

ETEC PROFESSOR CARMELINO CORRÊA JUNIOR

Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio em Técnico em Administração

Gabriela Morais Barros Silva
Giovana Lara Mendes
Hilen Vitorino De Souza
Lauane Vitoria Da Silva Carlos
Thayná Lemes Guerra

LIDERANÇA FEMININA NO MERCADO DE TRABALHO

Resumo: Liderança é muito importante e envolve vários tipos de poder, autoridade e características pessoais, sendo desafiador.

Para alguns escritores, liderança é a resolução de personalidade de cada indivíduo, alguns descrevem que liderança ajuda no seu entendimento, e outros constituem conforme o ambiente em que se encontra.

Para uma ótima liderança é necessário que o líder possua conhecimento técnico do seu espaço de atuação, processos organizacionais e estratégias para que suas escolhas sejam positivas.

Palavras chaves: Liderança feminina; Mulheres; Mercado de Trabalho; Poder da Mulher; Empoderamento Feminino.

Abstract: Leadership is very important and involves various types of power, authority and personal characteristics, being challenging.

For some writers, leadership is the personality resolution of each individual, some describe that leadership helps in their understanding, and others constitute according to the environment in which they are.

For great leadership it is necessary that the leader has technical knowledge of their area of activity, organizational processes and strategies so that their choices are positive.

Keywords: Female leadership; Women; labour market; woman's power; female empowerment.

INTRODUÇÃO

A liderança nas organizações é muito importante, envolve vários tipos de poder, autoridade e características. É a definição do perfil de cada pessoa, uns definem que o estilo de liderança auxilia na sua definição e outros, baseiam conforme o ambiente em que está. Para uma boa liderança é necessário que o líder tenha domínio da sua área de atuação, processos organizacionais e estratégias para que suas decisões sejam positivas.

As mulheres dentro do mercado de trabalho, estão ocupando cargos de liderança, traçando seus conceitos e definições. Se por um lado, as mulheres estão ocupando cada vez mais espaço, por outro, existe muito desvalorização e preconceito em relação à mulher ocupar um cargo como esse. As pessoas não comentam sobre o assunto, pois ainda existem muitos tabus em relação a isso. Não seria um problema, mas sim uma série de acontecimentos vivenciados pelos integrantes do trabalho. E que seria na questão do preconceito e injustiça, sofridos dia a dia pelas mulheres, que é presenciado por terceiros, e na maioria das vezes é "passado em branco".

Tal atitude que é bem mais frequente, quando se trata do ambiente corporativo, mercado de trabalho e posição social.

O intuito deste trabalho é mostrar a importância da mulher de uma forma geral, no mercado de trabalho, tanto para a sociedade e principalmente nos ambientes corporativos do país.

O objetivo do trabalho é realizar um estudo a respeito da liderança feminina, analisar a inserção da mulher no ambiente organizacional e sua evolução no mercado de trabalho. Identificar as dificuldades e desafios do contexto que envolvem a liderança feminina e o seu impacto na gestão das empresas. Mostrar que a mulher pode sim ocupar cargos de liderança nas organizações.

É possível identificar que as transformações e as melhorias na sociedade e no mercado de trabalho vem acontecendo. Tornar uma mulher líder deixa a sociedade mais justa e menos preconceituosa, com a aceitação de qualquer diferença.

METODOLOGIA

Para o trabalho a metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica que constitui em um processo de levantamento, análise e descrição de publicações científicas de uma determinada área do conhecimento. Ela também é chamada de revisão de literatura, referencial teórico ou fundamentação teórica.

1. A MULHER NO MERCADO CORPORATIVO: HISTÓRIA

Hoje em dia as mulheres fazem parte de diversos cargos nas corporações, entretanto não foi desta forma. O realce da mulher no ambiente de trabalho teve início com as Guerras Mundiais (1914-1918 e 1939-1945) pois seus maridos iam para as batalhas e esposas tiveram que assumir a frente dos investimentos industriais e familiares.

Desde então, as mulheres tiveram o pensamento de ter que se afastarem de suas residências e de seus filhos, para levarem a diante os projetos e o trabalho de seus maridos.

