

Carreira *versus* Maternidade - Regulando a desigualdade no mercado de trabalho

Career vs. Motherhood - Regulating the inequality in the work market

Alisson Bittencourt Bueno de Camargo*, Débora Pinheiro da Silva Montibeler

RESUMO

No Brasil, a maternidade é acompanhada de uma penalização profissional que aprofunda as disparidades de oportunidades entre homens e mulheres. Ser mãe dificulta de forma persistente a procura por emprego e a progressão na carreira, além de impactar negativamente os salários da mulher. Essa tensão é alimentada por marcas que simultaneamente exaltam a maternidade e a realização profissional sem reconhecer a contraposição existente entre elas. Muito tem se debatido recentemente sobre o fato de que brasileiras, sobretudo de classes mais altas e com maior escolaridade, adiam ou evitam a maternidade para priorizar suas carreiras. Pouco se tem analisado, entretanto, a outra face desta mesma moeda: o quanto são penalizadas em suas trajetórias profissionais as mulheres que se tornam mães. Empresas que procuram mitigar essas desigualdades e valorizar a maternidade, criando identidade de marca ao redor desse propósito, são exceção. Esse artigo visa dimensionar essa problemática no Brasil e ampliar o debate sobre políticas empresariais que ajudem a reduzir e superar a contradição entre carreira e maternidade.

PALAVRAS-CHAVE: Maternidade; Carreira; Igualdade de gênero.

ABSTRACT

In Brazil, motherhood is accompanied by a professional penalization that deepens the disparities of opportunities between men and women. Being a mother permanently hampers the search for employment and career progression, as well as negatively affecting women's wages. This tension is fueled by brands that simultaneously exalt motherhood and professional achievement without recognizing the contrast between them. Much has been debated recently about the fact that Brazilians, especially of the higher classes and with more education, postpone or avoid motherhood to prioritize their careers. Little has been analyzed, however, the other side of the same coin: how much women are penalized in their professional trajectories when they become mothers. Companies that seek to mitigate these inequalities and value motherhood, creating brand identity around this purpose, are the exception. This unprecedented paper aims to scale up this problem in Brazil and broaden the debate on business policies that help reduce and overcome the contradiction between career and maternity.

KEYWORDS: *Maternity; Career; Gender equality.*

Submissão: 25 outubro 2018
Aprovação: 18 dezembro 2018

***Alisson Bittencourt Bueno de Camargo**

Graduado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (USP), com curso de Desenvolvimento de Habilidades em Pesquisa pela ENCE/IBGE. Analista de projetos quantitativos na Market Analysis Brasil.

Endereço: Rua Félix Kleis, 23B, 88035-330, Santa Mônica, Florianópolis, SC, Brasil.

E-mail:

alisson@marketanalysis.com.br

Débora Pinheiro da Silva Montibeler

Graduada em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Pós-graduada em Gestalt Terapia. Analista sênior de projetos qualitativos na Market Analysis Brasil.

E-mail:

debora@marketanalysis.com.br

1 APRESENTAÇÃO

Diante da tendência global de queda nas taxas de natalidade e fecundidade, principalmente no mundo desenvolvido e entre os estratos melhor remunerados da população dos países emergentes, a reprodução familiar pode tornar-se um bem escasso. No Brasil, por exemplo, o número de filhos por mulher caiu de 5,8 na década de 1970 para 1,77 em 2018, abaixo da taxa de reposição, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Existe também redução da maternidade entre mulheres mais jovens e aumento do número de mulheres que engravidam após os 30 anos nos últimos anos. Além disso, as sociedades contemporâneas estão em acelerado processo de envelhecimento populacional, o que gera imperativos de equacionamento previdenciário e fiscal e geração de mão de obra qualificada, social e culturalmente integrada.

Nossa sociedade se assenta no conceito de reprodução e continuidade da espécie humana, assim como deveria se assentar na realização e plenitude de capacidades do maior número dos seus membros. No cenário atual, no entanto, a maternidade representa um custo para a maioria da população. Ela aprofunda as desigualdades de gênero, ao invés de moderá-las, e cria obstáculos frente a fatores que poderiam reverter as desigualdades, como por exemplo, formação educacional e desenvolvimento profissional.

Sem a inclusão ativa, completa e satisfatória das mulheres, maioria da população, no mercado profissional e educacional, não há como a sociedade atingir o máximo das suas potencialidades.

A mulher brasileira encontra-se numa encruzilhada: por um lado, as conquistas do feminismo e a igualdade de gênero colocam como meta a realização profissional. Por outro, valores tradicionais, o envelhecimento e queda da fecundidade hierarquizam o papel de mãe. Atualmente, maternidade e realização profissional não se apresentam como complementos, mas como forças antagônicas, uma tensão de exigências para a mulher que acaba frustrando tanto o seu progresso e plenitude pessoal-profissional quanto a maternidade saudável. Essa tensão é ainda alimentada por marcas que simultaneamente exaltam a maternidade e a realização profissional sem reconhecer a contraposição existente entre elas hoje.

Esse dilema moderno levanta uma série de perguntas que dizem respeito à maneira como as mulheres estão vivenciando esse impasse. O que priorizam diante dessas tensões? Como a maternidade impacta na busca pela profissionalização e planos futuros da mulher? E de que maneira a busca pela profissionalização impacta os planos de constituição de família da mulher? Quais nuances caracterizam esse dilema e quais possibilidades de conciliação e convergência existem?

