

Belén Saldívar  
EL ECONOMISTA

EN EL mercado existen diferentes tipos de seguros que están enfocados a las pequeñas y medianas empresas (pymes), pero estos no siempre se adaptan a las necesidades y riesgos que tienen estas compañías.

“El sector asegurador usualmente utiliza productos generalistas y, con un poco de *marketing*, lo enfocan hacia las pymes, pero en general es el mismo producto que se le ofrece a una empresa grande que, evidentemente, tiene otras necesidades que la pyme”, refirió Rodrigo Aburto, socio de Servicios de Asesoría para el Sector Financiero en la consultoría EY.

Indicó que las pymes son muy diferentes entre ellas, por lo cual se deben abordar de manera separada, con coberturas y seguros más sencillos, a través de canales de distribución que lleguen efectivamente a esta industria.

“Usualmente, el canal de distribución que se utiliza son los agentes de seguros, los cuales se enfocan más en los productos de líneas personales y en las pymes que son más grandes porque, al irse al segmento de las empresas más pequeñas, la comisión que puede recibir el agente va a ser baja frente a la comisión que puede

SÓLO 5% CUENTA CON TIPO DE COBERTURA: EY

# Seguros no se adaptan a necesidades de las pymes

Usualmente se utilizan productos generalistas que, con un poco de *marketing*, son enfocados hacia las pequeñas y medianas empresas



**En México**, existen 4.1 millones de pymes; alrededor de 200,000 se cubre ante los riesgos a los que están expuestas. FOTO: SHUTTERSTOCK

recibir al atender una pyme más grande. Ahí es donde el sector debe innovar para llegar a más empresas”, expresó.

La ausencia de alguna cobertu-

ra de seguro es, indicó la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), un gasto muy caro para las pymes, quienes tienen menor capacidad de acercarse a

los mercados financieros y difícilmente pueden crear sus propias reservas para enfrentar siniestros, a diferencia de las grandes empresas.

## CONTINGENCIA PUEDE QUEBRARLAS

“Frecuentemente, enfrentarse a un evento contingente conduce no sólo a la quiebra de la pyme, sino también a la exportación del riesgo enfrentando a personas físicas o morales, asociadas a la pyme involucrada. Es decir, la carencia de aseguramiento para las pymes no es sólo un obstáculo para su crecimiento, sino que un siniestro conlleva a la multiplicación de los riesgos para otros actores igualmente vulnerables”, indicó la AMIS en su “Agenda para instrumentar una política de administración de riesgos en México”.

Para lograr un mayor aseguramiento de las pymes, la AMIS refirió que es necesario el apoyo gubernamental para el aseguramiento de los activos y procesos de distribución de las empresas, lo cual es posible si se redireccionan algunos recursos de programas ya existentes.

## GRAN OPORTUNIDAD

El mercado de las pymes está descuidado. De las 4.1 millones de pymes que existen en México, sólo 5% de ellas cuenta con algún tipo de cobertura; es decir, poco más de 200,000 pymes se cubren ante los riesgos a los que están expuestas.

Rodrigo Aburto indicó que el mercado de las pymes es una gran oportunidad para el crecimiento del sector asegurador, así como para incrementar la penetración general del seguro, que actualmente es de 2.2% del Producto Interno Bruto. De acuerdo con EY, las Pymes tienen apenas 0.5% de la penetración total.

“Las pymes sí están en la agenda de muchas compañías aseguradoras; sin embargo, aún existe una gran oportunidad para venderles productos más personalizados y relacionados con sus necesidades. Las aseguradoras que logren dar en el blanco tendrán el éxito asegurado”, mencionó.