

VISIÓN DE LAS ASEGURADORAS

La voz de la mujer se hace sentir en las compañías de seguros

El mercado asegurador es tradicionalmente masculino y poco a poco se está revirtiendo una tendencia que a las claras se muestra como irreversible. Los números oficiales marcan que resta mucho por mejorar para crear un contexto de mayor equidad entre ambos sexos, pese a lo cual se van generalizando en los operadores del sector

las iniciativas para avanzar con una perspectiva de género y diversidad. En esta nota, ocho ejecutivas líderes de compañías de seguros ofrecen su punto de vista, revelan su experiencia personal y cuentan cómo trabajan desde sus organizaciones en pos de los derechos de la mujer, de su empoderamiento y de la igualdad de condiciones y oportunidades.

RESPONDEN



SOFÍA PESCARMONA
Directora Ejecutiva y accionista



MYRIAM CLERIC
Presidente



ROSANA IBARRART
Gerente General



IRENE CAPUSSELLI
Gerente General



GABRIELA MARCHI
Gerente General



LORENA GARRERA
Directora Comercial



BETINA AZUGNA
Gerente de RSE



SILVINA VAZÓN
Responsable Gestión RSE



ÍNDICE DE PREGUNTAS

1. ¿Cómo ven la situación de la mujer dentro del mercado asegurador y cómo ha evolucionado en el último tiempo? › 57
2. Pese a aumentar la participación femenina en la masa de empleados, aún es muy inferior su presencia en cargos de jerarquía. ¿A qué se debe y qué se debe esperar a futuro? › 58
3. ¿Creen en una distribución de cargos equivalentes para ambos sexos o que la misma se defina por competencias, capacidades y méritos, independientemente de que se sea hombre o mujer? › 62
4. En su caso puntual, ¿han sentido en algún momento ciertos condicionantes por una cuestión de género? › 64
5. ¿Qué le puede aportar la mujer al mercado y cuáles son sus características distintivas pensando en su presencia en los altos mandos? › 66
6. ¿Cómo se trabaja en su compañía y debería trabajarse desde el mercado en pos de la igualdad de género? › 68

1. ¿CÓMO VEN LA SITUACIÓN DE LA MUJER DENTRO DEL MERCADO ASEGURADOR Y CÓMO HA EVOLUCIONADO EN EL ÚLTIMO TIEMPO?

SP Si bien el rol de la mujer fue creciendo los últimos años, el crecimiento es muy lento, aún no ha alcanzado los niveles esperados, ya que sigue siendo muy baja la presencia femenina en puestos jerárquicos. El mercado asegurador se presenta ante un desafío de lograr mayor protagonismo de la mujer.

MC En el último tiempo se están llevando adelante importantes iniciativas para mejorar el panorama, pero sigue habiendo mucho para mejorar y crear un contexto de mayor equidad. Según los datos volcados en el lanzamiento del Foro de Mujeres en Seguros (FEMS) -al que nos hemos sumado- sólo el 11% de los cargos titulares corresponden a nosotras. Esto, además, se da un marco donde, según la ONU Mujeres, más del 49% de las empresas en el sector privado en Argentina no tienen ni una sola mujer en su directorio. Revisando el caso particular de Provincia ART, orgullosamente puedo afirmar que esta no es nuestra situación: sobre un total de 938 colaboradores, en la plantilla de Gerentes el 47% son mujeres; en la de Mandos Medios, ese porcentaje se ubica en 43 puntos; y en el resto del equipo, en 56%. Además, un indicador que es fundamental en esta cuestión: 6 de las 8 gerentas tuvieron hijos e hijas durante su carrera en

Provincia ART, demostrando que la maternidad no es un obstáculo para crecer en la empresa.

RI El rol de la mujer en el ámbito laboral, su desarrollo y oportunidades se encuentran en plena transformación, con el objetivo de crear espacios de equidad. No obstante, el proceso de evitar que el género sea visto como un condicionante todavía no presenta resultados tan visibles. La presencia femenina del mercado asegurador en Argentina sigue la tendencia del mercado nacional, donde la misma es aún muy baja. Estamos frente al desafío de dar mayor protagonismo a las mujeres, reafirmando la participación femenina en el ámbito de las empresas de la industria aseguradora. En función de esto último, es necesario crear más conciencia para lograr una mayor presencia de mujeres en la alta dirección y puestos jerárquicos en las aseguradoras y reaseguradoras.

