

SEGUROS

ASESUISA  
Una empresa **SURA**



200

MEMORIA  
DE LABORES  
2021



## 1. Recorriendo la historia de Centroamérica, Bicentenario de Independencia 1821 - 2021

Actualmente, El Salvador es una de las seis repúblicas de la América Central; comparte con ellas muchas historias en común, pero también, como es de esperarse, existen diferencias en cada uno de los procesos de desarrollo histórico de las naciones centroamericanas.

En la América hispana, desde finales del siglo XVIII e inicios del siglo XIX, se estaban labrando conflictos por el poder de los cabildos, vinculados a la situación económica, política, étnica y social. Esto llevó a imaginar que era necesario un cambio en la sociedad, no sin antes pasar por una serie de transformaciones y una multiplicidad de conflictos al interior de las provincias. Ya para la primera década del siglo XIX muchas regiones de la América española habían decidido romper con la metrópoli, España.

Además en Centroamérica, desde la década de 1810, se volvieron cada vez más insostenibles las relaciones marcadas por los intereses de la administración colonial, los grupos de poder criollos y demás individuos que conformaban la diversidad de la sociedad. Esto llevó al malestar que desembocaría posteriormente en revueltas, levantamientos y motines en varias provincias de la región.

Los movimientos insurgentes de San Salvador de 1811 y 1814, en donde participaron hombres y mujeres, indígenas, mulatos, ladinos y criollos, fueron la base que culminó con la firma del acta de independencia de Centroamérica en septiembre de 1821.

Justamente el 15 de septiembre de 1821, en la ciudad de la Nueva Guatemala de la Asunción, se rubricó el Acta de Independencia de los territorios comprendidos en el Reyno de Goathemala, que los llevó a desligarse de la Monarquía Española, rompiendo así con casi tres siglos de dominio colonial hispano.

Definitivamente, este hecho marcó un punto de inflexión en la historia política, económica, social y cultural del istmo centroamericano; aunque como sabemos, no necesariamente se constituyó de inmediato en un Estado con autonomía política. Varias décadas después, se conformaron los Estados Nacionales que hoy en día conocemos.

Doscientos años después de este hecho se evocó el denominado "Bicentenario de la Independencia de Centroamérica", una efeméride que trajo consigo el repensar y rememorar la compleja historia de avatares de las naciones centroamericanas. En este marco de conmemoración de tan importante suceso, ASESUISA, una empresa SURA, celebra, elogia y aplaude a la sociedad salvadoreña emprendedora que, día a día, sobrellevando los múltiples obstáculos que se interponen en el camino, se dispone a alcanzar las metas propuestas y asegurar su bienestar.

Grabado de la Catedral de San Salvador (L'Amérique Centrale et Meridionale, Louis Enault, Paris, 1867).

Foto de portada: Monumento a los Próceres, 1811 - 1911. Plaza Libertad".





# CONTENIDO

1.	Recorriendo la historia de Centroamérica, Bicentenario de Independencia 1821 - 2021	2
2.	Mensaje de la Presidente de la Junta Directiva	6
3.	Junta Directiva	8
4.	Comités de Apoyo	9
5.	Estructura Organizativa	10
6.	Direccionamiento Estratégico	12
	6.1. Estrategia y objetivo estratégico	
	6.2. Principios estratégicos	
	6.3. Nuestra cultura ¿en qué creemos?	
	6.4. Grupos de interés	
7.	Vicepresidencia de Seguros	16
	7.1. Canales y Accesos	
	7.1.1. Canal Asesores	
	7.1.2. Canal Afinidades	
	7.1.3. Canal Directo	
	7.1.4. Acceso Digital	
	7.2. Portafolios	
	7.2.1. Salud	
	7.2.2. Autonomía	
	7.2.3. Movilidad	
	7.2.4. Competitividad	
	7.2.5. Conectividad	
	7.3. Reaseguro	
8.	Vicepresidencia Financiera	52
	8.1. Estados Financieros	
	8.2. Gestión de Proveedores	
9.	Talento Humano	60
10.	Experiencia del Cliente	66
11.	Gestión Integral de Riesgos	70
12.	Proyectos	74
13.	Comunicaciones y Mercadeo	78
14.	Responsabilidad Social Corporativa	84
15.	Informe de Auditores	90

## 2. MENSAJE DE LA PRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA

Juana Francisca Llano

**Nuestra responsabilidad de cara al cliente es indemnizar, y nuestra propuesta de valor, resolver y potenciar para brindar protección, pero además entregar bienestar y competitividad sostenible.**

Un especial saludo a los accionistas de Seguros SURA S.A. y Filial, así como a quienes acceden a este documento sobre la gestión de la Compañía en el año 2021:

Uno de nuestros grandes objetivos es conectar con las personas, así como aportar a la competitividad sostenible de las organizaciones, tejiendo una malla protectora en la sociedad. Buscamos ser relevantes, pertinentes y conocer mejor la evolución del consumidor evaluando sus comportamientos y actitudes y los riesgos a los cuales está expuesto, para entenderlo mejor y poder ofrecerle soluciones de acuerdo con sus necesidades. Esto lo hacemos al llevar una visión estructurada del entorno mediante la gestión de tendencias y riesgos.

Nuestra responsabilidad de cara al cliente es indemnizar, y nuestra propuesta de valor, resolver y potenciar para brindar protección, pero además entregar bienestar y competitividad sostenible.

En este documento compartimos los resultados principales de la gestión de la Compañía en el año 2021, fruto de nuestra estrategia que, en un periodo con

pandemia de principio a fin, evidencia el crecimiento y consolidación de ASESUISA como gestora de tendencias y riesgos, y nos motivan a continuar rompiendo brechas como referentes en la industria, en constante evolución y comprometida con el desarrollo de El Salvador.

Para 2021 la situación de COVID-19 en el país continuó afectando a los asegurados pese al ritmo de vacunación, que finalizó el año con el 70% de la población vacunada. Este periodo se caracterizó por ser un año de importantes contrastes, en el que el portafolio de Autonomía no fue la excepción. Por un lado, el país contó con acceso, relativamente rápido y gratuito, a las vacunas; sin embargo, a pesar de que el ritmo de vacunación del país estuvo entre los mejores de la región, el COVID-19 continuó siendo de alto impacto para El Salvador, ocasionando un segundo pico de contagios en enero y otro más adelante en septiembre. Simultáneamente, ASESUISA experimentó un segundo año consecutivo de alta siniestralidad, en congruencia con la realidad del entorno. A lo largo del año, ASESUISA acompañó alrededor de 4,9020 familias, indemnizando con más de US\$ 34.5 millones, de los cuales el 34% representó siniestros causados por la pandemia.

Por otra parte, la Compañía también tuvo que adaptarse rápidamente en sus procesos, sistemas y talento humano, a la implementación del uso del Bitcoin, criptomoneda de curso legal en El Salvador, siendo la primera filial en Latinoamérica en realizarlo.

Adicionalmente, en respuesta a las tendencias del entorno relacionadas a la tecnología, comunicaciones e Industria que están influyendo en los patrones de consumo e interacción de las personas, lanzamos la Sucursal Digital. Este es el primer modelo de ventas y relacionamiento virtual de seguros en El Salvador, convirtiéndonos a su vez en la primera filial en adoptar el modelo de e-commerce de la Compañía. Desde esta área se busca una transformación digital de los accesos y operaciones, que brinden a los usuarios una experiencia unificada y simple, respondiendo a las nuevas necesidades y a la facilidad de acceso al portafolio de seguros. El foco es potenciar, completar y unificar el ciclo de las soluciones, a través del ecosistema digital. Gracias a la observación permanente del entorno y el conocimiento de la evolución del consumidor, hoy más que nunca, estamos obligados a anticiparnos y ser relevantes y pertinentes.

En 2021 la gestión realizada en las diferentes áreas se expresa también en los resultados financieros: crecimos

9.6% en primas frente a 2020, excluyendo el negocio de Invalidez y Supervivencia; al incluirlo decrecimos 4.1%, debido a la proporción que representa este negocio. Otros indicadores del fortalecimiento de la Compañía se asocian con la gestión eficiente del capital, destacando un indicador de gasto de 11.8%, que abonan a obtener un ROE positivo de 1.3%.

Estos indicadores reflejan la solidez y resiliencia de la Compañía, así como su flexibilidad de adaptación y apertura al cambio. Nuestro talento humano, comprometido con dar lo mejor de sí, es el principal habilitador de la estrategia, lo que nos permite ser la aseguradora preferida por los salvadoreños y referente en el sector.

Vemos con entusiasmo el 2022, que sin duda, será retador, pero con muchas oportunidades. Nos consideramos motor para la transformación de la comunidad y tenemos la oportunidad de centrarnos en contribuir a sociedades más equitativas, inclusivas y sostenibles. Por ello continuaremos trabajando para entregar capacidades a través de un portafolio de valor basado en nuestro conocimiento profundo del entorno, de las tendencias y de los riesgos, que tenga como ejes las capacidades que hemos priorizado en términos de Salud, Autonomía, Movilidad, Competitividad, Conectividad y Hábitat. Seguiremos evolucionando e innovando para entregar capacidades a las Pymes salvadoreñas, apoyando con ello a la reactivación y recuperación de la economía.

No me queda más que reconocer y agradecer, en nombre de la Junta Directiva, a nuestros colaboradores por su compromiso, fortaleza y capacidad de reinventarse para que ASESUISA/SURA evolucione día a día; a nuestros asegurados, que son nuestra razón de ser, por la confianza que han depositado en la Compañía y que nos han permitido acompañarlos en todo momento; y a los accionistas, por su respaldo y apoyo en nuestra gestión.

Los invito a leer el presente informe para conocer en detalle la gestión realizada en el año 2021.

Atentamente,

Juana Francisca Llano  
Presidente Junta Directiva

### 3. JUNTA DIRECTIVA



**Juana Francisca Llano Cadavid**  
Directora Presidente

**Juan Fernando Uribe**  
Director Vicepresidente

**Joaquín Palomo Déneke**  
Director Secretario

**Luis Enrique Córdova**  
Director Suplente

**Eduardo David Freund**  
Director Suplente

**John Uribe Velásquez**  
Director Suplente

### 4. COMITÉS DE APOYO

#### COMITÉ DE RIESGOS

**Eduardo David Freund** | **Luis Enrique Córdova** | **Gloria María Estrada**  
Presidente | Miembro | Miembro

#### COMITÉ DE AUDITORIA Y FINANZAS

**Joaquín Palomo Déneke** | **Juan Fernando Uribe** | **Juan Camilo Arroyave**  
Presidente | Miembro | Miembro

#### COMITÉ DE ÉTICA

**Marcela Morán** | **Carmen Aída Lazo** | **Ricardo Santos** | **Enrique Morales**  
Gerente de Talento Humano | Gerente de Riesgos | Gerente Legal | Auditor Interno

# 5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

**Enzo Bizarro**  
Presidente Ejecutivo

**Roberto Ortiz**  
Vicepresidente Financiero

**Juan Esteban Vásquez**  
Vicepresidente de Seguros

**Enrique Morales**  
Auditor Interno

**Ricardo Santos**  
Gerente Legal

**Marcela Morán**  
Gerente Talento Humano

**Gabriela Barrow**  
Gerente Comunicaciones y Mercadeo

**Nubia Henríquez**  
Oficial de Cumplimiento

**Carmen Aída Lazo**  
Gerente de Riesgos

**Roberto Alexander Sorto**  
Gerente de Operaciones y Tecnología



# 6. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

## 6.1. ESTRATEGIA



## OBJETIVO ESTRATÉGICO



## 6.2. PRINCIPIOS ESTRATÉGICOS

- RESPONSABILIDAD**  
Es cumplir con nuestros compromisos y con la palabra, haciéndonos cargo de nuestras acciones y consecuencias, velando por el bien de la Compañía y la comunidad en general
- RESPECTO**  
Es reconocer al otro y aceptarlo tal como es, teniendo en cuenta sus puntos de vista y opiniones, considerando sus derechos, sentimientos y necesidades
- EQUIDAD**  
Es tratar con igualdad y justicia a todas las personas  
Es actuar en función del bien común
- TRANSPARENCIA**  
Es ser consecuente entre el decir y el hacer  
Es actuar con claridad y rectitud sin ocultar información respetando la confidencialidad  
Es vivir el día a día, de manera ética y honesta



## 6.4. GRUPOS DE INTERÉS

Con el objetivo de crear relaciones a largo plazo, hemos definido líneas de acción con los grupos de interés, basados en nuestros principios.

### ACCIONISTAS

Continuar fortaleciendo la confianza en la Compañía, y contar con el acceso a la información clara, completa y oportuna

### COMUNIDAD

Contribuimos con el desarrollo y la calidad de vida del país, mediante la participación en proyectos de responsabilidad social corporativa

### ESTADO Y REGULADORES

Fortalecemos el sistema de Buen Gobierno y de control de la Compañía. Damos cumplimiento a las normas y requerimientos específicos de los diferentes entes del estado, y participamos activamente en las iniciativas de ley enfocadas en el desarrollo económico y social de El Salvador; así como aquellas que apoyen el fortalecimiento de la Industria

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Contribuimos a la generación de una opinión pública favorable y divulgamos información pertinente sobre la gestión de la Compañía y otros temas de interés, de acuerdo con los objetivos establecidos de reputación y marca

### COLABORADORES

Buscamos fortalecer el desarrollo del talento humano, nuestra cultura organizacional, la pasión de servicio y brindar la mejor experiencia a nuestros grupos de interés y el trabajo en equipo basado en propósitos comunes

### PROVEEDORES Y ALIADOS

Fortalecemos las relaciones de largo plazo para el logro de los objetivos estratégicos, creamos valor y aportamos a su sostenibilidad y competitividad

### GREMIOS Y ASOCIACIONES

Participamos en la construcción de acciones positivas y relevantes para contribuir al desarrollo de la sociedad

### CLIENTES

En ASESUISA entregamos bienestar y competitividad sostenible a nuestros clientes, a través de una gestión eficiente de sus riesgos y un completo portafolio de soluciones, que no solo indemnice ante eventos inesperados, sino que resuelva situaciones de su cotidianidad, y más importante aún, potencie su competitividad y bienestar.



# 7. VICEPRESIDENCIA DE SEGUROS



## 7.1. CANALES Y ACCESOS

### 7.1.1. CANAL ASESORES

El Canal Asesores cerró el 2021 con un crecimiento del 24% en relación al periodo anterior, esto se debió principalmente a la recuperación de las soluciones más importantes del portafolio, Movilidad con un 27%, Salud con un 20% y Vida Individual con 17%. Adicionalmente, se destaca el crecimiento de las soluciones de Vida Colectivo-Deuda 57%, Técnico/Ingeniería 158% y fianzas 775%, estos resultados demuestran el éxito del enfoque de la estrategia orientada a empresas del sector alimentos y construcción.

La adjudicación de dos nuevas promotoras, Colonia Escalón y Santa Tecla, generará mayor posicionamiento de ASESUISA en el área metropolitana, creando cercanía con clientes y asesores

A pesar de los retos que trajo consigo la pandemia COVID-19, el 2021 fue un período para consolidar nuevas condiciones y recuperarse por el impacto del año anterior. En ese sentido, el Canal logró una maduración de estrategias comerciales que impulsaron la productividad; adicionalmente, se desarrolló de forma sistemática y estratégica capacitaciones estructuradas para gestionar los riesgos del mismo, dinamizar asesores y desarrollar el sector empresarial (PYME), con el objetivo de continuar con la creación y seguimiento de planes de trabajo, sustentado en conversaciones relevantes con clientes, asesores y equipo comercial, que permitan desarrollar los sectores de Alimentos, Restaurantes, Comercio, Construcción, Manufactura y Seguridad. Asimismo, formar asesores integrales para entregar bienestar y competitividad a las personas y empresas.

### PROMOTORAS

Las dos primeras promotoras, Santa Elena y San Luis, que surgieron como las primeras oficinas del modelo entre 2019 y 2020, el 2021 les ha permitido ir madurando y adaptándose a la nueva normalidad, generando mayor pertenencia e identificación con los asesores, mejorando las promesas de servicio y aportando valor a la gestión.

Asimismo, a finales del año, se realizó el proceso de licitación y adjudicación de dos nuevas promotoras, Colonia Escalón y Santa Tecla, que generará mayor posicionamiento de ASESUISA en el área metropolitana, creando cercanía con clientes y asesores y ampliando la capacidad de atención.

A continuación, se presentan los resultados por sucursales y promotoras:

Sucursales y Promotoras	Meta Producción Total 2021	Crecimiento
San Salvador	49,2 M	22%
San Miguel	3,6 M	53%
Santa Elena (Promotora)	2,5 M	25%
San Luis (Promotora)	1,9 M	19%
Santa Ana	1,0 M	47%
Total	58,2 M	24%

## ESTRATEGIAS COMERCIALES

El Canal continuó implementando estrategias comerciales para generar la capacidad de resiliencia a las nuevas condiciones del entorno, presentar una propuesta de valor relevante, aumentar la dinámica de negocios nuevos y tener mayor presencia y penetración en los sectores con mayor auge en la economía del país.

