

5º ESTUDO



ens

A sua Escola
de Negócios
e Seguros.



Carla Campos – CRB-7/4944
Responsável pela elaboração da ficha catalográfica

M778m Monteiro, Maria Helena.
Mulheres no mercado de seguros no Brasil : 5º estudo /
Maria Helena Monteiro e Francisco Galiza. -- Rio de Janeiro:
ENS, 2025.
4 Mb ; PDF

1- Mercado de trabalho – Mulheres - Brasil. 2. Trabalho
feminino – Seguro. 3. Empoderamento feminino. I. Galiza,
Francisco. II. Título.

0025-2815

CDU 368-055.2(81)

5º ESTUDO

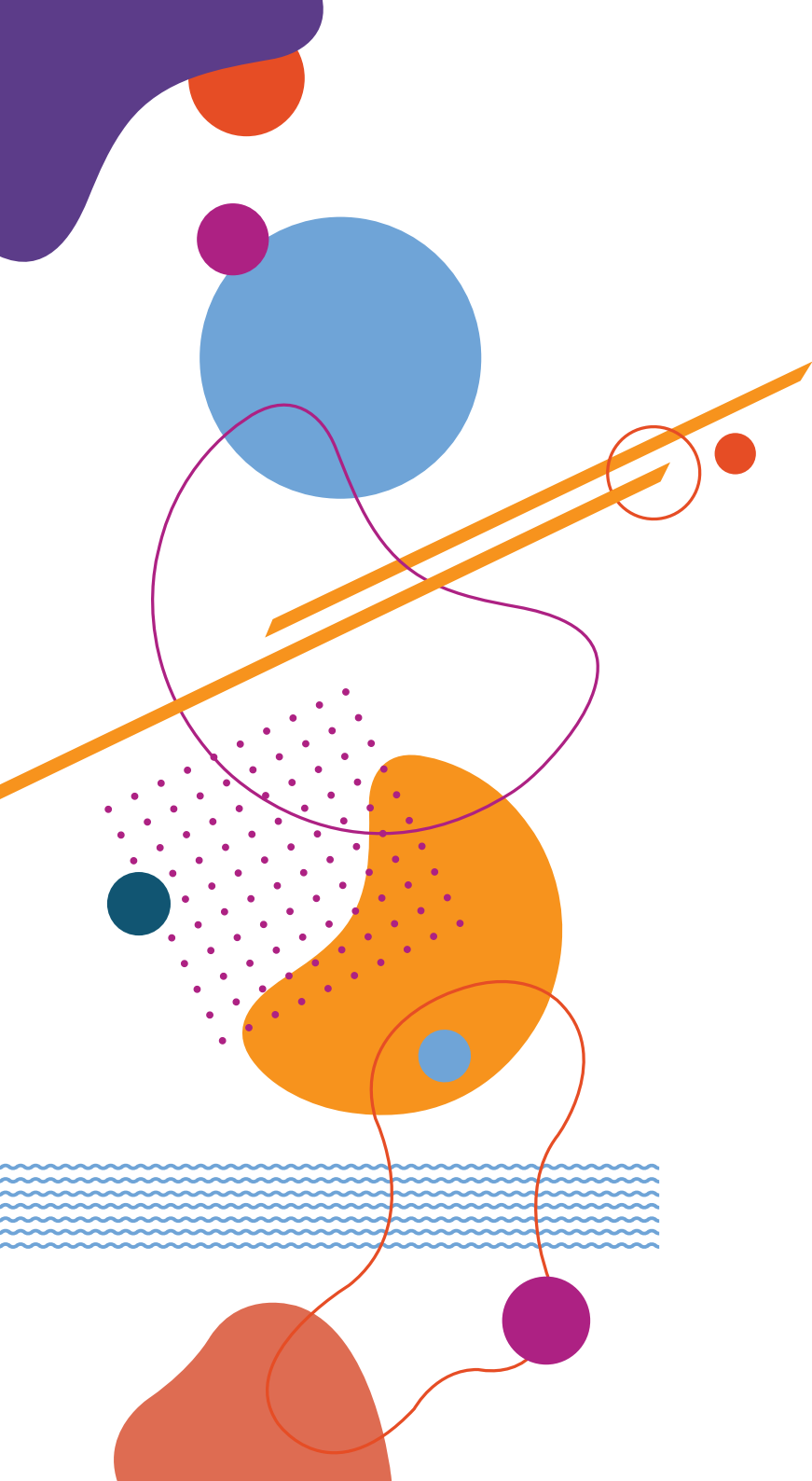
MULHERES NO MERCADO DE SEGUROS NO BRASIL

Maria Helena Monteiro

Francisco Galiza

Maio/2025





SUMÁRIO

1 | INTRODUÇÃO 7

2 | CENÁRIO GERAL 11

3 | DADOS DAS SEGURADORAS 15

- 3.1. Evolução do Setor e Amostra 15
- 3.2. Cargos e Gênero 17
- 3.3. Formação Acadêmica e Gênero 19
- 3.4. Folha Salarial e Gênero 20
- 3.5. Idade dos Funcionários 21
- 3.6. Gênero e tempo da empresa 22
- 3.7. Promoções e Gênero 24
- 3.8. Treinamento e Gênero 25
- 3.9. Desafios da maternidade 25
- 3.10. Políticas específicas para mulheres 26

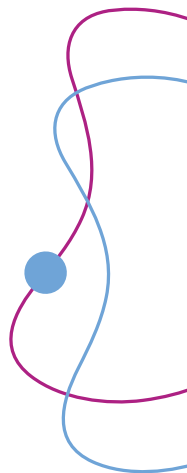
4 | PESQUISA QUANTITATIVA, EXECUTIVAS 29

- 4.1. Amostra da Pesquisa 29
- 4.2. Perguntas sobre a condição Feminina 30
- 4.3. Perguntas sobre diversidade 33
- 4.4. Ramos de seguros e gênero 36

5 | PESQUISA QUALITATIVA, EXECUTIVAS 41

- 5.1. Oportunidades em liderança 41
- 5.2. Capacitação em liderança 43
- 5.3. Obstáculos na liderança 45
- 5.4. Vantagens da perspectiva feminina 47
- 5.5. Iniciativas para incentivar a participação feminina 49
- 5.6. Mensagens para as mulheres da área 51
- 5.7. Sugestões para fortalecer 53

6 | CONCLUSÕES 57





INTRODUÇÃO

Mais uma vez, a ENS (Escola de Negócios e Seguros) tem a satisfação de apresentar uma nova edição do Estudo das Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil.

A primeira edição, concluída em 2013, teve uma receptividade muito boa, pelo pioneirismo da análise da condição feminina no setor de seguros no Brasil. Em virtude dessa acolhida favorável, o segundo estudo foi concluído em 2016, três anos depois. Desde então, definiu-se que haveria tal periodicidade nesse estudo. Em 2019, tivemos outra edição, com novas conclusões e um conjunto mais consistente de dados. Em 2022, chegamos à quarta edição, nove anos após a primeira, com o aprofundamento das conclusões e uma análise mais sofisticada da trajetória dos números.

Em 2025, surge a quinta edição, com a contribuição da entidade “Sou Segura”, a principal do setor de seguros no que se refere à defesa da representatividade da mulher nesse segmento empresarial. Essa contribuição se deu tanto na parte de estruturação do estudo, como na parte logística de envio dos questionários. Reiteramos, com apreço, nosso agradecimento a essa instituição tão relevante no segmento.

Além desta introdução, preservando a uniformidade e continuidade dos textos, o presente estudo encontra-se estruturado nos seguintes capítulos:

- No **capítulo 2**, denominado “Cenário Geral”, é apresentado um resumo do cenário global acerca das iniciativas e publicações relativas ao tema.
- O **capítulo 3**, “Dados das Seguradoras”, expõe números e informações da condição da mulher securitária, a partir de questionário enviado diretamente para as seguradoras, além dos dados históricos já obtidos. Neste capítulo, em que se busca uma amostra representativa do segmento, as informações individuais são confidenciais. Agradecemos também o apoio da Comissão de Recursos Humanos da CNseg no envio dos questionários às filiadas.
- O **capítulo 4** (“Pesquisa Quantitativa, Executivas”) apresenta o resultado numérico da pesquisa realizada com centenas executivas do setor, comparando-o também com os dados obtidos nos períodos anteriores. A expressiva participação de mais de 600 executivas do segmento merece destaque.
- O **capítulo 5** (“Pesquisa Qualitativa, Executivas”) apresenta sugestões e comentários das participantes entrevistadas, enriquecendo o material com sugestões para o mercado, possibilitando maior compreensão do setor.
- Por fim, o **capítulo 6** exhibe, de forma sintética, as conclusões de todo o estudo, reconhecendo os aspectos relacionados à desigualdade de gênero, como menor participação em cargos executivos, diferença salarial, apesar da maior participação das mulheres nos programas de treinamentos

2



CENÁRIO GERAL

Um aspecto positivo dos dias de hoje é que tem existido uma preocupação crescente em discutir a presença da mulher na economia e na sociedade. Dentre inúmeros exemplos, citamos o “UN Women”¹, iniciativa da ONU, desde 2010, dedicada à igualdade de gênero e ao empoderamento feminino. Algumas prioridades estratégicas da entidade incluem maior participação das mulheres nos sistemas de governança, melhor nível e segurança de renda, combate a todas as formas de violência e maior influência na construção da paz e da constituição de uma sociedade mais sustentável.