IC En nuestro caso se trata de un sector de espacios tradicionalmente masculinos, y si bien se observa tímidamente algunos avances, aunque queda mucho por recorrer. Nosotros no tenemos seguros automotores, pero como cliente, no me ha tocado tener contacto con “inspectoras” mujeres, por ejemplo. Eso va a ir cambiando.

“La igualdad de género es un proceso y requiere que se trabaje desde el liderazgo, generando compromiso y realizando acciones para motivar el desarrollo profesional de las mujeres”

SOFÍA PESCARMONA
Mercantil andina

“Para reconocer e impulsar el talento femenino, es imprescindible impulsar políticas que fomenten la equidad de género y la diversidad en general”

MYRIAM CLERICI
Provincia ART

GM En los últimos años se observa un cambio dentro de las organizaciones. Las mujeres venimos ocupando cargos relevantes en la mayoría de los sectores económicos en nuestro país y la actividad aseguradora no está ajena a esta tendencia. **Si bien aún es incipiente, actualmente muchas mujeres ocupan puestos jerárquicos en las aseguradoras, industria que hasta hace poco tiempo estaba dominada por hombres.** Además, creo que la sensibilidad, la percepción y la previsión que tenemos las mujeres forman un conjunto de características especiales que se complementan a la perfección, y hace que marquemos tendencias de aquí en adelante. Considero que vamos por el camino correcto, y que **nuestra participación generará una oportunidad única para el crecimiento del sector.**

LG Según los números publicados, **la participación de la mujer en el mercado está en aumento año tras año.** Desde la SSN han estado trabajando en el programa de las mujeres en el seguro buscando mayor protagonismo de la mujer tanto en la adquisición de productos de seguro como en la comercialización de los mismos.

BA La presencia de la mujer en puestos de directorio y jerárquicos en el mercado asegurador y reasegurador aún es bajo, siguiendo la tendencia

del mercado. Así lo marcan los datos de la SSN, según los cuales, por citar un caso, los puestos de presidente y vicepresidente en compañías de seguros son ocupados por hombres en un 90-92%, mientras que con respecto a directores titulares hay un 12% de mujeres contra un 88% de hombres. **Las mujeres, si bien tienen más presencia en cargos de segunda línea, aun no tienen equidad ni siquiera en esos puestos, a pesar de que representan un 44,8% del total del mercado asegurador.** Pero es una política de Estado, a través del Plan de Igualdad de Oportunidades y Derechos 2018-2020, involucrar en ese proyecto a todas las áreas de la Administración Pública Nacional, así como también a organizaciones civiles, el sector privado, sindicatos y organismos internacionales, a fin de revertir estas estadísticas.

SV Es un tema cultural que viene desde hace muchos años dado que la mujer tenía un rol fundamental en el hogar. **Los tiempos han cambiado y la mujer se forma, se capacita y quiere desarrollarse y crecer en su ámbito laboral.** La mujer asume nuevos desafíos pero continúa con roles fundamentales e indelegables en la crianza de sus hijos y como administradora de su hogar, si bien las parejas más jóvenes comparten y distribuyen mejor estas responsabilidades.

2. PESE A AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LA MASA DE EMPLEADOS, AÚN ES MUY INFERIOR SU PRESENCIA EN CARGOS DE JERARQUÍA. ¿A QUÉ SE DEBE Y QUÉ SE DEBE ESPERAR A FUTURO?

SP Creemos que **es un proceso que debe evolucionar natural y orgánicamente, en el cual el mercado genere el espacio para las mujeres que se están profesionalizando y ellas vayan ocupando distintas áreas de liderazgo.** No resulta lógico que aparezcan de repente mujeres en puestos jerárquicos ya que aún hoy se ven menos postulantes mujeres que hombres para este tipo de puestos. Por otro lado, se suma a que históricamente el rubro de seguros estuvo más relacionado con el ámbito

masculino por el tipo de productos y servicios que se comercializa y las industrias relacionadas.

