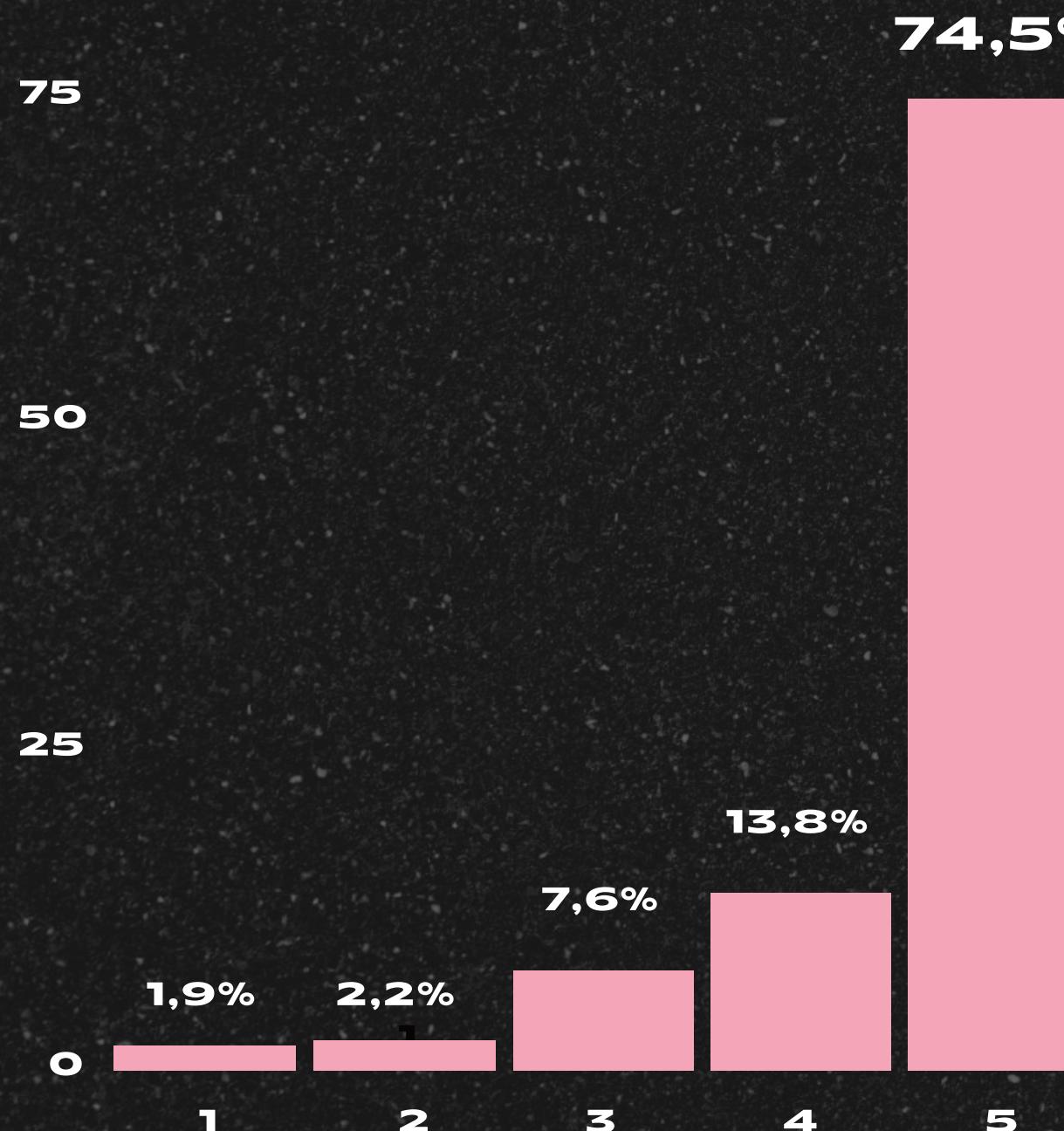
Uma das principais discussões deste material é sobre a diminuição de mulheres em eventos e talvez a participação em modalidades como caminhada e corrida de até 6K indique que a maioria prefere participar pela experiência e não por performance.

Ou seja, a explicação para queda no share de mulheres é que o público mudou nos últimos anos e quem já focava em performance continuou nos eventos.