Na academia brasileira, tais assuntos são também estudados e envolvem, por exemplo, avaliar as perdas financeiras nas empresas por não aproveitar todo o potencial das mulheres, a relação defasada ainda existente entre os salários de homens e mulheres, a quantidade crescente de famílias chefiadas por mulheres, o aumento histórico da participação da mulher no mercado de trabalho, dentre outros assuntos.

¹ Site da “UN Women”, disponível em: <https://www.unwomen.org/en>.

Na área de seguros, o assunto também é discutido, em vários níveis, desde a existência de produtos de seguros específicos para o público feminino, o incentivo de empresas para a diminuição na desigualdade de gênero ou a presença de associações não lucrativas, visando a troca de experiência, até a realização de contatos e o estreitamento dos laços de amizade na área feminina, como é o caso da “Sou Segura”. Enfim, as iniciativas são várias.

Internacionalmente, uma referência importante nesse assunto é o site “Insurance Information Institute”, que faz um levantamento numérico periódico da mão de obra dos EUA que atua diretamente na área de seguros². Em 2024, havia 3 milhões de funcionários nesse setor, aproximadamente 60% eram mulheres. Para fins comparativos, em toda a força de trabalho nos EUA, esse número médio é de 47%, ou seja, em média, o setor de seguros oportuniza bem melhor a mão de obra feminina do que outros segmentos. E, dependendo do tipo de operação em seguros, a presença feminina pode ser ainda maior, como, por exemplo, em escritórios, no processamento das operações de sinistros, em que o valor chega a quase 80%.

Todos esses dados são referências interessantes, para serem comparados ao mercado brasileiro. Esses dados constituem referências interessantes a serem comparadas às do mercado brasileiro.

²Estatísticas de mão de obra do mercado de seguros nos EUA. Disponível em: <http://www.iii.org/fact-statistic/careers-and-employment>



DADOS DAS SEGURADORAS

3.1 | Evolução do Setor e Amostra

Nos últimos anos, três fatos econômicos marcaram, de forma expressiva, o setor de seguros no Brasil.

Primeiro, a continuidade da evolução favorável da receita do setor, com o registro de ganhos reais ano a ano, sobretudo em um cenário pós-pandêmico. Em termos nominais, uma variação em torno de 10%, para uma inflação no patamar de 5%.

Outro aspecto positivo é o maior interesse dos investidores no segmento de seguros. Em 2024, havia 96 grupos de seguradoras atuando no segmento de seguros de produtos de risco no Brasil. Em 2023, eram 90; em 2022, 84 grupos. Há dez anos, esse número era menor do que 70. A tecnologia teve um fator primordial nesse comportamento.

Um terceiro aspecto é, de modo geral, uma boa taxa de rentabilidade no setor, sobretudo após o impacto da pandemia da Covid-19. Aqui, tratamos, em termos médios, de uma tendência do mercado como um todo, isto é, pode haver seguradoras com melhor ou pior atuação. Assim, na média das seguradoras, a margem de rentabilidade tem se situado em torno de 25%. Diversos fatores podem explicar esse movimento, como uma maior produtividade por tecnologia ou ganhos de escala nas vendas. Estima-se que, nos últimos cinco anos, a produtividade das seguradoras brasileiras tenha aumentado em 25%, o que significa capacidade de produzir mais com menos recursos.

Em termos relativos, é importante registrar também que, nos últimos anos, houve o fenômeno de diminuição, pouco a pouco, na empregabilidade no segmento financeiro (especificamente, bancos e seguradoras) no Brasil. em outras palavras, uma diminuição na quantidade de funcionários, embora com aumento na quantidade de empresas seguradoras, como vimos anteriormente. Esse fenômeno de diminuição de empregabilidade é mundial e pode ser explicado por diversos fatores, tais como a introdução de novas tecnologias e ganhos de escala.

Neste quinto estudo, obtivemos um volume de respostas de 19 empresas seguradoras, totalizando aproximadamente 25 mil funcionários, uma amostra significativa. Desse total, aproximadamente 55% dos funcionários são mulheres. Como referência, em 2012, a primeira vez que esse estudo foi feito, o número de mulheres na amostra era de 54%. De certa maneira, isso revela que a maior presença feminina no setor de seguros no Brasil tem se mantido relativamente constante.

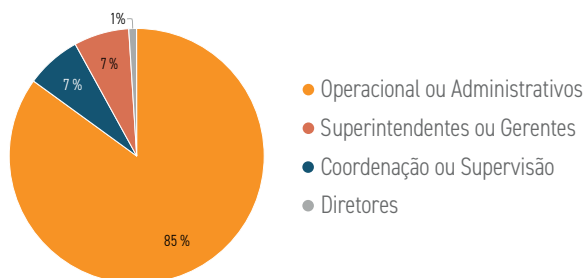
Já nos EUA, em 2024, como mencionamos, esse mesmo valor é de 60%, valores quase que similares aos números brasileiros.

3.2 | Cargos e Gênero

Neste texto, tal como nos levantamentos anteriores, nos questionários enviados às companhias, os cargos dos funcionários foram separados em quatro níveis possíveis: Alta Liderança (C-Level, Diretores); Gestão (Superintendentes, Gerentes); Coordenação ou Supervisão; Operacional ou Administrativo. Assim também, em todo o estudo, as informações individuais das companhias não foram divulgadas. De modo geral, como verificaremos, a distribuição de cargos entre homens e mulheres não é uniforme nas companhias.

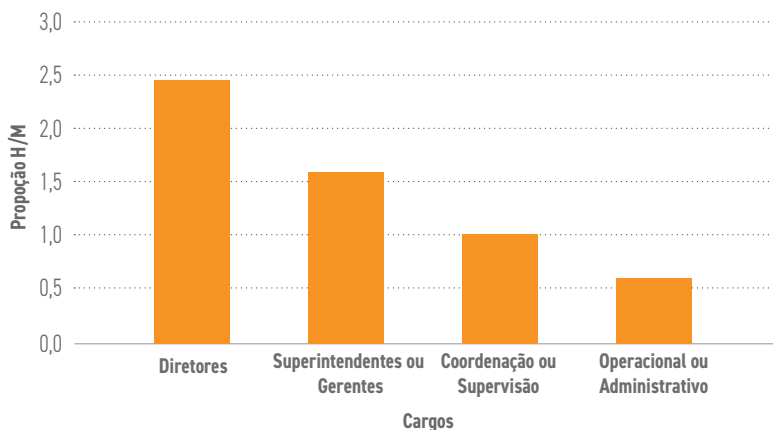
Inicialmente, o **gráfico 1** mostra a proporção dos cargos nas empresas. Por exemplo, do total de funcionários das seguradoras, 7% são superintendentes ou gerentes.

GRÁFICO 1 | Proporção Mulheres – Seguradoras Brasileiras



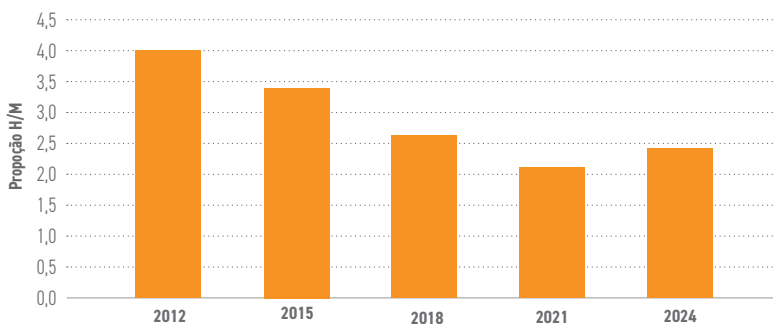
Em seguida, na amostra das seguradoras, nota-se a relação entre homens e mulheres em cada cargo nesse momento, representada no **gráfico 2**. Por exemplo, em média, há 2,4 diretores homens para cada diretora mulher em uma seguradora. Quando o cargo passa para o nível de superintendente ou gerente, essa relação diminui, passando para 1,5. Logo, observa-se um estreitamento à medida do avanço hierárquico.