MC Para reconocer e impulsar el talento femenino, **es imprescindible impulsar políticas que fomenten la equidad de género y la diversidad en general.** A nosotros nos orgullece decir, por ejemplo, que somos una empresa “familiarmente responsable”, incorporando iniciativas como el reintegro por jardín maternal, por colonia de vacaciones

“Estamos frente al desafío de dar mayor protagonismo a las mujeres, reafirmando la participación femenina en el ámbito de las empresas de la industria aseguradora”

ROSANA IBARRART
Seguros Rivadavia

y para hijos con discapacidad, entre otros; elaboramos un código de ética, que incluye la no inclusión de lenguaje discriminatorio ni criterios de exclusión por género en los avisos de empleo; ofrecemos reincorporación paulatina al trabajo post maternidad con la herramienta de teletrabajo; contamos con lactario en la sede central; regalamos un ajuar de bienvenida para recién nacidos y ampliamos la licencia legal por paternidad. Además, lanzamos nuestro “Protocolo contra la Violencia Laboral, el Acoso y la Discriminación”. Este tipo de iniciativas generan un contexto donde todos podemos crecer, accediendo a las mismas oportunidades, en un entorno seguro y saludable.

RI Entre otras causas, algunos identifican que la baja presencia de mujeres en cargos jerárquicos, pese al aumento experimentado de ellas en las plantillas de personal durante las últimas décadas, está dado por la existencia de una cultura tradicional, donde la participación del hombre es predominante y donde la mujer encuentra muchas dificultades para compatibilizar su vida personal y familiar con la laboral. **Es de esperar, y pareciera que vamos en ese camino, que esta situación se vaya modificando, evolucionando y comprendiendo que las mujeres estamos en condiciones de lograr los mismos resultados que se esperan de los hombres y, entonces, participar de igual manera en los cargos de jerarquía.**

IC Creo que en algún sentido, va de la mano de la evolución de la clientela. Las mujeres adquieren menos seguros que los hombres. **En la medida que la inclusión financiera de las mujeres avanza, las compañías también evolucionarán hacia una mayor diversidad en sus cargos gerenciales para dar mejores respuestas a la demanda.**

GM Estamos frente a un proceso que lleva un corto tiempo de evolución. Diez años atrás la presencia femenina en cargos de jerarquía era prácticamente inexistente. Era impensado imaginar que puestos gerenciales en el “masculino mundo de los seguros” pudieran ser cubiertos por mujeres. Lentamente esta tendencia se va revirtiendo y creo que a futuro, serán las habilidades y competencias requeridas para el rol a cubrir, los valores que deban considerarse al momento de la selección, sin distinción de género. Bajo esta lógica, las mujeres tendrán igualdad de

oportunidades en estos puestos. **En nuestro caso en particular, la mayoría de las gerencias las ocupan mujeres, en puestos de suma importancia para nuestra actividad como lo son Técnica y Siniestros.**

LG Considero que el principal factor es que desde los orígenes la actividad aseguradora fue una actividad mayoritariamente de género masculino. Cambiar esas bases lleva tiempo. **Se debe esperar un crecimiento porque hoy son más mujeres las que ya están jugando la carrera corporativa y por ende, ante mayor participación, mayor probabilidad.**

BA Se trata de una realidad que responde a las características de nuestra cultura, que siempre valoró más el papel del hombre por sobre el rol de la mujer, fundamentalmente en temas de negocios y empresariales. Esa situación se está revirtiendo poco a poco y lo podemos comprobar con la existencia de Programas a nivel nacional, a través de los cuales se expresa la posibilidad de desarrollar exponencialmente el mercado asegurador a través de la inclusión de las mujeres. También tienen incidencia los movimientos sociales de mujeres, organizaciones e instituciones que activamente trabajan en la concientización y educación con acciones que buscan el empoderamiento de la mujer, la igualdad y equidad de género. **Ese cambio cultural que comenzó a gestarse, donde se impone la autenticidad de los derechos igualitarios de género, se plasma en políticas concretas de empresas de diferentes tamaños, que buscan legitimar y empoderar a los grupos más vulnerables.**

SV Debemos entender que el cambio cultural es un proceso y si bien hoy predominan hombres en puestos gerenciales, éstos no pueden ni deben ser reemplazados por cuestiones de género. En RUS contamos con un 40% de mujeres, de las cuales un tercio se desempeña en roles de responsabilidad. Entendemos y esperamos que a la hora de renovar puestos estratégicos en las empresas, hombres y mujeres compitan a la par, con igualdad de oportunidades. Indudablemente este cambio debe estar acompañado por la legislación, por citar un ejemplo, si hablamos de equidad deberíamos pensar en una licencia por maternidad igual para ambos progenitores.

