



PROYECTOS DE INCLUSIÓN ASEGURADORA DE MUJERES **Consulta de la Secretaría General**

El B20 es el fórum oficial de diálogo de la comunidad global de negocios del G20.

Desde el 2010 se reúne todos los años al menos un mes antes de las reuniones del G20. Uno de sus objetivos es ayudar a crear las condiciones para mejorar el acceso a los servicios financieros, incluidos los seguros. FIDES participó en los eventos celebrados en los años 2018 en Argentina y en el 2019 en Japón. Tenemos previsto participar en el 2021.

Este año se reunirán en Roma y tienen una nueva iniciativa que es el “Empoderamiento de las Mujeres”. (<https://www.b20italy2021.org/b20/>)

Se considera importante contar con información acerca de la existencia de proyectos de inclusión aseguradora para mujeres en el ámbito del seguro iberoamericano.

Para ello, la Secretaría General elaboró el siguiente cuestionario:

1. ¿Existen en su país proyectos o programas de inclusión aseguradora (microseguros) dirigidos especialmente a las mujeres?
2. Estos proyectos o programas son:
 - Privados
 - Públicos
 - Público-privados
3. ¿Disponen de información del programa o proyecto? Breve descripción del proyecto o programa.

Las respuestas a dichas consultas se transcriben a continuación:

PAÍS	#	RESPUESTA
Argentina	1	Hay un principio de generación de coberturas orientadas por género, por lo cual empiezan a aparecer en el ámbito privado algunos productos que son comercializados en forma exclusiva para Mujeres o Trans.
	2	El índice de pobreza mayor al 40% hace que los consumidores de microseguros no cuenten con los fondos para el pago del premio. La estructura argentina cuenta con pocos incentivos estatales para estas coberturas. Existen proyectos privados orientados a los microseguros y algunos productos para mujeres.
	3	En Argentina, diversas aseguradoras han comenzado a producir coberturas específicas para este fin: <ul style="list-style-type: none">• Yo Vivo Segura• Salud Mujer Segura• Seguro de Vida para Mujeres• Libra Mujer• Actitud Mujer



- Productos y estrategias de RUS: Desde Río Uruguay Seguros (RUS) se están diseñando y materializando Seguros por la Equidad, es decir, productos que tengan como propósito democratizar el acceso a los seguros de parte de todas las personas de nuestro país. Considerando productos elaborados a medida para satisfacer las necesidades de segmentos de la población sub-atendidos por la industria aseguradora y, al mismo tiempo, desarrollando estrategias de formación para que estos colectivos puedan encontrar en el seguro una inserción laboral de largo plazo. Así podemos destacar:
 - RUS Salud Fem – Un seguro pensado exclusivamente para la protección de las mujeres desde la prevención cuya cobertura abarca riesgos como cáncer, infarto agudo del miocardio, intervenciones quirúrgicas y servicios adicionales que implican el reintegro de diferentes estudios anuales que se realiza con el objetivo de prevenir enfermedades.
 - RUS Salud Trans – La cobertura abarca intervenciones quirúrgicas de baja, media y alta complejidad (como las cirugías de aumento y disminución de mamas como parte del proceso de adecuación del cuerpo a la identidad autopercebida) prótesis, primer diagnóstico de trasplante y renta por internación por enfermedad o accidente.
 - Locales comerciales en barrios y becas de formación, atendidos por diferentes colectivos que apoya RUS en un programa de Inclusión y Diversidad, que son capacitados y becados para convertirse en Productores de Seguros. Además, acabamos de brindar 10 becas para que mujeres de todo el país (de entre 18 y 24 años y mayores de 45 años) puedan realizar gratuitamente este curso virtual y obtener la matrícula para convertir en Productoras de Seguros y comenzar a comercializarlos.
 - Comunidad de Práctica de Seguros para Mujeres de la IFC-OIT – RUS se ha postulado y ha sido aceptada para formar parte de la Comunidad de Práctica que promueven estos organismos y que tiene como objetivo:
 - Aumentar la conciencia entre la industria de seguros de la oportunidad que representan las mujeres como clientes y empleadas;
 - Brindar asesoramiento y orientación a organizaciones seleccionadas de la industria de seguros sobre la exploración de oportunidades de crecimiento a través del mercado de mujeres;
 - Fomentar el aprendizaje y el intercambio de conocimientos entre diferentes partes interesadas de la industria que deseen invertir en el mercado de las mujeres.
 - Apoyar activamente iniciativas como el Foro Ejecutivo de Mujeres de Seguros (FEMS) y la Asociación Mujeres y Seguros (AMES). También integramos el Comité de Equidad de Género de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (Cooperar).