Com base nessas tensões e frente ao fato de que a indústria de pesquisa é também majoritariamente feminina, a Market Analysis Brasil desenvolveu um estudo que busca responder uma série de perguntas específicas:

- No Brasil, a maternidade é acompanhada por uma penalização profissional?
- Quais são as diferenças de oportunidade vividas por mães e não mães no Brasil e no mundo?
- De que maneira essas disparidades podem aumentar ainda mais as diferenças de gênero?
- Há empresas que estão tentando mitigar essas desigualdades?

Numa sociedade em transformação, dilemas como esse interpelam empresas e instituições e desafiam sua construção de uma identidade consistente. Contudo, essa tensão permanece marginal à agenda de pesquisa. Muito tem se debatido recentemente sobre o fato de que brasileiras, sobretudo de classes mais altas e com maior escolaridade, adiam ou evitam a maternidade para priorizar suas carreiras (Fiorin, Oliveira, & Dias, 2014, p. 6). No entanto, pouco se tem analisado a outra face desta mesma moeda: o quanto são penalizadas em suas trajetórias profissionais as mulheres que se tornam mães. Empresas que procuram mitigar essas desigualdades e valorizar a maternidade, criando identidade marcária ao redor desse propósito, são exceção.

2 METODOLOGIA

O artigo visa dimensionar as discrepâncias de oportunidades entre mães e mulheres sem filhos, com base em pesquisa quantitativa online conduzida pela Market Analysis entre 1019 pessoas em 128 cidades das 5 regiões do país, no fim de 2017. As entrevistas foram realizadas usando questionário online e, portanto, todos os respondentes tinham acesso à internet.

Foi utilizada análise descritivo-exploratória (tabulações cruzadas, testes de significância e correlação) desse estudo e também dos dados sobre ocupação e renda de mães¹ e não mães da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD-C) realizada pelo IBGE do último trimestre de 2017.

A amostra foi ponderada por meio de variáveis de classe social, sexo e idade para representar a população adulta residente no Brasil urbano. Entre as representantes do sexo feminino, tivemos uma amostra de 61% de mães e 39% não mães. Essas informações foram cruzadas com dados da PNAD Contínua e literatura.

3 DIMENSIONANDO A PENALIZAÇÃO PROFISSIONAL DAS MÃES

No Brasil, a maternidade tem sido acompanhada por uma penalização profissional. Tem ficado cada vez mais evidente o quanto as empresas e a sociedade estão despreparadas para a inserção de mães no mercado. O que se vê é uma desigualdade marcada, um cenário de desvantagem para mulheres que optam por serem mães. Os papéis de gênero tradicionalmente impostos estão tão arraigados no senso comum que as mulheres acreditam que se afastar do mercado de trabalho e dos estudos após a maternidade é uma escolha e uma responsabilidade que diz respeito somente a elas. Mas, quão preparado está o mercado para absorver a diversidade de necessidades que essas mulheres apresentam? Até que ponto essa escolha pelo afastamento profissional em prol da maternidade não reflete antes as incapacidades das empresas em integrar ambas dimensões da vida feminina ao invés de uma ilusória opção individual das novas mães?

Parte da explicação para isso está na cultura, na forma dicotômica como maternidade e carreira são vistas e retratadas. Essa posição historicamente construída cristalizou os papéis de gênero e vêm servindo de suporte para estruturas sociais excludentes e alienadoras. Algumas dessas crenças são facilmente acessadas por qualquer indivíduo inserido na sociedade atualmente, como por exemplo, a de que os filhos são uma responsabilidade da mulher, confirmada na diferença de licenças parentais oferecidas por organizações (licença-maternidade de 4 meses, comparada à licença-paternidade de 5 dias). Mesmo quando quatro de cada dez lares brasileiros são chefiados por mulheres (PNAD-C, 2017), prevalecem enquadramentos culturais que colocam homens e mulheres com papéis e responsabilidades diferentes. Com efeito, a pesquisa da Market Analysis revela por exemplo a persistência da crença de que o homem deve prover o sustento e a mulher cuidar da casa, sendo sua renda apenas “complementar” à renda familiar (Organização Internacional do Trabalho [OIT], 2010). Ainda é forte também a ideia de que, depois dos filhos, as mulheres ficam mais focadas na casa e nas crianças, enquanto o homem fica mais concentrado e preocupado com o trabalho, crença que é retroalimentada pela ideia de que homens são os provedores e com mais uma boca para alimentar, ficam mais dedicados ao trabalho (OIT, 2010).

O estudo aponta claramente os impactos adversos da maternidade na jornada profissional da mulher desde o nascimento do primeiro filho. Ser mãe dificulta de forma persistente a procura por emprego e a progressão na carreira, além de impactar negativamente os salários da mulher. Além disso, a maternidade diminui a probabilidade de a mulher atingir cargos de gerência e chefia, além de aumentar a probabilidade de ela ficar desocupada, fora do mercado de trabalho, ou trabalhar no setor

¹ Mães residentes no mesmo domicílio que os filhos e que eram chefes de família ou cônjuges do chefe de família. Os microdados da PNAD-C não contêm, ainda, variável indicando se uma mulher é mãe, motivo pelo qual deduzimos esta condição a partir do quadro de moradores.

público. Ao que tudo indica, grande parte das empresas se mostra ainda despreparada para oferecer oportunidades e crescimento igualitário para homens e mulheres.

3.1 Desigualdades de renda, ocupação e educação

A persistência das desigualdades profissionais entre homens e mulheres ilustra uma inequidade anterior que existe entre as próprias mulheres; com efeito, domicílios com mães possuem em média renda familiar inferior à de residências com mulheres sem filhos (Figura 1).

