

A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DO RAMO METAL MECÂNICO

Manoela Pinto Geiss¹
Sabrina Beatriz Rodrigues²
Liliana Gessi³

RESUMO

O presente trabalho traz como tema a inserção da mulher no mercado de trabalho: um estudo de caso em uma indústria do ramo metal mecânico, realizado em uma multinacional que se localiza no noroeste do Rio Grande do Sul. Busca-se entender e responder a problemática: de que forma projetos desenvolvidos nas organizações, que visam o crescimento pessoal e profissional feminino, podem agregar a carreira das mulheres? Tendo como objetivo geral, compreender em que medida o programa de inserção da mulher ao mercado de trabalho contribui para a evolução das mulheres em sua trajetória. O referencial teórico aborda os temas de fundamentação histórica da evolução feminina, as mulheres no mercado de trabalho, liderança feminina e projetos voltados a inserção da mulher no mercado de trabalho. Categoriza-se como pesquisa aplicada, qualitativa e quantitativa, pesquisa exploratória, descritiva e explicativa. Percebe-se, que as funcionárias estão em sua grande maioria, satisfeitas com os programas oferecidos pela empresa, que visam o desenvolvimento feminino no ambiente organizacional, e também identificou-se alguns pontos que possuem oportunidades de melhoria, por exemplo o aspecto da realização de feedback honesto e sincero, e ainda, trabalhar o equilíbrio da vida pessoal e profissional, ao assumir um cargo de liderança.

Palavras chave: Liderança – Mulher - Projetos – Organização.

ABSTRACT

The present work has as its theme the insertion of women in the labor market: a case study in an industry of the metal mechanic branch, carried out in a multinational that is located in the northwest of Rio Grande do Sul. Seeking to understand and answer a problem: how can the projects involved in the activities, which aim at women's personal and professional growth, add a women's career? With the general objective, understand to what extent or program of insertion of women in the labor market contributes to the evolution of women in their trajectory. The theoretical framework

¹Acadêmica do curso de Administração. Faculdades Integradas Machado de Assis. manoela.geiss@hotmail.com

²Acadêmica do curso de Administração. Faculdades Integradas Machado de Assis. sabri.beatriz@yahoo.com.br

³Especialista em Gestão de Pessoas e Gestão Empresarial. Professora. Faculdades Integradas Machado de Assis. liliana@fema.com.br

addresses the themes of historical foundation of female evolution, such as women in the labor market, female leadership and projects aimed at the insertion of women in the labor market. Categories such as applied, qualitative and quantitative research, exploratory, descriptive and explanatory research. It is noticed that the functions are in their great majority, satisfy the programs offered by the company, that aim or develop the female environment in the organizational environment, and also identify some points that offers opportunities for improvement, for example, the aspect of the execution of honest and sincere feedback, and yet, work or balance personal and professional life, take on a leadership load.

Keywords: Leadership - Women - Projects - Organization.

INTRODUÇÃO

O presente artigo traz como tema a inserção da mulher no mercado de trabalho: Um estudo de caso em uma indústria do ramo metal mecânico, realizado em uma multinacional localizada no noroeste do Rio Grande do Sul.

As mulheres em geral passam por dificuldades de inserção no mercado de trabalho, ou no crescimento de sua carreira, seja pelo preconceito, perante força física, capacidades técnicas ou pelo fato de necessitar afastamento do trabalho em alguns momentos para cuidar da família. Para que o número de mulheres em cargos de liderança tenha mais representatividade em ambientes organizacionais, busca-se entender e responder a seguinte pergunta: de que forma projetos desenvolvidos nas organizações, que visam o crescimento pessoal e profissional feminino, podem agregar a carreira das mulheres?

O objetivo geral deste artigo é compreender em que medida programas de inserção da mulher ao mercado de trabalho contribui para a evolução feminina em sua trajetória pessoal e profissional. Assim os objetivos específicos desse trabalho são: Conhecer os programas que a empresa utiliza, voltados para a evolução da mulher na organização; identificar o nível de satisfação das lideranças femininas em relação aos programas, a fim de compreender os impactos na carreira das mesmas; verificar a aplicabilidade das ações dentro de outras organizações, e quais os impactos gerados pelos programas.

A metodologia do presente trabalho é composta pela categorização da pesquisa, geração de dados, análise e interpretação de dados, e categoriza-se como pesquisa aplicada, qualitativa e quantitativa, pesquisa exploratória e descritiva explicativa. Utilizando-se de autores como: Sandberg, Stawinski e From e Fonseca,

para embasamento teórico. O estudo é subdividido nas seguintes seções: referencial teórico, metodologia, análise de dados e por fim, conclusão.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente artigo descreve os seguintes títulos: Fundamentação histórica da evolução feminina, as mulheres no mercado de trabalho, liderança feminina e projetos desenvolvidos nas organizações, visando o crescimento feminino.

1.1 FUNDAMENTAÇÃO HISTÓRICA DA EVOLUÇÃO FEMININA

O desenvolvimento feminino perante a sociedade, apresenta grande histórico evolutivo, a seguir serão apresentados os pensamentos de alguns autores que se referem a esses processos.

Segundo Zernan, percebe-se que a divisão sexual do trabalho levou à domesticação e à civilização, desenvolvendo o sistema globalizado de dominação atual. Também pode-se visualizar que, a divisão sexual do trabalho, foi o que deu início ao pensamento que temos hoje sobre gênero (ZERNAN, 2011).

Para Gomes antigamente as tarefas domésticas eram atribuídas apenas para as mulheres, este papel passou a ser conhecido como um aspecto da natureza feminina, e também a divisão entre as tarefas do homem e da mulher. O resultado desta divisão impactou durante muito tempo na vida da mulher, além de influenciar no nivelamento no momento de ingressar no mercado de trabalho (GOMES, 2005).

Conforme Schlickmann e Pizarro a primeira e segunda guerra mundial, tiveram grande importância nas conquistas femininas, pois grande parte dos homens estavam na guerra, e muitos acabavam por não retornar a seus lares. Desta forma a capacidade, força e determinação da mulher, tornou-se mais visível pelos homens, já que passaram a realizar as tarefas que antes eram feitas pelos seus maridos e filhos (SCHLICKMANN; PIZARRO, 2013). Segundo Sandberg:

O avanço na carreira muitas vezes depende de assumir riscos e defender a própria posição — traços que as moças são desestimuladas a mostrar. Isso talvez explique por que as conquistas acadêmicas das jovens ainda não se traduziram num aumento significativo de mulheres em cargos de alto nível. O canal que abastece o mercado de trabalho qualificado está entupido de mulheres no nível da entrada, mas, quando esse mesmo canal abastece as

posições de chefia, há um predomínio esmagador de homens (SANDBERG, 2013, p.17).

A mudança do pensamento que se refere ao papel de homem e mulher, vem se moldando com o passar dos anos, o que anteriormente não seria aceito, hoje já se consegue ver de forma parcialmente livre na sociedade. Atualmente existem mulheres trabalhando em áreas como engenharia, linha de produção e muitos outros setores em que há alguns anos atrás, eram exclusivamente preenchidos pela mão de obra masculina.

1.2 AS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO

A evolução da mulher no mercado de trabalho, é afetada por fatores sociais, e necessita de atenção para agilizar o processo de inserção de um maior número de mulheres em cargos mais altos nas organizações. E para entender melhor as relações entre a formação do pensamento social perante a mulher, e a dificuldade que as mesmas encontram no meio organizacional, apresenta-se o pensamento de alguns autores, a fim de auxiliar no entendimento do assunto.

Para Azevedo, o nível de instrução influencia diretamente a mulher no meio organizacional, já para os homens o impacto da educação é muito menor. A educação feminina, pode então, ser considerada como um instrumento de importância para a equalização da participação e inserção da mulher no mercado de trabalho. Trazendo então a possibilidade de crescimento financeiro entre as mulheres que possuem maior conhecimento técnico (AZEVEDO, 2007).

De acordo com Silva, Carvalho e Silva, apesar de as mulheres buscarem se qualificar e se preparar acadêmica e profissionalmente para que consigam atingir cargos de liderança, muitas acabam não tendo oportunidades para essa realização profissional, já que o mercado de trabalho continua entregando maiores vantagens ao público masculino, o número de homens em cargos de chefia e lideranças, é muito mais elevado que o número de mulheres, isso se dá por conta da cultura na diferenciação entre gênero feminino e masculino (SILVA; CARVALHO; SILVA, 2017).

Para Baylão e Schettino, a diferenciação de entrada ao mercado de trabalho geralmente se dá por conta da produtividade de cada trabalhador. Dessa forma, os trabalhadores que possuem maior experiência e instrução costumam ocupar os cargos mais altos nas organizações. Quando comparado a diferenciação entre os

gêneros de homem-mulher, não existe uma grande diferença quanto a experiência. As mulheres representam a maioria quando se refere a escolaridade e informação, porém os homens ainda assim ocupam os maiores cargos (BAYLÃO; SCHETTINO, 2014).