		Vale destacar el Laboratorio de Innovación “Mujeres y Seguros” que está liderando la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), promovido por Access to Insurance (A2ii) y Reos Partners con el apoyo de la IAIS, cuyo objetivo es promover e inspirar la toma de acciones concretas en el desarrollo de productos para mujeres y fomentar el crecimiento del mercado en el marco de la creación de una mayor inclusión financiera para las mujeres. Como resultado, el equipo local definió a las empleadas domésticas como primer segmento para analizar y diseñar productos concretos que permitan cubrir necesidades particulares de manera accesible.
Bolivia	1	<p>En Bolivia, se está llevando adelante el “Proyecto de Seguros Inclusivos”, financiado por la Cooperación Suiza en Bolivia e implementado por la fundación PROFIN y la Asociación Boliviana de Aseguradoras (ABA). El proyecto tiene la finalidad de contribuir a la reducción de la pobreza a través del fortalecimiento de la resiliencia de la población de ingresos limitados y de la disminución de las pérdidas en sus ingresos, gracias al funcionamiento del mercado de seguros.</p> <p>El proyecto está dirigido principalmente al apoyo de grupos de mujeres vulnerables y del área rural, promoviendo su acceso a los seguros inclusivos que sean adecuados a sus necesidades de protección.</p>
	2	El proyecto es privado.
	3	<p>El proyecto de seguros inclusivos tiene como objetivo lograr que un mayor número de personas se encuentren protegidas con un seguro acorde a sus necesidades.</p> <p>La estrategia del Proyecto impulsa el desarrollo de seguros inclusivos, articulando la oferta y demanda del mercado de seguros a través de la activa participación de todos los actores del mercado asegurador, como por ejemplo compañías de seguros, asociaciones de productores, gremios, entidades de Intermediación Financiera (EIF) y otros.</p> <p>Las actividades del proyecto permiten la articulación entre oferta y demanda de seguros, así como entre entidades que ofrecen crédito a la población meta con las empresas aseguradoras y comercializadoras de seguros.</p> <p>También promueve procesos de educación financiera en seguros, contribuyendo a la promoción y comercialización de microseguros y seguros agropecuarios, sobre todo a mujeres emprendedoras que requieran aumentar sus capacidades financieras y conocer como beneficiarse del sistema.</p>
Brasil	1	Si
	2	Privados
	3	<p>Estamos conscientes que las aseguradoras más grandes tienen productos de seguros de Vida y de Autos enfocados en las mujeres. Entre las múltiples características que diferencian estos productos específicos de los productos convencionales están:</p> <p><i>Características Específicas del Seguro de Vida para Mujeres:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cobertura específica en caso de diagnóstico de cáncer de mama, útero u ovario. ▪ Beneficios adicionales: (i) Descuentos en cadenas de autoservicios y/o en servicios profesionales para servicios relacionados con estética y belleza; (ii) Asistencia e información general sobre nutrición, consumo



calórico, estilo de vida, salud y consejos de bienestar; (iii) Asistencia Residencial: disponibilidad de profesionales calificados para resolver problemas relacionados con la propiedad y/o electrodomésticos; (iv) Servicios Funerarios Familiares: en caso de fallecimiento, la familia recibe asistencia completa y gratuita sobre los trámites necesarios para el asegurado y/o sus dependientes, incluyendo cónyuge, hijos hasta los 24 años de edad, hijas solteras e hijos con necesidades especiales, sin límite de edad.

Características Específicas del Seguro de Automóvil para Mujeres:

- Reemplazo de la Silla para Bebé: Cobertura gratuita para la silla de bebé. Garantía de reemplazo de Silla de Bebé en caso de robo o robo del vehículo.
- Servicio de traslado: Las compañías proveen un coche para trasladar al asegurado hacia el taller de reparación y de regreso, en caso de servicio o reparación del auto.
- Descuentos y beneficios para el automóvil, la casa, la bicicleta, del asegurado y su familia; descuentos en gimnasios exclusivos de mujeres; varios descuentos y beneficios en diversos establecimientos.

Cabe notar que el tema del empoderamiento de mujeres es ampliamente discutido en el sector privado en Brasil. En 2018, se creó la Asociación de Mujeres del Mercado Asegurador (inicialmente llamada AMMS, y ahora renombrado “Sou Segura”). Entre los muchos retos de la organización, existe la consciencia de muchos profesionales trabajando en el sector, que la participación en la Asociación no sólo fortalece y crea nuevos lazos de amistad, así como constituye una gran oportunidad para desarrollar una red de contactos, pero principalmente, permite una mayor capacitación, promoviendo su propio desarrollo profesional hacia el empoderamiento de las mujeres. Para más información, el sitio web oficial de “Sou Segura” es <https://www.sousegura.com.br/>

También es importante mencionar que el tema de “Empoderamiento de Mujeres” es parte del ámbito del Grupo de Trabajo de Diversidad e Inclusión de CNseg, liderado por representantes de las compañías asociadas de la Comisión de Recursos Humanos de la Confederación. Creado en 2017, el GT de Diversidad e Inclusión, que forma parte de la Comisión de Recursos Humanos de CNseg, es una de las principales fuentes de propuestas para el desarrollo de un sector asegurador más igualitario y preparado para ofrecer productos y servicios para una sociedad equitativamente diversa. (<https://cnseg.org.br/noticias/seguro-mira-a-diversidade-e-a-inclusao.html>)

Finalmente, es importante resaltar el trabajo de la [National School of Insurance](#)

(Escola Nacional de Seguros – ENS), la cual ha contribuido durante 50 años al desarrollo del sector asegurador ofreciendo programas educacionales, apoyando la investigación técnica, publicando un amplio rango de estudios y organizando seminarios y conferencias. Desde 2012, ENS ha conducido un estudio con el objetivo de consolidar información sobre las mujeres en términos económicos, y aprovechando la oportunidad para evaluar su relación con el mercado asegurador. En 2019, ENS publicó su tercera edición de este estudio comprensivo, que puede ser accesado en: <https://www.ens.edu.br/publicacoes-detalhes/328>