GRÁFICO 2 | Distribuição H/M – Por Cargos – Seguradoras – 2024



É interessante observar como algumas dessas variáveis evoluíram ao longo do tempo, como se observa no **gráfico 3**.

GRÁFICO 3 | Proporção H/M – Evolução – Cargos de Diretores



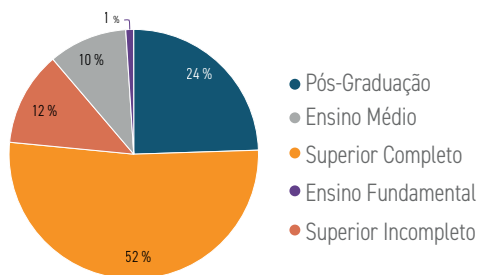
Neste momento, a proporção é de que, para cada diretora mulher, há 2,4 diretores homens. A diferença na proporção ainda existe, é muito significativa, mas já foi maior no passado. Lembramos, mais uma vez, que existem mais mulheres do que homens trabalhando em uma seguradora. Por exemplo, como avaliação da evolução, em 2012, no primeiro texto sobre esse

assunto, foi feita essa mesma pergunta para as seguradoras e a proporção era de 4 para 1. Agora, está em quase a metade. Um progresso, sem dúvida. Mas ainda há muito espaço para percorrer. Por exemplo, desde o relatório anterior (de 2022), não houve melhora nesse indicador. Nos últimos três anos, o patamar continuou entre 2,0 e 2,5. Lembrando mais uma vez, dada a proporção até um pouco maior de mulheres do que de homens nas empresas, um indicador mais consistente seria aquele próximo da unidade. Isso ainda não foi atingido.

3.3 | Formação Acadêmica e Gênero

Um critério que já vem sendo considerado nesta pesquisa é a evolução da formação acadêmica dos profissionais das seguradoras. Assim, inicialmente, no **gráfico 4**, temos esse número.

GRÁFICO 4 | Distribuição de Nível Acadêmico 2024



Pela amostra de 25 mil funcionários, observamos que mais da metade dos funcionários já têm nível superior e, aproximadamente, 25% têm pós-graduação. Em linhas gerais, a formação acadêmica média nas empresas tem mostrado evolução ao longo do tempo, o que é um aspecto bem positivo.

Outra constatação obtida é que o perfil da formação acadêmica dos funcionários das seguradoras tem sido distribuído proporcionalmente entre os gêneros, ou seja, essa formação não seria um fator relevante para explicar possíveis diferenças

salariais ou de cargos entre os gêneros. Por exemplo, há 77% de homens com graduação ou pós-graduação para 75% de mulheres, valores bem próximos, um fenômeno que já vinha sendo observado nos estudos anteriores.

3.4 | Folha Salarial e Gênero

Outro aspecto interessante consiste na distribuição salarial média das empresas, por gênero, nos últimos nove anos, conforme a **tabela 1**.

TABELA 1 | Evolução da Distribuição Salarial Média - Seguradoras

Valor R\$/mês	Homem	Mulher	Proporção M/H
2015	5,4	3,9	72%
2018	6,3	4,5	71%
2021	8,3	5,8	70%
2024	9,7	6,8	70%

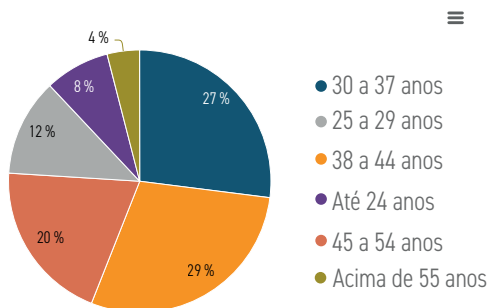
Em relação aos números, temos:

- › Em 2015, encontramos um salário médio total de R\$ 5,4 mil/mês para homens; e, em 2018, o valor passou para R\$ 6,3 mil/mês; em 2021, R\$ 8,3 mil/mês; R\$ 9,7 mil/mês. Os valores médios, de um modo geral, acompanham o efeito inflacionário, mas a desigualdade aumentou, já que a proporção do salário das mulheres em relação ao dos homens caiu de 72% para 70% ao longo dos nove anos demonstrados.
- › Nesse período, o salário médio das mulheres foi de, aproximadamente, 70% do valor do salário médio dos homens. Tal número não surpreende e segue o padrão da economia brasileira e mundial, em estudos de outras áreas empresariais. O fato é que, historicamente, as mulheres recebem menos que os homens.

3.5 | Idade dos Funcionários

Desde o início do programa, também temos avaliado a idade dos funcionários nas seguradoras. No **gráfico 5**, temos a distribuição da proporção das faixas etárias, em uma amostra de 25 mil funcionários.

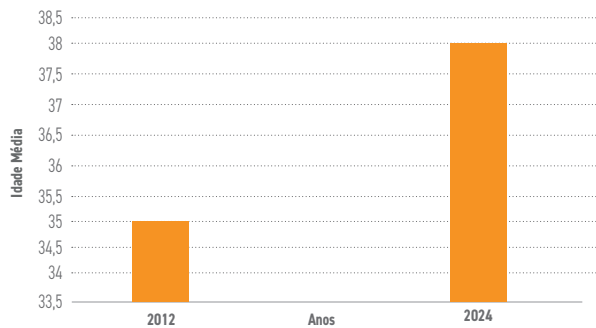
GRÁFICO 5 | Distribuição da Proporção das Idades – Amostra – 2024



Nota-se que homens e mulheres entre 38 anos e 44 anos, em média, representam 29% dos funcionários de uma seguradora, enquanto 4% dos trabalhadores têm acima de 55 anos.

Outro dado interessante reside na evolução dessa distribuição etária dos funcionários ao longo do tempo, o que foi possível, já que dispomos das informações dos últimos anos. No **gráfico 6**, temos a evolução somente da idade média dos funcionários mulheres hoje e há doze anos. Nesse período, o valor desse perfil aumentou em quatro anos, passando de 35 anos para 38 anos. A ampliação da fase produtiva das pessoas é o principal motivo para explicar tal comportamento.

GRÁFICO 6 | Idade Média dos Funcionários – Evolução – Mulheres



Também em função das estatísticas obtidas, não encontramos diferenças significativas das faixas etárias entre homens e mulheres atuantes nas seguradoras, e também na tendência dos números, de aumento na idade média de trabalho.

3.6 | Gênero e tempo da empresa

Dois indicadores bem úteis para as áreas de Recursos Humanos das seguradoras foram calculados nesse estudo. Além dessa área específica, eles são também boas referências para o profissional que atua no segmento, como comparação pessoal com os dados de mercado.

Primeiro, a medição do tempo dos funcionários na mesma seguradora, situação evidenciada na **tabela 2**. Em média, vemos que esse valor varia de 7 a 8 anos – ou seja, o “tempo de casa” –, mas a maior parte dos funcionários ainda se situa no intervalo de até 3 anos, de 35% a 40% do total existente. Não há grandes diferenças entre os gêneros nesse aspecto em particular. Homens e mulheres teriam tempo médio similar de atuação na mesma seguradora.

TABELA 2 | Tempo de Empresa – Funcionários – 2024

Anos de Empresa	Homens	Mulheres	Total
Acima de 18 anos	10%	8%	9%
13 a 17 anos	12%	12%	12%
8 a 12 anos	18%	21%	19%
3 a 7 anos	22%	24%	23%
Até 3 anos	38%	35%	36%
Total	100%	100%	100%

O segundo indicador mede o tempo dos funcionários no mesmo nível hierárquico, situação representada na **tabela 3**.

Pela amostra, a maior parte dos funcionários está no mesmo cargo há 2 anos, em torno de 60% do total, tanto os homens quanto as mulheres, porém, apenas 15% dos funcionários da seguradora permaneceriam no mesmo cargo por mais de 5 anos.

TABELA 3 | Tempo no mesmo cargo – Seguradoras – 2024

Permanecem no mesmo cargo	Homens	Mulheres	Total
Acima de 11 anos	3%	2%	2%
8 a 11 anos	4%	6%	5%
5 a 8 anos	7%	9%	8%
2 a 5 anos	24%	26%	25%
Até 2 anos	63%	57%	59%
Total	100%	100%	100%

No recorte da diferença de gênero, notamos que o tempo médio das mulheres no mesmo cargo é de 3 anos. Já nos homens, esse número é um pouco menor, se aproximando de 2,5 anos. Em outros termos, em princípio, os homens teriam uma taxa de promoção mais rápida, um critério que abordaremos a seguir.