3. ¿CREEN EN UNA DISTRIBUCIÓN DE CARGOS EQUIVALENTES PARA AMBOS SEXOS O QUE LA MISMA SE DEFINA POR COMPETENCIAS, CAPACIDADES Y MÉRITOS, INDEPENDIENTEMENTE DE QUE SE SEA HOMBRE O MUJER?

SP En Mercantil andina creemos en las competencias, capacidades y méritos de las personas, por lo que no hacemos foco en el género sino en lo que la persona puede aportar, el valor que puede generar y las necesidades que pueda cubrir desde su puesto. **La mujer se está desarrollando en distintas áreas, asumiendo nuevos desafíos y como consecuencia va a irrumpir en nuevos espacios que hoy están liderados por hombres.**

MC Nuestras búsquedas laborales -tanto en lo que respecta a nuevos ingresos, como en lo que refiere a promociones- no discriminan por género, como tampoco lo hacen por edad o nacionalidad. Cuando nosotros decimos que trabajamos “con las personas como centro de nuestras operaciones”, no sólo implica nuestra labor hacia los clientes, trabajadores, Productores o prestadores, sino también “hacia adentro”. **Valoramos las competencias, las capacidades y el mérito de las personas.**

RI Estoy convencidísima que son las capacidades, competencias, méritos y otras muchas circunstancias las que definen la posición de una persona en una organización, sin importar si son hombres o mujeres. **No considero que fijar porcentajes, como que deba haber participación equivalente de ambos sexos en determinada estructura, sea la solución, pero lo interpreto positivo en el entendimiento de que es una forma de empezar a generar cambios.**

IC IC: Creo en la igualdad de oportunidades, y que se les permita a las mujeres competir con sus capacidades y méritos. **La existencia de un cupo no es la solución ideal pero en algunos casos puede funcionar como puntapié inicial de un proceso de inclusión.** Creo que una buena forma es que para cada nuevo cargo que se requiera, debe haber

la misma cantidad de candidatos hombre y mujeres. **Hay mujeres preparadas para todos los cargos y funciones de las compañías de seguros. Hay que buscarlas.**

GM Considero que **los cargos deben ser ocupados en función de las competencias, capacidades y méritos, independientemente del género.**

LG En un futuro creo en una distribución con igualdad de oportunidades independientemente del género, y que por ende que se defina por competencias, capacidades y méritos. Aunque **adhiero a los planes para acelerar la incorporación femenina en puestos jerárquicos porque la mujer en el seguro venía varios escalones por detrás y era necesario poner el tema sobre la mesa para generar el espacio.** En el futuro veo mayor igualdad sin necesidad de diferenciar por género.

BA BA: Creo en ambas cosas. No tienen por qué ser dos tendencias definitorias o criterios que establezcan la distribución de cargos. Lo importante es consolidar la incorporación de género en el análisis por competencias. Si por distribución de cargos equivalentes se hace referencia a cupos, es importante destacar que hay estudios que avalan positivamente esta teoría, que afirman que no van en contra de la meritocracia, ya que **está comprobado que cuando hay cupos, las mujeres que se presentan a las convocatorias son las más calificadas y preparadas.**

SV Creo que **las selecciones para ingresar a una empresa o para acceder a los diferentes puestos de trabajo deben ser consecuencia de un análisis de capacidades, perfiles y aptitudes, independientemente del género.**

“En la medida que la inclusión financiera de las mujeres avance, las compañías evolucionarán hacia una mayor diversidad en sus cargos gerenciales para dar mejores respuestas a la demanda”

IRENE CAPUSSELLI
Orígenes Seguros

4. EN SU CASO PUNTUAL, ¿HAN SENTIDO EN ALGÚN MOMENTO CIERTOS CONDICIONANTES POR UNA CUESTIÓN DE GÉNERO?

SP He tenido muchas oportunidades en mi vida, y creo que las he aprovechado. Si bien hubo momentos condicionantes por cuestiones de género, por suerte no lograron condicionarme. En la vida cotidiana, donde muchas veces la cuestión de género sigue inequitativa, nos peleamos con mi marido, por ejemplo, por si corresponde o no que me ocupe de arreglar el lavarropas... **Todavía en lo familiar suele haber preconceptos que siempre se deben conversar para que no se arraiguen.**

