

10 AÑOS

critério

INVERSIONISTA

**“Consolidamos
nuestra
presencia
regional”**

Juana Francisca Llano,
presidenta de
Suramericana

**LAS CUENTAS
DE INGRESOS
Y GASTOS DEL
GOBIERNO
PARA 2024**



EN UN AÑO RETADOR SURA SE CONSOLIDÓ COMO ASEGURADORA LATINOAMERICANA



EN EL DIFÍCIL MARCO MACROECONÓMICO DEL INFLACIONARIO AÑO 2023, SURAMERICANA REGISTRÓ UN AUMENTO DE 14 % EN PRIMAS EMITIDAS Y DE 6 % EN SUS UTILIDADES. VENDIÓ DOS FILIALES EN EL EXTERIOR Y ENFOCÓ SU PRESENCIA INTERNACIONAL EN SIETE PAÍSES DE LA REGIÓN



LA CAPACIDAD QUE TIENE LA compañía que dirige para enfrentar coyunturas difíciles es uno de los factores que más destaca de Suramericana, su presidenta Juana Francisca Llano. Llegó a esa posición en 2020, cuando la pandemia amenazó socavar la solidez de muchas empresas y superar ese período sin daños a la estructura corporativa fue un desafío exigente.

Presidir una compañía como Suramericana tiene retos permanentes, porque se trata de una empresa con presencia en siete países latinoamericanos, una región donde la volatilidad de las economías afecta directamente a la industria aseguradora.

La presidenta de Suramericana hace, en este diálogo con Criterio Inversionista, un juicioso examen de las condiciones bajo las que se movió su industria en el inflacionario 2023, explica las estrategias que la compañía está impulsando, los nuevos modelos de negocio que emprendió y analiza la situación de su EPS filial, que tuvo un difícil año. Y desde luego, nos deja su opinión sobre la reforma a la salud que estudia el Congreso.

¿Cómo le fue al sector de seguros en Colombia el año pasado?

En general el mercado en Colombia creció un 7 % en relación con el año 2022. Es un mercado cuya penetración todavía se mantiene en el 3% del PIB, que es muy parecido al de Latinoamérica, que está en el 3.1 %.

En el mercado en Latinoamérica uno de los más desarrollados es el chileno que tiene alrededor de 4.1% de penetración. Eso nos muestra que en Colombia todavía hay muchas oportunidades de seguir desarrollando mercado y de llegar a muchas más personas. Hoy, el gasto per cápita en seguros en Colombia es de 181 dólares aproximadamente, contra 230 en la región, un *gap* que nos muestra la capacidad de seguir creciendo a pesar de circunstancias económicas políticas o sociales que lo hagan parecer muy difícil. En Sura siempre hemos dicho que el mercado en Colombia tiene muchas oportunidades en materia de seguros y llegar a muchos más segmentos.

¿Y el balance de Suramericana en el mismo año es satisfactorio?

Suramericana es una compañía que tiene presencia en siete países en Latinoamérica. Contamos con 20 millones de clientes. El año pasado crecimos un 14 % en primas emitidas. La utilidad que alcanzamos también creció con respecto al año anterior más o menos un 6 %.

El 2023 fue un año muy importante en materia de consolidación de las operaciones de Suramericana en la región. Realizamos dos desinversiones una en Argentina y otra en el El Salvador, y entonces nuestra huella regional se concentró en siete operaciones: México, República Dominicana, Panamá, Colombia, Chile, Uruguay y Brasil. Nuestra perspectiva entonces es la de concentrarnos en esos mercados. El 2023 en materia financiera fue un buen año para la compañía: cumplimos presupuestos llegamos, a las metas no obstante las dos desinversiones y el desempeño de la EPS, que tuvo un año difícil.



En 2023, Suramericana incursionó en un nuevo modelo de negocio, con la producción de vacunas, a la que se dedica su nueva empresa VaxThera

¿Cuáles innovaciones adoptaron en la estrategia de negocios?