3.7 | Promoções e Gênero

Outro indicador calculado no estudo foi avaliar a taxa média de promoções por funcionários, segundo o gênero. Nesse indicador, as seguradoras informaram a quantidade de promoções ocorridas nos últimos três anos, por gênero. A partir daí, calculamos a taxa de promoções anual pela média, dividindo pela quantidade de funcionários existentes, cujos resultados constam no **gráfico 7**.

GRÁFICO 7 | Taxa de Promoção - Promoções/Funcionários - 2022 a 2024



Notamos que, em uma seguradora, 11% dos funcionários existentes seriam promovidos em cada ano, mas que não se trata de comportamento uniforme. Para os homens, o valor é de quase 14%, já para as mulheres, essa taxa é de 9%. O indicador mais favorável aos homens condiz com o cálculo realizado nas páginas anteriores, de tempo médio no mesmo cargo, em que, para as mulheres, esse valor é maior.

3.8 | Treinamento e Gênero

Outro indicador interessante visto neste estudo foi avaliar o nível de treinamento dos funcionários das seguradoras, em termos de distribuição por gênero. Esses valores são calculados em termos relativos.

Em média, nas seguradoras, cada funcionário tem sido treinado quase 10 horas por ano, embora a dispersão de tal número seja elevada, entre os níveis profissionais ou o porte da seguradora, por exemplo. Outra característica importante é que esse treinamento não é uniforme entre os gêneros. Por exemplo, enquanto 55% dos funcionários das seguradoras brasileiras são mulheres, 65% dos treinamentos são dirigidos também a esse gênero, concluindo-se que, relativamente, mais mulheres são treinadas.

3.9 | Desafios da maternidade

Também adotamos como critério o desafio da profissional do mercado de seguros em conciliar o trabalho e a maternidade. No caso das funcionárias de seguradoras, analisa-se especificamente a desistência do trabalho, ou o desligamento, após voltar da licença-maternidade e no tempo subsequente.

Os números indicam que há dois momentos críticos nessa transição. Primeiro, imediatamente após o retorno ao trabalho, quando já acontece a primeira saída de algumas funcionárias. Um segundo momento ocorreria aproximadamente até um ano após a volta ao trabalho, quando a saída é ainda maior do que na primeira situação.

Ao final, pelas estatísticas obtidas, a saída das funcionárias é estimada em 30 a 40% do valor inicial. Ou seja, de cada 100 mulheres, de 30 a 40 funcionárias sairiam das seguradoras em um período aproximado de dois anos após o início da gravidez. Esse questionamento tem se repetido em cada estudo, tal como foi feito agora, mantendo-se a tendência.

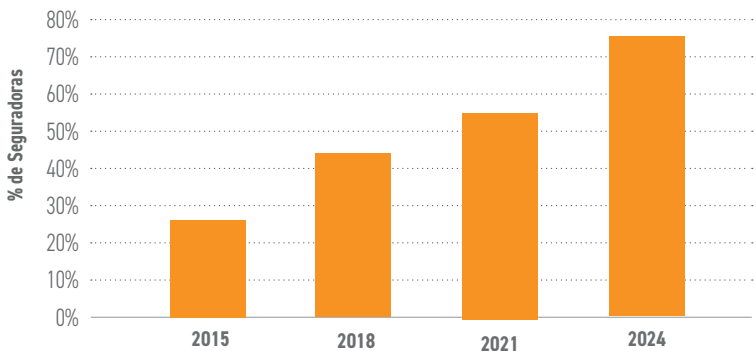
3.10 | Políticas específicas para mulheres

O último questionamento para as seguradoras foi avaliar suas políticas e serviços praticados nas áreas de recursos humanos e comerciais, com relação específica ao tema de gênero.

Por exemplo, na análise dos números, vemos que os programas mais comuns nas seguradoras são os que promovem a igualdade de gênero, contra o assédio moral, os de licença-paternidade estendida e a possibilidade da prática de horário flexível.

No caso de programas de igualdade de gênero, em 2024, observamos que 75% das empresas seguradoras da amostra utilizavam tais programas. Como referência, no estudo de 2015, essa pergunta foi feita pela primeira vez e, das seguradoras entrevistadas, menos de 30% tinham políticas ou programas para promover a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres. Em 2018, a pergunta foi repetida e tal número passou para 44%. Em 2021, em um novo questionamento, o valor passou para 56%. Uma evolução, sem dúvida nenhuma. O **gráfico 8** representa a evolução dessa situação.

GRÁFICO 8 | Resultado da Amostra – % de Seguradoras que utilizam programas de igualdade de gênero



Já uma outra pergunta feita agora no estudo foi a de avaliar a presença de produtos de seguros específicos para mulheres. Os números das diversas amostras têm se situado em torno de 50% das seguradoras que praticam essa estratégia, após várias pesquisas realizadas.

4



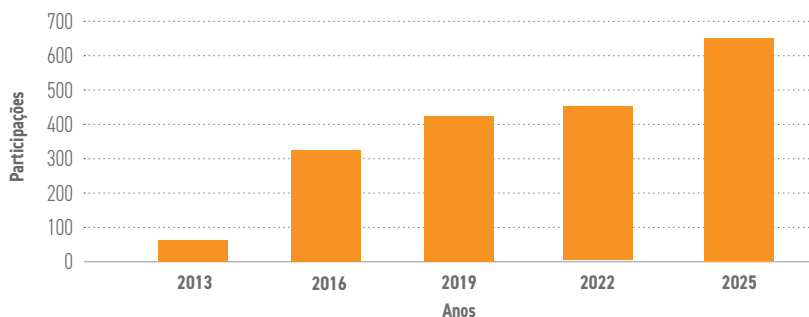
PESQUISA QUANTITATIVA, EXECUTIVAS

4.1 | Amostra da Pesquisa

Outro tópico importante deste estudo é a realização de pesquisa com diversas mulheres atuantes no mercado de seguros, abordagem existente desde o primeiro texto. Nesse caso, essas perguntas foram enviadas pela ENS e também agora pela “Sou Segura” para suas associadas.

Isso explica o elevado grau de participação nas respostas desse ano. Na presente pesquisa, participaram 624 executivas do setor, contra 76 pessoas em 2013. Como um todo, atualmente, temos uma amostra da pesquisa bem mais significativa. O **gráfico 9** mostra a evolução desses números.

GRÁFICO 9 | Participação das Mulheres Executivas na Pesquisa



Didaticamente, essa pesquisa com as mulheres pode ser dividida em duas partes. Primeiro, as perguntas quantitativas, nas quais as entrevistadas participaram respondendo a questionários usando múltipla escolha, e suas respostas serão apresentadas neste capítulo.

Outra parte da pesquisa diz respeito à pesquisa qualitativa, da qual foi possível obter sugestões e comentários dessa mesma amostra sobre a condição feminina de forma aberta e dissertativa. Um resumo desses comentários aparecerá no capítulo seguinte.

Como tem sido desde o início, as respostas não foram divulgadas individualmente. Pelo volume e profundidade das respostas, as contribuições e os comentários mostraram-se bastante enriquecedores.

4.2 | Perguntas sobre a condição Feminina

Neste item, abordamos questões específicas da condição feminina e o setor de seguros. Ao todo, foram cinco perguntas, com também cinco possibilidades de respostas em cada uma delas, todas de múltipla escolha. As perguntas estão apresentadas na **tabela 4**.

TABELA 4 | Perguntas – Condição Feminina – Executivas

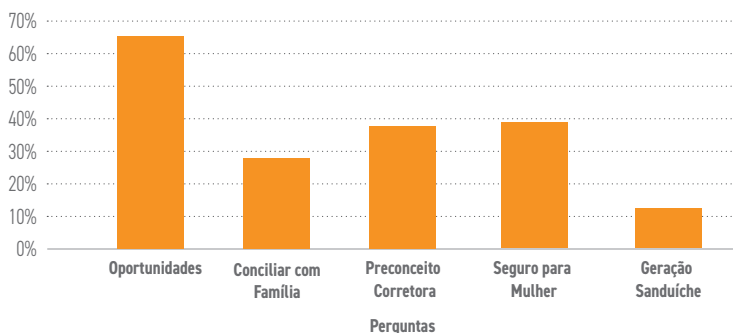
Como você avalia as oportunidades e a participação das mulheres na liderança do mercado de seguros, quando comparadas à situação de três anos atrás, pessoal e profissionalmente? Cinco respostas possíveis: Muito Pior, Pior, Igual, Melhor e Muito Melhor.
a) As oportunidades de cargos executivos na área de seguros.
b) Nível do desafio de conciliar a profissão e a família.
c) Nível do preconceito com relação à mulher corretora de seguros.
d) No Brasil, o volume de produtos de seguros para o público feminino.
e) Demograficamente, a “geração sanduíche” é aquela que cuida de filhos e pais. Em geral, essa situação tem afetado mais as mulheres.