Precisamos recuperar as iniciantes, trazer para o universo do esporte!

MULHERES E EVENTOS

De 1 a 5, quanto importante é a presença de um kit com itens de qualidade em um evento esportivo?



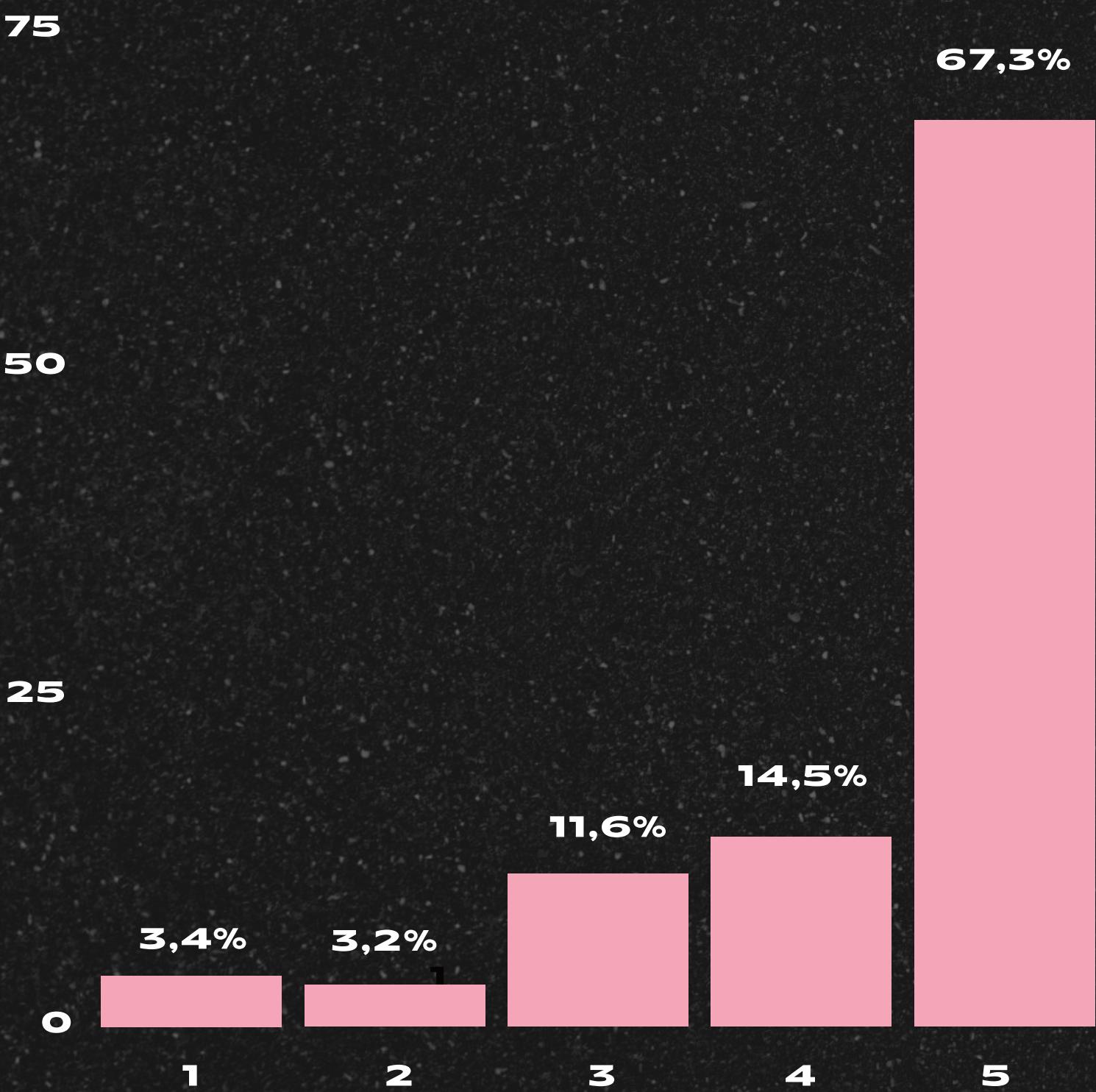
A atletas que mais prezam por kits de qualidade são as praticantes de Mountain Bike. 79% das respondentes afirmam que os itens com qualidade são muito importantes em um evento.

