



1 Marzo, 2023

EMPRESAS



Francisco Lara

Presidente de Grupo Pelayo

Álvaro Ruiz de Velasco y Germán Pastor

Francisco Lara Martín cumple ya dos años al frente del Grupo Pelayo tras la jubilación de José Boada, un histórico del sector de los seguros. Grupo Pelayo es uno de los actuales líderes de seguros de España, especialmente en el sector del automóvil y, junto a la Fundación Pelayo, es una de las empresas más activas en proyectos de inclusión social.

Entrando en su segundo año al frente de Pelayo Seguros, ¿cómo valora la gestión realizada hasta el momento?

Hay que considerar que el proceso de sucesión que se produjo en la presidencia de Grupo Pelayo se planificó con tiempo y que yo venía de ocupar ya la dirección general de la compañía. Es por ello que podríamos decir que la gestión ha sido en general muy continuista.

En el ejercicio de 2021 cerramos un plan estratégico en el que nos focalizamos en la rentabilidad del negocio y en sanear determinadas carteras que no tenían el comportamiento a nivel de rentabilidad que nosotros pretendíamos. Y en 2022 lo que hicimos fue recuperar la senda de crecimiento prepandemia, incrementando de nuevo nuestra base de clientes. En este sentido, puedo adelantar que el año ha sido muy satisfactorio.

Las previsiones para 2023 las estamos enfocando a mantener este buen ritmo comercial, planteándonos incluso ser capaces de alcanzar la cifra de facturación prevista para todo el plan trienal que en principio debíamos obtener al cierre del ejercicio 2024.

Personalmente, la valoración que puedo hacer sobre la gestión durante estos dos años creo que ha sido bastante positiva, pero es mejor focalizarnos en los resultados actuales y dejar que de ellos se desprendan las conclusiones. Aún tenemos mucho espacio para seguir creciendo.

El mercado de los seguros está viviendo una época de alianzas y fusiones con otros sectores. ¿Están barajando esta estrategia dentro de Grupo Pelayo?

En Grupo Pelayo siempre hemos sido muy activos en todo lo que tiene que ver en la búsqueda de fusiones,



“Nuestro negocio siempre está condicionado por el crecimiento económico”

alianzas y acuerdos que nosotros entendamos que pueden contribuir de forma positiva a potenciar nuestro negocio. En ese sentido, dentro del propio sector asegurador, seguimos manteniendo una actitud activa hacia la búsqueda de ese tipo de alianzas.

Pensamos que la mejor manera de abordar determinados retos que tenemos ahora mismo en el sector y de obtener la capacidad para asumir las inversiones que requieren, es a través de la búsqueda de ese tipo de alianzas y la cooperación, tanto con actores que ya forman parte del negocio como con nuevos actores que se van incorporando. Todo lo que tiene que ver con la distribución de los productos y servicios aseguradores en los últimos años se ha ido expandiendo precisamente gracias a acuerdos y alianzas con otro tipo de entidades. Nosotros hemos identificado que hay sectores y compañías que tienen bases de clientela amplias, donde pueden producirse sinergias entre el tipo de servicios y productos que ellos prestan a sus clientes y los que nosotros impulsamos a través del negocio asegurador, lo que nos da oportunidades de crecimiento.

¿Cómo ha afectado la inflación al mercado de los seguros? ¿Qué ramos se han podido ver más afectados?

La inflación ha tenido un doble efecto en el sector asegurador. En primer lugar, ha provocado un estrechamiento de los márgenes que nos obliga a buscar vías alternativas para seguir ganando en eficiencia, manteniendo la competitividad de los precios y la calidad de servicio a nuestros clientes.

En segundo lugar, este incremento de inflación ha supuesto un endurecimiento de las políticas monetarias por parte de los bancos centrales y, en concreto, por parte del Banco Central Europeo. El incremento de tipos de interés derivado de este cambio en la estrategia es una cuestión que ha impactado financieramente en el negocio, pero de nuevo, nos impacta en dos sentidos.

Por un lado, la subida de los tipos de interés supone que se produzca una reducción de valor en las carteras de renta fija que tenemos incorporadas en nuestro balance. Esa pérdida de valor afecta directamente a solvencia, pero no afecta a la cuenta de resultados.

Además, en el caso de Pelayo, tenemos unos ratios de solvencia muy elevados, y en ese sentido nos ha sido relativamente sencillo gestionar esta pérdida de valor en estas carteras de renta fija.

