

| SEGUROS ON-DEMAND EN ESPAÑA

Los efectos de la pandemia que hemos empezado a vivir en 2020 suponen un cambio radical en las costumbres y los hábitos de compra por parte de los consumidores. En particular, el sector asegurador se enfrenta a retos inéditos, dada la disrupción de las cadenas de distribución habituales, los nuevos intereses y prioridades de los consumidores en materia de compra de coberturas de seguro, entre otros.

La posibilidad de nuevos confinamientos, el impulso del teletrabajo, una nueva aproximación al turismo y a los espacios de ocio, el auge inédito de las telecomunicaciones y las ventas a distancia, entre otras situaciones, requieren por parte del sector asegurador respuestas eficientes a las nuevas necesidades en materia de aseguramiento. Figuras como el seguro on-demand se postulan como respuestas urgentes ante este nuevo escenario.

1. Principales rasgos de los seguros on-demand

Nos encontramos ante una figura jurídica que se caracteriza ante el consumidor por su contratación instantánea e inmediata. Así, normalmente el seguro on-demand aparece ligado a un bien de consumo o un servicio, de forma que se ofrece al adquirente la posibilidad de asegurar una contingencia ligada a dicho bien o servicio en el mismo momento en que lo adquiere o contrata. El consumidor finaliza la transacción disponiendo tanto del bien o servicio deseado -un viaje, un teléfono, un ordenador, etc.- como de un seguro ligado a riesgos conexos al mismo -cancelación, pérdida o robo, por ejemplo-. Un ejemplo clásico de esta figura ha sido el seguro de asistencia en viaje, donde se han consolidado las técnicas de venta del seguro ligadas a la adquisición de un billete de avión u otro medio de transporte.

En todo caso, aunque la instantaneidad ha sido siempre el gran reto en la ejecución de este tipo de transacciones, la verdadera revolución de los productos de seguro on-demand ha venido ligada a una adaptación tanto actuarial como de la propia oferta a unas nuevas necesidades de consumo, acentuadas por los cambios en costumbres y modos de vida de los consumidores. Por ejemplo, se han añadido a estos seguros on demand, adquiridos de forma inmediata e instantánea, por ejemplo, (i) funcionalidades de activación o desactivación de la cobertura -y del coste de la misma- ligadas a la utilización del bien o servicio por parte del consumidor, de modo que el asegurado adquiere protagonismo y control sobre el seguro; o (ii) la posibilidad de pagar por el número exacto de horas en que se usa el bien asegurado, o por su uso en determinadas situaciones, lo que supone un avance en cuanto a transparencia en los costes y equilibrio en los riesgos que está cubriendo el asegurador.

Por otro lado, el consumidor de seguros está cada vez más preparado y, en cierto sentido, educado y orientado hacia este tipo de compras. Por ejemplo, un usuario de una página web que

interactúa con la misma para decidir cuántas “cookies” acepta, o el antiguo propietario de un vehículo a motor y en ocasiones usuario de taxi que ahora alquila vehículos por cierto tiempo, o los comparte para viajes largos, o utiliza una de las múltiples formas de desplazamiento urbano - VTCs, bicicletas y patinetes de alquiler, etc., es un consumidor completamente preparado para “apagar” y “encender” una cobertura de seguro.

2. Marco normativo internacional

La normativa y los reguladores están adoptando puntos de vista divergentes sobre este tipo de nuevas ofertas de seguro. Es muy notable que en mercados donde predomina históricamente el microseguro, como Brasil, se ha entendido rápidamente que era necesaria una regulación específica de esta figura. Así, la Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) brasileña validó mediante su Circular de 26 de agosto de 2019 la naturaleza de seguro de productos que dan cobertura temporal por desplazamiento, meses, días, horas e incluso minutos, fijando elementos para tener certidumbre del comienzo y finalización del periodo de seguro.

