

EL MICROSEGURO TRABAJANDO A FAVOR DE LAS MUJERES: CONCEBIR PROGRAMAS DE MICROSEGUROS SENSIBLES A GÉNERO

Anjali Banthia (*Women's World Banking*)
Susan Johnson (*Centre for Development Studies, University of Bath*)
Michael J. McCord (*The MicroInsurance Centre*)
Brandon Mathews (*Zurich Financial Services*)

Informe, Octubre de 2009

1. Introducción

Las mujeres constituyen el 70 por ciento de la población mundial en niveles de pobreza. Obtienen ingresos menores en comparación con los hombres, y tienen un acceso y control de la propiedad mucho más precario. Las mujeres se enfrentan a niveles desproporcionados de vulnerabilidad física y de violencia. Es cuando estas vulnerabilidades se combinan con la responsabilidad de garantizar el bienestar y la seguridad de sus familias, que se hace evidente la particular y urgente necesidad de las mujeres de acceder a los medios apropiados para gestionar sus riesgos.

El papel de los seguros es gestionar el riesgo y reducir la vulnerabilidad en situaciones de emergencia, sin embargo, se estima que sólo el 3 por ciento de las personas de bajos ingresos en los cien países más pobres del mundo tienen un producto de microseguros, quedando dos mil millones de personas aproximadamente carentes de este servicio. Este documento tiene la intención de fomentar una discusión con un enfoque de género en cuanto al microseguro¹. Si bien las compañías de seguros están comenzando a diseñar y ofrecer una variedad de productos a los sectores más desfavorecidos, el documento se focaliza principalmente en el seguro de salud y de vida debido a que estos dos riesgos son los que con mayor frecuencia representan una relevante presión financiera entre las mujeres pobres. Los autores exploran cómo los microseguros de salud y de vida pueden ser diseñados para responder más eficazmente a las necesidades de las mujeres, y ofrecen recomendaciones prácticas a las empresas de seguros para ofrecer dichos esquemas. Asimismo se concluye con un llamado a la acción para que las compañías de seguros y los proveedores de microfinanzas hagan al seguro más sensible al enfoque de género, sirviendo a la doble misión de aliviar la pobreza y obtener rentabilidad.

2. ¿Por qué las mujeres?

Las mujeres desempeñan la labor de responsable de familia, ama de casa, y cada vez más frecuentemente la administración de los recursos del hogar. A su vez, son fuentes de ingresos, ya sea mediante un empleo formal o informal. A estas funciones es inherente la responsabilidad de hacer frente a riesgos como los problemas de salud, los decesos familiares o las situaciones de emergencia. Sin un manejo adecuado, cualquiera de estos percances puede traer graves consecuencias y problemas financieros a menudo devastadores para las mujeres pobres y sus familias, lo que intensifica la pobreza, la inestabilidad y la vulnerabilidad.

Tradicionalmente las mujeres pobres han gestionado los riesgos a través de la venta de activos, la dependencia en sus esposos, la deserción escolar de sus niños con el fin de incorporarlos a una actividad económica, o el uso de mecanismos informales como los grupos de autoayuda para subsistir. Algunas de las estrategias de gestión de riesgos, aunque tal vez eficaces a corto plazo, pueden conducir a prolongar las consecuencias adversas de este proceso, perpetuando de ese modo el ciclo de pobreza. La asignación de las ganancias empresariales al ahorro para hacer frente a las emergencias de corto plazo en lugar de destinarlas a inversiones a largo plazo es, uno de los mayores obstáculos para el crecimiento de las empresas de mujeres. Otro mecanismo habitual al enfrentar los riesgos es la venta de activos productivos, como el ganado o equipo, con lo que se pierde capacidad para obtener ingresos en el futuro a partir de esos activos. Del mismo modo, la interrupción del ciclo escolar en los niños causa una pérdida grave e inmediata para ellos, y también una sensible restricción de su potencial de ingreso a largo plazo. El microseguro ofrece una alternativa prometedora para que las mujeres pobres puedan gestionar el riesgo y utilizar sus activos de manera más productiva.

¹ Este informe es un extracto del Microinsurance Paper No 3 disponible en www.ilo.org/microinsurance, el cual incluye también todos los agradecimientos y las notas importantes. La investigación fue dirigida por el Women's World Banking y la Zurich Insurance Company. Fue apoyado por el Fondo para la Innovación en Microseguros de la OIT, y la Cooperación Suiza para el Desarrollo.

