

En AIG sabemos lo
que te preocupa.



Te ayudamos a prepararte
para un mañana mejor.



Más información en www.aig.com.es

AIG Europe S.A., es una compañía aseguradora con número R.C.S. de Luxemburgo B 218806. AIG Europe S.A., tiene su sede central en el número 35 D de Avenue John F. Kennedy, L-1855, Luxemburgo. AIG Europe S.A. Sucursal en España tiene su domicilio en Paseo de la Castellana 216, 28046, Madrid. La Sucursal está debidamente inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, en el Tomo 37770, Folio 48, Sección 8, Hoja M-672859, Inscripción 1. Titular del Número de Identificación Fiscal W01862061. Tel: (+34) 9156 77400 email: Serviciomediador.es@aig.com | www.aig.com.

ÍNDICE

4. ACTUALIDAD

6. INSIDE

Olivier Marcén

Responsable de Ciberriesgos de AIG Iberia

9. VALOR DIFERENCIAL

Contaminación de productos

10. PROTAGONISTA

Santiago Carbó

Economista

14. TENDENCIAS

Nuevas fuentes de energía

16. CON EXPERIENCIA

Nacho Dean

Naturalista, explorador y divulgador

18. PERSONAS

19. RSC

Directora General

Benedetta Cossarini



Queridos amigos:

Os presento con mucho gusto un nuevo número de AIG News, en cuyas páginas encontraréis una entrevista a Olivier Marcén, responsable de Ciberriesgos de AIG Iberia, en la que nos explica la importancia que la ciberseguridad tiene actualmente en todos los sectores, junto con las principales ventajas que supone contratar nuestro producto CyberEdge.

Os recomiendo que leáis también el interesante análisis de la situación económica de España —presente y futura— que hace el reconocido experto Santiago Carbó, a quien aprovecho para dar las gracias por haber querido compartir con nosotros sus reflexiones, así como por las palabras de reconocimiento que dedica a nuestra compañía.

Finalmente, el aventurero Nacho Dean, que ha dado la vuelta al mundo a pie y ha unido a nado los cinco continentes, nos habla de la necesidad de crear entre todos un mundo más sostenible y de aunar esfuerzos para combatir los efectos del cambio climático, dos retos en los que AIG está y seguirá estando firmemente comprometida.

Un cordial saludo.



Edita:

AIG Europe S.A.

Paseo de la Castellana, 216

3.ª y 4.ª planta

28046 Madrid

www.aig.com

Depósito legal: M-14570-2013

Los datos, clave para un crecimiento sostenible

Los datos serán la clave en las estrategias de negocio que permitirán conseguir un crecimiento sostenible. Algo que repitieron reiteradamente los participantes en un foro

virtual organizado por AIG para clientes y mediadores de la región de EMEA, quienes también señalaron como fundamental la colaboración público-privada para afrontar

los desafíos del cambio climático.

El evento, inaugurado por Charlie Kitson, Head of Client and Broker Engagement de

AIG Internacional, se desarrolló en dos partes. Una primera, moderada por Suzy Awford, Head of Regulatory & Government Affairs, AIG, UK & EMEA, en la que participaron como ponentes Thomas Lillelund, CEO de EMEA de AIG; Andrew McDowell, socio de PWC, y Glada Lahn, Senior Research Fellow, Energy, Environment and Resources Programme de Chatham House. Y una segunda, moderada por Allison Martin, Chief Marketing & Communications Officer en EMEA de AIG, en la que Tim Bampton, Chief Communications Officer de McLaren Racing, habló sobre la cuenta atrás para las emisiones 0. Enrico Savoia, Head of Broker Engagement en EMEA de AIG, fue el encargado de clausurar el encuentro virtual.



Plataforma para seguros de Accidentes y Enfermedad

En el marco de su apuesta por la innovación en mercados, productos y canales de distribución, AIG ha creado una plataforma digital para ofrecer en España seguros personales de Accidentes y Enfermedad. La web de ventas (<https://www.aig.com.es/personales>) es la primera herramienta mediante la cual la aseguradora se dirige directamente a los particulares en España. Los productos que se pueden contratar a través de ella son los seguros de Hospitalización, Enfermedades Graves, Cáncer y Accidentes.

Ventajas de los seguros de Responsabilidad Medioambiental

En un *webinar* organizado por el Club del Mediador, AIG explicó cómo transferir los riesgos medioambientales derivados de una legislación cada vez más exigente y que generan siniestros de poca frecuencia pero gran severidad, así como la forma de suscribir la garantía financiera que la Ley de Responsabilidad Medioambiental exige a las empresas afectadas por la entrada en vigor de la prioridad 3, y antes por las prioridades 1 y 2.

