



---

# Maioria no setor

*Mas fora dos cargos de liderança*

---

**POR MARIANA SANTIAGO**

Elas são 56,3% da força de trabalho, segundo o "2º Estudo Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil", cujos resultados serão divulgados no ciclo de palestras dedicado ao tema, neste mês de março. Nesses eventos haverá discussões sobre oportunidades na carreira e a diversidade de gênero presente na atualidade

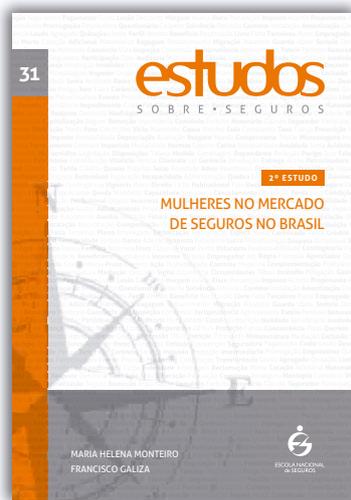
**S**im, elas são a maioria no mercado de seguros, representando 56,3% da força de trabalho nesse segmento, mas minoria em cargos de liderança. Sim, a problemática hoje está ficando muito mais complexa do que a questão homem-mulher, mas ainda é preciso repensar o papel do feminino, uma vez que, de acordo com um estudo das universidades norte-americanas de Nova York, Illinois e Princeton publicado na revista Science, no fim de janeiro deste ano, a identificação por parte das meninas com pessoas bem-sucedidas do mesmo gênero que o delas começa a diminuir a partir dos seis anos. É com foco nessas constatações que, neste mês em que se comemora o Dia Internacional da Mulher, a Escola Nacional de Seguros inicia o ciclo de palestras sob o tema "A Mulher e o Mercado de Seguros", com a diretora de Ensino Técnico da instituição, Maria Helena Monteiro.

Além de divulgar os dados do "2º Estudo Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil" – de autoria da diretora e do economista Francisco Galiza –, a proposta do ciclo de palestras em 2017, que será o último ano a contemplar essa atividade, é discutir também a multiplicidade presente na atualidade. "Nós vamos fazer 20

palestras em várias cidades do Brasil e teremos outras duas palestrantes, para que eu não fique tanto tempo fora. Mas o tema é o mesmo: 'Mulheres no Mercado de Seguros'. Sempre aproveito, nesses encontros, para abordar e encorajar as carreiras femininas. Falaremos sobre os resultados da pesquisa atualizada nesse '2º Estudo Mulheres' e concluiremos tratando da complexidade que existe no mundo hoje. Porém, este ano será o último em que vamos realizar a palestra das mulheres, porque falar só de homem e mulher hoje em dia é algo que está ficando ultrapassado. Existem tantas outras diversidades: a população gay, os transexuais, uma porção de gente que também tem dificuldade de se inserir no mercado de trabalho. Foi muito válido trabalhar esse tema, esses anos todos, desde que iniciiei aqui na Escola, para criarmos tal conscientização. O mercado de seguros é um setor que propicia muitas oportunidades para as mulheres, as quais são maioria na área – quase 57%. Portanto, foi excelente termos explorado e falado sobre essa questão. Contudo, o assunto está se tornando irrelevante, pois nós somos a maioria e, agora, cabe ao público feminino continuar brigando pelo seu espaço e, às empresas, naturalmente, criar algum tipo de encorajamento para a carreira das mulheres", explica Maria Helena.