Chile		
Colombia		Positiva Compañía de Seguros está desarrollando un producto llamado “Decisión Oportuna”, el cual busca proteger a las mujeres que sufren una enfermedad de cáncer y además brinda herramientas para la prevención de este. Los exámenes de prevención se enfocan en los tipos de cáncer que presentan mayor mortalidad en Colombia. Cubre muerte por causa de la enfermedad de cáncer.
Ecuador		Por ahora, no tenemos proyectos en microseguros dirigidos exclusivamente a mujeres; sin embargo, en el mercado sí existen líneas de productos con más ventajas a mujeres, por ejemplo, en seguro de vida y vehículos por menor riesgo. Seguramente más adelante se desarrollen.
El Salvador	1	Sí, existen en nuestro país algunos proyectos de microseguros que han permitido direccionar determinados productos hacia el sector femenino.
	2	Los proyectos han sido iniciativa de aseguradoras privadas.
	3	Disponemos de información a nivel general de los siguientes seguros: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguro “Tranquilidad Mujer”, el cual protege a las mujeres en caso de robo del bolso y su contenido en espacios públicos. Así también cuenta con asistencias que permiten complementar el producto, como lo son: bloqueo de documentos y telefonía celular, transporte de regreso a casa, transporte y asesoría para trámite de documentos, cerrajería para el hogar y hospedaje en viaje.
España		Red EWI es una iniciativa puesta en marcha en el sector asegurador español a la que se han adherido 35 entidades aseguradoras y reaseguradoras, 8 corredurías de seguros y que promueven también las instituciones representativas del sector asegurador entre las que se encuentra UNESPA. Entre sus objetivos se encuentra acelerar e incrementar el número de mujeres directivas en nuestro sector, haciendo del mismo una industria más sostenible, justa y también más competitiva. En este sentido se ha establecido un objetivo muy ambicioso que es alcanzar una cuota de mujeres directivas, para el 2023, cercana al 40%. Con esta finalidad, se comparten buenas prácticas puestas en marcha por los miembros de la red en ámbitos como la conciliación, donde se prevé impulsar la corresponsabilidad fomentando el uso obligatorio del permiso de paternidad o establecer flexibilidad horaria en el inicio y finalización de la jornada o implantar un día a la semana de teletrabajo. En materia de formación, se prevé lanzar campañas de sensibilización en materia de igualdad para toda la plantilla y, en especial, para el área de Selección, con el fin de reducir los sesgos inconscientes en los procesos de selección del personal. Entre otras acciones, también se recomienda activar un plan de desarrollo individual y un seguimiento del desarrollo de las mujeres a través de campañas de acompañamiento y esponsorización desde el Comité de Dirección de las empresas.
Estados Unidos		<u>ACLI DIVERSITY & INCLUSION EERE EFFORTS (WOMEN FOCUSED) Partnership with the American College Four-Step Forward Program</u> Through the American College Center for Economic Empowerment and Equality, Four Steps Forward aims to lean on the financial services industry’s financial and intellectual capital to narrow the racial wealth gap, empower and educate Black females, and promote real, lasting diversity



	<p>that supports the financial services profession and Black professionals' career prospects.</p> <p><i>ACLI's Development of the Diversity & Inclusion Forum</i> The DEI Forum's primary function is to create a space for member companies to have discussions around benchmarks advancing diversity and inclusion within companies, as well as the CEI Action Pledge for Diversity & Inclusion goal of creating and sponsoring diverse talent in the C-Suite and Boards of Directors and to the creation of a sustainable commitment to economic equity in communities.</p> <p><u>ACLI 2021 Virtual Conference – DEI: Expanding Opportunity in Insurance</u> The conference brought together hundreds of insurance thought leaders from across the country to discuss the current state of diversity, equity, and inclusion in the industry and tactical ways insurers can move forward on the issue. Below are two panels on diversity, DEI in the life insurance industry that was specifically geared to women and minorities:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>The Pandemic's impact on Women in the Workplace</i> – COVID-19 has shifted the way organizations do business, and the changes in routine have drastically impacted women's careers and their work/life balance. The panel will discuss challenges the pandemic has presented for women in the workplace and how companies can best support their teams during unprecedented times. ▪ <i>Diversity, Equity & Inclusion in the Workforce</i> – As insurers, investors and regulators address diversity and inclusion in the industry, what are best practices and ways for insurance industry can ensure more people of color and women are in position to take on leadership roles in the insurance ranks. <p><i>ACLI Supports Meeks-Menendez Federal Legislation</i> <u>Improving Corporate Governance Through Diversity Act</u>: The legislation makes important changes that will advance diversity and inclusion among corporate leadership, a priority of our Economic Empowerment & Racial Equity Initiative.</p> <p><i>Virtual Webinar: Acces to Insurance Initiative (A2ii) – IAIS Public Dialogue – Women's Access to Insurance</i> The public dialogue provided a brief presentation on A2ii's upcoming report on the topic of women's access to insurance. Susan Neely outlined the work being done by the life insurance industry relating to Diversity, Equity & Inclusion and promoted the topic of access to insurance to women and undeserved communities.</p>
Guatemala	En Guatemala, no hay programas así. En el pasado, alguna aseguradora tuvo un programa dirigido a mujeres, pero después lo comercializó igualmente a hombres.
Honduras	No existen proyectos específicamente para mujeres. Existe poca información para el desarrollo de planes especiales para mujeres. Sin embargo, recientemente, la Comisión Nacional de Bancos y Seguros ha estado trabajando en la obtención de datos desagregados por género que hemos solicitado se hagan públicos por sector supervisado (bancos, seguros, cooperativas, AFPs, etc.) para que pueda ser utilizado con el fin de inclusión de la mujer.
México	1 La industria aseguradora lanzó recientemente el Proyecto Minerva, el primer proyecto de educación financiera con perspectiva de género desarrollado conjuntamente entre el sector público representado por la



		<p>Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) y el sector asegurador privado mediante la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros.</p> <p>Este proyecto, primero en su tipo, tiene como objetivo brindar educación financiera a las mujeres para el fortalecimiento de sus capacidades financieras, está dirigido a las 40 millones de mexicanas, principalmente aquellas que se encuentran en condiciones de vulnerabilidad económica.</p>
	2	Este proyecto es público-privado.
	3	El proyecto tiene como beneficios ayudar a las mujeres a tomar decisiones financieras informadas, conocer la importancia de la prevención y el ahorro, administrar ingresos y gastos y protegerse de fraudes financieros. Esto se logra a través de cursos en línea, guías didácticas digitales, campañas de difusión y aplicaciones para dispositivos móviles.
Panamá		No existen, en Panamá, proyectos o programas de inclusión aseguradora (microseguros) dirigidos especialmente a las mujeres.
Paraguay		En respuesta a la consulta de la SG sobre Proyectos de Inclusión Aseguradora de Mujeres, informamos que en nuestro país no contamos con dicha iniciativa.
Uruguay		En Uruguay no existen proyectos de esta naturaleza.
Venezuela		No se tiene conocimiento de programas de inclusión aseguradora dirigidos especialmente a mujeres.