ADMINISTRADORES Y DIRECTIVOS

Mediante una mesa redonda titulada 'Seguros de responsabilidad para administradores y directivos', la aseguradora AIG explicó a los mediadores sus soluciones para transferir las nuevas exposiciones provocadas por emisiones de deuda, SPAC's, insolvencias y otros efectos de los problemas de financiación de las empresas generados por la crisis económica y sanitaria.

DIRECTORA DE LÍNEAS FINANCIERAS

María Victoria Valentín-Gamazo

AIG ha promocionado a María Victoria Valentín-Gamazo a directora de Líneas Financieras en Iberia, puesto que hasta ahora ocupaba Lucas Scortecchi, que pasa a ser responsable del segmento pymes de la aseguradora en EMEA. Valentín-Gamazo, que era subdirectora de este departamento, reportará a la directora general de Iberia, Benedetta Cossarini, y al director de Líneas Financieras de EMEA, Nepomuk Loesti.

María Victoria es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y lleva 12 años trabajando en AIG, donde ha ocupado los puestos de responsable de Desarrollo de Nuevos Productos



para Líneas Financieras, suscriptora de Líneas Financieras, líder de MLC y subdirectora de Líneas Financieras.

Esta área se enfocará a partir de ahora en el impulso de nuevas oportunidades de crecimiento, aprovechando la fuerte posición de AIG en el mercado, y en fortalecer las asociaciones estratégicas con corredores y clientes clave.

HEAD OF IBERIA CLAIMS

Mayte Alonso

Mayte Alonso ha sido promocionada a Head of Iberia Claims y, desde esa posición, reporta a Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia, y a Paul van der Merwe, Head of Claims EMEA. Anteriormente, Mayte ocupaba el puesto de Principal Claims Complex Manager Iberia.

Dentro del mismo departamento, también han sido promocionados **Laura Rodríguez**, Specialty Claims Manager; **Manuel García**, Multinational / Property Claims Manager; **Eva Baños**, Claims Operations Manager (manteniendo la responsabilidad de Claims Operations Manager), y **José Manuel Fernández**, Claims Performance Manager -



Iberia Cluster. Todos ellos reportan a Mayte Alonso.

A su vez, a Eva Baños reportan **Sandra Ferreira**, que pasa a ocupar el puesto de Recovery Analyst; **Verónica Serro**, Claims Adjuster - PI en Portugal, con funciones ibéricas; **María José Favinha**, Claims Administrative Analyst en Portugal, también con funciones ibéricas, y **José Manuel Candell**, Claims Administrative Analyst.

Despedida

Dolores Mena y María José Gil

Se han despedido de AIG dos de las empleadas que más tiempo llevaban trabajando en las oficinas de Madrid: Dolores Mena, que se incorporó en 1981, y María José Gil, que lo hizo en 2000. Ambas desempeñaban el puesto de Operations Processor Senior.

El director de Operaciones, Igor García, recuerda con cariño cómo de pequeño, cuando llamaba a AIG para hablar con su madre, era Dolores quien atendía la centralita y le pasaba con su madre. Del



mismo modo, años después fue María José quien, desde el departamento de Administración, le dio útiles consejos profesionales.

Incorporaciones

YAGO ARMIJER

Financial Lines Underwriter para Cyber

FELICIDAD UREÑA

Operations Handler (Public Tenders Business)

ARY SERFATY

Senior Actuarial Pricing Analyst

BRUNO GUTIÉRREZ

Senior Complex Claims Adjuster Financial Lines

VANESSA ÁLVAREZ

Cyber Risk Advisor

ESPERANZA PABLOS

PI Underwriter Financial Lines

ALEXANDRA ROSA

Specialty Claims Adjuster

JUAN DE LA LASTRA

Senior Underwriter M&A Tax

CLARA FERRATER

Business Development Manager

OLIVIER MARCÉN

Responsable de Ciberriesgos de AIG Iberia

“La ciberseguridad afecta a todo tipo de empresas, sea cual sea su tamaño o su actividad”

Licenciado en Derecho por la Universidad Autònoma de Barcelona y acreditado como Certified Information Systems Security Professional, (CISSP), Olivier Marcén lleva más de 15 años trabajando en AIG, donde ha desempeñado distintos cometidos en el departamento de Líneas Financieras. Está especializado en suscripción de Ciberriesgos y Protección de Datos y, en particular, posee un amplio conocimiento del producto CyberEdge.

¿Cuál es la experiencia de AIG en esta materia y en qué consiste su estrategia?

En AIG llevamos más de 20 años suscribiendo Ciberriesgos, primero en Estados Unidos y después en otros países. En muchos casos somos líderes tanto por número de pólizas como por volumen de primas. Nuestro equipo a nivel local, regional y global tiene una amplia experiencia en suscripción y en gestión de siniestros de todo tipo, con independencia de su tamaño y complejidad, que afectan a toda clase de empresas, cualquiera que sea su actividad. Nuestra estrategia de suscripción pasa por asegurarnos de que los clientes cuentan con unas medidas de protección que garanticen su capacidad de resiliencia ante un fallo de seguridad. Dicho de otro modo, queremos tener la certeza de que nuestros clientes cuentan con medidas de seguridad suficientes para detectar y gestionar un incidente de seguridad.

