

estudos

S O B R E S E G U R O S

3º ESTUDO

MULHERES NO MERCADO DE SEGUROS NO BRASIL

FRANCISCO GALIZA
MARIA HELENA MONTEIRO



ESCOLA NACIONAL
de SEGUROS

© ENS, 2019. É permitida a citação total ou parcial, do texto publicado nesta edição, desde que identificada a fonte.

COORDENAÇÃO EDITORIAL | *Centro de Pesquisa e Economia do Seguro*

EDIÇÃO | *Mariana Santiago*

REVISÃO | *Thais Chaves Ferraz*

PROJETO GRÁFICO, CAPA E DIAGRAMAÇÃO | *Eduardo Trindade*

O trabalho publicado nesta edição é de responsabilidade dos autores e não reflete, necessariamente, a opinião da Escola Nacional de Seguros.

Virginia Thomé – CRB-7/3242

Bibliotecária responsável pela elaboração da ficha catalográfica

M778m Monteiro, Maria Helena

Mulheres no mercado de seguros no Brasil : 3º estudo / Maria Helena Monteiro e Francisco Galiza. -- Rio Janeiro : ENS-CPES, 2019.
52 p. ; 28 cm (Estudos sobre Seguros, n. 33)

Os textos podem ser impressos em formato PDF, no site da Escola <ens.edu.br/Downloads/Todos os Downloads> em link "Estudos para Download".
ISBN nº 978-85-7052-763-9.

1. Seguro – Mercado de trabalho – Brasil. 2. Seguro - Mão-de-obra – Mulheres. I. Galiza, Francisco. II. Série. III. Título.

0019-2273

CDU 368.03-055.2(81)



ESCOLA NACIONAL
de SEGUROS

3º ESTUDO MULHERES NO MERCADO DE SEGUROS NO BRASIL

ESTUDOS SOBRE SEGUROS – EDIÇÃO 33

FRANCISCO GALIZA
MARIA HELENA MONTEIRO

Setembro/2019

estudos

S O B R E • S E G U R O S

S érie destinada à publicação de trabalhos e pesquisas de profissionais das áreas de seguro, resseguro, previdência e capitalização. É comercializada com exclusividade em seminários, palestras, fóruns e *workshops* realizados pela Escola Nacional de Seguros e por instituições do mercado de seguros. Os textos podem ser impressos (em formato pdf) no site da Escola (ens.edu.br), link <ens.edu.br/publicacoes>, em "Estudos para *download*".

Para publicação na série, os textos devem ser encaminhados, para avaliação, para o diretor do Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES) da Escola Nacional de Seguros, Mario Couto Soares Pinto. Enviar duas cópias: uma por e-mail para mariopinto@ens.edu.br, mencionando no assunto "Estudos sobre seguros – Trabalho para Avaliação"; e outra impressa para a diretoria do Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES) (Rua Senador Dantas, 74 – 3º andar – Centro – Rio de Janeiro/RJ – CEP 20031-205), identificando no envelope "Estudos sobre seguros". Incluir nas duas cópias um resumo em português e em inglês do trabalho. As referências bibliográficas devem ser incluídas no final do texto. Enviar também um breve currículo profissional, e-mail e telefone para contato.

A Escola Nacional de Seguros (ENS)

A Escola Nacional de Seguros (ENS) foi fundada em 1971, com a missão de desenvolver o mercado de seguros por meio da geração e difusão de conhecimento e da capacitação de profissionais.

A princípio com um ensino voltado para a parte técnica, a ENS elaborou o Curso para Habilitação de Corretores de Seguros – o mais requisitado entre os oferecidos pela Instituição –, além de outros programas educacionais, como palestras, *workshops*, seminários e apoio à pesquisa.

Com a crescente demanda por qualificação de nível superior, em 2005, a Escola foi autorizada pelo Ministério da Educação (MEC) a ministrar, no Rio de Janeiro, o Bacharelado em Administração de Empresas com Linha de Formação em Seguros e Previdência, o primeiro do Brasil com tais características.

Desde 2009, o curso também é oferecido em São Paulo. Em menos de uma década, a graduação em Administração de Empresas se tornou referência nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, com base nos resultados do Índice Geral de Cursos (IGC) e do Enade, ambos medidos pelo Inep/MEC.

A área de Ensino Superior conta ainda com o Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES), que realiza estudos e seminários e administra bolsas de pós-graduação no Brasil e no exterior.

Na área de Publicações, merecem registro os mais de 100 títulos que compõem o catálogo da ENS, o qual inclui livros, publicações técnicas e periódicos sobre todos os temas relacionados ao mercado de seguros nacional e internacional.

Presente em mais de 60 localidades de todas as regiões do Brasil, por meio da atuação de duas coordenações regionais (Rio de Janeiro e São Paulo) e de parcerias com outras instituições, a ENS atende a mais de 40 mil alunos e participantes por ano, em cursos e outros programas educacionais, presenciais e *online*. Consegue, assim, manter e expandir o elevado padrão de qualidade que é sua marca, bem como ratificar sua condição de maior e melhor escola de seguros do Brasil.



Sumário

1 Introdução	11
2 Aspectos Teóricos	13
3 Dados das Seguradoras	17
4 Pesquisa Quantitativa, Executivas	29
5 Pesquisa Qualitativa, Executivas	39
6 Conclusões	47
7 Anexo: Questionário	49



Apresentação

Tenho o prazer de apresentar o *3º Estudo sobre as Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil*, realizado pela Escola Nacional de Seguros. Os dados indicam uma melhora significativa dos indicadores, desde 2012, quando fizemos a primeira pesquisa. Vejamos:

- ▶ 23 companhias de seguros participaram deste estudo, representando um universo de quase 28 mil funcionários.
- ▶ 436 executivas do mercado responderam a uma pesquisa quantitativa e qualitativa, sobre temas que lhes dizem respeito, o que significou uma fonte de informações e comentários muito ricos.
- ▶ A melhor notícia de todas vem da nova proporção das mulheres executivas: de cada quatro executivos de seguradoras, um é mulher. Essa proporção já foi mais desvantajosa nos estudos anteriores. A evolução dos números está mostrada nesta edição.

Realmente, ainda temos um longo caminho, mas a simples constatação de que há muitas ações em andamento e que isso se reflete em múltiplos indicadores positivos é uma notícia muito animadora para nós, mulheres do mercado de seguros. As coisas estão mudando, e rápido. O mercado tem demonstrado agilidade para incentivar a diversidade, e sabemos que as mulheres são só um grupo, dentre vários que estão sendo trabalhados.

É verdade também que as mulheres, hoje, ganham em torno de 70% dos salários dos homens, mas isso não é muito diferente do que ocorre no resto do mundo. Não só o número de executivas cresceu como as mulheres em cargos gerenciais aumentaram bastante, e já são 47% nesse nível.

Como as mulheres são maioria nas seguradoras (55%), com esses indicadores tão positivos, tudo nos leva a crer que o futuro será feminino!

Maria Helena Monteiro



Introdução

É com satisfação que apresentamos a terceira edição do Estudo das Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil.

A primeira edição¹, concluída em 2013, teve boa receptividade, pelo pioneirismo na análise da condição feminina no setor de seguros no Brasil. Em virtude dessa acolhida favorável, o segundo estudo² foi concluído em 2016, permitindo oferecer um caráter de continuidade de tal projeto. Naquela ocasião, parte do material foi atualizada em relação ao estudo anterior, assim como houve a criação de outros tópicos a serem avaliados. Com a repetição de alguns indicadores, foi possível examinar a evolução nos números do setor.

Agora, em 2019, damos prosseguimento ao projeto, com a seguinte divisão dos capítulos, além desta introdução:

- ▶ No **capítulo 2**, denominado "Aspectos Teóricos", é apresentado o resumo do que foi demonstrado nos dois estudos anteriores, no que se refere à condição feminina no Brasil e no mundo, em assuntos relativos ao mercado segurador ou não.
- ▶ O **capítulo 3**, "Dados das Seguradoras", expõe números e informações da condição da mulher securitária, a partir de questionário enviado diretamente para as seguradoras. Neste tópico, já acumulamos indicadores dos últimos seis anos.
- ▶ O **capítulo 4** ("Pesquisa Quantitativa, Executivas") traz o resultado numérico de pesquisa realizada com mais de 400 executivas do setor, comparando-o com levantamentos anteriores.

