

Seguro y wearables, condenados a entenderse

EL SEGURO LLEVA AÑOS CONCIENCIANDO A LA SOCIEDAD DE QUE ES NECESARIO ADQUIRIR HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES, UNA LABOR NADA SENCILLA. SIN EMBARGO, AHORA PUEDE SER MÁS FÁCIL QUE NUNCA: CADA VEZ SON MÁS LAS PERSONAS QUE UTILIZAN WEARABLES PARA MONITORIZAR DIARIAMENTE SUS CONDUCTAS PREOCUPADAS POR SU BIENESTAR. PORTANTO, LAS ASEGURADORAS YA NO ESTÁN SOLAS, AHORA CUENTAN CON UN IMPORTANTE SOCIO, UNO QUE TAMBIÉN LAS AYUDARÁ A SEGUIR INNOVANDO PARA AFRONTAR LOS RETOS DEL FUTURO.



La tecnología wearable (relojes, pulseras o gafas inteligentes) está más viva que nunca. Según la consultora especializada IDC, en 2017 se vendieron 115,4 millones de estos dispositivos en todo el mundo, lo que significa un 10,3% más que hace un año. Y esto es sólo el comienzo porque los expertos estiman que las ventas aumentarán mínimo un 6% en 2018, traduciéndose en 122,6 millones de unidades vendidas, y un 11,6% hasta 2022 (190,4 millones). El seguro es consciente del auge de

esta tecnología y no quiere perder la oportunidad de vincularla a su negocio ya que puede aportar mucho al sector; sobre todo, en lo relacionado con la promoción de la salud. "La prevención y el fomento de hábitos de vida saludable es una de las preocupaciones de las aseguradoras. En este caso, la novedad radica en el uso de esta tecnología, que muchas personas ya han incorporado a su vida cotidiana. Fomentar el cuidado de la salud es positivo tanto para los asegurados como para las aseguradoras", explica Jaime

Ortiz, director Comercial y Marketing de Asisa. "Es un movimiento que refleja el compromiso del sector asegurador por evolucionar su vocación de protección hacia un rol proactivo de prevención y ayuda para que las personas vivamos una vida mejor", añade Ricardo Sánchez, director de Negocio Digital y Corporativo de AXA.

Ya son varias las aseguradoras de todo el mundo —en España contamos con diversos ejemplos— las que han lanzado plataformas tecnológicas para seguir

y mejorar la salud de sus asegurados —o potenciales clientes— a través de los datos que ellos mismos van facilitando tras vincular sus dispositivos wearables. Además, estas entidades suelen premiar por objetivos alcanzados. "Vincular beneficios a los asegurados en función de sus hábitos de vida es una tendencia cada vez más extendida en el seguro", reconoce Jaime Ortiz (Asisa)

Pero, en los últimos meses, algunas aseguradoras estadounidenses han dado un paso más. La primera ha sido John Hancock, una de las más grandes y antiguas del país, que ha renovado su programa para fomentar la vida saludable entre sus clientes: Plan Vitality. Hasta ahora, su adhesión era voluntaria pero, a partir de 2019, "obligará" a sus asegurados (ya en cartera o nuevos) a sumarse a esta iniciativa. Este plan incluye 2 modalidades y, dependiendo de la elegida, la aseguradora regalará relojes wearables (Apple Watch o Fitbit) a sus clientes o facilitará su adquisición aplicándoles importantes descuentos, además de obsequiarles con otros servicios en base a su actividad física. Semanas después, United Healthcare comenzó a ofrecer Apple Watch a sus clientes de manera gratuita siempre que cumplan una serie de objetivos.

Adhesión voluntaria

Esta "obligatoriedad" de John Hancock ha levantado una gran polvareda; sobre todo, entre las asociaciones de consumidores y usuarios. Argumentan que, a partir de ahora, las aseguradoras empezarán a utilizar los datos personales de los clientes para optimizar su cartera, incrementando la prima a los menos rentables o, incluso, rechazándoles.