En Europa o Estados Unidos, por su parte, más que un esfuerzo regulatorio actual, hay un reconocimiento de la necesidad de analizar si tal cambio en la regulación es necesario y cuántos pasos deben darse en esa dirección, con líneas de trabajo como el documento de la Autoridad Europea de Seguros y Pensiones de Jubilación (EIOPA) de 2014 sobre la cadena de valor y los nuevos modelos de negocio surgidos de la digitalización. La mera temporalidad parece ser así perfectamente posible para EIOPA o los supervisores nacionales de la Unión Europea, mientras que otros grados de sofisticación de los productos on-demand plantean retos más notables, como ocurre por ejemplo con la “suscripción continua”, esto es, productos que se alimentan de un flujo permanente de datos sobre el asegurado o el bien asegurado (por ejemplo, en un seguro de hogar, el número de horas que las personas permanecen en la vivienda que habitan, o el uso que dan de electrodomésticos y otros objetos dotados de conectividad y domótica). Y esto es solo el comienzo. La integración de esa domótica y el Internet de las Cosas en los hogares, o de la conectividad remota e inteligente en los automóviles, posibilitan por ejemplo que el seguro de salud o la oferta de servicios por parte de las aseguradoras se perfeccionen y multipliquen. Estamos en un entorno que el Banco Mundial (Finance, Competitiveness & Innovation Global Practice, 2018) no ha dudado en calificar como de positivo al cimentar un mundo más inclusivo, donde el mero hecho de tener un smartphone (algo cuasi universal en 2020) es la llave para adquirir productos y servicios de otro modo imposibles o, simplemente, inadecuados para nuestras necesidades.

3. Marco normativo nacional

En España, el principio de libertad de pactos, aún tutelado por el carácter imperativo de la Ley 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro (“LCS”), permite un elevado grado de sofisticación. Así, que el material deportivo de invierno –esquíes, etc.-, se asegure sólo en temporada de nieve, o que el seguro del hogar extienda la cobertura de robo a ciertas categorías de objetos contenidos en la vivienda, ligado a una temporalidad que el asegurado decide activar o desactivar, son negocios jurídicos posibles y que pueden ser captados en el condicionado de un contrato de seguro.

Pérez-Llorca

Algunas normas parecen aventurar incluso que la temporalidad ligada al uso es el camino a seguir en el sector asegurador. En este sentido, al regularse la operación de drones aéreos por ejemplo, se exigió para los mismos un seguro que “cubra la responsabilidad civil frente a terceros por daños que puedan surgir durante y por causa de la ejecución del vuelo” (artículo 50 de la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia).

Los productos on-demand, en todo caso, no sólo existen en nuestro mercado, sino que están en una clara tendencia expansiva, en la que nos encontramos con notables paradojas cuando ahondamos en cómo han de maniobrar los aseguradores y mediadores que los distribuyen. Por ejemplo, ningún asegurador de productos on-demand puede sortear la dificultad que supone manejar documentación precontractual y contractual, que al menos procede a remitir a una dirección de email facilitada por el tomador -pero frecuentemente ofreciendo, si les es solicitado, la emisión en papel del contrato-. En un entorno ideal, ese tomador procedería a aceptar el contrato mediante firma electrónica, pero la falta de la misma no se considera barrera de entrada para la validez del contrato -lamentablemente sí para la defensa de los intereses del asegurador, en caso de disputa-. Buscando una cierta similitud, nos encontramos en el campo de la contratación de seguros on-demand en un entorno dónde todo lo que el asegurador maneja es un sistema operativo Windows 95 bajo el que late un primitivo y hosco MS-DOS.

Hasta que no se lleve a cabo una reforma legislativa (probablemente de la mano de la Unión Europea, en el entorno de Solvencia 2 y las previsiones sobre información precontractual y otras protecciones al consumidor de seguros), el seguro on-demand es, como decimos, posible en España, y un adecuado conocimiento de los límites de la LCS y las prácticas del mercado y puntos de vista del supervisor permite afinar y aligerar su carga administrativa y darle una gran inmediatez. Un compromiso entre cumplir con los necesarios formalismos precontractuales, contractuales, post-contractuales, y producir ventas “en un solo clic”, es factible con un alto grado de confort tanto jurídico, como en términos de experiencia de cliente. La configuración de los pasos de la app, la página web o la contratación telefónica son herramientas claves para acreditar ante el regulador que el consumidor de seguros ha gozado de las necesarias garantías y que fueron respetados sus derechos y transmitida claramente la información exigida por la normativa.

Esta Nota ha sido elaborada por Joaquín Ruiz Echaury, Socio de la práctica de Seguros y Reaseguros.

La información contenida en esta Nota Jurídica es de carácter general y no constituye asesoramiento jurídico. Este documento ha sido elaborado el 15 de septiembre de 2020 y Pérez-Llorca no asume compromiso alguno de actualización o revisión de su contenido.

Para más información,
pueden ponerse en contacto con:

Joaquín Ruiz Echaury
Socio de Seguros y Reaseguros
Jruiz-echaury@perezllorca.com
T: +34 91 432 51 5