[...] As que ficavam viúvas e eram de uma elite empobrecida, e precisavam se virar para se sustentar e aos filhos, faziam doces por encomenda, arranjo de flores, bordados e crivos, davam aulas de piano, etc. Mas além de pouco valorizadas, essas atividades eram mal vistas pela sociedade. (PROBST, 2003, p. 1).

O trabalho começou ser a principal fonte de renda para a família, contudo isso auxiliou para o inserimento da mulher nas corporações, trazendo situações benéficas tais como: independência financeira, oportunidades profissionais dentre outras.

No período da Revolução Industrial no século XIX, o público feminino iniciou seu trabalho dentro das fábricas, o que acarretou diversas mudanças do trabalho feminino.

No início, quando as mulheres começaram a conquistar seu espaço, porém ainda passavam e passam por circunstâncias desconfortáveis tais como; preconceito, mesmo que hoje realizando as mesmas atividades que os homens. Portanto as mulheres mesmo contribuindo em tantos pontos, tendo que conciliar o trabalho, estudos, família, cuidar da casa e filhos ainda não tem o total reconhecimento que deveria ser dado a elas.

1.1 A CONTRIBUIÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

No passado o gênero feminino sempre foi visto como do lar, organizando os assuntos da casa e cuidando de seus filhos, com o passar dos anos esse ponto de vista foi mudando.

Como afirma Kanan:

Com a industrialização e consolidação do sistema capitalista – desobedecendo à prática sociocultural de submissão ao homem e em um processo de reflexão sobre sua identidade social que, até então, atendia às práticas sociais e ao imperativo que privilegiam o papel de mãe, esposa e dona de casa –, como é comum aos processos evolutivos, a mulher passou a questionar sua posição, seu papel, sua identidade e sua suposta fragilidade. KANAN (2010, p. 243-257)

Com isso, elas começaram a perceber que seu lugar não era apenas de cuidar dos assuntos do lar de uma forma geral. Mas também marcar presença em quaisquer posições no mercado de trabalho.

Mesmo realizando cursos profissionalizantes e ou capacitam-te para tentar alcançar uma vaga no mercado de trabalho e tentar alcançar uma igualdade, que infelizmente continuam a sofrer preconceito e ou discriminação principalmente voltada na área de tecnologia e pesquisa.

Mesmo com a alta especialização da mulher para seguir carreira, é estimado que elas ganhem 60 e ou 80% menos que o público masculino.

Conclui-se que ainda existe uma visão equivocada da questão salarial, pois se elas se preparam e se qualificam igualmente os homens deveriam ganhar um

salário no mínimo equivalente ao cargo que foi exercido, as empresas têm que ter uma visão mais ampla nesse aspecto para diminuir essa desigualdade.

1.2 A MULHER AJUDANDO NA COMPLEMENTAÇÃO DA RENDA FAMILIAR

De acordo com pesquisas realizadas por instituições do Governo Federal, foi apontado uma grande evolução da participação da mulher nos processos produtivos de centros urbanos, desde (1998 a 2004), não somente pela participação delas, quanto as dificuldades de ocupação e de salário. A partir desta pesquisa, foi possível visualizar a importância de sua colaboração para a família e seu rendimento.

Baseado em pesquisas, a alta frequência do público feminino no mercado de trabalho em organizações com baixo crescimento financeiro, acarretou poucas oportunidades de emprego para suprir um alto número de trabalhadoras, que houve um aumento referente ao desemprego e de informalidade, e com isso expostas a vulnerabilidade e ausência de quaisquer meios de segurança e de direitos. Coisa mais frequente quando citamos os empregos de domésticas.

Segundo Garcia:

Pode-se notar uma tendência geral, em todos os tipos de família, do crescimento da participação da mulher entre os ocupados da família e a redução do peso do chefe masculino, exceto no caso das famílias na etapa da "velhice" no ciclo de vida familiar com filhos residentes. O peso do chefe entre os ocupados da família aumenta, por sua vez, na família da chefe feminina sem cônjuge. (GARCIA; CONFORTO, 2004, P.10).

Conforme análise de alguns estudiosos, o lançamento repentino da mulher no mercado de trabalho gerou diversas alterações referentes nas características do trabalho propriamente dito, quanto em sua posição familiar. O número de famílias chefiadas por mulheres, vem aumentando sensivelmente nas últimas duas décadas.