Segundo Sandberg além das barreiras criadas pela sociedade, as mulheres também sofrem com suas próprias barreiras psicológicas, a mulher acaba se limitando em diversas maneiras, sejam elas grandes ou pequenas, às vezes por falta de confiança, por falta de poder, e muitas vezes por desistir facilmente quando deparado a dificuldades. Absorvendo as negatividades que se escutam ao decorrer da vida, o que acarreta na diminuição das expectativas do que a mulher é capaz de realizar. Assim a mulher continua a cumprir seu papel doméstico, comprometendo metas pessoais para dar espaço ao cuidado com a família (SANDBERG, 2013).

Para Metz a presença feminina em cargos de liderança, é de extrema importância e deve ser utilizado como uma estratégia na competitividade organizacional, pois o cuidado com os outros, é uma característica inata da mulher, que junto com a inovação e cooperação, os relacionamentos participativos são ideais para o perfil de um líder (METZ, 2014).

Ainda Stawinski e From afirmam que ser líder exige ter responsabilidade, eficiência e agir com serenidade. As mulheres facilmente possuem esses atributos, devido ao preconceito existente na sociedade que exige um esforço maior, para conquistar respeito em um cargo de liderança (STAWINSKI; FROM, 2016).

Para Stawinski e From, nas organizações a mulher se destaca em cargos mais altos como os de liderança, devido a suas habilidades, como zelo, a capacidade de compreender o problema dos outros e tentar ajudar, capacidade de raciocínio e poder de decisão, capacidade de adaptação em momentos de crise ou dificuldade, flexibilidade e sensibilidade, sem que esse atributo seja confundido com fraqueza. (STAWINSKI; FROM, 2016). De acordo com Silva:

Em um ambiente contemporâneo e com tantas inovações, as mulheres ainda enfrentam diferenciações quanto ao gênero, ocupando os mesmos cargos e posições que os homens e recebendo salários menores. Muitas vezes, são vistas como o “sexo frágil”. Por outro lado, as mulheres não se vêem como frágeis, e não têm medo de liderar ou tomar alguma decisão; possuem a razão e a emoção, muitas atuam ajudando o colaborador, mas destacam que eles sabem até onde pode chegar, o que são tarefas do líder e dos liderados (SILVA, 2017, p.67).

O crescimento da mulher no mercado de trabalho, ou nas organizações, não possui apenas um único impasse, muitas vezes a questão de conhecimento, técnico ou operacional, não é o principal motivo para a desqualificação da mulher em uma seleção. Dentre esses motivos estão ligados muitos preconceitos, que normalmente se relacionam a força física, ao pensamento de que a mulher é capaz apenas de cuidar do seu lar, ou até mesmo de que a mulher terá de se ausentar do trabalho para cuidar da família, prejudicando-a perante uma seleção de emprego.

Porem com organizações cada vez mais competitivas, a presença de lideranças femininas, vem para agregar o crescimento destas, trazendo muitos benefícios, como a inovação e a rápida adaptação a mudanças, a forma que a mulher líder se engaja com sua equipe é fundamental para o crescimento dos funcionários e da empresa.

1.3 LIDERANÇA FEMININA

Liderança é a orientação de um grupo para alcançar objetivos e resultados, um líder pode ter objetivos próprios, mas depende de outros para realizá-los, por isso um líder sem equipe, não existe. A liderança feminina nos dias atuais é vista como uma estratégia competitiva, devido a mulher trazer um diferencial na forma de liderar, com habilidades que tornam a equipe unida e eficiente, com ótimos resultado.

Portanto Fonseca relata que nas empresas a mulher terá cada vez mais excelência estratégica, pois trabalham facilmente com a diversidade e multifunções, valorizam o trabalho em equipe, são persistente e firmes, não são imediatistas e por isso possuem um raciocínio a longo prazo, se adaptam muito bem em tempos de escassez, e ainda possuem melhor abertura e flexibilidade (FONSECA, 2013).

De acordo com Kanan a não aceitação pelo gênero masculino das mulheres em cargos de liderança, faz com que ela traga uma nova proposta de liderança, não a de ter o poder unicamente em suas mãos, de forma autoritária e opressora, mas sim um poder compartilhado e democrático. Devido a esse aumento das mulheres como executivas e com o novo conceito de liderar, as particularidades da liderança feminina passam por discussões e começam a produzir resultados (KANAN, 2010).

Conforme Munhoz uma das razões para um empreendedorismo de sucesso está ligada ao conhecimento do estilo de liderança feminina, pois possuem um desenvolvimento único de administração, devido a suas características serem fruto de

um aprendizado desde a infância sobre valores, comportamentos e interesses voltados mais para a cooperação e relacionamentos. Ainda pode-se dizer que a liderança lado a lado feminina e masculina, poderá promover uma melhor tomada de decisões, maior relacionamento da equipe e uma cultura organizacional que respeita a diversificação (MUNHOZ, 2000).

Por sua vez, um líder deve aproveitar a sua capacidade ao máximo, Chiavenato entende que:

As pessoas com maior chance de sucesso profissional são aquelas que tomam a iniciativa e desenvolvem suas habilidades e competências para construir sua carreira em consonância com a direção seguida pelo mercado em geral, e pela sua organização ou empresa em particular (CHIAVENATO, 2012, p.16).

Para Fonseca, com um novo mundo de negócios as organizações buscam maior competitividade no mercado e as mulheres estão a frente para melhor enfrentar esses novos desafios, pois ainda existe diferença na habilidade de liderar entre homens e mulheres, mas elas estão mais preparadas para exercer o cargo, devido a capacidade e intuição de resolver conflitos, e a flexibilidade na hora de tomadas de decisões (FONSECA, 2013).

Por conta de maior participação das mulheres em empresas, além dos cargos de liderança, as organizações buscaram investir em benefícios voltados para a família, como planos de saúde, creche e horários flexíveis. A importância do papel das mulheres em um mundo de globalização, reflete na forma de naturalmente se adaptar as mudanças, sempre buscando se preocupar com todos, sendo detalhista e atenciosa (FONSECA, 2013).

A nova gestão de liderança com mulheres e homens, busca trabalhar com flexibilidade, diversidades nas empresa e com uma liderança descentralizada onde não existe apenas um líder autoritário, mas sim vários líderes que irão nortear a empresa para alcançar seus objetivos da melhor forma possível.

1.4 PROJETOS VOLTADOS A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Os projetos realizados em ambientes organizacionais, são muito importantes para que as funcionárias se sintam motivadas e apoiadas a buscar seu desenvolvimento profissional.

Como exemplo, pode-se citar o projeto “Mulheres Mil”, que tem como objetivo promover a inclusão social e econômica de mulheres desfavorecidas no Nordeste e Norte do Brasil, através deste projeto as mulheres conseguem melhorar a sua mão de obra, conseqüentemente melhorar suas vidas, a vida de sua família e também da comunidade em que está inserida.

O projeto tem o propósito de auxiliar no desenvolvimento da competência da rede CEFET na região nordeste e norte brasileira, buscando desenvolver as técnicas e o currículo, oferecendo no período de quatro anos, a quantidade mínima de mil mulheres desfavorecidas, os serviços de acesos, capacitação e relações com o mercado de trabalho (ACCC/ SETEC-MEC, 2019).

O projeto “Conquistando Espaços: mulheres, arte, política e educação”, têm como objetivo aumentar o contato entre grupos acadêmicos com reciprocidade. Através do desenvolvimento de ações junto às mulheres que histórica e culturalmente são desprovidas de espaço para expressão. O Projeto é desenvolvido na Casa Chico Mendes e auxilia no processo de aprendizagem, de trocas, de conhecimentos, buscando desenvolvimento social e político das mulheres participantes de tal projeto o que acredita que também atingem de forma indireta a educação dos filhos destas mulheres (SILVEIRA; AZEVEDO; SPONCHIADO; DURAND, 2019).

Outro exemplo é o projeto “Meninas na Ciência”, que visa incentivar as meninas a seguir carreira no ramo da ciência e tecnologia, além de estimular as mulheres que já se encontram neste ramo, para que se tornem agentes no desenvolvimento científico e tecnológico no Brasil. A aplicação se dá por meio dos universitários com objetivo de trabalhar a ciência e a tecnologia através da astronomia, física e robótica as escolas públicas. Além disso o projeto também visa mostrar a importância do papel da mulher na sociedade, auxiliando a mudança de conceitos sobre o estereótipo de gênero (UFRGS, 2019).