A continuación, se destacan los resultados de las principales estrategias:

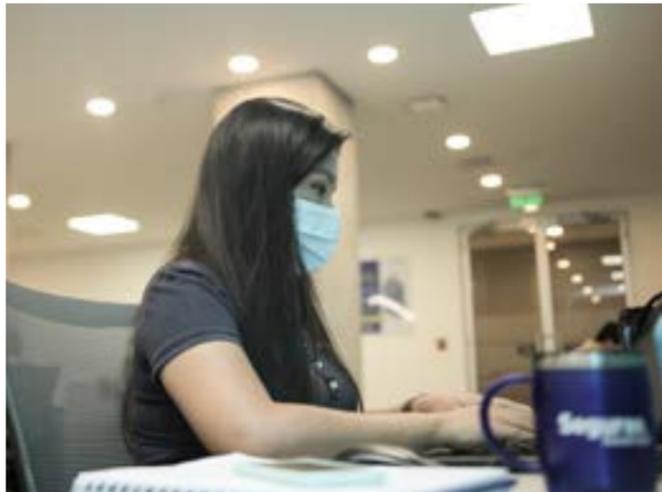
Estrategias comerciales	Producción Nueva 2021 (en millones de dólares)
Desarrollo de mercados y segmentos "clientes objetivo"	3.60
Venta cruzada de negocios Empresariales	1.50
Atracción de clientes nuevos en Fianzas	0.40
Venta cruzada en Vida Individual	0.37
Dale vida a tu Salud	0.10
<b>Total de negocios nuevos</b>	<b>5.97</b>

Adicionalmente se ejecutó el plan de trabajo de Experto PYME con 25 asesores, que consistió en brindarles formaciones, acompañamiento para prospección de clientes, definición de metas de ventas y estructuración de un plan de reconocimiento. Como resultado de este esfuerzo se logró más de 300 nuevos clientes PYME.

Por otro lado se llevaron a cabo campañas con el objetivo de aumentar la productividad de las soluciones del portafolio:

- Salud: "Relax con lo esencial"
- Vida Individual: "Cuídate por ti, cuídate por tu familia" "Black Days" (Vida Múltiple)
- Movilidad: "Gana más con movilidad"
- Competitividad/ Hogar: "Protege a nuestros seres queridos" "Ajuste de Tarifa y comisión"





## MODELO DE GESTIÓN (PRODUCTIVIDAD Y CONSERVACIÓN)

Como parte de la transformación del Canal, se continuó trabajando en activar mayor cantidad de asesores y aumentar la dinámica comercial, impactando positivamente los indicadores de productividad. Los principales resultados fueron:

Asesores cotizando	836
Número de asesores reactivados	135
Número de cotizaciones	66,543
Número de pólizas	19,748
Porcentaje de efectividad de cierre	30%
Índice de renovación sobre primas	90%

También, se seleccionaron 45 asesores de la unidad administrativa para implementar un nuevo modelo de gestión de acompañamiento y seguimiento, e impulsar su propósito empresarial, logrando así aumentar la productividad en un 50%.

Como parte de la gestión del "Plan de Reconocimiento" 2021, que tiene como propósito aumentar la productividad del Portafolio, a continuación se presentan los logros obtenidos:

Retos	Número de Asesores Ganadores	Porcentaje de Crecimiento de Asesores
Bono Mensual	253	37%
Bono Trimestral	104	
Noche de Los Mejores	97	
Convención Anual	55	



## MODELO OPERATIVO

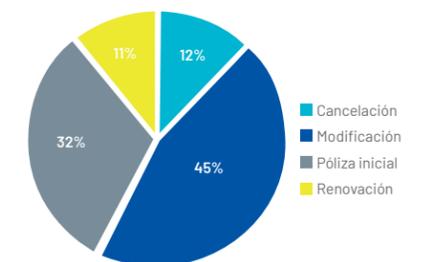
Durante 2021, el Canal impulsó con los asesores el uso del ecosistema digital, el cual le permite autogestionarse y disminuir la operatividad al equipo comercial. Para el Canal es fundamental seguir brindando la mejor experiencia y funcionalidad de las plataformas, es por esto que se realizó una actualización en la aplicación de Autogestión de Asesores para la solicitud de endosos de pólizas y mejorar los tiempos de respuesta.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

### Solicitudes recibidas por Autogestión

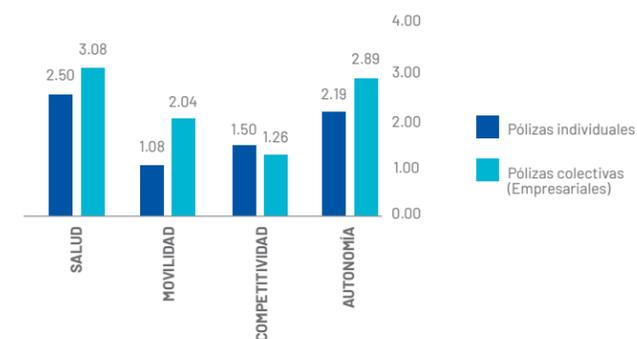


### Tipo de solicitud (Varios)



Se alcanzó un cumplimiento de 90.30% en la promesa de servicio del Portafolio:

### Promesa de servicio en días 2021



Por otro lado, se mantuvo una comunicación constante acerca de cambios o actualizaciones en políticas de suscripción, nuevos procesos, promesas de servicios entre las diferentes áreas de operaciones. Esto permitió obtener una mejor calificación de satisfacción por parte de los asesores, la cual asciende a 4.2 de un total de 5.

## PROGRAMA ASESOR EMPRESARIO

Teniendo como premisa principal generar competitividad a los asesores y gestionar el conocimiento, se continuó desarrollando y fortaleciendo la “Academia Virtual Asesor Empresario”, la cual en 2021 consistió en un pensum de formación estructurado, equivalente a más de 70 horas, enfocado en las siguientes áreas: Desarrollo de competencias, Desarrollo de segmentos y mercados, Conectando con el Portafolio, Metodologías de venta y Desarrollo empresarial, con el fin de potenciar las habilidades, conocimientos y capacidades a más de 220 asesores, quienes lograron un crecimiento en sus ventas del 21%.

En 2021, desde Desarrollo de segmentos y mercados, se creó en *Spotify*, el “Podcast ASESUISA- Asesor Empresario”, en el cual se lanzaron 12 podcast relacionando al modelo de ventas con el Portafolio, junto con sus respectivos boletines digitales de prospección.

Asimismo, se impartieron seis *webinars* relacionados al desarrollo de competencias en temas relevantes como:

- Liderazgo, estrategia y acción
- Comunicación cómo habilidad para la venta de servicios
- Protocolos de la comunicación
- Tips de negociación: escuchar y resolver
- Inteligencia emocional



En paralelo se llevaron a cabo cinco talleres relacionados al desarrollo empresarial con asesores seleccionados de cada segmento:

No. de Asesores	Unidad Comercial	Tema de taller	No. de horas
30	Formación y Desarrollo	5 Técnicas de cierre sencillas y eficaces	4
15	Profesionales	Orientación estratégica	16
4	Empresarios	Modelamiento estratégico	15
20	Continuidad	Diplomado en gestión de empresas familiares	24

Todas estas iniciativas enfocadas en entregar conocimiento y desarrollar competencias al asesor, resultan en una mayor competitividad en sus empresas que les permite atraer, fidelizar y desarrollar a sus clientes. Es claro el objetivo, en los próximos años el Canal continuará fortaleciendo los conocimientos a todos los asesores activos para seguir siendo referentes en el sector e impulsar el desarrollo de la economía del país.

## 7.1.2. CANAL AFINIDADES

A partir de agosto 2021, el canal de afinidades se unifica, consolidando la gestión de todos los negocios masivos de ASESUISA, ya sea a través de aliados en el sector financiero y no financiero. El propósito de la unificación es fortalecer el equipo, hacer sinergias y compartir experiencias que permitan la diversificación de aliados comerciales para tener mayor alcance en los segmentos de clientes objetivo y la diversificación de accesos dentro del Canal.

Uno de los hitos importantes durante el año 2021 es el cambio en el modelo de negociación en televentas con nuestro principal comercializador en el sector bancario. De esta manera, ASESUISA tendrá mayor autonomía y capacidad de gestión directa con los diferentes proveedores de televentas, con el objetivo de alcanzar un crecimiento del 20% para el año 2022. Así

mismo, este modelo habilita la posibilidad de diseñar estrategias comerciales con otras afinidades.

La diversificación es y seguirá siendo un reto importante en la gestión del Canal, con especial foco en prospectar y desarrollar aliados de gran alcance en otros sectores diferentes al bancario, lo cual es mucho más relevante en el contexto actual. Ya que durante el año 2021, se ha observado una desaceleración en las primas de carteras vinculadas a créditos, y así mismo una disminución en la productividad de seguros voluntarios, teniendo como resultado una caída en clientes de 1.9% en comparación al 2020.

El ajuste de condiciones en la suscripción en carteras colectivas de personas ha sido clave de cara a la rentabilización en un mediano plazo, especialmente dado el impacto en siniestralidad por la

pandemia COVID-19. Al cierre del año 2021, el Canal alcanzó un crecimiento de 1% en primas emitidas con respecto al año anterior, dichas primas son impulsadas por los seguros voluntarios para el segmento de personas y Pymes, los cuales representan un 54% de la producción, mientras que los seguros de deuda y corporativos aportan el 46% restante a la misma.

El crecimiento fue apalancado principalmente por soluciones dentro del portafolio de Autonomía, las cuales representan el 71% de las primas emitidas del Canal. Por su parte, las soluciones de Movilidad representan el 11%, Competitividad Empresarial un 15% y Salud un 3%.

Los focos de gestión desarrollados durante el año 2021 fueron:

**GESTIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD** a través del seguimiento a indicadores comerciales claves, implementación de programas de capacitación continua y acompañamiento cercano en el desarrollo de competencias para fortalecer el proceso de asesoría. La venta responsable y sostenible ha sido un factor muy observado en el entorno político regulatorio del país; por lo tanto, además de los planes de formación, se implementaron diferentes estrategias para comunicar al cliente con claridad las condiciones del seguro, por ejemplo: videos cortos en lenguaje simple destacando las coberturas principales y encuestas para la medición de la experiencia de compra.

**CONSERVACIÓN DE LA CARTERA**, a través de estrategias que buscan reforzar los beneficios más relevantes del Portafolio y de esta forma aumentar la permanencia del cliente con la Compañía. Éste elemento es clave en los negocios masivos y ha sido un reto particularmente en el año 2021, en el cual se alcanzó un índice de renovación del 79%, menor en un 8% en comparación al 2020. Motivo por el cual, se implementó un plan piloto en conjunto con nuestro aliado comercial, sobre un modelo analítico de propensión a cancelar, el cual nos permite ser más asertivos en la oferta de productos al cliente, según sus ingresos, capacidad de pago y otras variables. El modelo continúa en versión piloto iterando

los resultados y afinando variables. El reto para el 2022 será integrarlo al flujo de emisión de pólizas y flexibilizar los parámetros con rapidez y oportunidad.

Asimismo, la comercialización de productos adecuados a la capacidad de pago del segmento de clientes objetivo, es clave para mitigar la cancelación por mora y a solicitud del cliente. Parte de los retos para el 2022, es diseñar un modelo de relacionamiento directo con el cliente, que permita en primer lugar definir soluciones relevantes para el segmento, y comunicar adecuadamente dichos beneficios, trascendiendo de notificaciones transaccionales, hacia comunicaciones y tácticas con el objetivo fidelizar.

**REDISEÑO DE PROCESOS CRÍTICOS** de alto volumen apalancando la eficiencia operativa y entregando herramientas de autogestión al Canal. Entre algunos logros obtenidos en este frente durante el 2021, fue la optimización del proceso de modificaciones postventa, reduciendo la promesa de servicio de cinco días a un día hábil de cara al cliente, y logrando una reducción estimada del 75% en las horas dedicadas al proceso.

En el camino hacia la recuperación, la sinergia entre el desarrollo y la entrega de soluciones y capacidades que agreguen valor en el contexto

económico y social del país fue fundamental. Para los segmentos atendidos dentro del Canal, el acompañamiento de Empresas SURA para las Pymes y la incorporación de servicios tangibles relacionados a la salud en los productos de Autonomía ha sido muy relevante, el reto es que desde los accesos se debe continuar acercando de forma efectiva esos beneficios con el objetivo de atraer y fidelizar a más clientes y contribuir a la rentabilidad sostenible.

### REESTRUCTURACIÓN DEL CANAL AFINIDADES

con el objetivo de focalizar al equipo de cara a la gestión del riesgo de concentración y dependencias, organizando la estructura en función de las etapas de desarrollo de un affinity: exploración, abordaje, diseño de la propuesta de valor, implementación y crecimiento. Es sumamente significativa la conexión con el macro proceso de Gestión de Mercados y Segmentos, para identificar aliados de gran alcance en los públicos objetivo y para ofrecer productos o soluciones que sean afines y relevantes bajo un modelo operativo flexible y pertinente. Una vez establecida la relación comercial, es crítica la gestión del equipo comercial para desarrollar los aliados existentes y fortalecer su crecimiento y aporte a la producción y rentabilidad sostenible.



Hemos implementado diferentes estrategias para comunicar al cliente con claridad las condiciones del seguro



### 7.1.3. CANAL DIRECTO

El propósito es atender y servir a clientes de forma directa, reforzando la estrategia de la Compañía, de forma que:

- Se materializó el modelo de ventas SURA de punta a punta
- Se desarrolló un relacionamiento que consecuentemente, la fidelización y la retención sea la más alta de la Compañía
- Se obtuvo un conocimiento integral del cliente que permitió a ASESUISA anticiparse a sus necesidades por medio del testeo y retroalimentación de los servicios y así darles potencia a los demás canales

El Canal se compone de:

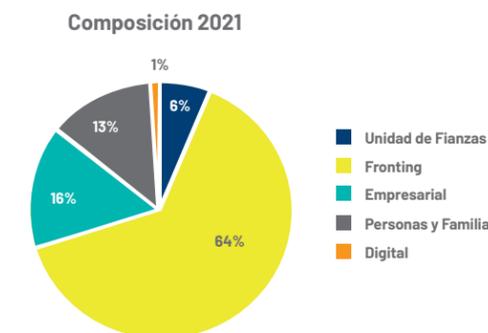
#### PERSONAS Y FAMILIA:

Esta línea cuenta con dos accesos: primero el presencial que, desde la sucursal Zona Rosa recibe clientes y su equipo también gestiona los leads que ingresan por medio de redes sociales; como resultado se obtuvo un crecimiento del 3%; se tiene como reto para el 2022 mayor foco en la fidelización. Segundo, Sucursal Digital, desde su nuevo sitio transaccional, con venta 100% digital en Seguros de Autos y Accidentes Personales, desde su apertura en mayo 2021 al cierre del año, produjo US\$ 121,478 en primas. Consolidado se tuvo un crecimiento del 11.4% en comparación al año anterior.

**EMPRESAS Y PYME:** su objetivo es atender al sector empresarial y Pyme que busca una interacción más cercana con la Compañía y asesoría bajo los diferentes valores agregados desde Empresas SURA y la Gestión Integral de Riesgos. Gracias a las gestiones de relacionamiento esta línea creció 67.5%, sobre todo desde el portafolio de Salud.

**UNIDAD DE FIANZAS:** uno de los principales objetivos para el año consistió en el crecimiento en Fianzas, lo que permitió una mayor diversificación de las soluciones y un acompañamiento para los clientes. De esta manera se definieron focos estratégicos del área y se fortaleció la estructura y la capacidad del contrato de reaseguro, incrementando las primas en un 395% con respecto al 2020, lo que hizo necesario la separación del portafolio de Ingeniería y Fianzas de los ramos Propiedad y Patrimoniales, derivando en una mayor agilidad en las respuestas a los clientes.

**FRONTING:** esta línea, históricamente continúa administrando y creando excelentes acuerdos de servicio con los Reaseguradores y Brokers de Reaseguro, en cuanto a los programas globales de las multinacionales que operan en el país, logrando así un incremento de casi el 30% en su facturación.





### 7.1.4. ACCESO DIGITAL

En 2021 en respuesta a las tendencias del entorno relacionadas a la tecnología, comunicaciones e industria, que están influyendo en los patrones de consumo e interacción de las personas, ASESUISA lanzó la Sucursal Digital, el primer modelo de ventas y relacionamiento virtual de seguros en El Salvador, convirtiéndose a su vez en la primera filial en adoptar el modelo de e-commerce en Suramericana.

Desde esta área se busca una transformación digital de los accesos y operaciones que brinden a los usuarios de la Compañía una experiencia unificada y simple, respondiendo a las nuevas necesidades y a la facilidad de acceso al portafolio de seguros. El foco es potenciar, completar y unificar el ciclo de las soluciones a través de su ecosistema digital.

