



# ► Resumen de Finanzas Solidarias

March 2023

## Suramericana Argentina

Proporcionando seguros a las micro,  
pequeñas y medianas empresas  
(MIPYMES) en Argentina

### Puntos clave

- Como consecuencia de la crisis financiera que atraviesa Argentina, Suramericana identifica la necesidad de enfocar esfuerzos para fortalecer la resiliencia de las MIPYMES, las cuales representa el 80% del mercado.
- En miras de posicionar sus productos como soluciones relevantes para atender los principales riesgos de las MIPYMES, Suramericana vio una gran oportunidad en el crear una cobertura multirriesgo y multicanal con servicios y asistencias, que pueda acompañarlas a lo largo del ciclo de vida del negocio.
- Suramericana ha optado por definir productos relevantes que le permitan abrir mercado en aquellos segmentos usualmente desatendidos por la industria y fortalecer el valor agregado de sus productos para que estos se diferencien en el mercado
- La estrategia ha sido la de transformar la oferta de valor del seguro a través de asistencias y capacitaciones que permitan apalancar la competitividad de los negocios de sus asegurados y, más importante aún, ampliar la oferta de sus productos para crear una relación de largo plazo con el asegurado, y convertirse en un aliado estratégico para las MIPYMES.

## Sobre Suramericana Argentina

Suramericana es una compañía con más de 70 años de experiencia en el mercado asegurador, la cual ha logrado posicionarse en los mercados latinoamericanos como una de las compañías con ofertas de valor para diferentes segmentos de la población. En Argentina, Suramericana logró atraer su mercado debido a que se posicionan en el mercado como centrados en el buen servicio y la atención al cliente. En los últimos años, la empresa aseguradora inició su proceso con los seguros inclusivos y microseguros con el fin de brindarle protección a las poblaciones más vulnerables.

Dentro de las coberturas para MIPYMES, Suramericana Argentina ofrece Pyme Express, un producto completo y ágil en función de las necesidades de los negocios, el cual brinda respaldo económico para proteger los bienes del negocio contra incendio y daños por humo, tumulto popular, huelga, vandalismo huracán, vendaval, tornado, daños por agua o granizo. Por otro lado, dentro de su portafolio brinda el producto Solución integral para Pymes, el cual protege el patrimonio del negocio como el contenido, mercancías, maquinarias, equipos electrónicos frente a daños por incendio, agua, riesgos cibernéticos, y accidentes de los empleados mientras estén trabajando. Y su plus recae en ofrecer asistencias técnicas como

plomería, electricidad, seguridad, servicios médicos, entre otros.

Los productos se ofrecen mediante intermediarios y asesores propios de la compañía de seguros. Adicionalmente se da la posibilidad de comprar productos mediante la plataforma digital de Suramericana Argentina.

## Mercado de las MIPYMES en Argentina

De acuerdo con el Sistema Integrado Previsional, en Argentina se registraron alrededor de 517.000 empresas para el año 2021, de las cuales el 80% pertenecen al segmento MIPYMES y concentran aproximadamente el 70% del empleo y el 50% de las ventas en el país. A pesar de su relevancia y participación en la economía, como consecuencia de la crisis financiera por la que ha venido atravesando Argentina desde hace algunos años, las MIPYMES se han visto afectadas por la alta inflación y los elevados precios del mercado, lo que se ha traducido en flujos de caja con alta volatilidad que han desplazado a los seguros muy abajo en la lista de sus prioridades, en algunos casos las MIPYMES incluso perciben a los seguros como un gasto y no como una inversión.

Es así como bajo este escenario, Suramericana Argentina, aseguradora de origen colombiano con 76 años de experiencia en la industria y presencia en nueve países de Latinoamérica, identifica la necesidad de enfocar esfuerzos para fortalecer la resiliencia de las MIPYMES, las cuales actualmente representan el 75% del total de las primas de los 64.000 clientes empresariales que tiene en Argentina. Para hacer frente a esta situación, Suramericana ha enfocado esfuerzos para entender mejor el entorno y los “puntos de dolor” de las MIPYMES y así, poder generar más valor en sus productos y hacer más relevante el seguro.