MC Yo ingresé en la gerencia comercial del holding del Banco Provincia en 1996. Desde allí participé del startup de Provincia ART, Provincia Vida, Provincia Leasing, Mandatos y Negocios, Provincia Bursátil, Provinfondos y Bapro Pagos. Ya en 2005 me incorporé a Provincia ART como gerente comercial y desde 2006 me desempeño como gerente general, cargo que desde el 2015 acompaño además con la Presidencia de la empresa. **En medio de este recorrido profesional, además, seguí siendo madre, esposa, hija y amiga. No fue un camino fácil y fueron tiempos además donde estas cosas no se hablaban,** pero rescató tener hoy la posibilidad de poder abrir caminos a otras y a otros.

RI Podemos decir que, algunas décadas atrás, la organización social en numerosos aspectos era bastante distinta a lo que es hoy. Hoy cuento con 35 años en la empresa y, a lo largo de todo este tiempo, existieron algunos condicionantes, pero no necesariamente relacionados a una cuestión de género. Aunque **recuerdo que cuando ingresé a trabajar, las contrataciones eran mayormente de hombres, cualquiera fuera la tarea a desarrollar. En mi experiencia, debo reconocer que no tuve vivencias negativas por esta cuestión.** Y puedo afirmar que nunca sentí que mis posibilidades se coartaban por una cuestión de género, por lo que podría decir que nunca me lo hicieron sentir.

IC En mi carrera profesional, tuve la suerte de tener oportunidades y jefes de mente abierta,

pero **en general, a las mujeres todavía nos cuesta un poco más que a los hombres.**

GM Particularmente **en mi caso, el acceder a la gerencia general se dio como un proceso natural.** Transité por diferentes puestos, iniciando como jefa de administración, luego gerente técnica, y hasta una breve incursión en el área comercial, lo que me permitió llegar a la gerencia con un conocimiento integral de la actividad y del modelo de negocio de nuestra compañía.

LG Recuerdo algunas anécdotas cuando comencé a trabajar donde he sido la única mujer. Por ejemplo, en un evento me preguntaron si era del catering, o bien ser parte de algún grupo reducido en alguna capacitación siendo la única mujer y que me miren de forma extraña. También recuerdo alguna que otra broma sexista, pero sinceramente eso ha ido desapareciendo con el tiempo y lejos de incomodarme me ha generado cierto desafío, y hoy soy una agradecida de mis jefes, quienes durante todo mi camino siempre me han dado la oportunidad de crecer y el espacio para poder desarrollarme. **En los inicios sí ha sido un poco más difícil pero hoy ya no veo que esas diferencias existan. Las que vienen tienen el terreno más ganado.**

BA No podría afirmar algo así, ya que hace 20 años que trabajo en la empresa y comencé pasando faxes y atendiendo el teléfono. **Mi crecimiento se dio en base a mis avances en estudios de grado, posgrado y múltiples especializaciones, mucho esfuerzo y el aprovechamiento de las oportunidades que me iba dando la empresa.** El área donde me desempeño ahora (Sustentabilidad y RSE) es un espacio que en las aseguradoras de Argentina todavía es muy incipiente -totalmente inexistente cuando comenzamos con el proceso-, por lo cual, sí existieron condicionantes para llegar adonde estoy en la actualidad, por lo que fueron más en ese sentido que en temáticas de género.

“Somos más organizadas y apasionadas en lo que consideramos es nuestra responsabilidad y, sobre todo, más “contenedoras” en un mercado que lo requiere cada vez más”

GABRIELA MARCHI
Provincia Seguros

SV He transitado mi camino en RUS con gran armonía. Ingresé como pasante hace 21 años, fui seleccionada por mi desempeño como estudiante de Ciencias Económicas y por mi perfil. Luego pasé a ser empleada en relación de dependencia y trabajé en Tesorería, más adelante en Cobranzas y luego como Secretaria Técnica. Siempre agradezco al Consejo de Administración y, en particular a nuestro presidente, por las oportunidades brinda-

das y por la libertad con la que pude desempeñarme. Tras trabajar en investigación de mercado, análisis estadístico y coordinar las iniciativas de responsabilidad social, finalmente me propusieron formar parte del equipo conductor, en lo político-estratégico, y dejé la relación de dependencia para ser Consejera titular de RUS, asumiendo un nuevo rol que incluye la coordinación general de la estrategia de RSE.