O segundo tópico importante que as palestrantes abordarão nesses encontros é a responsabilidade das mulheres também como mães e profissionais. “Uma das coisas mais vistas e comentadas em pesquisas hoje em dia é que a identidade de gênero se adquire entre cinco e seis anos de idade. Então, nós, como mães, também temos que mostrar para as meninas que elas são capazes, se não, elas mesmas muito cedo se ressentem. Há um estudo muito original – e nós vamos apresentá-lo –, divulgado em janeiro deste ano na revista Science, pelos pesquisadores das universidades norte-americanas de Nova York, Illinois e Princeton, que mostra que as meninas e os meninos aos cinco anos de idade têm exatamente o mesmo nível de confiança para qualquer tarefa. A partir dos seis anos, os meninos começam a se lançar a coisas muito mais audaciosas, e as meninas, a se conformar com determinados comportamentos menos intrépidos. Isso acontece também nas carreiras técnicas, nas quais as mulheres acabam não ingressando tanto. Tudo isso é quase consequência



dessa identidade de gênero que a criança vai adquirindo, e é algo também que nós acabamos por construir – enfim, é uma coisa cultural”, analisa a diretora.

Sobre o contexto de crise, como o que vivemos agora, Maria Helena Monteiro não acredita que seja mais difícil a inserção no mercado de trabalho desta geração de jovens mulheres que iniciam sua carreira: “As mulheres estão se saindo melhor, inclusive nas universidades, e este é um dado que o estudo aborda. Elas estão se formando

com notas melhores e em número maior que os homens. Nesse início, não há problema. O problema é dos dois sexos, na verdade. O mundo do trabalho é mais masculino mesmo, a gente sabe disso. Uma vez que foi construído pelos homens, as regras são masculinas desde sempre. As mulheres estão tendo que se adaptar, e a sociedade está se moldando a algumas características também femininas, que são muito apreciáveis contemporaneamente, mesmo nas empresas. Então, temos de prosseguir com esse movimento de igualdade, e não de discriminação.” ●

---

***"O mundo do trabalho é mais masculino mesmo, a gente sabe disso. Uma vez que foi construído pelos homens, as regras são masculinas desde sempre. As mulheres estão tendo que se adaptar, e a sociedade está se moldando a algumas características também femininas, que são muito apreciáveis contemporaneamente, mesmo nas empresas."***

**MARIA HELENA MONTEIRO**

# Pauta extensa para maior inclusão

Dados apurados nesse “2º Estudo Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil” mostram que, mesmo nesse segmento, a probabilidade de um homem exercer um cargo de liderança em uma empresa é quase 3,5 vezes maior do que para a mulher. Em três anos, intervalo entre a primeira e essa última pesquisa de Maria Helena Monteiro e Francisco Galiza, entretanto, as estatísticas são mais animadoras do que em 2013: tanto que, nessa pesquisa, houve a intensa colaboração de executivas. As profissionais não apenas auxiliaram os autores no envio de questionários preparados exclusivamente para a análise como demonstraram receptividade em dividir suas experiências e oferecer um olhar sobre o mercado para a mulher atualmente. Cadernos fez um bate-papo rápido com duas lideranças do setor: a diretora de Recursos Humanos do grupo segurador Banco do Brasil e Mapfre, Cynthia Betti, e com a também diretora de Recursos Humanos da AIG Seguros Brasil, Nélia C. Soares.

**Cadernos de Seguro:** Como se deu a sua colaboração nessa pesquisa e qual a importância desse estudo para a sua vida profissional, pessoal e, especialmente, para a sua atuação como liderança?

**Cynthia Betti:** As conquistas da mulher no mercado de trabalho são oriundas do resultado de dois fatores: o esforço individual das profissionais e as condições que as organizações vêm proporcionando para suas colaboradoras. Por isso que o diálogo, pautado por pesquisas, estudos de caso e análise do cenário atual é o caminho para avaliar as questões que a profissional de hoje enfrenta. Estudos como esse da Escola Nacional de Seguros são capazes de gerar reflexões relevantes nas lideranças do setor, proporcionando mudanças e conjunturas cada vez mais justas.

