

Mesa Redonda sobre "Seguro para Mujeres: necesidades específicas e inclusión."

para autoridades de supervisión de seguros, profesionales
de seguros y formuladores de políticas

Buenos Aires, Argentina
12 de junio de 2019

La Mesa Redonda sobre “Seguro para Mujeres: necesidades específicas e inclusión”, organizada conjuntamente por la *Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)* y la *Iniciativa de Acceso a los Seguros (A2ii)*, con el apoyo de la *Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS)*, se llevó a cabo en 12 de junio de 2019, en Buenos Aires, Argentina. La Mesa Redonda se realizó en el marco del Seminario Global de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) y reunió alrededor de 35 participantes, entre ellos representantes de autoridades de supervisión de seguros, formuladores de políticas y de la industria local. Este fue el primer evento sobre esta temática organizado por la A2ii y, por lo tanto, puede considerarse como un importante punto de partida para futuros trabajos sobre el asunto.

“Una de las razones por las cuales la mujer tiene menos acceso, es la falta de productos que responden a sus necesidades específicas, así como también, la existencia de barreras de tipo legal, económicas y socioculturales”.

*Juan Alberto Pazo,
Superintendente de Seguros
de la Nación, Argentina*

“Hay el reconocimiento cada vez mayor de que las mujeres son parte de un mercado subatendido con un alto potencial de crecimiento”.

*Victoria Saporta,
Ejecutiva de Política Prudencial del
Bank of England y Presidente del
Comité Ejecutivo de la IAIS*

Introducción

Las coberturas de seguro efectivas y adecuadas pueden ayudar a mejorar la capacidad de las mujeres para mitigar los riesgos y gestionar eficazmente las crisis. Generan impactos positivos en su productividad laboral, en sus activos y en su salud. Los seguros también pueden evitar que las mujeres tengan que depender de los mecanismos tradicionales de gestión de riesgos – como, la venta de activos, los préstamos informales o sacar a los niños de la escuela – cuando se produce un desastre, una enfermedad o un evento inesperado que les cause pérdidas. Como es más probable que las mujeres trabajen en empleos informales, el seguro contribuye a la estabilización de sus ingresos y mejora las condiciones que pueden aliviar la pobreza.

Sin embargo, la formulación de políticas y las decisiones sobre la provisión de seguros no es neutral con respecto al género. Las mujeres y los hombres tienen el potencial de verse afectados de manera diferente por las políticas del sector financiero y por los enfoques regulatorios y de supervisión de los seguros. A pesar de los avances logrados en la inclusión financiera y las mejoras en el uso de los servicios financieros en los últimos años, tanto por parte de los hombres como de las mujeres, la brecha de género continúa. Los datos más recientes¹ muestran una brecha de género persistente del 7% a nivel mundial en cuentas en instituciones financieras; este porcentaje sube al 11% por ciento en países de bajos ingresos. Hay actualmente pocos datos sobre la brecha de género en seguros, pero es poco probable que les vaya mejor que otras formas de servicios financieros.

¹ Global Findex data.

¿Qué barreras limitan el acceso de las mujeres a los servicios financieros y a los seguros?

Si bien los datos desagregados por género disponibles para el sector de seguros en los países en desarrollo sean limitados², es evidente que las mujeres enfrentan una serie de barreras legales, económicas y socioculturales que siguen a impedir su acceso a los seguros de manera desproporcionada.

En los países en desarrollo hasta el 95% de las mujeres trabajan en empleos informales y tienden a tener ingresos irregulares³. Las mujeres también corren más riesgo de perder sus activos o ingresos debido a un embarazo, viudez, divorcio o separación⁴. En algunos países, por cuestiones sociales, existen restricciones a la capacidad de las mujeres para firmar contratos, abrir cuentas bancarias y mantener activos en su propio nombre. Esto puede impedir que las mujeres adquieran contratos de seguro en su propio nombre y/o dificultar el proceso de pago de reclamos. Y, con más frecuencia que los hombres, las mujeres tienden a carecer de identificación formal⁵. Sin embargo, para que las aseguradoras puedan ofrecer sus productos de seguros, cumpliendo con los requisitos de lavado de dinero y “Conozca a su cliente” (KYC, por su sigla en inglés), es esencial que el asegurado tenga algún tipo de documento de identificación.