5. ¿QUÉ LE PUEDE APORTAR LA MUJER AL MERCADO Y CUÁLES SON SUS CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS PENSANDO EN SU PRESENCIA EN LOS ALTOS MANDOS?

“Adhiero a los planes para acelerar la incorporación femenina en puestos jerárquicos porque la mujer en el seguro venía varios escalones por detrás”

LORENA GARRERA
Allianz Argentina

SP La diversidad de género en las empresas es muy importante y crea una ventaja competitiva en el trabajo en equipo. Creo que el rol de la mujer y el hombre se complementan y enriquecen a las empresas. El liderazgo de la mujer puede aportar una visión más amplia desde lo emocional que se relaciona con la sensibilidad frente a las necesidades de los demás. Esta habilidad hace que las mujeres sean especialmente competentes en todo lo relacionado a la gestión y dirección de personas, logrando una verdadera contribución para humanizar las relaciones dentro de las empresas.

MC El estilo femenino de liderazgo se caracteriza por tener mayor apertura y estar más orientado a la colaboración. En general, este es un tipo de conducción que valora los vínculos, poniendo el acento en la diversidad y la buena comunicación. Se podría decir que es más empático y con mayor capacidad de escucha activa y, por qué no decirlo, posee más capacidad para procesar varios temas al mismo tiempo (multitasking) sin dejar de prestar atención a los detalles.

RI Las mujeres tienen atributos que evidencian en sus relaciones interpersonales y que también pueden utilizar cuando se trata de sus responsabilidades y compromisos laborales, aportando a sus ambientes de trabajo intuición, empatía, versatilidad y comunicación. Sin duda, estas son ca-

racterísticas que cooperan con la creación de un mejor ambiente laboral y, por ende, con una mayor productividad a largo plazo. Las mujeres tienden a formas más comunales de relación y, cuando de decisiones se trata, acostumbran a ser más democráticas o participativas. Sin embargo, se les exige más y, en muchas ocasiones, se las infravalora. Si gestionan de manera colectiva, se las percibe como “blandas”, en tanto que, si sus formas son asertivas, se las ve como demasiado “masculinas”.

IC Los equipos formados por personas diversas, en género, en edad, en formación, en procedencia y en otras tantas cuestiones, con libertad de opinión de todos sus integrantes, son por su esencia misma más creativos, más productivos, y más atentos a las necesidades de los clientes al percibirlos desde sus diferencias.

GM Considero que las mujeres somos más resolutivas al momento de la toma de decisiones, y ante un problema tratamos de buscar rápidamente una solución. En general, podemos manejar varios temas al mismo tiempo sin perder el foco en cada uno de ellos. Somos más organizadas y apasionadas en lo que consideramos es nuestra responsabilidad. Y sobre todo más “contenedoras” en un mercado que lo requiere cada vez más. Sabemos escuchar, e intentamos interpretar las necesidades de los demás. Especialmente en los seguros

“Al ocupar puestos de dirección con diversidad de género se gana en talento y pluralidad de miradas, logrando un liderazgo empático, participativo, innovador y creativo”

BETINA AZUGNA
Grupo Sancor Seguros

de personas, y dadas sus características, creo que las mujeres corremos con cierta ventaja para manejar los riesgos vinculados a la protección de los individuos y la familia.

LG Las características distintivas de la mujer son, sin dudas, la **resiliencia, el foco en resultados, la empatía, la generación de buen clima de trabajo, la formación de equipos y el liderazgo basado en valores, además de la capacidad de hacer muchas cosas a la vez con igual intensidad.** La mujer por propia naturaleza puede leer sin palabras, ya que es más perceptiva. Por supuesto, hay muchos hombres que tienen las mismas cualidades, además de las características propias como ser más simples. **En cuanto al aporte de la mujer al mercado, destaco su mirada para la creación de productos específicos para el sexo femenino,** donde los diferentes roles que tenemos nos permiten comprender mejor las necesidades, los hábitos y la motivación, tanto financiera como no financiera de este segmento.