2. EMPODERAMENTO FEMININO

Há tempos a participação das mulheres no mercado de trabalho foram se alternando. Por seus direitos conquistados e pelas necessidades que foram aparecendo ao longo do tempo.

“Para Baqueiro:

A palavra empoderamento veio do vocabulário inglês do termo empowerment, esse ou grupos poderem decidir sobre as questões do seu interesse. Esse princípio originou-se na vocabulário foi utilizado em países de língua inglesa principalmente nos EUA. O significado é quase o mesmo de autonomia, referindo-se à capacidade do indivíduo reforma protestante, a partir das lutas pelos direitos sociais de movimentos feministas, essencialmente nos países desenvolvidos por volta dos séculos XX. (BAQUEIRO, 2012)

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), em 2010, sabe-se que o empoderamento feminino as mulheres conseguiram muitos direitos, aliás estão conseguindo mudar a mentalidade da sociedade em relação ao assunto, no entanto há muita coisa para ser feita, pois infelizmente existe muita desigualdade de gênero e comportamentos de inferioridade em relação as mulheres.

Em cargos de liderança, uma vez que as mulheres se encontram em crescimento. Nesta questão, de acordo com a pesquisa do “IBGE (2016), 60,9% dos cargos gerenciados (públicos ou privados) eram ocupados por homens enquanto apenas 39,1% pelas mulheres. Portanto, pode-se dizer que o empoderamento feminino na liderança, no Brasil, é um fator de crescente representação no país porque mesmo o país estando na 90ª posição do ranking mundial”.

De acordo com a ONU (2022) com o intuito de estimular à carreira e o movimento feminino no mercado de trabalho mundial, a ONU tem uma tendencia voltada só para as mulheres que se chama ONU Mulheres. Esta organização junto com o Pacto Global criou “Os Princípios de Empoderamento das Mulheres”. No Brasil existem embaixadoras da ONU Mulheres como Camila Pitanga, Juliana Paes, Taís Araújo e a escritora Kenia Maria. Os princípios são:

1. Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível.
2. Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não discriminação.
3. Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa.
4. Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres.
5. Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing.
6. Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social.

7. Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero. (ONU, 2010, s.n.)

Com tudo isso o empoderamento feminino busca o direito das mulheres, a igualdade de gênero tanto para as atividades sociais quanto políticas e econômico.

3. PODER E LIDERANÇA

Liderança é um conceito que é pesquisado há muito tempo e está associado em grande parte à liderança empresarial. Liderar é saber usar dos incentivos para obter motivação, é conhecer a motivação humana e saber guiar as pessoas. Em todas as organizações é necessário o uso da liderança para ajudar a empresa a atingir as metas propostas. Tudo isso só acontece com as escolhas certas e a liderança é necessária para tomar as decisões.

Um bom líder vê que o conhecimento está nas pessoas e é tarefa dele saber aproveitar todo esse conhecimento. Cabe a liderança anotar, organizar e extrair o melhor das pessoas, para que todo o grupo possa ser beneficiado.

Existem muitas outras definições do que é liderança. Como por exemplo, Cavalcanti; Carpilovsky e Lund (2006, p. 37-38) tem mais de uma definição:

Liderança é o processo de influenciar as atividades de um grupo organizado em direção à realização de um objetivo.

Liderança é o processo de dar propósito (direção significativa) ao esforço coletivo e provocar o desejo de despender este esforço para se atingir o objetivo.

Liderança é o que dá a uma organização sua visão e capacidade para transformar essa visão em realidade.

Liderança é influência pessoal, exercida em uma situação e dirigida através do processo de comunicação, no sentido do atingimento de um objetivo específico ou objetivos. Cavalcanti; Carpilovsky e Lund (2006, p. 37-38)

Portanto, o principal objetivo da liderança continua o mesmo, conquistar os objetivos com excelência, atingir resultados e agradar os clientes, fazendo com que as empresas cresçam cada vez mais. Pode-se perceber que com a participação dos colaboradores na tomada de decisões, acontece o aumento da união da equipe, estarão mais motivados, se sentindo mais valorizados e com isso vão querer fazer o seu melhor dentro das empresas.