¿Quiénes forman el equipo de Ciberriesgos?

En España el equipo de suscripción está compuesto por cuatro personas: Rafael Ortiz, Yago Armijer, Dani Sánchez y yo, aunque esperamos contar este año con dos nuevas incorporaciones. Recientemente, se ha sumado una persona al equipo de consultoría de Cyber, Vanessa Álvarez, que apoya al equipo global de consultoría de AIG. Además, en Portugal tenemos dos suscriptores multilínea que también se dedican a Ciberriesgos. Claramente, somos el mayor equipo de suscripción del mercado y contamos con un importante conocimiento en esta materia.

¿Se ha incrementado la contratación de pólizas en los últimos años?

¿Cómo afronta AIG el aumento de la siniestralidad?

El ramo de Ciberriesgos es relativamente nuevo y, aunque las empresas suelen contar con pólizas que protegen sus activos físicos, la mayoría de ellas no disponen todavía de un producto específico para proteger sus activos digitales. El volumen de

contratación crece cada año, porque está todo por hacer. En cuanto a la siniestralidad, esta se ha disparado en los últimos dos años y algunos informes cifran en 20.000 millones de dólares las pérdidas derivadas de los incidentes de seguridad en 2021. Actualmente, se da la paradoja de que cada vez las empresas quieren contratar más seguros, pero la alta siniestralidad ha provocado un endurecimiento del mercado. Como consecuencia, las empresas que no cuentan con las medidas de seguridad necesarias tienen difícil conseguir contratar una póliza. Sobre todo en algunas actividades, los clientes están demandando límites de capacidad elevados que el mercado asegurador no está dispuesto a ofrecer.

¿El aumento de la siniestralidad puede estar relacionado con la pandemia?

Efectivamente, ahora todo el mundo está mucho más expuesto a los peligros de la red, y más con el teletrabajo, el almacenamiento de datos en la nube,



“La alta siniestralidad ha provocado un endurecimiento del mercado”

etc., porque esos nuevos puestos de trabajo y la arquitectura de red de las empresas no suelen contar con las suficientes medidas de seguridad. Las bandas criminales, cada vez más profesionalizadas, están aprovechando esos agujeros en la red para colarse en los sistemas, encriptarlos, etc.

¿Qué sectores o qué tipo de empresas sufren un mayor número de siniestros?

La ciberseguridad afecta a todo tipo de empresas, independientemente de su tamaño o su actividad. Incluso aquellas compañías que cuentan con unas medidas de protección más sofisticadas pueden padecer también algún tipo de incidente. En realidad, la cuestión no es si voy a sufrir un ciberataque, sino cuándo lo voy a sufrir.

¿Existe suficiente concienciación acerca de la necesidad de asegurar este tipo de riesgos?

Las empresas van tomando conciencia, sobre todo después de padecer algún incidente de *phishing*, *ransomware*, caídas de sistema, robo de datos... La tipología de siniestros es muy variada. Lo fundamental es que inviertan en mejorar sus controles y políticas de seguridad para garantizar sus activos digitales. Las empresas que sufren un incidente de *ransomware*, por ejemplo, pueden ver totalmente paralizada su producción —al estar sus sistemas conectados a la red— y tener que enfrentarse a reclamaciones de terceros e imposición de multas por parte de la Agencia Española de Protección de Datos. Unas multas que pueden llegar a ser bastante cuantiosas, especialmente en los sectores financiero, de telecomunicaciones y servicios.

¿Cuáles son los siniestros más frecuentes?

Los ataques de *ransomware* se han multiplicado muchísimo, sobre todo en los últimos dos años, y son cada vez más complejos (no tienen nada que ver ya con el WannaCry de 2017). Ahora incluso existe el denominado *ransomware as a service*, es decir, bandas criminales desarrollan un *ransomware* y lo venden como un servicio a otras bandas, que se lucran con este tipo de ataques. También estamos viendo casos de doble o triple extorsión, en los cuales los criminales no se limitan a encriptar los datos de las empresas y pedir un rescate por ellos, sino que, si la víctima no paga, la amenazan con publicar datos confidenciales o, incluso, con facilitárselos a las personas o empresas afectadas.

¿Qué medidas de prevención deberían adoptar las empresas?