ASESUISA lanza la Sucursal Digital, el primer modelo de ventas y relacionamiento virtual de seguros en El Salvador



### CLAVES PARA EL DESARROLLO Y EVOLUCIÓN

Los focos de la gestión para lograr el desarrollo y evolución de los accesos son:

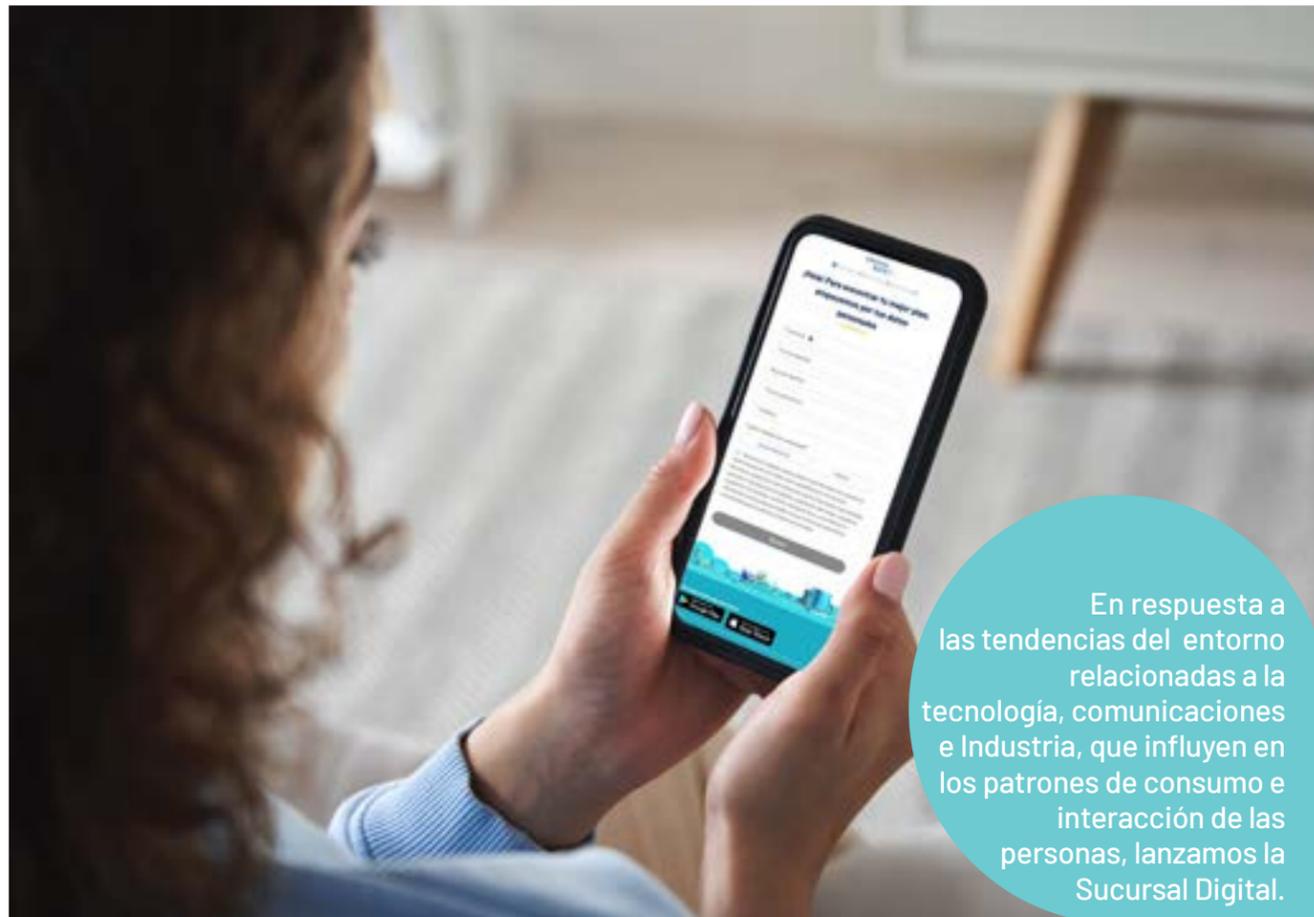
- **BIG DATA Y ANALÍTICA:** administración y procesamiento de información de manera sistemática que posibilite pasar de la observación a la creación de soluciones y valores agregados
- **TRANSFORMAR EL NEGOCIO DESDE LO DIGITAL:** cómo se potencia la competitividad de la Compañía a través de procesos más eficientes y automatizados logrando así la innovación
- **POSICIONAMIENTO DE MARCA:** adicional al fuerte posicionamiento de ASESUISA, apalancarse de la capacidad regional SURA
- **ADAPTACIÓN A LOS PÚBLICOS:** partiendo del estudio de mercados y segmentos, se genera confianza y respaldo, no solo en el empaquetamiento de soluciones digitales, sino en el lenguaje y la experiencia adaptados a los usuarios
- **ITERACIÓN DE CONTENIDOS:** cómo mantener la interacción con los públicos de interés creando y publicando información o cápsulas que tengan como resultado dinamismo y cercanía



A continuación, se mencionan los principales logros:

**ASESUISA/SURA LANZÓ LA PRIMERA SUCURSAL DIGITAL EN EL PAÍS**, con dos soluciones 100% contratables en línea: Autos y Accidentes Personales. Este logro implicó una transformación de 180° en los procesos desde la atracción del cliente, la suscripción y contratación de estas soluciones para garantizar una experiencia intuitiva como cualquier otra aplicación de compras en línea.

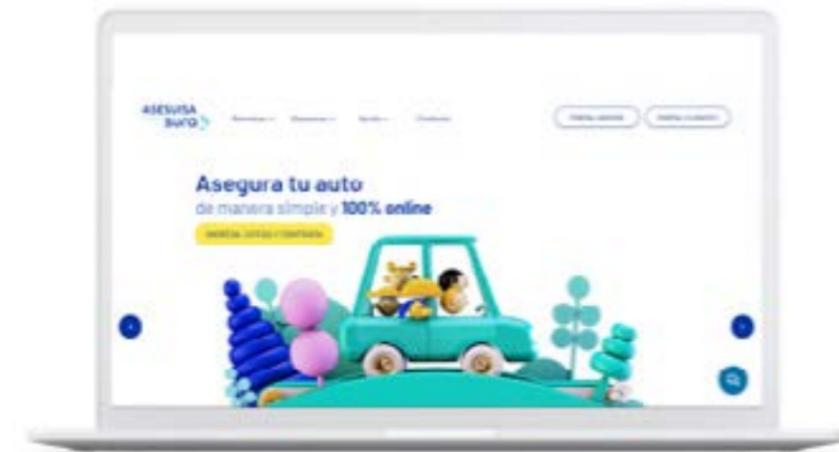
Esta iniciativa marcó un hito relevante en la industria y es parte de la transformación digital que busca la Compañía. Desde su lanzamiento en mayo al cierre de 2021, se obtuvo una producción de US \$121,478 en primas.



En respuesta a las tendencias del entorno relacionadas a la tecnología, comunicaciones e Industria, que influyen en los patrones de consumo e interacción de las personas, lanzamos la Sucursal Digital.

**CONEXIÓN Y APOYO EN LOS NUEVOS ACCESOS DIGITALES:**

- El lanzamiento del nuevo sitio web asesuisa.com ofrece una nueva experiencia, con un diseño innovador, que principalmente se convirtió en un sitio transaccional que ofrece a los usuarios una navegación simple, rápida y fácil. A la fecha se cuenta con una nota de *Net Promoter Score* (NPS) compuesto cerca de un 60% de promotores, que resaltan la rapidez y la simpleza del sitio.



- Salud Sura Virtual: se acompañó en el proceso de la creación de la plataforma para brindar una excelente experiencia en los servicios de salud y cuidado, en respuesta a un mundo cada vez más conectado, liderado por la capacidad de Salud.



Para 2022 se buscará transformar los servicios post venta desde el Portal Clientes logrando así un foco de fidelización de los asegurados, desde procesos más simples y ágiles y una experiencia amigable y cercana. Así mismo se continuará trabajando en mejoras de todos los ecosistemas digitales existentes del sitio, e-commerce, aliados y asesores.

## 7.2. PORTAFOLIOS

### 7.2.1. SALUD

Para 2021 la situación de COVID-19 en El Salvador continuó afectando a los asegurados pese al ritmo de vacunación en el país, que finalizó el año con el 70% de la población vacunada. Se atendieron a más de 3,000 asegurados de la cartera afectados por dicha enfermedad, representando US\$ 2.10 millones en prestaciones pagadas. Sin embargo, el portafolio de Salud siguió reforzando diferentes frentes para cumplir el objetivo principal de brindar bienestar y mejorar la calidad de vida de los asegurados.

Entre las acciones realizadas por el Portafolio están:

- Transformación del Modelo Operativo
- Implementación y desarrollo de nuevos productos
- Gestión del riesgo a través de los programas de bienestar
- Gestión técnica para la mejora de indicadores de rentabilidad



El portafolio de Salud siguió reforzando diferentes frentes para cumplir el objetivo principal de brindar bienestar y mejorar la calidad de vida de los asegurados



### TRANSFORMACIÓN DEL MODELO OPERATIVO

La transformación del ecosistema digital de Salud permitió cumplir con el pago dentro de las promesas de servicio en un 80%, es decir, un total de 17 mil reclamos en promedio mensual que representa un 22% más de los recibidos en los dos años anteriores. Igualmente se logró que el 29% de los reclamos que ingresaron se procesaran como siniestros estándar, lo cual hizo más eficiente la atención y experiencia de los asegurados.

### IMPLEMENTACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Se consolidó la implementación de los planes Salud Esencial y Salud Protegida, lanzados durante 2020, con una producción acumulada de US\$ 262,812 y US\$ 362,962 en 2021, y 1,141 y 1,713 asegurados, respectivamente. El 70% de los clientes son nuevos, sumando 1,464 más que no habían estado asegurados en Salud, de un total de 2,175 pólizas emitidas en el año.

De cara a 2022, se inició con el diseño del nuevo plan Salud 60+, que busca expandir el portafolio a un segmento de mercado usualmente desatendido en los seguros de Salud como los mayores de 60 años, conocidos en el segmento de la economía plateada.

Radar de Tendencias de Salud: Conjunto de condiciones físicas, mentales y sociales que le permiten a la persona vivir y desarrollarse en todas sus dimensiones. Es determinante para la calidad de vida de las personas y la competitividad de la economía.

## GESTIÓN DEL RIESGO (PROGRAMAS DE BIENESTAR)

A continuación, se presentan los avances de los diferentes programas que brindan bienestar y salud a los asegurados:



### PROGRAMA DE OXIGENOTERAPIA:

Se atendieron a más de 1,045 clientes bajo sospecha o confirmados de COVID-19. Además, se creó el programa de rehabilitación post-COVID-19, enfocado en la recuperación de la salud integral de los afectados, atendiendo a la fecha 46 asegurados.



### PROGRAMA DE CRÓNICOS:

Orientado a pacientes con hipertensión arterial o aquellos que presentan factores de riesgo para desarrollar hipertensión y enfocado en evaluaciones médicas, exámenes de laboratorio, consulta nutricional y planes de actividad física. Se lanzó el plan piloto con ocho colaboradores de ASESUISA, los cuales tuvieron un cambio en su estilo de vida pasando del sedentarismo a la actividad física, además de la disminución en porcentaje de grasa corporal en el 60% de los participantes. Todo esto se refleja en la mejora de los estudios de laboratorio e incluso uno de nuestros colaboradores disminuyó su dosis de medicamento continuo.



### PROGRAMA CONTIGO EN TODO MOMENTO (CUIDADOS PALIATIVOS):

en el tercer trimestre del año se inició con este programa que permite brindar soporte físico y emocional para los asegurados y sus familias, atendiendo a dos pacientes en 2021. Se obtuvo un 61% de ahorro en promedio por día de hospitalización en asegurados que recibieron este beneficio.



### PROGRAMA MAMITAS ASESUISA:

por segundo año consecutivo se brindó una atención integral y oportuna a las madres, recién nacido y a su familia, impactando de manera positiva la salud física y mental en esta importante etapa. Durante 2021 se acompañó a 50 aseguradas con diferentes talleres del programa y se activaron 131 partos por paquete, alcanzando un ahorro acumulado de US\$ 135,903.



### SALUD SURA VIRTUAL:

ASESUISA lanzó la primera fase de Salud SURA Virtual, que reúne los servicios de consulta virtual, autogestión clientes y programas de bienestar para todos los asegurados, formando parte del ecosistema de Acceso Digital. De esta forma se optimiza la cobertura de consultas virtuales donde, en 2021, se brindaron más de 4,500 consultas, con un crecimiento de 84% respecto a 2020. Desde el primer mes de lanzamiento se han brindado 70 atenciones adicionales a través de esta plataforma.

## GESTIÓN TÉCNICA PARA LA MEJORA DE INDICADORES DE RENTABILIDAD

Desde la gestión de la información se elaboraron tableros de Gestión Técnica para el seguimiento de los indicadores de frecuencia de utilización del seguro, costo medio por reclamo y costo medio por coberturas de la póliza. Esto permitió un ahorro en tiempo de elaboración de tres días a dos horas, permitiendo mayor espacio para la analítica y rapidez en la toma de decisiones.

Se identificaron sobrecostos en medicamentos, incremento en la frecuencia de la cobertura de chequeos y exámenes, desviaciones del resultado técnico por el impacto COVID-19 en las consultas médicas y hospitalizaciones.

Se realizó un ajuste a todos los códigos de pagos de aranceles a médicos, tabla CPT, reduciendo un 10% del costo base que se utilizaba. También se realizó un ajuste a los costos de procedimientos quirúrgicos, con un total de ahorro de US\$ 65,608 a partir de su implementación en agosto 2021.

En 2021 se cambió la participación del asegurado en el pago de consultas médicas, pasando de un 20% a un 28% de coaseguro, lo que totalizó un ahorro de US\$ 266,354 por este incremento.

Finalmente, en el proceso de suscripción, se realizó una revisión y actualización de las políticas vigentes considerando la pandemia COVID-19, modificando los requisitos de asegurabilidad para gestionar un menor impacto de la siniestralidad por esta causa e incorporando el requisito de esquema de vacunación completa.

## 7.2.2. AUTONOMÍA



Radar de Tendencias de Autonomía: Es la capacidad de tomar decisiones conscientes que busquen resultados sostenibles para su vida, en relación consigo mismo y con su entorno a través de la gestión de recursos internos (físicos, emocionales y cognitivos) y externos (naturales, materiales, sociales, políticos, culturales, económicos e informacionales).

El 2021 se caracterizó por ser un año de importantes contrastes para El Salvador y el portafolio de Autonomía. Por un lado, el país contó con acceso, relativamente rápido y gratuito, a las vacunas contra el COVID-19; sin embargo, a pesar de que el ritmo de vacunación del país estuvo entre los mejores de la región, el COVID-19 continuó siendo de alto impacto para El Salvador, ocasionando un segundo pico de contagios en enero y otro más adelante en septiembre. Simultáneamente, ASESUISA experimentó un segundo periodo consecutivo de alta siniestralidad, en congruencia con la realidad del entorno. A lo largo del año, se acompañó a más de 4,920 familias, indemnizando más de US\$ 34.5 millones, de los cuales el 34% representó siniestros causados por la pandemia.

No obstante lo anterior, la Compañía demostró su solidez, lo cual es parte de la adecuada gestión técnica del Portafolio, estrategias comerciales y, sobre todo, el desarrollo de acciones para entregar bienestar a las personas. El enfoque de Autonomía se centró en dos ejes principales:

El primer eje buscó continuar con el fortalecimiento de la gestión técnica con el objetivo de minimizar el impacto del COVID-19 en las carteras. Por lo cual se realizaron las siguientes acciones con la búsqueda de rentabilidad sostenible:

- El robustecimiento de las políticas de suscripción de cara al COVID-19
- Una óptima gestión de las reservas técnicas
- La favorable renovación de contratos de reaseguro, así como de la póliza de Deudores con la que se continúa acompañando al aliado Banco Agrícola
- La puesta en marcha del programa de acompañamiento por COVID-19 para más de 1,500 asegurados de la póliza de Deuda contratada por Banco Agrícola

En el segundo eje se realizaron importantes mejoras en la forma en que la Compañía se relaciona con los asegurados. Tomando en cuenta que, además de enfocar la propuesta de valor en el asegurado principal, se debe cuidar de sus seres queridos cuando este falte. Por ello, el Portafolio se ha dedicado en mejorar la experiencia de los beneficiarios, estableciendo un proceso de comunicación cercano y periódico para mantenerlos informados sobre el estado de su reclamación.

El Portafolio lanzó dos acciones piloto de programas de bienestar con los que se busca habilitar la capacidad de autonomía al ir más allá de una simple indemnización:

### SALUD EMOCIONAL:

Se reconoce que ningún monto indemnizatorio podrá sanar la pérdida de un familiar o amigo. Por ello, se brinda asistencia psicológica a gran parte de los beneficiarios que se han visto afectados por la muerte un ser querido. Con este programa, se ofrece un espacio de reflexión y sanación que da apoyo en el proceso de duelo.

### SALUD FINANCIERA:

Con el objetivo de acompañar a los beneficiarios sobre su incertidumbre financiera, lo cual puede volver el proceso aún más difícil de superar, se ha habilitado espacios con profesionales de las finanzas personales que brindan herramientas y consejos para una adecuada gestión del monto indemnizado, así como del presupuesto familiar.



## 7.2.3. MOVILIDAD



Radar de Tendencias de Movilidad: comprender las transformaciones centrales en el ámbito de movilidad y sus tendencias.

La pandemia COVID-19 cambió la movilidad de las personas, así como el entorno y las tendencias, apareciendo nuevas en el radar, tales como "Movidos por el bienestar", la cual se refiere a buscar actividades para estar bien en mente y cuerpo, por ejemplo las personas buscan realizar turismo, viajes por carretera, acampar y conectarse con la naturaleza; y la "Movilidad des-anclada", que se refiere a que es posible viajar, trabajar y estudiar desde cualquier lugar del mundo.

En el contexto de la pandemia, durante 2021 se tuvieron algunos desafíos con los tiempos de entrega de repuestos y el incremento de los costos, lo cual afectó la siniestralidad, ya que hubo desabastecimiento debido a los problemas logísticos resultado de la crisis de contenedores

y la importación de estos sufrió un alza significativa en el precio; por ejemplo importar un contenedor de repuestos costaba antes de pandemia entre US\$ 3,000 y US\$ 4,000 y durante este año el mismo contenedor llegó a tener un costo entre US\$ 20,000 y US\$ 25,000. Debido a este entorno, la Compañía realizó un seguimiento mensual en la siniestralidad para analizar el impacto que representaba y hacer ajustes mensuales de tarifa, y así cerrar la brecha que generó el alza en el costo de los repuestos, pasando de una prima promedio de US\$ 528 en el mes de enero a US\$ 653 al cierre de diciembre 2021.

A continuación, se detallan algunos logros en la gestión de la solución:

### ■ INSPECCIONES

Durante el mes de enero, luego de un caso de negocio, se decidió realizar inspecciones con recurso propio, lo cual nos permitió generar eficiencias operativas, conexiones con otros procesos y servicios de valor agregado para los clientes y asesores.

En el primer trimestre del 2021 se implementó el Servicio de Inspecciones a través de WhatsApp 2298-8888, logrando realizar 6,500 inspecciones a través de este acceso, lo que representa el 42% del total de inspecciones realizadas durante el año.