Las mujeres también tienden a tener capacitación financiera más limitada que la de los hombres. De los aproximadamente 750 millones de adultos analfabetos en todo el mundo, dos tercios de ellos son mujeres⁶. Además, a menudo los productos, servicios y canales de distribución no suelen estar adaptados a las mujeres, dejándolas más susceptibles al abuso por parte de operadores de mercado y corredores. La incompreensión de los beneficios proporcionados por el seguro y la incomodidad con el acceso a dichas instituciones exacerba aún más la falta de confianza por parte de las mujeres en las instituciones financieras formales.

Los dispositivos móviles han demostrado ser un factor clave para aumentar el acceso a los servicios financieros en los países en desarrollo. Sin embargo, la propiedad de las mujeres de los teléfonos móviles es mucho más limitada que la de los hombres. Así, no por acaso, actualmente,

“Existe una brecha de conocimiento financiero entre hombres y mujeres que alcanza el 9%. Según un estudio de marzo de 2019 de la Universidad Torcuato Di Tella, el desconocimiento de productos financieros refleja problemas en educación financiera, pero también la falta de asesoramiento por las instituciones financieras o de aquellas instituciones que buscan apoyar a las mujeres empresarias”.

*Francisco Sosa del Valle,
Subsecretario de Financiamiento y
Servicios Financieros, Ministerio de
Hacienda, Argentina*

“La nueva Ley de Seguros, en vigencia desde julio de 2018, establece requisitos prudenciales para microaseguradores. Las reglas permiten una barrera menor de ingreso, con un enfoque basado en reglas y la posibilidad de cumplir los requisitos progresivamente. Los requisitos prudenciales de microseguros, respaldados por los de conducta de mercado para productos de microseguros, permitirían un seguro más accesible y asequible, pero aun manteniendo la protección de los asegurados como objetivo principal”.

*Suzette Volgelsang,
Jefa de Supervisión de Bancas, Seguros,
Infraestructura de Mercado y CFI,
Autoridad Prudencial, Sudáfrica*

² Sobre la base de la investigación cualitativa limitada que se ha realizado y los resultados del sector bancario.

³ Fuente: UNWOMEN

⁴ Por ejemplo, en Nigeria, las mujeres tienen prohibido heredar tierras o bienes que comparten con su pareja antes de la muerte o el divorcio; y en partes de la India no se les permite volver a casarse.

⁵ Esto puede deberse a la falta de identificación nacional, como un certificado de nacimiento, o al requisito de la firma de un pariente masculino para autorizar su solicitud.

⁶ UNESCO Institute for Statistics.

“La legislación de seguros contra la discriminación es un tema complejo que requiere un manejo cuidadoso e investigación adicional, particularmente en las economías emergentes donde las brechas de género son mayores”.

Regina Simões,
Coordinadora Regional para
América Latina, A2ii

“En 2017, la Ley # 56 estableció la obligación de las instituciones gubernamentales y otras, cuya estructura organizativa incluye un directorio ejecutivo u organismos similares, de nombrar mujeres para al menos el 30% de sus cargos. Esto afecta directamente a los directorios de las compañías de seguros”.

Joaquín Riesen,
Superintendente de la SSRP, Panamá

“Ya se cuenta con sobrada evidencia empírica sobre el buen negocio que significa tener a más mujeres como clientas de la industria del seguro. Sin embargo, para llevar adelante campañas para mayor adhesión de las mujeres, se necesita de liderazgos modernos, con un mayor grado de audacia.”

Helena Estrada,
Directora del Centro para el Desarrollo
Económico de la Mujer (CEDEM)

aproximadamente 980 millones de mujeres permanecen fuera del sistema financiero formal.⁷

¿Por qué es importante promover el seguro inclusivo para las mujeres y por qué deberían preocuparse las partes interesadas?