BA La diversidad en general, y no sólo hablando de cuestiones de género, determina una mayor amplitud de puntos de vista, situaciones y posibilidad de lograr empatía, todo lo cual es aplicable a la toma de decisiones. Es necesario dejar de lado los estereotipos y prejuicios que pueden

limitar las posibilidades de las personas y los resultados de las empresas del mercado. Existen varios estudios e investigaciones que indican que la diversidad de género aumenta la rentabilidad de las empresas. Promover una mirada diversa proporciona visiones más amplias, menos sesgadas, y esto genera más y nuevas oportunidades. **Al ocupar puestos de dirección con diversidad de género se gana en talento y pluralidad de miradas, al tiempo que impacta positivamente en el desarrollo organizacional, logrando un liderazgo empático, participativo, innovador y creativo.** Por todo ello, es importante que todas las personas tengan las mismas oportunidades.

SV Creo que la mujer cuenta con habilidades similares a las del hombre, y hoy está presente en ámbitos públicos y privados. Podemos pensar en alguna sensibilidad especial propia del género como lo han investigado algunos médicos, en el análisis de situaciones, que contribuye como un elemento más a la hora de una mirada integral que deben dar hombres y mujeres en un equipo de trabajo. Pero **prefiero no hablar de plus diferencial para ningún género porque estoy convencida que las habilidades y las competencias no tienen que ver con el género.** Lo que sí es importante es la igualdad de oportunidades para desarrollarse.

6. ¿CÓMO SE TRABAJA EN SU COMPAÑÍA Y DEBERÍA TRABAJARSE DESDE EL MERCADO EN POS DE LA IGUALDAD DE GÉNERO?

SP La igualdad de género es un proceso y requiere que se trabaje desde el liderazgo actual, **generando compromiso y realizando acciones para motivar el desarrollo profesional de las mujeres** con capacitaciones, inclusión, logrando un equilibrio en la integración laboral y familiar, midiendo el trabajo en base al rendimiento y la calidad de la producción. Es un cambio cultural en el cual debemos entender que es un desarrollo y un crecimiento para toda la sociedad que impacta en la rentabilidad de las empresas.

MC En Provincia ART fue un camino que hemos “hecho al andar”, como canta Serrat: no fue que un día decidimos que había que tener “más mujeres”. **Se trata de una búsqueda más profunda, de garantizar lugares de trabajo sanos y saludables, valorando y promoviendo la diversidad,** con estrategias que aseguren el acceso igualitario a todas las oportunidades y que, además, sean beneficiosas para la empresa en términos de negocios.

“Toda esta lucha de reivindicación de los derechos de la mujer, de su empoderamiento y de la equidad requieren el liderazgo y compromiso del género humano”

SILVINA VAZÓN
Río Uruguay Seguros

RI En Seguros Rivadavia creemos que, al aumentar la diversidad, se incrementa la pluralidad en las opiniones y que un equipo más diverso puede enfrentar de mejor manera los problemas entre los miembros y generar mejores decisiones. El hecho de que en los equipos haya hombres y mujeres contribuye a que se puedan captar diferentes puntos de vista, que beneficien a los colaboradores y a la empresa en general. Considero que **cuantas más mujeres haya en posiciones de poder, más fácil será que otras mujeres lleguen. No basta con que haya unas pocas, sino que tiene que haber un número suficiente y con una gran visibilidad.** Las sociedades y las organizaciones son diversas, por lo tanto, los altos mandos y los equipos de trabajo también tienen que serlo. Y en esto último debemos trabajar en conjunto hombres y mujeres.

IC En Orígenes **estamos analizando adherirnos al “Programa Ganar Ganar” de ONU Mujeres** como forma de empezar a trabajar temas que consideramos importantes.

GM En Previnca, **la composición del personal, en cuanto al género, está prácticamente representada por partes iguales.** Existen puestos donde los matices que pueden ofrecer las mujeres son importantes, como lo pueden ser en otros la masculinidad, aunque siempre priorizamos las capacidades y habilidades requeridos para el rol a cubrir, independientemente del género.

LG LG: Si bien existen programas de Allianz a nivel mundial donde se prioriza la participación de la mujer en roles de decisión con vistas a incorporar mayor proporción de mujeres en posición de liderazgo, **en Allianz Argentina se trabaja dando oportunidades con vistas en la competencia y capacidades, independientemente del género.**

