

Evento buscou a construção de um ambiente de negócios que reflita e respeite a diversidade presente na sociedade

Usem o celular. Postem que vocês estão aqui. É isso que queremos.

Que as pessoas assumam suas posições. Assim foi a abertura do Encontro do Setor de Seguros com a Diversidade & Inclusão, que marca o lançamento do Grupo de Trabalho de Diversidade e Inclusão do Setor de Seguros, vinculado à Comissão de Sustentabilidade e Inovação da CNseg. “Inclusão só acontece se tratarmos todos com justiça”, enfatizou Ana Paula de Almeida Santos (foto), que além de ser a coordenadora do grupo de trabalho, também é diretora Jurídica da Assurant Seguradora.

A proposta do evento foi compartilhar experiências e aprendizados do setor de seguros e de outros setores na construção de um ambiente de negócios que reflita e respeite a diversidade presente na sociedade, para melhor atendê-la. Antes das palestras, as organizadoras do evento fizeram homenagem a Solange Beatriz Palheiro Mendes, presidente da FenaSaúde, e a Maria Elena Bidino, superintendente de Acompanhamento de Conduta de Mercado da CNseg. “Vocês foram vitais para a criação deste grupo e deste evento. Nossa gratidão por todo o apoio”, disse Ana Paula ao entregar placas condecorativas às duas executivas que se dedicam há décadas ao setor de seguros, que até pouco tempo atrás era formado predominantemente por homens.

Solange Beatriz agradeceu e destacou que fomentar a cultura — e a política — de boas práticas, inclusivas, além de ser mais humano, auxilia as seguradoras a fomentar seus negócios. “Temos um enorme dever de casa para fazer e se cada um de nós fizer a sua parte bem feita, vamos avançar e conseguir construir um Brasil melhor. Tenho certeza de que o mercado segurador vai ter uma imagem muito positiva. Apesar de o setor ser marcado por seu conservadorismo, garanto que ele abraça causas que valem a pena. E a diversidade certamente é uma delas”.

Ressaltou ainda que o mercado segurador é um setor que passa credibilidade de seus propósitos por meio da equipe que o compõe. “São pessoas generosas e isso fica evidente nos grupos de trabalhos. Todos são concorrentes e todos estão de mãos dadas perseguindo metas de sucesso para o setor”, acrescentou ela.

Sobre as mulheres - Maria Helena Monteiro, diretora da Escola Nacional de Seguros, apresentou a segunda edição da pesquisa sobre o papel da mulher no mercado segurador. Em 2013, 76 entrevistas. Em 2015, 316. “Isso mostra que temos um longo caminho para percorrer”, disse.

O “2º Estudo Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil” mostra que elas se tornaram maioria. Hoje, 56,3% dos cargos no setor de seguros são ocupados por mulheres, percentual que se iguala a alguns segmentos da economia quando analisada a progressão profissional e a distribuição dos salários. Segundo ela, porém, a chance de um homem se tornar executivo de seguros, por exemplo, é quase 3,5 vezes maior do que a de uma mulher. Isso, apesar dos avanços e iniciativas de muitas empresas pela igualdade.

Em remuneração, os progressos são lentos. Uma amostra com 18 seguradoras brasileiras, com 85% a 90% dos funcionários do setor, o salário médio mensal é de R\$ 4.520. Homens ganham R\$ 5.371, contra R\$ 3.858 para elas — 72% do rendimento deles. Em âmbito mundial, as mulheres ganham entre 60% e 75% dos salários dos homens, enquanto que, no Brasil, elas recebem 74% dos ganhos masculinos.

Outro aspecto é a múltipla jornada feminina: vida profissional, cuidados domésticos, com os filhos e atenção aos idosos, sendo que 53% das entrevistadas concordam plenamente que enfrentam um desafio maior que o dos homens, pois têm de conciliar o trabalho com a jornada do lar. Segundo a ONU, mulheres dedicam de uma a três horas a mais por dia à casa do que os homens e até dez vezes mais tempo para cuidar de crianças, idosos e doentes. “Não abra mão, não se faça de vítima e enfrente o preconceito. Vamos continuar a trabalhar pela igualdade e pelo seguro. Sempre”, finalizou Maria Helena, com base nos comentários das entrevistadas.

O exemplo do Canadá – A diversidade faz parte da fundação da sociedade canadense e por isso os organizadores convocaram Paulo Perrotti, presidente da CCBC (Câmara de Comércio Brasil Canadá) para dividir com a plateia um pouco da experiência do país para construir uma sociedade mais equânime. Segundo ele, o Canadá é visto como um mosaico, onde todo indivíduo pode manter a sua identidade e, ainda assim, ser parte do todo.

A atenção à diversidade no Canadá começou na primeira constituição do país, em 1867, e vem até os dias de hoje, sendo, o país, um dos principais do mundo no tema diversidade, estando aberto para qualquer tipo de movimento de refugiados. Além de toda a parte filosófica de direito humanos, o Canadá atualmente conta com mais uma razão para ampliar as boas práticas da diversidade: a previdência.

O índice de fertilidade do país está abaixo de dois filhos por casal. Por isso, o governo tem estimulado a migração de outros povos para manter uma sociedade mais equilibradas entre jovens, adultos e idosos. Uma curiosidade citada por ele é que entre os imigrantes atraídos pelo Canadá, o Brasil se destaca. Segundo ele, o brasileiro gosta de se misturar à sociedade, diferente de outros que formam guetos.