El seguro inclusivo para las mujeres contribuye al desarrollo económico al tiempo que abre nuevas oportunidades de mercado y respalda objetivos de política más amplios para los encargados de formular políticas, los bancos centrales y los supervisores de seguros.

El acceso y el uso de los servicios financieros funcionan como palancas para que las mujeres aumenten su participación en la economía, lo que conduce a ganancias en las tasas de crecimiento del PIB. Según los datos recopilados por la *International Finance Corporation* (IFC), una mayor inclusión de las mujeres en la economía permitiría ganancias en el PIB entre 2 y 3.5%. Además, las mujeres tienden a reinvertir en sus familias más que los hombres, especialmente con respecto a sus hijos, lo que conduce a cambios generacionales que pueden llevar a la prosperidad y la seguridad a largo plazo.

Los seguros inclusivos para mujeres pueden generar nuevas oportunidades de mercado. Un estudio realizado por *IFC*, *AXA* y *Accenture* estima que las mujeres representan una oportunidad comercial para el sector de seguros de entre US \$ 1,45 y US \$ 1,7 billones de dólares en primas de seguros para el 2030. El mismo estudio indica que las mujeres están dispuestas a gastar entre el 10% y el 15% de sus ingresos en seguros. La investigación sobre microfinanzas muestra que las mujeres tienden a ser mejores para ahorrar y, como prestatarios e inversionistas, más confiables y efectivas. Por lo tanto, es probable que las mujeres sean clientes más rentables para las aseguradoras que operan con los seguros inclusivos.

Para los responsables de la formulación de políticas, bancos centrales y supervisores de seguros, la inclusión de las mujeres puede ayudar a respaldar los objetivos de las políticas del sector financiero, como promover la estabilidad financiera, la integridad financiera y la protección del consumidor. A su vez, para los gobiernos, apoyar una mayor inclusión de mujeres respalda a los compromisos existentes, por ejemplo, relacionados a la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH)⁸

⁷ Fuente: 2017 Findex

⁸ Elaborada por representantes de todas las regiones del mundo con diferentes antecedentes jurídicos y culturales, la Declaración fue proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10 de diciembre de 1948, en su Resolución 217 A (III), como un ideal común para todos los pueblos y naciones.

y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas⁹, en especial al ODS 5¹⁰: “lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas”. También proporciona soporte a otras políticas gubernamentales, como el alivio de la pobreza.

¿Por qué es necesario adoptar un enfoque diferenciado para las mujeres?

Las mujeres tienen necesidades de seguro, actitudes de riesgo y comportamientos específicos que justifican un enfoque diferente del seguro.

Las mujeres tienen necesidades específicas de salud, presentan mayor expectativa de vida con relación a los hombres y tienden a trabajar más en el sector informal. Estas características generan demandas propias de determinados productos de seguros, como planes de salud, jubilación y pensión, con enfoque diferenciado.

Las mujeres en general también tienen comportamientos diferentes: suelen ser más adversas al riesgo que los hombres y están más preocupadas por la prevención de la salud. Ellas tienden a ganar menos que los hombres y realizar transacciones de montos de menor valor. También enfrentan con mayor frecuencia restricciones de movilidad geográfica, sea por los trabajos no remunerados que realizan para sus familias, o incluso cuestiones socioculturales que les impiden circular con libertad. La evidencia también sugiere que las mujeres valoran especialmente la confidencialidad y tienden a estar más cómodas en la presencia de otras mujeres. En ese contexto, los servicios y proveedores digitales tienen el potencial de superar las barreras de movilidad de las mujeres y ofrecerles más confidencialidad que los proveedores de servicios tradicionales. Los menores costos de transacción típicamente asociados con los canales digitales hacen que sea más fácil para los proveedores ofrecer productos que sean asequibles para las mujeres. Además, la participación de mujeres como distribuidoras de seguros mejora la aceptación de seguros, particularmente entre las clientas de bajos ingresos.