Dentro de los servicios de valor agregado, es importante mencionar que se brindó la desinfección de vehículos a todos los clientes y asegurados que realizaron inspección de manera presencial en las instalaciones, beneficio que continuará en el 2022, de esta manera se protege el bienestar de las personas ante el COVID-19 y sus variantes. Este servicio no tiene ningún costo, se realizó a un 80% de los vehículos inspeccionados a partir del mes de agosto.

También, durante el mes de octubre, se lanzó una nueva Cobertura Provisional de cinco días calendario a los vehículos con estatus de asegurables luego de la inspección, de esta manera se ha logrado que la efectividad en la contratación alcance el 86%.



En el primer trimestre del 2021 se implementó el Servicio de Inspecciones a través de WhatsApp 2298-8888, logrando realizar 6,500 inspecciones

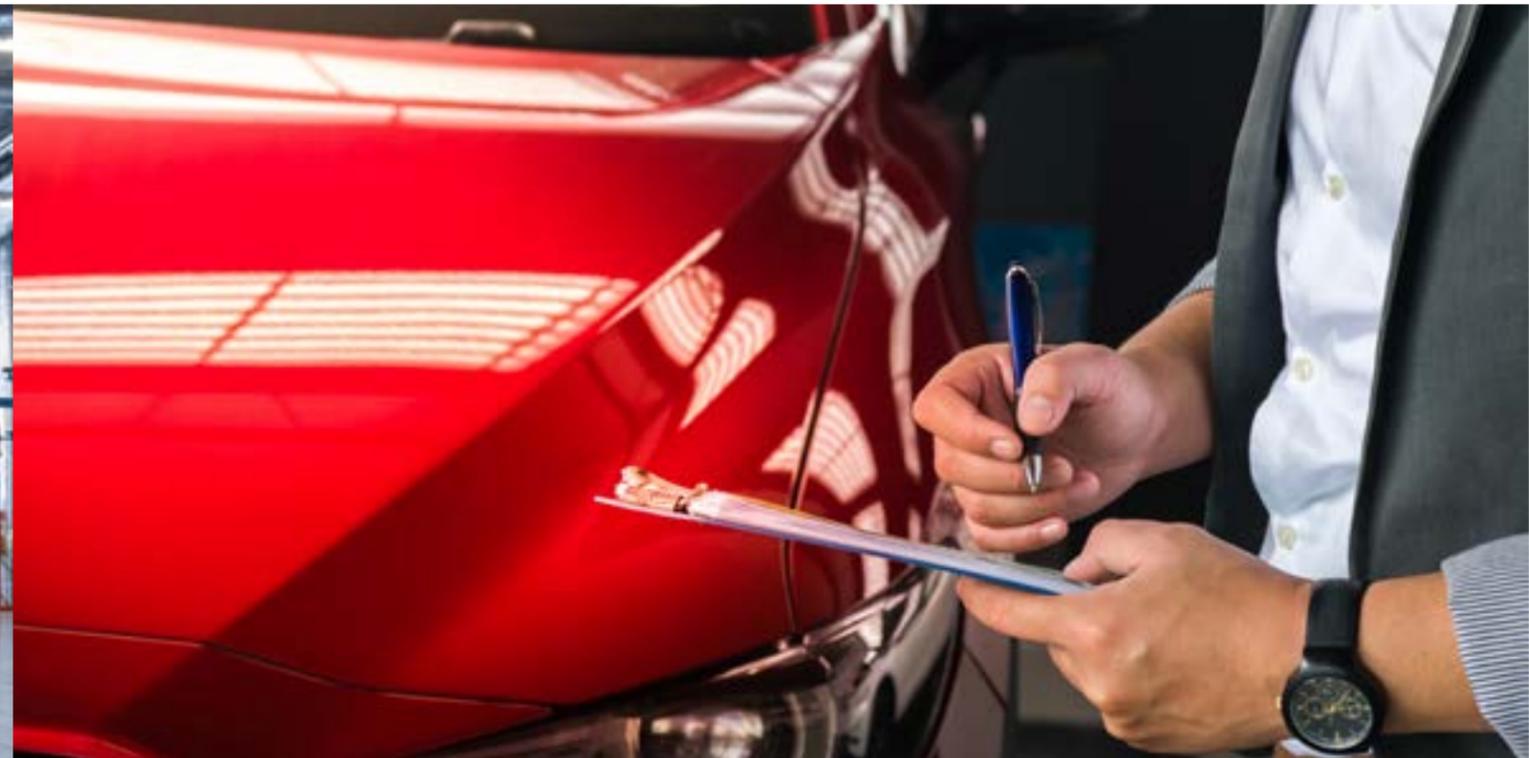
## ■ PORTAFOLIO

El Portafolio trabajó en la definición de los diferentes *dashboards* de gestión, que permitió tomar decisiones orientadas a rentabilizar la solución, dichas acciones fueron tomadas debido a la insuficiencia de primas generadas, en una parte, por el incremento en los costos de los repuestos y por la "nueva normalidad", donde los accidentes de tránsito comenzaron a acercarse a las cifras antes de la pandemia.

Durante este año se destaca la implementación de una herramienta que permite obtener cifras y conocer el comportamiento del mercado, esto ha permitido tomar decisiones en cuanto a ajustes de tarifa sin perder competitividad.

A pesar que fue un año donde no hubo confinamiento, Plan Avanza Seguro, el primer seguro con tecnología telemática del mercado asegurador de El Salvador, continuó con su comercialización alcanzando la cifra de 450 dispositivos instalados, generando bienestar y un impacto positivo en el bolsillo de todas aquellas personas que tienen vehículos y los utilizan de manera eventual, pagando solo por los kilómetros que recorren. Toda la analítica de datos que brinda este plan permitirá conocer mejor a los asegurados y brindar valores agregados mediante sus hábitos de conducción en un futuro.

A partir del mes de septiembre, el Portafolio se diversificó, incorporando las soluciones de Transporte (Marítimo y Terrestre), Casco y Aviación, como parte de una estrategia integral de Movilidad, la cual pretende gestionar los riesgos de las personas y empresas a través de los diferentes medios en los cuales se desplazan.



## ■ RECLAMACIONES

Se finalizó la integración del sistema de peritación (Audatex) con el Core de la Compañía, generando una reducción en tiempos del 50% en operaciones de ajuste y un seguimiento del tiempo real de reparaciones integrando los tiempos de los baremos (estándar de reparaciones de autos) en las operaciones.

Adicionalmente, incluye un proceso de seguimiento que permite conocer el desempeño de trazabilidad de las diferentes etapas de las reparaciones a través de la aplicación AudaTrace que está integrada del sistema Audatex. Otra importante implementación es el aplicativo Inpart para la compra eficiente de repuestos, que permite optimizar costos y reducir tiempos en el proceso de compra, logística y entrega en taller, mejorando los tiempos de las reparaciones, bajando la severidad e impactando positivamente a los asegurados.

## ■ SALVAMENTOS

Se obtuvo un aumento en ingresos de US\$ 1,161,000 siendo el valor de venta al cierre de 2021 de US\$ 2,831,111, teniendo un porcentaje de recuperación del 41.8% sobre el monto indemnizado. Estas cifras fueron posibles debido al incremento en las subastas mensuales pasando de una a tres subastas e incorporando un segundo proveedor a partir del mes de agosto, lo que permitió subir en promedio US\$ 96,000 las ventas mensuales, generando un mayor dinamismo y rotación al inventario de salvamentos y reduciendo el riesgo de creación de monopolios que controlen las ventas. Adicionalmente se logró bajar el inventario de salvamentos de 127 a 34 al cierre del 2021, apoyado por la creación de la Mesa Legal de Salvamentos. Otra de las acciones que se tomaron fue la de aumentar el número y calidad de las fotografías de los salvamentos que se publican en subasta para ofrecer mayor detalle, reduciendo las dudas de los compradores y aumentando la certeza de ofertar mayor dinero por los salvamentos.

## ■ PROGRAMA DE MADURACIÓN DE ALIADOS

Se realizó la segunda fase del proyecto de maduración de aliados, contando con la participación de 10 talleres de la red de Movilidad, la cual permitió cumplir con el acompañamiento programado para que los aliados contaran con cuatro charlas de atención al cliente durante el 2021. También se brindó retroalimentación basada en las experiencias de los asegurados, charlas de Salud y Seguridad Ocupacional, visitas a talleres (presencial y/o virtual) para verificar y elaborar informes sobre las condiciones de sus instalaciones. De estas visitas se generaron recomendaciones de mejoras en la optimización en sus procesos y seguridad para sus colaboradores y clientes.

Así mismo se dio seguimiento mensual a los tiempos de entrega, calidad de reparaciones y atención a asegurados, para que puedan gozar de una experiencia diferenciadora en el mercado, logrando un cumplimiento del 97.7% de la meta establecida.

## 7.2.4. COMPETITIVIDAD



Radar de Tendencias de Competitividad: La capacidad de una organización para mantener sistemáticamente condiciones que le permitan alcanzar, sostener y potenciar su relevancia en un mercado.

Sin duda el 2021 siguió siendo un año muy retador en el que la transformación y el cambio fue la única constante, por lo que la competitividad empresarial depende cada vez más de otros factores que los seguros tradicionales aún no contemplan; en esa línea los objetivos para el 2021 tuvieron como base la diversificación, mejora y ampliación de coberturas en diferentes soluciones, así como fortalecer otros productos complementarios que potencian la competitividad de las empresas y desarrollan los sectores claves en los que la Compañía quiere ser referente, con acciones más enfocadas y concretas.

Con base a lo anterior, se actualizó el portafolio de Incendio a través de dos frentes: el primero por medio de un estudio profundo de tarificación y el segundo a través de la simplificación del lenguaje y la descripción de los contratos de seguros, buscando, específicamente, presentar de una forma fácil y sencilla las condiciones de

las pólizas; y se entregaron las soluciones de Transporte, Aviación y Casco al portafolio de Movilidad, que permite que cada uno se vaya especializando en esas capacidades a entregar a personas y empresas.

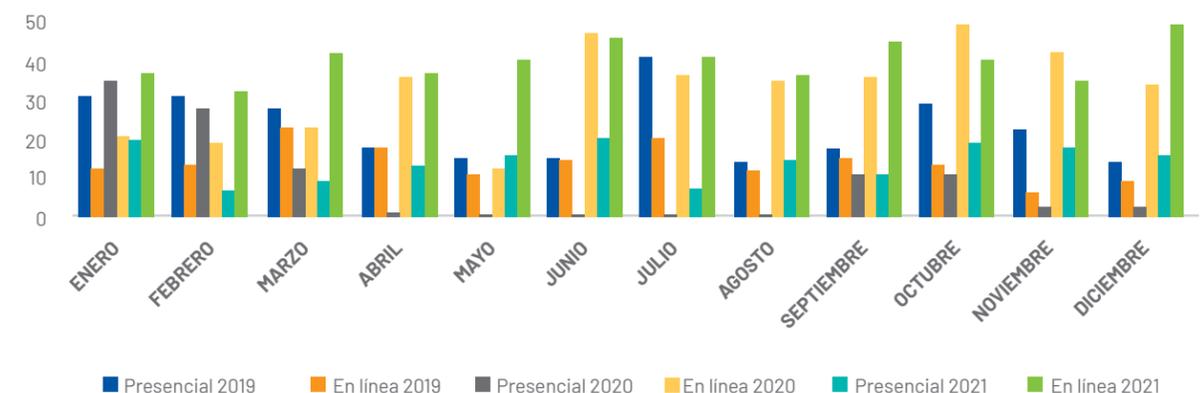
Por el lado de prestaciones, se concluyó uno de los reclamos de incendio más significativos en los últimos cinco años para la Compañía, no solamente por la severidad de las pérdidas económicas, sino la complejidad y particularidades de la industria en que opera el asegurado, significando más de US\$ 650 mil dólares en pagos entre indemnizaciones y gastos de ajuste. Este evento permitió fortalecer la relación comercial con el cliente, e identificar oportunidades de mejora y acompañamiento en los programas de seguridad industrial y salud ocupacional.

Por otro lado, la gestión operativa del área y la búsqueda constante de mayor cercanía con el cliente, se rediseñó el trabajo y acompañamiento junto al equipo de Aliado del Cliente para detectar de forma temprana cualquier tipo de dudas, comentarios, áreas de oportunidad y otros respecto al proceso de reclamación. Todo esto ha permitido, en conjunto, ofrecer una respuesta no solo desde el punto de vista técnico sino desde la visión de brindar una experiencia única al cliente, sea cual sea la resolución de la reclamación, reflejando una mejora significativa en el NPS, pasando de un promedio de 4.00 durante el 2020 a un 4.86 a noviembre 2021, llegando incluso en algunos meses a lograr la nota máxima de 5.

Durante el año, se realizaron más de 190 consultorías en Gestión de Riesgos, en diferentes rubros como: servicio, automotriz, manufactura, restaurantes, industria y comercio, aprovechando la definición y expansión de los servicios de consultorías definidos al inicio del año, los cuales incorporaron, entre ellos, los análisis iniciales de riesgos geográficos y climáticos (fase cero), la creación de informes de riesgos laborales, listas de control para manuales de bioseguridad, entre otros, que junto a cerca de 625 inspecciones, de las cuales cerca del 75% fueron en línea, correspondieron al trabajo del equipo de Consultores en Gestión de Riesgos, abarcando las tres dimensiones: Geográficos, Laborales y Operativos.



GRÁFICO COMPARATIVO INSPECCIONES 2019 - 2020 - 2021





El fin último de Empresas SURA es entregar competitividad a emprendedores y MiPymes

## EMPRESAS SURA

Empresas SURA impactó a más de 6,000 empresas en el país durante el 2021, de las cuales más de 100 recibieron una atención directa, además se elaboraron junto a ellas más de 200 planes de trabajo que implicaron una inversión de 360 horas de atención personalizada. Las asesorías más solicitadas fueron:

- Formalización del negocio
- Desarrollo de mercados
- Diseño y mejoras de procesos
- Análisis financieros
- Entorno digital
- Atracción y selección de talento

Adicionalmente se realizaron 20 talleres empresariales, así como diversos servicios grupales, *webinars* y contenidos de autogestión que impulsó que más personas se conectaran con el objetivo de potenciar el crecimiento de sus negocios.

Empresas SURA participó en las siguientes actividades:

- Trends 2021 - Red Sofa y SearchIn
- Congreso Internacional Emprendedor - ESEN
- Ecosistemas para la Sostenibilidad 2021 - FUNDEMAS
- Ferias de Emprendedores en Bambu City Center
- Congreso "Detonando el turismo por medio de la industria de reuniones y eventos" - FETUR
- Congreso de Seguros en El Salvador 2021 - ASPROS
- Jornadas Tour Pyme - Quirós, Especialistas en Pymes
- El Salvador Colabora 2021 - Fundación COLABORA
- Y participación en varios programas como: Arriba Mi Gente, Pencho y Aída, Diana Verónica y Tony, y Portal Emprendedor con Xochitl Palacios.

El fin último de todas estas acciones es poder entregar bienestar y competitividad a personas y empresas, principalmente a las MiPymes, materializando la estrategia de diferenciación de la Compañía logrando un incremento del 17% en primas con respecto al 2020 y del 30% con respecto al 2019, lo que derivó en un crecimiento en el resultado técnico del 455% con respecto a 2020 y del 78.6% con respecto a 2019, alcanzando una rentabilidad que permite apalancar otras capacidades más afectadas por la pandemia.

## 7.2.5. CONECTIVIDAD



Radar de Tendencias de Conectividad: Las formas de comunicación se han transformado, la masificación de los mensajes propicia la democratización de la información, conocimiento, ejecución de procesos rápidos, eficientes y cambios en la oferta-demanda, y nuevas formas de relacionamiento.



En el 2021, ASESUISA lanzó el Seguro de Protección Cibernética, un producto que responde a las necesidades del entorno digital que se ha venido desarrollando en los últimos años y que se potencializa a raíz de la pandemia.

La nueva normalidad trajo consigo cambios importantes en las empresas, desde un modelo de negocio enfocado en la transformación digital, permitiendo el desarrollo de capacidades para llegar a más clientes, así como la gestión del talento humano a distancia por medio del trabajo remoto, el manejo de la información en la nube, redes de internet caseras, entre otros temas que traen consigo riesgos inherentes.

Debido a estas situaciones, el Seguro de Protección Cibernética es una solución que busca financiar diversos daños como: pérdida de información digital, interrupción en su actividad empresarial, transacciones fraudulentas,

gastos para proteger la reputación, daños causados a terceros por violación de información confidencial, virus informático y publicación en medios digitales, entre otras muchas más coberturas. Acompañando a los asegurados con aliados estratégicos de primer nombre como: Lazarus Technology, empresa con experiencia en áreas como informática forense, seguridad, ciber riesgos, recuperación de datos y continuidad de negocio, y Kaspersky, empresa de ciberseguridad que crea y desarrolla diferentes productos que garantizan la protección de la información.

Durante el 2021 se prospectaron 575 clientes, de los cuales 30 solicitaron cotizaciones, alcanzando una efectividad en el cierre del 7% aproximadamente, mientras los restantes aún están en proceso de negociación y siguen siendo parte del plan de trabajo para el 2022, donde se espera un crecimiento importante en esta solución.



## 7.3. REASEGURO



Principales Reaseguradores en Competitividad y Movilidad

REASEGURADOR	RATING A.M. Best	RATING S&P
Münchener Rückversicherung	A+	AA-
Hannover Ruck SE	A+	AA-
Scor Reinsurance Company	A+	AA-
MS Amlin AG	A	A
Navigators Insurance Company	A+	A
Partner Reinsurance Europe SE	A+	A+
Odyssey Reinsurance Company	A	A-
Mapfre Re Compañía de Reaseguros, S.A.	A	A+
Swiss Re Amreica Corporation	A+	AA-
Transatlantic Reinsurance Company	A+	A+
Axa - XL	A+	AA-

Durante este año, ASESUISA consolidó su estrategia de reaseguro enfocándose en cuatro áreas principales: gestión de la solidez, respuesta ante eventos de gran magnitud (catástrofes), desarrollo de nuevas soluciones con socios estratégicos y el fortalecimiento del respaldo financiero con socios estratégicos.