3. Configurando y ofreciendo un Microseguro sensible a cuestiones de género

Debido a su papel como administradoras de recursos y responsables de familia, las mujeres son un segmento natural para las compañías de seguros, el desafío consiste en crear programas de microseguros que logren un equilibrio entre una cobertura que responda a las necesidades de las mujeres pobres, y a la vez reduzca al mínimo los gastos de funcionamiento de los canales de entrega y de las aseguradoras, manteniendo bajas las primas para fomentar la accesibilidad.

Tomando como ejemplo un seguro de salud. Las mujeres se enfrentan a riesgos de salud especiales, como los relacionados con el embarazo y la maternidad, y las consecuencias de su mayor vulnerabilidad a enfermedades como el VIH / SIDA. Sin embargo, hay muchos programas de seguros de salud, que deciden excluir la cobertura del embarazo, con el argumento de los altos costos para las aseguradoras y los clientes. No obstante, existen esquemas de microseguro que han lidiado con éxito el desafío de proporcionar una cobertura completa a un precio accesible (véase el recuadro).

BancoSol de Bolivia negocia para ofrecer mejores beneficios para la mujer

Si bien muchos programas de microseguros excluyen las prestaciones de maternidad o imponen períodos de espera, de 9 meses o más para obstaculizar que las mujeres embarazadas se afilien, BancoSol de Bolivia ofrece un programa integral y único de seguro de salud para las mujeres junto con Zurich Insurance. El programa proporciona una cobertura plena a la maternidad con un período de 7 meses de espera, y ofrece a las mujeres embarazadas 2 meses válidos de prueba para adquirir un seguro con que cubrir el nacimiento de su hijo. Considerada como la institución microfinanciera de mayores rendimientos en Bolivia, con casi 200.000 clientes, BancoSol ha ejercido su capacidad de negociación con Zurich Insurance para concebir este seguro en términos favorables para las mujeres, y demostró rápidamente la viabilidad de dicho programa a través de una prueba piloto. Durante los dos años de pilotaje, el programa de seguro de salud de BancoSol ha llegado a más de 14.000 clientes. El sesenta y dos por ciento de estos clientes son mujeres, comparado con el 45 por ciento obtenido por los prestamistas bancarios, lo que subraya el alto valor de la perspectiva de género en los programas de microseguros para las mujeres.

Otro atributo al que las mujeres confieren un especial valor dentro de un producto de seguro de salud es la cobertura para toda la familia. El alto incremento de costos para añadir a miembros de la familia hacen a menudo inalcanzable la

cobertura familiar, o en su defecto, obliga a las mujeres a elegir a quién asegurar, planteando un serio problema para las mujeres y las niñas porque a menudo son ellas las que quedan al margen de la cobertura.

Muchos proveedores de microfinanzas ofrecen seguros de vida vinculados a préstamos, que a menudo sólo protegen la vida del beneficiario. Dado que la gran mayoría de los deudores de microcréditos son mujeres, esto las deja sin protección si sus maridos mueren. La cobertura vinculada a préstamos muchas veces se manifiesta en programas de seguro con carácter obligatorio, hacia los cuales las mujeres pobres suelen ofrecer un marcado rechazo, en particular cuando la cobertura no responde a sus necesidades y cuando no son plenamente conscientes de cuáles serían los beneficios. No pocas instituciones microfinancieras valorizan las ofertas obligatorias de protección de seguro en sus carteras de préstamos y otras están motivadas por los ingresos. Los programas de seguro de vida obligatorio funcionan con una importante ventaja para los clientes, pues de cualquier modo, al mantenerse bajos los costos de administración y los riesgos a los aseguradores, las primas tienden a ser significativamente menores que las de los programas voluntarios. Por tanto, es fundamental para las instituciones microfinancieras examinar minuciosamente la disposición de sus clientes a pagar para definir si los programas voluntarios son apropiados en el contexto local. Por otra parte, las mujeres también quieren elegir a los beneficiarios de sus pólizas, sin embargo, muchos productos no les ofrecen esta flexibilidad. Un buen número de mujeres desean tener la libertad de poder optar por otro beneficiario si intuyen que, en caso de su muerte, sus conyugues no proporcionarán una protección adecuada para sus hijos. La Equidad ha abordado esta cuestión con un enfoque innovador (ver recuadro).

