“El camino principal para hacer crecer la cultura aseguradora es incrementar los seguros obligatorios”

Boletín N°: 10

Oct 21, 2026 PARAGUAY

El gerente técnico de Sudameris Seguros es uno de los tantos ejecutivos del sector que se muestra a favor de coberturas obligatorias -en particular, en accidentes de tránsito-, puede acercar a más personas al mercado asegurador y contribuir a superar las barreras de desconocimiento que todavía persisten. El rol protagónico de la transformación digital, los seguros con mayor potencial y las claves para agilizar los tiempos de respuesta al asegurado.

ENTREVISTA 100% SEGURO.- La cultura aseguradora en Paraguay ha registrado avances, aunque todavía existe un amplio margen para aumentar la penetración del seguro. En un mano a mano con el medio, Víctor Fretes, gerente técnico de Sudameris Seguros, aseguró que uno de los principales caminos para impulsar ese crecimiento pasa por fortalecer los seguros obligatorios, con especial énfasis en la cobertura de accidentes de tránsito.

A su criterio, una mayor exposición de los consumidores a estos productos puede contribuir a que conozcan mejor su funcionamiento y sus beneficios, reduciendo los tabúes que actualmente los alejan de la contratación.

Fretes plantea que el desarrollo de una mayor cultura aseguradora requiere acompañarse con educación financiera y contenidos sobre seguros desde la formación.

En su visión, el conocimiento es un factor clave para valorar la utilidad de estas herramientas, mientras que la falta de información continúa siendo una de las principales barreras para ampliar el número de personas que acceden a seguros en el país.

100% SEGURO: Con más de 15 años en el sector, ¿cómo ha evolucionado la cultura aseguradora en Paraguay?

VÍCTOR FRETES: En Paraguay, el cambio en la cultura del seguro ha sido significativo en términos más cualitativos que cuantitativos. Esto se refleja en la baja penetración de las primas de seguros en relación con el PIB. Sin embargo, vemos cada vez más consumidores formados e informados con respecto al seguro, su uso y sus beneficios.

Existe una gran oportunidad de seguir haciendo crecer esa cultura y, en mi opinión, el camino principal es el incremento de los seguros obligatorios, principalmente el de

accidentes de tránsito de vehículos. Esto permitirá un mayor acercamiento entre el consumidor y los productos de seguro, para eliminar los tabúes que hoy lo distancian de la contratación.

Incorporar, además, más contenido sobre seguros en las mallas curriculares es una necesidad. Existe poca orientación sobre las finanzas personales y la importancia de los seguros. Considero que conocer es valorar, y es justamente la falta de conocimiento la que nos sigue separando de potenciales clientes.

100% SEGURO: ¿De qué manera la transformación digital ha optimizado la suscripción de riesgos?

V.F.: La transformación digital ha sido fundamental en todo el proceso de suscripción de riesgos. Hoy, los tiempos de análisis se han reducido significativamente gracias a las herramientas que tienen a disposición los suscriptores.

Se ha reducido de manera importante la cantidad de horas de trabajo que se deben invertir para comprender mejor un riesgo y sus exposiciones, permitiendo agilizar la entrega de cotizaciones y la confirmación de coberturas a los clientes.

Tanto para el cliente como para la compañía, se han reducido brechas importantes en los tiempos de respuesta y en la calidad de los seguros. La pandemia, en su momento, impulsó un salto en el mercado de seguros, al igual que en otros mercados, y desde entonces la digitalización no ha dejado de crecer.

100% SEGURO: Al diseñar un nuevo seguro, ¿cómo equilibran la competitividad comercial con la rentabilidad técnica?

V.F.: La rentabilidad técnica está por encima de la competitividad comercial. Esa es la clave de los negocios exitosos y de largo plazo en este rubro. Ofrecer precios fuera de las tarifas técnicas no genera sostenibilidad y, en el largo plazo, tener que sincerar los números para corregir desviaciones genera disgustos con el cliente.

Es importante buscar un equilibrio; no obstante, sabemos que, al final, el éxito técnico reflejado en los resultados es un activo importante para la compañía.

100% SEGURO: ¿Qué coberturas tienen hoy el mayor potencial de crecimiento en el país?

V.F.: Paraguay es un mercado que tiene mucho por hacer en todos los ámbitos. Probablemente sea más fácil abordar la respuesta analizando qué productos ya fueron muy explorados y ajustados y cuáles no.

En ese sentido, los seguros de automóviles, vida, accidentes personales y los combinados para hogar y comercio son los que más han impulsado las compañías. Por lo tanto, en las demás secciones y productos aún hay grandes oportunidades de crecimiento, de simplificación para el cliente y de mejora en las coberturas.

100% SEGURO: ¿Cuáles son los criterios clave para suscribir y evaluar riesgos complejos hoy en día?

V.F.: Los criterios no han sufrido grandes cambios: cúmulos, ubicación, medidas de protección del riesgo, actividad, edades, historial siniestral, etc.

En general, el primer paso siempre es entender que cada sección tiene un comportamiento distinto y que cada riesgo es único. Estandarizar los riesgos ayuda en gran medida, pero siempre habrá pequeñas diferencias que hacen interesante el

análisis.