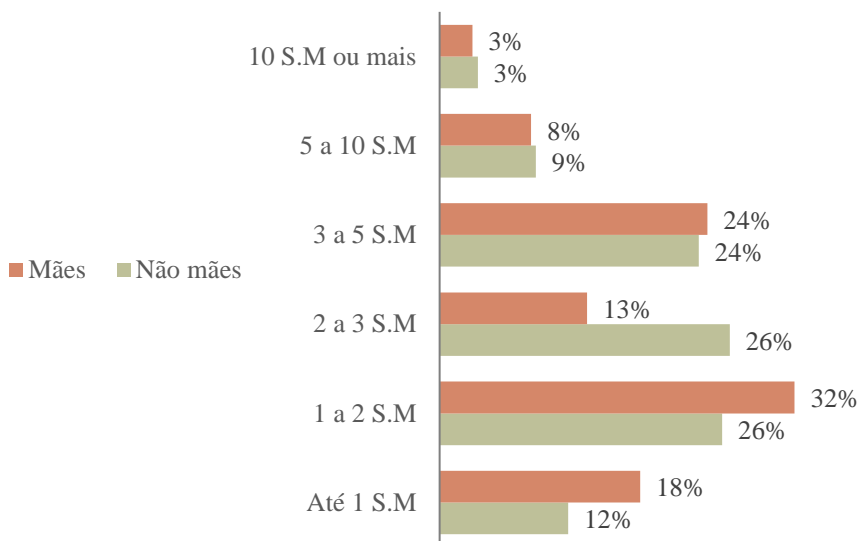


Figura 1 - Renda entre mães e não mães
Fonte: Market Analysis.

A proporção de mães cuja ocupação é cuidar da casa é o quádruplo das mulheres sem filhos; além do mais, mães raramente declaram serem estudantes. A economia moderna exige tempo no escritório e um horário fixo e longo em vários postos de trabalho, por isso, é mais comum que mães acabem abrindo mão de trabalhar ou estudar para se dedicar à criação dos filhos e rotinas da casa. De acordo com pesquisa recente sobre tempo livre, mesmo quando ambos os pais trabalham em período integral, as mulheres tendem a gastar bem mais tempo no trabalho doméstico e nos cuidados da prole (Figura 2).

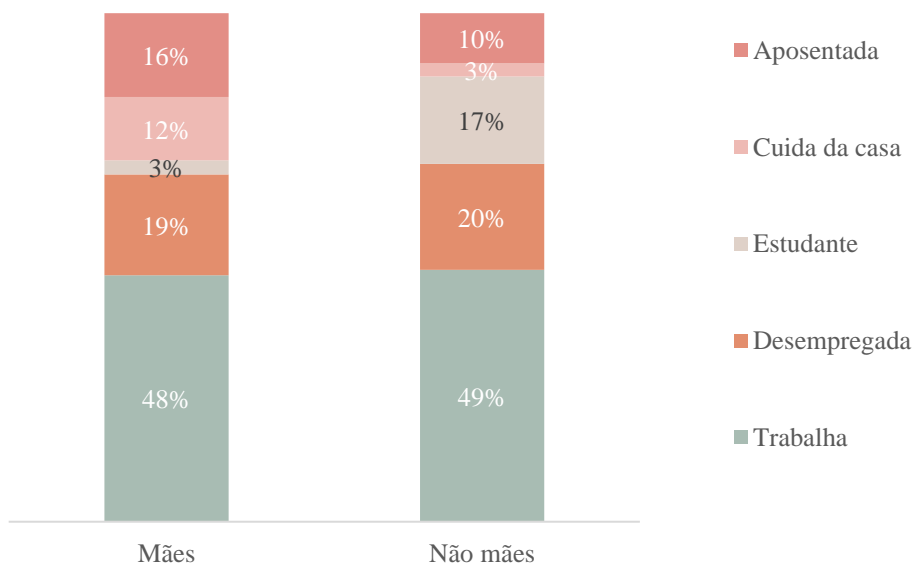


Figura 2 - Ocupação entre mães e não mães
Fonte: Market Analysis.

Mães tem escolaridade mais baixa, aparecendo em número menos expressivo nos níveis mais elevados de formação. Essa desvantagem educacional condiciona o progresso pessoal, cristalizando um déficit de oportunidades e de flexibilidade por parte das instituições de ensino para com mulheres que decidem se dedicar também à maternidade (Figura 3).

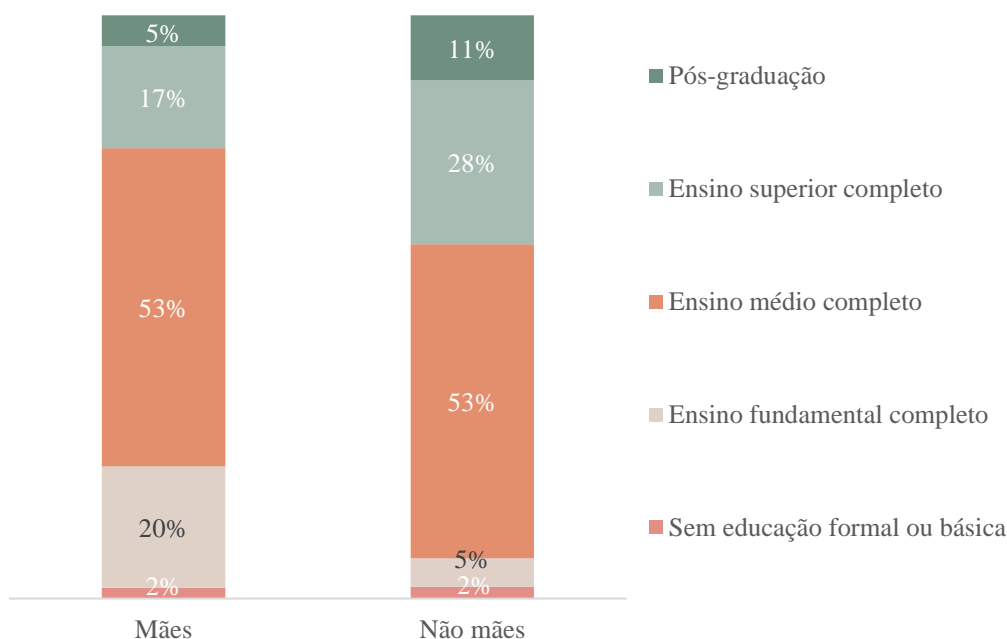


Figura 3 - Escolaridade entre mães e não mães
Fonte: Market Analysis.