Ao longo dos últimos anos, as organizações passaram a buscar formas de incentivar a diversidade e buscar um número maior da participação feminina no ambiente corporativo. Para auxiliar e agilizar nesta trajetória, foi desenvolvido o programa Movimento Mulher 360, no ano de 2011, para o empoderamento econômico feminino partindo de uma iniciativa do Walmart. No ano de 2015, o programa formado

por meio da união das organizações protagonistas do cenário empresarial brasileiro, obteve crescimento, ganhou força e passou a ser uma associação independente sem fins lucrativos,

O projeto continua ativo e vem abrangendo diversas empresas que optaram por se afiliar a este programa, tendo como sócio-fundadores as seguintes empresas: Bombril, Cargill, Coca-Cola, DelRio, Diageo, Johnson&Johnson, Natura, Nestlé, PepsiCo, Santander, Unilever e Walmart. (MOVIMENTO MULHER 360, 2019).

A licença maternidade é de extrema importância tanto na relação entre a mãe e o bebê, quanto para a recuperação da mulher no pós-parto. Porém a presença paterna nessa situação também tem grande importância, pois assim como a mãe o pai também deve criar vínculo com o filho e auxiliar nas atividades maternas para que a mulher não seja sobrecarregada em um momento de tantas descobertas e até mesmo inseguranças. Considerando essas necessidades a empresa Natura, possibilitou a extensão da licença paternidade dos seus funcionários para 40 dias (por lei a licença paternidade é de 20 dias), este benefício está disponível para todos os funcionários, seja para crianças adotadas ou casais homossexuais (HELENA, 2020).

A empresa Fini, realizou uma ação de endomarketing para o dia das mulheres no ano de 2018, desenvolvida pela io! Comunica, essa ação teve como tema “Quem você escolheu ser hoje?” Onde as colaboradoras da empresa Fini, ganharam uma carta que continha uma mensagem de empoderamento feminino, e um kit de pincéis para maquiagem, o que remetia a ideia de que a mulher tem escolha diária de ser quem ela quiser ser. A carta era composta por desenhos de mulheres com representatividade de diversas idades e profissões, não priorizando padrões e estilos (IOCOMUNICA, 2020).

Os projetos voltados a inclusão e capacitação da mulher, oferecem possibilidades de crescimento, tanto para a funcionária quanto para a organização, estas ações podem auxiliar o desenvolvimento hierárquico feminino na empresas, já que são um suporte para que a mulher possua mais visibilidade, e possa mostrar que são tão capacitadas e habilidosas quanto seus colegas de sexo masculino.

2. METODOLOGIA

A metodologia do presente trabalho é composta pela categorização da pesquisa, geração de dados e análise e interpretação de dados.

2.1 CATEGORIZAÇÃO DA PESQUISA

A categorização deste trabalho se dá através de pesquisa aplicada, pois foram aplicadas duas entrevistas em uma organização, as quais abordam o estudo dos dados de maneira qualitativa e quantitativa, já que através dos questionários pôde-se obter dados descritivos e também dados numéricos convertidos em porcentagem para melhor análise, quanto ao objetivo do presente trabalho, a pesquisa é exploratória, e auxiliou nas dúvidas que surgiram durante a criação do artigo além de suportar a construção dos conceitos, a pesquisa também tem características de forma descritiva e explicativa, pois foram utilizadas citações do referencial teórico para apresentar dados históricos e opiniões de diversos autores, referente à coleta dos dados ou procedimentos técnicos, esta se dá por meio de natureza bibliográfica e levantamento, pois foram utilizados livros e artigos para obtenção de referências bibliográficas.

2.2 GERAÇÃO DE DADOS

Para o levantamento das informações foram realizados dois questionários. O primeiro questionário foi realizado de forma descritiva, com objetivo de conhecer dados gerais sobre os projetos existentes na organização, e aplicado a gestora do projeto D&I (Diversidade e Inclusão) o qual foi encaminhado via E-mail no dia 29 de Maio de 2020 e retornado através da mesma plataforma no dia 09 de Junho de 2020. O segundo questionário contendo perguntas objetivas foi aplicado com onze mulheres líderes sendo que, atualmente a empresa possui um total de oitenta e três cargos de liderança que são assumidos por funcionários de ambos os sexos.

As entrevistadas atuam em cargos de liderança nas áreas de engenharia, administração, recursos humanos e comunicação. O segundo questionário teve objetivo de captar dados quantitativos referente a satisfação das mulheres líderes perante aos projetos desenvolvidos pela empresa que visam o desenvolvimento feminino.

2.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

A partir do levantamento de dados a pesquisa com a gestora dos projetos, e com as líderes foi descrita e comparada com o referencial teórico a fim de realizar ligação entre eles. Da mesma forma foi analisada a pesquisa realizada com a liderança, e os dados transformados em percentuais para melhor análise.

Após a finalização das análises foi disponibilizado para a empresa o presente trabalho, a fim de que, com base nos dados apresentados, a organização possa vir a realizar melhorias na aplicação de seus projetos.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base nos dois questionários aplicados, buscou-se responder a problemática deste artigo, o questionário aplicado com a gestora dos projetos de D&I (Diversidade e Inclusão) visou coletar dados gerais, para maior conhecimento e entendimento dos projetos realizados internamente na organização, já o questionário aplicado com as onze mulheres que encontram-se em cargos de liderança, buscou coletar o índice de satisfação perante aos projetos e os impactos que esses tem no crescimento profissional das entrevistadas. Ambos os questionários foram avaliados e comparados com o referencial teórico do presente trabalho, a fim de uma interpretação mais assertiva foram utilizados dados em forma descritiva e percentual.

3.1 PROGRAMAS UTILIZADOS PELA ORGANIZAÇÃO VISANDO O DESENVOLVIMENTO FEMININO.

Visando atender ao primeiro objetivo específico do estudo, realizou-se uma pesquisa com a gestora responsável pelos programas de diversidade e inclusão, ela atua há quinze anos na organização, encontra-se no cargo de gerente de engenharia de produto, já passou pelos cargos de engenheira júnior, engenheira de plantadeiras e supervisora de engenharia.

Quando questionada sobre quais projetos que visam o desenvolvimento feminino aplicados dentro da organização, a entrevistada respondeu que atualmente existe um grupo no time de diversidade e inclusão focado em ações para atrair, reter e desenvolver mulheres. Este grupo está dividido em três áreas: desenvolvimento da

mulher em todas as áreas, desenvolvimento da mulher em áreas técnicas e desenvolvimento da mulher em áreas operacionais.

Nota-se a preocupação da empresa em atingir todas as áreas onde existem funcionárias mulheres, pois os projetos abrangem desde áreas administrativas até áreas operacionais.

A empresa atualmente possui no total oitenta e três cargos de liderança, sendo que destes, apenas onze são liderados por mulheres.

Os dados apontam que o número de mulheres em cargo de lideranças, ainda é muito baixo, em comparação aos cargos de liderança ocupados pelos homens.

Sandberg diz que o mercado de trabalho está entupido de mulheres qualificadas em nível de entrada, enquanto em posições de chefia, existe um predomínio esmagador de homens (SANDBERG, 2013).

A necessidade de desenvolver projetos voltados para as mulheres, surgiu através da identificação da necessidade de aumentar a representatividade da mulher nas diferentes áreas da companhia bem como nas posições de liderança.

A empresa optou por desenvolver a liderança feminina na organização, ao perceber que poucas mulheres ocupavam esses cargos e que havia uma possibilidade de através de projetos trazer maior equidade pela ocupação dos cargos de liderança.

Constatou-se que os objetivos dos projetos são, atrair, reter e desenvolver mulheres, ponto este positivo, e que torna a empresa diferenciada.

Apesar de as mulheres buscarem a qualificação e preparação acadêmica e profissional, para que possam assumir cargos de liderança, a maioria não encontram oportunidades para esse cargo, pois no mercado de trabalho ainda existe muita separação por conta de gênero, onde liderar, comandar e chefiar se dizem tarefas masculinas perante a sociedade (SILVA; CARVALHO; SILVA, 2017).

O projeto “Conquistando Espaços: mulheres, arte, política e educação”, auxilia grupos de mulheres no seu processo de aprendizagem e em trocas de conhecimento, também busca o desenvolvimento social e político das mulheres que participam do projeto, acreditando que através dessa passagem de conhecimentos os filhos das participantes também são atingidos, auxiliando também na educação deles (SILVEIRA; AZEVEDO; SPONCHIADO; DURAND, 2019).

Identificou-se que as ações são definidas junto ao time de D&I (Diversidade e Inclusão) mapeando as prioridades através de um planejamento estratégico,

posteriormente as prioridades são transformadas em projetos desenvolvidos com funcionárias internas como também projetos com a comunidade e parcerias com escolas, universidades.

Pode-se entender que além do desenvolvimento das funcionárias, a empresa se preocupa também em expandir os ensinamentos passados as mulheres através dos projetos para as comunidades.