En materia de estrategia, continuamos con la de entregar bienestar y competitividad a las personas y a las empresas en las sociedades, donde tenemos presencia.

Durante el 2023 nos enfocamos mucho en desarrollar nuevos mercados y nuevas propuestas de valor. Hicimos mucho énfasis en salud social y planetaria, que es nuestro concepto alrededor de la sostenibilidad, e hicimos mucho énfasis, por supuesto, en la rentabilidad de las operaciones.

Quiero resaltar que también hicimos mucho énfasis en los nuevos modelos de negocio. Creamos VaxThera, una compañía de desarrollo de vacunas aquí en Colombia, que viene creciendo muy bien e incluso en compañía de Sura Colombia lanzamos el programa personalizado de prevención y pudimos vacunar a más de 6.000 personas. Estamos desarrollando nuestro centro de producción de vacunas, que estaremos inaugurando más o menos en mayo. VaxThera desarrolla vacunas contra el covid-19, de la mano de la Universidad de Wisconsin y tiene otras alianzas a nivel global.

Tuvimos otro proyecto de nuevos modelos de negocio, alrededor de las mascotas. Estamos desarrollando un proyecto donde el eje será la salud de las mascotas. Tendremos centros veterinarios de la mano, en Colombia, de la Universidad CES de Medellín especialista en esos temas de atender la salud animal.

Otros logros que debo resaltar: lanzamos la unidad de tendencias y riesgos, que

trabaja con conocimiento especializado para llevarles a los clientes capacitación en gestión de riesgos estratégicos, en materia de sostenibilidad, en gestión de riesgos de transición, y que los puedan aplicar a su negocio en estrategias de desarrollo, pero también en el día a día.

En nuestro programa de salud social y planetaria, nos concentramos mucho en desarrollar conocimiento al interior de la compañía, porque queremos que esto sea un asunto genuino dentro de la organización: que todas las personas en cualquier proceso que tengamos dentro de la compañía pensemos en el impacto positivo o negativo que podemos generar en la sociedad, en el medioambiente y en terceros.

También nos dedicamos a establecer las mediciones de nuestra huella de carbono de los portafolios de movilidad y de propiedad y en cómo obviamente gestionar todos los impactos nuestros en el medioambiente.

En conclusión, el 2023 un año muy retador, pero muy exitoso en materia de desarrollo de nuevos productos y de resultados financieros para la compañía.

¿Por qué vendieron los negocios en Argentina y El Salvador?

Eso hizo parte del proceso de consolidación de la compañía. En Argentina veíamos un entorno macroeconómico muy complejo y no preveíamos la posibilidad de cambio en el corto plazo. Además, se nos dificultaba mucho, por ser una compañía externa, la gestión de ese riesgo macroeconómico.

En el caso de El Salvador, fue simplemente parte de un proceso de reacomodamiento de la compañía.

Dice que el 2023 fue un año retador. ¿Qué pasó?

Todo el contexto global. Fue un contexto inflacionario que venimos viviendo hace dos años y que obviamente golpea las economías personales. Entonces la penetración en materia de seguros se afecta. El seguro lamentablemente sigue siendo un instrumento que en las economías familiares, cuando hay dificultades se decide prescindir del mismo.

Claramente, nuestras economías se han visto restringidas en Latinoamérica. Entonces, ese fue uno de los retos que afrontamos con estrategias de fidelización, con



modelos operativos más fáciles para las personas, y con nuestro canal asesor, de la mano de la tecnología. Eso fue muy retador. Además, todos los procesos políticos en la región son retadores porque generan incertidumbre, que se traduce muchas veces en fenómenos económicos que no necesariamente ayudan al desenvolvimiento de los negocios. Y sin duda, para Suramericana, fue un reto la situación de EPS Sura.

¿Qué le ocurrió a EPS Sura?