En factor solidez es clave destacar el reaseguro como pilar fundamental de la gestión financiera. Así también, se han consolidado estructuras de distribución de riesgos que permiten dar un acompañamiento adecuado y oportuno a los clientes en caso de un evento. Un hito importante en la consolidación de estas estructuras es la creación de un contrato de reaseguro para el ramo de desempleo, el cual permitirá a ASESUISA tener la fortaleza financiera en caso de desviaciones en los reclamos de dicho ramo.

Asimismo, un punto fundamental de la administración de la solidez es la identificación y acción oportuna ante cambios en tendencias y la gestión de riesgos. Es por esto que se ha implementado el Comité de Reaseguro, cuyo objetivo es la detección, cuantificación y gestión oportuna de los riesgos relacionados a las políticas y operaciones del área de reaseguro.

En respuesta ante eventos de gran magnitud el acompañamiento oportuno de los socios reaseguradores y la gestión integral de los portafolios han permitido entregar una respuesta rápida ante situaciones de esta naturaleza. Ejemplo de esto ha sido el apalancamiento de los socios reaseguradores en el contexto de pandemia. Gracias a ellos, la Compañía ha tenido la solidez financiera para respaldar a los asegurados en sus momentos más difíciles.

El trabajo con socios estratégicos en el desarrollo de nuevas soluciones ha marcado un impacto en los asegurados, innovando continuamente en soluciones que se adapten a sus necesidades. Para lograrlo se buscaron alianzas con socios estratégicos que comparten la filosofía de la Compañía sobre la gestión de tendencias y riesgo. Se destaca el acompañamiento técnico en los portafolios de Incendio y la creación de nuevas soluciones en las áreas de Salud y Riesgo Cibernético.

ASESUISA consolidó su estrategia de reaseguro fortaleciendo el respaldo, creando relaciones sólidas y duraderas y elaborando nuevas estructuras con los socios reaseguradores, lo que permitió entregar bienestar y competitividad a los asegurados.

Principales Reaseguradores en Autonomía y Salud

REASEGURADOR	RATING A.M. Best	RATING S&P
Münchener Rückversicherung	A+	AA-
Hannover Life Re	A+	AA-
Mapfre Re Compañía de Reaseguros, S.A.	A	A+
Scor Global Life Se	A+	AA-
RGA Reinsurance Company	A+	AA-

# 8. VICEPRESIDENCIA FINANCIERA



## 8.1. ESTADOS FINANCIEROS



La Compañía tuvo un incremento en sus primas del 4.1%, en su mayoría, debido al crecimiento de la solución Movilidad

Vicepresidencia Financiera presenta los resultados del ejercicio, situación económica y financiera; así como los acontecimientos más relevantes de ASESUISA del año 2021:

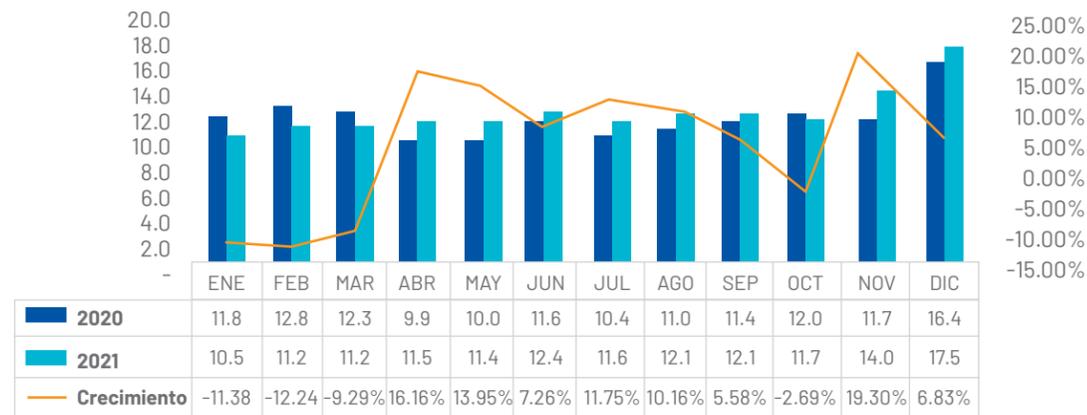
- La Compañía tuvo un incremento en sus primas del 4.1%, en su mayoría, debido al crecimiento de la solución Movilidad que aumentó en 20.3%, Salud en 18.9%, y Vida Individual en 20.0%.
- Se registró un crecimiento de 11.8% en los siniestros retenidos; al extraer los siniestros del ramo previsional de este cálculo, se observa un incremento en el indicador de siniestralidad que se elevó de 55.4% a 64.7% en el 2021, específicamente en las Soluciones de Vida. Esto último resultado de la pandemia que afectó el desempeño del Canal Afinidades, Salud y la Solución de Deuda-Colectivo.
- ASESUISA, en 2021, volvió a presentar una rentabilidad positiva al obtener un ROE de 1.3%, no obstante, el efecto adverso de la siniestralidad.
- Los ingresos financieros tuvieron un desempeño inferior al 2020 debido a la reducción de la cartera de inversiones por liberación de reservas matemáticas, así como el mayor pago de reclamos que redujeron el flujo de efectivo para inversión, en adición a las menores tasas de mercado.
- Los Gastos de Administración tuvieron un incremento del 7.2%, debido en parte, al ajuste de la provisión de retiro voluntario, provocada por el aumento al salario mínimo y por el incremento de las cuotas de fiscalización de la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF), así como mayores gastos financieros por pagos de recibidos a través de la red de colectores financieros.

Al 31 de diciembre, en US miles de dólares.	2019	2020	2021
Primas Emitidas	156,706	141,268	147,074
Siniestros Retenidos	-72,273	-59,080	-66,026
Reservas Netas de Producción	651	301	4,799
Comisión y Prestaciones Agentes	-30,083	-33,113	-34,569
Resultado Técnico	14,819	11,930	12,680
Gastos de Administración	-16,196	-15,877	-17,013
Ingreso Financiero	6,653	6,129	5,388
Utilidad Neta	3,369	1,991	513
Siniestralidad Neta Retenida	60.8%	56.4%	60.4%
Índice Combinado Acumulado	99.4%	101.7%	101.9%
Retorno sobre Patrimonio	7.0%	4.2%	1.3%

### 8.1.1. INGRESOS POR VENTAS

Las primas netas de la Compañía totalizan US\$ 147 millones, creciendo un 4.1% en comparación al 2020, efecto, en mayor parte, por la pérdida de la póliza previsional. Sin embargo, al extraer el efecto del ramo previsional se puede observar un crecimiento de 9.6%, ya que se pudo apreciar un dinamismo mayor en el último cuatrimestre del año, especialmente en Movilidad, Ramos Técnicos, Salud y Vida Colectivo.

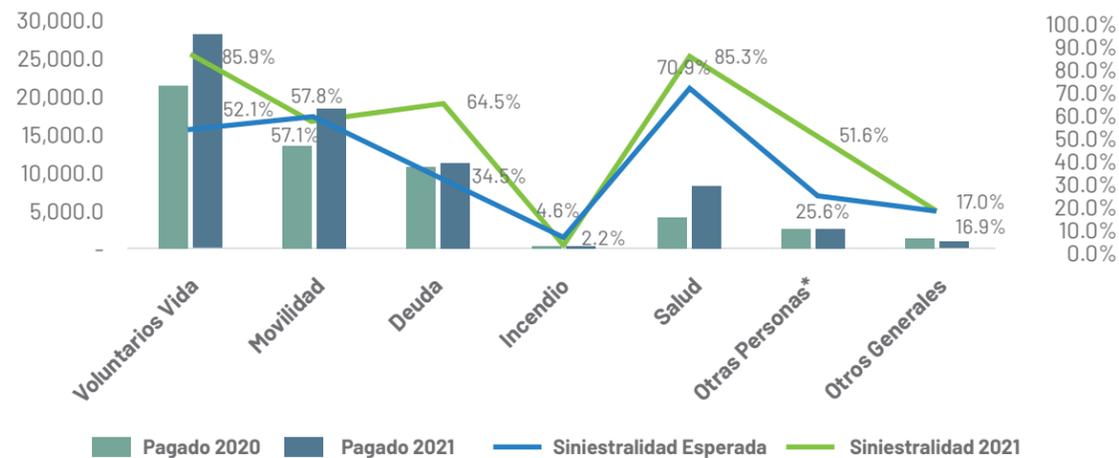
Primas Netas Mensuales



### 8.1.2. SINIESTRALIDAD

Durante el 2021 la siniestralidad retenida aumentó de 56.4% a 60.4%, en comparación a 2020, siendo las mayores variaciones en los productos voluntarios de vida del Canal Afinidades con 85.9%, en Salud y Movilidad; sin embargo, dicho incremento es compensado, parcialmente, por una disminución en las reservas de siniestro del ramo Previsional.

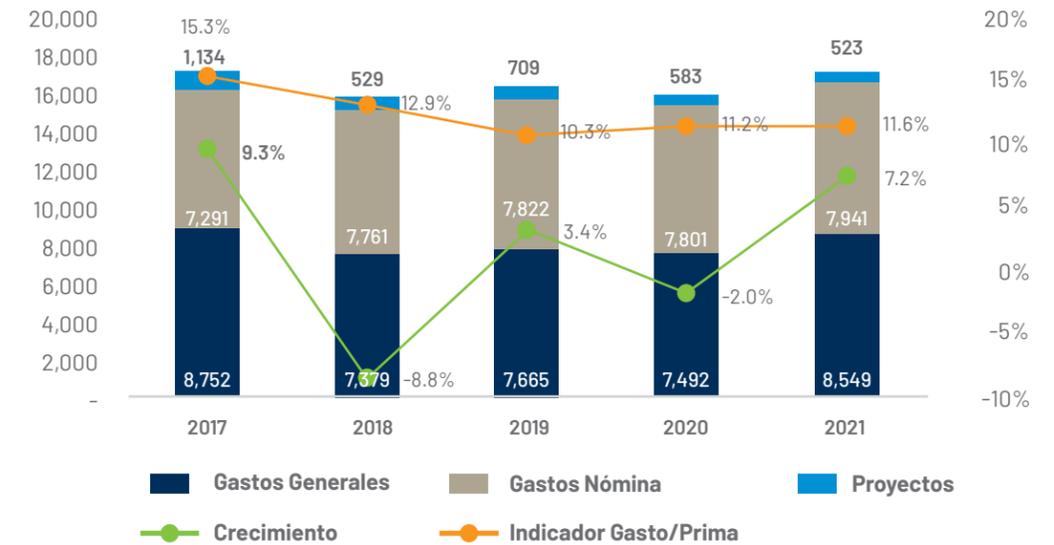
Siniestralidad por Ramo



### 8.1.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Para el 2021, el Gasto Administrativo crece un 7.2% frente a 2020, y el indicador de gastos entre primas aumentó de 11.24% a 11.57%, esto por el efecto de la salida de primas de la póliza previsional.

Los Gastos Generales tuvieron un crecimiento del 10.5%, principalmente por un incremento en la cuota de fiscalización de la SSF, aumento en publicidad y amortizaciones.



Al 31 de diciembre, en US miles de dólares.

### 8.1.4. RESULTADO TÉCNICO

El resultado técnico tuvo un crecimiento de 6.3% en comparación a 2020, a consecuencia de una mayor prima retenida, así como por una mayor liberación de reservas de producción, en el canal de Afinidades por el producto de Primaback.

P&G	2020	2021	Crecimiento 2021-2020
Primas Emitidas	141,268	147,074	4.1%
Primas Retenidas	104,784	109,321	4.3%
Siniestros Retenidos	(59,080)	(66,026)	11.8%
Total Reservas Netas de Producción	301	4,799	1492.5%
<b>Resultado Técnico</b>	<b>11,930</b>	<b>12,680</b>	<b>6.3%</b>

Al 31 de diciembre, en US miles de dólares.

## 8.1.5. INGRESOS FINANCIEROS

Los ingresos financieros, comparados con 2020, decrecieron un 12.1% debido a una disminución en los rendimientos obtenidos por el portafolio de Inversiones. Esto se explica principalmente por dos factores. El primero, el sistema financiero contó durante el año con una mayor liquidez, por lo que esto presionó las tasas de interés del mercado hacia la baja, y consecuentemente los rendimientos financieros decrecieron. El segundo, fue un menor flujo de efectivo disponible para inversión, principalmente en Vida, ya que la mayor siniestralidad registrada disminuyó los excedentes de liquidez. No obstante, dado el riguroso seguimiento a los Flujos de Efectivo de las Compañías. Asimismo, esto permitió cumplir con todos los pagos de siniestros y otras obligaciones.

En el transcurso del año se hizo un cercano seguimiento a los distintos emisores e instrumentos del portafolio de Inversiones con el objetivo de mitigar posibles riesgos de crédito o liquidez. Esto permitió mantener un Portafolio con una diversificación adecuada, y durante el año se logró cumplir holgadamente con los requerimientos legales de Suficiencia de Inversiones (10.36% Generales, 12.36% Vida).

Ingresos Financieros	2020	2021	Variación
Ingresos Financieros	6,339	5,767	-9%
Egresos Financieros	210	379	80%
Resultado Financiero	6,128	5,388	-12%

Al 31 de diciembre, en US miles de dólares.

## 8.1.6. UTILIDAD

Para el ejercicio 2021 se obtuvo una utilidad de US\$ 513 miles, inferior a la obtenida en 2020. No obstante, se obtuvo un ROE positivo de 1.3% y un ROA del 0.3%. Tal como se expone en los apartados anteriores, el resultado se vio afectado principalmente por el incremento en los gastos administrativos, y la baja en ingresos financieros.

Utilidades	2020	2021
Utilidad Antes de Impuesto	3,834	1,381
Impuestos*	(1,844)	(867)
Utilidad Neta	1,990	513
ROE	4.2%	1.3%
ROA	1.1%	0.3%

\*ISR neto del diferido

Al 31 de diciembre, en US miles de dólares.

## 8.2. GESTIÓN DE PROVEEDORES

En 2021 la gestión de proveedores se fortaleció y se mantuvo una comunicación cercana a través de diferentes actividades. En primer lugar se realizó el lanzamiento de la campaña denominada "Ser éticos nos es natural", enfocada para los diferentes públicos de interés a nivel regional de Suramericana, con la cual se logró compartir con los proveedores y aliados contenidos muy relevantes sobre el actuar bajo los principios de la ética y el código de conducta de la Compañía.

Con respecto al análisis y selección de nuevos proveedores y aliados, se empezó a aplicar tres criterios fundamentales: El ambiental, sociedad y gobernanza, de manera que se garantice, en lo posible, la sostenibilidad ambiental y continuidad en el futuro.

Asimismo, a través de los diferentes canales de comunicación con los que cuenta ASESUISA, se entregó información y capacitación a los proveedores de temas relevantes como: estrategias de seguridad ante fraudes cibernéticos y vulneración de información, seguridad y salud ocupacional, modelo de las 5s, gestión ambiental, así como el marco de gestión de proveedores en el que se basa la relación comercial con la Compañía, en los cuales participó la mayoría dependiendo del giro de su negocio.

# 9. TALENTO HUMANO



# DISEÑO ORGANIZACIONAL

## MODELO OPERATIVO

El 2021 ha sido un año en el cual los esfuerzos de transformación en el modelo operativo han sido notables con el objetivo de seguir siendo una empresa Gestora de Tendencias y Riesgos. Se estableció como punto de partida las estimaciones de cómo se encuentran los macroprocesos y procesos motores del sistema de valor a nivel de maduración. Bajo la premisa elemental de que este es el vehículo para lograr la estrategia se generaron acciones concretas de transformación de 23 roles y de nueve procesos, con énfasis en Gestión del Entorno, Gestión de Mercados y Segmentos, Diseño y Desarrollo de Portafolio, Diseño y Gestión de Relacionamiento y Diseño y Gestión de Canales de Distribución. Dichas acciones establecen un marco general para transformar las operaciones de la Compañía permitiendo ser oportunos en la gestión y relacionamiento con los clientes.

De esta forma ASESUISA actuó de manera flexible y dinámica en el universo digital, con procesos pertinentes y roles transformados, según las tendencias de los consumidores, creando el área de Acceso Digital.

En esta transformación el área de Talento Humano se enfocó en traer a la Compañía personas con las capacidades para responder a las exigencias del entorno, teniendo claro el objetivo de atraer, fidelizar y potenciar el crecimiento de los colaboradores.

En esta transformación el área de Talento Humano se ha enfocado en traer a la Compañía personas con las capacidades para responder a las exigencias del entorno.



## VIDA FLEXIBLE

Se implementó una iniciativa que busca crear un ambiente de trabajo ideal para cada colaborador según sus responsabilidades, que permite mejorar la calidad de vida y entregar bienestar ante la nueva normalidad. Es así como "Vida Flexible" ofreció dos nuevas modalidades de trabajo: Teletrabajo y Trabajo Híbrido, estas vienen a unirse a las ya implementadas de Horarios Flexibles y Bancos de Tiempo. Para llevar a cabo esta iniciativa se realizó un análisis de la situación de cada colaborador, ofreciendo soluciones de acuerdo a su rol en las diferentes modalidades de trabajo, cumpliendo siempre con los requisitos regulatorios del país.

## GESTIÓN DE CONOCIMIENTO Y COMUNICACIONES

En 2021, por primera vez se estableció una ruta de conocimiento integral desde los frentes de gestión de toda la Compañía. Por ello, se creó un ecosistema de comunicaciones internas con la finalidad de propiciar un relacionamiento más cercano y efectivo con todos los colaboradores y brindar información de manera oportuna.