Já as triatletas são as que menos deram importância para esse assunto. Apenas 64,2% afirmam que esse é um fator muito importante e 12,2% ficaram neutras.

As corredoras de curtas e médias distâncias se aproximaram nas opiniões. 74% afirmam que os kits são muito importantes.

MULHERES E EVENTOS

De 1 a 5, quanto importante é a presença de ativações para mulheres na arena do evento?



Aqui o importante é fugir dos clichês.

Pense em ativações onde as mulheres possam aproveitar sem preocupações.

Uma dica importante é dar a opção de recreação para crianças. Nas respostas abertas desta pesquisa, observamos que não ter com quem deixar os filhos durante um evento é uma dor presente entre as mulheres.

MULHERES E EVENTOS

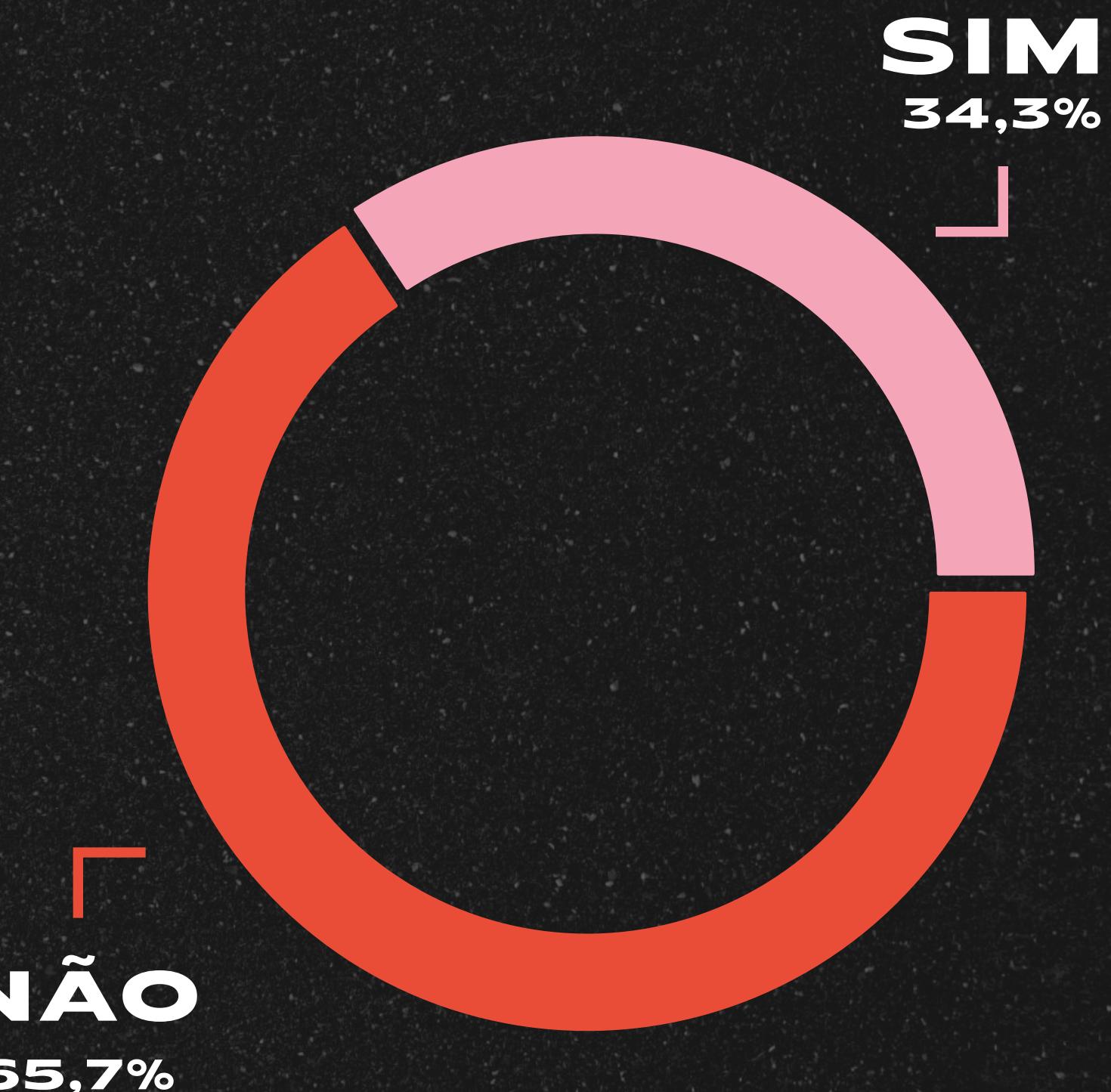
Você acredita que as marcas patrocinadoras investem no público feminino dentro de eventos esportivos?