¹MONTEIRO, M.H.; GALIZA, F. Mulheres no mercado de seguros no Brasil. *Estudos sobre seguros*. N. 27. Rio de Janeiro: Funenseg, 2013. Disponível em: http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/ESTUDOS_MULHERES_27_TOTAL.pdf. Acesso em: 13 ago. 2019.

²MONTEIRO, M.H.; GALIZA, F. 2º Estudo. Mulheres no mercado de seguros no Brasil. *Estudos sobre seguros*. N.31. Rio de Janeiro: Funenseg, 2016. http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/MULHERES2_WEB.pdf. Acesso em: 13 ago. 2019.

- ▶ O **capítulo 5** (“Pesquisa Qualitativa, Executivas”) elenca sugestões e comentários dessas mesmas entrevistadas. É um material rico de “dicas” para o mercado, bem como possibilita uma melhor compreensão do mesmo.
- ▶ O **capítulo 6** reúne, de forma sintética, as conclusões de todo o estudo.
- ▶ No **capítulo 7** está um anexo com o questionário enviado às empresas e às mulheres executivas do segmento de seguros.

Aspectos Teóricos

O objetivo aqui é fazer um resumo da condição da mulher em termos econômicos, aproveitando também para avaliar a sua relação com o mercado de seguros. Ressaltamos que, nos dois estudos anteriores sobre a mulher no mercado de seguros, já abordamos tal assunto.

2.1 Mulher e Economia

Nos dias de hoje, existem cada vez mais estudos e iniciativas para discutir a participação da mulher na economia e na sociedade. Os exemplos são inúmeros, com destaque para o Centro de Pesquisas das Nações Unidas sobre a Mulher (UN Women), criado há menos de dez anos. Em termos acadêmicos, os temas abordados também são diversos, mas têm, como traço de união, a importância dos ganhos da sociedade, em vários sentidos, como consequência de uma maior presença da mulher.

Apesar disso, os desafios enfrentados ainda são grandes. Persiste a dificuldade de a mulher atingir postos mais altos na carreira, ou até mesmo obter uma melhor qualificação nos estudos. Dependendo da situação, ela sequer consegue acessar determinado setor empresarial ou, se o fizer, tenderá a permanecer estacionada em uma carreira intermediária. Conforme ressaltado em estudos anteriores, essa desigualdade de gênero pode ser explicada por vários motivos: fatores históricos, questões culturais, educação diferenciada, cultura empresarial etc.

Para combater essa tendência, é pertinente lembrar até mesmo iniciativas simples e criativas, como a criada no Twitter, com a mensagem #womeninSTEM (significando "Mulheres em Ciências" (Science), "Tecnologia" (Technology), "Engenharia" (Engineering) e "Matemática" (Math)), ressaltando quando as mulheres entram ou têm alguma conquista em carreiras científicas. Nesse caso, toda vez que uma mulher consegue um ganho nessa área, tal "hashtag" pode ser citada.

No Brasil, já existe também um bom material tratando desse tema. A seguir, de forma sucinta, algumas abordagens. Uma primeira linha discute o que o país perde financeiramente por não aproveitar todo o potencial das mulheres em termos profissionais, ou seja, por não haver igualdade de gênero. Trata-se aqui, de um debate puramente financeiro, sem levar em conta outros aspectos tão ou mais relevantes como éticos ou morais.

A questão em destaque avalia a relação entre os salários da mulher e do homem, que tem estado historicamente entre 70% e 75%. Um ponto interessante é que tal relação, muitas vezes, não é uniforme. Por exemplo, na América Latina, para as mulheres com escolaridade menor, com um máximo de cinco anos de estudo, esse mesmo número é maior, em torno de 80%. Ou seja, menor diferença de salário. De qualquer maneira, ao longo das últimas décadas, um aspecto positivo: os dados têm mostrado uma redução dessa desigualdade.

Outro tipo de estudo avalia a educação como fator de distinção salarial. Numa avaliação histórica dos números, análises indicam que, no passado, as mulheres, nos primeiros anos escolares, mostravam muitas vezes rendimento superior. O grande problema é que costumavam abandonar os estudos mais cedo, fazendo com que os homens, ao final, alcançassem um maior grau de escolaridade.

Um texto clássico no mercado brasileiro é o que avalia a quantidade de famílias chefiadas por mulheres, as quais, hoje, já chegam a mais de 40% do total dos lares. Com uma mudança rápida nos últimos anos, esse crescimento é associado a diversos fatores: queda da taxa de fecundidade, redução do tamanho das famílias, maior expectativa de vida para as mulheres em relação aos homens, envelhecimento populacional e processos de individualização dos sujeitos (ou seja, a tendência de morar sozinho), entre outros aspectos. Tal perspectiva foi comentada detalhadamente nos nossos estudos anteriores sobre as mulheres e o mercado de seguros.

Outro enfoque relevante é o que aborda a participação da mulher no mercado de trabalho. Na década de 70 do século passado, esse número era inferior a 40%. Hoje, tal percentual chega perto da casa dos 60%. É interessante verificar que tal participação se dá em função da renda da família. Quanto mais baixa a renda, maior a participação. Nesse caso, a classe média apresentaria a proporção com taxas mais baixas.

Recentemente, o IPEA lançou texto avaliando as desigualdades por raça e sexo³, trabalho este que é atualizado regularmente. Nesse caso, umas das conclusões relevantes apontadas é que as mulheres recebem 76% dos salários dos homens. Ou seja, dentro dos mesmos patamares já citados.

Enfim, a variedade das linhas de texto é grande, mostrando que o assunto permanece atual e merece continuar a ser estudado.

³ IPEA. *Retrato das desigualdades*. 4a. edição. Brasília: IPEA, 2011. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_retradodesigualdade_ed4.pdf. Acesso em: 13 ago. 2019.

2.2 Mulher e Seguros

A relação das mulheres com o mercado de seguros mostra-se bem diversificada. A primeira e mais direta é a dos produtos de seguros configurados para o sexo feminino. No seguro de automóvel, as mulheres usualmente têm menores taxas de sinistralidade, o que leva a prêmios finais mais baixos. Na área de seguro saúde são oferecidos produtos que cobrem as doenças ou eventos mais comuns às mulheres (por exemplo, gravidez). Já no segmento de vida, além das próprias coberturas tradicionais, são atrelados também produtos com serviços adicionais, que disponibilizam, por exemplo, exames de saúde específicos para o público feminino. Outra diferença diz respeito ao fato de que, em média, os homens vivem menos. Assim, para determinados tipos de seguros, a parcela paga por estes é maior.

Devido à importância desse mercado para as mulheres, já existem diversas estimativas para avaliar a relevância desse segmento, com sugestões de como o setor pode alcançar um maior sucesso. Há também iniciativas empresariais na área de seguros, empresas atuando com foco específico nas mulheres. Essa abordagem ainda não chegou ao Brasil de forma definida e, nesse sentido, as seguradoras devem ficar atentas, tendo em vista oportunidades comerciais para o futuro.

Em vários países, as profissionais que trabalham no setor de seguros têm o hábito de se organizar em associações não lucrativas, visando a trocas de experiência, realização de contatos e estreitamento dos laços de amizade. Eventos, palestras e seminários são um aspecto importante nessa estratégia.

No Brasil, não podemos deixar de destacar a Associação das Mulheres do Mercado de Seguros (AMMS)⁴, surgida na década de 90. Inclui, atualmente, representantes de vários segmentos relacionados ao setor – segurados, seguradoras, corretoras, prestadores de serviços, resseguradoras etc.

O site “Insurance Information Institute” traz um levantamento importante sobre a mão de obra dos EUA que atua diretamente na área de seguros⁵. Em 2018, havia 2,7 milhões de funcionários no setor, com aproximadamente 60% trabalhando em seguradoras, 30% atuando em distribuição dos produtos (agentes e corretores) e 10% dedicados a outras atividades (como regulação de sinistros etc.). Do total de funcionários existentes, aproximadamente 60% são mulheres. Dependendo do tipo de operação, esse percentual é maior ou menor. Por exemplo, em regulação de sinistros e trabalhos de processamentos das apólices, o valor chega a quase 80%.

Esses dados são referências significativas, quando comparados ao mercado brasileiro.

⁴ AMMS. Site. Disponível em: <https://amms.org.br/>. Acesso em: 13 ago. 2019.

⁵ III. Facts + Statistics: Careers and Employment. Site. Disponível em: <http://www.iii.org/fact-statistic/careers-and-employment>. Acesso em: 13 ago. 2019.