**Nélia Soares:** Além do papel influenciador que a Escola Nacional de Seguros tem no mercado segurador, o estudo também contribuiu para a AIG ser mais assertiva e efetiva na adoção de práticas, para fomentar o desenvolvimento e inclusão de mais mulheres em posições de liderança. Como líder de RH da AIG, esse tema está na minha agenda. À medida que ele amadurece nas organizações, creio que mais oportunidades se abrirão para as mulheres em posições de tomada de decisão.

**Cadernos:** O mercado de seguros possui a peculiaridade de contar com muitas mulheres como força de trabalho. Percebe ou percebeu mudanças ao longo de sua carreira? Em quais termos: comportamentais, legislativos, de capacitação feminina (maior nível de escolaridade, maior busca por especialização da parte delas...), maior facilidade ou dificuldade de inserção?

**CB:** A participação da mulher no mercado segurador cresce cada vez mais, mas ainda temos o desafio de ampliar a sua atuação em cargos de liderança. Percebemos o crescimento dessa presença ao longo dos últimos anos, mas é preciso ampliar as oportunidades. A igualdade de salários entre os gêneros também faz parte desse debate e integra a lista de objetivos dessa pauta.

**NS:** Houve uma significativa evolução em relação à participação da mulher no mercado de trabalho, em especial no mercado segurador, mas há ainda





---

**"A participação da mulher no mercado segurador cresce cada vez mais, mas ainda temos o desafio de ampliar a sua atuação em cargos de liderança."**

**CYNTHIA BETTI**

alguns desafios a serem superados, principalmente em relação à inserção em posições de liderança e posições mais técnicas ou na linha de frente do negócio, que passam por questões culturais, sociais, organizacionais e, inclusive, de autoconsciência e autoempoderamento. Por isso, esse trabalho, assim como outras iniciativas, é fundamental para o avanço da agenda de igualdade de gêneros e da diversidade em geral.

**Cadernos:** Um dos tópicos da pesquisa diz respeito ao desafio que é para mulher conciliar a profissão e a família. Porém, com as novas formações familiares, é possível que a situação da mulher profissional frente a essa questão seja revista e melhor percebida?

**CB:** Acredito que esse desafio é superado a partir da divisão de tarefas domésticas entre os integrantes da família e pela busca do equilíbrio de atividades, responsabilidades e condições fornecidas pelas organizações. Esses dois tópicos ainda têm muito para avançar e a mudança só é possível com muito diálogo e ações como esse estudo.

No grupo BB Mapfre foi criado o Conselho de Diversidade, para debater sobre a inclusão de minorias e fortalecer a cultura de respeito. É uma ação dividida

---

**"As novas configurações familiares e sociais demandam uma reconfiguração dos papéis e, por consequência, dos comportamentos externalizados ou inconscientes."**

**NÉLIA SOARES**

em seis pilares, incluindo pessoas com deficiência, mulheres, gerações, etnias, LGBT e voluntariado. Cada pilar tem um patrocinador, um líder e demais colaboradores, que propõem a ampliação de oportunidades para os profissionais. Em virtude do nosso posicionamento, temos resultados de destaque como empresa integrante do pacto da Organização Nações Unidas (ONU) para o Empoderamento da Mulher (Women Empowerment Principles – WEPs). Acredito que iniciativas assim criam um ambiente favorável para a oportunidade, estimulam o engajamento de outros públicos na causa e, conseqüentemente, constituem um mercado segurador sólido.

**NS:** Definitivamente, as novas configurações familiares e sociais demandam uma reconfiguração dos papéis e, por consequência, dos comportamentos externalizados ou inconscientes. Porém, se esperarmos que aconteça naturalmente essa mudança cultural, que permitiria a completa inclusão de mulheres nesses novos ambientes e em cargos mais elevados, sua concretização demoraria muito tempo ou seria apenas superficial. Ações conjuntas entre lideranças da sociedade civil, associações, organizações públicas e privadas, com objetivos claros, contribuem para acelerar esse processo e torná-lo mais efetivo e abrangente. ●