As adversidades que as instituições educativas impõem e a escassa recompensa que o setor privado propõe funcionam como um desestímulo ao progresso formativo e de capacitação do universo materno. O interesse de começar ou retomar os estudos é menor entre as mães, independentemente do nível atual de escolaridade delas. Quando questionadas sobre seus planos para os próximos dois anos, 38% de mulheres sem filhos com ensino médio completo ou menos e 28% daquelas com ensino superior ou mais demonstram interesse em completar estudos ou iniciar capacitação. Entre as mães, essa proporção cai para 21% e 14%, respectivamente (Figura 4).

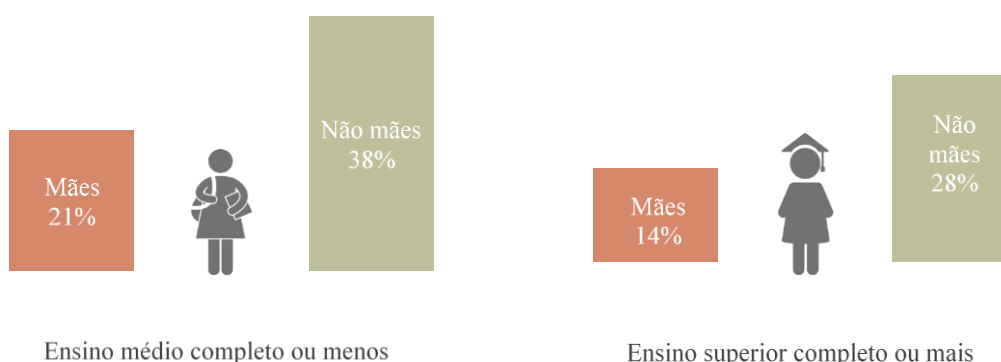


Figura 4 - Intenção de completar estudos, iniciar capacitação ou estudar nos próximos dois anos, entre mães e não mães
Fonte: Market Analysis.

Mulheres sem filhos consideram mais importante completar os estudos do que as que são mães. No que diz respeito à importância dos estudos, 84% das mulheres sem filhos concordam que é muito importante completar os estudos, enquanto 72% das mães concordam com a mesma afirmação, o que denota uma diferença de prioridades (Figura 5).

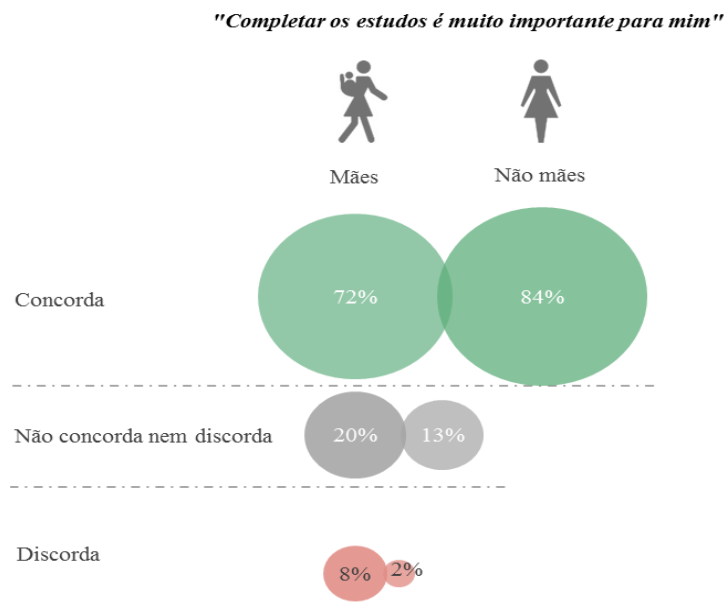


Figura 5 - Concordância com a afirmação “Completar os estudos é muito importante para mim” entre mães e não mães
Fonte: Market Analysis.

Ademais, mulheres demonstram ter bastante clareza das diferenças salariais e de oportunidades e as mães percebem essas diferenças com maior frequência do que mulheres sem filhos. Quando se comparam com os homens das suas áreas de atuação, mães afirmam mais frequentemente receber menores salários do que não-mães. Sete em cada 10 não-mães percebem que atualmente há maior equidade salarial, para mães essa proporção cai para 6 em cada 10 (Figura 6).