Es muy importante que formen a sus empleados para evitar ataques de *phishing*. Además, deben contar con un mecanismo de detección que indique la procedencia de los correos, así como bloquear las visitas a webs que no estén debidamente protegidas. También es

necesario hacer copias de seguridad y almacenarlas periódicamente, además de parchear las vulnerabilidades críticas. Por supuesto, deben contar con antivirus y cortafuegos potentes, sin olvidar la segmentación IT/OT. Asimismo, las cuentas con privilegio de administrador deben ser las mínimas posibles y estar debidamente protegidas, para evitar que los criminales puedan acceder al sistema y navegar libremente por él.

¿En qué consiste CyberEdge?

Nuestro producto se basa en tres pilares fundamentales: la prevención, la capacidad de respuesta y la propia póliza como tal. Por lo que respecta al primer pilar, ponemos a disposición de nuestros clientes —e incluso de quienes no son clientes nuestros— una serie de servicios de prevención. A partir de un cuestionario inteligente, nosotros les proporcionamos un informe de madurez antes incluso de contratar la póliza. En él, cuantificamos las pérdidas que pueden ocasionar distintos tipos de incidentes, medimos el riesgo implícito y explícito, etc. Una vez contratada la póliza, ese informe se amplía mucho más y añadimos otros servicios, como cursos *online* de formación y concienciación para los empleados, análisis de vulnerabilidades del sistema o la posibilidad de contratar servicios de consultoría. En el segundo pilar se incluye la consultoría de primera respuesta, que se activa cuando un cliente sufre un incidente de ciberseguridad y necesita asesoramiento durante las primeras 72 horas. El objetivo es comprobar si el fallo de seguridad sigue existiendo y cómo se puede detener, así como determinar sus implicaciones legales. Respecto al tercer y último pilar, cabe destacar que las coberturas y definiciones de nuestro producto —por ejemplo, en cuanto a oferta externa de servicios, fallos de interrupción de red o fallo de sistemas— son de las más amplias del mercado, incluyendo coberturas por pérdida de beneficio, responsabilidad de terceros, ciberextorsión, etc.



¿Y qué ocurre con este tipo de riesgos en las pólizas de otros ramos?

Nosotros somos muy claros y queremos que el cliente entienda siempre qué coberturas tiene contratadas. Por eso, creemos que es muy importante que en las pólizas de Daños, Responsabilidad Civil, Transportes e, incluso, Responsabilidad Civil Profesional, haya una cobertura afirmativa o una exclusión específica de Ciberriesgos.

¿Cuál es el papel de los *brokers* en materia de ciberseguridad? ¿Reciben formación por parte de AIG?

El papel de los *brokers*, como no podía ser de otra manera, es fundamental.

Y más en un contexto como el actual, de incremento de la siniestralidad y dificultad para acceder a un seguro de Ciberriesgos. Los *brokers* deben explicar a las empresas que, para poder transferir sus riesgos a una aseguradora, tienen que contar con unas mínimas medidas de seguridad. En ese sentido, la formación de los corredores es primordial para nosotros. Por ello, todos los años celebramos determinados eventos —ahora en formato *online*— no solo para explicar las coberturas de la póliza, sino también para concienciar acerca de las ciberamenazas y analizar en casos reales cómo responde este seguro.



Contaminación de productos



A prueba de contaminación

Las alertas de contaminación de productos en la Unión Europea se han duplicado en 10 años, según datos del Rapid Alert System for Food and Feed, pasando de 617 alertas en 2011 a 1.398 en 2020. Las principales causas de este espectacular aumento son la mayor regulación en seguridad alimentaria, los avances tecnológicos en la fase de pruebas, la identificación de nuevos patógenos, las presiones económicas para reducir costes, el aumento de la conciencia del consumidor y la cada vez mayor complejidad y consolidación de las cadenas de suministro.

Los siniestros relacionados con los productos alimentarios y cosméticos suelen ser de poca frecuencia pero de mucho impacto. De hecho, sus consecuencias pueden llevar a la quiebra de las empresas dedicadas a su fabricación, distribución, almacenamiento o venta. Nos referimos a alimentos destinados al consumo humano (en todo su proceso

productivo), bebidas alcohólicas y no alcohólicas, comida o pienso para animales de compañía (sin componente medicamentoso) y productos cosméticos de aplicación tópica, como gel, champú o cremas.

Para evitar tan graves consecuencias, AIG pone a disposición de las empresas una respuesta muy completa basada en su amplia experiencia en este tipo de siniestros. No en vano, la compañía lleva comercializando el seguro de

La póliza cubre la contaminación accidental, la manipulación maliciosa y la extorsión de producto

Contaminación de Producto en España desde hace 30 años.

Las razones que hacen recomendable la contratación de un seguro frente a percances provocados por alérgenos, microbios, productos químicos o elementos físicos son las exigencias legales, los requisitos contractuales, la protección reputacional, el disponer de un consejo profesional en seguridad alimentaria, la gestión adecuada en caso de un siniestro o un evento de crisis, y la cobertura única y especial.