Reguladores, supervisores y aseguradoras necesitan hacer un trabajo más apurado, preferentemente con datos desagregados por género, para que los desarrollos regulatorios e de políticas proporcionen respaldo a las mujeres y los productos de seguros les sean más conve-

“Cada 90 segundos muere una mujer durante el parto o el embarazo. Estas muertes podrían evitarse en gran medida si las mujeres tuvieran acceso a una atención médica de buena calidad. Los productos de seguro de salud, diseñados teniendo en cuenta las necesidades específicas de las mujeres, podrían hacer una verdadera diferencia”.

*Hannah Grant,
Jefa del Secretariado de la A2ii*

“Solamente el 17% de las mujeres en el país tienen cuentas bancarias. Por esto, la estrategia de inclusión se basa en la educación financiera dirigida específicamente a mujeres, donde la comunicación requiere atención especial, teniendo en cuenta los diversos dialectos existentes”.

*Siham Ramli,
Directora de Comunicación y
Relaciones Internacionales, ACAPS,
Marruecos*

⁹ En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades.

¹⁰ ODS 5: Igualdad de Género. Ver <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality>

nientes y adecuados. Esto no necesariamente requiere un enfoque completamente nuevo, centrado únicamente en las mujeres, sino más bien comprender mejor las necesidades y los comportamientos de las mujeres y hacer el ajuste del enfoque existente.

LA INCLUSIÓN FINANCIERA Y EL ENFOQUE EN LOS SEGUROS INCLUSIVOS PARA MUJERES EN ARGENTINA

Según los datos del Banco Central de la República Argentina (BCRA), en Argentina existe una brecha de género en el acceso a servicios financieros significativa. A marzo de 2018 solo el 48% de las mujeres adultas poseía algún tipo de financiamiento en el sistema financiero.

La Subsecretaría de Servicios Financieros de la Secretaría de Finanzas, Ministerio de Hacienda (MH), de Argentina es responsable por asesorar en el diseño e implementación de políticas públicas vinculadas a la inclusión financiera y liderar el Consejo de Coordinación de la Inclusión Financiera (CCIF), un órgano consultivo conformado por ministros de diversas carteras del Poder Ejecutivo Nacional¹¹, que buscan asegurarse que tienen el mismo enfoque en relación a las políticas públicas que impulsan.

Inicialmente, los trabajos del CCIF están concentrados en **la perspectiva de oferta**, para promover **el acceso y el uso**, con la elaboración e implementación de políticas de acceso universal a servicios bancarios y financieros, con los objetivos de disminuir la informalidad, extender la bancarización y reducir las tasas de interés para los más vulnerables. Ya en la segunda fase, el enfoque se centrará en **la demanda**, por lo que se necesitará obtener datos más consistentes, con una mirada hacia las **cuestiones de género**. La agenda de inclusión financiera del CCIF tiene dos objetivos: i) desarrollar una **Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF)**¹²; y ii) definir las áreas de política pública prioritarias para su implementación en 2019.

La ENIF tiene como misión “promover el acceso y uso responsable y sostenible de servicios financieros por parte de todas las personas y empresas en el territorio argentino”, “contribuyendo al desarrollo social y al crecimiento económico del país” y reduciendo “la vulnerabilidad económica de los individuos y las empresas a través de la inclusión financiera”.

Además, para seguir avanzando hacia la equidad de género, con las mismas oportunidades y derechos para todos y en línea con los ODS 5 de Naciones Unidas, el Gobierno Argentino estableció en el 2018 **el Plan de Igualdad de Oportunidades**

¹¹ Banco Central de la República Argentina (BCRA), Ministerio de Salud y Desarrollo Social (MSyDS), el Ministerio de Producción y Trabajo (MP), el Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda (MIOP&V), el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología (ME), la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y la Administración Nacional de Seguridad Social (ANSES).