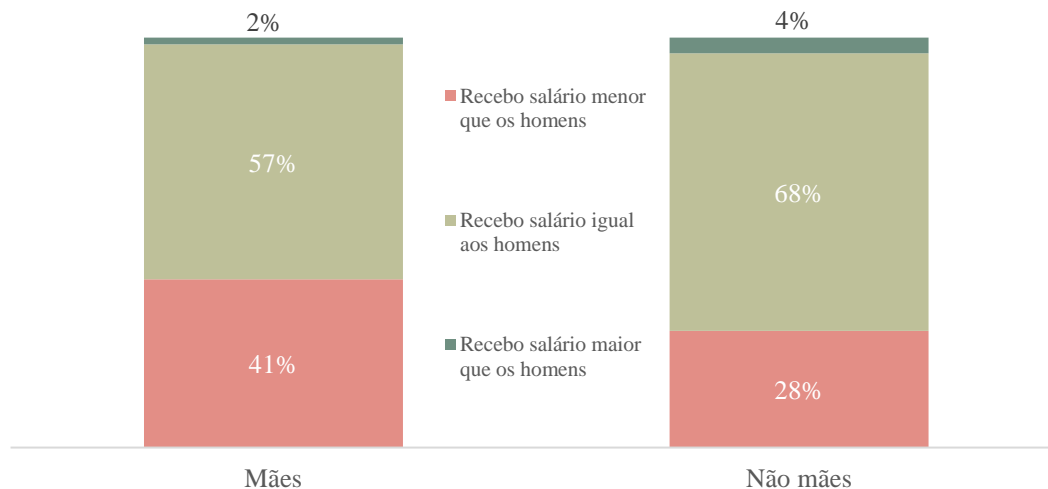


Figura 6 - Percepção sobre diferenças salariais por gênero entre mães e não mães
Fonte: Market Analysis.

Mulheres com filhos afirmam com maior frequência perceber menores oportunidades de crescimento dentro de sua área de atuação, em comparação com os homens. Mulheres sem filhos também percebem as diferenças de crescimento, porém, com uma frequência menor (Figura 7).

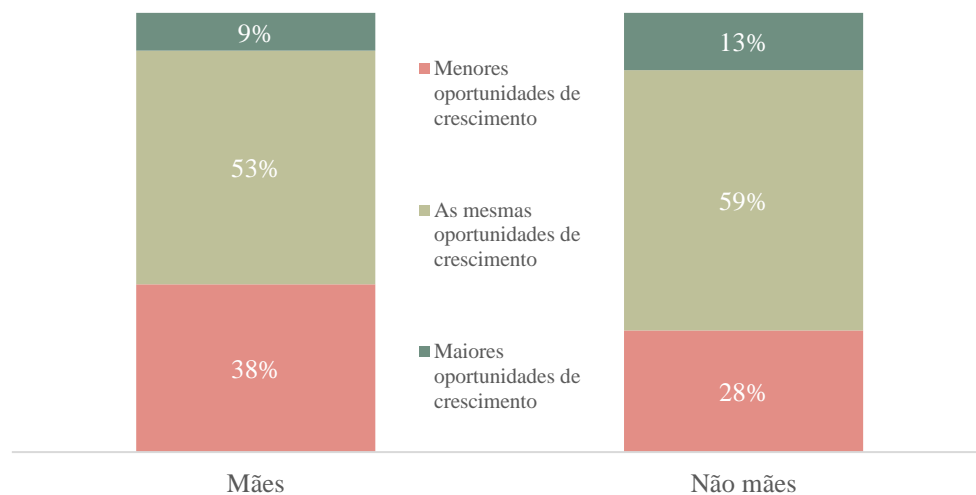


Figura 7 - Percepção sobre diferenças de oportunidades de crescimento profissional por gênero entre mães e não mães
Fonte: Market Analysis.

A percepção destas mulheres está diretamente ligada à realidade. Dentre as mais de 4,5 milhões de empresas que existem no Brasil atualmente, apenas uma parcela muito pequena conta com ações efetivas para reter mães no seu quadro de funcionários (Mercer Marsh Benefícios, 2016). Além disso, dados factuais da PNAD-C (2017) demonstram abismo entre homens e mães no mercado de trabalho.

De acordo com a pesquisa, o rendimento de mulheres que são mães corresponde a 78% do rendimento dos homens. Ademais, mães correspondem apenas a 58% das mulheres na força de trabalho, enquanto pais são 83% (Figura 8).

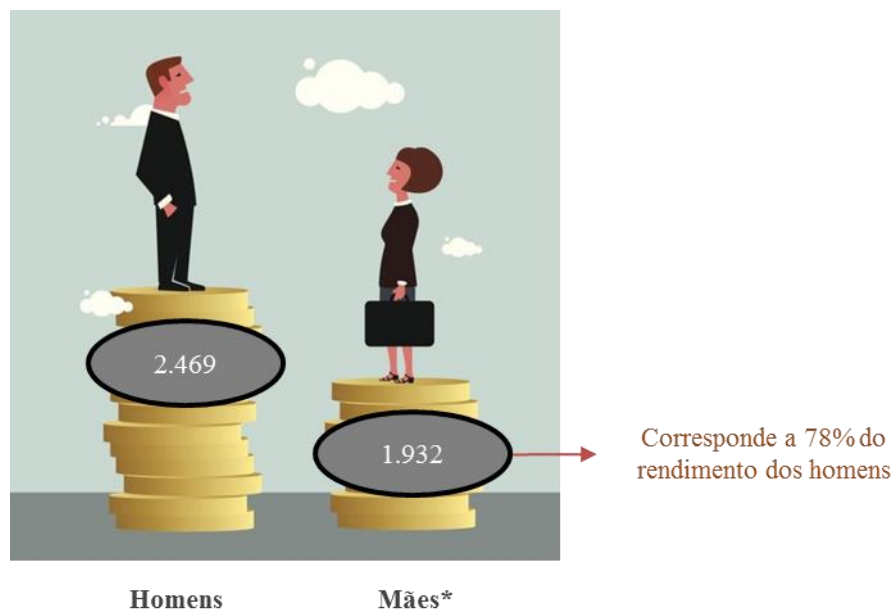


Figura 8 - Rendimento habitual médio, por mães (R\$), entre homens e mães
Fonte: PNAD-C (2017).