Con una capacidad de 10 millones de euros y una prima mínima de 10.000 euros, la póliza de AIG cubre la contaminación accidental, la manipulación maliciosa y la extorsión de producto. De forma estándar, cubre los costes de rehabilitación, consultoría, extorsión y retirada, así como la publicidad adversa y la interrupción de negocio (pérdida de beneficio bruto y gastos adicionales).



SANTIAGO CARBÓ

Economista

“En España hay una ‘cultura del seguro’ que, además, gana arraigo cada año”

Santiago Carbó compagina su labor docente en la Universidad de Granada y la Bangor University con su trabajo como director del Área Financiera y de Digitalización de Funcas, entidad en la que también ejerce como director ejecutivo del Observatorio de la Digitalización Financiera. Además, es consejero independiente de Cecabank. Ha escrito numerosos libros y artículos en revistas especializadas y colabora habitualmente en diversos medios de comunicación.

¿Cuáles son sus previsiones económicas para 2022?

La realidad se empeña en hacer las previsiones más difíciles cada año. Considero que el PIB subirá un 5,7% en 2022, algo por debajo de algunas estimaciones previas, porque parece que la incertidumbre por el coronavirus y la inflación se va a mantener aún unos meses. Sería deseable que la escalada de precios cesara, como se espera, hacia la primavera, para que el año pueda terminar con una inflación algo por encima del 2%, pero tal vez sea el dato más difícil de estimar para el año que hemos comenzado.

¿Qué impacto cree que tendrán los fondos de recuperación europeos?

El impacto no puede ser otro que positivo, pero cuánto va a depender de tres variables importantes. La primera, de cuándo y cómo lleguen los fondos. Si llegan con cuentagotas o con retrasos, será algo más complicado generar una masa crítica y articular los proyectos. La segunda es cómo se gestionen los fondos, porque hay proyectos tractores

que, sin duda, son de interés y también otras previsiones de gasto que puede que tengan menos impacto transformador o de medio plazo. La tercera y última es que toda la agenda reformista no dependa de los fondos, sino al contrario: que los fondos se articulen dentro de lo que España quiere ser en 10 o 15

Es urgente articular la sostenibilidad del Estado del Bienestar. Esto incluye reformar las pensiones, donde se están dando algunos pasos positivos (los primeros en mucho tiempo), pero también algunos que cuesta más entender (como penalizar los planes privados de pensiones).

“La transformación digital es una obligación para las empresas, porque, de otro modo, se pierde el tren de la productividad”

años, con otro modelo productivo, energético, científico e innovador. En definitiva, con una estructura con una mayor productividad que favorezca el crecimiento y el bienestar.

En su opinión, ¿qué medidas de política económica, a nivel nacional, son más urgentes?

También es preciso definir el modelo fiscal, no solo para modernizar la estructura impositiva, sino también las transferencias, responsabilidades y capacidad de financiación de los territorios autonómicos. Es, asimismo, del todo necesario avanzar en la reforma laboral. Lo que se ha hecho con los cambios recientes no



aporta demasiado. Las modalidades contractuales deben simplificarse y también propiciar una formación activa más exitosa que la que se ha venido haciendo en los últimos años.

¿El futuro de las empresas pasa necesariamente por la transformación digital?

El terreno más importante para las empresas es el de las ideas. El qué en lugar del cómo. Lo que ocurre es que, en los tiempos que corren, el cómo es una idea empresarial en sí. En ese sentido, la transformación digital es una obligación, porque, de otro modo, se pierde el tren de la productividad, donde España tiene que avanzar

bastante, aunque también la Unión Europea en su conjunto, que está quedando rezagada respecto a Estados Unidos y Asia.

¿Se ha convertido la ciberseguridad en la principal amenaza para las empresas?

Aparece en el catálogo de amenazas muy arriba. No solo para las empresas, sino para los bancos centrales y para los gobiernos. La Reserva Federal de Estados Unidos, el Banco Central Europeo y diversas agencias internacionales estiman que la ciberseguridad y la protección de datos son uno de los grandes retos y de las amenazas con mayor potencial disruptivo. De hecho, muchos de los eventos que ya han ocurrido han tenido un impacto muy importante (de miles de millones de dólares), pero pasan más inadvertidos para el gran público.

“La Reserva Federal de Estados Unidos, el Banco Central Europeo y diversas agencias internacionales estiman que la ciberseguridad y la protección de datos son uno de los grandes retos y de las amenazas con mayor potencial disruptivo”

Invertir en educación digital y seguridad es crucial en estos momentos.

¿Qué consecuencias económicas pueden derivarse de los efectos del cambio climático?

Respecto al cambio climático, considero que conviven dos frentes que tenemos que tratar con honestidad. El primero es la realidad de que esta cuestión está

de transformación tecnológica y una batalla por el talento y el liderazgo muy abierta.