¹² La ENIF, que se encuentra en fase final de elaboración, será publicada en la página web de inclusión financiera a fines de junio. www.inclusionfinanciera.gob.ar

y **Derechos (PIOD) 2018/2020**¹³ como una política de Estado, involucrando a todas las áreas de la Administración Pública Nacional, así como también a organizaciones civiles, el sector privado, sindicatos, academia y organismos internacionales. El PIOD se estructura a partir del concepto de autonomías, entre ellas la autonomía económica, cuyo mayor desafío es lograr que todos los ciudadanos argentinos puedan acceder a servicios financieros.

Basado en el PIOD, la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) ha estado trabajando para promover el acceso de las mujeres a los servicios financieros a través de los seguros, dada su importancia para el desarrollo de la economía. Con este fin, propone "seguros y mujeres" como línea de acción, ya que consideran el seguro como un vehículo clave para lograr un acceso sostenible.

Para llevar a cabo esta iniciativa, la SSN empieza a coordinar un trabajo en conjunto entre **el sector público y el mercado asegurador**, con vistas a:

1. Expandir el mercado de seguros mediante la **creación y/o adecuación de productos y servicios** que respondan a las necesidades específicas de la mujer;
2. **Generar conciencia** aseguradora como herramienta para la inclusión financiera;
3. Desarrollar los **canales adecuados** para proveer, de manera efectiva, dichos productos y/o servicios.

Además, la SSN desarrollará actividades de: i) **capacitación y concientización** sobre inclusión social y financiera; y ii) **comunicación** sobre los nuevos productos y sus beneficios.

Por otro lado, la SSN, en línea con los ODS 5, espera apoyar iniciativas para promover mayor protagonismo a las mujeres en la industria aseguradora. Si bien en las últimas décadas se ha producido un importante cambio en la relación de mujeres y hombres en el contexto socio-laboral del país, la disparidad salarial y en los cargos jerárquicos es aún evidente. Sin embargo, es necesario también crear conciencia para lograr una mayor participación de las mujeres en la alta dirección y puestos jerárquicos. Con ese objetivo, la SSN realizó el Primer Estudio de la participación de las mujeres en el mercado asegurador.¹⁴

>> Para el equipo de la SSN "tomar conciencia es el primer paso para poder transformar la realidad".

¹³ <https://www.argentina.gob.ar/noticias/plan-nacional-de-igualdad-de-oportunidades-y-derechos-2018-2020>

¹⁴ <https://www.argentina.gob.ar/superintendencia-de-seguros/estadisticas/cargos-de-directorio-por-genero>

¿Qué pueden hacer los supervisores, los reguladores y los formuladores de políticas para cerrar la brecha de género?

1. Recopilar y analizar **datos desagregados por género**.
2. Abordar **restricciones legales y políticas** que imponen barreras a las mujeres relacionadas con su acceso a los seguros.
3. Fomentar la **investigación de mercado para la innovación** dirigida a las mujeres.
4. Adaptar la **infraestructura de quejas** para garantizar que sea accesible y responda a las necesidades de las mujeres.
5. Desarrollar **estrategias nacionales de inclusión financiera** que tengan en cuenta las cuestiones de género y los seguros.
6. **Desarrollar la capacidad de las partes interesadas** en materia de género y seguros inclusivos.
7. Apoyar la **educación del consumidor financiero**, adaptada y dirigida a las mujeres.
8. Promover la **diversidad de género en la industria** de seguros.
9. **Trabajar de forma coordinada con otras partes interesadas** – incluyendo la industria, y liderar el proceso de promoción de seguros inclusivos.

EJEMPLOS DE CASOS DE ESTUDIO PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS, SUPERVISORES Y REGULADORES:

- **Los legisladores pueden prevenir las exclusiones a través de leyes de seguros antidiscriminatorias o requerir coberturas obligatorias para beneficios, proveedores y categorías de dependientes específicos.** En algunas jurisdicciones, los enfoques de género en las pólizas de seguros y en la regulación han dado lugar a debates relacionados con la discriminación basada en el género. En la Unión Europea, por ejemplo, se considera como discriminatorio tener en cuenta el género del asegurado como un factor de riesgo en la valoración de los

contratos de seguros privados¹⁵. Los resultados, sin embargo, pueden conducir a la ampliación de la brecha de género. Por ejemplo, el argumento antidiscriminatorio ha sido utilizado por tribunales brasileños para cuestionar productos de seguros, que, basados en estadísticas, presentan precios finales más bajos para las mujeres en relación con los hombres.