Pero, ¿hasta qué punto obliga esta aseguradora al cliente? "Nos parece una

propuesta perfecta que premia a las personas que se cuidan. La compañía, en este caso John Hancock, no obliga al asegurado a vincular su dispositivo que, quizás, es lo que ha provocado esta reacción. Pensad que es el dispositivo el que certifica que el usuario está haciendo o cumpliendo el plan marcado. Aunque parezca una contradicción, esta obligatoriedad de adhesión y vin-

culación del dispositivo, que ha causado tanto revuelo, es voluntaria. Si no lo vincula, no tendrá ese descuento. Nada más", expone Juan Carlos Santamaría, director de Comunicación y Desarrollo de Negocio de Inithealth. Y complementa Gonzalo López, director técnico comercial de Inithealth: "Una cosa es adherirse a un programa de salud y otra es cumplirlo. El no cumplir los objetivos, no implica ninguna penalización. En otros ramos, en Autos, existen productos que te obligan a utilizar un dispositivo o app para conocer tu forma de conducir y premiar la buena conducción con un descuento sobre prima. Estamos de acuerdo que se desarrollen, cada vez más, productos personalizados y que las personas decidamos si queremos ese producto o no". Y se pregunta: "¿Por qué tiene que pagar lo mismo una persona que se cuida y que, en teoría, va a vivir más y no va a acudir al médico que una que no se cuida nada?"

Sin entrar en ese debate de si John Hancock obliga o no al asegurado a



Gonzalo López (Inithealth)

¿Por qué tiene que pagar lo mismo una persona que se cuida y que, en teoría, no va a acudir al médico que una que no se cuida nada?

Ramos favorecidos por el uso de esta tecnología

La aseguradora estadounidense John Hancock comenzará a aplicar sus "pólizas interactivas" en el ramo de Vida, del que es especialista. Pero no es el único negocio que puede verse influenciado. "Desde AXA ya lo aplicamos a Salud a través de la plataforma Health Keeper", señala Ricardo Sánchez. Coincide Juan Carlos Santamaría (Inithealth), quien añade otro ramo: "Lo vemos claramente en Salud y en España tenemos un caso real con Vivaz de Línea Directa. Y creemos que en Decesos puede encajar por el mismo motivo que en Vida". Dicho esto, pone deberes a las entidades: "¿Por qué ninguna aseguradora ha diseñado todavía ningún seguro colectivo de Vida o Salud asociado a un programa de Empresa Saludable? Tenemos la tecnología".

Por su parte, Jaime Ortiz (Asisa) considera que podría implementarse en todos los ramos cuyo objeto asegurado sea la propia persona: "Actualmente, casi todos los seguros personales, desde Vida a Decesos, incluyen de una u otra manera coberturas complementarias y servicios adicionales vinculados a la salud". No obstante, matiza que estos programas deberían plantearse como "complemento de las coberturas y servicios" que ya se ofrecen a los clientes.

vincular su dispositivo, Ricardo Sánchez (AXA) tiene claro cómo se debe actuar para que estas medidas sean efectivas: "No, no podemos ni debemos obligar al asegurado, y más cuando hablamos de una acción que se basa en la confianza entre las partes". Si bien, en su opinión, esta iniciativa de la aseguradora estadounidense es la modernización del procedimiento que ya usan las entidades para la selección de riesgos: "Este nuevo modelo de interrelación es una evolución más de lo que ya se está haciendo. Si lo pensamos bien, actualmente, para poder contratar un seguro de Vida o de Salud ya existe una selección de riesgos previa y tenemos la obligación de responder a un cuestionario e, incluso en algunos casos, de realizar una serie de pruebas y/o exámenes médicos

adicionales para que la aseguradora pueda valorar la contratación de la póliza correspondiente. Un programa de este tipo extiende esta obligación a algo más allá de una medición puntual, para convertirse en una medición más permanente".

Jaime Ortiz (Asisa) está de acuerdo y también defiende que la aseguradora no debe imponer la adhesión a un programa de salud: "Desde nuestra perspectiva, este tipo de programas sólo son eficaces si el asegurado se implica voluntariamente y percibe un valor añadido por hacerlo". Y envía un mensaje a los detractores de vincular estos planes a los wearables: "En España, la legislación es estricta y vela por los derechos de los ciudadanos para que puedan acceder al seguro en

condiciones de igualdad. A partir de este principio general, las compañías pueden desarrollar diferentes estrategias comerciales y una tendencia creciente en el sector, a nivel internacional, es incentivar los hábitos de vida saludable como parte de las estrategias de captación y fidelización de los asegurados".