Dados das Seguradoras

3.1 Amostra

Um tópico importante do presente estudo é a realização de pesquisa junto a seguradoras, buscando informações sobre a presença das mulheres nessas empresas. Esse modelo de questionário tem existido desde a primeira edição. Registramos aqui, mais uma vez, o nosso agradecimento às empresas participantes.

Na pesquisa anterior, divulgada em 2016, 18 companhias participaram. Agora, em 2019, tal número passou para 23 seguradoras, compondo ao todo um universo de quase 28 mil funcionários. Pelo porte das mesmas, os dados representam empresas com mais de 80% do faturamento de todo o segmento, tornando os resultados ainda mais significativos. Esse aumento na colaboração demonstra um interesse crescente das companhias pelo conceito abrangido por tal iniciativa.

Antes de entrar propriamente na análise da pesquisa das seguradoras, vale ressaltar dois fatos. Inicialmente, é importante destacar que, nos últimos anos, houve diminuição na empregabilidade no segmento financeiro (aqui, falando de bancos e seguradoras) no Brasil. Esse fenômeno é mundial e pode ser explicado por diversos motivos, tais como a introdução de novas tecnologias ou a própria crise econômica brasileira, como fato mais recente.

Outra referência valiosa para citar diz respeito a um estudo realizado na década passada, avaliando a presença da mulher em corretagem de seguros⁶. Para muitas das entrevistadas desse estudo e que trabalham nessa área, teoricamente, existem ramos de seguros mais fáceis para a corretora operar⁷. Na ocasião, a maioria das respondentes afirmou que não existia preconceito contra a profissional corretora de seguros. Esse comentário é um ponto positivo da atividade, pois tal observação não costuma ser usual em outros segmentos, inclusive do setor de seguros.

⁶ GALIZA, F. Trabalho feminino em corretagem de seguros: características principais. *Estudos Funenseg*, N.11. Rio de Janeiro: Funenseg, 2006. <http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/Estudos%20da%20Funenseg%2011.pdf>

⁷ Esse aspecto de a mulher ter vantagens comparativas em determinados tipos de ramos tem sido citado em diversos estudos.

3.2 Empregos e Gênero - Hoje

A seguir, uma série de tabelas comparando o gênero e o cargo na empresa. Os números das seguradoras se referem ao final de 2018.

**TABELA 3.1 | DISTRIBUIÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS – SEGURADORAS
– EM RELAÇÃO AO TOTAL – 2018**

Cargos 2018	Homens	Mulheres	Total
Executivos	2,6%	0,9%	3,5%
Gerentes	5,5%	4,7%	10,2%
Coordenadores	2,6%	3,1%	5,8%
Demais	34,5%	46,0%	80,5%
Total	45,2%	54,8%	100,0%

**TABELA 3.2 | DISTRIBUIÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS – SEGURADORAS
– CARGOS EM CADA SEXO**

Cargos 2018	Homens	Mulheres	Total
Executivos	5,7%	1,7%	3,5%
Gerentes	12,1%	8,6%	10,2%
Coordenadores	5,8%	5,7%	5,8%
Demais	76,4%	84,0%	80,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

**TABELA 3.3 | DISTRIBUIÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS – SEGURADORAS
– PROPORÇÃO EM CADA CARGO**

Cargos 2018	Homens	Mulheres	Total
Executivos	74,1%	25,9%	100,0%
Gerentes	53,5%	46,5%	100,0%
Coordenadores	45,6%	54,4%	100,0%
Demais	42,9%	57,1%	100,0%
Total	45,2%	54,8%	100,0%

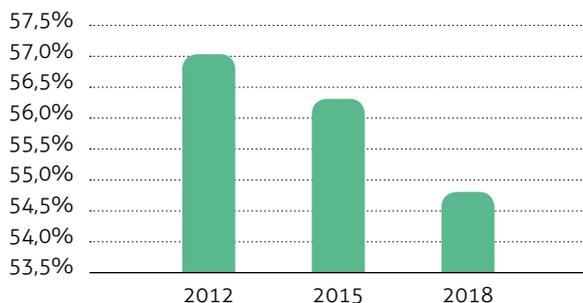
Em função desses dados, algumas colocações podem ser feitas:

- ▶ Na análise dos números, em dados de 2018, vemos que as mulheres representavam 55% do total dos funcionários das seguradoras.
- ▶ De 100 funcionários de uma seguradora, de 3% a 4% são executivos, e 10% são gerentes.
- ▶ As mulheres, embora em maior quantidade, ocupam menos cargos de alto escalão. A cada quatro executivos, há três homens e uma mulher. Por outro lado, em termos gerenciais, a proporção já é menos relevante (53% para 47%), embora ainda com maior presença do sexo masculino.

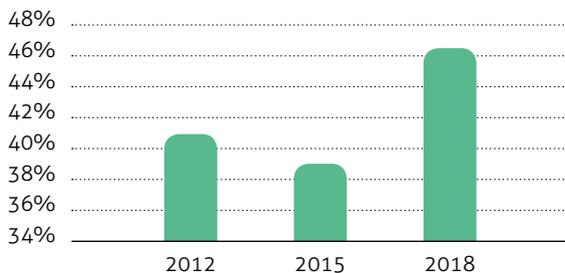
3.3 Empregos e Gênero - Evolução

Como já temos os dados de três pesquisas (em dados de 2012, 2015 e 2018), é possível avaliar os resultados de algumas variáveis. A seguir, três gráficos.

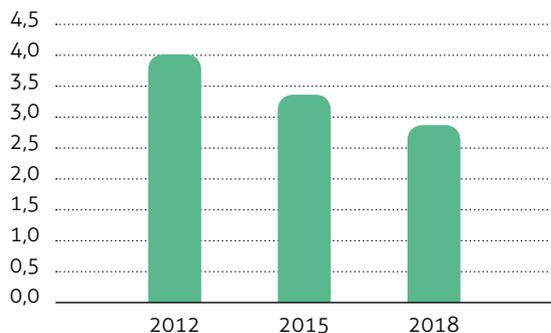
% MULHERES SEGURADORAS – SEGURADORAS



% MULHERES GERENTES – SEGURADORAS



PROPORÇÃO EXECUTIVOS H/M – SEGURADORAS



Na análise dos gráficos, o primeiro apresenta a proporção de mulheres nas seguradoras. No período de seis anos, 2012 a 2018, houve uma pequena queda, de 57% para 55%. Ressalte-se, porém, que as mulheres ainda são maioria no segmento.

O segundo gráfico mostra a proporção de gerentes nas seguradoras. Quando comparamos os dados de 2012 e 2018, vemos que esse número passou de 41% para 47%, indicando uma evolução positiva.

Em termos relativos, o maior avanço foi, sem dúvida, com a proporção das mulheres executivas. Em 2012, a relação era de quatro homens para cada mulher nesse patamar. Agora, a proporção é de três homens para cada mulher. Certamente ainda há um grande espaço a ser ocupado pelas mulheres nos altos cargos das seguradoras, porém, vale reconhecer que houve uma importante ascensão no período de seis anos.

3.4 Formação Acadêmica

A formação acadêmica mais elevada tem sido distribuída proporcionalmente entre os gêneros, na mesma relação dos funcionários. Por exemplo, o gráfico a seguir indica quantos funcionários têm curso superior ou pós-graduação, em dados de 2018.

PÓS-GRADUAÇÃO E SUPERIOR – SEGURADORAS



Atualmente, 56% das mulheres funcionárias possuem esse perfil acadêmico, quase a mesma proporção de mulheres funcionárias (55%). Em 2015, esses números eram bastante similares.

Na análise da escolaridade, constatamos que, como, existem mais mulheres do que homens trabalhando em seguradoras, a quantidade bruta de mulheres com formação superior ou com pós-graduação é maior. Já quando levamos em conta a distribuição por sexo, em termos relativos, a situação fica mais equivalente. Por exemplo, 53% dos funcionários homens têm nível superior ou são pós-graduados (eram 57% em 2015). Em mulheres, esse mesmo número é 53% (eram 58% em 2015).

Ou seja, a formação acadêmica não se apresentaria como um fator diferencial para explicar possíveis diferenças salariais entre os sexos ou desníveis hierárquicos. Nas seguradoras, homens e mulheres costumam deter a mesma formação acadêmica. Isso já foi observado nos nossos textos anteriores.