É PRECISO MAIS

Aqui fica a reflexão sobre o papel das marcas patrocinadoras.

Organizador, existe espaço dentro do seu evento para inovação? Como é a sua relação com as marcas que patrocinam o seu evento?

Marcas, existe o interesse em tornar os eventos mais inclusivos e seguros para mulheres? Como anda a discussão sobre o assunto? Nos parece que pequena.



MULHERES E EVENTOS

Qual a primeira marca que vem à cabeça quando falamos em presença do público feminino em eventos?

NIVEA DECATHLON GATORADE ALTO GIRO Lupo PUMA LA VIE SPORTS
HUPI ASICS NIKE ADIDAS CENTAURO MIZUNO
YESCOM INTIMUS MILI ALWAYS BANCO DO BRASIL DOBRO DERMAGE GILETTE NESTLÉ SALOMON UNIMED
COMEPI AUTHEN TRACK&FIELD TICKET SPORTS
SEPHORA AVON NATURA REXONA SPEEDO CENTAURO GRANADO GLOBAL VITA JASMINE BOTICÁRIO
OLIMPIKUS LIVE! PINK CHEAKS FILA IGUANA SPORTS

Quando perguntamos diretamente sobre marcas, a Nike se mostrou novamente top 1 das mulheres com 18,8% das citações. Logo em seguida vem Adidas com 9%, Asics com 5,6%, Track&Field com 3,4% e Authen com 3,2%

MULHERES E EVENTOS

Você já foi assediada (física ou verbalmente) em algum evento esportivo?

Para aproximar da realidade, **imagine que no seu evento participam 100 mulheres, ao final dele cerca de 13 mulheres terão se sentido assediadas física ou verbalmente.**

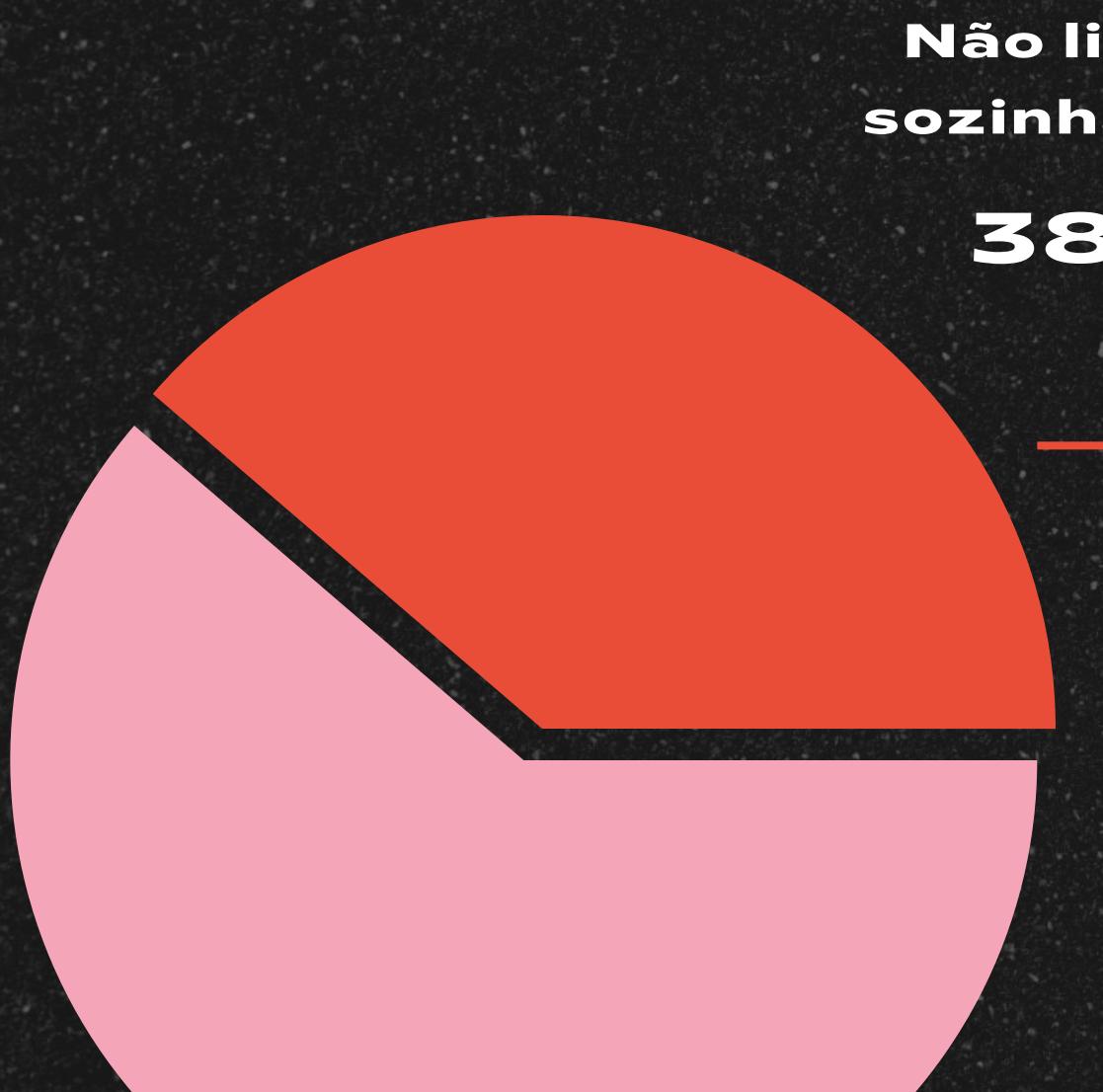
Primeiro passo é falarmos sobre. E mais, existe alguma medida de segurança para situações como essa?