## CLIMA LABORAL Y MARCA EMPLEADORA

Por segundo año consecutivo ASESUISA fue reconocida, por Employers for Youth- EFY, como una de las empresas más atractivas para trabajar para jóvenes profesionales en El Salvador, obteniendo el segundo lugar. Asimismo, por primer año, EFY Tech CAM reconoció a la Compañía como una de las empresas más atractivas para trabajar para jóvenes profesionales en Tecnología, obteniendo el cuarto lugar.

Estos reconocimientos impulsaron el compromiso de velar por el bienestar y crecimiento profesional de los colaboradores que forman parte de ASESUISA.





## DESARROLLO DEL TALENTO, LIDERAZGO Y SALUD MENTAL

### DESARROLLO DEL TALENTO

Durante el 2021, con el objetivo de promover el modelo de desarrollo SURA dirigido a personas y equipos, se implementaron las siguientes iniciativas:

- Más de 50 personas participaron en iniciativas individuales para el desarrollo de sus competencias de estrategia, relacionamiento y resultados
- Seis equipos participaron en diferentes sesiones para fortalecer las competencias de trabajo en equipo como: confianza, propósito, resultado y aprendizaje
- Se trabajó en iniciativas para promover el desarrollo individual y de equipo del Comité de Presidencia

### LIDERAZGO

Con el objetivo de crear capacidades en los líderes y promover su empoderamiento, desarrollo y fortalecimiento de competencias que le permitan potenciar el crecimiento de personas de su equipo, se destacan las siguientes acciones:

- 54 líderes participaron en el programa regional "Liderazgo para nuevos tiempos"
- Se impartió el "Diplomado en Gestión del Talento Humano", cuyo objetivo fue entregar capacidades para la adecuada gestión de los diferentes procesos

### SALUD MENTAL

El enfoque principal durante el 2021 fue la Salud Mental, reconociendo que esto fortalece las capacidades de cada persona para hacer frente a los diferentes retos de la vida, incluyendo los relacionados a la pandemia. Asimismo poder generar aportes significativos, no solo a la Compañía sino también a la sociedad. En este sentido se ejecutaron las siguientes acciones:

- Talleres de salud mental: más de 150 personas participaron en jornadas enfocadas a la sensibilización sobre este tema. Asimismo, se realizaron diversas técnicas orientadas al autoconocimiento, motivación, gestión del tiempo y autocuidado

- Talleres de salud mental para líderes: más de 15 líderes participaron en talleres donde aprendieron técnicas para auto cuidado, gestión del estrés y de sus relaciones interpersonales
- Se construyó un modelo para valorar el estado de bienestar psicológico y de competencias, orientado a las personas que optaron por la modalidad de teletrabajo

# 10. EXPERIENCIA DEL CLIENTE



Se inició el año 2021 lleno de retos para el área de experiencia del cliente, después de un 2020 complejo por el inicio de la pandemia COVID-19 que permitió tener muchos aprendizajes para definir la forma en que la Compañía podía seguir brindando el mejor servicio; este año fue para consolidar la manera de brindar una atención cercana a los clientes, asesores y aliados.

A continuación, presentamos los principales logros:



## SUCURSAL ZONA ROSA

En septiembre 2020 se reabrieron las puertas de la sucursal ubicada en Bambu City Center, cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad para poder brindar la atención necesaria a los clientes y asesores que necesitaban, de forma presencial, realizar sus gestiones. En el 2021 se atendieron más de 42 mil visitas entre atención integral, servicios de caja y pagos y venta directa. Dentro de los servicios principales que se brindan en la sucursal se encuentran la gestión integral de los reclamos de los clientes de las diferentes soluciones y consultas generales de sus pólizas.

## CABINA DE SERVICIO

Los principales logros del área fueron:

- Desde el mes de mayo, con el propósito de contar con un equipo integral en Cabina de Servicio, se consolidó bajo una misma supervisión el equipo de Atención y Call Center de Cobros, que anteriormente estaban en diferentes áreas
- Se implementó el servicio de Pago Bot, en donde los clientes pueden realizar sus pagos a través de Whatsapp y Telegram las 24 horas del día, los 365 días del año. Se lograron más de 18 mil transacciones desde su lanzamiento
- Se relanzó el IVR con la opción de pagos a través de Cabina de Servicio 2298-8888, donde se realizaron más de 14 mil transacciones
- En el año se atendieron más de 30 mil llamadas y 33 mil chats de clientes y asesores

## ALIADO DEL CLIENTE

El equipo de Aliado del Cliente atendió 2,039 casos de forma empática y accesible a las necesidades de los clientes, esto permitió entregar valor en todas las interacciones, gestiones de actividades y buscar la mejora continua de los procesos. El 98% de los casos fueron atendidos y gestionados dentro de la promesa de servicio.

## ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Por tercer año consecutivo se logró mantener y mejorar los resultados de las encuestas de satisfacción, materializando las retroalimentaciones de los clientes y buscando siempre que todas las interacciones con la Compañía sean de valor, pero sobre todo que tengan como resultado una experiencia positiva.

De más de 4 mil clientes encuestados en las diferentes soluciones durante el 2021, se obtuvieron los siguientes resultados:

Encuestas de Satisfacción y NPS				
	Autos	Asistencia	Salud	Competitividad
Satisfacción	4,75	4,80	4,65	4,75
Lealtad	4,78	4,85	4,77	4,50
Recomendación	4,81	4,85	4,76	4,61
NPS	83.0%	87.2%	79.8%	85.7%
Apóstoles	82.0%	87.2%	79.8%	85.7%
Neutros	13.2%	12.8%	20.3%	14.3%
Detractores	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%

A continuación presentamos el resultado consolidado con Compañía:

	Acumulado Compañía
Satisfacción	4,69
Lealtad	4,78
Recomendación	4,80
NPS	86%
Apóstoles	86%
Neutros	13,91%
Detractores	0,09%

A hand in a light blue sleeve is shown balancing a row of wooden blocks on a yellow background. The blocks are arranged in a slightly curved line, and the hand is positioned to support them from below. The lighting is bright, highlighting the texture of the wood and the skin of the hand.

# 11. GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

La Gestión de Riesgos es un tema central para ASESUISA, por cuanto apalanca la estrategia y la generación de valor a través de la identificación de riesgos y oportunidades estratégicas y operacionales; así como el trabajo en conjunto que se realiza con los equipos de negocio, enfocado en entregar capacidades y acompañar la competitividad sostenible. Además, la Gestión de Riesgos fomenta la generación de nuevas y mejores prácticas de acuerdo a las condiciones, nivel de madurez y características del entorno en el cual se desempeña la Compañía, adaptando las políticas y lineamientos que se establecen desde la Oficina Corporativa de Suramericana. Con ello se busca garantizar la solidez de la ASESUISA a través de la adecuada gestión de Tendencias y Riesgos.

A continuación se detallan las estrategias más relevantes desarrolladas por tipología de riesgos:

## RIESGOS ESTRATÉGICOS

En el 2021 se continuó fortaleciendo la gestión de los riesgos estratégicos, entendidos como aquellos que tienen una incidencia directa en la estrategia de ASESUISA. En particular, se dio seguimiento a las opciones de gestión identificadas en la caracterización de riesgo de modelo operativo. Es importante destacar que existe una apropiación de la importancia de gestionar los riesgos estratégicos al más alto nivel de la Compañía, pues los miembros de Comité de Presidencia, con el apoyo del área de Riesgos, son quienes han dado seguimiento a dichas opciones de gestión.

## RIESGOS FINANCIEROS Y TÉCNICOS

Por el lado de los Riesgos Técnicos, se continuó monitoreando la evolución de las principales variables que inciden en la siniestralidad de cada una de las soluciones. Además, se realizaron esfuerzos para continuar fortaleciendo el conocimiento técnico de la Compañía, dado que se comprende que la adecuada gestión de los riesgos técnicos exige que la empresa cuente con las capacidades y competencias necesarios para tal fin.

En 2021 se mantuvo el impacto marcado por el COVID-19, lo que provocó un incremento sustancial en la siniestralidad de algunas soluciones, por lo que el monitoreo de los riesgos técnicos ha sido particularmente relevante.

En cuanto a los riesgos financieros y de mercado, se mantuvo un proceso continuo de análisis a

través de escenarios que permitió la gestión de los riesgos asociados al portafolio de Inversiones, la comunicación oportuna de las situaciones más relevantes, y la definición de planes de acción a la Alta Dirección y al Comité de Riesgos. El hecho de contar con un Modelo Interno de Solvencia, que busca evaluar cómo la Compañía se vería impactada ante la materialización de algunos de los riesgos incluidos en el modelo, es una herramienta que contribuye a garantizar la solidez de la empresa.

## RIESGOS ECONÓMICOS Y POLÍTICOS

Se mantuvo el seguimiento al estado de las finanzas públicas, a la trayectoria de la recuperación económica, a los cambios en el entorno político; todo con la finalidad de continuar anticipando acciones para la gestión de dicho riesgo. Se fortaleció el trabajo que se inició en 2020, con la modelación del escenario de presión sobre las finanzas públicas y se desarrollaron herramientas complementarias para la comprensión de dicho riesgo.



## RIESGOS OPERACIONALES

Se continuó implementando planes de trabajo para la adecuación de la Compañía al cumplimiento del marco normativo en continuidad del negocio y seguridad de la información (NRP-24 y NR-23, respectivamente).

Asimismo, se dio seguimiento al monitoreo de incidentes de riesgo operacional para la identificación de medidas para la mitigación del mismo, con el acompañamiento de las áreas de la Compañía involucradas. Por otro lado, a través del programa Antifraude y Anticorrupción se implementaron acciones para fortalecer la capacidad de las áreas para identificar y denunciar potenciales casos, así como el fortalecimiento de medidas de seguridad de la información y segregación de funciones, con énfasis en los cargos sensibles a fraude.

## RIESGO LAFT

En 2021 se reconoció la importancia y se continuó trabajando en mitigar el riesgo de lavado de dinero y otros activos. Con la entrada en vigencia de la Ley Bitcoin, se trabajó además en adecuar los controles internos, con el objetivo de facilitar el seguimiento a las transacciones en la nueva moneda.

El principal objetivo de la Gestión Integral de Riesgos es garantizar la solidez de la Compañía

# 12. PROYECTOS



ASESUISA, en 2021 invirtió en proyectos que permiten brindar y mejorar el acompañamiento a las personas y empresas, siempre teniendo en mente el bienestar y competitividad para generar una experiencia inigualable.

A continuación se detallan los principales proyectos:

## MODELO OPERATIVO

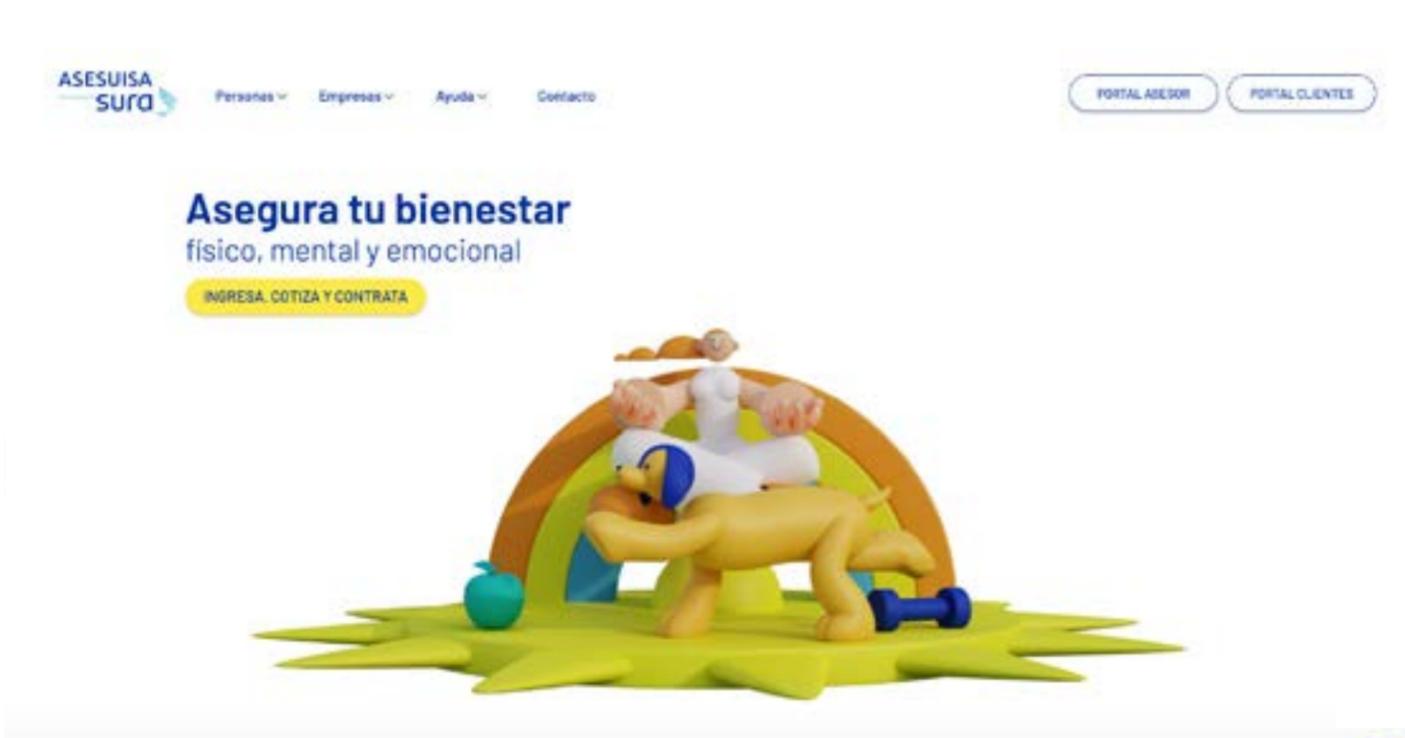
En la constante búsqueda de mejorar la eficiencia y el servicio, este año se continuó con las automatizaciones en diferentes procesos e implementaciones, tales como: PagoBot y Autogestión Vida, que permiten una mayor agilidad en las operaciones y una mejor experiencia a los aliados y clientes, cuidando siempre el Talento Humano como parte clave para el logro de los objetivos estratégicos.

## SUCURSAL DIGITAL

Como Compañía líder e innovadora, en 2021 lanzó la primera Sucursal Digital del país, en la cual los clientes pueden contratar un seguro 100% en línea, en tan solo 5 minutos, siguiendo una serie de pasos fáciles desde el lugar en el que se encuentren. La nueva plataforma ofrece una diversidad de Seguros de Autos y Vida, y seguirá trabajando para incluir más productos.

## SALUD SURA VIRTUAL

El bienestar físico, mental y emocional de los clientes es vital para poder vivir y desarrollarse plenamente. Es por ello, que este año se implementó un ecosistema que incluye todas las prestaciones de salud: consultas de emergencia, programas de bienestar, entre otros; transformando el modelo tradicional de salud a un modelo de salud positiva cuidando de forma preventiva el bienestar físico y mental de las personas, accediendo desde cualquier dispositivo móvil o computadora para tener atención médica inmediata y muchos otros beneficios.



## CREO

ASESUISA está en el proceso de transformación tecnológica que soporta y habilita nuevas formas del negocio de seguros de vida y generales, este proceso tiene como principal objetivo la actualización de los sistemas de información (legados y Core de seguros SISE), y por supuesto, en aquellas capacidades situadas alrededor de la tecnología, es por ello que nace el proyecto CREO. Dicho proyecto se encargará de implementar la solución de software INSIS del proveedor Fadata, utilizada en otras filiales de la región.

Con esta evolución tecnológica, ASESUISA podrá dar respuesta a la estrategia de la Compañía, adaptándose de forma ágil y oportuna a las nuevas tendencias de la industria aseguradora y respondiendo a las necesidades de nuestros clientes y aliados.

Durante el año 2021, CREO estuvo trabajando en la consolidación de la planificación del proyecto y se inició con la construcción de los cimientos en los que se fundamenta, siendo los logros más relevantes:

- Planificación del proyecto
- Arquitectura tecnológica de referencia
- Transformación de aplicaciones web
- Documentación de actividades del portafolio de Competitividad

Para el año 2022 se fortalecerá la etapa de preparación para todos los productos y transversales, en la cual se deberán identificar oportunidades que permitan ser más eficientes, definir soluciones a brechas identificadas y preparar la ruta de forma que la Compañía perdure en el largo plazo, articulando adecuadamente las verticales de Personas, Tecnología y Procesos.

## BITCOIN

La Ley Bitcoin fue aprobada en junio del 2021; dicho marco regulatorio constituye el primer cuerpo legal en el mundo que posibilita el utilizar Bitcoin como moneda de curso legal con poder liberatorio dentro de un territorio nacional. La ley ampara, además, que la criptomoneda sea con irrestricto poder liberatorio, ilimitada en cualquier transacción y a cualquier título. Es por esto que cumpliendo con la normativa y teniendo en cuenta aplicar buenas prácticas, ASESUISA fue la primera filial a nivel regional en implementar el pago con Bitcoin a través de Mi Portal, App Móvil, aplicativo web y en caja de Sucursal Zona Rosa.

Al ser una nueva moneda de curso legal, y de acuerdo a lineamientos de Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) sobre los activos virtuales, se establecieron controles para mitigar y controlar los riesgos LAFT; asimismo se implementó la debida diligencia y análisis de riesgo de los proveedores (Athena y Opennode) y la creación de un tablero de acuerdo al enfoque basado en riesgos, identificación, control, monitoreo y medición. Desde dicho periodo se recibieron 50 transacciones y recaudado US\$ 4,034.71.



# 13. COMUNICACIONES Y MERCADEO



En 2021 ASESUISA trabajó en una arquitectura de mensajes para cada capacidad, movilizando conversaciones alrededor de las tendencias y riesgos que siempre le aportan a la declaración superior: Asegúrate de vivir. Asimismo, se mantuvo una comunicación oportuna, simple, asertiva y disruptiva por medio de diferentes acciones con el fin de conectar con los clientes, asesores y públicos de interés y posicionar los atributos de la Compañía: experta, confiable, dinámica, empática, habilitadora e innovadora.