## La estrategia: tener presencia en todo el ecosistema

En miras de posicionar sus productos como soluciones relevantes para atender los principales riesgos de las MIPYMES, Suramericana vio una gran oportunidad en el crear una cobertura multirriesgo y multicanal con servicios y asistencias, que pueda acompañarlas a lo largo del ciclo de vida del negocio. Para cumplir con este fin, fue necesario para la compañía analizar su ecosistema y así,

definir la mejor manera de crear valor a través del seguro y al mismo tiempo sensibilizar y educar a la población objetivo. Vale la pena mencionar que para Suramericana, el valor agregado que perciben sus asegurados, se debe además al esfuerzo que han realizado para entender el entorno de sus clientes antes y después de la indemnización. Esto les ha permitido identificar el momento y tipo de acompañamiento que esperan las MIPYMES por parte de la aseguradora.

## El producto

Actualmente el mercado argentino se caracteriza por tener un gran número de participantes, para el 2021 había casi 200 compañías de seguros registradas, situación que ha traído como resultado un alto nivel de competencia entre las aseguradoras. Suramericana ha identificado que es usual que bajo estas condiciones las compañías resulten compitiendo por el mismo segmento potencial de clientes, en donde el precio se ha convertido en el elemento diferenciador y la tasa de permanencia de los asegurados es baja. Con el fin de romper este paradigma, la compañía ha optado por definir productos relevantes que le permitan abrir mercado en aquellos segmentos usualmente desatendidos por la industria y fortalecer el valor agregado de sus productos para que estos se diferencien en el mercado. A continuación, se presentan dos de los doce productos que actualmente se ofrecen para las MIPYMES y los cuales destacan por la acogida que han tenido en el mercado:

1. **Pyme Express:** Desde el nombre del producto, este seguro fue diseñado con el objetivo de ser rápido, sencillo y práctico para todas las MIPYMES independiente de su actividad económica. Es una cobertura multirriesgo de prestación a primer riesgo absoluto que engloban los principales riesgos que pueden afectar la continuidad de los negocios como incendio, huelga, vandalismo, robo, daños por fenómenos climáticos como huracanes, ciclones y granizo complementada con servicios de capacitación, de asistencia y mantenimiento. La flexibilidad y sencillez de la póliza ha permitido que durante el momento de la venta el cliente entienda fácilmente el producto y, por lo tanto, pueda identificar su propia protección. Además, este producto ha sido beneficioso para la compañía, pues los clientes se familiarizan con la cobertura, y posteriormente adquieren productos más complejos conforme su negocio y sus necesidades van evolucionando.

2. **Solución Integral Pymes:** Es un producto diseñado para que el diálogo con el cliente esté dirigido hacia el acompañamiento que puede ofrecer la aseguradora en el negocio, más que enfocarse solo en asegurarlo. El producto se realiza sin inspección previa y ofrece cobertura tanto a la empresa como a sus colaboradores (accidentes en el trabajo y servicio de médico a domicilio, daño, transporte y/o robo de mercancías, riesgos cibernéticos), incluye coberturas no solo ante emergencias sino también para afrontar problemas por mantenimiento (limpieza por incendio, trabajos de plomería, gas y electricidad), pero el producto destaca es por la posibilidad de acceder a “Empresas SURA”, plataforma de especialistas que ofrece acompañamiento al negocio y permite a las MIPYMES mantenerse actualizadas y capacitadas sobre los temas más relevantes de su negocio. Adicionalmente, para este producto se ha establecido un monto mínimo para los cuales no se hace verificación de la pérdida, sino que les permite hacer pagos expeditos, con el fin de respaldar a la MIPYMES al momento de la ocurrencia del siniestro.

## De las asistencias al acompañamiento

Suramericana ha identificado que para estos segmentos es de gran importancia considerar a las MIPYMES que no hacen reclamos, pues son los casos donde prevalece un bajo entendimiento de los seguros, ya que, estos clientes pueden percibir que no requieren del seguro. Es por esto que la estrategia de la compañía ha sido la de transformar la oferta de valor del seguro a través de asistencias y capacitaciones que permitan apalancar la competitividad de los negocios de sus asegurados y, más importante aún, ampliar la oferta de sus productos para crear una relación de largo plazo con el asegurado, y convertirse en un aliado estratégico para las MIPYMES.

1. **Empresas SURA Argentina:** plataforma física y virtual que ofrece programas y herramientas de capacitación enfocados en apalancar la competitividad de las empresas a través de cursos, eventos, ferias y espacio de coworking que buscan ayudar a las MIPYMES a entender las dinámicas del mercado de su empresa y asesorarse con un grupo de expertos en los temas más importantes sobre talento humano, mercado, tecnología y procesos operativos, finanzas y regulación, y así apoyar la continuidad y crecimiento de sus negocios.

