

# El sector asegurador ya ha comenzado su carrera en el metaverso

Luis Enrique Rodríguez González  
Partner, Clyde & Co



CLYDE&CO

**D**ice la Ley de Amara que tendemos a sobrestimar los efectos de una tecnología en el corto plazo y subestimar su efecto en el largo plazo: inicialmente se generan altas expectativas; después se reconocen los fallos y resulta que no es la panacea; y, finalmente, en un periodo más o menos largo, se corrige, se calibran mejor sus verdaderas utilidades y pasa a formar parte de nuestra vida.

A día de hoy el Metaverso sigue envuelto en dudas y escepticismo. Sin embargo, las noticias sobre esta nueva realidad y todo lo que le rodea siguen multiplicándose.

El pasado 17 de octubre, Benzema recibió el Balón de Oro en formato NFT; un millonario habría quemado el dibujo de "Fantasmones siniestros" de Frida Kahlo -valorado en diez millones de dólares- habiendo hecho antes diez mil copias digitales para venderlas como NFT; la Interpol ha desarrollado su propio metaverso, en el que recrea su sede de Lyon e imparte cursos especializados a policías.

En el plano jurídico, ya tenemos en España la primera batalla judicial del Metaverso. El Juzgado Mercantil 9 de

Barcelona ha ordenado a Mango retirar cautelarmente los NFTs de obras de Joan Miró, Antoni Tàpies y Miquel Barceló (expuestas en el metaverso Decentraland). La controversia pasa por determinar hasta dónde alcanzan los derechos de Mango y si la creación de un NFT afecta a los derechos de su autor.

Particulares y empresas están realizando grandes inversiones en el Metaverso

El Metaverso está aún en construcción, pero las inversiones en este nuevo mundo digital ya son reales. Los usuarios de este entorno paralelo, con dispositivos periféricos de realidad virtual (VR/AR), pueden reunirse, trabajar, hacer deporte, socializar, viajar, formarse, invertir, acudir a eventos... Surgen así nuevas oportunidades de negocio para compañías que ya existen o para otras empresas que nacerán, precisamente, para satisfacer las nuevas demandas digitales.

Las empresas del IBEX no se quedan atrás. Iberdrola celebró el pasado mes de junio la Junta General de Accionistas en el Metaverso; Inditex ya ha lanzado una colección de moda pensada para avata-

res con su marca Pull&Bear; CaixaBank ha recreado en 3D en el distrito Forrest Plaza de Decentraland su espacio ImaginCafé; el Banco Santander, Telefónica y Repsol también han celebrado eventos en el Metaverso; el Centro de Control de Energías Renovables de Acciona ha sido replicado en el Metaverso...

¿Y qué sucede con la industria aseguradora?

Pues, como no podía ser de otra manera, las aseguradoras van a seguir a sus clientes. Según el Informe "Insurance Metaverse: nuevas realidades, nuevas oportunidades" -elaborado por ICEA-, el 39,1% de las aseguradoras se están planteando abordar algún proyecto en el Metaverso o han empezado ya la etapa de desarrollo. Por su parte, el Informe "Insurance Tech Vision for 2022" de Accenture, señala que el Metaverso remodelará el mercado asegurador en los próximos cinco a diez años.

Y es que, aun estando en una fase embrionaria, podemos anticipar que el impacto del Metaverso alcanzará a todos los que formamos parte de este apasionante sector:

- A nivel de distribución, el Metaverso va a posibilitar nuevos canales de asesoramiento y de venta de pólizas. Las acciones de publicidad y de posicionamiento de marca en el nuevo entorno virtual permitirán captar un mayor número de clientes, enganchando además a las generaciones más jóvenes. Las oficinas virtuales de aseguradoras y corredores no tardarán en proliferar.

- Para la inspección y valoración de riesgos se podrán simular escenarios de hipotético riesgo (como un incendio o una explosión) y diseñar protocolos de actuación en la realidad paralela.

- Van a existir nuevos riesgos para personas y empresas, por lo que surgen oportunidades para la suscripción de nuevas líneas de negocio: aseguramiento de propiedad privada en el mundo paralelo, de criptoactivos y NFTs, de pérdida de beneficios por riesgos asociados al Metaverso, cancelación de eventos virtuales. Además, el procesamiento y análisis de documentos se automatizará por completo.

- Los gerentes de riesgos también tendrán que anticiparse a los nuevos riesgos y revisar sus programas de aseguramiento. Será necesario comprobar si los posibles siniestros que deriven del Metaverso están o no amparados por sus pólizas habituales, si se necesitan nuevas pólizas o, al menos, una nueva generación de coberturas.

- Los gabinetes periciales deberán estar aún más preparados para la peritación a distancia, y tendrán el gran reto de cuantificar y acreditar los daños y perjuicios en siniestros que ocurran en el Metaverso o que deriven de éste.

- Los equipos de siniestros se enfrentarán a nuevas tipologías de siniestros, tanto en daños como en responsabilidad civil. Y los clásicos debates en torno a la cobertura o no de un siniestro, lejos de simplificarse, apuntan a ser más complejos: existencia o no de un daño material; cuándo se produce la "entrega" de un producto o servicio en el Metaverso a efectos de la garantía de RC Producto/Post-trabajos; ¿existirá cobertura siempre que no haya una exclusión expresa de reclamaciones derivadas del Metaverso?

- Finalmente, los abogados de seguros tampoco lo tendremos fácil. Tendremos que encarar esta nueva realidad con la Ley de Contrato de Seguro de 1980. En todo caso, parece obvio que controversias habituales como el carácter limitativo o delimitador de una cláusula, o el análisis del incumplimiento o no del deber de declaración del riesgo (por ejemplo, por falta de coincidencia entre la planta virtual del Metaverso y la planta física), van a tener un nuevo giro de tuerca.

Por otro lado, se vislumbran cuestiones procesales fascinantes: ¿quién está detrás del avatar? ¿Se puede demandar al gestor de la plataforma que aloja el Metaverso? Y todo ello, por qué no, podrá decidirse en el metaverso descentralizado que se haya pactado como sede de la disputa.

Hay escepticismo con el Metaverso, sí. Pero también lo había cuando nació Internet y acabó transformando nuestras vidas y todos los sectores económicos. En la industria aseguradora la carrera por posicionarse en esta nueva realidad ha comenzado, por lo que conviene ajustarse bien las gafas de realidad virtual para no quedarse atrás y estar preparado.