3.1 REQUISITOS PARA SER UM BOM LIDER

Não há nenhum tipo de fórmula para ser um bom líder, mas tem muitos jeitos de conseguir alcançar essa função. Tem pessoas que nascem líderes e tem outras que aprendem a ser um líder ao longo do tempo. Segundo Charan (2008, p.2) observa-se que:

A liderança é desenvolvida pela prática e autocorreção. As pessoas que apresentam o talento para a liderança devem desenvolvê-lo. Seu crescimento é acelerado quando cada novo trabalho lhes permite desenvolver suas competências essenciais e adquirir novas e quando o feedback é oportuno e preciso. A prática repetida das habilidades essenciais aguça o senso crítico e abre caminho para novos modos inovadores de liderar. CHARAN (2008, p.2)

Algumas pessoas já nascem com as habilidades bem desenvolvidas, mas isso não é o suficiente para que elas se tornem líderes. Além de suas características é necessário treinamento para colocar em pratica os talentos e as habilidades já adquiridas. A formação de um bom líder não é feita de uma hora para outra, pode levar até anos para se chegar ao nível desejado. Com isso as organizações devem ajudar esses futuros líderes, pois trarão mais lucratividade e resultados para eles, sendo uma troca.

3.2 O PODER NAS ORGANIZAÇÕES

O conceito da palavra poder é a capacidade que o indivíduo, ou líder, tem de mudar no comportamento dos outros membros da empresa, a fim de fazer com que sejam realizadas todas as tarefas.

Nesse trecho French e Raven (apud CHIAVENATO, 2003, p. 304) descrevem seis tipos de poder diferentes:

Poder Coercitivo – É o poder baseado no temor e na coerção. O liderado percebe que o fracasso em atender as exigências do líder poderá levá-lo a sofrer algum tipo de punição ou penalidade que ele quer evitar. **Poder Recompensa** – É o poder que se apoia na esperança de alguma recompensa, incentivo, elogio ou reconhecimento que a liderada espera obter. **Poder Legitimado** – É o poder que decorre do cargo ou da posição ocupada pelo indivíduo no grupo ou na hierarquia organizacional. Em uma organização formal, o supervisor de primeira linha é percebido como alguém que tem mais poder do que os operários, o gerente tem mais poder que o supervisor, e o diretor têm mais poder que o gerente. É a nivelção hierárquica que estabelece os escalões da autoridade dentro da organização. **Poder Competência** – É o poder baseado na especialidade, no talento, na competência, na experiência ou no conhecimento técnico da pessoa. É também chamado de poder de perícia. Os liderados percebem o líder como alguém que possui

certas competências que excedem os seus próprios conhecimentos ou conceitos. **Poder de Referência** – É o poder baseado na atuação e no apelo. O líder que é admirado por certos traços de personalidade desejáveis, possui poder referencial. Popularmente conhecido como carisma. O poder de referência emana da admiração e do desejo de se parecer como o líder. **Poder de Informação** – Este poder emana do acesso e do controle sobre as informações. (CHIAVENATO, 2003, p. 304)

Pode-se perceber que todos esses tipos de poder podem influenciar diretamente nas tomadas de decisões dentro das empresas. O poder pode ser representado de diferentes formas nas organizações, alguns exemplos são pela razão, coalizão, afirmação, superior e autoridade, são algumas táticas que os líderes usam para influenciar seus liderados. Portanto todo líder utiliza estratégias de poder, para fazer com que as tarefas da empresa sejam feitas corretamente e que tenha os resultados desejados.

4. O PODER DAS MULHERES

Com o decorrer do tempo a entrada das mulheres no mercado de trabalho e nos cargos de liderança, o modelo de líder foi sendo acrescentado. Mesmo tendo entrado neste mundo a pouco tempo muitas mulheres trazem contribuições significativas para as organizações. Características como sensibilidade, intuição, capacidade de trabalhar em equipe, além de falar mais “nós” do que “eu” são atribuições do estilo feminino de liderança.

As mulheres têm se destacado cada vez mais em cargos de líder, pois, parecem ter uma visão mais global, podendo assim auxiliar os membros da equipe e empregados. Talvez as mulheres lidem com as pessoas com mais compaixão nas relações humanas. Como descreve Chiavenato (2007, p. 161) no trecho:

Nenhuma empresa consegue funcionar sem as pessoas. Mais do que isso: são as pessoas que proporcionam a excelência, a qualidade, a produtividade e a competitividade da empresa. Daí a sua importância vital para o sucesso do negócio. Além disso, convém não esquecer que o cliente avalia a sua empresa e o seu produto pelas pessoas que o servem e o atendem. (CHIAVENATO, 2007, p.161).