Como se observa, as comparações são feitas com a situação de há três anos, em 2022. Os resultados são mostrados na **tabela 5**.

TABELA 5 | Respostas – Condição Feminina – Executivas

	Oportunidade	Conciliar com Família	Preconceito Corretora	Seguro para Mulher	Geração Sanduíche
Muito Pior	2%	5%	3%	1%	12%
Pior	7%	22%	7%	8%	34%
Igual	28%	44%	51%	51%	39%
Melhor	55%	25%	32%	35%	11%
Muito Melhor	8%	4%	6%	4%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

GRÁFICO 10 | % de Avaliação Melhor e Muito Melhor



Na análise dos dados comparativos, podemos separar em três grupos. Primeiro, aquele grupo em que não haveria grandes mudanças no período. Nesse caso, temos o desafio em conciliar o trabalho e a família, a diminuição do preconceito com as mulheres corretoras (com leve viés positivo) e o volume satisfatório dos produtos de seguros (com leve viés positivo). O segundo grupo é o que houve piora, segundo a opinião das entrevistadas, o que serve como um alerta para o setor. Aqui, temos os desafios da “geração sanduíche”, como se conhece popularmente, a geração que cuida dos filhos e dos pais. Por fim, o grupo em que foi detectado que houve melhora, em que temos a existência de maiores oportunidades profissionais ao longo do tempo.

Como ilustração, o gráfico 10 apresenta os percentuais de respostas em que tivemos as opções Melhor e Muito Melhor. Por exemplo, mais do que 60% das entrevistadas detectaram melhora nas oportunidades profissionais de 2022 para 2025.

Nessa linha, em complemento, ainda mais quatro comentários podem ser feitos.

Primeiro, no caso da “conciliação da família e o trabalho”, em estudos anteriores, buscamos saber se, pela opinião das entrevistadas, seria mais difícil para a mulher, em comparação

aos homens, conciliar o emprego e a família, ao atuar no mercado de seguros. A opinião foi praticamente unânime nesse sentido.

Segundo essa pergunta sobre “Oportunidades de Melhores Cargos”, por ser tão relevante, já foi feita em relatórios anteriores, com o mesmo padrão de respostas. Agora, em 2025, 63% das entrevistadas dizem que a situação está melhor ou muito melhor do que há três anos. Em 2022, esse número foi 69%; em 2020, foi 60%, ou seja, sempre em um patamar entre 60% e 70%, logo um aspecto positivo para o segmento. Por outro lado, apesar de haver reconhecimento de que houve melhoras nos últimos anos, anteriormente, já se perguntou também sobre o conceito de oportunidades iguais entre homens e mulheres. Nesse caso, haveria um viés em discordar sobre essa afirmação, mostrando que ainda haveria um caminho a ser trilhado em termos do maior desenvolvimento.

Terceiro, em estudo anterior, foi avaliado o percentual de executivas que estava sendo afetado pela “geração sanduíche”. O valor encontrado foi de 70% das entrevistadas, um número expressivo, que mostra a dimensão do problema. Esses valores vêm se repetindo.

Por fim, a pergunta de que o volume de produtos de seguros específicos para o público feminino está satisfatório no mercado brasileiro tem se repetido de relatórios anteriores. O padrão de respostas tem sido o mesmo do encontrado agora. Em média, há um pequeno viés de melhora, de que os produtos são satisfatórios, mas nada de forma significativa.

4.3 | Perguntas sobre diversidade

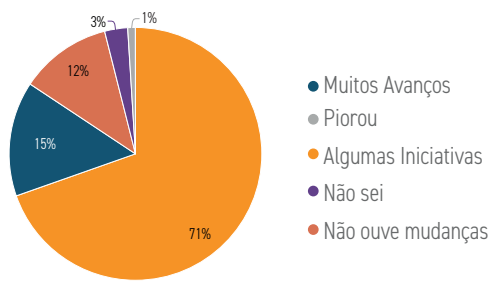
Nesse item, se discutiu sobre a diversidade no mercado de seguros, por meio de duas perguntas. A primeira, conforme a **tabela 6**, verifica se tem havido avanço no compromisso das entidades do setor com a inserção e a valorização da mulher.

TABELA 6 | Perguntas – Avanço na Diversidade – Executivas

Nos últimos três anos, você considera que houve avanços no compromisso das empresas do mercado de seguros com a diversidade e inclusão
Sim, houve avanços significativos e concretos
Sim, algumas iniciativas foram implementadas, mas ainda há muito a melhorar.
Não houve mudanças relevantes no setor.
O cenário piorou em relação aos anos anteriores.
Não sei informar.

Nesse caso, os resultados estão mostrados no gráfico 11. As respostas são claras e quase beirando a unanimidade. A maioria absoluta reconhece que houve alguns avanços nos últimos anos, mas ainda há muito a fazer.

GRÁFICO 11 | Avanços com o Compromisso da Diversidade



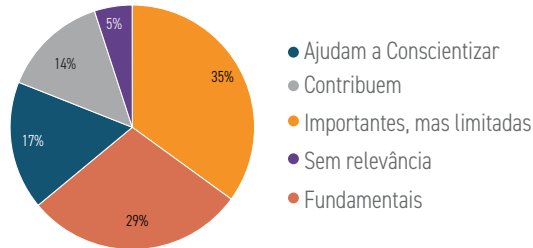
O outro aspecto abordado foi avaliar a importância das entidades na promoção da diversidade. A pergunta está estruturada na tabela 7, com cinco opções de respostas.

TABELA 7 | Perguntas – Importância das Entidades – Executivas

Na sua opinião, qual é a importância da atuação entre entidades independentes que promovem a diversidade no mercado de seguros?
Não vejo relevância nessas iniciativas
São importantes, mas seu impacto ainda é limitado
Contribuem para a criação de políticas e práticas mais inclusivas dentro das empresas.
Ajudam a conscientizar empresas e profissionais sobre diversidade e inclusão.
São fundamentais para impulsionar mudanças estruturais no setor.

Nesse caso, as respostas estão apresentadas no **gráfico 12**, com a distribuição percentual das respostas. Os dados se dividem entre dois grandes grupos: primeiro, as iniciativas são fundamentais para impulsionar a diversidade e, segundo, as iniciativas são importantes, mas com limitações. As dificuldades continuam, mas há o reconhecimento de que qualquer ajuda é positiva.

GRÁFICO 12 | Importância das Entidades – Diversidade



4.4 | Ramos de seguros e gênero

Um último questionamento quantitativo para as profissionais do setor de seguros foi avaliar se, segundo as opiniões das mesmas, existiria alguma vantagem comparativa na atuação das diversas agentes econômicas com relação aos ramos de seguros.

A análise foi separada em três grupos de agentes: Consumidora, Corretora ou Securitária, com uma pergunta para cada caso e com quatro opções de respostas. Por simplificação, o setor de seguros foi separado em três tipos de negócios: automóvel, benefícios e demais ramos. Esse é um questionamento novo, que ainda não tinha sido feito nos estudos anteriores.

A **tabela 8** detalha a situação, de como as perguntas foram estruturadas e enviadas para as entrevistadas.

TABELA 8 | Pergunta – Atuação das agentes com relação ao seguro

Agente Econômico	Perguntas	Respostas	Ramos
Consumidora	A mulher tem mais tendência de consumir esse produto?	Não sei, menos, igual ou mais	Automóvel, Benefícios, Demais Ramos
Corretora	A mulher tem mais facilidade para atuar como corretora nesse segmento?	Não Sei, Menos, Igual ou Mais	Automóvel, Benefícios, Demais Ramos

Agente Econômico	Perguntas	Respostas	Ramos
Securitária	A mulher tem mais oportunidades de crescimento profissional neste ramo?	Não Sei, Menos, Igual ou Mais	Automóvel, Benefícios, Demais Ramos

As três tabelas seguintes (**tabelas 9, 10 e 11**) apresentam a distribuição dos resultados numéricos. Os dados das tabelas são separados em três grupos: consumidora, corretora e securitária.