3.5 Folha Salarial

Outro aspecto interessante é avaliar a distribuição salarial das empresas, por gênero. Essa situação está mostrada na tabela 3.4.

TABELA 3.4 | DISTRIBUIÇÃO SALARIAL MÉDIA – SEGURADORAS

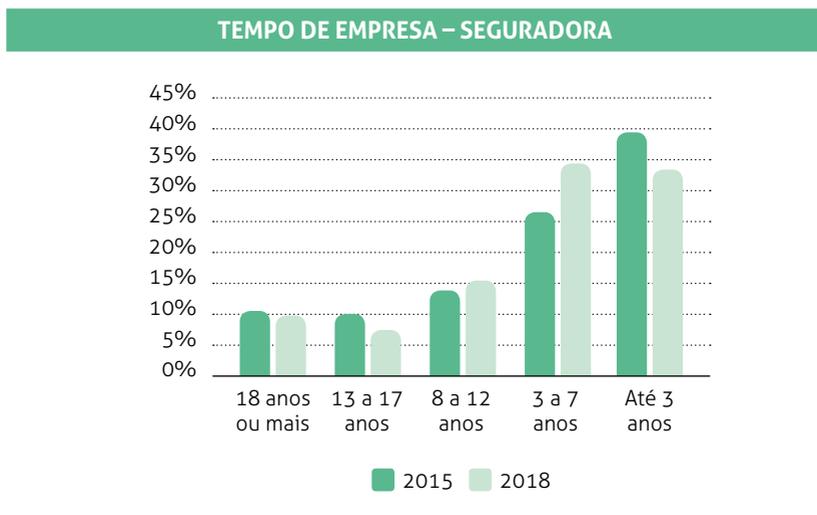
R\$ mil/mês	2015	2018	Varição
Homens	5,4	6,3	17%
Mulheres	3,9	4,5	15%
Proporção	72%	71%	

Em relação aos números, temos:

- ▶ Em 2015, encontramos um salário médio total de R\$ 5,4 mil/mês para homens e R\$ 3,9 mil/mês para mulheres. Em 2018, a variação média total foi de 16%, compatível com a própria taxa de inflação nesse período de três anos.
- ▶ Nesse intervalo de tempo, o salário médio das mulheres é 71% a 72% do valor do salário médio dos homens. Tal número segue o padrão da economia brasileira e mundial, como já visto nas páginas iniciais deste estudo.

3.6 Tempo de Empresa

Uma análise relevante é avaliar qual o tempo médio de cada funcionário na seguradora. O gráfico abaixo representa tal situação, nos anos de 2015 e 2018.



A maioria dos funcionários (de 35% a 40%) tem até três anos de casa. Do lado oposto, 10% dos funcionários têm mais de 18 anos de casa. Na tabela 3.5, uma análise da tendência do tempo médio de casa.

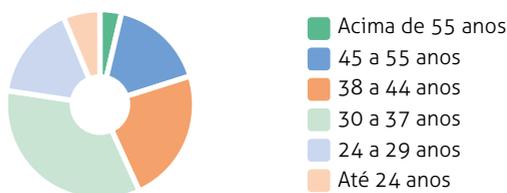
TABELA 3.5 | TEMPO MÉDIO DE CASA – SEGURADORAS

Sexo	2012	2015	2018
Homens	6,7 anos	7,3 anos	7,2 anos
Mulheres	5,7 anos	6,6 anos	6,8 anos
Total	6,1 anos	6,9 anos	7,0 anos

Nos últimos seis anos, dois pontos podem ser destacados. Primeiro, o tempo médio de empresa dos funcionários aumentou de seis anos para sete anos. Ou seja, a empresa tem trabalhado com profissionais mais experientes. O segundo ponto indica que o avanço dessa experiência se deu mais do lado feminino, sinalizando que as mulheres, em média, estão permanecendo mais tempo na companhia.

3.7 Idade dos Funcionários

Outro tópico examinado na pesquisa avalia diretamente a idade média dos funcionários nas seguradoras. Seguimos aqui o mesmo padrão usado no item anterior. No gráfico abaixo, a distribuição das idades. Na análise dos números, vemos que 34% dos funcionários (a maior proporção) se situa entre 30 e 37 anos.

IDADE DOS FUNCIONÁRIOS – SEGURADORAS

Na tabela 3.6, a distribuição dos valores médios das idades nos últimos seis anos.

TABELA 3.6 | IDADE MÉDIA DO FUNCIONÁRIO | SEGURADORAS

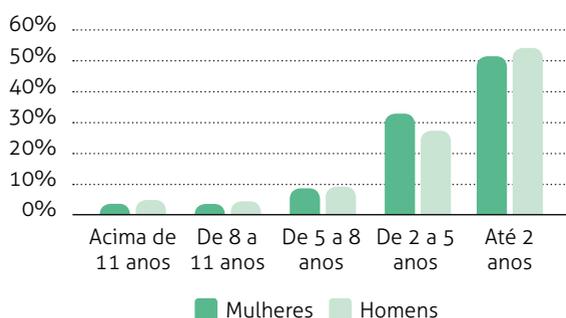
Sexo	2012	2015	2018
Homens	35 anos	36 anos	38 anos
Mulheres	33 anos	35 anos	37 anos

Um fato notável registrado nesse período mostra que houve uma tendência de crescimento na idade média dos funcionários. Por exemplo, no caso das mulheres, passando de 33 anos para 38 anos, de 2012 para 2018. Observamos que esse fenômeno de aumento de idade é relacionado ao cálculo na idade média de tempos de empresa. Ou seja, os funcionários foram mantidos, ficaram mais tempo e, possivelmente devido à crise econômica ou busca de ganhos de escala, ocorreu uma diminuição de contratações de profissionais novos (em termos de idade).

3.8 Tempo no Cargo e Promoções

Uma pergunta nova, acrescentada a partir da presente pesquisa, permite avaliar o grau de mobilidade funcional nas seguradoras. Aqui, foi revelado há quanto tempo o funcionário está no cargo e qual a proporção de promoções no último ano. Abaixo, o gráfico indica a distribuição de tempo em cada cargo.

TEMPO NO MESMO CARGO – SEGURADORAS



Nesse caso, o que se observa é que mais de 50% dos funcionários estão até dois anos no mesmo cargo. No nível seguinte, 30% dos funcionários ocupam o cargo entre dois e cinco anos.

Outro número interessante avalia as promoções ocorridas no último ano. Pelos números apresentados, aproximadamente 8% dos funcionários foram promovidos (tanto em homens como em mulheres). Como a quantidade de mulheres funcionárias é maior, em termos absolutos, o volume de promoções de mulheres mostra-se maior.

3.9 Tempo Médio de Treinamento

A seguir, uma avaliação do tempo médio de treinamento dos funcionários, conforme informações enviadas pelas próprias seguradoras.

Tal situação está representada no gráfico abaixo. Em média, podemos considerar um valor de 15 horas por mês.



Hoje, o treinamento é um conceito fundamental na realidade das companhias, pois os funcionários precisam estar constantemente se atualizando, seguindo as novas necessidades da sociedade. Essa pergunta constou de estudos anteriores e os valores médios têm sido mantidos. Antecipamos que esse indicador será mais desenvolvido em estudos futuros.

3.10 Volta após a maternidade

Uma dificuldade enfrentada em muitos setores econômicos – e não apenas do setor de seguros – diz respeito à adaptação da mulher após a maternidade. Trata-se de um período difícil e, assim, em muitos casos, registra-se o abandono do emprego.

Nas pesquisas anteriores, a maternidade também foi avaliada, e seus efeitos na permanência ou não no emprego. Em 2012, 2% das mulheres não voltavam a trabalhar imediatamente após a licença maternidade. Após um ano do retorno da licença maternidade, 30% das profissionais deixavam de trabalhar na companhia. Em 2015, 50% das seguradoras responderam a essa pergunta, em uma amostra bem maior do que no estudo precedente. O primeiro número foi mantido. Ou seja, praticamente quase todas as funcionárias mulheres voltam a trabalhar após a licença maternidade. Porém, um ano depois, cerca de 15% das funcionárias deixam de trabalhar. Como nessa segunda pesquisa a amostra foi mais significativa, consideraremos que tal número (15%) é mais consistente.

Em 2018, os números indicam também que quase todas as mulheres voltam a trabalhar após a maternidade. Entretanto, de 10% a 15% das pessoas desse grupo desistem após um ano de trabalho. Na prática, constância da situação.