3.1.1 Desigualdade além das fronteiras

Essa situação não é exclusiva do Brasil. Nos Estados Unidos, estudo recente mostra que imediatamente após o nascimento de um filho, a disparidade salarial de um casal dobra, por conta da queda no salário da mãe. O salário do pai continua subindo, indicando que ele é bonificado

profissionalmente a partir da constituição da família. Correl, Benard e Paik (2007) apontam que a maternidade, ainda nos EUA, resulta em penalização não apenas salarial: identificou-se que, quando estimulados a selecionar candidatos, recrutadores de empresas tendem a considerar mães como menos competentes e comprometidas com o trabalho.

Budig e England (2001) identificam uma penalidade salarial de 7% por filho para mães. Na Dinamarca, país notório por suas políticas de igualdade, estudo recente mostra que, a longo prazo, a penalização salarial da maternidade pode chegar a 20% para trabalhadoras que ficaram grávidas entre 1980 e 2013. Nesse período, dobrou o peso da maternidade como fator explicativo das diferenças salariais na Dinamarca (Figura 9).

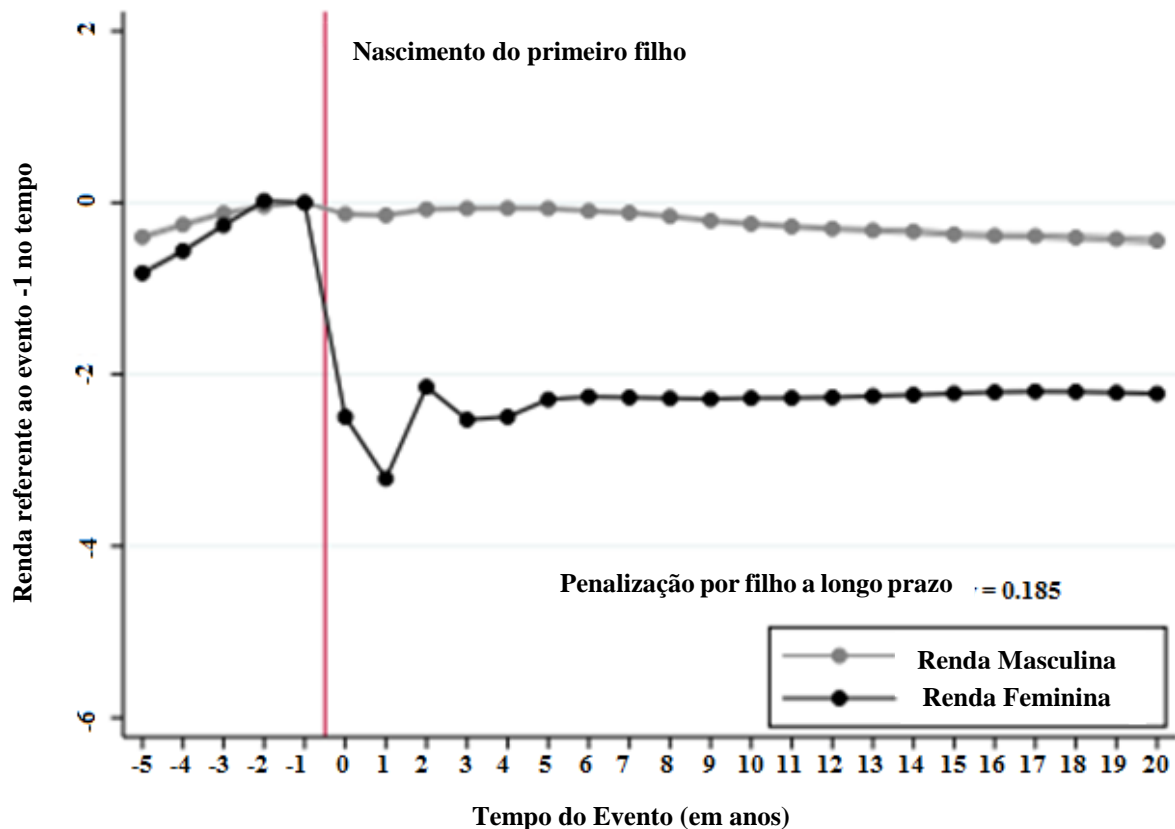


Figura 9 - Salários comparados entre homens e mulheres, 20 anos após o nascimento do primeiro filho
Fonte: Children and gender inequality: Evidence from Denmark (Kleven, Landais, & Søggaard, 2018).

No Brasil, as mulheres percebem a penalização por conta da sua escolha pela maternidade, algo que aparece de forma relativamente normalizada. Embora percebam que a maternidade exige sacrifícios, não há arrependimento pela escolha. Valores e mandatos familiares coincidem com uma quota de estoicismo pessoal e uma naturalização problemática da penalização profissional a sofrer. Essa posição volta a aparecer nitidamente ao constatar que a maternidade não supõe automaticamente uma preferência pela imersão total no cuidado dos filhos. Se bem uma em cada cinco preferiria parar de trabalhar para cuidar dos filhos, a absoluta maioria não abriria mão de ser mãe para alcançar suas metas profissionais. Em outras palavras, persiste entre elas o desejo de conciliar carreira e vida familiar.

Quando perguntadas, de maneira menos direta, se “ao ser mãe, tiveram que deixar de lado seus objetivos”, 5 em cada 10 mães concordam com a afirmação (Figura 10).