Por otro lado, al subir los tipos de interés, tipologías de inversión que eran habituales en nuestra cartera relacionadas con la deuda pública o la renta fija corporativa, vuelven a tener un atractivo que en los últimos años habían perdido, lo que abre nuevas oportunidades de inversión, que previsiblemente nos puedan llevar a cambiar paulatinamente nuestra estrategia.

Indudablemente nuestro negocio siempre está condicionado por el crecimiento económico, así que en la medida que sigamos en una situación de inflación y vaya acompañado de un crecimiento económico modesto, esto puede seguir derivando en menores oportunidades de crecimiento.

¿Las nuevas plataformas de movilidad suponen una oportunidad para Pelayo?

Alrededor de la movilidad están surgiendo bastantes fenómenos nuevos, soluciones de movilidad individual tanto de coche como de moto, y las soluciones de vehículos compartidos y opciones de renting de particulares.





1 Marzo, 2023

EMPRESAS

“Hay tipologías de inversión que vuelven a tener un atractivo que en los últimos años habían perdido”

Son fenómenos que vienen a transformar el escenario de movilidad y que hemos estado observando. Contrariamente a lo que podían indicar algunas de las previsiones iniciales, hemos visto que no están generando transformaciones disruptivas, sino que están siendo de carácter evolutivo y natural respecto al modelo de movilidad. Las implicaciones que están teniendo para el negocio asegurador las vemos como una oportunidad más que como una amenaza, ya que, al igual que otros fenómenos que ha habido en el pasado nos está permitiendo adaptarnos de forma efectiva.

Lo que tenemos claro es que conforme sigan evolucionando es más que probable que sigan surgiendo nuevas necesidades por parte de los clientes, y ahí

dependerá de la capacidad de las compañías aseguradoras de innovar y buscar nuevas soluciones a esas demandas.

La labor social sigue siendo uno de los pilares del grupo. ¿En qué están trabajando actualmente?

Diría que ahora mismo atendemos no solo los temas de labor social, sino todo lo que se recoge bajo el paraguas de sostenibilidad, que es el tema de actualidad. En Pelayo, cuando hemos hecho el ejercicio de comprobar cómo estamos enfocando este asunto, observamos que ya hemos estado cumpliendo varias de las pautas que se recogen bajo este concepto, y que lo veníamos haciendo en términos de gobierno corporativo por nuestro carácter mutualista, que muchas veces es más autoexigente que la propia legislación que a nosotros nos es aplicable, así como en lo que se refiere a cuidado del medio ambiente y de las personas.

La cultura de nuestra compañía siempre ha estado muy enfocada hacia todo lo que tenga que ver con inclusión de personas con discapacidad, dándoles la formación que precisen y la adaptación al puesto de trabajo. La acción social la canalizamos a través de la Fundación Pelayo, apoyando proyectos dirigidos a la protección de la infancia y las familias en materia de educación y sanidad. Mantenemos una política estable para devolver a la sociedad parte de los beneficios que obtenemos de nuestro negocio asegurador.

¿Qué expectativas tienen para el 2023, a tenor de la complicada situación socioeconómica?

El ejercicio de 2022, como preveíamos, ha sido un año complicado, pero el cierre que hemos tenido de ejercicio ha sido positivo. En términos de facturación, hemos conseguido incrementar el negocio comercializado en un 4,7 %, por encima de las expectativas que teníamos para este año, y a nivel de resultado, hemos cumplido con los objetivos que teníamos establecidos en el presupuesto. Asimismo, los resultados de nuestras filiales, Pelayo Vida y Agropelayo, han sido muy positivos y superiores al presupuesto previsto.

Hemos tenido que abordar situaciones que no estaban previstas, pero la valoración ha sido positiva y nos ha ayudado a mantener una previsión bastante más optimista de cara a 2023, donde esperamos mantener la tendencia positiva a nivel comercial. No nos olvidamos que en 2023 es muy probable que continuemos con un alto nivel de incertidumbre, por una serie de fenómenos que están influyendo claramente en la situación económica, incluyendo aquellos de carácter geopolítico. Esto es probable que nos lleve a que las previsiones que hemos realizado para este año vayan a pasar por revisiones continuas a lo largo del ejercicio, pero esperamos ver un arranque prudentemente positivo.