3.11 Promoção de igualdade de gênero

Uma pergunta realizada – e repetida também em relatório anterior – busca saber se as empresas têm programa de igualdade de gênero.

Em 2015, das seguradoras entrevistadas, menos de 30% (cinco em 18) tinham políticas ou programas para promover a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres. Os projetos mais comuns são a realização de processos para determinados cargos e formação de grupos e comitês que discutam a diversidade, abrangendo também outras causas, além da feminina.

Em 2018, tal número passou para 44%. Ou seja, uma melhora expressiva nesses últimos três anos. Essa é uma conclusão positiva deste texto.

POLÍTICAS DE IGUALDADE DE GÊNERO – SEGURADORAS 2018



3.12 Produtos especialmente desenvolvidos para mulheres

Um desafio para o setor de seguros é oferecer produtos específicos para a realidade feminina.

Esse é um espaço em que há uma boa chance de crescimento. Em 2018, apenas 17% das seguradoras tinham esse tipo de produto, conforme gráfico abaixo.

PRODUTOS ESPECÍFICOS PARA MULHERES – SEGURADORAS



Será interessante avaliar a evolução desse indicador em textos futuros.

3.13 Resumo

Por fim, um resumo da situação de 2018, representada na tabela 4.15.

TABELA 3.7 | RESUMO – SECURITÁRIOS EM 2018

Pontos Principais

- Mulheres representam 55% de todos os funcionários de seguradoras. De certa maneira, tal proporção vem se mantendo.
- Dos 100 funcionários de uma seguradora, de 3% a 4% são executivos, e 10% são gerentes.
- Em 2018, existia uma mulher executiva para cada três homens. Em 2012, essa relação era de uma para quatro.
- Homens e mulheres em seguradoras têm a mesma formação acadêmica, em geral. Ou seja, a escolaridade não pode ser considerada um fator de diferença salarial.
- Em média, as mulheres recebem 70% do salário dos homens. Esse padrão é comum na economia brasileira.
- O funcionário trabalha cerca de sete anos na empresa. A idade média do funcionário é de 37 anos. Esses dois valores têm tido tendência de alta nos últimos anos.
- Em média, o funcionário receberá de 15 a 20 horas de treinamento por mês.
- Em 2015, menos de 30% das seguradoras tinham políticas para promover a igualdade de oportunidades para homens e mulheres. Agora, esse número passou para quase 45%.
- Aproximadamente de 10% a 15% das securitárias deixam de trabalhar, um ano após voltar da licença maternidade. Esse número tem se mantido.
- Hoje, menos de 20% das seguradoras brasileiras oferecem produtos de seguros específicos para mulheres.

Pesquisa Quantitativa, Executivas

4.1 Amostra

Um tópico importante deste estudo foi a realização de pesquisa junto a diversas mulheres com atuação no mercado de seguros. Esse modelo tem existido desde o primeiro texto.

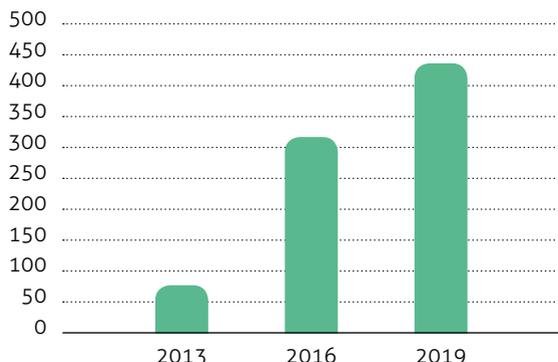
No estudo inicial, em 2013, houve o retorno de 76 entrevistadas. No segundo estudo, em 2016, o número passou para 316. Agora, em 2019, houve a participação de 436 mulheres. Essa trajetória positiva demonstra o interesse crescente pelo assunto em questão. Agradecemos a participação de todas as profissionais que colaboraram.

Essa pesquisa junto às mulheres pode ser dividida em duas partes. Primeiro, as perguntas quantitativas, respondidas pelas entrevistadas com uso de múltipla escolha. Tais respostas estão apresentadas neste capítulo. Uma outra parte da pesquisa diz respeito à pesquisa qualitativa, da qual foi possível obter sugestões e comentários de forma aberta e dissertativa. Essas observações aparecem no capítulo seguinte.

Outra característica deste estudo é que, na pesquisa quantitativa, algumas perguntas dos questionários anteriores foram repetidas. Assim, foi possível medir a evolução dos números e, além disso, confirmar realmente se uma conclusão obtida previamente se manteve consistente ou não.

Como tem sido desde o início, todas as perguntas tiveram como característica principal avaliar a condição feminina na profissão. Seguindo o padrão que vem sendo usado, as respostas não foram divulgadas individualmente. Pelo volume e profundidade desses retornos é possível perceber que as contribuições e comentários se mostraram bastante enriquecedores.

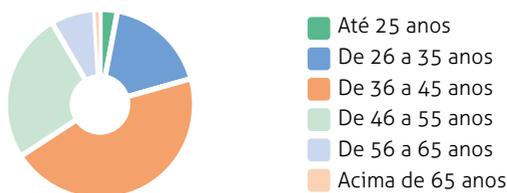
EVOLUÇÃO DA AMOSTRA – PARTICIPANTES



Abaixo, a distribuição da faixa etária das participantes. A maior parte (45% do total) das entrevistadas tinha entre 36 e 45 anos, com uma média de idade de 42 anos em toda a amostra. Na pesquisa anterior, há três anos, a média foi de 41 anos. Ou seja, valores bastante próximos entre si.

Em seguida vêm mulheres de 46 a 55 anos. A origem profissional das entrevistadas foi bastante diversa: corretoras, securitárias, órgãos representativos de classe, prestadoras de serviços etc. A distribuição dessa configuração, segundo a idade, está representada no gráfico abaixo, nas seis faixas de idade elencadas como opção.

RESPOSTAS POR IDADE – PESQUISA



4.2 Evolução nos últimos três anos

A pergunta que abriu o questionário quantitativo é bem importante e buscou saber, de forma objetiva, como as entrevistadas avaliam as oportunidades e a participação das mulheres na liderança do mercado de seguros, frente ao panorama de três anos atrás. Cinco opções numéricas eram possíveis (de 1 a 5), sendo a resposta 5 a visão mais positiva, de que houve um incremento na situação discutida. O gráfico abaixo mostra os números e sinaliza uma percepção otimista com relação ao passado.

SITUAÇÃO DE HOJE, COMPARADA HÁ 3 ANOS – OTIMISMO



Com as 436 participantes, e em números redondos, 60% das mulheres acharam que a situação está melhor ou muito melhor do que há três anos, em termos de oportunidades e participação feminina no mercado de seguros. Porém, 35% delas ainda creem que o panorama está igual, e apenas 5% das entrevistadas pensam que está pior.

Um fato relevante nessa distribuição é que se observou que a idade tem certa influência nas respostas das executivas. Aquelas profissionais com mais idade tendem a possuir uma visão mais otimista sobre a evolução dos últimos três anos. Isso pode ser constatado na tabela 4.1. Aqui, para se chegar a tais números, as cinco respostas qualitativas foram transformadas em valores (de 1 a 5), do pior para o melhor, sendo que a resposta de número 3 tem valor correspondente à situação de três anos atrás. Ou seja, quanto maior o número de média e mediana dos dados, maior o otimismo das entrevistadas.

Uma interpretação possível de tais resultados é que o tempo de experiência na profissão seria um fator que permitiria uma visão mais ampla da realidade, e daí termos essa percepção levemente mais favorável.

TABELA 4.1 | OPINIÃO EM FUNÇÃO DA IDADE

Faixas	Média	Mediana
Até 25 anos	3,3	3,0
De 26 a 35 anos	3,7	4,0
De 36 a 45 anos	3,7	4,0
De 46 a 55 anos	3,8	4,0
De 56 a 65 anos	4,0	4,0
Acima de 65 anos	4,8	5,0
Total da Amostra	3,8	4,0

4.3 Oportunidades Iguais

Outra pergunta foi avaliar se as mulheres têm oportunidades iguais em relação aos homens, no que se refere aos cargos executivos do setor de seguros. Essa pergunta vem sendo repetida desde o primeiro texto, podendo-se então fazer uma análise da evolução dos dados. Os resultados dos últimos dois estudos (2016 e 2019) estão representados na tabela 4.2.