- **La legislación puede aún incentivar la participación de las mujeres en los procesos de decisión**, como en Panamá donde la Ley 56, de 11/07/2017¹⁶, estableció el derecho de las mujeres el acceso a la participación activa en la toma de decisiones de entes públicos y privados del país, lo que incluye las aseguradoras.
- **Los reguladores pueden permitir requisitos de identificación de “Conozca a su Cliente” (KYC) más flexibles para facilitar que las mujeres tengan acceso al seguro**. Por ejemplo, según el tipo de cobertura, las licencias de conducir o las tarjetas de votante podrían aceptarse como prueba de los requisitos de identificación.
- **Los encargados de formular políticas pueden implementar una infraestructura centralizada beneficiosa**. Los recientes avances del gobierno argentino, autorizando las firmas digitales (disponibles a través de teléfonos móviles) y las pólizas digitales, son de gran ayuda para aumentar el acceso de las mujeres a los seguros. Y el desarrollo de la infraestructura de pagos fomenta la innovación que permite también reducir costos y realizar operaciones de manera instantánea, por ejemplo, al pagar las cuentas o enviar dinero convenientemente desde la casa o del celular.
- **Las estructuras de atención y protección al consumidor deben llevar en cuenta los riesgos y necesidades únicas de las mujeres de acuerdo a la característica de cada jurisdicción**. Por ejemplo, la intervención de la Autoridad Monetaria de Palestina en un caso de defensa del consumidor en el que los bancos persiguen a las mujeres para pagar los préstamos de sus maridos fallecidos, a pesar del cumplimiento por parte de los maridos de una exigencia regulatoria, que establece la obligatoriedad de pago del seguro de vida en todos los préstamos superiores a 48 meses.
- **Programas de educación financiera adecuados a la realidad del país** son esenciales para que las mujeres conozcan sus derechos y usen el seguro de como protección efectiva. En Marruecos, la *Autorité de Contrôle des Assurance et de la Prévoyance Sociale* (ACAPS) incentiva la educación financiera, con enfoque para mujeres en las radios, que se lleva a cabo en dos idiomas: francés y árabe.

¹⁵ En 2011, el Tribunal de la Unión Europea decidió que las diferentes primas para hombres y mujeres constituían discriminación sexual; a su vez, la Comisión Europea estableció pautas que ayudan a la industria de seguros a implementar precios neutrales al género. Esto se basa en el principio de igualdad de trato para hombres y mujeres para el suministro y acceso a bienes y servicios, lo que prohíbe la discriminación directa e indirecta relacionada con el género a través de una decisión emitida por el Consejo Europeo en 2004.

¹⁶ http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex4.detail?p_isn=105533

¿Qué pueden hacer la industria para cerrar la brecha de género?

1. Recopilar y analizar **datos desagregados por género**.
2. Desarrollar una mejor comprensión de las **necesidades y comportamientos específicos de las mujeres**.
3. Desarrollar productos de seguros que sean **básicos, accesibles y relevantes** para mujeres.
4. Promover la **orientación de marketing, gestión de marca y educación financiera** dirigida hacia las mujeres.
5. Aumentar la **participación de las mujeres en la toma de decisiones y en todo el ciclo de vida** de del seguro.
6. Promover el papel de las mujeres como distribuidoras de seguros, especialmente entre clientes de bajos ingresos.
7. Invertir en la **digitalización de productos de seguros y de canales de distribución** con potencial para superar las barreras tradicionales al acceso de las mujeres.
8. Desarrollar acciones más profundas que permitan **generar conciencia sobre las cuestiones de género a través de los distintos niveles** de empleados de las instituciones.
9. Trabajar, siempre que posible, **de forma coordinada con los supervisores y reguladores**.