ANEXO 1: ARGENTINA (Respuestas a la Consulta)

Respuestas a la Consulta

1. *¿Existen en su país proyectos o programas de inclusión aseguradora (microseguros) dirigidos especialmente a las mujeres?*

Hay un principio de generación de coberturas orientadas por género, por lo cual, empiezan a aparecer en el ámbito privado algunos productos que son comercializados en forma exclusiva para Mujeres ó Trans.

2. *Estos proyectos o programas son:*

- Privados*
- Públicos*
- Público-privados*

El índice de pobreza mayor al 40 % hace que los consumidores de microseguros no cuenten con los fondos para el pago del premio. La estructura argentina cuenta con pocos incentivos estatales para estas coberturas. Existen proyectos privados orientados a los microseguros y algunos productos para mujeres.

3. *¿Disponen de información del programa o proyecto? Breve descripción del proyecto o programa.*

Productos para Mujeres:

En Argentina, diversas aseguradoras han comenzado a producir coberturas específicas para este fin (relevamiento que realicé a la hora de presentar mi tesis doctoral en 2020):

- **Yo Vivo Segura:** del Instituto Asegurador Mercantil, es cobertura específica que se preocupan por los riesgos a los que la mujer queda expuesta en caso de una enfermedad que les impidiera seguir contando con los recursos necesarios para mantener el hogar. Suma al tradicional seguro de vida coberturas de salud, que aportan respuesta inmediata en caso de enfermedad. Anticipos de capital indemnizatorios ante diagnóstico de dolencia grave, como ACV; cáncer de cualquier tipo, insuficiencia renal; cobertura de trasplantes y capitales adicionales ante tumores malignos específicos de la mujer; y respaldo para poder pagar servicio doméstico, son algunas de las características de esta póliza.
- **Salud Mujer Segura** de la compañía Sancor: busca complementar las limitaciones de los sistemas de salud actuales. Esta cobertura cubre cáncer de cérvix o cuello uterino, cáncer de mama, cáncer de endometrio uterino y cáncer de ovarios. Es indemnizatoria, modulada, flexible de acuerdo a la posibilidad de contratación de cada cliente, y se ejecuta ante el diagnóstico de alguna de las patologías. Además, la Empresa medidas de prevención, por lo que incluye en su cobertura un monto fijo de reintegro anual de los estudios de rutina que tienen ese fin, como papanicolau y mamografía.
- **Seguro de Vida para Mujeres:** del Instituto Asegurador Mercantil, fu pensado para dar amparo financiero ante posibles eventos desfavorables que puedan impactar en la calidad de vida de una mujer. Sus coberturas son: de Vida con libre designación de beneficiarios; anticipo de Indemnización por enfermedades graves; renta diaria por Internación, a causa de enfermedad o de accidente; trasplantes; invalidez parcial por accidente; tumores específicos.



- **Libra Mujer:** del grupo Libra, es el primer seguro de moto diseñado para mujeres.
- **Actitud Mujer:** de Orígenes Seguros, también dirigido a la Salud de las Mujeres, ofrece un respaldo económico ante el primer diagnóstico de cáncer de mama, ovarios, útero y un adicional ante cualquier hecho inesperado a causa de un accidente.

Productos y estrategias de RUS:

Desde RIO URUGUAY SEGUROS (RUS) estamos diseñando y materializando Seguros por la Equidad, es decir, productos que tengan como propósito democratizar el acceso a los seguros de parte de todas las personas en nuestro país. Considerando productos elaborados a medida para satisfacer las necesidades de segmentos de la población subatendidos por la industria aseguradora y, al mismo tiempo, desarrollando estrategias de formación para que éstos colectivos puedan encontrar en el seguro una inserción laboral de largo plazo.

Así podemos destacar:

- **RUS Salud Fem:** Un seguro pensado exclusivamente para la protección de las mujeres desde la prevención cuya cobertura abarca riesgos como cáncer de útero, mama, ovario y/o cuello de útero, infarto agudo de miocardio, intervenciones quirúrgicas y servicios adicionales que implican el reintegro de diferentes estudios anuales (PAP, mamografía, ecografía mamaria, etc.) que se realizan con el objetivo de prevenir enfermedades. Estamos realizando conversaciones con FONCAP (Fondo Nacional de Capital Social, creado por el Estado, en la órbita del Ministerio de Economía de la Nación), para que trabajando conjuntamente este Seguro pueda llegar a todas las mujeres del país, con un precio accesible.
- **RUS Salud Trans:** La cobertura abarca intervenciones quirúrgicas de baja, media y alta complejidad (como las cirugías de aumento y disminución de mamas como parte del proceso de adecuación del cuerpo a la identidad autopercibida); prótesis (traumatológicas, cardiovasculares, neurológicas, auditivas, oculares); primer diagnóstico de trasplante; y renta por internación por enfermedad o accidente. Además, como servicios adicionales, contempla la asistencia médica por emergencias, acompañante nocturno por internación, asistencia odontológica por emergencia, consultas psicológicas a través de un servicio de telemedicina disponible las 24 hs, descuentos en medicamentos para terapia hormonal, entre otros beneficios. Este seguro es el resultado de meses de diálogo, escucha y análisis con el colectivo de mujeres y hombres transgénero, con profesionales de la salud, con referentes sociales y actores claves, para identificar realmente en qué aspectos la industria aseguradora se puede convertir en una herramienta que contribuya a mejorar la calidad de vida.
- **Locales comerciales en barrios y becas de formación (Microseguros):** Por otra parte, durante los meses de febrero y marzo de este año, RUS y Estacubierto.com inauguraron dos locales comerciales de seguros en los barrios bonaerenses Mugica (ex Villa 31) en CABA y en La Juanita, Partido de la Matanza, que generaron fuentes de ingreso para los habitantes de los mismos quienes son los responsables de la atención al público, tarea para la que fueron formados oportunamente. Las personas que atienden los locales comerciales en los barrios del país, al igual que diferentes colectivos que apoya RUS en un Programa de Inclusión y Diversidad (siendo los primeros, un grupo de hombres con discapacidad motriz de Salta y un grupo de mujeres transgénero de Concepción del Uruguay), son capacitadas y becadas para convertirse en Productores y Productoras de Seguros, en un trabajo conjunto entre la Universidad Corporativa de RUS, Asociación de Mujeres en Seguros (AMES) y la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de la Argentina (FAPASA). Además de esto, acabamos de brindar 10 becas para que mujeres de todo el país (de entre 18 y 24 años y mayores de 45 años) puedan realizar