Desta forma, elas têm se capacitado cada vez mais no mercado de trabalho, com pessoas bem capacitadas e treinadas, todos os tipos de negócio irão apresentar os resultados aguardados e a satisfação dos clientes. Também é essencial ter

uma atenção com a questão do futuro das empresas no mercado de trabalho, desde a contratação, promoção e o crescimento profissional, onde deve haver a igualdade entre mulheres e homens. Essa questão da igualdade deve ser cumprida na prática e não ficar apenas na teoria.

4.1 A LIDERANÇA NAS MÍDIAS E A INFLUÊNCIA NO CONSUMO

Mais da metade da população do mundo é representada por mulheres. Mais de 80% das decisões de consumo são responsáveis por mulheres. Elas influenciam o que as famílias, os homens e as corporações compram.

A cultura do consumo tem reforçado cada vez mais o corpo feminino esbelto, sinônimo de poder e beleza. Para a sociedade uma das tarefas femininas é ser atraente, com isso, lojas de maquiagem, roupas e cosméticos tem se interessado na imagem feminina.

Dessa forma é importante empresas se antenarem cada vez mais no que as mulheres querem. Pessoas e marcas têm que colocar a influência feminina como aliada no processo de compra e venda.

Com isso é possível compreender que a mulher é significativamente responsável pelo consumo no mundo, inclusive em empresas que são ligadas no marketing feminino, ficando claro o seu poder nas mídias de consumo.

4.2 MULHERES DE SUCESSO

Em 1990 houve uma grande mudança nos valores sociais femininos, quando ocorreu um significativo aumento da mulher no mercado de trabalho.

Segundo Andrade (2010, p. 1) “No período compreendido entre 1993 e 2005, por exemplo, temos um registro de aumento de 28 para 41,7 milhões de mulheres no mercado de trabalho formal”. Ainda no mesmo período é evidenciado outras mudanças, como a mudança do que é sucesso e do que é realização pessoal, assim, o trabalho e a liderança feminina tornam-se relevante na identidade da mulher.

De acordo com o site forbes.com.br:

As mulheres da 15ª lista anual de Mulheres Mais Poderosas da FORBES representam a liderança feminina em seis categorias: líderes empresariais, empreendedoras, investidoras, cientistas, filantropas e CEOs. 29 países estão representados, incluindo quatro novos: Holanda, Etiópia, Indonésia e Servia. Há 13 líderes mundiais e uma monarca, a Rainha Elizabeth (nº 26) que também é a mulher mais velha da lista. No total, 20% é de recém-chegadas. Existem 13 fundadoras, 26 CEOs (cinco dos quais também são fundadoras), cinco CFOs e três COOs. Juntas, elas exercem influência sobre mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo e controlam ou influenciam quase US\$ 2 trilhões em receitas. (FORBES, 2018).

Estas mulheres estão cada vez mais inventando soluções para problemas do mundo e deixando sua marca. As figuras femininas da 15ª lista são consideradas as mais inteligentes e “duronas” no mundo.

Algumas delas são: Theresa May, primeira-ministra do Reino Unido, que fez uma turnê nacional para apoiar o Brexit, que diminuiu a Grã-Bretanha. Christina Lagarde, diretora do FMI, ela pediu aos governos que evitassem o protecionismo, acrescentando que não há vencedores em uma guerra comercial global. Abigail Johnson, presidente e CEO da Fidelity Investments, onde a Fidelity é o quarto maior gestor de ativos do mundo, mas Abigail, uma administradora com MBA em Harvard que ingressou na Fidelity como analista em 1988, deve executar um complicado equilíbrio para proteger suas margens e participações de mercado. Susan Wojcicki, CEO do YouTube, de acordo com ela, a chave para melhorar a diversidade é promover grupos liderados por funcionários dentro de uma organização, como mulheres e grupos étnicos, e garantir que eles tenham apoio. Cristina Junqueira, uma das fundadoras do Banco Nubank e a atual CEO da empresa. E Melinda Gates, que é copresidente da Fundação Bill e Melinda Gate. (FORBES, 2018).