BA BA: Desde 2015, el Grupo Sancor Seguros adhirió a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres y se sumó a la Agenda 2030 para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, considerando el quinto ODS, “Igualdad de Género”, como muy estratégico para la gestión sustentable del negocio. En el marco de dicha adhesión, en 2018 realizamos un autodiagnóstico con la herramienta de ONU Mujeres. Esto constituye un gran paso en la historia de nuestra empresa. A partir de ello se identificaron iniciativas propias y se elaboraron nuevas propuestas que nos permiten avanzar en un trato cada vez más igualitario. Se han hecho avances importantes en cuanto a la composición de nuestros recursos humanos, pasando de un 38% de mujeres en 2005 a un 48% en la actualidad; y durante el mismo período se incrementaron un 23% los cargos ejecutivos de mujeres. Sumado a ello, **desde hace tres años se ha incorporado por primera vez una mujer al Consejo de Administración de Sancor Seguros. Si bien somos conscientes de que aún nos queda mucho por hacer, este hito**

MUJERES AL VOLANTE

En Argentina, 2 de cada 10 automovilistas son mujeres. Cuando ellas conducen, los ocupantes del vehículo viajan más protegidos, ya que el uso de las butacas infantiles aumenta y respetan más el semáforo. Eso surge de cifras de la Agencia Nacional de Seguridad Vial, según las cuales ellas usan el cinturón de seguridad casi un 10% más que los hombres. A nivel país, solo el 26% de los menores de 10 años viajan protegidos con el Sistema de Retención Infantil (SRI), pero cuando conduce una mujer, esa cifra asciende al 31%. Además, con las mujeres al volante, el porcentaje del uso del cinturón de todos los ocupantes alcanza un 56,5%, superando la media nacional del 49%.



FEMS



El Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS) se lanzó en marzo/19 con el objetivo de generar un espacio de reflexión e intercambio sobre la temática de género en el mercado asegurador. Ya se desarrollaron tres encuentros en este año, y al finalizar el mismo se realizará el cierre con la adhesión de diversas aseguradoras a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres.

marca el punto de partida para comenzar a pensar en un trabajo de empoderamiento hacia las delegadas de la cooperativa. Asimismo, se han implementado medidas y beneficios que tienden a la equidad de género en el ámbito laboral, como las campañas contra la violencia hacia las mujeres en el ámbito doméstico, la creación de lactarios en varios edificios de la empresa, licencias por paternidad extendida y por adopción, etc. Para clientes, contamos con productos y servicios destinados a mejorar la calidad de vida de las mujeres, como los seguros de salud, microseguros para emprendedoras y las campañas preventivas abordadas desde Prevención Salud. Desde Sancor Seguros, en enero de este año nos reunimos con ONU Mujeres en Argentina para implementar el “Programa Ganar Ganar”, en cuyo marco ya fue aprobado el Comité de Diversidad. Este año, además, hemos sido impulsores y co-patrocinadores del primer Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS).

SV SV: Actualmente el capital humano de RUS está conformado por un 40% de mujeres, y en los últimos 10 años se ha duplicado la cantidad de mujeres que integran la compañía. Esto se debe a que nuestras convocatorias para ingresos

de personal apuntan a la selección de acuerdo a las necesidades, habilidades y competencias que requiera el rol a cubrir, sin distinción de género. También resaltamos que un 40% de nuestros PAS son mujeres. En RUS las mujeres han ido paulatinamente ocupando puestos de responsabilidad y roles estratégicos, contando con mujeres miembros del órgano de conducción político-institucional que es el Consejo de Administración y del equipo de conducción operativa que es el Equipo Coordinador. En materia de acciones, hemos acompañado activamente las actividades organizadas por FEMS y hemos estado involucrados en espacios que ha promovido el Pacto Global en Argentina en temas de equidad de género, firmando en el año 2015 los “Principios de Empoderamiento” de la mujer. Además, formamos parte del Comité de Género de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (COOPERAR). Estoy convencida que toda esta lucha de reivindicación de los derechos de la mujer, de su empoderamiento y de la equidad requieren el liderazgo y compromiso del género humano y debemos entonces, mujeres y hombres, avanzar juntos en estos cambios culturales haciendo prevalecer siempre espacios de diálogo y armonía para el logro de los objetivos.



Es el porcentaje de mujeres que conforman el mercado asegurador según el último informe de la SSN con datos al 2018.



Es la presencia de mujeres en los directorios de las compañías de seguros y reaseguros según datos de la SSN. En el caso de puestos de presidentes o vice, sólo son ocupados por 1 de cada 10 mujeres.



Según estadísticas de ONU Mujeres, casi la mitad de las empresas en el sector privado en Argentina no tienen presencia femenina en su directorio.