gratuitamente este curso virtual y obtener la matrícula para convertir en Productoras de Seguros y comenzar a comercializarlos.

- **Comunidad de Práctica de Seguros para Mujeres de la IFC-OIT:** RUS se ha postulado y ha sido aceptada para formar parte de la Comunidad de Práctica que promueven estos organismos. Esta Comunidad de Práctica, tiene por objetivos:
 - Aumentar la conciencia entre la industria de seguros de la oportunidad que representan las mujeres como clientes y empleadas;
 - Brindar asesoramiento y orientación a organizaciones seleccionadas de la industria de seguros como RUS (principalmente compañías de seguros, intermediarios y fintechs) sobre la exploración de oportunidades de crecimiento a través del mercado de mujeres;
 - Fomentar el aprendizaje y el intercambio de conocimientos entre diferentes partes interesadas de la industria que deseen invertir en el mercado de las mujeres.

Apoyamos activamente iniciativas como el Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS) y la Asociación Mujeres y Seguros (AMES). También integramos el Comité de Equidad de Género de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (Cooperar) Iniciativas integrales: Laboratorio de Innovación “Mujeres y Seguros”.

Aquí vale destacar el Laboratorio de Innovación “Mujeres y Seguros” que está liderando la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), promovido por Access to Insurance (A2ii) y Reos Partners con el apoyo de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS), con la participación de aseguradoras (CNP Seguros, La Segunda Seguros, Sancor Seguros, Triunfo Seguros, Varese Brokers y Río Uruguay Seguros), cuyo objetivo es promover e inspirar la toma de acciones concretas en el desarrollo de productos para mujeres y fomentar el crecimiento del mercado en el marco de la creación de una mayor inclusión financiera para las mujeres. Además, cuenta con el apoyo del Ministerio de Economía a través de las Direcciones de Economía y Género y Mercado de Capitales y Seguros.

El laboratorio ya lleva dos años de trabajo, en donde el Access to Insurance Initiative diseñó una agenda de actividades que incluyen encuentros individuales (con cada equipo) y grupales, con los integrantes de los cuatro países ganadores (Argentina, India, Ruanda y Marruecos), además de sesiones de entrenamiento con reconocidos especialistas en las temáticas de inclusión e innovación, elegidos de acuerdo a los proyectos ganadores. Los objetivos principales son:

- Promover el diálogo y mutuo aprendizaje entre el mercado asegurador y las Organizaciones nacionales e Internacionales.
- Identificar los desafíos que se presentan en cada país y compartir experiencias.
- Promover el liderazgo en materia de innovación.
- Inspirar a los participantes a tomar acciones concretas para el desarrollo de productos y fomentar el crecimiento del sector.

El equipo Argentino está conformado por compañías ya mencionadas. Las actividades se iniciaron de manera virtual en marzo del 2020, incluyeron reuniones con el equipo local y encuentros internacionales con todos los integrantes del Laboratorio.

Durante la Primera Etapa de trabajo, de sesiones nacionales, se intercambiaron ideas y visiones entre los participantes del equipo con el fin de identificar y abordar, a través de la metodología Design Thinking, las necesidades y desafíos por los que atraviesa el



mercado de seguros con el fin de desarrollar e incorporar coberturas de seguros para el segmento de bajos recursos, focalizado en las mujeres.

Como resultado de estos encuentros, el equipo local definió a las Empleadas Domésticas como primer segmento para analizar y diseñar productos concretos que permitan cubrir necesidades particulares de manera accesible. Durante gran parte del 2020 y para esta primera fase del Laboratorio, guiados por los representantes internacionales del Proyecto, se realizaron entrevistas, encuestas y relevamientos que permitieron conocer con mayor profundidad las necesidades de este grupo.

En la Segunda Etapa del proyecto, y con el análisis y relevamiento de la problemática que enfrenta el segmento, el equipo argentino se propuso idear posibles soluciones a través de herramientas que permitan brindar practicidad y efectividad. De allí surgieron dos preguntas claves, las que inspiraron los primeros prototipos a desarrollar:

1. ¿Cómo podemos conectar con las personas para que perciban el poder del seguro?
2. ¿Cómo podemos generar un producto accesible para las empleadas domésticas que atienda sus necesidades y sea financieramente viable?