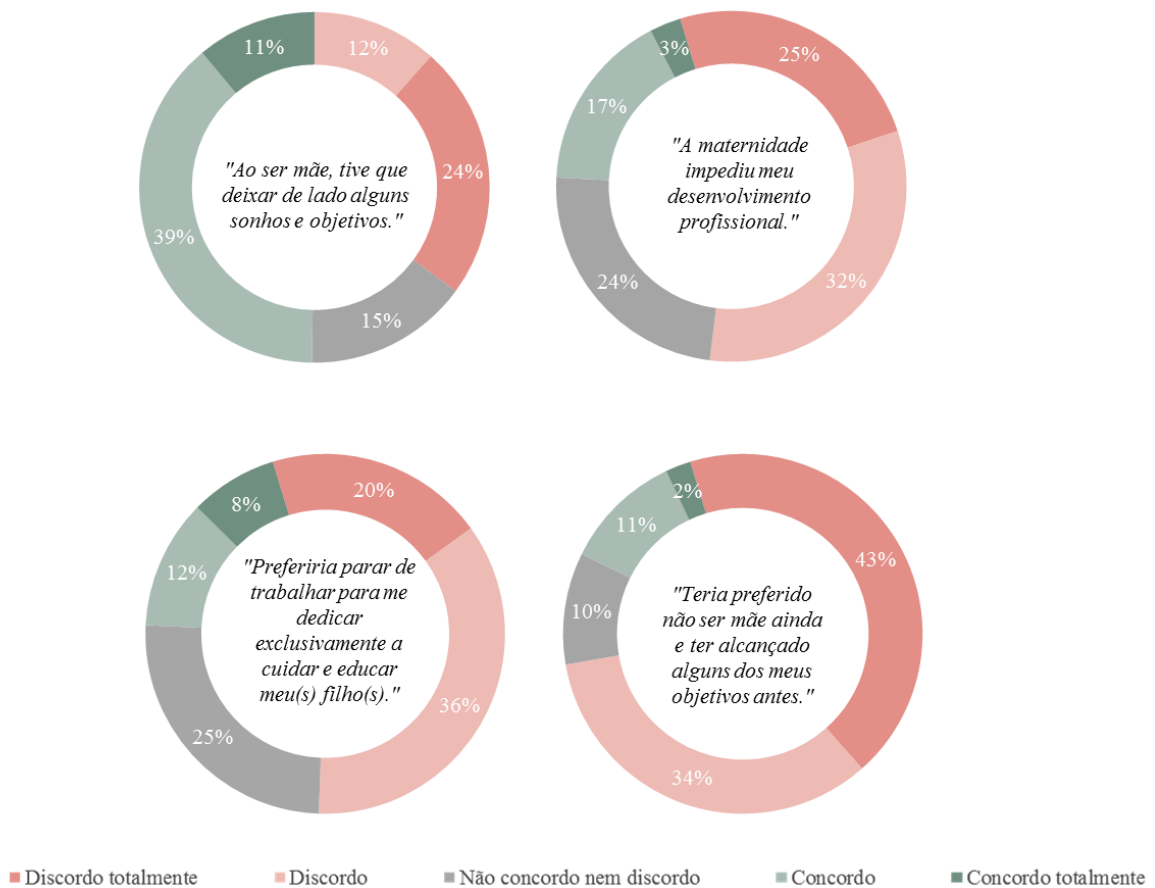


Figura 10 - Percepção sobre o impacto profissional da maternidade entre mães
 Fonte: Market Analysis.

3.1.2 Implicações da penalização profissional da maternidade

A maternidade é o período da vida da mulher onde as diferenças de gênero e desigualdades ficam mais evidentes, é o momento em que culminam todas as justificativas androcêntricas que associam o sexo feminino à menor produtividade por conta do seu papel de mãe. Igualmente, nota-se que instituições de ensino e empregadores permanecem engessados em um modelo de trabalho que não absorve a diversidade e que tem uma visão binária dos papéis de gênero, atribuindo à mulher os cuidados com a família e ao homem o sustento. Conseqüentemente, a sociedade cristaliza a negação da igualdade profissional para o universo feminino e as empresas e organizações perdem a oportunidade de inovar e solidificar marcas que respondam a uma agenda positiva, se potencializando dessa maneira.

Estão as empresas preparadas para lidar com a diversidade presente hoje no mercado de trabalho? Um caminho para garantir um papel de liderança passa por incluir o desafio do reconhecimento maternal-profissional durante a formação dos futuros gestores da organização. Empresas também podem passar a adotar licença familiar ao invés de maternidade e incluir entre os seus benefícios o auxílio-creche, berçário na empresa, horas flexíveis ou home-office para novos pais e mães. A implementação de ações e licenças que incentivem a maior participação do pai na vida da criança e uma divisão mais proporcional das tarefas parentais seria de grande valia para fomentar mais igualdade desde o lar. Outra iniciativa interessante é adotar políticas afirmativas para incluir e incentivar mães no quadro de trabalhadores.

A iniciativa e as políticas públicas também têm um papel importante neste sentido, governos têm a capacidade de moldar como os filhos serão criados ao mudar a estrutura da licença parental e melhorar a aparelhagem pública (creche, escola) para a mãe poder continuar seu trabalho.

Existem várias ações que já foram implementadas com sucesso por empresas, instituições e governos, várias frentes de trabalho que podem ser adotados para mitigar as diferenças e desigualdades do mercado de trabalho.

No que diz respeito à benefícios parentais, há hoje diversos exemplos de empresas que compreendem as necessidades de mães e pais e oferecem melhorias para a reinserção e transição de novos pais e mães. É o caso, por exemplo, de Natura, Embraco, Netflix. Além disso, há empresas que desenvolvem políticas afirmativas para incluir e incentivar mulheres que optam pela maternidade no quadro de funcionário, como Unilever e Grupo Boticário. Ou até empresas que oferecem serviços voltados especialmente para as mães como a Maternativa, empresa que, percebendo este gap de mercado, voltou-se para fomentar o empreendedorismo materno ou a plataforma contrateumamae.com.br, que auxilia mães a se realocarem em uma posição profissional.