EJEMPLOS DE CASOS DE ESTUDIO PARA LA INDUSTRIA DE SEGUROS:

- La industria debe apoyar y financiar la investigación del consumidor con un enfoque en las necesidades de las mujeres y/o organizar grupos focales de discusión. Eso apoyará el desarrollo de productos orientados a la mujer y a identificar medios de alcanzarlas. Por ejemplo, en Argentina, se realizó un estudio¹⁷ para explorar el problema del acceso al financiamiento por género. Las mujeres

¹⁷ Universidad Torcuato Di Tella: <https://www.utdt.edu/>

encuestadas manifestaron que existía, en ciertas ocasiones, una diferencia de trato y atención en comparación a los hombres. Se mencionó desde cuestiones sociales o de afinidad, de trato desigual de los oficiales bancarios en cuanto al conocimiento de servicios financieros, como, por ejemplo, les dieron menor atención o incluso preguntaron por el hombre que tomaba las decisiones en el negocio. Esto muestra que en algunas instituciones existe un sesgo cultural arraigado en sus equipos, que no solo precisa de decisiones de cambio a nivel directivo, sino también **acciones de gran alcance que aumentan la conciencia a través de los diferentes niveles de empleados en estas instituciones**. En este sentido, se está llevando a cabo un estudio de mercado centrado en el género a través de compradores secretos, para determinar si las mujeres son tratadas y atendidas de manera diferente y si esto afecta su acceso a productos financieros.

- **El Grupo Sancor Seguros**, uno de los patrocinadores del **Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS)** de Argentina, compartió la experiencia y los avances en materia de igualdad de género dentro de su organización y señaló que el grupo está trabajando en la implementación de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres)¹⁸ y los ODS de Naciones Unidas. Ha avanzado en temas de conciliación con la vida laboral-familiar (por ejemplo, la instalación de lactarios en la empresa y la implementación de campañas sobre la importancia de la lactancia materna), la creación de un comité de género y más oportunidades de trabajo para mujeres, aumentando la participación en todo el ciclo de vida del seguro. El Grupo ofrece productos orientados a la mujer, como el seguro salud con cobertura de cáncer de mama y ovario, y realiza talleres de finanzas para mujeres en comunidades, para crear conciencia sobre la importancia del seguro.
- En Brasil, las profesionales del sector de seguros suelen organizarse en asociaciones no lucrativas desde 1994, para intercambiar experiencias y realizar contactos. **En virtud del aumento de la participación de las mujeres en la industria, las empresas han incorporado las necesidades del público femenino en los productos**, siempre con excelentes resultados. Se ofrecen productos de salud que cubren las enfermedades o eventos más comunes ligados a la mujer (por ejemplo, embarazo y diagnóstico de cáncer de mama, ovario y útero), además de beneficios en la compra de medicamentos más utilizados por el público femenino. Los productos todavía se vinculan a servicios adicionales, que ofrecen, exámenes de salud exclusivos para la mujer, descuentos especiales en diversas clínicas de estética, academias, farmacias, asesoría deportiva, dentistas, laboratorios, entre otros.

¹⁸ Los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés) son un conjunto de buenas prácticas empresariales que promueven la igualdad entre mujeres y hombres en todas las áreas de gestión.

Socio de Implementación:



Auspiciado por:



Acogidos por:



Iniciativa de Acceso a los Seguros
Patrocinada por el Sector del Proyecto
de Sistemas Financieros de GIZ
Enfoques para los Seguros
Deutsche Gesellschaft für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn, Germany

Teléfono: +49 61 96 79-1362
Fax : +49 61 96 79-80 1362
E-mail: secretariat@a2ii.org
Internet: www.a2ii.org

[a2ii_org](https://twitter.com/a2ii_org)

Promoviendo el acceso a los seguros responsables e inclusivos para todos.