TABELA 9 | Respostas para a Consumidora

Consumidora	Automóvel	Benefícios	Demais
Menos Tendência	32%	7%	25%
Igual Tendência	45%	44%	49%
Mais Tendência	16%	40%	13%
Não sei	7%	9%	12%
Total	100%	100%	100%

TABELA 10 | Respostas para a Corretora

Corretora	Automóvel	Benefícios	Demais
Menos Facilidade	14%	14%	29%
Igual Facilidade	30%	45%	46%
Mais Facilidade	42%	27%	10%
Não Sei	15%	14%	15%
Total	100%	100%	100%

TABELA 11 | Respostas para a Securitária

Securitária	Automóvel	Benefícios	Demais
Menos Vantagem	40%	21%	33%
Igual Vantagem	38%	49%	45%
Mais Vantagem	11%	18%	9%
Não Sei	11%	13%	13%
Total	100%	100%	100%

Os números são bem interessantes, pois mostram as diferentes percepções das entrevistadas com relação ao mercado de seguros, em uma amostra bem significativa. Mas um ponto que é importante ressaltar é que são percepções, nesse momento, que podem ou não se concretizar. De todo modo, é um sentimento relevante e uma pergunta válida, sem questionar o real motivo desse sentimento, que mereceria um estudo aprofundado.

TABELA 12 | Resumo das Percepções

	Consumidora	Corretora	Securitária
Melhor	Benefícios	Automóvel	
Igual	Automóvel, Demais Ramos	Benefícios, Demais Ramos	Benefícios, Demais Ramos
Pior			Automóvel

De uma forma esquemática, o resumo das respostas está apresentado na **tabela 12**. Por exemplo, do lado das consumidoras, a percepção é que a área de benefícios seria o maior segmento que as mulheres poderiam comprar. Já do ponto de vista das corretoras, a área de automóvel seria a melhor área de atuação profissional. Por fim, para a profissional que trabalha em uma seguradora, o segmento automóvel seria o de menor possibilidade de desenvolvimento.



PESQUISA QUALITATIVA, EXECUTIVAS

Na pesquisa qualitativa, foram enviadas sete perguntas para as mulheres responderem de forma discursiva. Ao todo, houve diversas sugestões e comentários. A seguir, para fins de exposição neste texto, realizamos uma síntese, dado o volume de informações; a participação foi grande, com centenas de respostas em cada caso.

5.1 | Oportunidades em liderança

A primeira pergunta foi:

Na sua percepção, as mulheres encontram oportunidades reais para assumir posições de liderança no mercado de seguros?

A seguir, na **tabela 13**, vinte comentários, com os mais diversos perfis e abordagens. São depoimentos enriquecedores.

TABELA 13 | Frases Selecionadas – Oportunidades em liderança

Relação	Frases Selecionadas
1	Acredito que houve melhoria, mas ainda vejo mais oportunidades aos homens
2	Ainda existe preconceito, mas percebo mudanças significativas nos últimos anos
3	Acredito que os cargos de diretoria ainda são na maioria masculinos, vejo preconceito em relação a isso.
4	As oportunidades ainda precisam melhorar.
5	As posições podem até ser parecidas, mas o salário é desigual.
6	Muito mais do que era há quinze anos.
7	Não, a pirâmide afunila e o topo ainda é majoritário masculino.
8	Sim, mas ainda tem muito a crescer.
9	Sim, apesar de ser ainda em desvantagem em comparação aos homens.
10	Sim, hoje o mercado securitário está mais aberto na inclusão de mulheres em cargos de liderança.
11	Sim, mas acredito que em ramos específicos. Não são em todos.
12	Depende muito da cultura e alto comando da empresa.
13	Sim, mas ainda tem o preconceito quando a mulher tem filhos
14	Sim, mas vejo essas oportunidades em empresas de médio e grande porte.
15	Sim, pois as oportunidades vieram crescendo ao longo dos anos.
16	Sim. Na minha percepção é que embora haja muito trabalho a ser feito, as mulheres estão encontrando cada vez mais oportunidades reais para assumir posições de liderança no mercado
17	Tem melhorado bastante, mas no mercado ainda predomina maciçamente as oportunidades para o público masculino

18	Vejo que hoje encontram mais oportunidades do que 10 anos atrás, mas ainda é muito difícil. Ainda é um mercado bem masculino.
19	Encontram oportunidade, mas ainda há muito machismo no mercado
20	Entendo que sim, mais em algumas áreas do que em outras (ex.: RH, Jurídico) e menos em áreas técnicas, financeira e comercial.

Neste momento, pela análise das frases, o que se observa é um sentimento já captado nos cálculos da pesquisa numérica. De um modo geral, há o reconhecimento de que as oportunidades para as mulheres no setor de seguros melhoraram nos últimos anos, mas ainda há concordância da necessidade de novas progressões.

5.2 | Capacitação em liderança

A segunda pergunta foi a seguinte:

Na sua percepção, as mulheres encontram-se mais ou menos capacitadas para assumir posições de liderança no mercado de seguros?

A seguir, na tabela 14, selecionamos também vinte comentários, com as frases significativas, permitindo uma boa visão do cenário.

TABELA 14 | Frases Selecionadas – Capacidade em Liderança

Relação	Frases Selecionadas
1	A capacidade de liderança independe do sexo.
2	Acredito que as mulheres estão cada vez mais capacitadas, existem mais oportunidades.
3	Ainda tem muito o que melhorar, porém algumas estão estudando mais, se capacitando e buscando aprender para se manterem ou iniciar neste mercado.

4	As mulheres se encontram mais capacitadas, tendo em vista o cuidado e zelo superior ao dos homens.
5	As mulheres estão completamente capacitadas para posições de liderança, com muita determinação, equilíbrio, inteligência e profissionalismo.
6	As mulheres estão tão capacitadas quanto os homens para assumir posições de liderança no setor de seguros.
7	As mulheres são muito mais capacitadas que os homens, porém a oportunidade não existe em igualdade.
8	As mulheres são tão capacitadas quanto homens, com o diferencial de serem mais caprichosas e detalhistas.
9	Elas se encontram mais capacitadas, porém sem espaço.
10	Mais capacidade, pois tem mais escolaridade, liderança e busca de resultado com propósito.
11	Mais capacitadas, pois pesquisas mostram que as mulheres estudam mais.
12	Muito mais capacitadas e atualizadas, porém muito menos percebidas e valorizadas.
13	Normalmente, elas estão até mais capacitadas, por terem estudado mais.
14	Sim, as mulheres têm uma grande capacidade de diversificação de atuação em diversos ramos.
15	Tem muitas profissionais mulheres capacitadas no mercado, isso, porque as mulheres são mais interessadas, gostam de desafios e fazem muitas coisas ao mesmo tempo.
16	Totalmente capacitadas e bem melhor que os homens quanto ao comprometimento.
17	São mais capacitadas, porém menos aceitas.
18	Mulheres possuem muitas características que são fortes para a liderança e principalmente gestão de pessoas. Basta que isso seja visto pelo mercado.

19	Muito capacitadas, afinal quem é mãe, esposa, profissional e já equilibra tantos pratos, tem naturalmente alguns atributos que a diferenciam.
20	Mais capacitadas. Temos mais mulheres capacitadas (acadêmica e profissionalmente) do que homens.

Pelas respostas, existe quase que uma unanimidade de opinião. As profissionais do setor de seguros se acham plenamente capacitadas em se desenvolver no setor, para buscar novas opções e desafios. Indicam mesmo vantagens comparativas, ao apontar qualidades específicas em relação aos homens.

5.3 | Obstáculos na liderança

A terceira pergunta foi:

Na sua percepção, quais os obstáculos que impedem as mulheres de assumir posições de liderança no mercado de seguros?

Na **tabela 15**, algumas frases selecionadas.

TABELA 15 | Frases Selecionadas – Obstáculo na Liderança

Relação	Frases Selecionadas
1	Setor dominado por homens; a maternidade e a necessidade de cuidar de parentes e pais idosos.
2	Dupla carga de trabalho, família empresa.
3	Equilíbrio com a vida pessoal, considerando os níveis de exigência do setor, bastante tradicional.
4	A maternidade futura ou já existente e dependendo da empresa, pode ser sim um obstáculo.

Relação	Frases Seleccionadas
5	Ainda continua sendo a questão cultural de um ambiente predominantemente masculino.
6	Apoio, insegurança e mentoria.
7	Autoconfiança e oportunidade.
8	Dupla jornada, "geração sanduíche", um pouco de machismo.
9	Equidade de gênero.
10	Falta de confiança, mas também falta de oportunidades.
11	O maior obstáculo é o fato de que toda mulher tem que conciliar a vida profissional (carreira) e a vida familiar. Tem, ainda, o preconceito, a enorme desigualdade salarial e os casos de assédio.
12	Mercado engessado, masculino, mais dificuldade para promover mulheres, com desculpas de família e filhos.
13	Networking e corporativismo masculino.
14	O desafio de equilibrar a família com o trabalho muitas vezes dificulta o crescimento das mulheres já que os homens parecem mais disponíveis para o trabalho.
15	O preconceito de que mulheres não tem pulso para comandar equipes.
16	Preconceito sobre a dedicação à família e à empresa.
17	Síndrome da impostora, mesmo muito capacitada a mulher não se acha capaz.
18	Questões culturais de uma forma geral.
19	Preconceito. Ainda é um mundo mais ou menos masculino
20	Receber as mesmas oportunidades oferecidas aos homens.