Assim como o projeto mulheres mil, que visa incluir de forma social e econômica as mulheres menos favorecidas no Nordeste e Norte do Brasil, e proporciona a essas mulheres, oportunidades para melhorar sua mão de obra, e como consequência melhorar as suas vidas, e de sua família, beneficiando também a sociedade (ACCC/ SETEC-MEC, 2019).

Atualmente o número de mulheres que participam ativamente desses projetos são aproximadamente cinquenta.

As mulheres estão a procura de lugares na da organização e para isso buscam melhorar seu aprendizado de diversas formas possíveis, como formação acadêmica, auxílio de projetos organizacionais e aperfeiçoamentos pessoais.

Com uma nova forma de liderar, em um novo mundo, as organizações buscam encontrar líderes que acrescentem competitividade no mercado, e as mulheres se destacam devido os pontos citados acima, além de apresentarem visões diferenciadas, estão mais preparadas para resolver conflitos e são flexíveis na hora da tomada de decisões (FONSECA, 2013).

Quando questionada em relação ao tempo que a empresa desenvolve projetos voltados ao público feminino, a gestora relatou que iniciou há aproximadamente 8 anos. E referente aos benefícios percebidos pela empresa, é evidente o crescimento do número de mulheres em determinadas posições bem como a busca crescente por oportunidades de desenvolvimento.

Referente as formas de captação de participantes para os projetos e de que forma é divulgado na da empresa, a entrevistada respondeu que, existe uma comunicação permanente com relação ao objetivo, projetos, ações para todos os funcionários e liderança onde sempre é relacionado os projetos com o benefício para as pessoas como também para o negócio.

Nota-se que a empresa se beneficia juntamente com as mulheres com a implantação dos projetos e por isso busca a comunicação para entender se o objetivo entre as mulheres e a empresa se encontra alinhado.

Para Fonseca, com o aumento na participação de mulheres em cargos de liderança é preciso investir em benefícios voltados a família, como planos de saúde, horários flexíveis, auxílio maternidade e creches, pois entende-se a importância do papel das mulheres em um mundo globalizado, já que ela naturalmente se adapta a mudanças (FONSECA, 2013).

De acordo com a entrevistada, a principal dificuldade das mulheres no ambiente organizacional, que através dos projetos pode-se perceber, é demonstrar autoconfiança e assumir riscos e também enfrentar o preconceito por parte de algumas pessoas com relação aos projetos e resultados.

Entende-se que muitas vezes, a mulher deixa de ir em busca de cargos de liderança devido a barreiras encontradas no ambiente organizacional e também devido a suas próprias barreiras, falta de autoestima e autoconfiança, por conta disso os projetos podem auxiliar.

Segundo Sandberg as mulheres sofrem com suas próprias barreiras psicológicas, o que as leva muitas vezes a diminuição das expectativas, para disputas de posições mais altas, pois elas acabam se limitando por diferentes maneiras, como falta de confiança, falta de poder e por isso desistem facilmente quando encontram dificuldades. Escutam todo o tipo de negatividade durante a vida e acabam absorvendo, o que a faz continuar a cumprir seu papel doméstico, assim muitas vezes perdendo suas metas para cuidar da família (SANDBERG, 2013).

Desde o desenvolvimento dos projetos foram disponibilizadas pesquisas para que as mulheres pudessem sugerir temas a serem trabalhados, realizadas via fóruns de discussão nos times. E busca-se saber como as líderes e todas as outras mulheres, estão se sentindo em relação ao seu lugar na organização, assim elas podem sugerir temas a serem trabalhados que estão afetando sua eficiência nas atividades. Isso faz com que elas encontrem segurança na empresa em que estão trabalhando, assim podendo retribuir com maior qualidade em seus resultados.

Segundo Stawinski e From, as mulheres que se destacam em níveis mais altos, utilizam de suas habilidades como zelo, capacidade de compreensão e raciocínio, além de possuir capacidade de adaptação em momentos críticos e difíceis, flexibilidade e sensibilidade, o que muitas vezes acabam sendo confundidos com fraquezas (STAWINSKI; FROM, 2016).

Constatou-se que a empresa participa de projetos sociais referente ao tema inclusão da mulher no mercado de trabalho, em parcerias com escolas e universidades, e também é parceira do movimento mulher 360.

Nota-se que a organização está preocupada não somente com a inserção da mulher no mercado de trabalho, mas também com a comunidade a sua volta, com temas que visam a diversidade de gênero e raça. E como muitas das organizações mundiais, está inserida no projeto mulher 360, que hoje é uma associação independente.

O projeto movimento mulher 360 procura empresas para se tornar afiliadas ao programa, que tem como principal objetivo, levar ações a serem aplicadas com as colaboradoras, buscando o empoderamento econômico feminino, além disso auxiliando na aceitabilidade da diversidade de gênero e de raças, assim essas podem disseminar para a sociedade seus aprendizados (MOVIMENTO MULHER 360, 2019).

Quando questionada em relação a quais são os resultados que podem ser percebidos a partir da implantação desses projetos identificou-se um crescimento do número de mulheres em determinadas posições principalmente na área operacional. bem como a busca crescente delas por oportunidades de desenvolvimento.

Com incentivos de projetos voltados ao público feminino, as mulheres estão conseguindo maior visibilidade no ambiente organizacional, podendo atuar em cargos de liderança, sem preconceitos, e em disputas justas com o sexo oposto, assim contribuindo para o crescimento e uma estratégia competitiva diferenciada.

De acordo com Kanan as dificuldades encontradas por mulheres em relação a opiniões do sexo oposto, faz com que ela busque dentro da organização uma estratégia de liderar diferenciada, onde não existe um poder único e autoritário, e sim compartilhado e democrático. Devido ao aumento de mulheres executivas e com novo conceito de liderar, essa nova visão traz resultados significativos para as organizações (KANAN, 2010).

Através das respostas obtidas com as entrevistadas, entende-se que a organização apresenta preocupação com o desenvolvimento de suas colaboradoras e com a sociedade, além de se preocupar com o aumento na presença de mulheres em cargos de liderança, independente da função que ela desempenhe, tanto em áreas de produção quanto administrativa.

3.2 IDENTIFICAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DAS LIDERANÇAS FEMININAS EM RELAÇÃO AO PROGRAMA, A FIM DE COMPREENDER OS IMPACTOS DENTRO DA CARREIRA DAS MESMAS.

Complementando o primeiro questionário aplicado, e visando responder o segundo objetivo específico desse artigo, foi aplicado um questionário para mulheres líderes de diversas áreas, a fim de entender o índice de satisfação das colaboradoras perante os programas existentes na organização.

Portanto, obteve-se a informação de que a maior parte das mulheres que possuem cargos de liderança na empresa, já estão há mais de dez anos trabalhando na mesma, representando 63,64%. Enquanto as lideranças femininas que trabalham na empresa entre cinco e dez anos representam 27,27%, e menos de três anos 9,09%.

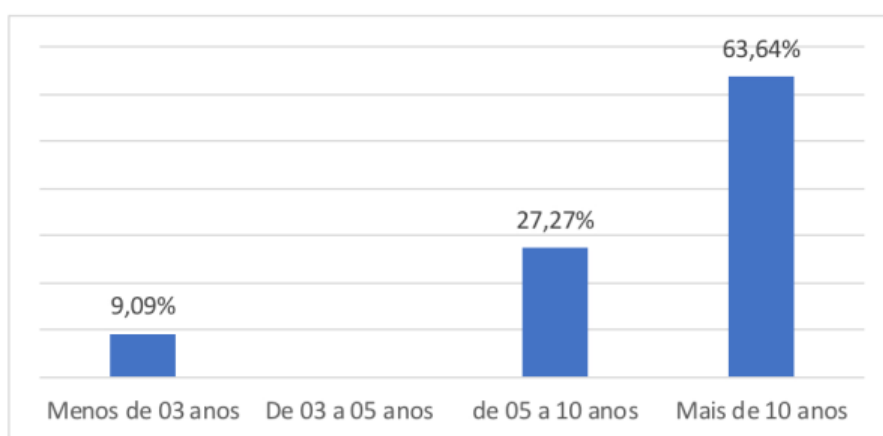


Ilustração 1: Tempo de empresa
Fonte: Produção das Pesquisadoras

Analisando a ilustração 1, pode-se afirmar que a maioria das mulheres que ocupam cargos de liderança, possuem muitos anos de empresa, já que a maioria delas está a mais de dez anos na organização, o que demonstra a valorização de mulheres que possuem mais experiência profissional. Mas também observa-se que em uma porcentagem menor, as mulheres podem conquistar cargos de liderança não apenas pela experiência, mas também por possuírem habilidades mais desenvolvidas em áreas específicas.

A produtividade é um fator de diferenciação, que pode influenciar no momento de entrada ou crescimento profissional em uma organização. Assim os que possuem mais experiências e conhecimentos normalmente se encontram em cargos mais altos.