Con estos interrogantes definidos y comenzando la Tercera Etapa de trabajo del Proyecto, se presentaron los prototipos en el Primer Encuentro internacional del Laboratorio para este 2021, que contó con la presencia de la Secretaria General de A2ii, Hannah Grant, los Coordinadores Regionales de los países ganadores y los guías de Reos Partner. Estos prototipos apuntan, por un lado, a generar una mayor conciencia aseguradora en nuestro país de una forma completamente innovadora y, por otro lado, la creación de productos especialmente pensados y diseñados para el segmento en estudio (empleadas domésticas) que contemple una serie de coberturas destinadas a dar respuesta a sus principales necesidades de forma eficaz, accesible y con calidad.

El Proyecto “Mujeres y Seguros”, a través del trabajo que se realiza desde el Laboratorio de manera colaborativa y comprometida tanto por el sector privado como por los Organismos públicos nacionales e internacionales, ha avanzado de manera altamente satisfactoria en la búsqueda de una mayor inclusión financiera con enfoques de género, que además contribuya a reducir las desigualdades a través del diseño de coberturas específicas de seguros accesibles.

Fuente: Belén Gómez

Adscripta a Presidencia Ejecutiva y Coordinadora U-RUS (Universidad Corporativa de RUS)

Doctora en Ciencias Económicas. Economista especializada en Sustentabilidad e Innovación

Social. Docente e investigadora.

Por otra parte, se ha lanzado un sitio web: www.estacubierto.com cuyo responsable es Maximiliano Selva. La página crea el primer sitio de compras de MICROSEGUROS en la Argentina. A través de él, en pocos minutos con mínimos requisitos, se pueden contratar coberturas muy económicas que generan tranquilidad y seguridad sobre los aspectos más importantes de la vida.

ANEXO 2: ESPAÑA (Red EWI: Nota de Prensa)

II Estudio de Igualdad de Género en las aseguradoras 2020

Sube la presencia femenina en las aseguradoras: tanto en los Comités de Dirección como en los Consejos de Administración

El reparto de puestos de responsabilidad tiene margen de mejora. Ellas ocupan el 19% de los asientos en los Consejos de Administración y el 30% de los puestos en los Comités de Dirección.

Empower Women in Insurance (#RedEWI) ha presentado, en el marco de su Evento EWI Experience, celebrado en la Semana del Seguro, el II Estudio de Igualdad de Género en las aseguradoras 2020. Uno de los objetivos de la Red es conocer la situación de las aseguradoras españolas en materia de igualdad, al tiempo que monitorizar su evolución a lo largo de los años para alcanzar el objetivo: subir la presencia de mujeres directivas hasta un 40% en el sector en 2023.

Este estudio intenta reflejar cuál es la evolución de los datos a diciembre de 2020, y compararlos con la situación del ejercicio anterior. Entre las principales conclusiones destaca que la presencia de la mujer en los Consejos de Administración ha mejorado en 3 puntos porcentuales, señal de que se está trabajando en la buena dirección. Aun así, queda trabajo por hacer. Ellas ocupan, en la actualidad, el 19% de los asientos en el máximo instrumento de gobierno de las aseguradoras.

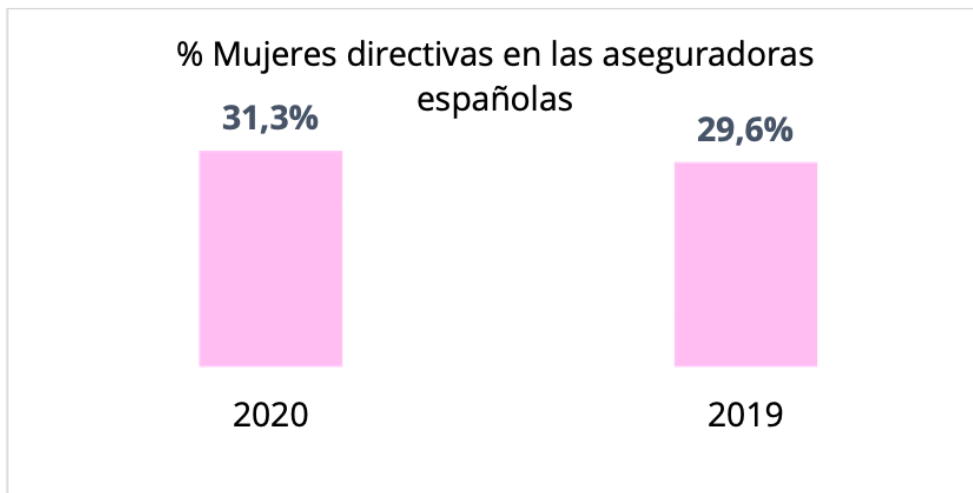
Otro dato positivo es que la presencia femenina en los Comités de Dirección es claramente mayor que en los Consejos de Administración, y ya supera la barrera del 30% tras subir dos puntos porcentuales en 2020.

Objetivo conseguido en CEO-1: un 40%

Este año, el estudio ha querido mostrar cuál es la posición de las mujeres en los puestos que reportan directamente al CEO, pero sin pertenecer al Comité de Dirección (CEO-1). El resultado es que la presencia de mujeres en estos puestos es la más alta de todas y supera el objetivo EWI del 40%.

En cuanto al resto del personal directivo, el estudio revela que aquí también el porcentaje de mujeres ha subido respecto al año anterior.

El dato fundamental del estudio, el que muestra cómo de cerca está el objetivo de tener un 40% de mujeres en puestos directivos de cualquier tipo para 2023, es también positivo. La cuota del total de directivas (la suma de los 4 epígrafes anteriores) ha subido casi 2 puntos porcentuales en el último año y se sitúa en el 31,3% a tres años de cumplirse el plazo establecido. A pesar de ello, todavía queda camino por recorrer.



Tipos de contratos

Las diferencias de género en cuanto a tipo de contrato (indefinidos o temporales) son irrelevantes, según demuestra la información recopilada en el II Estudio de Igualdad de #RedEWI, pero no en el caso de los contratos a tiempo parcial, donde más de dos tercios corresponden a mujeres.