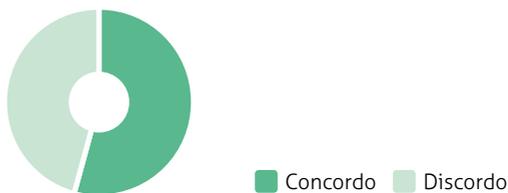
TABELA 4.2 | EVOLUÇÃO – OPORTUNIDADES IGUAIS

Situação	2016	2019
Concordo Plenamente	11%	11%
Concordo Parcialmente	49%	43%
Discordo Parcialmente	30%	31%
Discordo Plenamente	10%	15%
Total	100%	100%

De um modo geral, os valores têm sido similares ao longo do tempo. Em termos resumidos, de 55% a 60% das mulheres concordam que as oportunidades profissionais são iguais em relação aos homens, mas 40% a 45% delas dizem que não. Uma divisão.

Ou seja, apesar de haver reconhecimento de que houve melhoras nos últimos três anos (conforme a pergunta anterior), as mulheres continuam bem divididas com relação ao conceito de oportunidades iguais, uma situação longe da unanimidade. No máximo, podemos dizer que tem havido um leve viés em concordar com a afirmação colocada, de igualdade de oportunidade. O gráfico a seguir ressalta essa diferença de opiniões.

OPORTUNIDADES IGUAIS – SEGMENTO DIVIDIDO



4.4 Conciliar emprego e família

Outra pergunta, também repetida do questionário anterior, busca saber se é mais difícil para a mulher conciliar o emprego e a família atuando no mercado de seguros.

TABELA 4.3 | MAIOR DESAFIO PARA A MULHER CONCILIAR COM A FAMÍLIA

Situação	2016	2019
Concordo Plenamente	53%	54%
Concordo Parcialmente	33%	33%
Discordo Parcialmente	9%	7%
Discordo Plenamente	5%	6%
Total	100%	100%

Os dados na tabela 4.3 se referem também aos números das duas últimas pesquisas. Aqui, não existe dúvida. Quase 90% das entrevistadas reconhecem que é um desafio maior para a mulher que trabalha no setor de seguros conciliar a profissão e a família. As empresas que atuam na área – de forma direta ou indireta – devem estar conscientes desses resultados. Um alerta para o segmento.

MAIS DIFÍCIL CONCILIAR EMPREGO E FAMÍLIA – QUASE UNANIMIDADE



■ Concordo ■ Discordo

4.5 Preconceito com Corretora

Outra pergunta buscou avaliar um segmento específico do mercado, o das corretoras de seguros. São as profissionais responsáveis por comercializar os produtos desse setor. O objetivo era saber se, na interpretação das entrevistadas, existe preconceito com relação a essa categoria. Os resultados das duas últimas pesquisas estão mostrados na tabela 4.4.

TABELA 4.4 | PRECONCEITO COM CORRETORA DE SEGUROS

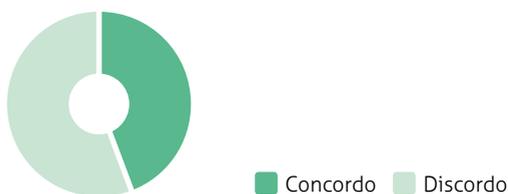
Situação	2016	2019
Concordo Plenamente	3%	7%
Concordo Parcialmente	29%	37%
Discordo Parcialmente	34%	30%
Discordo Plenamente	34%	26%
Total	100%	100%

Lembramos que já existia um estudo bem anterior⁸, feito há mais de dez anos, quando somente as corretoras participaram, mostrando que, em tese, não existia preconceito na sua própria profissão.

⁸GALIZA, F. Trabalho feminino em corretagem de seguros: características principais. *Estudos Funenseg*. N.11. Rio de Janeiro: Funenseg, 2006. <http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/Estudos%20da%20Funenseg%2011.pdf>

Agora, os números obtidos com todas as profissionais que operam no setor de seguros coincidem com a tendência sinalizada anteriormente. Ao todo, aproximadamente 60% das entrevistadas discordam que exista preconceito. Ressaltamos, porém, que o número de 2019 caiu um pouco com relação aos dados obtidos em 2016. Um motivo para essa diferença é que a maior parte das respostas veio de profissionais de seguradoras, que podem, dependendo da área de trabalho, conhecer com mais ou menos precisão a forma de atuação das mulheres corretoras de seguros. De qualquer maneira, uma melhor avaliação no futuro possivelmente será necessária para esclarecer tal cenário.

PRECONCEITO COM CORRETORAS DE SEGUROS



4.6 Produtos de Seguros

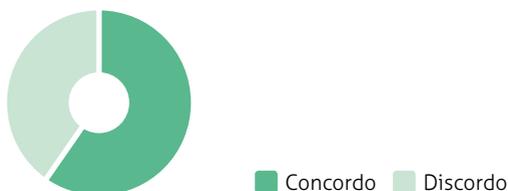
Outra pergunta que já constava do estudo anterior serviu para avaliar se o volume de produtos de seguros para o público feminino no mercado brasileiro é atualmente satisfatório. Na tabela 4.5 seguem os resultados obtidos.

TABELA 4.5 | SEGUROS PARA MULHERES SATISFATÓRIOS

Situação	2016	2019
Concordo Plenamente	14%	16%
Concordo Parcialmente	42%	43%
Discordo Parcialmente	34%	32%
Discordo Plenamente	10%	9%
Total	100%	100%

Em resumo, 60% concordam, mas 40% das entrevistadas não têm essa percepção. Em relação aos resultados de há três anos houve uma pequena melhora, o que deve ser considerado um saldo positivo. Os números indicam que houve um leve progresso nesse período.

BOA OFERTA DE SEGUROS PARA MULHERES



4.7 Geração Sanduíche

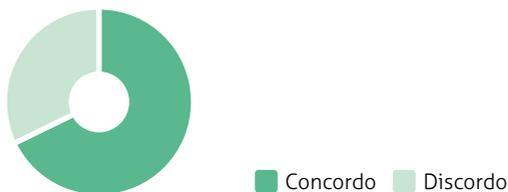
Demograficamente, a “geração sanduíche” é aquela que cuida de filhos e pais. Particularmente, essa pergunta avalia se essa situação já tem afetado, de forma direta ou indireta, a profissional do mercado de seguros. Tal questionamento também existiu no texto anterior. A seguir, na tabela 4.6, os resultados.

TABELA 4.6 | CUIDA DE PAIS E FILHOS

Situação	2016	2019
Concordo Plenamente	22%	24%
Concordo Parcialmente	39%	44%
Discordo Parcialmente	20%	18%
Discordo Plenamente	19%	14%
Total	100%	100%

Os números mostram a existência desse panorama na rotina de muitas executivas do setor de seguros, com agravamento nos últimos três anos. Hoje, quase 70% das profissionais entrevistadas vivenciam esse desafio. Mais um aspecto para as empresas ficarem atentas.

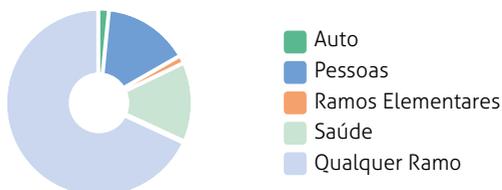
GERAÇÃO SANDUÍCHE AFETA A MULHER



4.8 Ramo Preferencial

A última pergunta quantitativa avalia um aspecto também já estudado anteriormente. A ideia era saber até que ponto as mulheres do setor de seguros podem ter alguma vantagem comparativa, ao operar em algum ramo ou negócio específico.

MELHORES RAMOS PARA A MULHER TRABALHAR



Os resultados sinalizam que a maioria das mulheres (quase 70%) acha que isso não faz nenhuma diferença. Entretanto, aproximadamente 30% das respostas afirmam que a área de benefícios (saúde e pessoas) pode trazer certas vantagens para a mulher que trabalha no mercado de seguros.

Esse comportamento também foi detectado em pesquisa anterior, feita somente com as corretoras de seguros (já mencionado em referência). Nesse caso, porém, o percentual de corretoras que disseram que há vantagens em operar no ramo de benefícios foi bem maior.

Essa informação pode ser importante quando empresas do setor forem decidir a melhor estratégia de negócios. Ou seja, colocarem mulheres em determinados ramos de seguros.