3.030 responderam na pesquisa, então, 406 dessas mulheres já passaram por algum assédio nos eventos.



MULHERES E EVENTOS

Você costuma participar de eventos na companhia de alguma amiga, irmã ou pessoas que você conhece?



**Não ligo, vou
sozinha mesmo**

38,7%

57% das mulheres que já sofreram assédio em um evento sempre participam acompanhadas de uma amiga, irmã ou conhecido.

Mas esse dado mostra também outra coisa: a tendência comunitário, de coletividade que as atletas têm, especialmente ao escolherem um evento. As experiências em grupo são mais memoráveis.

**Sim, sempre
acompanhada**

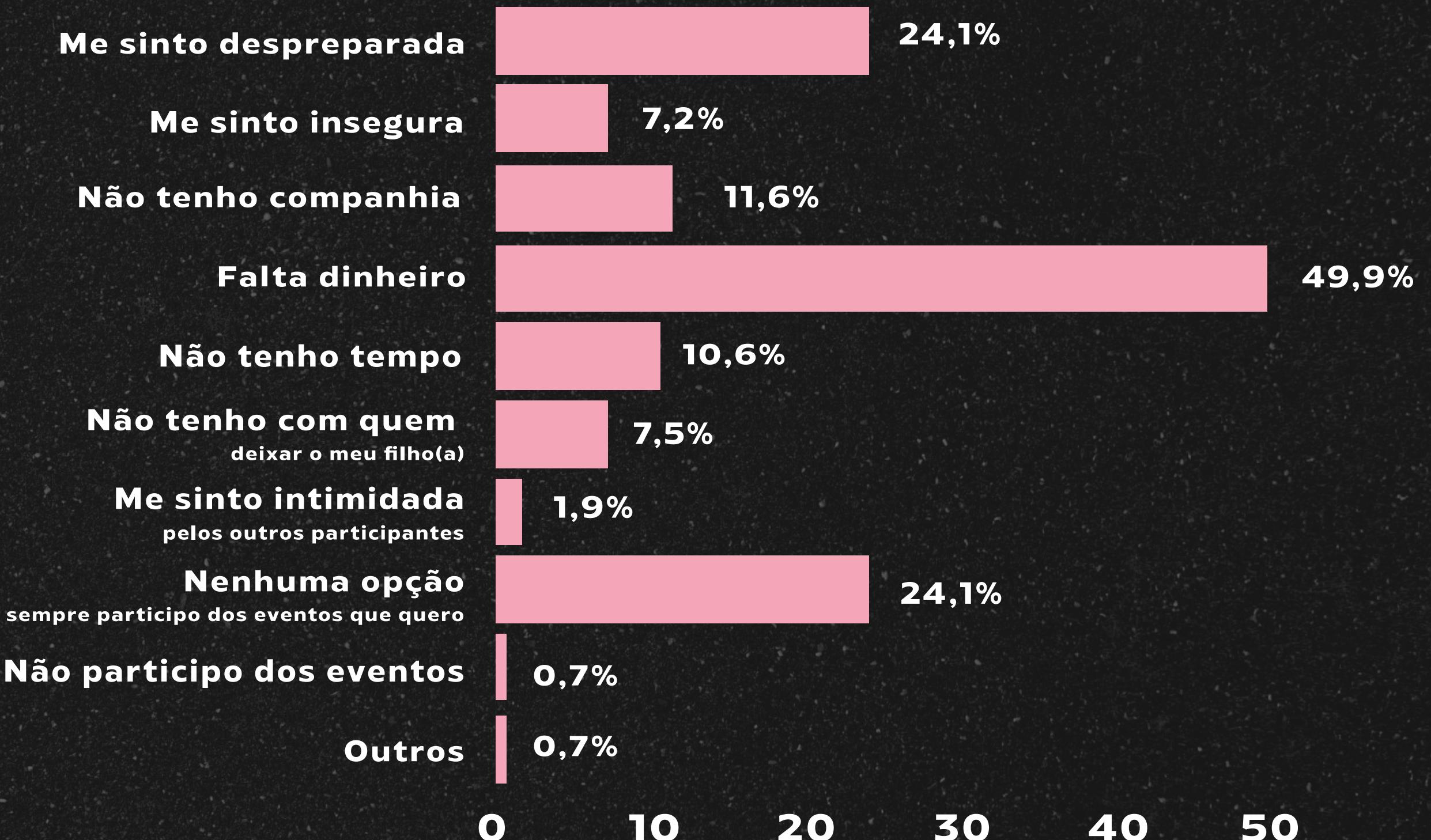
61,3%

MULHERES E EVENTOS

Quando você decide NÃO ir a algum evento, qual das opções abaixo você acredita ser a que mais se encaixa?

PRIMEIRO PASSO!

Mais uma vez aparece a questão de performance. O discurso do seu evento é acolhedor? Recebe também quem está entrando no esporte? Nos parece ser uma ferramenta importante de incremento de base, vendas e para contribuir com evolução do mercado.



MULHERES E EVENTOS

Você faz parte de alguma assessoria esportiva?