Quando a comparação é realizada entre os gêneros feminino e masculino, percebe-se que não existe uma grande diferenciação referente a experiência, mesmo assim os homens ainda ocupam os cargos mais altos dentro das organizações (BAYLÃO; SCHETTINO, 2014).

Se tratando da forma de divulgação dos projetos, 63,64% das entrevistadas responderam que está ótimo, já 27,27% consideram a divulgação como boa, apenas 9,09% acham excelente.

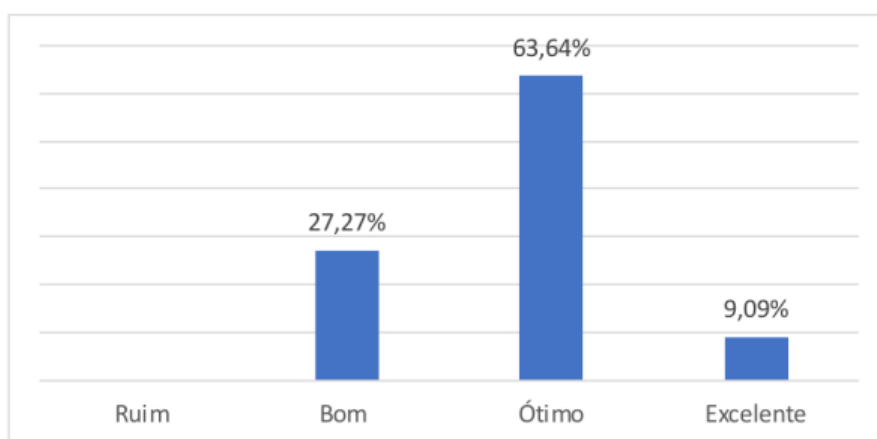


Ilustração 2: Divulgação dos projetos
Fonte: Produção das Pesquisadoras

Através dos dados apresentados na ilustração 2, a maioria das entrevistadas consideram a divulgação dos projetos como ótimas, e uma porcentagem considerável também avalia como bom, porém existe uma margem de oportunidades para trabalhar em uma melhor forma para realizar esta divulgação, já que obteve-se uma baixa porcentagem de excelência, ações de endomarketing podem resultar em um bom impacto, já que tendem a gerar aumento na aderência dos projetos pelos funcionários. A divulgação é um passo muito importante para que os colaboradores da empresa possam conhecer mais sobre o assunto e entender a preocupação que a empresa apresenta sobre o tema.

Através de uma ação de endomarketing para o dia da mulher, a empresa io! Comunica, desenvolveu uma carta para a empresa Fini, com o tema “Quem você escolheu ser hoje?” Na qual continha uma mensagem de empoderamento feminino, e um kit de pincéis para maquiagem, remetendo a ideia de que a mulher pode escolher diariamente quem ela quer ser. A carta foi construída com desenhos de mulheres representando diversas idades e profissões, sem priorizar padrões e estilos (IOCOMUNICA, 2020).

Referente a satisfação com os projetos existentes na organização 45,45% das líderes, consideram ótimo, já com um empate de 27,27%, as entrevistadas acham bom e excelente.

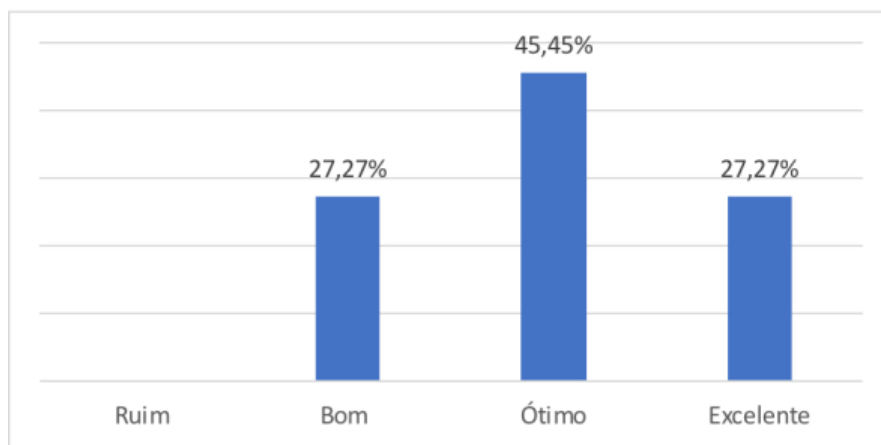


Ilustração 3: Avaliação dos projetos

Fonte: Produção das Pesquisadoras

A ilustração 3, apresenta que a maioria das entrevistadas considera os projetos como ótimos, e com um empate que pode ser considerado em nível mediano, obteve-se os dados de bom e excelente. O que representa um bom nível de satisfação das lideranças, e faz-se perceber a importância da aplicação dos projetos, já que eles auxiliam no desenvolvimento das colaboradoras.

Segundo Zernan, a divisão sexual do trabalho levou à domesticação e à civilização, formando o sistema globalizado de dominação que existe hoje. Também pode-se entender que, a divisão sexual do trabalho, foi o que deu início a formação do pensamento sobre gênero que predomina atualmente (ZERNAN, 2011).

Quando questionadas sobre o tratamento recebido por colegas do sexo oposto, que devem ocorrer de forma igualitária e respeitosa, obteve-se como resposta que 72,73% das mulheres líderes consideram ótimo, já 27,27% consideram bom.

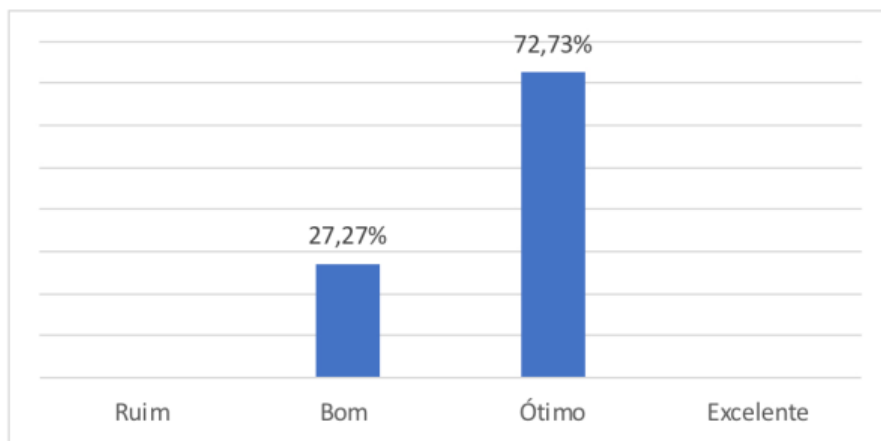


Ilustração 4: Tratamento dos colegas

Fonte: Produção das Pesquisadoras

Através da ilustração 4, percebe-se que a grande maioria das líderes está satisfeita com os tratamentos recebidos, mas também existe uma pequena margem a ser melhorada, onde através da maior aceitação e participação dos homens nos projetos já existentes, pode-se chegar à excelência.

Para Stawinski e From as mulheres naturalmente possuem aspectos de responsabilidade e serenidade, por conta do preconceito que enfrentam na sociedade, exigindo delas maior esforço para conquistar respeito em cargos de liderança (STAWINSKI; FROM, 2016).

Se tratando do nível de conhecimento das líderes entrevistadas, 81,82% responderam que o consideram ótimo, e 18,18% consideram bom.

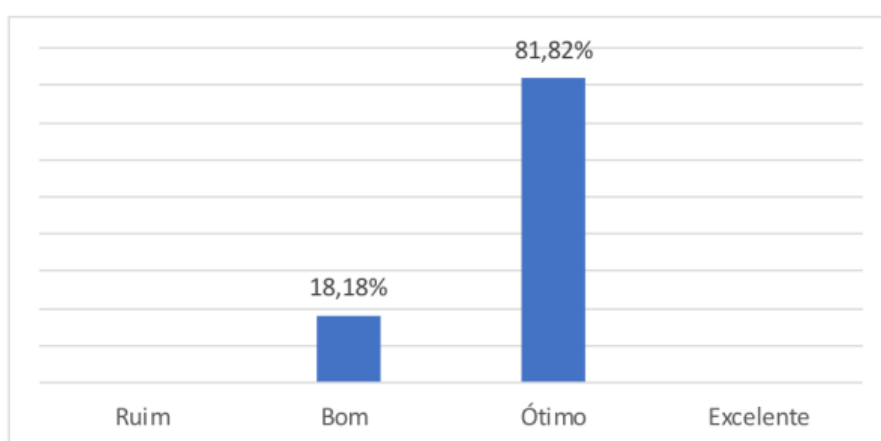


Ilustração 5: Nível de conhecimento

Fonte: Produção das Pesquisadoras

Com a ilustração 5, percebe-se que a grande maioria das líderes, consideram seu nível de conhecimento profissional alto, o que mostra a capacidade das mesmas continuarem a se destacar em cargos de liderança.