Sin duda que fue un año muy retador para EPS Sura. No es un secreto que la compañía perdió su patrimonio en septiembre del año pasado. EPS Sura no cuenta con patrimonio. En el 2022 pierde 138.000 millones y en el 23 pierde 223.000 millones de pesos y con eso agota su patrimonio. ¿Qué sucede? Primero, que los colombianos estamos consumiendo más salud en los últimos dos años de la que consumíamos antes. Incluso, vemos en el grupo de sanos, un incremento

en el consumo de salud. Hemos estado estudiando eso, incluso el comportamiento a nivel global y vemos que parece ser un fenómeno poscovid. El hecho de que las personas estemos consumiendo más salud no está sucediendo solo en Colombia, sino a nivel global.

El otro punto es que nosotros tenemos que en Colombia, y eso lo celebramos, la salud es un derecho fundamental progresivo, y eso hace que tengamos una cobertura prácticamente ilimitada: los colombianos gozamos hoy de coberturas ilimitadas, pero los recursos son finitos. Entonces, necesitamos tener acuerdos interinstitucionales alrededor del sistema de salud y hacer sostenible el sistema, porque estamos consumiendo más recursos que los que este tiene,

Desde la óptica de ingresos y egresos, ¿dónde se originaron las pérdidas?

En que el ingreso es menor que la siniestralidad. Básicamente, de 100 pesos que

EL DATO

20

Millones de clientes tiene Suramericana en los siete países en los que está presente

recibimos, pagamos en siniestros, es decir, en la cirugía, en la incapacidad y en el medicamento 102.5 pesos.

¿Cómo podrá recuperarse la EPS?

Aunque perdimos al patrimonio, esta es una compañía que en materia de reservas técnicas está calzada. Entonces, Sura cuenta con las reservas técnicas adecuadas para cumplir con sus obligaciones con los prestadores. ¿Cómo se recupera un patrimonio? Pues a medida que va volviendo a generar utilidades. La perspectiva de este año no es buena, en tanto la UPC no es suficiente y estamos haciendo toda la gestión para mantener la compañía como todos la conocen y nuestro compromiso es ese con los usuarios y con el país: seguir prestando los servicios como lo ha hecho hasta ahora.

¿La raíz del problema, desde el punto de vista contable, es el monto de la Unidad de Pago por Capitación?

Sí, ahí hay un problema importante. La financiación, es decir, lo que nos gastamos, no corresponde con lo que nos ingresa.

¿Qué opina de la propuesta de reforma del sistema de salud?

Tenemos un sistema que ha ganado muchas cosas y eso no podemos desconocerlo. Hemos ganado universalidad,

accesibilidad, buenos sistemas de gestión de riesgo, pero sin duda tenemos una deuda con las zonas rurales del país. Nos tenemos que encargar de eso: es una realidad.

Hay otro desafío grande dentro del sistema, que es el talento humano: no tenemos el suficiente talento en el país y buena parte del que tenemos, debido a los determinantes sociales de los territorios, no quiere irse a ubicar en la ruralidad. Ese es otro desafío que tenemos que resolver.

Sin duda la financiación del sistema es otro desafío que corresponde a los gobiernos, y no solo a este, pero también es un asunto que tendríamos que trabajar desde lo cultural: cómo consumimos el sistema de salud y cómo cuidamos entre todos ese sistema, porque ese sistema le cuesta al país y, al final del día, nos cuesta a todos los colombianos.



¿Cree adecuado el rol de las EPS en el sistema que propone la reforma?

