

# Mujeres y Seguros



Empresas que forman parte



# Introducción

## Recorrido



Argentina

Team

Argentina **unida**



**INNOVACIÓN SOCIAL**  
Design Thinking



**DESTINATARIOS**  
Segmentos de población  
desatendidos por la  
industria aseguradora



**SEGMENTOS ESCOGIDOS**

- Empleadas Domésticas
- Emprendedores



**PROTOTIPEO**

- Conciencia Aseguradora
- Modelo Freemium

# Primer segmento escogido



# 70%

De quienes tienen menores ingresos en Argentina son mujeres. La principal actividad económica es el trabajo doméstico, segmento con mayor informalidad y con remuneraciones inferiores siendo el más afectado por la pandemia.

## Empleadas Domésticas

**1500**  
Trabajadores domésticos.

**70%**  
Informalidad.

**95%**  
Son mujeres.

**200 mil**  
Mujeres perdieron sus trabajos en hogares privados durante 2020.



# Encuesta de Relevamiento 2020



## Protegiendo a las Personas que realizan tareas remuneradas en el hogar

Te invitamos a responder este breve cuestionario, basándote en tu experiencia. Será muy importante para nosotros contar con tu opinión!

**\*Obligatorio**



Argentina **unida**

# Principales resultados de la encuesta

M U E S T R A

# 400

Empleadas domésticas  
encuestadas a través de  
nuestros propios  
trabajadores.

- Se preocupan por su salud y la de sus hijos.
- Cuando se enferman, pierden ingresos del trabajo.
- Les preocupa perder sus bolsos/carteras o bicicleta en un robo.
- El seguro parece muy lejano. Necesitan una experiencia tangible.
- En la mayoría de los casos, son las principales fuentes de ingresos del hogar.
- El uso de smartphones es alto pero prefieren un primer contacto personal.
- Les importa la formación porque tienen espíritu emprendedor.



## Comenzamos a prototipar

01.

¿Cómo podemos conectar con las personas para que perciban el poder del seguro?

**CULTURA  
ASEGURADORA**

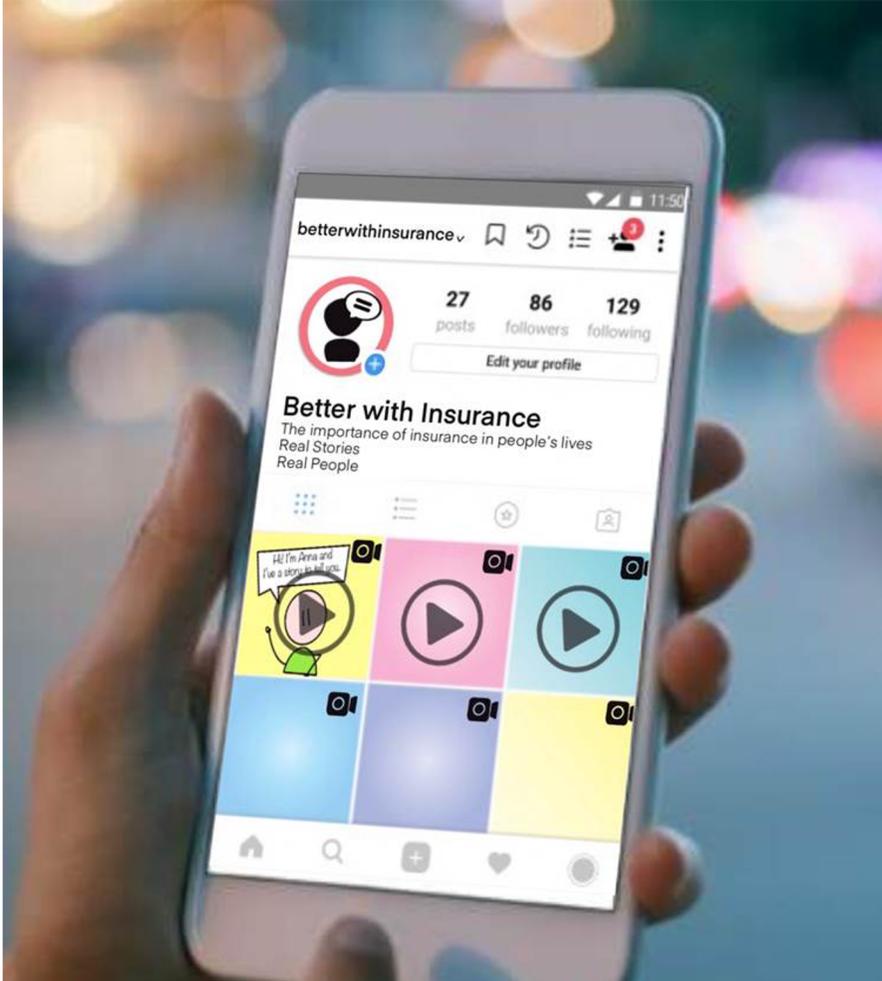
02.

¿Cómo podemos generar un producto accesible para las empleadas domésticas que atienda sus necesidades y sea financieramente viable?

**MODELO  
FREEMIUM**



# Conciencia Aseguradora



## Redes Sociales

- Lenguaje sencillo **contando historias reales y cotidianas.**
- Enfocado en **mujeres jóvenes** (no toman decisiones a largo plazo)
- Pensar que existen **otras coberturas y servicios**, más allá de las obligatorias, que pueden contribuir a mejorar su calidad de vida
- Generar un concepto de **seguro útil** en la mente de las personas. Revertir la imagen distorsionada del seguro: caro, inaccesible, innecesario



# Modelo Freemium



## Plataforma Freemium

- Comercialización de **microseguros**. Conversión a coberturas premium.
- Cursos gratuitos sobre diversas temáticas que fomenten su **emprendedurismo**. **Becas y Programas** de Inserción Laboral.
- Nuevos **Canales de Distribución** (ej. Spotify, comercios de artículos de limpieza, peluquería). Y **callcenter** con empleadas domésticas.
- Generación de un **Sandbox y Sponsoreo** de empresas y organismos.



# ¡Muchas gracias!