La Equidad de Colombia estructura un paquete de seguro de vida para proteger la niñez

En Colombia, una respuesta lamentablemente frecuente a la pérdida de uno de los padres es retirar a los niños de la escuela, interrumpiendo la educación y enviando al niño al trabajo asalariado, actitud que pone en peligro, su aprendizaje, su desarrollo y el potencial de ingresos a largo plazo. Para evitarlo, La Equidad, una compañía aseguradora con más de 3 millones de personas, estructuró el programa de microseguros de vida Amparar para la niñez. Además de una suma para gastos de muerte y sepelio, la póliza paga mensualidades sólo utilizables en la educación por dos años siguientes al deceso de uno de los padres y ofrece a las familias una mensualidad de alimentos por un año. El programa está diseñado para evitar interrumpir la educación de los niños o reducir su consumo en calorías al enfrentar la emergencia del familiar. El programa llega actualmente a alrededor de 30.000 clientes.

En conjunto, estos factores ponen de relieve la necesidad de ser sensible a las cuestiones de género en materia de microseguros sobre todo si se intenta captar la atención del sector femenino y responder eficazmente a sus necesidades. El documento ofrece consejos prácticos a las compañías de seguros en la prestación de dichos programas. Por ejemplo, los programas efectivos deben contener un notable elemento educacional para informar a las mujeres sobre cómo funciona el microseguro. Incluso si los clientes están convencidos de los beneficios del microseguro y deciden inscribirse en el programa, este no será sostenible a menos que ofrezca una información clara y sencilla sobre los costos, la elegibilidad, la tramitación de reclamaciones, la cobertura, y los beneficios a corto y largo plazo. Llevar un mensaje a mujeres debe tener también en cuenta la tendencia, en muchos contextos culturales, a una mayor necesidad de información de las mujeres antes de tomar una decisión financiera en comparación con los hombres, así como los altos porcentajes de analfabetismo entre las mujeres de determinadas comunidades. Un ejemplo exitoso de la oferta de microseguro sensible a los aspectos de género es el SEWA Bank de la India (ver recuadro).

SEWA Bank de India: Un pionero del microseguro sensible al género

Con el lema de «Nuestra vida está llena de riesgos, Vimo SEWA hace nuestra vida segura!», El SEWA Bank, de India ofrece a sus clientes, mujeres pobres autónomas- una elección de tres sistemas de microseguro que han sido diseñados para proporcionar una única cobertura 'de la cuna a la tumba' contra las situaciones financieras que enfrentan estas mujeres. Disponible a varios tipos de precio para garantizar la rentabilidad, los regímenes cubren los seguros de muerte, salud y bienes de la mujer, con opciones de cubrir también a esposos y niños por un bajo incremento. La cobertura a los niños protege a todos los niños en la familia en una prima, para evitar que las familias deban elegir cuál de sus hijos asegurar. Con 7.000 clientes en 1992, Vimo SEWA ahora cubre casi 200.000 mujeres, hombres y niños. Los programas están integrados de forma única con las cuentas de depósito fijo de la cuenta de ahorro de SEWA, dando a los clientes la elección de pagar las primas de seguros con los intereses devengados de la cuenta de ahorros. SEWA usa varias estrategias de comunicación para promover sus productos y educar acerca de los microseguros. Han encontrado que interactuar regularmente cara a cara con los clientes es muy valorado por las mujeres, que aprecian la oportunidad de participación y hacer preguntas sobre sus pólizas y más abiertamente sobre cuestiones familiares relativas al riesgo. SEWA también proporciona espacios solo para mujeres donde dialogar sobre qué puede suceder cuando una familia pobre se enfrenta a un grave riesgo y cómo se pueden proteger de los riesgos mediante el uso de microseguros.