Pesquisa Qualitativa, Executivas

Na pesquisa qualitativa foram encaminhadas cinco perguntas para cada executiva. Ao todo, houve diversas sugestões e comentários. A seguir, tentamos realizar uma síntese dos mesmos, já que centenas de observações foram enviadas. A participação foi grande.

5.1 Oportunidades para as mulheres

Existem oportunidades para as mulheres executivas no mercado segurador brasileiro? Uma pergunta com várias interpretações. Abaixo, algumas das respostas encontradas, mas não plenamente uniformes, já que em algumas delas há um choque de conceitos, até por serem de profissionais com visões distintas.

TABELA 5.1 | OPORTUNIDADES PARA AS MULHERES EXECUTIVAS

Relação	Descrição
1	Isso depende muito da cultura da empresa.
2	Vem aumentando, mas o salário ainda é inferior.
3	Sim, mas poderia ser bem melhor.
4	Só tem chance até o nível médio de gerência.
5	A posição não depende do gênero, mas da competência e experiência.
6	Para isso, a mulher precisa desenvolver qualidades ditas "masculinas" (distanciamento, posicionamento político e visão estratégica).
7	Em alguns ramos de seguros, as mulheres têm mais vantagens em ocupar a liderança.
8	Sim, mas as mulheres precisam realmente querer ser líderes.

continua >

> continuação

TABELA 5.1 | OPORTUNIDADES PARA AS MULHERES EXECUTIVAS

9	As mulheres precisam trabalhar mais para ter respeito e posicionamento, já que é um mercado muito masculino.
10	Sim, mas para que sejam efetivadas é preciso estimular a candidatura interna e externamente.
11	Infelizmente são bem poucas.
12	Oportunidades há. Agora, se as mulheres querem assumir essa posição, já é outra questão.

Nesse sentido, vale destacar que existem opiniões que observam oportunidades, mas mais voltadas para o nível médio hierárquico. Por outro lado, há aquelas percepções segundo as quais as mulheres, se desejarem, precisam ter posição realmente proativa para atingir níveis mais altos na carreira.

5.2 Vantagens da visão feminina

A pergunta seguinte avalia quais as vantagens da liderança feminina do mercado de seguros. As citações aqui foram inúmeras e a seleção foi difícil, embora alguns conceitos tenham se repetido. Como da vez anterior, nem todas as respostas são plenamente uniformes, já que vêm de fontes distintas. A seguir, selecionamos dez comentários.

TABELA 5.2 | VANTAGENS DA LIDERANÇA FEMININA

Relação	Descrição
1	Sensibilidade, percepção mais aguçada para detectar a necessidade do cliente. Possibilidade de ser mais autêntica e direta, transmitindo segurança para o segurado.
2	Mais inteligência emocional, para lidar com diferentes situações, contextos e pessoas.
3	Minúcia, comprometimento, flexibilidade, tato com pessoas.
4	Maior capacidade de usar a empatia no poder decisório.
5	Multidisciplinaridade, sensibilidade e otimização do tempo.

continua >

> continuação

TABELA 5.2 | VANTAGENS DA LIDERANÇA FEMININA

6	Mais detalhista e isso traz segurança na contratação do seguro.
7	Não vejo diferenças entre uma visão feminina e masculina. É preciso ter uma abordagem misturada.
8	Saber gerenciar várias situações ao mesmo tempo.
9	Sensibilidade, cuidado e atenção.
10	Visão holística e agilidade.
11	Uma visão mais abrangente e empática.
12	Sensibilidade, empatia e a resiliência.

Na linha das respostas, a flexibilidade, a capacidade de arcar com várias tarefas e a sensibilidade foram fatores muito citados como importantes e diferenciais.

5.3 Sugestões para as empresas

A seguir, diversas sugestões para que as empresas do setor de seguros possam incrementar a participação feminina.

TABELA 5.3 | VANTAGENS DA LIDERANÇA FEMININA

Relação	Descrição
1	As comissões técnicas e órgãos competentes poderiam ter uma obrigatoriedade de participação de mulheres em suas organizações.
2	Flexibilizar e dar opções de horários de trabalho alternativos.
3	As empresas poderiam colocar metas de liderança feminina em determinados prazos.
4	Trabalhar a diversidade na sua cultura.
5	As mulheres são a maioria na área de empreendedorismo e trabalho informal. A visão feminina abre novos horizontes para explorar nichos que o homem não faria.

continua >

> continuação

TABELA 5.3 | VANTAGENS DA LIDERANÇA FEMININA

6	Educação corporativa contra o preconceito.
7	Respeitar a licença-maternidade, não demitir após retorno da licença, sala de extração de leite materno, flexibilidade de horário e home office para mães que amamentam/filhos menores de dois anos, convênios com creches nos arredores da empresa, creche interna, salários e oportunidades equiparadas aos homens.
8	Evitar usar a presença de mulheres em eventos como enfeites desfrutáveis, algo que ainda se vê bastante e sugere uma imagem errada do setor e dos profissionais que nele trabalham.
9	Rodadas de negócios. Montar um projeto só com mulheres para criar soluções e ações para estimular e trazer as mulheres para o setor de seguros.
10	Mudança de "mindset". Paradigmas como irritabilidade por alteração hormonal devem terminar.
11	Quando procurar um novo funcionário, sempre insistir que a metade dos candidatos seja composta de mulheres.
12	Remuneração adequada de acordo com a função desempenhada, e não pelo gênero.
13	Divulgar o percentual de mulheres que trabalham em suas ações de marketing. Utilizar mais mulheres nas campanhas publicitárias das seguradoras e destacar características femininas que seriam importantes na abordagem de seguros.
14	Criar um programa de cotas e incentivar o ingresso de mulheres a partir da divulgação do mercado em si em universidades e cursos técnicos.
15	As empresas precisam elaborar processos seletivos com políticas que envolvam mulheres.

As sugestões para as empresas foram bastante diversas. Figuraram desde aspectos bastante imediatos, como a possibilidade de haver mais "home office" e políticas de inclusão, até a implantação de educação corporativa contra o preconceito, com intuito de favorecer, em longo prazo, a mudança de pensamento nas pessoas.

5.4 Sugestões para as mulheres

A seguir, diversas sugestões para as próprias mulheres que já trabalham no mercado de seguros ou para as que pretendam entrar.

TABELA 5.4 | SUGESTÕES PARA AS MULHERES

Relação	Descrição
1	Acima de tudo, que tenham a autoestima em bom estado. A instrução caminha junto a esse quesito.
2	Se a mulher souber se posicionar bem, se esforçar, estudar, pode ter uma carreira muito bem-sucedida neste mercado.
3	Estudem, se especializem não apenas em seguros, mas também em áreas afins como finanças, administração, recursos humanos etc.
4	Não se esquecer de criar uma rede de relacionamentos com outros profissionais, em que as experiências possam ser compartilhadas e o conhecimento, dividido e enriquecido pelas vivências. Lembrar-se da importância de seu papel como gestor e educador informal.
5	Trabalhe com persistência e foco, mas lembre-se de que o trabalho é parte da sua vida. Compare-se com você mesmo e não com o outro ou outra.
6	Engravidar ainda é tabu não só em seguradoras.
7	Muita determinação, persistência, conhecimento do seu negócio para ser reconhecida pela credibilidade e inteligência emocional para administrar conflitos.
8	Manter-se atualizadas quanto às novas demandas do mercado.
9	Não se sintirem intimidadas pelo público masculino; devem se organizar para entregar resultado, mesmo dividindo responsabilidades da casa e da família.
10	É preciso ser resiliente e persistente. Várias empresas possuem excelentes planos de carreira e apoiam a candidatura de mulheres.

continua >

> continuação

TABELA 5.4 | SUGESTÕES PARA AS MULHERES

11	Independente de homem ou mulher, continuem sempre dando o melhor, com paixão pelo que faz e seguindo seu propósito.
12	Preparem-se muito tecnicamente e emocionalmente para estar em um ambiente já permeado por muitas mulheres, mas ainda dominado pelo sexo masculino.
13	Estudem e trabalhem duro pois o mercado reconhece quem é bom.
14	É um segmento que tem ampla perspectiva de carreira profissional.
15	Mercado é promissor, que investe muito em pessoas qualificadas.

Como sugestões, gostaríamos de citar: muita dedicação, autoestima e resiliência, além de otimismo com o segmento. Por fim, com tais procedimentos, a mulher no setor de seguros poderá alcançar os seus objetivos.

5.5 Aprimorar a presença da mulher em seguros

A seguir, sugestões para as mulheres aprimorarem a sua presença no mercado de seguros.

