

O mercado de seguros tem muito a ganhar com mais diversidade e inclusão — e as mulheres, cada vez mais protagonistas, vêm mostrando isso com números e histórias inspiradoras. Esse foi o tom do webinar "Mulheres Seguras: o potencial do poder de compra feminino", realizado pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) no dia 12 de março, em celebração ao Dia Internacional da Mulher.

Logo na abertura, o diretor Técnico, de Estudos e de Relações Regulatórias da CNseg, Alexandre Leal, ressaltou a importância do debate. "Infelizmente, temos visto movimentos em nível global tentando retroceder os avanços em relação aos direitos das mulheres. Mas este webinar reafirma o compromisso da CNseg e de todo o setor de seguros com a agenda da diversidade e com o protagonismo feminino em papéis de relevância", destacou.

Diversidade: caminho para o lucro e para uma sociedade mais justa

Com dados contundentes, Adriana Carvalho, diretora-executiva do Instituto Consulado da Mulher, lembrou que diversidade e inclusão vão muito além do discurso: "A diversidade, além de ser o certo, é o melhor para empresas e países". Ela destacou que a igualdade de gênero poderia adicionar 28 trilhões de dólares ao PIB mundial. Empresas com mais mulheres na liderança, segundo ela, têm um retorno sobre investimento 44% maior e uma lucratividade (EBIT) 47% superior.

Além disso, millennials tendem a permanecer em empresas comprometidas com a diversidade, e aquelas com pelo menos três mulheres em seus conselhos diretores alcançam um ROE (Retorno sobre o Patrimônio Líquido) de 10,1%, contra 7,4% das demais.

Por outro lado, desigualdades ainda persistem: mulheres com nível superior seguem ganhando, em média, R\$ 2.900 a menos que homens com a mesma formação, e as que ocupam cargos de liderança recebem R\$ 40 mil a menos, segundo o Dieese.

Adriana também lembrou dos "quatro nós" que ainda precisam ser desatados, segundo a ONU:

1. Combater padrões discriminatórios e estereótipos de gênero;
2. Superar a divisão desigual do trabalho não remunerado;
3. Ampliar a presença feminina na liderança;
4. Acabar com a violência contra as mulheres.

Seguro de vida: uma ferramenta de empoderamento feminino

A diretora de Marketing e Insights da Prudential do Brasil, Fernanda Riezemberg, trouxe um olhar especial sobre o papel do seguro de vida na vida das mulheres, que vivem mais, mas ainda enfrentam mais insegurança financeira.

Além de garantir proteção financeira e acesso a melhores tratamentos médicos, o seguro de vida tem sido cada vez mais buscado pelo público feminino. Nos últimos 10 anos, o número de mulheres com seguro de vida individual na Prudential triplicou, passando a representar 40% da carteira de clientes. E esse crescimento não se limita às gerações mais maduras: mulheres da Geração Alfa, nascidas a partir de 2010, já aparecem com relevância na base de clientes.

Poder de compra feminino: um gigante no mercado

A gerente-executiva de Produtos Digitais da Zurich Seguros, Juliana Aboud, reforçou o imenso poder de compra feminino, que movimentava 20 trilhões de dólares ao ano globalmente e responde por 80% das compras online no Brasil, segundo a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas.

Ela ressaltou que, apesar de avanços, o setor ainda precisa caminhar para ampliar a presença

feminina em todos os níveis. E lembrou que as políticas de diversidade influenciam diretamente as decisões de compra: “mulheres preferem marcas que abraçam a diversidade e inclusão”.

Além disso, as mulheres são clientes estratégicas para o setor de seguros, por apresentarem menor risco e maior compromisso. Juliana destacou dados impressionantes:

- No seguro saúde, as mulheres buscam mais prevenção e cometem menos fraudes;
- No seguro auto, se envolvem em menos sinistros;
- No seguro residencial, cuidam mais da casa e também geram menos ocorrências;
- E o mesmo padrão se repete nos seguros de celulares e eletrônicos.

"As mulheres são um público fundamental para as seguradoras, e é estratégico reconhecê-las assim", concluiu.

Carreira no mercado de seguros: uma oportunidade de crescimento para mulheres

Por fim, Larissa Althoff, diretora de Parcerias Financeiras da MAG Seguros, defendeu o empreendedorismo feminino e o setor de seguros como caminhos promissores para o empoderamento econômico das mulheres. Com crescimento anual de dois dígitos, o mercado de seguros oferece flexibilidade e independência — e atrai cada vez mais mulheres.

Na MAG, 46% das contratações de seguro de vida já são feitas por mulheres, que preferem ser atendidas por outras mulheres, por confiarem mais na empatia e compreensão. A seguradora também investe fortemente em inclusão: 52% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres, e mais de 1.000 profissionais já foram capacitados em programas de treinamento.

Compromisso com o futuro

O encerramento ficou por conta de Rafaela Mesquita, presidente da Comissão de Diversidade e Inclusão da CNseg e especialista de Talento e Cultura da Zurich Seguros. Ela celebrou os avanços, mas fez questão de ressaltar: "O setor de seguros já avançou muito na equidade de gênero, mas ainda temos um longo caminho pela frente. Precisamos continuar evoluindo".

Assim, o webinar da CNseg deixou uma mensagem clara: valorizar o protagonismo feminino e apostar na diversidade é não apenas uma questão de justiça social, mas de inteligência de mercado.

O webinar pode ser assistido na íntegra clicando no link ao lado: [Link](#)

Fonte: CNseg, em 13.03.2025.