¿Cómo prevé que pueda a evolucionar a corto o medio plazo?

Por una parte, como se está viendo, mediante alianzas y acuerdos intrasectoriales e intersectoriales. Por otro lado, con cambios en la

permite también ofrecer productos mucho más a medida al cliente (lo que se denomina “hiperpersonalización”) y también permite que el cliente llegue a la aseguradora por muchas vías (“onboarding” omnicanal).

¿Qué aportan las compañías aseguradoras a la economía española?

Tienen un peso muy relevante en la actividad económica, como muestra que en el sector trabajen más de 50.000 personas. Son datos que hablan por sí solos, pero hay una importancia cualitativa más importante: en España hay una ‘cultura del seguro’ que, además, gana arraigo cada año, tanto en el peso en las carteras de activos financieros de los hogares como en las políticas de protección y prevención de las empresas. Esto aporta no solo estabilidad financiera, sino también confianza inversora y responsabilidad corporativa.

¿Cuál es su opinión sobre AIG?

Es una empresa con una raigambre y resiliencia histórica muy importante que aún sigue operando en más de 80 países. Esto no solo le aporta escala y globalidad, sino unas posibilidades de

“Negar el cambio climático es absurdo y dañino para la economía. Debemos articular la transición ecológica con honestidad, realismo y un plan firme a medio plazo”

teniendo un alto impacto negativo en el bienestar global y va a costar revertirlo. El negacionismo es absurdo y dañino. No ya ideológicamente, sino para la economía. El segundo frente, sin embargo, es que tenemos que ser realistas sobre cómo articular la transición ecológica. En este punto, no es Europa quien más contamina. Ni tampoco es fácil ni poco costoso realizar el cambio en poco tiempo. No podemos cambiar todo un parque de vehículos en cinco años, por ejemplo, ni hay infraestructura eléctrica para hacerlo. Por lo tanto, se precisa honestidad, realismo y un plan firme a medio plazo.

¿Cuál es su valoración sobre la situación actual del sector asegurador en España?

Considero que es uno de los sectores, dentro de la actividad financiera, con más pujanza y recorrido. Es, además, uno de los que han creado empleo durante la pandemia. En un país como España, mantiene lazos comerciales y financieros muy estrechos con la banca, con amplios beneficios mutuos. En este sentido, afronta también retos comunes a la industria bancaria, como una intensidad competitiva creciente y con nuevos jugadores digitales, un esfuerzo

tecnología en los que las llamadas “neoaseguradoras” parecen ofrecer ventajas operativas, pero juegan, de momento, con la desventaja de una menor escala. Lo que está claro es que este mundo de la abundancia de datos y de la imprevisibilidad de muchos acontecimientos económicos es un mundo natural para el desarrollo del negocio asegurador.

“AIG es una de las empresas del sector que más pasos adelante está dando en algunas de las áreas más relevantes para el futuro financiero digital, como la computación en la nube y la ciberseguridad”

¿Qué impacto tendrán las nuevas tecnologías, como el big data o la inteligencia artificial, aplicadas al seguro?

Desempeñarán un papel esencial. En primer lugar, porque el cálculo actuarial y los modelos de negocio aseguradores están mejorando enormemente con aprendizaje automático e inteligencia artificial. Esto

aprendizaje y diversificación de negocio muy importantes. Otra cuestión que me parece fundamental es que es una de las empresas del sector de aseguración que más pasos adelante está dando (mediante alianzas con grandes tecnológicas) en algunas de las áreas más relevantes para el futuro financiero digital, como son la computación en la nube y la ciberseguridad.

Nuevas fuentes de energía para un mundo más sostenible

La Comisión Europea anunció a finales de 2021 que, por primera vez, las energías renovables habían superado a los combustibles fósiles como principal fuente de energía en la Unión Europea, al haber generado en 2020 el 38% de la electricidad, mientras que los combustibles fósiles generaron el 37%. Dos años después de la puesta en marcha del Pacto Verde Europeo, la Comisión hacía así balance de los avances en la transición hacia una energía más limpia.

Según esos mismos datos, nueve Estados miembros de la Unión Europea han eliminado ya de forma progresiva el carbón, otros 13 se han comprometido a ello y cuatro están estudiando posibles plazos para hacerlo. Además, las emisiones de gases de efecto invernadero disminuyeron casi un 10% entre 2019 y 2020, una reducción sin precedentes que, no obstante, estuvo motivada principalmente por el impacto de la pandemia de COVID-19.

El objetivo de la Unión Europea en este sentido es extremadamente ambicioso, ya que pretende reducir las emisiones netas en al menos un 55% de aquí a 2030 y lograr la neutralidad climática de aquí a 2050. En términos globales, su estrategia se asienta sobre cinco pilares: acelerar la descarbonización, aumentar la eficiencia energética, mejorar la seguridad energética, fortalecer el mercado interior y promover la investigación, la innovación y la competitividad.