Ainda são escassas as empresas que adotam políticas que tragam mais equidade para sua força de trabalho, notadamente quando o foco é a retenção de mães no quadro de funcionários. Porém, existem outros exemplos dignos de nota, como é o caso da Natura, que oferece o dobro de licença paternidade, 6 meses de licença para as mães, berçário e creche nas suas dependências. A Embraco não só oferece berçário para filho de funcionários, como permite que suas funcionárias comecem a trabalhar 30 minutos mais tarde para amamentar o filho, atividade que podem realizar também no meio do dia e no final do expediente, quando são liberadas 20 minutos mais cedo. A Unilever também oferece berçário, horários flexíveis e home office para as novas mães. Além disso, proporciona cursos para gestantes e palestras com especialistas em infância e juventude. O Grupo Boticário, famoso por suas ações nesse sentido, tem um programa de gestantes em que oferece cursos, palestras e aulas práticas, além de uma visita domiciliar de uma profissional de enfermagem logo após o parto. A empresa também conta com uma sala de apoio à amamentação, onde a mulher pode esvaziar as mamas, armazenando seu leite em fracos previamente esterilizados. O Boticário também conta com auxílio babá e para educação infantil. Das empresas mais jovens, a Netflix oferta licença maternidade/paternidade de 1 ano, horários flexíveis (para ambos os pais), podendo retornar ao trabalho com período integral ou parcial após a licença (com salário integral).

4 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Apesar da relevância central da maternidade na sociedade, há cada vez mais evidências de que ela seja um dos mecanismos centrais para explicar a persistência da desigualdade salarial e de oportunidades profissionais entre homens e mulheres.

Maternidade e carreira se encontram hoje, ainda, em contradição, o que acaba levando mulheres ao adiamento da maternidade em função da busca por consolidação da carreira. Ou, do outro lado, leva ao abandono ou comprometimento da carreira em detrimento da maternidade.

Esse estudo inédito visou dimensionar essa problemática no Brasil e ampliar o debate sobre políticas empresariais que ajudem a reduzir e superar a contradição entre carreira e maternidade.

Na medida em que mães não encontram flexibilidade e oportunidades para investir no seu desenvolvimento profissional e educacional como prioridade, elas encontram também barreiras para conquistar a desejada segurança material e um melhor futuro para elas e suas famílias. Ou seja, realização profissional é fundamental para manutenção de uma sociedade sustentável.

Gestores e decisores podem reproduzir uma visão tradicional sobre os papéis de gênero, mesmo que inconscientemente, pois eles estão profundamente arraigados no pensamento coletivo. Assim, perpetua-se uma condição profissional desfavorável às mulheres e, principalmente, mães, que veem suas carreiras prejudicadas. É de suma importância ressaltar essas desigualdades e gerar reflexões sobre estas questões.

À pesquisa de mercado cabe fazer a ponte entre as necessidades dos indivíduos e as instituições, clareando os dilemas e tensões fundamentais para possibilitar ações mais assertivas com o intuito de mitigar e abolir essas desigualdades.

A pesquisa pode ser uma ferramenta valiosa para identificar as demandas das mulheres no mercado de trabalho e esclarecer suas percepções a respeito da inserção no mercado e realização profissional.

Além disso, pode esclarecer de que maneira o mercado absorve e acolhe essas demandas e como seria possível encaixar questões de gênero na cultura organizacional, o que faria mais sentido para cada organização. Os estudos de pesquisa podem elucidar o impacto mútuo de maternidade e carreira e oferecer direção para as ações dos gestores, atores da sociedade civil e governantes, ajudando a compreender de que maneira as diferenças de gênero podem impactar a reputação dos mesmos.

É responsabilidade e função da indústria de pesquisa ampliar o campo de conhecimento e sanar desentendimentos e brechas entre organizações e sociedade.

REFERÊNCIAS

- Budig, M. J., & England, P. (2001). The Wage Penalty for Motherhood. *American Sociological Review*, 66(2), 204-225. Recuperado de https://inequality.stanford.edu/sites/default/files/media/_media/pdf/Reference%20Media/Budig_2001_Lifecourse.pdf
- Correl, S. J., Bernard, S., & Paik, I. (2007). Getting a job: Is there a motherhood penalty? *American Journal of Sociology*, 112(5), 1297-1339. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/10.1086/511799>
- Fiorin, P. C. Oliveira, C. T., & Dias, A. C. (2014). Percepções de mulheres sobre a relação entre trabalho e maternidade. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 15(1). Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902014000100005
- Kleven, H., Landais, & C., Sjøgaard, J. E. (2018). Children and gender inequality: Evidence from Denmark. NBER Working Paper 24219 (0). Recuperado de <http://www.nber.org/papers/w24219>
- Market Analysis Brasil. (2017). *Pesquisa Mulheres*.
- Mercer Marsh Benefícios (2016). *Pesquisa Diversidade de Gênero e os Pilares da Saúde e Equilíbrio de Vida*. São Paulo. Recuperado de <https://www.marsh.com/br/insights/research/pesquisa-de-diversidade-de-genero-e-os-pilares-da-saude-e-equili.html>
- Organização Internacional do Trabalho. (2010). *Igualdade de gênero e raça no trabalho: Avanços e desafios*. Brasília: Laís Abramo.
- Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. (2017). Pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Recuperado de <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?=&t=o-que-e>