Protección de datos

Las voces críticas insisten en que, uniendo la tecnología wearable a los programas de salud, las aseguradoras podrían estar vulnerando la legislación vigente sobre protección de datos. "No existirá ningún problema al adherirse a un programa de este tipo siempre que en el aviso legal se declare la finalidad del uso de dichos datos, el asegurado lo acepte y, evidentemente, la aseguradora no utilice estos datos con otra finalidad, siendo esto último delito penal", aclara Juan Carlos Santamaría (Inithealth). Ricardo Sánchez (AXA) también descarta cualquier controversia "siempre y cuando la persona dé su consentimiento explícito y esté debida y previamente informada sobre el uso que se va a hacer de sus datos de salud, así como de dónde y cómo se almacenan". Desde su punto de vista, "no debería existir ninguna diferencia con respecto a las apps de salud que, actualmente, se pueden encontrar y que basan la utilización de datos en el consentimiento del usuario". Y Jaime Ortiz (Asisa) recuerda: "La legislación busca, como principio general, proteger a los ciudadanos en su relación con las compañías para que éstas únicamente puedan acceder a los datos que el usuario quiera compartir. En este caso, la voluntariedad del asegurado a la hora de compartir sus datos con la aseguradora es la clave".

Hasta la fecha, y aunque muchos puedan pensar lo contrario, las asegu-

Ricardo Sánchez (AXA)

Con la incorporación de estos nuevos servicios, los seguros se tienden a convertir en verdaderos ecosistemas de protección permanente

creemos que en Decesos puede encajar por el mismo motivo que en Vida". Dicho esto, pone deberes a las entidades: "¿Por qué ninguna aseguradora ha diseñado todavía ningún seguro colectivo de Vida o Salud asociado a un programa de Empresa Saludable? Tenemos la tecnología".

Por su parte, Jaime Ortiz (Asisa) considera que podría implementarse en todos los ramos cuyo objeto asegurado sea la propia persona: "Actualmente, casi todos los seguros personales, desde Vida a Decesos, incluyen de una u otra manera coberturas complementarias y servicios adicionales vinculados a la salud". No obstante, matiza que estos programas deberían plantearse como "complemento de las coberturas y servicios" que ya se ofrecen a los clientes.

vincular su dispositivo, Ricardo Sánchez (AXA) tiene claro cómo se debe actuar para que estas medidas sean efectivas: "No, no podemos ni debemos obligar al asegurado, y más cuando hablamos de una acción que se basa en la confianza entre las partes". Si bien, en su opinión, esta iniciativa de la aseguradora estadounidense es la modernización del procedimiento que ya usan las entidades para la selección de riesgos: "Este nuevo modelo de interrelación es una evolución más de lo que ya se está haciendo. Si lo pensamos bien, actualmente, para poder contratar un seguro de Vida o de Salud ya existe una selección de riesgos previa y tenemos la obligación de responder a un cuestionario e, incluso en algunos casos, de realizar una serie de pruebas y/o exámenes médicos

adicionales para que la aseguradora pueda valorar la contratación de la póliza correspondiente. Un programa de este tipo extiende esta obligación a algo más allá de una medición puntual, para convertirse en una medición más permanente".

Jaime Ortiz (Asisa) está de acuerdo y también defiende que la aseguradora no debe imponer la adhesión a un programa de salud: "Desde nuestra perspectiva, este tipo de programas sólo son eficaces si el asegurado se implica voluntariamente y percibe un valor añadido por hacerlo". Y envía un mensaje a los detractores de vincular estos planes a los wearables: "En España, la legislación es estricta y vela por los derechos de los ciudadanos para que puedan acceder al seguro en

programas de salud, las aseguradoras podrían estar vulnerando la legislación vigente sobre protección de datos. "No existirá ningún problema al adherirse a un programa de este tipo siempre que en el aviso legal se declare la finalidad del uso de dichos datos, el asegurado lo acepte y, evidentemente, la aseguradora no utilice estos datos con otra finalidad, siendo esto último delito penal", aclara Juan Carlos Santamaría (Inithealth). Ricardo Sánchez (AXA) también descarta cualquier controversia "siempre y cuando la persona dé su consentimiento explícito y esté debida y previamente informada sobre el uso que se va a hacer de sus datos de salud, así como de dónde y cómo se almacenan". Desde su punto de vista, "no debería existir ninguna diferencia con respecto a las apps de salud que, actualmente, se pueden encontrar y que basan la utilización de datos en el consentimiento del usuario". Y Jaime Ortiz (Asisa) recuerda: "La legislación busca, como principio general, proteger a los ciudadanos en su relación con las compañías para que éstas únicamente puedan acceder a los datos que el usuario quiera compartir. En este caso, la voluntariedad del asegurado a la hora de compartir sus datos con la aseguradora es la clave".