DESASSESSORADAS

32,4% das mulheres que disseram se sentir despreparadas na pergunta anterior, fazem parte de uma assessoria esportiva.

Há um potencial grande para criar acesso e fluxo de inclusão das mulheres no esporte.



MULHERES E EVENTOS

Qual o primeiro evento que vem à sua cabeça quando falamos "mulheres em eventos esportivos?"

CORRIDA M5K ELAS DE ROSA FUGA DAS SEREIAS MULHERES LARGAM NA FRENTES MULHERES NA PISTA
L'ÉTAPE

BRISA PINK RUN W21K CORRIDA CIRCUITO VÊNUS
WRUN MULHER-MARAVILHA TRAVESSIA POLIANA OKIMOTO
CORRIDA KAZAMIGAS

RAINHA DO MAR CORRIDA E CAMINHADA CORRIDA DO OUTUBRO ROSA

LIVE! CONTRA O CÂNCER DE MAMA CORRIDA DE SÃO SILVESTRE

LET'S RUN GIRLS CORRIDA DELAS CORRIDA GIRL POWER CORRIDA DIVAS

TORNEIO AREZZO DE BEACH TENNIS CORRIDA TPM ANÁLISE

CORRIDA DAS PODEROSAS CORRIDA SEPHORA CIRCUITO DAS ESTAÇÕES

CORRIDA DAS MULHERES MARATONA DO RIO TRACK&FIELD ASICS CORRIDA OLGA KÓS

O evento mais citado foi a Corrida da Mulher-Maravilha com 9,7%. Logo em seguida vieram Circuito Vênus com 4,9%, WRUN com 4,9%, W21K com 2,4% e a Corrida e Caminhada Contra o Câncer de Mama com 2%.