4. Beneficios en la oferta de cobertura a las mujeres

Hay muchos beneficios directos para los proveedores de microfinanzas, los diferentes canales de distribución y las compañías de seguros con la promoción de microseguro sensible al concepto de género. Para los proveedores de microfinanzas, significa acceder a un segmento de trabajo definido y a una fuente rentable de ingresos. Para los proveedores que utilizan metodologías de préstamos grupales, el microseguro también proporciona una manera importante de prevenir los riesgos individuales de un cliente diseminándose a otros. Para cualquier canal de prestación de microseguros, diferenciar entre las necesidades de hombres y mujeres se traduce directamente en clientes más leales y satisfechos, lo que constituye la piedra angular de cualquier negocio hoy en día.

Para las compañías de seguros que atienden principalmente a sectores de altos ingresos en el mundo en desarrollo, servir a las mujeres pobres les permite operar en un mercado de millones de nuevos clientes. Con un alcance potencial estimado para el microseguro de cerca de dos mil millones de personas, existe una oportunidad significativa para las aseguradoras de aprovechar las ventas de alto volumen (estimado en \$ 1.5 mil millones en primas por cada incremento de un 0.01 por ciento de penetración de mercado). Sorprendentemente, esto puede arribar con menos complejidad a las aseguradoras de lo que pudiera imaginarse. Por ejemplo, en 2005, AIG-Uganda fue capaz de cubrir más de 1.6 millones de personas, con 23 pólizas emitidas a los proveedores de microfinanzas. Adicionalmente, mediante la comercialización de microseguros para las mujeres, las aseguradoras pueden disfrutar de un efecto multiplicador debido a la acentuada preferencia de muchas mujeres a inscribir a los esposos e hijos, siempre que sea posible hacerlo. Así, los programas sensibles al género pueden ayudar al progreso en las comunidades pobres. Por último, la consolidación en las comunidades pobres de las aseguradoras no sólo les concede una oportunidad para obtener beneficios y crecimientos, sino también de proyectarse a través de métodos innovadores y diferenciarse de sus homólogos.

5. Un llamado a la acción

La investigación en que se basa este artículo demuestra claramente que las mujeres tienen problemas para gestionar el riesgo para ellas y sus familias. Es necesario seguir trabajando para avanzar con resultados y el documento recomienda los pasos que pueden iniciar los diferentes actores. Para facilitar el desarrollo de productos enfocados a las necesidades de las mujeres el documento concluye con un llamado a la acción de los investigadores para que profundicen en cuestiones tan acuciantes como:

- ¿Cómo son las actitudes de manejo y enfrentamiento de riesgos en diferentes contextos? ¿Cuáles son sus implicaciones para los microseguros?
- ¿Cómo funcionan la cobertura y los beneficios de los microseguros en comparación con otras alternativas de estrategias de manejo de riesgo? ¿Cómo las mujeres pobres combinan los microseguros con las estrategias existentes en la gestión de riesgos?
- ¿Cómo los microseguros influyen en las tasas a las que las mujeres invierten en sus empresas, el comportamiento en cuanto al ahorro o los niveles de consumo en los hogares? ¿Qué importancia tienen los microseguros en cuanto a la utilización de los recursos?

- ¿Cuáles son las mejores prácticas en materia de microseguros sensibles al género- con respecto a la comercialización, la distribución y el diseño de productos?

El reto final se dirige a la comunidad de donantes. Con su misión de apoyar la reducción de la pobreza, los donantes pueden financiar la investigación y la educación al consumidor, y proporcionar un apoyo decisivo a través de la asistencia técnica y la creación de capacidades para los proveedores de microfinanzas y otros que buscan desarrollar programas de microseguros. Los costos asociados con la investigación inicial y el desarrollo de programas de microseguros orientados a las cuestiones de género pueden ser muy altos, y los aseguradores comerciales pudieran rechazar su participación en un primer momento, el apoyo oportuno y en tiempo de los donantes deviene un elemento crucial para poner en marcha estas iniciativas.

Acogido por el Programa de Finanza Social de la Organización Internacional del Trabajo, el **Fondo para la Innovación en Microseguros** intenta aumentar la disponibilidad de seguros de calidad para las familias de bajos ingresos en el mundo en desarrollo con el fin de ayudarles a protegerse contra riesgos y superar la pobreza. El Fondo se inició en 2008 con el apoyo de una subvención de la Fundación Bill y Melinda Gates.



Oficina
Internacional
del Trabajo



The social dimension of finance

microinsurance@ilo.org
www.ilo.org/microinsurance