“Nós precisamos da diversidade e isso é tratado no dia a dia. Não é uma retórica. O primeiro ministro canadense tem o compromisso de construir um serviço público para servir de modelo de inclusão para todos. Ou seja, um exemplo que vem de cima para baixo”. Perrotti enfatizou que o Canadá fala de diversidade em todos os campos, e não apenas sexual. “Quanto mais entendemos, melhores produtos podemos oferecer para todas as comunidades”.

Publicidade – Heads, uma agência de publicidade que visa colaborar para o desenvolvimento da sociedade, convidou Kofi Annan, conhecido como o embaixador da Paz, dentro da ONU, para uma palestra aos clientes no Brasil. A expectativa era de que ele falaria sobre pobreza, guerra e conflitos. Mas não. Ele disse que a ferramenta mais poderosa é a equidade de gêneros e, para atingir isso, é preciso empoderar as mulheres. E foi assim que a agência se especializou em desenvolver publicidade para mulheres.

Foi quanto a agência percebeu que as mulheres são a maioria em várias pesquisas, representando 51% da população do Brasil, 56% das estudantes universidades e 53% das pessoas conectadas nas redes sociais, sendo 12 milhões as que pagam as contas da casa. E, mesmo assim, 65% das mulheres não se sentem representadas pela mídia. “Isso mostra que ter e comunicar uma causa de marca gera valor para os negócios e aumenta as vendas”, afirmou Isabel Aquino, uma das publicitárias da Heads, em sua apresentação no evento.

Entre os aprendizados da agência, estão o da importância de dar voz a grupos que lutam por visibilidade, como trans e negras. Multiplicidade de papéis ser diferente de acúmulo de papéis é outro aprendizado. “Boa profissional, boa esposa, mãe perfeita. Tudo isso gera uma pressão muito

forte”, enfatizou Isabel. “Empoderamento é dar escolha e jamais menosprezar outro grupo como os homens. Empoderar é uma relação ganha ganha. É a liberdade de ser. As seguradoras estão preparadas para esta nova sociedade?”, questiona. “Se não, precisam estar.”

Mesa redonda – A mesa redonda mostrou que há um longo caminho a ser percorrido por todos. Não só no mercado segurador, mas em toda a sociedade mundial. “Nos sensibilizamos muito quando nos colocamos no lugar do outro. Fazer isso traz mais consciência de que esta causa precisa muito de todos nós”, disse a moderadora do debate, Vera Carvalho Pinto, general Counsel Brazil da Chubb Seguros Brasil.

Valeria Schmitke, diretora regional Legal & Compliance para a América Latina da Zurich, cita que todos precisam se conscientizar das pequenas atitudes. Segundo ela, há um leque de proteção que não deixa as mulheres se desenvolverem. Exemplos simples mostram isso, como deixar de escolher uma mulher com filho pequeno para participar de um evento fora da cidade. “Uma atitude simples dessa é fruto da educação e do hábito e precisamos nos conscientizar dessas atitudes com uma simples frase: a escolha é da profissional”, comentou.

O mercado de seguros é “careta”, afirmou Vinicius Mercado, financial Lines Underwriter da AIG Seguros Brasil, arrancando risadas da plateia, que concordou em gênero, número e grau. “Por mais que tentemos um estilo Google, de bermuda e puffs, não vai rolar. Somos um mercado tradicional, que ainda chama os mais velhos e experientes de “dinossauros”, comentou ele, enfatizando que a conscientização da diversidade é o caminho a ser percorrido por todos. “Temos de quebrar paradigmas. Se não tocarmos as pessoas que estão decidindo as regras, como CEO, chefes de governo e de famílias, não vamos conseguir avançar no nosso objetivo de amor. Se eu não puder ser eu, não vou conseguir ser feliz e isso certamente afetará o meu desenvolvimento profissional”.

Ele afirmou que as seguradoras devem investir na diversidade. Na AIG Brasil, o CEO abraçou a causa: “O mundo se transforma diariamente e precisamos atrair talentos com percepções e opiniões múltiplas para estimularmos ainda mais a criatividade, visando a obtenção de novas ideias e inovação”, ressaltou Paride Della Rosa, CEO da AIG Brasil, em recente entrevista.

Vinicius citou como exemplo a AIG nos Estados Unidos, onde desenvolve um produto específico de seguro viagem para LGBT. “A diferença está no suporte diferenciado, como para um cliente trans que pode estar em risco em um país que não aceita a diversidade”. No Brasil, a empresa tem movimentos internos, como os grupos Diversitas & Aliados, que iniciou suas ações em 2016 em apoio à diversidade LGBT, e Todos Pelas Mulheres & Aliados, criado em 2014 com a missão de promover o desenvolvimento profissional das mulheres na companhia.

Oswaldo Nardini, gerente executivo do grupo segurador Banco do Brasil e Mapfre, deficiente físico, afirma que a sociedade encara esse grupo com limitações de forma também limitada. Já estamos num período de inclusão dos deficientes na sociedade, mas em passos muito lentos. “Temos menos de 50% das vagas que deveriam ser destinadas por lei para os deficientes”, citou.

Nardini trouxe números que chamam a atenção do grupo de diversidade para um esforço conjunto para ajudar a melhorar o atual cenário. “São 7 milhões de pessoas com deficiência aptas a trabalharem, que poderiam deixar de ser um peso em casa ou deixar de ser um beneficiário da previdência para ser contribuinte. Temos a lei de cotas, estatutos, garantias constitucionais e não conseguimos cumprir 1 milhão de pessoas com deficiência trabalhando”, acrescentou.

Participaram ainda do evento Thereza Moreno, CFO e CRO da Prudential do Brasil, e Camila Calais, sócia do escritório de advocacia Mattos Filho Advogados.

Fonte: CNseg, em 16.08.2017.