Com isso, compreende-se que as mulheres têm capacidade suficiente para atuar em qualquer área no mercado de trabalho, se superando cada vez mais, conquistando o seu espaço e alcançando cargos de liderança dentro das empresas com muito prestígio e sucesso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No trabalho presente notasse que, mesmo que as mulheres tenham conquistado o seu espaço, ao longo de décadas, não apenas no mercado de trabalho, mas também em participações sociais e na política, existe ainda episódios que impedem a sua participação e colaboração como a dos homens. Fatos históricos,

culturais e até religiosos induzem o posicionamento das mulheres na sociedade. O motivo de a mulher servir somente a família e as tarefas domésticas do lar e ser geradora de vidas, por exemplo. Então a mulher não possui seu espaço, apenas uma parte dele, e através da sua luta constante pelos seus direitos ela tenta conquistar todo esse espaço, lutando por mais cargos na sociedade e influenciando as mulheres diretamente e indiretamente nas situações de trabalho igualitário ao sexo masculino.

Foi mostrado casos em que as mulheres foram aptas para serem independentes ou possuir cargos elevados por seu mérito, mesmo com muito esforço e passando por diversos preconceitos por sua índole. Foi citado exemplo de mulheres poderosas e de suma importância no mundo, fontes e pesquisas nos relatam que elas são minorias na sociedade, de acordo com a ONU (organização das nações unidas) o Brasil e o 7 país com maior desigualdade social no mundo. Encerramos esse trabalho com uma frase da empresária brasileira Luiza Helena Trajano fundadora da loja bilionária varejista Magazine Luiza “é preciso sonhar grande, mas sempre agindo com os pés no chão, dentro de suas possibilidades. É preciso acreditar no potencial humano e na capacidade das pessoas, sem nunca deixar de sonhar”.

Assim, cabe as mulheres continuarem o processo na luta da sua igualdade de gênero e seus direitos e também as organizações espalharem uma cultura que consiga corrigir as falhas que existe, para acabar com todo tipo de preconceito.

REFERÊNCIAS

BAQUEIRO, R.V.A. Empoderamento: Instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. Revista Debates, v. 6, n.1 p. 173-187, 2012. Acesso em: 27. set. 2022.

CAVALCANTI, Vera Lucia dos Santos; CARPILOVSKY, Marcelo; LUND, Myriam. Liderança e Motivação. (Reimpressão). Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CHARAN, Ram. O líder criador de líderes, a gestão de talentos para garantir o futuro e a sucessão. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=fTuJDmGxouwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Requisitos+para+ser+um+bom+l%C3%ADder&ots=x7MEaoGiH0&sig=M3c31C3PqkI3fNzAuc0JK4Zb7O0#v=onepage&q&f=true>>. Rio de Janeiro: Editora Elsevier Ltda, 2008. Acesso em: 25.out. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto, 1936. Administração de empresas: uma abordagem contingencial. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral de Administração. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FORBES. 10 mulheres mais poderosas do mundo de 2018. Forbes.com.br, 2018. Disponível em: <forbes.com.br/listas/2018/12/10-mulheres-mais-poderosas-do-mundo-de2018/#foto1> Acesso em: 17 de out. 2022.

GARCIA, Lucia Dos Santos; CONFORTO, Ecléia. A inserção feminina no mercado de trabalho urbano brasileiro e renda Familiar, 2004. Disponível em: <cdn.fee.tche.br/jornadas/2/H7-03.pdf>. Acesso em: 02 de out. 2022.

IBGE. Estatísticas de gênero: responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho. Brasília: Agência IBGE, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-denoticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afetainsercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho.html> Acesso em: 16. out. 2022.

KANAN, Lilia Aparecida. Poder e liderança de mulheres nas organizações de trabalho. Revista O&S, v.17 - n.53, 2010. p. 243-257. Acesso em: 02 de out. 2022.

ONU Mulheres. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-deempoderamento-das-mulheres/>> Acesso em: 11. out. 2022.

PROBST, E.R. A Evolução da mulher no mercado de trabalho. Disponível em:<<http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em: 25 de set. 2022.