Por su parte, el análisis sí se ha simplificado y mejorado con las herramientas disponibles a nivel local y regional, y ni qué decir de la IA y sus avances, que aportan agilidad y precisión al mercado.

100% SEGURO: ¿Cómo afecta la coyuntura del mercado global de reaseguros a las pólizas locales?

V.F.: El mercado de reaseguros no conoce fronteras. Lo que pasa al otro lado del mundo repercute tanto en los costos como en el apetito de riesgo de los reaseguradores y, en consecuencia, en la suscripción.

Aunque parezca que existen mercados lejanos o riesgos que no son propios de nuestro entorno, como los huracanes, las inundaciones, los tifones, etc., los costos de los grandes siniestros afectan el precio del reaseguro a nivel local para las compañías y, en consecuencia, para el consumidor final.

100% SEGURO: En siniestros, ¿cuál es la clave para agilizar los tiempos de respuesta al asegurado?

V.F.: Siniestros es una de las áreas más sensibles de la compañía. Entender la importancia de una respuesta ágil y acorde con la necesidad del asegurado es fundamental.

La mejora en los tiempos de respuesta debe enfocarse en esos dos pilares, ya que muchas veces, más allá de la expectativa sobre la cobertura, el cliente quiere entender mejor lo que ocurre detrás del telón.

Hay que considerar que un siniestro genera indefectiblemente una situación incómoda, indeseada y de estrés para el cliente. En ese sentido, responder a tiempo y transparentar los procesos es de vital importancia para alinear expectativas y generar valor ante el evento.

La tecnología y, por sobre todo, una estructura adecuada, acompañada de procedimientos con foco en el cliente, son más que relevantes para lograr el objetivo.

100% SEGURO: ¿Cómo alimentan los datos de siniestralidad la creación de futuros productos?

V.F.: Los datos son el diamante en bruto tanto para los productos nuevos como para las actualizaciones de los existentes. Los veo en bruto porque generarlos no soluciona los problemas ni orienta al éxito: saber aprovecharlos, disponer de ellos a tiempo y definir con qué propósito utilizarlos genera ventajas importantes.

En Sudameris Seguros logramos una sinergia importante entre las áreas de Siniestros, Finanzas y Técnica para el ciclo de vida de los productos, acompañados siempre de la mirada comercial para comprender mejor las necesidades de los clientes.

Un factor clave en el éxito de la ecuación ha sido poder aprovechar la información que generan los datos para aplicarla en el menor tiempo posible, ya sea para lanzar un nuevo producto o para ajustar alguno existente.

100% SEGURO: ¿Cuál es el mayor desafío técnico que afronta el seguro paraguayo actualmente?

V.F.: Entre los diversos desafíos técnicos que enfrenta el mercado, uno de ellos implica justamente reforzar la mirada técnica de las aseguradoras en la cotización y suscripción de los riesgos. Un enfoque muy comercial desvía las tasas y genera resultados adversos en el largo plazo.

Hay productos en los que el mercado viene generando pérdidas de manera constante y no se observan correcciones de tarifas a nivel general, lo que dificulta llegar al cliente con los costos justos para generar un equilibrio.

Otro desafío es la adopción de tecnologías emergentes y la adaptación a ellas para facilitar el proceso integral del seguro, con una mirada acorde con cada riesgo. Si bien existe una mayor apertura, el aprovechamiento de estas tecnologías es aún bajo con respecto a su potencial.

En un viaje a China el año pasado, vimos que las compañías más grandes de dicho mercado cuentan con estructuras de TI e Innovación que, en conjunto, representan entre un 30 % y un 40 % de la compañía, con niveles de automatización y de aplicación de IA muy elevados.

La formación de los recursos humanos también puede citarse como una oportunidad para fortalecer el negocio. Nuestro rubro es muy particular en cuanto a sus bases técnicas, por lo que las áreas específicas requieren personas con una buena base y formación para responder a las necesidades que surgen con el crecimiento de las compañías y la complejidad del negocio.

Cada vez más, el regulador espera una mayor profesionalización de las aseguradoras. Es una exigencia que se aplaude y que debe ir acompañada de la educación y capacitación constante de las personas.

100% SEGURO: ¿Qué innovaciones prepara Sudameris Seguros para el mercado nacional?

V.F.: Es complicado dar respuestas específicas, ya que buscamos que el efecto sorpresa para el cliente y el mercado sea un aliado de los nuevos lanzamientos. No obstante, Sudameris Seguros, desde su nacimiento como tal, ha dado mucho que hablar por su gran crecimiento, sus excelentes resultados y por el posicionamiento logrado en tan poco tiempo.

Esto no hubiese sido posible sin objetivos claros, herramientas tecnológicas apropiadas y, por sobre todo, un equipo humano excelente, convencido y alineado con los proyectos de la empresa.

Tendremos productos y servicios innovadores, así como herramientas para los clientes, agentes y proveedores con enfoques muy innovadores. Estamos seguros de que vamos a superar los desafíos porque hemos construido bases sólidas para todo lo que se viene.

Fuente

Fuente: 100 Seguro

Enlace:

https://100seguro.com.py/el-camino-principal-para-hacer-crecer-la-cultura-aseguradora-es-incrementar-los-seguros-obligatorios/