A continuación se destacan las principales campañas de comunicación:

## CAMPAÑA “DECÍDETE A VIVIR”

La campaña institucional pone en manifiesto el *slogan* para que las personas tomen los riesgos que les hacen bien y que los hacen vivir, y que se sientan seguros en cada paso que dan, porque cuentan con la protección de ASESUISA.

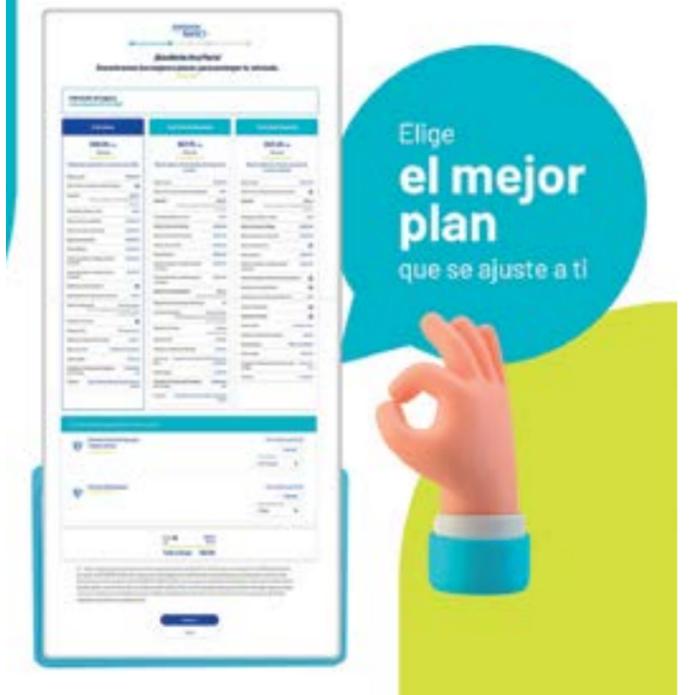
“Decídate a vivir, ASESUISA te acompaña” tuvo como objetivo principal generar *awareness* y crear afinidad por la marca a la hora que los clientes tomen decisión de compra. Asimismo, se reforzó la comunicación de los beneficios, coberturas y precios del portafolio. La campaña fue implementada en diferentes momentos desde abril hasta noviembre del año, con una inversión en medios tales como: radio, televisión nacional, exteriores (en zona central, occidental y oriental) y digital, logrando un alcance de 82%, tomando en cuenta que el universo activo es de 1.4 millones de personas, alcanzando en un promedio de 1.2.



## CAMPAÑA SUCURSAL DIGITAL

En el segundo semestre del 2021, se realizó el lanzamiento de la Sucursal Digital de ASESUISA, junto con la renovación del sitio web asesuisa.com. Dicha comunicación y sitio web se creó con un mensaje simple, directo, cercano y una línea gráfica moderna e ilustrativa que permite representar la innovación y el futuro. Es importante destacar que, en toda la comunicación se incorporó un código QR con el objetivo de generar tráfico directo a la plataforma.

La campaña fue implementada durante el mes de agosto y tuvo un plan de medios tradicionales y digitales, tales como televisión, radio, vallas publicitarias, prensa y otros. Asimismo, un plan digital para redes sociales, *mailing* y *Google Ads*.



## LANZAMIENTO DE SUCURSAL



Las mascotas son consideradas un miembro más de la familia, y es por esto que, en febrero del 2021, ASESUISA lanzó la primera Sucursal Pet Friendly, ubicada en Bambu City Center. De esta manera, la Compañía es la primera aseguradora del país en abrir sus puertas a los clientes en compañía de sus perros o gatos domésticos.

Es importante mencionar que se estableció un reglamento sobre aspectos como la cantidad de mascotas por establecimiento, estado de salud, tamaño y comportamiento, así como también supervisión y limpieza, para garantizar una experiencia agradable y memorable para todos.



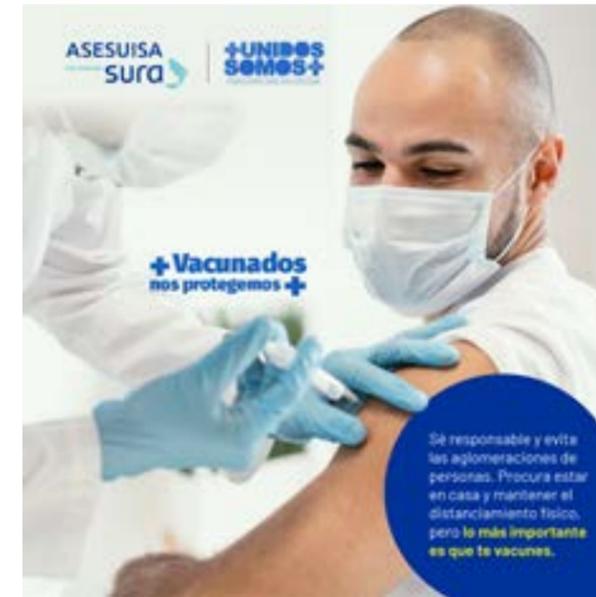
## CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN

El 2021 continuó siendo un año impactado por la pandemia COVID-19 y como parte del compromiso de entregar bienestar a todas las personas, se lanzaron campañas de concientización y se apoyó a diferentes aliados para impulsar la importancia de la vacunación y seguir con las medidas de bioseguridad. Las campañas fueron las siguientes:

- **Vacúnate contra la desinformación:** fue una campaña regional que buscaba romper mitos, barreras y miedos sobre las vacunas contra COVID-19; se realizó un *streaming* con expertos para conversar y ampliar información
- **Vacúnate #QuiénDijoMiedo:** se apoyó la campaña de vacunación organizada por la Asociación Salvadoreña de Empresas de Seguros (ASES), con comunicación en nuestras redes sociales y radio
- **+Vacunados Nos Protegemos+:** fue una campaña organizada por +Unidos Somos+ para continuar concientizando sobre la vacunación contra COVID-19



- Se realizó un *WebCast* para los miembros del gremio de AMCHAM y público en general sobre "Actualización Pandemia COVID-19 en El Salvador" impartida por el Dr. José Ernesto Navarro Marín



## RECONOCIMIENTOS 2021

ASESUISA recibió diferentes reconocimientos como mérito a la gestión relevante que realizó en diferentes áreas:

### REVISTA SUMMA:

- Empresas líderes de América Central y República Dominicana, en las categorías de agilidad y aprendizaje, innovación, cultura solidaria y transformación digital
- Empresa con mejor reputación y ética
- MJ by Summa - Empresa con excelentes condiciones laborales para las mujeres
- Top 50 ejecutivos con mejor ética profesional de la región, reconocimiento para Enzo Bizzarro, presidente ejecutivo de ASESUISA

### REVISTA EL ECONOMISTA:

- Marca #1 preferida por los salvadoreños
- Una de las 14 empresas más destacadas

### REVISTA ESTRATEGIA Y NEGOCIOS:

- Lovemarks 2021
- Encuesta de marcas: Top Of Mind
- Aseguradoras líderes de la región

### REVISTA VIDA & ÉXITO:

- Ranking de Reputación Corporativa



## REVISTA FORBES CENTROAMÉRICA

- Reputación empresarial y marca resiliente

## REVISTA MERCADOS & TENDENCIAS

- Empresas emblemáticas

## EFY: EMPLOYERS FOR YOUTH

- Una de las empresas más atractivas para trabajar para jóvenes profesionales, obteniendo el segundo lugar
- EFY Tech CAM reconoció a la Compañía como una de las empresas más atractivas para trabajar para jóvenes profesionales en Tecnología



14. RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
EMPRESARIAL



ASESUISA tiene la visión por contribuir a mejorar la calidad de vida de los salvadoreños, por ello participa activamente en el desarrollo de sus tres pilares: educación, medio ambiente, arte y cultura, los cuales van orientados a la comunidad, clientes, proveedores y colaboradores.

A continuación, se detallan las principales acciones realizadas en 2021:

## PILAR DE EDUCACIÓN:

### APOYO A NIÑAS CON CONECTIVIDAD PARA ESTUDIOS

La pandemia por COVID-19 ha presentado muchos retos para la niñez y la adolescencia, sobre todo para la continuidad educativa de las niñas, quienes se enfrentan al desafío de la conectividad y a la necesidad de contar con insumos tecnológicos. Es por esto que ASESUISA, realizó una alianza con la organización Plan Internacional para la entrega de un donativo económico de US\$ 2,500 para la conectividad de 148 niñas de Chalatenango, que son estudiantes becarias del programa, con el objetivo de que pudieran continuar con sus clases virtuales y realización de tareas para finalizar su año escolar.

### RIESGOLANDIA

En 2021 se trabajó junto a Tín Marín, el Museo de los Niños, la remodelación de la exhibición permanente Riesgolandia, con el fin de que, pequeños y grandes aprendan la manera correcta de reaccionar ante diferentes desastres naturales y conocer sobre seguridad vial y bienestar emocional por medio de la experiencia. La inversión fue de US\$ 14,000 para la compra de nuevos materiales, diseño moderno, equipo de movilidad para vivir la experiencia de manejar, pintura y mano de obra de la exhibición. El lanzamiento de Riesgolandia se realizará en el primer trimestre del 2022 junto al equipo de trabajo de ASESUISA y Tín Marín.

### CLUB DE LECTURA

Apoyamos el desarrollo del Club de Lectura Virtual del Castillo Venturoso, en alianza con Glasswing Internacional, que tiene como objetivo que niñas, niños y jóvenes desarrollen su potencial creativo y de pensamiento crítico para que construyen las bases para convertirse en agentes de cambio. Las sesiones de lectura virtual han beneficiado a más de 40 niñas y niños, así como también les ha permitido contar con material lúdico para la continuación de la lectura.



### DONACIÓN A COLEGIO CITALÁ

Colegio Citalá es un proyecto educativo que brinda becas a jóvenes con gran potencial humano e intelectual, para darles una formación académica de alto rendimiento que les permita continuar sus estudios a nivel superior y de esta forma, aspirar a una mejor calidad de vida para ellos y sus familias. ASESUISA forma parte de este proyecto desde hace más de tres años, apadrinando a un grupo de jóvenes, para que puedan contar con lo necesario para desempeñarse en sus estudios.

### PILAR DE MEDIO AMBIENTE

#### GESTIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA

En 2021 se inició con el proyecto Gestión para la Sostenibilidad y Resiliencia Empresarial, con el apoyo estratégico de La Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), con quien se ha trabajado de la mano desde hace varios años con el objetivo de apoyar la gestión empresarial.

El objetivo principal es fortalecer las temáticas de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial.

Las actividades que se han desarrollado en esta área son:

- Análisis y definición de los indicadores Dow Jones que aplican a ASESUISA
- Asesoría y diseño de plan de acciones a implementar en ASESUISA apegado a los indicadores estipulados y a las áreas de RSC definidas
- Conformación del Comité de sostenibilidad para su participación en el desarrollo de actividades referentes a la Sostenibilidad y RSC.
- Mapeo de Materialidad y Stakeholders para la creación de estrategias de sostenibilidad enfocados a los grupos y temas de interés de ASESUISA.
- Desarrollo de un plan de trabajo enfocado en fortalecer los temas de materialidad más relevantes para la sostenibilidad del negocio.

Para el año 2022, según el plan de trabajo, se seguirán desarrollando actividades de formación dirigidas al público interno de ASESUISA en temáticas de sostenibilidad, gestión de riesgos y la Ley de Gestión Integral de Residuos y Fomento al Reciclaje. Además, se llevará a cabo un programa de Restauración en el Parque Walter Thilo Denninger, del departamento de La Libertad.



## PILAR ARTE Y CULTURA

### CONCIERTO “LOS SONIDOS DE LA NAVIDAD”

Por sexto año consecutivo, se llevó a cabo el tradicional concierto de villancicos “Sonidos de La Navidad” en el Parque Cuscatlán, con el objetivo de acercar la música popular navideña a toda la población, ofreciendo un variado repertorio musical y con melodías reconocidas para el deleite de adultos y niños. El concierto es interpretado por talento local de la orquesta Big Band Juvenil El Salvador. Al concierto asistieron niños, jóvenes y adultos, con todos los protocolos de bioseguridad para prevenir el contagio de COVID-19 y también fue transmitido de forma virtual por *Facebook Live*.

## SEMANA DE LA SOSTENIBILIDAD – FUNDEMAS

ASESUISA participó en la Semana de la Sostenibilidad, evento virtual organizado por FUNDEMAS, que tenía como objetivo: compartir tendencias globales de RSE y sostenibilidad al ámbito local, articular esfuerzos empresariales con iniciativas de la sociedad civil e instituciones; y poner en la opinión pública la importancia que posee la sostenibilidad en el progreso del país.

La Compañía contó con un stand virtual sobre los proyectos de RSC, y se participó con una ponencia sobre “Salud Planetaria” impartida por Gloria María Estrada, Vicepresidente de Riesgos de Suramericana.

Asimismo, FUNDEMAS llevó a cabo un Taller para Líderes empresariales para conversar sobre el tema: “Descifrando la realidad – retos reputacionales de las empresas de hoy”, en el cual Enzo Bizzarro, Presidente Ejecutivo de ASESUISA, participó con otros CEO’s invitados.



## APOYO DE INICIATIVAS

### CAMPAÑA DE CORAZÓN PARA EL SALVADOR

Por segundo año consecutivo se apoyó a la Cruz Roja Salvadoreña con la campaña “De CORAZÓN para El Salvador”, con el objetivo de recaudar fondos para apoyar a la organización. Esta iniciativa consistió en que por cada transacción que los clientes y asesores realizaron a través del Ecosistema Digital de ASESUISA, se donaría US\$ 0.25 durante un mes. En dicho periodo se realizaron 14,617 transacciones equivalente a un donativo de US\$ 3,654.25.



### EMPODERHADAS

Desde Empresas SURA comprometidos en impulsar el empoderamiento de la mujer y el emprendimiento, se patrocinó el programa “EmpoderHADAS”, impulsado por la diseñadora Lula Mena; en el cual se compartieron, en redes sociales, seis entrevistas a mujeres salvadoreñas disruptivas, para dar a conocer, desde un punto de vista personal y profesional, cómo han logrado conectar y equilibrar sus vidas para tener éxito en sus emprendimientos.

# 15. INFORME DE AUDITORES



## Informe de los Auditores Independientes

A la Asamblea General de Accionistas de Seguros Sura, S.A., Seguros de Personas

### **Opinión**

Hemos auditado los estados financieros de Seguros Sura, S.A., Seguros de Personas, que comprenden el balance general al 31 de diciembre de 2021, y los estados de resultados, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, así como las notas a los estados financieros, incluyendo un resumen de las principales políticas contables.

En nuestra opinión, los estados financieros adjuntos de la Compañía, al 31 de diciembre de 2021, han sido preparados en todos sus aspectos importantes, de conformidad con las Normas Contables para Sociedades de Seguros emitidas por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador, como se describe en la nota 2 a los estados financieros.

### **Bases para la opinión**

Efectuamos nuestra auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría ("NIAs"). Nuestras responsabilidades bajo dichas normas se encuentran descritas en la sección de Responsabilidades del auditor con relación a la auditoría de los estados financieros de nuestro informe. Somos independientes de la Compañía, de conformidad con el Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores ("IESBA", por sus siglas en inglés), junto con los requerimientos de ética que son relevantes para nuestra auditoría de los estados financieros en El Salvador y hemos cumplido con nuestras otras responsabilidades éticas de acuerdo con esos requerimientos. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

### **Párrafo de énfasis - Base de contabilidad**

Sin calificar nuestra opinión, llamamos la atención a la nota 2 a los estados financieros que describe la base de contabilización, las cuales tienen su origen en las "Normas para la elaboración de estados financieros de las sociedades de seguros" (NCS-015), emitidas por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador, según acuerdo de Consejo Directivo contenido en sesión CD 03/2001, del 24 de enero de 2001. Así como en las "Normas para la publicación de estados financieros de las sociedades de Seguros" (NCS-016), aprobadas en la misma sesión, y sus reformas. Los estados financieros han sido preparados para cumplir con los requerimientos legales y de la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador. En consecuencia, los estados financieros pueden no ser adecuados para otros propósitos.

### **Responsabilidades de la Administración y de aquellos encargados del gobierno sobre los estados financieros**

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de conformidad con las Normas Contables para Sociedades de Seguros emitidas por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador, como se describe en la nota 2 a los estados financieros, así como por el control interno que la Administración determine que es necesario para permitir la preparación de estados financieros que estén libres de errores significativos, debido ya sea a fraude o error.

En la preparación de los estados financieros, la Administración también es responsable de la evaluación de la capacidad de la Compañía para continuar como empresa en marcha, revelando, según corresponda, los asuntos relacionados con el negocio en marcha y utilizando el principio contable de empresa en marcha, excepto si la Administración tiene la intención de liquidar la Compañía o de terminar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista sino hacerlo.

A la Asamblea General de Accionistas de  
Seguros Sura, S.A., Seguros de Personas  
Página 2

Los encargados de la Administración de la Compañía, son responsables de la supervisión del proceso de información financiera de la Compañía.

### **Responsabilidades del auditor con relación a la auditoría de los estados financieros**

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable acerca de si los estados financieros considerados en su conjunto están libres de representaciones erróneas significativas, debido a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que incluye nuestra opinión. La seguridad razonable es un nivel alto de seguridad, pero no es una garantía de que una auditoría efectuada de acuerdo con las NIAs siempre detectará un error significativo cuando exista. Los errores pueden deberse a fraude o error y son considerados significativos cuando, individualmente o en su conjunto, pudiera esperarse razonablemente que influyan las decisiones económicas que tomen los usuarios basándose en estos estados financieros.