Segundo Azevedo, as mulheres sofrem maior impacto no meio organizacional, se tratando do nível de instrução, enquanto para os homens o impacto perante ao nível de instrução é muito menor. Portanto a educação da mulher pode ser considerada um importante fator para a equalização, o ingresso e a participação feminina no mercado de trabalho. O que pode trazer a possibilidade de maior crescimento financeiro e conhecimento técnico (AZEVEDO, 2007).

Perante ao questionamento do impacto positivo que os projetos geram nas carreiras das líderes, 45,45% consideram médio, enquanto 36,36% consideram alto e 18,18% consideram pouco.

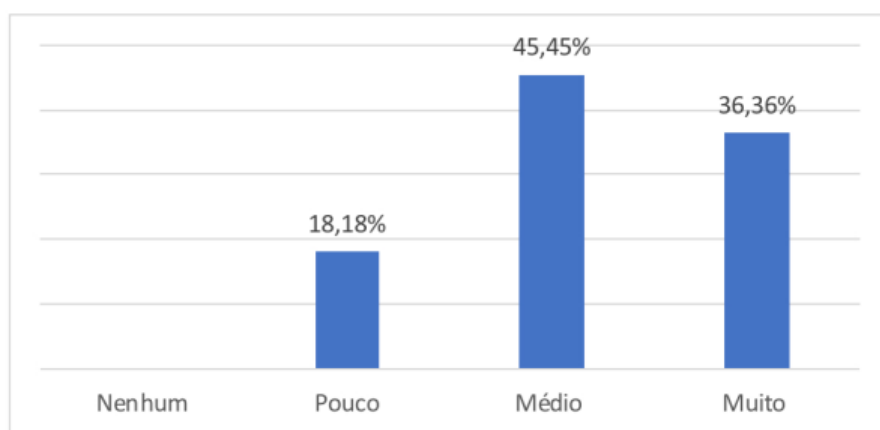


Ilustração 6: Impacto dos projetos

Fonte: Produção das Pesquisadoras

Através da análise dos dados da ilustração 6, considera-se que grande parte das mulheres entendem que o impacto causado pelos projetos em sua carreira, foi médio e alto, através disso percebe-se que é importante a continuidade dos projetos da organização, para que cada vez mais mulheres se sintam incentivadas em buscar seu crescimento profissional.

As organizações tem aumentado o incentivo na diversificação e na participação feminina em ambientes corporativos. Para tornar esse processo mais fácil e ágil a Walmart desenvolveu um programa chamado Movimento Mulher 360, que visa junto com outras organizações, trabalhar o empoderamento econômico feminino de mulheres no ambiente social e empresarial (MOVIMENTO MULHER 360, 2019).

No que se refere ao processo de análise do crescimento profissional, foi questionado as líderes, quanto ao nível de preocupação da empresa em relação ao quesito delas sofrerem algum tipo de preconceito na organização. Nas respostas obtidas 36,36% consideram médio e 63,64% consideram muito.

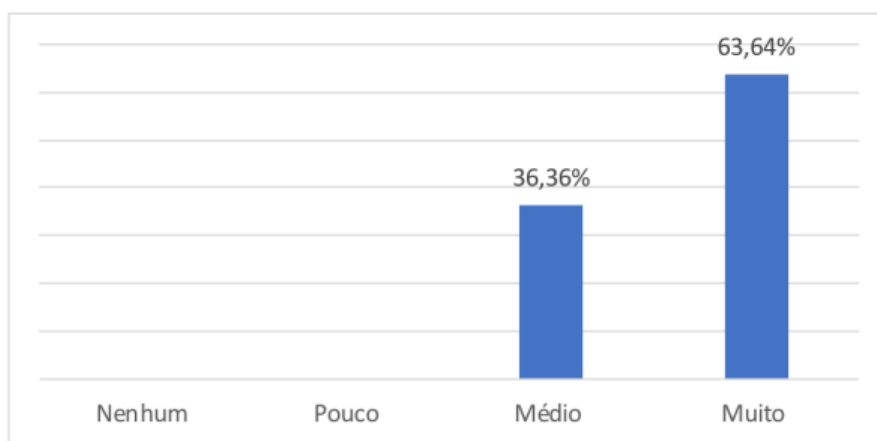


Ilustração 7: Preocupação perante preconceitos

Fonte: Produção das Pesquisadoras

Percebe-se na ilustração 7, que a maioria julga ser de importante relevância para sua carreira profissional, a preocupação da organização com suas colaboradoras para que não sofram nenhum tipo de preconceito. Portanto a empresa apresenta um ótimo desempenho, para que as mulheres não sejam expostas a nenhum tipo de preconceito.

Para Silva, as mulheres ainda enfrentam dificuldade quanto a equidade de gênero, muitas vezes são vistas como sexo frágil, o que se prova o contrário, já que muitas buscam mostrar que são capazes de liderar e tomar decisões em medo (SILVA, 2017).

Quando questionadas sobre seu nível de autoconfiança, para assumir riscos, 54,55% considera médio e 45,45% muito o nível de autoconfiança.

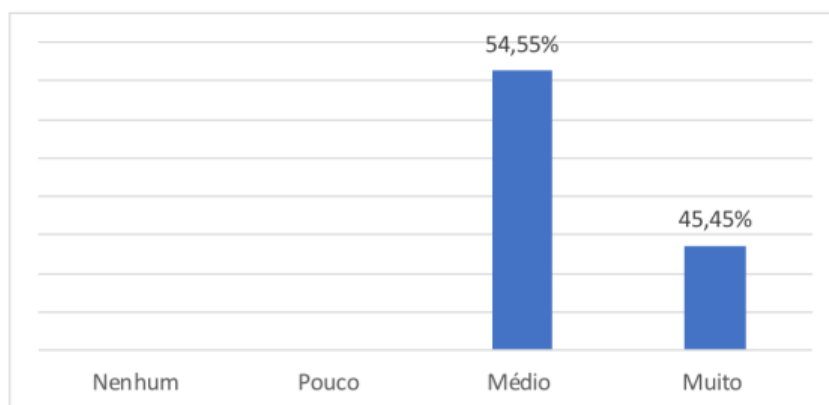


Ilustração 8: Nível de autoconfiança
Fonte: Produção das Pesquisadoras

Analisando os resultados da ilustração 8, entende-se que a maioria das líderes sente autoconfiança para encarar novos desafios relacionados ao crescimento profissional. Porém nota-se possibilidades de melhoria no tema, para que as líderes possam elevar ainda mais seu nível de autoconfiança.

Muitas vezes as mulheres assumem riscos na carreira e defendem a posição em que estão, particularidades que mulheres são desestimuladas a provar. Isso mostra que mesmo com uma qualificação melhor, um pequeno número de mulheres se encontra em cargos de liderança. Podendo ser percebido no dia a dia, onde mulheres qualificadas ocupam cargos de níveis baixos e quando aparece oportunidade para ocupar posições de chefia, existe uma concorrência opressiva de homens (SANDBERG, 2013).

Quando questionadas se os projetos as auxiliaram a chegar nos cargos de liderança 63,64% afirmaram que sim e 36,36% que não.

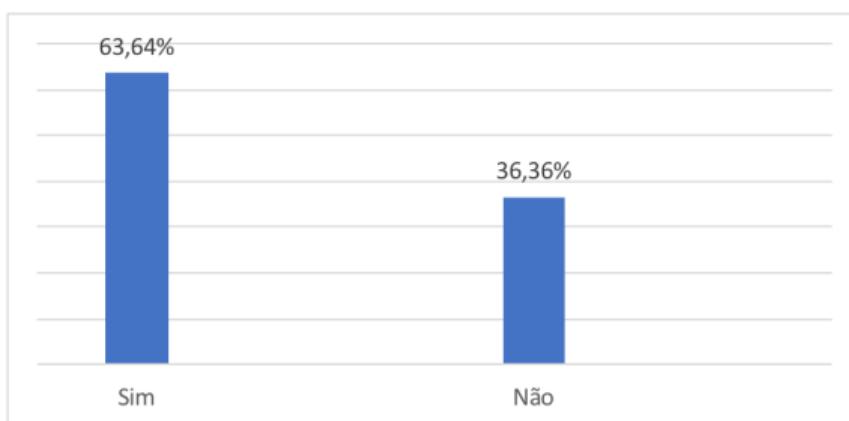


Ilustração 09: Auxílio do projeto para o desenvolvimento
Fonte: Produção das Pesquisadoras

Na ilustração 9, percebe-se que, para a maioria das líderes o projeto trouxe benefícios no desenvolvimento profissional para chegar em cargos de liderança, para uma minoria o projeto não auxiliou, então nota-se que existem pontos para serem explorados pela organização, visando atingir a máxima no percentual abordado.