El promedio de antigüedad para conseguir un ascenso es similar en hombres y mujeres (5 años). Por otro lado, durante 2020, se han seguido contratando y promocionando más hombres que mujeres ya que, del total de contrataciones y promociones, aproximadamente el 41% eran mujeres frente al 59% de hombres.

Absentismo, una piedra en el camino

El absentismo es uno de los apartados en los que más claramente se observa la desigualdad, tal y como pone sobre la mesa el estudio. El 64% del total de las ausencias ha correspondido a mujeres, destacando la enfermedad común así como los permisos por nacimiento de hijo, enfermedad, fallecimiento del cónyuge o pariente hasta el 2º grado. Toda esta casuística es testimonio del reparto, todavía desigual, de las tareas familiares.



Llama la atención positivamente que el permiso de paternidad/maternidad es solicitado de manera paritaria, y que el de lactancia también es disfrutado por los varones en un porcentaje cada vez más perceptible (27%).

En cuanto a las reducciones de jornada, casi todas (93%) han sido solicitadas por mujeres, de manera similar a lo que sucede con las licencias no retribuidas, donde 7 de cada 10 han sido requeridas por ellas.

Si se ponen en relación los datos de absentismo con el número de personas en plantilla por cada sexo, la situación se corrige algo, como se puede ver en el gráfico. Las reducciones de jornada, en su caso, han sido solicitadas por 12 de cada 100 mujeres, frente a 1 por cada 100 hombres. Las licencias no retribuidas son testimoniales en ambos sexos, pero ellas las piden el doble que ellos.




Desigualdad en formación

Las mujeres reciben menos horas de formación anuales que los hombres (33 ellas por 40 ellos). Hay que destacar que, en los grupos profesionales 0 y I (los de mayor rango), la media de horas es prácticamente idéntica. El origen de esta disparidad reside en el grupo II (el que más personal concentra).

Respecto al grado de implantación de las medidas EWI (aquellas que las entidades pertenecientes a la red pusieron en marcha en 2020 para alcanzar el objetivo de contar con un 40% de mujeres directivas para 2023), el estudio muestra que la situación de las aseguradoras que forman parte de la red es sustancialmente mejor que la de aquellas que no pertenecen a ella. No obstante, algunas medidas todavía están pendientes de implantación en un porcentaje amplio de miembros (ejemplo: las acciones de sensibilización, el establecimiento de objetivos anuales de presencia femenina o la formación específica para mujeres).

Comparativa España y Europa

Las aseguradoras españolas salen bien paradas cuando se compara la presencia de directivas en estas compañías con la media europea para el mismo sector. Así, el porcentaje de mujeres directivas en las aseguradoras de España alcanza el 31% frente al 29% de media que muestra el  or financiero y de seguros europeo, según los datos del 'European Women on Boards Gender Diversity Index 2020', elaborado por Kantar y EWOB, que analiza 18 países europeos, incluido el nuestro.

Sin embargo, el porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración de las aseguradoras es muy inferior en España (19% frente a 35%) a la media del sector financiero y de seguros europeo, que ocupa la primera posición en presencia femenina, junto con el sector consumo.

Metodología el estudio

El estudio se ha basado en datos facilitados por 46 aseguradoras o grupos aseguradores –miembros o no de la red– que ostentan una cuota de mercado por número de empleados del 73%, según datos de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) a diciembre de 2019, últimos disponibles.



ANEXO 3: ESTADOS UNIDOS (ACLI Diversity & Inclusion EERE Efforts)

[Partnership with the American College Four-Step Forward Program](#)

Through the American College Center for Economic Empowerment and Equality, Four Steps Forward aims to lean on the financial services industry's financial and intellectual capital to narrow the racial wealth gap, empower and educate Black females, and promote real, lasting diversity that supports the financial services profession and Black professionals' career prospects.

ACLI's Development of the Diversity & Inclusion Forum

The DEI Forum's primary function is to create a space for member companies to have discussions around benchmarks advancing diversity and inclusion within companies, as well as the CEO Action Pledge for Diversity & Inclusion goal of creating and sponsoring diverse talent in the C-Suite and Boards of Directors and to the creation of a sustainable commitment to economic equity in communities.

[ACLI 2021 Virtual Conference - DEI: Expanding Opportunity In Insurance](#)

The conference brought together hundreds of insurance thought leaders from across the country to discuss the current state of diversity, equity, and inclusion in the industry and tactical ways insurers can move forward on the issue. Below are two panels on diversity, DEI in the life insurance industry that was specifically geared to women and minorities:

- **The Pandemic's Impact on Women in the Workplace** - COVID-19 has shifted the way organizations do business, and the changes in routine have drastically impacted women's careers and their work/life balance. The panel will discuss challenges the pandemic has presented for women in the workplace and how companies can best support their teams during unprecedented times.
- **Diversity, Equity & Inclusion in the Workforce** - As insurers, investors and regulators address diversity and inclusion in the industry, what are best practices and ways the insurance industry can ensure more people of color and women are in position to take on leadership roles in the insurance ranks.

ACLI Supports Meeks-Menendez Federal Legislation

[Improving Corporate Governance Through Diversity Act](#). The legislation makes important changes that will advance diversity and inclusion among corporate leadership, a priority of our Economic Empowerment & Racial Equity Initiative.

Virtual Webinar: Access to Insurance Initiative (A2ii)—IAIS Public Dialogue - *Women's Access to Insurance*

The public dialogue provided a brief presentation on A2ii's upcoming report on the topic of women's access to insurance. Susan Neely outlined the work being done by the life insurance industry relating to Diversity, Equity & Inclusion and promoted the topic of access to insurance to women and underserved communities.



