

MULTILATINA ENTREVISTA

“Aún tenemos muchos mercados por conquistar”

Así lo considera Gonzalo Pérez, presidente de Suramericana, empresa que celebra sus 75 años.

Por FERNEY ARIAS JIMÉNEZ

En diciembre de 1944 la capital antioqueña estaba marcada por una actividad comercial e industrial creciente y diversa. Muchos emprendedores habían incursionado con éxito en diferentes actividades productivas, y ante la necesidad de un servicio que cubriera potenciales siniestros en fábricas y viviendas, 36 empresas y 151 personas naturales constituyeron la Compañía Suramericana de Seguros.

A 75 años de ese arranque son múltiples los hitos que ha fijado en el desarrollo de la industria aseguradora, financiera y la seguridad social. Hoy como una de las sociedades de servicios financieros del Grupo de Inversiones Suramericana (Grupo Sura), junto a Bancolombia y Sura Asset Management, la empresa que está bajo el liderazgo de *Gonzalo Alberto Pérez*, es el cuarto mayor grupo asegurador de origen latinoamericano, con operaciones en nueve países en los que contabiliza a más de 17 millones de clientes y 18.000 empleados.

¿Cómo resume el aprendizaje empresarial de 15 lustros de actividades?

“Compartimos unos principios y valores que genuinamente nos hacen prestar un servicio no para competir, sino porque nos hace, con un afán permanente por sorprender y ese es un reto infinito” (ver Antecedentes).

¿Qué le hace falta a la industria aseguradora?

“Este es un negocio de cuatro siglos y su penetración global es del 6 % del Producto Interno Bruto. Algo que estamos buscando es volvernos relevantes, porque algo que congeló esta industria es la frase aquella de que nos falta cultura del seguro. Pero cuando uno ve los teléfonos inteligentes uno pregunta, ¿cuál era la cultura que pidieron los usuarios de esa tecnología? Nunca se dijo que la gente no compraba un celular por falta de cultura, pero lo que tenían clarísimo los creadores de esos aparatos era que fueran relevantes para las personas”.

Entonces, ¿qué hace Suramericana para ser relevante?

“Vamos hacia la entrega de capacidades frente a riesgos futuros, es decir que no solo queremos ofrecer una solución para eventualidades

o amenazas, sino gestionar una serie de riesgos como el talento humano, la conectividad y la competitividad para las pequeñas y medianas empresas. Es un paso que estamos empezando a dar. También sabemos que con este tipo de productos, dada la falta de penetración, aún tenemos muchos mercados por conquistar, inclusive con el aseguramiento tradicional”.

Los últimos cuatro años han sido claves en la expansión de la compañía, ¿cómo describe esos avances que permitieron, por ejemplo, comprar la operación de Royal & Sun Alliance (RSA) en 2015 y llegar a México, Chile, Brasil, Argentina y Uruguay?

“Ese es un salto que obedece a muchas cosas. Una razón es cuando el mercado le queda pequeño, y no es propiamente que nos haya quedado estrecho el país. En nuestro caso hoy debemos tener, algo así, como el 25 % o 26 % de la participación de mercado que no es nuestro objetivo *per se*, lo que ya es una participación bastante relevante. Otra razón es que debemos

“Dirigir una empresa como Suramericana implica coherencia, porque la coherencia genera credibilidad y por eso hay que buscarla siempre”.

aprender de otros mercados y qué tenemos para llevarlos. Y la tercera razón es que tenemos que acompañar a nuestros clientes. Creemos que nuestra forma de ver y pensar en soluciones, nuestra forma de relacionamiento con los asesores y de creación de valor es aplicable en mercados como México o Brasil, y de hecho hoy lo estamos haciendo así y nos lo están reconociendo allá”.

¿Cómo lo están logrando?

“En un mundo en que una tendencia puede ser la dilución de fronteras en muchos sentidos, estamos lanzando lo que llamamos cliente sin fronteras. Es decir, cuando hablamos de coberturas regionales no nos interesa, por ejemplo, si el contrato de seguros de nuestro cliente es de automóviles, así si él se enferma en cualquier país de América Latina, excepto Cuba y Venezuela, le hacemos un acompañamiento. Entonces, todo eso es otra de las razones de la internacionalización, o sea es cómo vamos acompañando a los clientes en el viaje”.

¿Cuál es la valoración de estas experiencias?