Na análise dos depoimentos, diversos obstáculos se destacam, como, por exemplo, as responsabilidades familiares em excesso, num mundo ainda patriarcal, aspectos culturais, preconceito, falta

de oportunidades, desconfiança na capacidade feminina, falta de autoconfiança, talvez gerando insegurança nas próprias mulheres etc. Há várias posições, o que enriquece a discussão.

5.4 | Vantagens da perspectiva feminina

A quarta pergunta foi:

Quais vantagens a perspectiva feminina traz para o setor de seguros?

Na **tabela 16**, algumas frases selecionadas.

TABELA 16 | Frases Selecionadas – Vantagens na Visão Feminina

Relação	Frases Selecionadas
1	Maior empatia e foco no cliente, Atenção aos detalhes, Habilidade de comunicação e colaboração aprimorada, Diversidade de pensamento e inovação, Melhor compreensão dos problemas.
2	Disciplina e diversidade no olhar.
3	Habilidade em lidar com pessoas.
4	A inovação, facilidade na empatia, e o instinto.
5	A maior facilidade de compreensão das pessoas, se suas necessidades e dos produtos que a elas podem ser oferecidos.
6	A mulher é muito mais atendida, dedicada e organizada. Capaz de atuar em várias frentes, liderar projetos multidisciplinares etc.
7	A mulher possui uma análise muito mais profunda das situações.
8	A perspectiva feminina pode ser mais aguçada, curiosa e cuidadosa
9	A perspectiva feminina traz um olhar mais apurado para inovação, produtos sustentáveis e um olhar mais igualitário em oferecer produtos para classes menos favorecidas.
10	Cuidado, proteção, visão do todo, agregadora.

Relação	Frases Selecionadas
11	Maior detalhe, olhar mais cuidadoso, aperfeiçoamento.
12	Gestão de pessoas feita de forma mais humanizada, pontos de vista diferentes dos homens trazendo maior diversidade e riqueza nas discussões.
13	Humanismo, equilíbrio, tomadas de decisões mais cuidadosas e assertivas.
14	Inteligência emocional, capacidade de um olhar diferenciado e mais criativo, atuação delicada, acolhedora, mas assertiva.
15	Mais empatia, resiliência, perseverança na liderança de equipes e no atingimento de metas. Menor propensão a fraudes, e ações contra compliance e/ou governança.
16	Mais sensibilidade, visão estratégica.
17	Mulheres são mais dedicadas, responsáveis e com uma percepção aguçada.
18	Não vejo vantagens na perspectiva feminina, mas sim na perspectiva diversa. Ninguém é melhor do que o outro por ser homem ou mulher, mas um grupo diverso atua melhor.
19	Olhar diferenciado. Aprofundamento nas questões e soluções dos problemas e riscos.
20	Um olhar mais generalista, considerando variáveis, não preso somente a dados, mas sim a visão de um todo, sem se limitar.

Nessa questão, foi difícil fazer a seleção de um grupo de vinte frases que pudesse ser representativa da situação. A variedade de opiniões e comentários foi bastante rica. De qualquer maneira, algumas vantagens puderam ser destacadas, a partir das informações divulgadas. Como, por exemplo, em termos de qualidades femininas, a forma diferenciada na abordagem dos problemas, uma maior sensibilidade, o cuidado, a disciplina,

a empatia com o cliente, o detalhe, a visão do todo, mais organizada, uma gestão de pessoas mais humanizada. E, ao final, foi lembrado que, em um ambiente diverso, melhores soluções são encontradas, para a empresa e para o cliente. Essa pergunta foi uma das mais interessantes, em termo de retorno.

5.5 | Iniciativas para incentivar a participação feminina

A quinta pergunta foi:

Que iniciativas as empresas do setor poderiam adotar para incentivar e ampliar a participação das mulheres no mercado de seguros?

Na **tabela 17**, algumas frases selecionadas.

TABELA 17 | Frases Selecionadas - Iniciativas para Incentivar

Relação	Frases Selecionadas
1	Treinamentos e workshops focados no desenvolvimento de liderança feminina, Planos de carreira claros e transparentes, Avaliações de desempenho justas e inclusivas, Implementação de políticas de flexibilidade de trabalho, Criação de um ambiente de trabalho inclusivo e respeitoso, Programas de conscientização sobre diversidade e inclusão para todos os funcionários, Comunicação interna que celebre a diversidade e destaque o sucesso de mulheres.
2	Ações efetivamente afirmativas como capacitação, benefícios mais amplos em relação à "segunda jornada", além da conscientização geral de todo o público sobre este tema.
3	Adaptações às rotinas femininas, que são diferentes dos homens.
4	Adotar programas que visem trabalhar, debater, aprofundar e discutir os vieses inconscientes (e conscientes também) e programas de mentoria.

Relação	Frases Seleccionadas
5	Campanhas educativas, programas de coach para mulheres.
6	Colocar mais mulheres em painéis de eventos, em papel de destaque, de porta voz das empresas
7	Convidar mais mulheres para cargos de liderança; ter a representatividade da mulher em chefias. Oferecer salários iguais para os mesmos cargos. Ou seja, garantir oportunidades.
8	Dar oportunidades de crescimento para mulheres que estão dentro da própria empresa ao invés de contratar homens vindo de fora com salários sempre maiores.
9	Equiparação salarial e igualdade de oportunidades.
10	Estímulos e benefícios que tivessem como foco o fato de a mulher necessitar de diferenciais por conta de sua sobrecarga com deveres de cuidado.
11	Fomentar fóruns para esse debate. Mostrar dados, números, indicadores sobre o setor.
12	Igualdade em cargos e salários, incentivar a mulher.
13	Investimento com cursos e aperfeiçoamento dentro do horário de trabalho.
14	Muitas iniciativas já estão em andamento, como comitês internos para mudança na cultura das empresas, porém ainda há um longo caminho a percorrer.
15	Planos de carreiras concretos, desenvolvimento com programas exclusivos para mulheres aprenderem a liderar, construir confiança e autoestima.
16	Práticas de programas de mentoria, capacitação e redes de apoio para mulheres.
17	Programas formais de mentoria conectando mulheres. Políticas de Equidade de Gênero, Capacitação e Desenvolvimento
18	Remuneração igualitária, programas de treinamento e apoio de crescimento, mentoria e trilha de carreira.

Relação	Frases Selecionadas
19	Treinamentos e engajar os homens neste desafio (incentivar mais mulheres para o mercado de seguros).
20	Uma prática muito interessante é a entrevista/testes às cegas (o dono(a) da vaga não tem acesso as informações de gênero) - pois possibilita a análise das capacidades e competências,

Ao analisar as respostas, podemos compreender o papel fundamental que as empresas têm nesse processo, visto que muitas iniciativas dependem delas, como, por exemplo, treinamentos, planos de carreira, avaliações de desempenho transparentes, criação de comitês internos, programas de mentoria, fomento de fóruns, campanhas educativas, entre outros.

5.6 | Mensagens para as mulheres da área

A sexta pergunta foi:

Que conselho ou mensagem você daria para mulheres que já atuam ou desejam ingressar nesse mercado?

Na **tabela 18**, algumas frases selecionadas.

TABELA 18 | Frases Selecionadas - Mensagens para Incentivar

Relação	Frases Selecionadas
1	A área de seguros é muito interessante e possui múltiplas possibilidades de carreira, assim como, múltiplas oportunidades de aprendizado.
2	A luta para igualdade é importante para o próprio crescimento do setor.
3	Acreditar na capacidade delas mesmas - acreditar que podem fazer o trabalho de liderança e ter família

Relação	Frases Seleccionadas
4	Acreditem no seu potencial, invistam em conhecimento, autoconhecimento e networking
5	Avançamos muito, porém ainda temos mais espaço.
6	É um mercado bastante receptivo e agradável, mas é preciso determinação para avançar.
7	Persistir, acreditar no potencial e na capacidade.
8	Que continuem estudando e não percam nunca a sua essência.
9	Resiliência, participação em todos os espaços propostos, como pesquisas como essas e apoio as outras mulheres.
10	Seja destemida e preparada.
11	Sejam curiosas, aceitem desafios e mãos à obra!
12	Ser resiliente, estudar muito e tentar estar sempre um passo à frente, na informação e na atuação.
13	Aconselho dedicação e conhecimento.
14	Conciliar a vida pessoal será muito difícil, se prepara.
15	Confiem em si mesmas e sejam muito resilientes
16	Coragem e bravura para enfrentar um mercado predominantemente masculino e que exige postura firme das mulheres.
17	Dedique um tempo para network, criar novos relacionamentos e manter os já existentes, além de atualização sobre o mercado.
18	Determinação e formação, mostrando que somos igualmente capazes.
19	É um mercado maravilhoso, mas requer muita resiliência e persistência.
20	É um mercado muito bom de se trabalhar.

