

ENTREVISTA
GONZALO
PÉREZ

POR
ISMA CANTIZANO
EL SALVADOR

Queremos acompañar a los clientes en su expansión a L. A.

Suramericana crece a buen ritmo en la región donde prepara una inversión de \$8 millones en tecnología y un programa de apoyo a las pymes, comparte su presidente, Gonzalo Pérez.

Cuando la compañía de seguros colombiana Suramericana empezó su expansión latinoamericana lo hizo en Centroamérica. Al primer mercado que llegó fuera de su

natal Colombia fue a Panamá con Seguros Sura, después a República Dominicana y en 2012 a El Salvador, con Asesuisa. En estos tres mercados la compañía ya suma más de \$360 millones de ingresos.

"El Salvador y Panamá significan un proceso de aprendizaje de haber salido de Colombia con decisión...", detalla Gonzalo Pérez presidente de la empresa aseguradora. Hoy por hoy, Centroamérica y el Caribe representan el 8% de las primas de Suramericana, que también tiene presencia en Brasil, Argentina, Chile, Uruguay y México. En total, suma primas por arriba de los \$5.5 billones.

Pérez compartió los buenos resultados de este ejercicio y sobre los planes concretos de inversión en nuevos proyectos y los programas que tiene la compañía, que buscan apoyar y capacitar a las pequeñas y medianas empresas (pymes). Estos incluyen la creación de 28 observatorios para analizar tendencias de mercado, desde salud hasta elementos de movilidad. Esta información recopilada y compartida con los clientes de la compañía.

"Lo que queremos es garantizar la sostenibilidad a través de entregar capacidades a las personas, a las empresas, y ahí estamos hablando particularmente las pymes. Nuestros clientes, especialmente las pymes, van obtener ese conocimiento como un valor agregado a nuestra cobertura tradicional", dijo Pérez.

El año pasado tuvieron muy buenos resultados. ¿Qué expectativas tienen para cerrar 2019?

Como bien dijiste, el año pasado cerramos un buen año. Más allá del adjetivo, cumplimos el presupuesto por encima de lo esperado en ingresos y utilidades. En general en todas las compañías de Suramericana en los nueve países, en lo que va del año, vamos creciendo en pesos colombianos, pero también en dólares. Estamos creciendo este año por encima del presupuesto. Vamos en el 104% de cumplimiento presupuestal, en crecimiento (por el tema de devaluación) no es mucho, es 15%. Esperamos cerrar con crecimientos de 9% en los países y llegar a los \$5.5 billones de primas. El año pasado las utilidades de estas compañías estuvieron en \$237 millones de dólares y esperamos que estemos en una cifra bastante similar en utilidades para 2019.

¿Qué representa El Salvador y Panamá dentro de toda la estrategia de Suramericana?

Representa mucho porque históricamente Panamá y El Salvador constituyen fundamentalmente nuestros primeros pasos para aprender a ser una compañía latinoamericana. Primero, representan un proceso de aprendizaje de haber salido de Colombia con decisión. Segundo, obviamente para nosotros es tener nuestra presencia en Centroamérica. Cuando nos internaciona-

+DATOS

Gonzalo Pérez

Es presidente de Suramericana de Seguros, además perteneciente a las juntas directivas de Bancolombia, Grupo Nutresa y Celsia. Es abogado, especialista en seguros de la Swiss Re en Zúrich. Suramericana es la octava aseguradora de la región por volumen de primas. Es filial de Grupo SURA (8170) y la aseguradora alemana Munich Re (98070). Está presente en nueve países y tiene 172 millones de clientes.



ELIUD RIVERA/AGENCI

“Históricamente Panamá y El Salvador constituyen fundamentalmente nuestros primeros pasos para aprender a ser una compañía latinoamericana”.

“Estamos hablando de \$42 millones en 154 proyectos en la región; en El Salvador y Panamá hay inversiones muy importantes”.

lizamos, tenemos varias razones, pero una de las razones más importantes es desarrollar los mercados. También es acompañar nuestros clientes, en su momento a los colombianos que van a El Salvador, segundo, acompañar los clientes de El Salvador y de Panamá en su expansión a América Latina.

¿Y en materia de mercado?

Para nosotros son muy importantes las dos compañías. El año pasado estuvimos sumando \$290 millones y si sumamos República Dominicana para hablar de Cen-

troamérica y Caribe, pues son \$350 millones, que ya que representa el 8 % de la producción total.

Lo que es más importante es cómo somos capaces de integrar economías e integrar regiones y entregarle capacidades a través de gestión de tendencias y riesgos del seguro a estas compañías.

En utilidades, Aseguros empieza a tener en El Salvador unas utilidades importantes, esperamos que llegue a los \$7 millones en Panamá, desde ya estamos hablando de \$22 millones de utilidad.

Pero lo importante realmente aquí es cómo somos capaces de acompañar a El Salvador, a Panamá y a República Dominicana en su crecimiento y cómo somos capaces también de acompañarlos en su expansión de mercado a los clientes y a las personas en toda América Latina.

¿Qué países y segmentos son los que están despruntando más?

Cada país tiene su particularidad y es lo que queremos, y estamos aprendiendo a ser llamados multi-países, para no hablar de multi-filas. Cada país tiene sus

fortalezas, crece muy bien. Panamá literalmente es el país donde los retornos están siendo mucho más importantes, pero creo que obedecen a la madurez de Suramericana en el mercado. El Salvador está creciendo el 48 %, que es un crecimiento alto, ya que volvimos a traer la póliza de Crecer en el previsual. Pero si bajamos el previsual, que es un negocio puntual, estamos creciendo ya al 13 %. Igualmente en materia de utilidades, puntualmente, está creciendo bastante bien por el 86 %.

¿Cuáles son sus políticas de crecimiento?

En todos los países sin excepción estamos sumando vida individual. También dentro de lo tradicional estamos sumando más tímidamente: salud. También como solución (estamos llevando) todas las seguras patrimoniales, que son las responsabilidades civiles. Las seguras patrimoniales los hemos sumado sin excepciones del río Grande hasta la Patagonia. Incluyendo pólizas por errores y omisiones o directores administradores.

¿Qué inversiones tienen planificadas para este año?

Estamos hablando de \$42 millones en 154 proyectos en la región, y en el caso tanto de El Salvador como de Panamá hay inversiones muy importantes que son una tecnología que nos va a permitir crear las plataformas para inclusive llegar a la “omnipresencia”, que es otra de nuestras vías de crecimiento, y estar donde, cuando y como el cliente quiera que estemos.

En el caso de El Salvador, vamos a tener dos inversiones importantes. La primera inversión es que vamos a inaugurar unas oficinas de a 3,600 metros (L), aquí es donde vamos a tener el centro para el desarrollo de las pymes.

Adicionalmente de la inversión que tenemos en tecnología, que suma los \$4 millones. En el tema de este traslado será una inversión muy cercana a los \$2 millones.

En el caso Panamá, estamos haciendo la inversión en agosto, va a ser también el primer piso de uno de los dos edificios que tenemos en Panamá. También invertiremos en tecnología \$42 millones. ●