“Un aspecto que aparentemente era el más difícil, por ser el negocio asegurador muy sensi-

ble, era conservar el mercado. En estos cuatro años no solo se conservó el mercado, sino que ligeramente ganamos participación en todos los países. Hay un dato que quiero hacer relevante. Cuando nosotros adquirimos las empresas de RSA, estas producían 1.100 millones de dólares. En este tiempo estas compañías han creado nuevos dólares constantes, otros 1.100 millones de dólares, entonces, en crecimiento creamos otra adquisición como la de RSA. Ahí ya vemos que estuvimos por encima de las expectativas. En cuanto al tema de siniestros estamos mejor de lo que esperábamos. Pero, en lo que no hemos cumplido, en que la reducción de gastos que esperábamos de esas compañías fuera más acelerada. En Colombia lo hicimos, bajamos de unos indicadores del 23 % al 10,5 %, y en cuatro años por fuera no hemos sido capaces de llegar a esa reducción”.

¿Qué otros mercados resultan atractivos?

“Hoy estamos concentrados en los nueve países en los que hacemos presencia y, obviamente, si cualquiera mira la huella de América Latina, hay un país muy importante que es Perú donde nosotros no estamos”.

¿Cómo cierra Suramericana el 2019?

“El 2019 claramente en utilidades netas no será un buen año para Suramericana, no porque no hayamos tenido utilidades, pues vamos cerrar en 400.000 millones de pesos, que es una cifra muy importante, pero tuvimos tres efectos adversos. Uno de esos impactos fue de Argentina, donde la valoración de los papeles le restó 90.000 millones de pesos a la utilidad neta. El segundo impacto fue por la reforma financiera del año pasado que tuvo un efecto de 58.000 millones de pesos, y el tercer tema es la EPS Sura que con la migración de los afiliados a las EPS que ha cerrado el gobierno, pues nos ha significado recibir 150.000 personas más de las que teníamos presupuestadas. Esos tres efectos





Gonzalo Alberto Pérez ha ocupado diversos cargos en Suramericana, compañía a la que ingresó en 1981. FOTO EDWIN BUSTAMANTE

◀ ANTECEDENTES

EL LEGADO DE GRANDES ANTECESORES

Gonzalo Pérez hace un reconocimiento a todas las personas que en 75 años han pasado por la compañía, desde los clientes que les han entregado la confianza, hasta los proveedores y asesores que la han hecho grande. De ese repaso hace parte Nicanor Restrepo, el empresario y humanista que convirtió la seguridad social en un compromiso del sector privado para llegar a la población desde la industria aseguradora. José Alberto Vélez quien ejecutó jugadas estratégicas e impulsando las prácticas de buen gobierno corporativo.

Retoma una frase: "En Suramericana dormimos en almohada de plumas", que repetía Jorge Molina Moreno, en su época de presidente de la aseguradora en las décadas de los sesenta y setenta del siglo pasado.

"Esas sencillas, pero simbólicas palabras ha sido norte de decisiones y acciones estratégicas, al saber que podemos equivocarnos muchas veces, y es nuestro deber reconocerlo, pero siempre por el camino de la legalidad, sin negligencias ni maniobras oscuras o por debajo de la mesa", se lee en la narrativa empresarial del Grupo Sura.

son 200.000 millones de pesos menos".

¿Qué anticipa para el año que viene?

"Pensaríamos en un crecimiento de 13,5% para estar cerca de los 16,5 billones de pesos en ventas el otro año, es decir un poco más de 6.000

millones de dólares, y ahí seguimos manteniendo el optimismo y un buen crecimiento. En materia de utilidades, estamos presupuestando una cifra cercana a 520.000 millones de pesos, o sea, 120.000 más que los 400.000 millones de este año".

¿Cuál es su opinión de las manifestaciones que se han observado en el país en el último mes?

"Esta es una observación muy personal, aquí está hablando Gonzalo Pérez, no está hablando Suramericana. La protesta es un derecho constitucional, entonces quien protesta está ejerciendo un derecho. Creo que el gran problema que hemos tenido es que hablamos entre los mismos, así que nos tenemos que sentar todos para saber cuáles son las diferencias y las coincidencias y qué podemos construir. En todo caso, nada justifica la violencia, el vandalismo o los delitos. Y si la Constitución nos concede el derecho a la protesta, no podemos olvidar que también nos da el derecho a la movilidad, entonces es necesario hacer que coincidan esos derechos" ■



EN DEFINITIVA

De origen paísa, Suramericana ha trascendido las fronteras y hoy su filosofía y vocación de servicio es modelo en Latinoamérica.