Cada vez mais as mulheres estarão ocupando cargos de liderança pois trabalham facilmente com a diversidade e diferentes funções, reconhecem o trabalho em equipe, são perseverantes e fortes, não são imediatistas e por esse motivo possuem visão a longo prazo, se adaptam facilmente, e por final possuem uma melhor abertura e flexibilidade, o que as torna excelente estratégia para as organizações (FONSECA, 2013).

Quando questionadas, sobre quais os aspectos foram mais desenvolvidos diante da participação dos projetos. Obteve-se as respostas de que 63,64% afirmam que foi autoconfiança, 54,55% tiveram melhora no relacionamento com outros líderes, 27,27% perceberam aumento da autoestima e 18,18% desenvolveram seu poder de decisão.

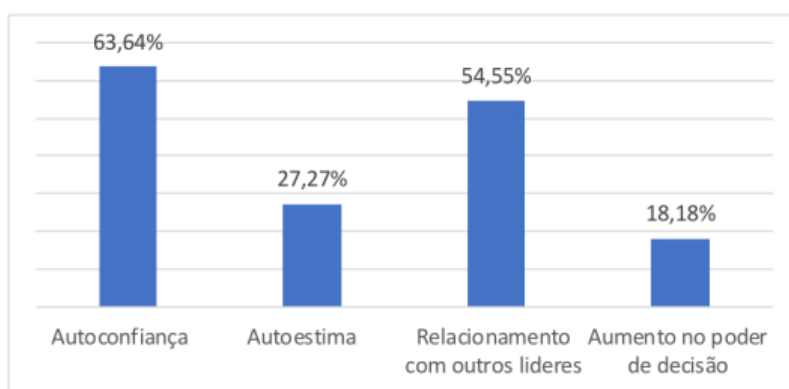


Ilustração 10: Aspectos de desenvolvimento

Fonte: Produção das Pesquisadoras

Através da ilustração 10, pode-se perceber que um grande percentual considerou que o projeto beneficiou na autoconfiança como líder e também na melhora do relacionamento com outros líderes, um percentual menor afirma ter desenvolvido autoestima e aumento no poder de decisão. Ações podem ser tomadas para que todas as líderes tenham máximo desenvolvimento desses aspectos.

As pessoas que possuem maiores oportunidades de sucesso em suas carreiras atingem determinação e fortalecem suas habilidades e competências, para

profissionalmente seguir no mesmo sentido da empresa e do mercado, atingindo a excelência (CHIAVENATO, 2012).

Quando questionadas em relação a temas diferentes que podem vir a ser abordados nos projetos para a empresa, as líderes responderam que acham importante que os gestores realizem um feedback honesto e sincero, que agregue para seu desenvolvimento profissional. Outro ponto abordado se refere as estruturas sociais e familiares durante a carreira de liderança, o projeto poderia trabalhar o equilíbrio da vida pessoal e do trabalho, para que mulheres não desistam facilmente de suas carreiras. Ainda podem desenvolver um engajamento maior da parte masculina com os projetos quando trabalhar a diversidade de gênero.

Visando maior envolvimento paterno em relação a licença maternidade, a empresa Natura, possibilitou aos pais, que tivessem direito a um período de 40 dias de licença, já que a figura paterna também necessita criar vínculos familiares e pode auxiliar em diversos aspectos, a mãe no período pós-parto, esse benefício é disponibilizado a todos os funcionários sejam para crianças adotadas ou casais homossexuais (HELENA, 2020).

Outro tema que possivelmente pode ser desenvolvido nos projetos, se refere a mulher solteira, e as dificuldades encontradas na sociedade, podendo também trabalhar o preconceito na escolha sexual (LGBTQI+ Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.), ou ainda o preconceito estético. Para as mulheres que já tem cargos de liderança o projeto poderia oferecer treinamentos para competências chaves de líderes, e trabalhar com maior foco, a importância da autoconfiança e da autoestima, fazendo com que as mulheres realmente possuam desejo de ir atrás e aplicar de fato o autoconhecimento, o que queria grande impacto na carreira. Oferecer maiores oportunidades para Job Shadow (onde os funcionários tem a oportunidade de por um curto período de tempo conhecer as atividades de outro setor de interesse) e NTA (traz oportunidades para que setores administrativos e operacionais possam conhecerem melhor as atividades um do outro) em posições de liderança, visando o desenvolvimento e crescimento das mulheres dentro da unidade.

Com isso percebe-se que a empresa se preocupa com suas colaboradoras, mas ainda existem temas para serem trabalhados na organização, o que pode auxiliar para que mais mulheres possam estar presentes em cargos de liderança.

Em um ambiente globalizado, com inovações e com projetos, mulheres ainda enfrentam diferenciações quanto ao gênero, muitas vezes ocupando cargos e

posições iguais a do sexo oposto e recebendo um salário menor. Ainda são vistas como o sexo frágil, mas isso não se prova real, quando elas são questionadas, pois não possuem medo de liderar ou de assumir riscos, possuem razão, auxiliam seus colaboradores, sabem até onde chegar como líderes eficientes (SILVA, 2017).

Finalizando as considerações dos dados obtidos, foram encontradas e analisadas informações importantes, interpretadas de maneira fiel as respostas. Pode ser verificado no tópico a seguir, a aplicabilidade de programas dentro de outras organizações, e seus impactos.

3.3 SUGESTÕES DE AÇÕES PARA APLICABILIDADE EM EMPRESAS DE PEQUENO PORTE E DE OUTROS SEGMENTOS DE ATUAÇÃO

Através de questionários aplicados com intuito de entender o índice de satisfação das colaboradoras e os benefícios para a organização, por meio de projetos que visam o desenvolvimento feminino no mercado de trabalho, obteve-se as informações que serão utilizadas para sugerir ações de verificação e aplicabilidade em empresas de pequeno porte e de segmentos de atuação variados.

Com as informações obtidas no decorrer deste artigo, percebe-se que é de grande valia a aplicação de projetos que auxiliam no desenvolvimento profissional de mulheres, e a diminuições de barreiras, para que consigam chegar em posições de liderança. Observa-se que na organização em que foi aplicada a pesquisa, existe o procedimento de mapeamento das estratégias prioritárias para as mulheres e assim transformados em projetos, posteriormente desenvolvidos com funcionárias e com a comunidade. Quanto a isso relatou-se que as funcionárias apresentam um grande índice de satisfação com a aplicabilidade de projetos.

Organizações de pequeno, médio e grande porte podem realizar projetos para o desenvolvimento de suas funcionárias, o que traz benefícios estratégicos. Conforme Metz a presença de mulheres em cargos de liderança, é vista como uma forma de estratégia de competitividade, já que os cuidados com outras pessoas são próprios da personalidade feminina, que além disso, com inovação e cooperação são ideais para cargos de liderança (METZ, 2014).

Através dos questionários pode-se perceber perante opinião da gestora dos projetos que a principal dificuldade encontrada no ambiente organizacional, é a

capacidade de assumir riscos e a autoconfiança para liderar, enquanto as funcionárias identificam os projetos como oportunidades para desenvolver esses pontos.

Conforme Sandberg, além de barreiras criadas pela sociedade, as mulheres enfrentam seus próprios entraves psicológicos, e muitas vezes acabam diminuindo suas expectativas, por falta de confiança ou de poder, e muitas vezes desistindo facilmente quando deparada com dificuldades (SANDBERG, 2013).

Uma das ações que pode ser utilizada nas empresas de pequeno porte, é a formação de um pequeno grupo com algumas funcionárias, voltado para as ações de atrair, reter e desenvolver mulheres dentro da organização, onde nesse grupo, seriam realizadas pesquisas de satisfação, palestras motivadoras com novas colaboradoras e as já existentes na empresa, visando desenvolver suas carreiras, sendo adaptado do que é realizado na empresa estudada, onde esse grupo ainda possui a divisão por áreas de atuação, a empresa de pequeno porte pode criar apenas um, visando atender todas as mulheres.

Outra iniciativa para empresas menores, é realizar projetos sociais referente ao tema inclusão da mulher no mercado de trabalho, podendo ter outras empresas parceiras, escolas e universidades. Assim as colaboradoras sentem-se motivadas e percebem sua real importância na organização e na sociedade. Uma sugestão é fazer parte da associação mulher 360, ou outras associações menores, que podem contribuir e auxiliar a empresa com a inclusão das mulheres.

Para auxiliar as empresas nessa trajetória, foi desenvolvido o programa Movimento Mulher 360, no ano de 2011, para o empoderamento econômico feminino e desenvolvimento de mulheres nas organizações. O programa formado por meio da união das organizações, passou a ser uma associação independente sem fins lucrativos, onde as empresas aderem o comprometimento de desenvolver a equidade de gênero, assim como aumentar a participação da mulher no ambiente corporativo. (MOVIMENTO MULHER 360, 2019).