RESPOSTAS ABERTAS

“Os eventos só pra mulheres geralmente são muito sem graça, parecem que fazem por fazer, ou investem nos mesmos clichês de sempre.

Está na hora de entenderem que **as mulheres mudaram e querem a mesma qualidade do que é oferecido aos homens.**

Poderia ter **maior incentivo** com **camisetas de tamanhos e cortes femininos**

Não me sinto prestigiada, como mulher, mas também não me sinto desprestigiada. **Não sinto necessidade de algo específico para mulheres.**



Os banheiros químicos são entraves para participação feminina. São sempre em número insuficiente, geralmente **não têm papel higiênico, não tem ninguém para repor papel higiênico.**

Não **tem água e sabão ou álcool em gel para higienizarmos as mãos** após o uso do banheiro químico.



Infelizmente, **ainda recai sobre muitas de nós a responsabilidade de limpar e cozinhar**, e isso inclui as refeições de domingo.

Talvez **mais night runs facilitaria a participação aos sábados à noite.**



Pra mim, é muito difícil treinar longas distâncias sozinha.

Tenho medo real de ser assediada ao ficar horas em estradas correndo. Isso me atrapalha muito.



Pra mim **o mais difícil é conciliar a rotina da casa com filhos e treinos constantes.**

Para o vôlei eu trago eles juntos. Para as corridas não consigo levá-los, **então às vezes fico vários dias sem correr, mesmo sendo na rua.**

Quando tem **eventos que são pagos eu penso duas vezes** para participar, pois **geralmente não são valores acessíveis.**

Falta visibilidade para esse público!

Não treino a noite por insegurança em correr sozinha e isso atrapalha, pois não tenho tempo durante o dia.

TICKETSPO

Os eventos de corrida voltados para o público feminino incluem distâncias curtas somente.

Tentam englobar o maior número possível de mulheres e acabam agradando pouco as que querem romper barreiras no esporte.

E os eventos voltados para o público geral privilegiam o público masculino.

TICKETSPO

Os **eventos são caros** e muitas vezes as prioridades das mulheres são outras.

TICKETSPO

Penso que **seria importante a mulher ter mais incentivo no esporte.**

As grandes marcas do mercado esportivo, poderiam proporcionar essa ideia.

TICKETSPO

Criar facilidades para as mulheres.

Exemplo: Recreação segura para crianças.

TICKETSPO

O local de estacionar é muito importante para mim, por isso tenho preferido provas que fazem largada em shopping, assim posso sair tranquila às 05h estacionar meu carro e correr com segurança



Não penso em eventos exclusivos, **mas eventos em que as pessoas se “acostumem” com mulheres competindo.**



Fui em **uma prova em que os prêmios para homens eram em dinheiro e as mulheres ganharam kits de shampoo.**



Acho importante investir em eventos femininos, porque mulheres que estão iniciando no esporte normalmente se sentem mais acolhidas nesse tipo de evento.



No geral, **mulheres recebem salário mais baixos do que os homens no mercado de trabalho**, tornando o gasto com os esportes "não essencial", fora das despesas mensais.



As mulheres já tem o seu espaço ele pode ser maior sim, mas elas precisam se manifestar e ocupar o espaço existente



“

Já havia notado como a presença de mulheres é menor nas competições e nos locais em que faço meus treinos, acredito que por conta da tripla jornada da maior parte de nós: trabalho, casa e filhos. **Tenho conhecimento de algumas amigas que já faltaram às provas que haviam se inscrito por não terem com quem deixar seus filhos,** por falta de uma rede de apoio etc.

”

SOBRE NÓS

O Ticket Sports existe para reunir os melhores eventos do Brasil em um único ambiente digital.

Somos uma plataforma de venda de inscrições e gerenciamento de eventos líder em diversos segmentos do mercado esportivo. Valorizamos experiências que transformam vidas há mais de dez anos!

Oferecemos infraestrutura personalizada de acordo com a necessidade de cada organizador; nutrimos uma relação de parceria que vai além da negociação.

SAIBA +



**Converse com a nossa equipe de especialistas
e abra o seu evento no Ticket Sports!**

Contato:
comercial@ticketsports.com.br

A gente  o sucesso
do seu evento.