Hasta la fecha, y aunque muchos pueden pensar lo contrario, las asegu-

Juan Carlos Santamaría (Inithealth)

No existirá ningún problema al adherirse a un programa siempre que en el aviso legal se declare la finalidad del uso de los datos

radoras están utilizando la tecnología wearable exclusivamente para incentivar a sus clientes con el objetivo de que lleven una vida más saludable. Sin embargo, el sector verá con buenos ojos que, en el futuro, se pudieran emplear los datos que registrarán estos dispositivos para otros fines, como diseñar productos a medida. "La personalización de las pólizas es una tendencia del sector y una demanda creciente por parte de los asegurados, que quieren productos a la carta que cubran sus necesidades concretas y con precios ajustados a esa demanda particular. Las nuevas herramientas tecnológicas nos permitirán avanzar en esa personalización de coberturas y precios, que no es nueva en el sector y que ya estamos haciendo ahora mismo

a través de las herramientas de selección de riesgos", precisa Jaime Ortiz (Asisa). "La transformación digital nos lleva a crear productos personalizados que, sin esta tecnología, no sería posible. Evidentemente, siempre cumpliendo lo que determina la ley en el ámbito de la protección de datos", indi-

ca Gonzalo López (Inithealth). "Se irán potenciando todo tipo de servicios de valor añadido relacionados con la salud y esto será lo que realmente valoren los clientes. Con la incorporación de estos nuevos servicios, los seguros se tienden a convertir en verdaderos ecosistemas de protección permanente donde el seguro tradicional (entiéndase indemnización o prestación de un servicio tras un siniestro) debería ser la última barrera de defensa", enfatiza Ricardo Sánchez (AXA).

El sector asegurador continúa así apostando por la innovación y, en la tecnología wearable, ha encontrado un aliado de excepción para seguir afrontando con éxito los desafíos que vaya deparando el futuro.

Ya se aplica con fuerza en España

El sector asegurador no es ajeno al auge de la tecnología wearable y ya son varias las entidades que la han incorporado a sus programas de salud. Por ejemplo, AXA lanzó en 2015 la plataforma Health Keeper, con la que el usuario puede monitorizar su actividad física y obtener recompensas por los objetivos cumplidos. "Este tipo de medidas responde a las tendencias de innovación que, tanto desde las líneas de negocio de AXA Seguros como desde su programa de cooperación con startups AXA Opensurance, llevamos analizando en los últimos años. Y con más fuerza si cabe desde la llegada del movimiento insurtech", describe Ricardo Sánchez. No obstante, es consciente de la complejidad de estas iniciativas: "Tenemos que hacer visible al cliente, de forma transparente y honesta, las ventajas de compartir los datos al tiempo que desarrollamos nuevos modelos y colaboraciones simbióticas".

Gonzalo López (Inithealth) profundiza en uno de los productos más innovadores y más parecido a lo impulsado por John Hancock. Se trata de VidaMóvida, un seguro de Vida que ya comercializa El Corte Inglés y que paga al cliente por andar. "Incluye un programa similar al de John Hancock, un blog de contenido saludable, consejos y permite vincular el dispositivo para conseguir un cheque regalo si realizas, en este caso, 10.000 pasos al día. El dispositivo o la app es lo único que tiene El Corte Inglés para verificar esto", detalla.

Por su parte, Asisa no cuenta con una medida similar a la de John Hancock, pero pronto habrá noticias al respecto, como avanza Jaime Ortiz: "Ya estamos trabajando en un proyecto que tiene como objetivo facilitar el seguimiento y el cuidado de la salud de nuestros asegurados recurriendo a esta tecnología".