La Unión Europea considera que las fuentes renovables de energía —eólica, solar, hidroeléctrica, oceánica, geotermal, de la biomasa y



El constante desarrollo de la industria implica una estrecha asociación entre aseguradoras y proveedores de tecnología

de los biocarburantes— constituyen alternativas a los combustibles fósiles que contribuyen a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, diversificar el suministro energético y disminuir la dependencia respecto de los mercados —volátiles y poco fiables— de combustibles fósiles (en particular, el petróleo y el gas).

El caso de España

Por lo que respecta a España, los fondos del plan NextGenerationEU, cuyo fin es promover la recuperación económica tras la pandemia, se canalizan a través del denominado Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Por el momento, el Gobierno ha aprobado tres proyectos estratégicos, y uno de ellos está dedicado precisamente a las energías renovables, el hidrógeno renovable y el almacenamiento, lo cual da una idea de su importancia.

Aprobado el pasado 14 de diciembre, ese plan estratégico (conocido por las siglas PERTE-ERHA) busca contribuir a:

- Consolidar las cadenas de valor de energías renovables y su integración en los distintos sectores, reforzando el liderazgo en aquellos ámbitos en los que España cuenta con amplia experiencia.
- Impulsar la innovación social y de modelo de negocio, promoviendo medidas que permitan una mejor integración de las tecnologías para la descarbonización.
- Posicionar a España como referente tecnológico en la producción y aprovechamiento del hidrógeno renovable.
- Desarrollar y desplegar tecnologías y modelos de negocio ligados al almacenamiento energético y la gestión flexible de la energía.

Un ejemplo de ello lo encontramos en la energía eólica marina, que el PERTE-ERHA identifica como una gran oportunidad para España, teniendo en cuenta nuestra experiencia en los sectores eólico y naval, las infraestructuras de I+D existentes y la

posición geográfica del país. “España está en disposición de establecerse como polo europeo de referencia en cuanto al desarrollo tecnológico y capacidades industriales para la eólica marina, y aportar hasta el 40% del despliegue europeo de esta tecnología”, señala el PERTE-ERHA.

Retos para las aseguradoras

¿Cómo afectará al sector asegurador esta apuesta por las energías renovables? Siguiendo con el ejemplo de la eólica marina, el último *Renewable Energy Market Review* de Willis Towers Watson (WTW), titulado ‘The energy transition: risk and challenges’, explica que los rápidos e imparables avances tecnológicos en esta materia constituyen un reto para las compañías aseguradoras, con infraestructuras cada vez más complejas, turbinas cada vez más potentes y proyectos de construcción cada vez más ambiciosos.

Los suscriptores de seguros deberán tener en cuenta aspectos como la ubicación del parque eólico, la profundidad del mar, el tipo de cimentación o la longitud del cableado, con unos riesgos asociados difíciles de cuantificar por tratarse de una tecnología que no para de evolucionar. “Al ser relativamente joven, la industria eólica marina ha supuesto un desafío para el sector asegurador, que depende en gran medida de los datos para la evaluación de precios y riesgos”, explica el informe.

Si anteriormente eran comunes las turbinas de 3 MW o 5 MW, en breve comenzará la instalación, en el mar del Norte, de las primeras turbinas de 13 MW. Y si hasta hace poco resultaba inviable la construcción de un parque eólico flotante, hoy se trata ya de una realidad.

Por lo tanto, a falta de datos, una adecuada comunicación con clientes y corredores deberá permitir a las aseguradoras valorar correctamente los riesgos operativos, tales como