Existem ações que podem ser utilizadas por organizações de pequeno porte, cabendo a elas identificar a aplicabilidade destas, conforme ações apresentadas nesse capítulo, pois esses agregam tanto no desenvolvimento das funcionárias, já que obteve-se a informação de que as funcionárias da organização estudada desenvolveram quesitos pessoais como a autoconfiança e relacionamento com a equipe. Para as empresas, percebe-se que o perfil feminino em cargos de liderança

agrega no desenvolvimento de equipes, além de ser um ponto de vantagem competitiva para a organização.

CONCLUSÃO

O presente artigo tem como tema a inserção da mulher no mercado de trabalho: Um estudo de caso em uma indústria do ramo metal mecânico. Buscando entender e responder o seguinte problema: de que forma projetos desenvolvidos nas organizações, que visam o crescimento pessoal e profissional feminino, podem agregar a carreira das mulheres? Os projetos aplicados atualmente trazem maiores possibilidades de crescimento profissional, aumentando o número de mulheres em cargos de liderança.

Visando atender os objetivos, aplicou-se um questionário para a gestora dos projetos da organização estudada, e outro para as funcionárias que assumem cargos de liderança, através dos dados coletados e da posterior análise, identificou-se que as mulheres agregaram a capacidade de assumir riscos e o aumento de sua autoconfiança, assim podendo tomar decisões mais assertivas o que contribui para o desenvolvimento da organização, além disso agregando respeito perante seus colegas e seus subordinados.

Percebe-se que a organização demonstra preocupação em desenvolver a mulher no ambiente organizacional, e vem trabalhando nesse tema através dos projetos desenvolvidos atualmente, porem identificou-se através das análises realizadas, que existem possibilidade de aplicar outros temas a fim de atender as necessidades citadas pelas líderes, conforme informações apresentadas anteriormente, como por exemplo, o aspecto da realização de feedback honesto e sincero para que as mulheres possam ter uma visão clara de pontos de melhorias que precisam ser trabalhados, e não venham se sentir prejudicadas e tratadas de forma vantajosa por pertencer ao sexo feminino.

Ainda, o equilíbrio da vida pessoal e do trabalho, após se tornarem líderes, pois algumas acabam desistindo de sua carreira profissional por se sentirem pressionadas devido a jornada dupla, em exercer funções familiares e empresariais, esse tema pode ser trabalhando para que as colaboradoras tenham auxilio e dicas de como se portar perante a essas situações. Outro tema que apresenta possibilidades de melhoria, se refere a opção sexual e a aceitação dos colegas e da sociedade, podendo também

ser abordado o preconceito estético. Tais pontos são apresentados no capítulo três do estudo.

Conclui-se que através das pesquisas aplicadas, identificou-se que, a inserção feminina em cargos de liderança, geram contribuições para as organizações, já que a forma de liderar, torna-se uma vantagem competitiva e estratégica, pelo fato de que as mulheres trabalham facilmente com diversidades e multifunções além de valorizar o trabalho em equipe. Além disso, é de relevância, trabalhar o tema dentro de universidades, para que os acadêmicos inseridos no mercado de trabalho tenham em mente os problemas enfrentados pelas mulheres, assim facilitando a evolução cultural para diversificar os gêneros em cargos de liderança no ambiente organizacional. Trabalhos futuros sobre o tema, poderão contribuir maior conhecimento aos acadêmicos.

REFERÊNCIAS

ACCC/SETEC-MEC. Projeto Mulheres Mil. Sine loco. [2019?]. Apresenta textos sobre informações básicas do Ministério da Educação. Disponível em: <<https://www.oei.es/historico/pdf2/mulheres-mil.pdf>>. Acesso em 18/09/2019.

AZEVEDO, Marcia Carvalho de. A mulher no mercado de trabalho brasileiro. **Encontro de gestão com pessoas e relações de trabalho**. Natal, jun. 2007. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ENGPR283.pdf>>. Acesso em 09/09/2019.

BAYLÃO André Luís da Silva; SCHETTINO Elisa Mara Oliveira. A Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho Brasileiro. **Simpósio de excelência em gestão e tecnologia**. Sine loco, 2014. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/20320175.pdf>> Acesso em 23/06/2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Escolha seu Futuro: Como Definir e Construir o seu Caminho Profissional**. 2.ed. São Paulo: Manole, 2012.

FONSECA, Lúcia Helena Araújo. O líder nas organizações e a evolução da liderança feminina. **Revista científica semana acadêmica: Instituto de Pesquisas Aplicadas – INPA**, Fortaleza, 2013. Disponível em: <<https://semanaacademica.org.br/artigo/o-lider-nas-organizacoes-e-evolucao-da-lideranca-feminina>>. Acesso em: 15/09/2019.

GOMES, Almiralva Ferraz. O outro no trabalho: mulher e gestão. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, set. 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36522/39243>>. Acesso em 04/09/2019.

HELENA, Beatriz. Natura dá 40 dias de licença-paternidade e pais poderão ficar até 70 dias com filhos. **Revista Vix**. Sine loco. [2020?]. Seção mulher. Disponível em: < <https://www.vix.com/pt/bdm/bebe/natura-da-40-dias-de-licenca-paternidade-e-pais-poderao-ficar-ate-70-dias-com-filhos>>. Acesso em: 15/04/2020.

IOCOMUNICA. Campanha de endomarketing para o dia da mulher. Desenvolvido pela empresa Fini. São Paulo, [2020?]. Apresenta textos sobre publicidade. Disponível em: < <https://www.iocomunica.com/trabalhos/campanha-de-endomarketing-dia-da-mulher/>> Acesso em: 05/06/2020

KANAN, Lilia Aparecida. Poder e liderança de mulheres nas organizações de trabalho. **Revista Organizações e Sociedade**. Salvador, jun. 2010. Seção Artigos. Disponível em: < https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302010000200001 > Acesso em: 15/09/2020

METZ, Eduardo Silva. Gestão feminina: a presença das mulheres na liderança de empresas. **Ágora: revista de divulgação científica**. Sine loco, jun. 2015. Disponível em: <<http://www.periodicos.unc.br/index.php/agora/article/view/667>>. Acesso em: 16/09/2019.

MOVIMENTO MULHER 360; + Mulher 360. Sine loco, [2019?]. Apresenta textos sobre movimento empresarial pelo desenvolvimento econômico da mulher. Disponível em: <<https://movimentomulher360.com.br/institucional/o-movimento/>> Acesso em: 03/10/2019.

MUNHOZ, G. S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? **ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO**. Maringá, out. 2000. Disponível em: <http://www.josewilker.com/material_didatico/lideranca/lideranca_feminina.pdf> Acesso em: 15/09/2019.

SANDBERG, Sheryl; **Faça acontecer**. São Paulo: Schwarcz, 2013.

SCHLICKMANN, Eugênia; PIZARRO, Daniella. A evolução da mulher no trabalho: uma abordagem sob a ótica da liderança. **Revista Borges**, Florianópolis, jul. 2013. Disponível em: <<https://186.249.193.16/index.php/borges/article/download/43/117>>. Acesso em: 30/03/2020.

SILVA, Célia R. R. S.; CARVALHO, Paula M.; SILVA Elisangela L.. Liderança feminina: a imagem da mulher atual no mercado corporativo das organizações brasileiras. **Revista educação, gestão e sociedade**, São paulo, fev. 2017. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/47668654-Lideranca-feminina-a-imagem-da-mulher-atual-no-mercado-corporativo-das-organizacoes-brasileiras.html>> Acesso em 25/06/2020.

SILVA, Fernanda Borges. Desafios das mulheres em cargos de liderança. **Destaques acadêmicos**, Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: < <http://www.univates.br/revistas/index.php/destaques/article/view/1750> > Acesso em: 21/06/2020

SILVEIRA, Caroline; AZEVEDO, Micheli Vieira; SPONCHIADO, Justina Inês; DURAND, Olga Celestina da Silva. Projeto conquistando espaços: mulheres, arte, política e educação – guarapuvu. **Portal de periódicos UFSC**. Sine loco, [2019?]. Disponível

em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/extensio/article/download/1074/4355>>. Acesso em: 27/09/2019.

STAWINSKI, Dulcimeri; FROM, Danieli Aparecida. Liderança feminina nas organizações: desafios e oportunidades: **Vitrine Produção Acadêmica**. Curitiba, 2016. Disponível em: < <https://docplayer.com.br/57072847-Lideranca-feminina-nas-organizacoes-desafios-e-oportunidades.html> >. Acesso em 15/09/2019

UFRGS, Meninas na ciência. Rio Grande do Sul, [2019?]. Apresenta textos sobre projeto de meninas para a inserção nas carreiras de ciência e tecnologia. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/meninasnaciencia/>> Acesso em: 03/10/2019.

ZERNAN, John. Patriarcado, Civilização e as Origens do Gênero. **Revista do núcleo de estudos e pesquisas em gênero e direito**. Sine loco, Dez. 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/ged/article/view/9702>> Acesso em 04/09/2019.