Como parte de una auditoría de conformidad con las NIAs, nosotros ejercemos el juicio profesional y mantenemos escepticismo profesional durante la auditoría.

Asimismo, nosotros como auditores, también:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de error material en los estados financieros, debido a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos, y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar un error material debido a fraude es más alto que en el caso de un error material debido a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones intencionales, manifestaciones intencionalmente erróneas, o la elusión del control interno.
- Obtenemos un entendimiento del control interno relevante para la auditoría con el propósito de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Compañía.
- Concluimos sobre el uso adecuado por parte de la Administración del principio contable de empresa en marcha y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe una incertidumbre material relacionada con hechos o condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Compañía para continuar como empresa en marcha. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre las revelaciones correspondientes en los estados financieros o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones están basadas en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. No obstante, hechos o condiciones futuros pueden causar que la Compañía no continúe como una empresa en marcha.
- Evaluamos que las políticas contables utilizadas sean adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y las revelaciones efectuadas por la administración.

A la Asamblea General de Accionistas de  
Seguros Sura, S.A., Seguros de Personas  
Página 3

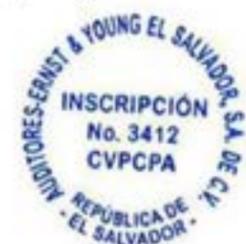
Nos comunicamos con los encargados de la Administración de la Compañía en relación, entre otros asuntos, al alcance y oportunidad de nuestra auditoría y los hallazgos significativos incluyendo cualquier deficiencia significativa en el control interno que hayamos identificado durante nuestra auditoría.

Ernst & Young El Salvador, S.A. de C.V.  
Registro No. 3412



René Alberto Arce Barahona  
Socio  
Registro No. 1350

17 de febrero de 2022  
Torre Futura World Trade Center 11-05  
San Salvador, El Salvador




A-025-2022

**SEGUROS SURA, S.A., SEGUROS DE PERSONAS**  
**(Compañía Salvadoreña de Seguros,**  
**Subsidiaria de Seguros Sura, S.A.)**  
(San Salvador, República de El Salvador)

**Balances Generales**

31 de diciembre de 2021 y 2020

(Expresados en Miles de Dólares de los Estados Unidos de América)

	<u>Nota</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>
<b>Activos</b>			
Activos del giro:			
Caja y bancos	3	\$ 8,947.4	\$ 23,770.0
Efectos de cobro inmediato	3	382.1	506.9
Inversiones financieras (neto)	6	73,303.0	71,042.2
Cartera de préstamos (neto)	7 y 8	137.5	136.6
Primas por cobrar (neto)	9	16,787.9	14,682.9
Deudores por seguros y fianzas	10	1,175.8	2,327.2
		<u>100,733.7</u>	<u>112,465.8</u>
Otros activos:			
Diversos (neto)	21	<u>4,750.8</u>	<u>5,890.0</u>
Activo fijo:			
Bienes muebles y otros, neto de depreciación acumulada	12	79.1	95.3
		<u>4,829.9</u>	<u>5,985.3</u>
<b>Total de activos</b>		<b>\$ 105,563.6</b>	<b>\$ 118,451.1</b>
<b>Pasivos y Patrimonio</b>			
Pasivos del giro:			
Obligaciones con asegurados	14, 15 y 16	\$ 4,645.9	\$ 2,955.8
Obligaciones con entidades financieras	19	143.5	122.3
Sociedades acreedoras de seguros y fianzas	18	1,192.9	1,536.1
Obligaciones con intermediarios y agentes	20	3,372.9	2,497.7
		<u>9,355.2</u>	<u>7,111.9</u>
Otros pasivos:			
Cuentas por pagar		2,537.9	2,348.3
Provisiones	22	945.4	782.1
		<u>3,483.3</u>	<u>3,130.4</u>
Reservas técnicas:			
Reservas matemáticas	17	12,467.5	13,245.8
Reservas de riesgos en curso	17	36,573.0	43,500.2
		<u>49,040.5</u>	<u>56,746.0</u>
Reservas por siniestros:			
Reportados		17,197.0	23,856.9
No reportados		3,888.9	3,536.3
	17	<u>21,085.9</u>	<u>27,393.2</u>
<b>Total de pasivos</b>		<b>\$ 82,964.9</b>	<b>\$ 94,381.5</b>
Patrimonio:			
Capital social pagado		\$ 4,200.0	\$ 4,200.0
Reservas de capital, patrimonio restringido y resultados acumulados		<u>18,396.7</u>	<u>19,869.6</u>
<b>Total del patrimonio</b>		<b>22,596.7</b>	<b>24,069.6</b>
<b>Total de pasivos y patrimonio</b>		<b>\$ 105,563.6</b>	<b>\$ 118,451.1</b>

Véanse notas que acompañan a los estados financieros.

**Estados de Resultados**

Por los periodos del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021 y 2020

(Expresados en Miles de Dólares de los Estados Unidos de América)

	<u>Nota</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>
<b>Ingresos de operación:</b>			
Primas netas de devoluciones y cancelaciones		\$ 85,690.6	\$ 89,476.5
Ingresos por decremento de reservas técnicas	17	27,726.9	16,329.4
Siniestros y gastos recuperados por reaseguros y reafianzamientos cedidos		20,619.3	19,718.6
Reembolsos de gastos por cesiones		29.4	745.4
Ingresos financieros y de inversión		4,823.9	5,203.8
		<u>138,890.1</u>	<u>131,473.7</u>
<b>Costos de operaciones:</b>			
Siniestros		73,322.9	59,681.3
Primas cedidas por reaseguros y reafianzamientos		20,069.6	20,529.4
Gastos por incremento de reservas técnicas	17	13,841.2	20,571.5
Gastos de adquisición y conservación		26,975.2	27,904.3
		<u>134,208.9</u>	<u>128,686.5</u>
Reservas de saneamiento		0.0	285.2
		<u>134,208.9</u>	<u>128,971.7</u>
<b>Utilidad antes de gastos</b>		<u>4,681.2</u>	<u>2,502.0</u>
<b>Gastos de operación:</b>			
Gastos financieros y de inversión		362.6	151.4
Gastos de administración	25	6,295.2	5,577.6
		<u>6,657.8</u>	<u>5,729.0</u>
<b>Pérdida de operación</b>		<u>(1,976.6)</u>	<u>(3,227.0)</u>
Otros ingresos neto		523.1	1,844.7
<b>Pérdida antes de impuesto</b>		<u>(1,453.5)</u>	<u>(1,382.3)</u>
Impuesto sobre la renta	27	17.5	(125.8)
Contribución especial plan Seguridad Ciudadana		0.0	54.8
<b>Pérdida neta</b>		<u>\$ (1,471.0)</u>	<u>\$ (1,311.3)</u>

Véanse notas que acompañan a los estados financieros.

**Informe de los Auditores Independientes**

A la Asamblea General de Accionistas de Seguros Sura, S.A. y filial

**Opinión**

Hemos auditado los estados financieros consolidados de Seguros Sura, S.A. y filial, que comprenden el balance general consolidado al 31 de diciembre de 2021, y los estados consolidados de resultados, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, así como las notas a los estados financieros consolidados, incluyendo un resumen de las principales políticas contables.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos de la Compañía, al 31 de diciembre de 2021, han sido preparados en todos sus aspectos importantes, de conformidad con las Normas Contables para Sociedades de Seguros emitidas por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador, como se describe en la nota 2 a los estados financieros consolidados.

**Bases para la opinión**

Efectuamos nuestra auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría ("NIAs"). Nuestras responsabilidades bajo dichas normas se encuentran descritas en la sección de Responsabilidades del auditor con relación a la auditoría de los estados financieros de nuestro informe. Somos independientes de la Compañía, de conformidad con el Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores ("IESBA", por sus siglas en inglés), junto con los requerimientos de ética que son relevantes para nuestra auditoría de los estados financieros en El Salvador y hemos cumplido con nuestras otras responsabilidades éticas de acuerdo con esos requerimientos. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

**Párrafo de énfasis - Base de contabilidad**

Sin calificar nuestra opinión, llamamos la atención a la nota 2 a los estados financieros consolidados que describe la base de contabilización, las cuales tienen su origen en las "Normas para la elaboración de estados financieros de las sociedades de seguros" (NCS-015), emitidas por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador, según acuerdo de Consejo Directivo contenido en sesión CD 03/2001, del 24 de enero de 2001. Así como en las "Normas para la publicación de estados financieros de las sociedades de Seguros" (NCS-016), aprobadas en la misma sesión, y sus reformas. Los estados financieros consolidados han sido preparados para cumplir con los requerimientos legales y de la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador. En consecuencia, los estados financieros consolidados pueden no ser adecuados para otros propósitos.

**Responsabilidades de la Administración y de aquellos encargados del gobierno sobre los estados financieros consolidados**

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros consolidados de conformidad con las Normas Contables para Sociedades de Seguros emitidas por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador, como se describe en la nota 2 a los estados financieros consolidados, así como por el control interno que la Administración determine que es necesario para permitir la preparación de estados financieros consolidados que estén libres de errores significativos, debido ya sea a fraude o error.

A la Asamblea General de Accionistas de  
Seguros Sura, S.A. y filial  
Página 2

En la preparación de los estados financieros consolidados, la Administración también es responsable de la evaluación de la capacidad de la Compañía para continuar como empresa en marcha, revelando, según corresponda, los asuntos relacionados con el negocio en marcha y utilizando el principio contable de empresa en marcha, excepto si la Administración tiene la intención de liquidar la Compañía o de terminar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista sino hacerlo.

Los encargados de la Administración de la Compañía, son responsables de la supervisión del proceso de información financiera de la Compañía.

**Responsabilidades del auditor con relación a la auditoría de los estados financieros consolidados**

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable acerca de si los estados financieros consolidados considerados en su conjunto están libres de representaciones erróneas significativas, debido a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que incluye nuestra opinión. La seguridad razonable es un nivel alto de seguridad, pero no es una garantía de que una auditoría efectuada de acuerdo con las NIAs siempre detectará un error significativo cuando exista. Los errores pueden deberse a fraude o error y son considerados significativos cuando, individualmente o en su conjunto, pudiera esperarse razonablemente que influyan las decisiones económicas que tomen los usuarios basándose en estos estados financieros consolidados.

Como parte de una auditoría de conformidad con las NIAs, nosotros ejercemos el juicio profesional y mantenemos escepticismo profesional durante la auditoría.

Asimismo, nosotros como auditores, también:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de error material en los estados financieros, debido a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos, y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar un error material debido a fraude es más alto que en el caso de un error material debido a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones intencionales, manifestaciones intencionalmente erróneas, o la elusión del control interno.
- Obtenemos un entendimiento del control interno relevante para la auditoría con el propósito de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Compañía.
- Concluimos sobre el uso adecuado por parte de la Administración del principio contable de empresa en marcha y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe una incertidumbre material relacionada con hechos o condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Compañía para continuar como empresa en marcha. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre las revelaciones correspondientes en los estados financieros consolidados o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones están basadas en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. No obstante, hechos o condiciones futuros pueden causar que la Compañía no continúe como una empresa en marcha.

A la Asamblea General de Accionistas de  
Seguros Sura, S.A. y filial  
Página 3

- Evaluamos la presentación global, estructura y contenido de los estados financieros consolidados, incluyendo las revelaciones, y si dichos estados financieros representan las transacciones subyacentes y eventos manera que logren la presentación razonable
- Obtenemos evidencia suficiente y adecuada con relación a la información financiera de las entidades o actividades de negocios que conforman el Grupo para expresar una opinión sobre los estados financieros consolidados. Somos responsables de la dirección, supervisión y ejecución de la auditoría del Grupo. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.
- Evaluamos que las políticas contables utilizadas sean adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y las revelaciones efectuadas por la administración.

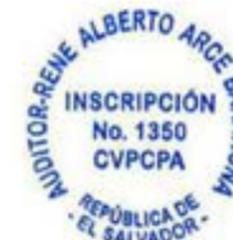
Nos comunicamos con los encargados de la Administración de la Compañía en relación, entre otros asuntos, al alcance y oportunidad de nuestra auditoría y los hallazgos significativos incluyendo cualquier deficiencia significativa en el control interno que hayamos identificado durante nuestra auditoría.

Ernst & Young El Salvador, S.A. de C.V.  
Registro No. 3412



René Alberto Arce Barahona  
Socio  
Registro No. 1350

17 de febrero de 2022  
Torre Futura World Trade Center 11-05  
San Salvador, El Salvador



**SEGUROS SURA S.A. Y FILIAL**  
(Compañía Salvadoreña de Seguros,  
Subsidiaria de Suramericana, S.A. del domicilio de Colombia)  
(San Salvador, República de El Salvador)

**Balances Generales Consolidados**

31 de diciembre de 2021 y 2020

(Expresado en Miles de Dólares de los Estados Unidos de América)

	<u>Nota</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>
<b>Activo</b>			
Activos del giro:			
Caja y bancos	3	\$ 19,552.7	\$ 41,500.5
Efectos de cobro inmediato	3	738.5	1,022.9
Inversiones financieras, neto	6	86,727.4	81,373.9
Cartera de préstamos, neto	7 y 8	137.5	136.7
Primas por cobrar, neto	9	38,970.8	33,558.4
Deudores por seguros y fianzas	10	1,452.5	2,500.6
		<u>147,579.4</u>	<u>160,093.0</u>
Otros activos:			
Bienes recibidos en pago, neto	13	0.0	219.9
Diversos, neto de reservas de saneamiento	21	10,569.9	11,095.9
		<u>10,569.9</u>	<u>11,315.8</u>
Activo fijo:			
Bienes muebles y otros, neto de depreciación acumulada	12	2,850.3	1,695.9
<b>Total activo</b>		<u>\$ 160,999.6</u>	<u>\$ 173,104.7</u>
<b>Pasivo y patrimonio</b>			
Pasivos del giro:			
Obligaciones con asegurados	14, 15 y 16	\$ 5,230.4	\$ 3,970.6
Obligaciones con entidades financieras	19	143.5	122.3
Sociedades acreedoras de seguros y fianzas	18	7,453.1	5,888.2
Obligaciones con intermediarios y agentes	20	8,287.3	6,657.4
		<u>21,114.3</u>	<u>16,638.5</u>
Otros pasivos:			
Cuentas por pagar		5,779.7	5,384.4
Provisiones	22	1,779.0	1,632.3
Diversos		3,729.7	2,546.6
		<u>11,288.4</u>	<u>9,563.3</u>
Reservas técnicas:			
Reservas matemáticas	17	12,467.5	13,245.8
Reservas de riesgos en curso	17	50,660.4	54,808.4
		<u>63,127.9</u>	<u>68,054.2</u>
Reservas por siniestros:			
Reportados		20,760.5	27,555.8
No reportados		4,362.5	3,960.3
	17	<u>25,123.0</u>	<u>31,516.1</u>
<b>Total pasivo</b>		<u>\$ 120,653.6</u>	<u>\$ 125,772.1</u>
Patrimonio:			
Capital social pagado		\$ 8,400.0	\$ 8,400.0
acumulados		31,946.0	38,932.6
<b>Total patrimonio</b>		<u>40,346.0</u>	<u>47,332.6</u>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>		<u>\$ 160,999.6</u>	<u>\$ 173,104.7</u>

Véanse notas que acompañan a los estados financieros consolidados.

**SEGUROS SURA S.A. Y FILIAL**  
(Compañía Salvadoreña de Seguros,  
Subsidiaria de Suramericana, S.A. del domicilio de Colombia)  
(San Salvador, República de El Salvador)

**Estados Consolidados de Resultados**

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2021 y 2020

(Expresado en Miles de Dólares de los Estados Unidos de América)

	<u>Nota</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>
<b>Ingresos de operación:</b>			
Primas netas de devoluciones y cancelaciones		\$ 147,074.4	\$ 141,268.4
Ingresos por decrementos de reservas técnicas	17	30,265.4	20,732.8
Siniestros y gastos recuperados por reaseguros y reafianzamiento		23,800.2	21,816.6
Reembolsos de gastos por cesiones		2,291.9	2,949.3
Ingresos financieros y de inversiones		5,779.1	6,341.1
		<u>209,211.0</u>	<u>193,108.2</u>
<b>Menos - Costos de operación:</b>			
Siniestros		101,246.3	79,935.0
Primas cedidas por reaseguros y reafianzamiento		39,005.3	37,607.5
Gastos por incrementos de reservas técnicas	17	19,072.9	24,826.1
Gastos de adquisición y conservación		43,163.5	41,909.0
		<u>202,488.0</u>	<u>184,277.6</u>
Reservas de saneamiento		0.0	431.1
		<u>202,488.0</u>	<u>184,708.7</u>
<b>Utilidad antes de gastos</b>		<u>6,723.0</u>	<u>8,399.5</u>
<b>Gastos de operación:</b>			
Gastos financieros y de inversión		379.3	210.4
Gastos de administración	25	8,857.3	8,236.1
		<u>9,236.6</u>	<u>8,446.5</u>
<b>Pérdida de operación</b>		<u>(2,513.6)</u>	<u>(47.0)</u>
Otros ingresos y gastos, neto		3,834.1	3,595.0
<b>Utilidad antes de impuesto</b>		<u>1,320.5</u>	<u>3,548.0</u>
Impuesto sobre la renta	27	807.1	1,335.4
Contribuciones Especiales por Ley - Plan de Seguridad Ciudadana		0.0	222.1
<b>Utilidad neta</b>		<u>\$ 513.4</u>	<u>\$ 1,990.5</u>

Véanse notas que acompañan a los estados financieros consolidados.



Torre SURA, Bambu City Center,  
Bulevar El Hipódromo y Avenida Las Magnolias,  
Colonia San Benito, San Salvador, El Salvador.  
Tel.: **(503) 2209-5000**  
Cabina de Servicios: **(503) 2298-8888**  
Correo electrónico: **asesuisa@asesuisa.com**

**asesuisa.com**