2. **Comunicación con el cliente:** para Suramericana es importante mantener una comunicación sencilla y frecuente con el cliente y el uso de la tecnología ha tenido un papel importante, para la implementación de canales digitales en el servicio de asistencia. Además, a través de estos canales se realiza la venta del producto en tan solo 10 minutos y se mantiene comunicación con los asegurados durante todo el ciclo de vida del seguro.

3. **Riesgos emergentes:** Suramericana cuenta con un observatorio de tendencias en el cual recolecta y analiza información del mercado asegurador, para adaptar sus productos a las tendencias de mercado, lo que ha permitido incluir coberturas sencillas en los productos y así mismo asistencias que se adapten a las necesidades de las MIPYMES. Actualmente, las coberturas y asistencia asociadas a los ciber riesgos han sido identificadas como las de mayor potencial y necesidad para las MIPYMES.

## El canal y el asesor

En lo que compete al canal de distribución, la aseguradora adaptó sus procesos para satisfacer la omnicanalidad demandada por las MIPYMES. Por un lado, mediante los intermediarios y asesores propios se logró proyectar el negocio, para mejorar el proceso de venta. También, la compañía brinda herramientas tecnológicas a los asesores asociados para gestionar la propuesta del cliente durante la conversación, incluso poder emitir la póliza. Además, se tienen sucursales para aquellas MIPYMES que prefieren el contacto directo con la compañía. Por otro lado, gracias a la tecnología, los clientes cuentan con un canal llamado Answer, en donde pueden acceder y hacer operaciones como consultas de emergencia, cotización de productos y adquirir nuevas coberturas.

Es importante destacar que para fortalecer la comprensión del cliente, facilitar el proceso de venta y mejorar la confianza del cliente en los seguros, Suramericana ha buscado simplificar los procesos y la adquisición de productos a través del uso de la tecnología y con un lenguaje menos técnico y adaptado a las características del cliente. En el caso particular de Argentina, si bien el marco regulatorio ha avanzado en la comercialización de microseguros, las aseguradoras aún enfrentan barreras en la simplificación de las cláusulas. Sin embargo, para superar este reto, Suramericana ha promovido la comprensión del producto a través de los asesores, que se han convertido en un apoyo para explicar y transmitir la información de los seguros a los

clientes. Por ello, para que el mensaje del asesor al cliente sea coherente con la información contenida en las cláusulas, Suramericana ha desarrollado una plataforma de formación para asesores. La Academia SURA es un espacio físico y virtual en el que se forman a los asesores sobre diferentes elementos que le facilitan su trabajo y fortalece su labor, algunos cursos incluyen elementos de las coberturas, técnicas de lenguaje y mercadeo, entre otros. Un elemento ha destacar, es que este espacio de aprendizaje conjunto se ha convertido en una buena estrategia para conocer mejor a los clientes, pues la posibilidad de interactuar con los asesores permite a Suramericana conocer mejor al mercado.

## El futuro

La propuesta de Suramericana permite brindar a sus clientes una primera experiencia con productos sencillos y

establecer una relación basada en el acompañamiento a través de programas de capacitación en temas que mejoran la competitividad de los negocios. Esta estrategia busca que la compañía logre posicionarse como un aliado en el crecimiento de las MIPYMES. Además, la compañía seguirá enfocando esfuerzos para entender mejor el ecosistema de las MIPYMES y ampliar la oferta de productos en su portafolio y acompañar al cliente cuando este necesita agregar coberturas más amplias. Al final, Sudamericana Argentina tiene como objetivo convertirse en una empresa gestora de tendencias y riesgos, continuar entregando bienestar y competitividad y lograr trasladar esa visión de largo plazo a sus clientes, incluidos aquellos pertenecientes a las poblaciones más vulnerables.



Nos gustaría agradecer a nuestros socios, Prudential Foundation, Microinsurance Network y FIDES (Federación Interamericana de Empresas de Seguros), por apoyar la publicación de este resumen de Finanzas Solidarias.

*El [Programa Impact Insurance](#) contribuye a la agenda de Finanzas Solidarias colaborando con la industria de seguros, los gobiernos y los socios para aprovechar el potencial de los seguros para el desarrollo social y económico.*

### Contacto

**Organización Internacional del Trabajo**  
Route des Morillons 4  
CH-1211 Ginebra 22  
Suiza

T: +41 22 799 7239  
E: [socialfinance@ilo.org](mailto:socialfinance@ilo.org)