“Para que la prima crezca necesitamos seguros obligatorios, desarrollo de coberturas de salud y un marco regulatorio más ágil”

Boletín N°:

Sep 16, 2025 PARAGUAY

El mercado asegurador paraguayo atraviesa un momento particular: estabilidad macroeconómica, interés de nuevos jugadores -sobre todo bancarios-, crecimiento en primas y rentabilidad, y avances en digitalización, pero con grandes desafíos estructurales que todavía impiden un despegue mayor. Así lo considera Tito Mujica, presidente de la Asociación de Productores de Seguros del Paraguay (APROSEP), la primera entidad gremial del país en representar a los agentes de seguros, fundada en 1963.

En diálogo con 100% SEGURO, el corredor matriculado con más de 40 años de experiencia en el ejercicio de la profesión destacó que la actualidad del mercado es positiva y dejó en claro que el futuro del sector es prometedor, siempre que “se logren remover obstáculos regulatorios y se fomente una mayor cultura aseguradora“.

“El seguro siempre es un indicador de inversión y progreso”, subrayó Mujica, reflejando que la bancaseguros ha sido un motor de crecimiento en los últimos años, aunque todavía falta mucho camino por recorrer. “Si los indicadores macroeconómicos se trasladan a los ciudadanos en general, van a comprar vehículos, casas, seguro de salud y van a necesitar asegurar sus vidas. La clave es que tengamos la creatividad y las ganas de diversificar la oferta, para vender coberturas que hoy la gente no demanda de manera espontánea”, manifestó.

Un mercado con espacio para crecer

Actualmente, Paraguay cuenta con 34 compañías de seguros activas. Mujica especificó que la mayoría de ellas no pertenecen a grupos bancarios, lo que demuestra que el negocio asegurador tiene vida propia. “Las compañías de seguros genuinas, que no son parte del patrimonio de un banco, son las que lideran. Eso quiere decir que la filosofía de asegurar sigue siendo el corazón de estas empresas”, remarcó.

Al mismo tiempo, resaltó la inversión creciente en tecnología para mejorar servicios y agilizar la atención de reclamos, lo que constituye un factor clave para fortalecer la confianza de los asegurados. “El futuro es auspicioso para Paraguay”, afirmó con optimismo.

Tecnología y bancaseguros, entre la competencia y la complementariedad

Uno de los grandes debates del mercado es el impacto de la tecnología en la intermediación. Para Mujica, la respuesta es clara: “La tecnología es una herramienta y el que no quiera adoptarla va a ir quedando relegado. No se trata de diferenciarse, sino de no quedarse atrás”, declaró.

En ese sentido, recalcó que los agentes de seguros deben invertir en herramientas digitales y en capacitación, porque el consumidor actual exige inmediatez y transparencia. Sin embargo, aclaró que el rol humano no desaparecerá: “El cliente quiere escuchar una voz humana. Nuestro trabajo no es solo pasar precios, sino asesorar y garantizar que el cliente entienda qué está comprando y cuál es la ventaja de proteger su vida, sus bienes y sus planes con una póliza”.

Respecto a la bancaseguros, Mujica considera que su crecimiento no debería verse solo como una amenaza. “La banca es un canal y el cliente es el que sostiene el negocio. Si algunos bancos empiezan a incluir al agente dentro de su estrategia, dándole la posibilidad de ofrecer seguros y créditos bajo las mismas condiciones que su corredora, eso rompe un esquema tradicional. Para mí, es una excelente iniciativa que puede cambiar el tablero: todos ganamos si hay igualdad de condiciones”, expresó.

Regulación y seguros obligatorios como asignaturas pendientes

La agenda regulatoria aparece como otro de los grandes desafíos. Mujica hizo hincapié en que una normativa excesivamente compleja frena la innovación: “La ley tiene que ser mucho más sencilla. Complicar las cosas no ayuda a hacer negocios. Una ley excesivamente controladora ralentiza y dificulta. Lo que necesitamos es un marco que facilite la creatividad y permita traer al país coberturas que ya funcionan hace décadas en otros mercados”.

Entre las regulaciones que obstruyen, mencionó a las de prevención de lavado de dinero, sobre las cuales planteó la necesidad de simplificar procesos: “Hoy pedimos documentos, documentos y más documentos, pero el problema de fondo es que muchas veces no se sanciona a quienes realmente lavan dinero. Al final, lo único que conseguimos es trabar la operatoria del productor y generar desconfianza en el cliente”.

Además, señaló un punto que genera consenso en la industria: la ausencia de seguros obligatorios. “Somos el único país de Latinoamérica sin un seguro obligatorio de automotores. Solo con implementar eso, la torta del seguro crecería. Y si además avanzamos en seguros de responsabilidad profesional para médicos, ingenieros o arquitectos, el impacto sería aún mayor”, indicó.

También, puso como ejemplo al seguro de salud, donde gran parte del negocio se concentra en empresas de medicina prepaga fuera de las estadísticas del sector: “Las prepagas manejan incluso más dinero que las aseguradoras. Eso distorsiona las cifras y hace que la penetración del seguro en el PBI parezca menor de lo que realmente es”.

Cultura aseguradora y rol del agente

La baja penetración del seguro en Paraguay —una de las más reducidas de Latinoamérica— tiene varias causas, entre ellas la falta de cultura aseguradora. Sobre este tema, Mujica fue categórico: “No podemos seguir midiendo el peso del mercado solo por sumas aseguradas. Lo importante es la prima. Y para que la prima crezca necesitamos seguros obligatorios, desarrollo de coberturas de salud y un marco regulatorio más ágil”.

De cara al futuro, el titular de APROSEP insistió en la necesidad de que los agentes

de seguros se adapten a los cambios del consumidor: “Los nuevos clientes nacen con un celular en la mano y esperan respuestas inmediatas. Nuestro rubro sigue siendo lento en las respuestas. El productor que quiera mantenerse protagonista deberá adoptar tecnologías, capacitarse y profesionalizarse”.

Y concluyó con un mensaje claro: la tecnología no sustituirá al intermediario profesional. “No es productor o tecnología, sino productor más tecnología. La herramienta acorta tiempos y mejora el servicio, pero el rol humano sigue siendo insustituible. El cliente quiere asesoramiento honesto y profesional, y ahí radica nuestro valor”, concluyó Mujica.

Source

Source: 100 Seguro

Link:
https://100seguro.com.py/para-que-la-prima-crezca-necesitamos-seguros-obligatorios-desarrollo-de-coberturas-de-salud-y-un-marco-regulatorio-mas-agil/