Debido a que tenemos ese derecho fundamental progresivo, esa cobertura ilimitada, es muy difícil para un particular asumir en sus estados financieros la volatilidad de un sistema tan ilimitado en la cobertura, y por eso nosotros creemos que el riesgo financiero lo debe asumir el Estado. En esa medida, las EPS deberíamos ser gestoras, pero gestoras que asumamos el riesgo en salud de los colombianos, todas las modelos de gestión de salud y que podamos representar a los afiliados. Es decir, que el usuario escoja su EPS y si tiene que ponerle una tutela no es a una clínica sino a tu gestora. Que esa gestora, además, sea capaz de establecer las redes de atención con todas las prestadoras de servicios de salud. Esa es la gestora que Sura se imagina. No está necesariamente así en la reforma y lo estamos conversando con el Gobierno.

En conclusión, Sura sí cree que necesitamos reforma en el país, sí estamos de

acuerdo en que necesitamos trabajar en el acceso, si estamos de acuerdo en que necesitamos ir a la ruralidad, sí estamos de acuerdo en que necesitamos fortalecer la atención primaria en salud y fortalecer la prevención y promoción, y estaríamos de acuerdo en ser gestoras, con cambios en aspectos que no necesariamente compartimos con el Gobierno, y que este ya sabe. Es nuestra responsabilidad discutirlo en todos los escenarios en donde lo podamos discutir y eso es lo que estamos haciendo.

¿A pesar de las pérdidas de la EPS, Suramericana aumentó sus utilidades?

Crecieron un 6 % anual. Fueron unas utilidades de 595.000 millones de pesos. Es satisfactorio que la diversificación de la compañía en líneas de negocio y en países tuvo buenos resultados, porque a pesar de un de una volatilidad tan fuerte en una de sus líneas de negocio las otras fueron capaces de sostener el resultado de la organización.

¿Cuál es el renglón de negocio más rentable?

Dentro de las líneas la operación de Colombia es la más grande. Este año cumplimos 80 años. El negocio de vida, en las regiones, viene creciendo bien, con buena diversificación y dando buenos resultados. También el negocio de movilidad viene recuperándose y son las dos líneas que el año pasado empujaron más el crecimiento de la compañía.

La proporción de penetración de los seguros 3 %, es muy baja...

Es una penetración muy bajita. Por eso vemos que tenemos muchas posibilidades de desarrollar nuevos mercados y nuevos segmentos. Si pensamos que la economía no va a crecer y que eso afecta a la industria, es cierto, pero aún así hay territorio para crecer.

¿Ese indicador es bajo porque las aseguradoras no han sabido promover el sistema o porque los latinoamericanos no nos preocupamos por asegurarnos?

La responsabilidad primero es de nosotros. Necesitamos trabajar en seguros más personalizados, más flexibles, más contextuales. Necesitamos trabajar en seguros que respondan más a las necesidades de las personas en el corto plazo. Los latinoamericanos, por muchísimas razones históricas, geográficas y de riesgos de la naturaleza, vemos más el corto que el largo plazo, y en muchos casos los seguros son más de largo plazo. Necesitamos entender también eso y cómo balancear los aseguramientos. Necesitamos entonces trabajar en lenguajes distintos, en canales distintos, en formas de aproximación.

¿En Latinoamérica quiénes son los grandes competidores de Sura?

Somos la tercera aseguradora latinoamericana en la región. Antes de nosotros están los bancos brasileños que son muy muy grandes. Sobre los grandes competidores en Latinoamérica, eso tiene dos perspectivas: jugadores regionales o globales y jugadores locales. En cada uno de los países normalmente al líder de mercado es un local y esos son jugadores que hay que mirar para entender qué es lo que hacen para ser líderes, como la capacidad de tomar decisiones, la presencia sobre todo en las regiones y no solo en ciudades capitales, los modelos de atención, la inversión en talento humano. Y hay jugadores regionales como Mapfre o Zúrich, que tienen presencia regional como la tiene Sura.



Suramericana tomó en el año 2023 la decisión de enfocarse en los mercados aseguradores de México, Brasil, Colombia, Chile, República Dominicana, Panamá y Uruguay, y salir de Argentina y El Salvador, países donde vendió las compañías que poseía