TABELA 5.5 | APRIMORAR A PRESENÇA NO MERCADO DE SEGUROS

Relação	Descrição
1	A Escola Nacional de Seguros poderia divulgar mais as histórias de sucesso das mulheres no mercado de seguros.
2	Deveria haver um compromisso das empresas em criar oportunidades de liderança (diretorias) para mulheres.
3	O mercado segurador precisa se renovar também em sua cultura.
4	Fortalecer os grupos e fóruns de discussões sobre mulheres em cargos de liderança.

continua >

> continuação

TABELA 5.5 | APRIMORAR A PRESENÇA NO MERCADO DE SEGUROS

5	Mais encontros promovidos pelo mercado para discutir temas relacionados à carreira feminina.
6	A AMMS é um meio de incentivar a presença da mulher no mercado de seguros, porém precisamos de mais.
7	É uma questão cultural, que precisa ser mudada. O caminho está na continuidade do investimento no aprendizado, na expansão do <i>networking</i> e ter foco nas oportunidades.
8	Um comitê que discutisse as questões de gênero no setor de maneira regular seria um bom começo, pois existem empresas mais avançadas em relação a essa igualdade, e elas poderiam compartilhar suas práticas com as demais.
9	Em muitas organizações, mulheres que executam a mesma atividade dos homens ganham menos e, para alguns cargos de confiança, mesmo tendo competência, o homem ainda tem preferência.
10	Investimento em estudos, cuidados pessoais, capacitação e aprimoramento. As mulheres precisam estar atualizadas, não parar de estudar.

Em muitos pontos, os aspectos já foram citados nas pesquisas anteriores. Aspectos culturais e a maior participação de entidades são pontos comentados.



Conclusões

Com essa pesquisa, distintas análises foram feitas, com diversos objetivos. Inicialmente, foi estudada a relação da condição feminina, a economia e o mercado de seguros. Há muita referência em tal assunto, também já amplamente desenvolvida nos dois estudos anteriores.

A análise dos dados das seguradoras é um capítulo bastante importante neste estudo, com uma participação expressiva das empresas. Aqui, apontamos diversos números e indicadores para esse setor. Para citar alguns, as mulheres representam 55% de todos os funcionários de seguradoras. De certa maneira, tal proporção vem se mantendo. Dos 100 funcionários de uma seguradora, de 3% a 4% são executivos e 10% são gerentes. Em 2018, existia uma mulher executiva para cada três homens. Em 2012, essa relação era de uma para quatro. Outra porcentagem relevante mostra que, em 2015, menos de 30% das seguradoras tinham políticas para promover a igualdade de oportunidades para homens e mulheres. Agora, esse número passou para quase 45%. Ou seja, tem havido avanço e reconhecimento da questão, embora, segundo as queixas das mulheres, as mudanças ainda sejam lentas.

Tal como no estudo previamente feito, entrevistamos centenas de mulheres profissionais de sucesso do segmento, buscando assim avaliar as opiniões, sugestões e comentários para melhorar a inserção feminina na sociedade. Há otimismo com o setor de seguros e com as projeções para as mulheres. Em números redondos, 60% das mulheres acharam que a situação está melhor ou muito melhor do que há três anos, em termos de oportunidades e participação feminina no mercado de seguros. Porém, 35% delas percebem que a situação está igual. Apenas 5% das entrevistadas creem que está pior. Há também diversas sugestões e “dicas”, que tentamos resumir neste texto.

Por fim, ressaltamos que, em todos os capítulos, as fontes dos estudos foram diversas – nacionais e internacionais; teóricas e pesquisas –, o que permitiu uma análise mais sofisticada e abrangente.

Hoje, de modo geral, existe uma preocupação muito grande com a valorização da mulher – tanto em termos governamentais como empresariais. Tudo indica que, no mercado de seguros brasileiro, iniciativas nesse sentido parecem estar ocorrendo. O presente estudo confirma isso.



Anexo

Questionário – 3º Estudo Mulher e Setor de Seguros

I) PARA SEGURADORAS

1 | Cargos – Final de 2018 – Quantidade

Cargos	Homens	Mulheres	Total
Executivos			
Gerentes			
Coordenadores			
Demais			
Total			

2 | Escolaridade – Final de 2018 – Quantidade

Escolaridade	Homens	Mulheres	Total
Pós-Graduados			
Superior Completo			
Superior Incompleto			
Ensino Médio			
Ensino Fundamental			
Demais			
Total			

3 | Salário Médio Mensal – R\$

Salário Mensal	Homens	Mulheres	Total
Ano de 2017			
Ano de 2018			

4 | Tempo de Empresa – Final de 2018 – Quantidade

Tempo na Empresa	Homens	Mulheres	Total
18 anos ou mais			
13 a 17 anos			
8 a 12 anos			
3 a 7 anos			
Até 3 anos			
Total			

5 | Idade – Final de 2018 – Quantidade

Idade	Homens	Mulheres	Total
Acima de 55 anos			
45 a 55 anos			
38 a 44 anos			
30 a 37 anos			
24 a 29 anos			
Até 24 anos			
Total			

6 | Dos funcionários existentes atualmente, há quanto tempo eles estão nos mesmos cargos?

Tempo no Cargo	Homens	Mulheres	Total
Até 2 anos			
De 2 a 5 anos			
De 5 a 8 anos			
De 8 a 11 anos			
Acima de 11 anos			
Total			

7 | De total de promoções em 2018, qual foi a distribuição por gênero?

	Homens	Mulheres	Total
Promoções em 2018			

8 | Treinamento – Ano de 2018 – Escolher as opções

Dos funcionários Empresa	Opção	Tempo de treinamento por funcionário	Opção
De 80% a 100%		Mais de 20 horas por mês	
De 60% a 80%		De 15 a 20 horas por mês	
De 40% a 60%		De 10 a 15 horas por mês	
De 20% a 40%		De 5 a 10 horas por mês	
De 0 a 20%		Até 5 horas por mês	

9 | Maternidade – Dados de 2018

Maternidade	%
Percentual de mulheres que retornam da licença maternidade	
Percentual de mulheres que continuam na empresa um ano após o retorno da licença-maternidade.	

10 | Programas existentes – Em 2018

Política e Produtos	Sim ou Não
Existem políticas para promoção da igualdade entre homens e mulheres?	
A empresa tem produtos de seguros específicos para as mulheres?	

II) PARA EXECUTIVAS

Abaixo, as perguntas.

- 1 |** Como você avalia as oportunidades e a participação das mulheres na liderança do mercado de seguros, quando comparadas à situação de três anos atrás? Cinco opções: muito melhor (5); melhor (4); igual (3); pior (2); muito pior (1).
- a) As oportunidades de cargos executivos na área de seguros, para homens e mulheres, são similares.
 - b) Para a mulher, é um desafio maior conciliar a profissão e a família.
 - c) Existe preconceito em relação à mulher corretora de seguros.
 - d) No Brasil, o volume de produtos de seguros para o público feminino é satisfatório.
 - e) Demograficamente, a geração sanduíche é aquela que cuida de filhos e pais. Particularmente, essa situação já tem afetado as mulheres, de forma direta ou indireta.

- 2 |** Dentre os segmentos de ramos citados abaixo, em qual a mulher pode ter mais vantagens?

No caso profissional, por exemplo, avaliar se é mais fácil a mulher trabalhar como corretora ou securitária. No caso das consumidoras, ponderar se a mulher tem mais tendência a comprar mais esse produto. Colocar números (1) mais vantagens; (2) igual; (3) menos vantagens.

Segmentos	Consumidora	Corretora	Securitária
Automóvel			
Benefícios			
Outros ramos			

- 3 |** Caso deseje, faça um depoimento por escrito.
- a) Há oportunidades para as mulheres na liderança do mercado de seguros?
 - b) Quais são as vantagens de uma visão feminina no setor de seguros?
 - c) Que sugestões você daria para as empresas do setor, no que se refere a incrementar e estimular a participação das mulheres na área de seguros?
 - d) Que depoimento ou sugestão você daria para as mulheres que trabalham ou querem trabalhar no mercado de seguros?
 - e) Deseja fazer algum comentário, de um modo geral, tendo como objetivo sugerir algo para aprimorar a presença da mulher no mercado de seguros?

ISBN 978-85-7052-763-9



9 788570 527639



ESCOLA NACIONAL
de SEGUROS