Na análise das respostas, um primeiro ponto a destacar é que existe otimismo com o desenvolvimento do setor de seguros. Esse é o conselho importante. E muito otimismo com o desenvolvimento das mulheres nesse setor. Além disso, muitas recomendam esse segmento empresarial, apesar dos desafios

já citados anteriormente. Dentre as recomendações mais comuns, são comentadas a resiliência, a dedicação, a formação, o conhecimento, a coragem, a formação de uma rede de relacionamentos, a busca de desafios, a autoconfiança, dentre outros.

5.7 | Sugestões para fortalecer

A sétima pergunta foi:

Há algum outro comentário ou sugestão que gostaria de compartilhar para contribuir com o fortalecimento da presença feminina no setor de seguros?

Na **tabela 19**, algumas frases selecionadas.

TABELA 19 | Frases Selecionadas - Sugestões para Fortalecer

Relação	Frases Selecionadas
1	A mudança no mercado de seguros não depende apenas das empresas, mas também das mulheres se posicionando ativamente, buscando qualificação e oportunidade.
2	A Sou Segura é imprescindível para o futuro feminino nesse mercado que acredita que mulher não tem capacidade analítica como os homens têm.
3	Acho que Brasil está avançando bastante, mas ainda falta muito para ter equidade total.
4	Acredito que estamos numa fase que não precisaríamos mais reforçar o potencial feminino, devia ser algo natural, mas ainda encontramos muitas limitações.
5	As empresas deveriam tirar da teoria e colocar em prática suas políticas de diversidade e seus comprometicimentos com ESG.
6	Compromisso de todas as lideranças femininas para impulsionar as demais mulheres.

7	Continuemos a lutar pelo direito igualitário na área de Seguros.
8	Eventos e divulgações, podcasts, treinamento e palestras.
9	Gostaria que houvesse mais fóruns para unir as mulheres do setor.
10	Mais união entre si, mais sororidade.
11	Não tenha medo, nós damos conta!
12	Quero parabenizar por esta iniciativa e que cada vez mais, publiquem e divulguem, por vários canais, o trabalho da mulher neste mercado.
13	As mulheres precisam entender que a capacitação e desenvolvimento profissional é o único caminho do sucesso e da liderança.
14	Ações que foquem na equidade de gênero.
15	Apenas agradecer a Sou Segura pelo papel primordial nessa caminhada.
16	Continuemos a lutar pelo direito igualitário na área de Seguros.
17	Parabéns pela ideia desta pesquisa!
18	Precisamos de oportunidades.
19	Deveria ser mais incentivado as equipes com número balanceado de gênero.
20	O fortalecimento da presença feminina no setor de seguros requer um esforço amplo e contínuo, com o engajamento de toda a indústria. É preciso ir além das palavras e implementar.

Como comentário final desse questionário, as entrevistadas expressaram gratidão pelo estudo, solicitaram a união das mulheres nesta luta, reconheceram os avanços, mas pontuaram que ainda há muito para ser feito, e, por fim, pediram coragem a todas as envolvidas. Foram depoimentos bonitos, que mostram o comprometimento das entrevistadas.





CONCLUSÕES

Esta é a quinta vez que esse estudo é feito, em um espaço de mais de dez anos, o que nos permitiu ter um grande material de avaliação econômica, e também das tendências da presença da mulher no segmento de seguros. Além disso, nesse período, com essa pesquisa, dependendo do momento, análises distintas foram feitas, com diversos objetivos.

Neste estudo de 2025, algumas análises foram ajustadas e outras inovadas. À guisa de ilustração, fizemos, pela primeira vez, uma avaliação da influência do gênero associada à preferência por ramos de seguros. No estudo anterior, há três anos, em um momento em que o mercado sofria diretamente os efeitos da pandemia, abordamos outros aspectos específicos, como a análise de maior presença de veículos na economia, o maior ou menor interesse por produtos de benefício, o crescimento do “home-office”, o possível incremento de doenças psicossociais na sociedade causadas pela pandemia ou se o seguro crescerá de importância no médio prazo. Algumas abordagens permaneceram, outras mudaram.

Para fins de desfecho, elencamos algumas conclusões específicas:

- › Inicialmente, no capítulo 2 foi estudada a condição feminina e sua relação com a economia e o mercado de seguros. Há alguma referência teórica de textos em tal assunto, também já amplamente comentada nos estudos anteriores. Em termos acadêmicos, esse assunto é abordado de diversas formas, como avaliar as perdas financeiras nas empresas por não aproveitar todo o potencial das mulheres, a relação defasada ainda existente entre os salários da mulher e do homem.
- › No capítulo 3, temos a análise dos dados das seguradoras, um capítulo importante nesse estudo. De um modo geral, a idade média dos funcionários dessas empresas aumentou na última década. Além disso, tal como em outros países, a presença das mulheres nas seguradoras brasileiras é maior, em uma proporção 55/45 em termos da quantidade de funcionários. Entretanto, em cargos executivos, há um afunilamento ainda muito favorável a cargos masculinos. Hoje, em termos aproximados, para cada dois diretores homens, há uma diretora mulher. Há dez anos, essa relação era maior, de quatro para um. Um progresso, sem dúvida. Mas ainda há espaço para percorrer. Por exemplo, desde o relatório anterior (de 2022), não houve melhora nesse indicador. O patamar continuou entre 2,0 e 2,5.
- › Em seguradoras, pelos dados informados, os homens são promovidos de forma mais rápida e existe uma diferença clássica salarial entre homens e mulheres nas seguradoras brasileiras, tal como em outros setores da economia. As mulheres ganham 70% do

valor dos homens. Essa informação é coerente com os dados de defasagem supracitados.

- Nas seguradoras brasileiras, não foram encontradas diferenças relevantes em termos de formação acadêmica entre homens e mulheres. Mas, em princípio, as mulheres participariam um pouco mais dos programas de treinamento dentro das empresas.
- Ainda existe o desafio da saída de funcionárias após a maternidade. Esse é um problema de toda a economia, que precisa ser considerado nas políticas de retenção de talentos nas empresas, e nas políticas de RH para a proteção da maternidade.
- Em termos de programa na área de diversidade, as seguradoras brasileiras estão progredindo nos últimos anos. Mais empresas têm participado dessa iniciativa. Esse é um aspecto positivo do setor.
- Tal como nos estudos anteriores, entrevistamos também centenas de mulheres profissionais do segmento, buscando assim avaliar as opiniões, sugestões e comentários para avaliar a inserção feminina na sociedade. Nesse ano, pelo apoio da entidade “Sou Segura” no envio dos questionários, houve um incremento relevante de participação, agora com mais de 600 entrevistadas. Os resultados dessas entrevistas estão nos capítulos 4 e 5.
- Na análise dos dados comparativos, observamos que os desafios da “geração sanduíche”, como se conhece popularmente a geração que cuida dos filhos e dois pais, têm piorado ao longo do tempo. Por outro lado, as entrevistadas reconhecem que as oportunidades profissionais no segmento têm progredido nos últimos anos.

- › Em termos de diversidade, as respostas são claras e quase unânimes. A maioria absoluta das entrevistadas reconhece que houve alguns avanços, mas ainda há muito a fazer. Foi também elogiada a participação das entidades na defesa desse aspecto, uma presença útil e importante.
- › Foi feita, pela primeira vez, uma pesquisa para avaliar se alguns ramos de seguros são mais favoráveis ou não. As respostas são interessantes. Por exemplo, do lado das consumidoras, a percepção é que a área de benefícios seria o maior segmento que as mulheres poderiam comprar. Já do ponto de vista das corretoras, a área de automóvel seria a melhor área de atuação profissional. São boas referências para análises futuras.
- › Nas perguntas discursivas para as entrevistadas, diversos aspectos foram abordados. Como, por exemplo, falando de oportunidades, obstáculos da mulher, iniciativas necessárias, vantagens comparativas, sugestões, etc. É um material bastante rico, pois a participação foi intensa. Listamos nesse estudo algumas dessas citações.

Hoje, de modo geral, existe uma preocupação muito grande com a valorização da mulher - tanto em termos governamentais, como empresariais. No mercado de seguros brasileiro, estão ocorrendo também iniciativas nesse sentido e os resultados já estão vindo. Tendência confirmada no presente estudo.





A sua Escola
de Negócios
e Seguros.