FIDES

Federación Interamericana
de Empresas de Seguros

PROYECTOS DE INCLUSIÓN ASEGURADORA DE MUJERES

ANEXO 5: MÉXICO (Proyecto MINERVA: Formando mujeres financieras)



AMIS
ASOCIACIÓN MEXICANA DE
INSTITUCIONES DE SEGUROS



COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN
Y DEFENSA DE LOS USUARIOS DE
SERVICIOS FINANCIEROS

PROYECTO MINERVA

Formando mujeres financieras

Mayo, 2021

¿Qué es?

Descripción

Es el **primer Proyecto de Educación Financiera** con **perspectiva de género** desarrollado conjuntamente entre **CONDUSEF y AMIS**

Objetivo

Brindar un **educación financiera** a las **mujeres** para el **fortalecimiento** de sus **capacidades financieras**.



Beneficios



Acciones Educativas



1. Curso en línea
2. Guías didácticas digitales
3. Campaña de difusión
4. Aplicación para dispositivos móviles



Temario



I. ¿Dónde estoy parada? (Presupuesto de ingresos y gastos)

- Reconozco mis ingresos y gastos, y los de mi familia
- Aprendo a decidir (necesidades y deseos)
- ¿En qué se me va el dinero?
- Soy quien administra las finanzas
- Elaboro mi presupuesto familiar

II. ¿Qué quiero lograr? (Ahorro)

- Descubro el ahorro
- Mis estrategias para ahorrar
- Trazo mi plan de ahorro
- ¿Dónde ahorrar?
- Ahorro para emergencias
- Servicios financieros que me ayudan



III. ¿Son aliados o enemigos? (Crédito)

- Conociendo los tipos de crédito
- ¿Cómo me ayudan los créditos?
- Deudas buenas y malas
- ¿Me debo endeudar? (capacidad de pago)
- Los pasos para un endeudamiento responsable

IV. ¿Estoy preparada ante imprevistos? (Seguros)

- Conociendo los seguros
- ¿Cómo me ayudan los seguros?
- Tipos de seguros que existen
- Términos de seguros que debo conocer
- Tips para contratar un seguro



Contenidos



Guías digitales e impresas

I. ¿Dónde estoy parada?
(Presupuesto de ingresos y gastos)



II. ¿Qué quiero lograr?
(Ahorro)



Contenidos



Guías digitales e impresas

III. ¿Son aliados o enemigos?
(Créditos)



IV. ¿Estoy preparada ante imprevistos?
(Seguros)



Contenidos



Curso en línea

- ✓ **Curso e-learning con contenidos didácticos**
- ✓ **Duración máxima 4 horas**
- ✓ **Actividades de reforzamiento**
- ✓ **Guías digitales**
- ✓ **Glosario de términos**
- ✓ **Reconocimiento de participación**

Curso en línea



Registro al curso

PROYECTO MINERVA

Bienvenida Qué es Minerva Instructivo Eventos Contacto [Login/Registro](#)

▼ Más detalles

Dirección

Email

Correo

(de nuevo)

Nombre

Apellido(s)

Ciudad

Curso en línea



Módulos del curso

Cursos

¿Dónde estoy parada?
Presupuesto, ingresos y gastos
Modificado 2 September 2020
Presupuesto
1 Cursos

¿Qué quiero lograr?
Ahorro
Modificado 2 September 2020
Ahorro
1 Cursos

¿Es Aliado o Enemigo?
Crédito
Modificado 18 September 2020
Crédito
1 Cursos

¿Estoy preparada ante imprevistos?
Todo sobre seguros
Modificado 19 September 2020
Seguros

Sección de presupuesto obligatoria, las demás son opcionales

Curso en línea



Módulo Seguros

1 Cursos

Seguros

Buscar cursos

¿Estoy preparada ante imprevistos?
Todo sobre seguros

Seguros
Tomo 4.- ¿Estoy preparada ante imprevistos?
Todo sobre seguros
Mi guía de apoyo para manejar mejor mis finanzas

Curso en línea



ACTIVIDAD 2
COMPLETA EL PRESUPUESTO

Arrastra el recuadro al lugar del presupuesto que corresponde:



Ingresos mensuales		
Ingresos Fijos \$	Ingresos Variables \$	
▶ Pensión de la abuela \$3,000	▶ Venta de productos por catálogo \$1,280	
Total Ingresos Fijos \$11,000	Total Ingresos Variables \$1,280	
Total Ingresos mensuales \$ 12,280		
Gastos mensuales		
Gastos Fijos \$	Gastos Variables \$	
▶ Transporte \$550	▶ Uñas postizas \$320	
▶ Colegiatura \$1,520		
▶ Agua \$180		
▶ Car \$200		
Total Gastos Fijos \$9,700	Total Gastos Variables \$1,540	
Total gastos mensuales \$ 11,240		
Total ingresos mensuales \$ 12,280	Total gastos mensuales \$ 11,240	Balance \$ 1,040

Ejemplo de actividades y videos



Curso en línea



Reconocimiento



Otorgan el presente reconocimiento a:

Bianca Laguna Herrera

Por haber concluido satisfactoriamente el curso en línea de Educación Financiera para Mujeres

AMIS
ASOCIACIÓN MEXICANA DE INSTITUCIONES DE SEGUROS

CONDUSEF
COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS INTERESSES DE LOS ASEGURADOS

PROYECTO MINERVA



Para obtener el reconocimiento se deberán cursar los cuatro módulos



FIDES

Federación Interamericana
de Empresas de Seguros

Siguientes pasos



- ✓ **Módulo 5: INMUJERES**
- ✓ **Difusión del proyecto**
- ✓ **Desarrollo de App**
- ✓ **Distribución de guías**

Gracias