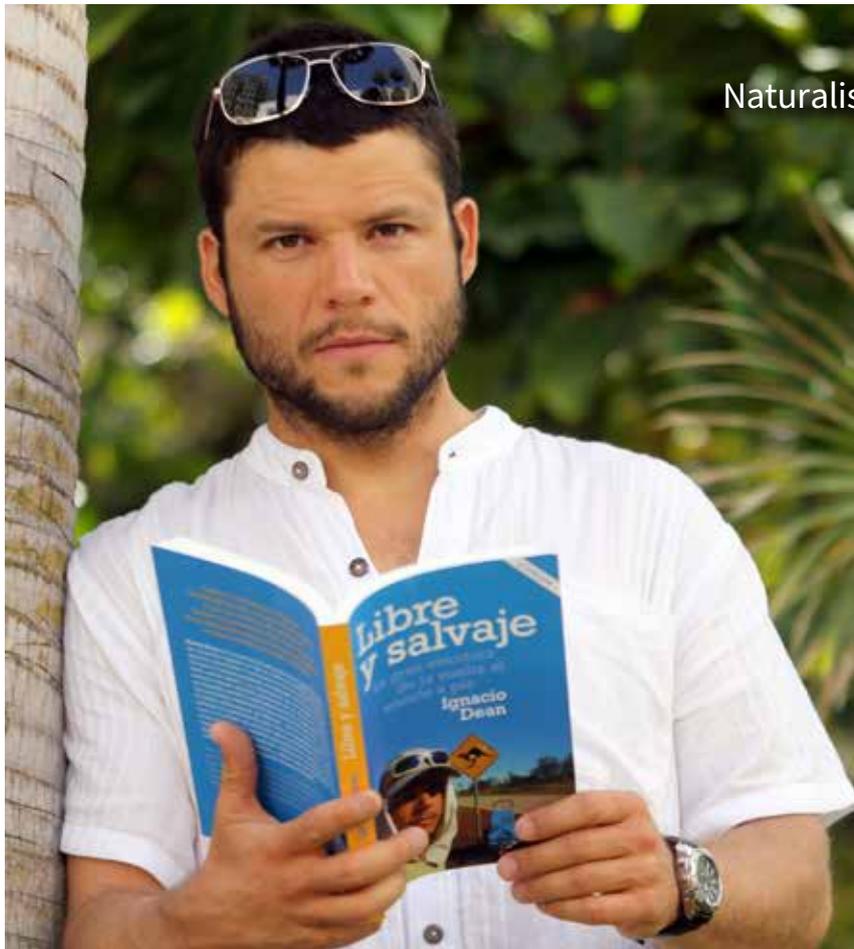
“la continuidad del negocio, las piezas de repuesto o la planificación de contingencia, incluidas todas las preguntas del tipo ‘¿qué pasaría si...?’”, añade el estudio. El resultado final deberá ser siempre una solución aseguradora a la medida del cliente.

¿Y qué ocurre con el hidrógeno renovable, al que tanta importancia concede el PERTE-ERHA? De acuerdo con el *2022 Renewable Energy Industry Outlook* de Deloitte, se trata de una de las tendencias con mayor proyección de futuro “debido a su potencial para actuar como almacenamiento estacional y de larga duración de combustible disponible bajo demanda para generar energía”.

En Estados Unidos, la recientemente aprobada Infrastructure Investment and Jobs Act asigna 9.500 millones de dólares para proyectos de hidrógeno renovable y propone la creación de centros regionales que ayuden a expandir la infraestructura de esta nueva fuente de energía.

En cualquier caso, volviendo al informe de WTW, hoy por hoy “el hidrógeno renovable es caro y tardará varios años en ser competitivo”, sin olvidar que se trata de un combustible altamente inflamable y que puede resultar explosivo, por lo que su almacenamiento y uso conlleva riesgos adicionales. Al igual que ocurre con la energía eólica marina, el constante estado de desarrollo de la industria del hidrógeno hace necesario establecer una estrecha asociación entre aseguradoras y proveedores de tecnología.

Es evidente que la transición ecológica tiene profundas implicaciones para el sector asegurador. Y este, como ha hecho a lo largo de toda su historia, deberá saber adaptarse a los nuevos riesgos para seguir ofreciendo productos acordes a las expectativas del mercado, anticipándose a lo que las empresas puedan demandar a corto, medio o largo plazo.



NACHO DEAN

Naturalista, explorador y divulgador

Nacho Dean es la primera persona en la historia que ha conseguido el doble reto de dar la vuelta al mundo caminando y unir a nado los cinco continentes. Dos hazañas realizadas con un objetivo común: denunciar los efectos del cambio climático.

“Cambiar las cosas está en nuestras manos”



Su primera aventura le llevó a recorrer a pie 31 países y 33.000 kilómetros en tres años. Lo hizo totalmente en solitario, sin asistencia y de forma ininterrumpida. En su segunda aventura, cruzó nadando los estrechos que separan Europa, Asia, África, América y Oceanía. Cumplidos ambos sueños y tras haber publicado dos libros, este explorador nato prepara ya su tercer reto.

¿De dónde le viene la pasión por la naturaleza y la aventura?

Soy hijo de marino, así que mi padre ha viajado por todo el mundo. En

casa teníamos máscaras y lanzas africanas, cuberterías de Tailandia, bandejas de Egipto, tallas de madera de Angola, etc. Además, siempre me inculcaron la pasión por la aventura: íbamos a acampar a la montaña, a bañarnos al mar en invierno..., así que, desde muy temprana edad, aprendí a amar la naturaleza. Posteriormente, he practicado muchas disciplinas deportivas, como escalada, surf, montar en bici, correr o hacer rutas a pie. Además, al terminar la universidad, estudié un ciclo formativo en conservación del medio ambiente y

trabajé en un centro de recuperación de especies salvajes en el Cantábrico. Todas esas experiencias, con el tiempo, derivaron en un proyecto vital: dar la vuelta al mundo caminando para documentar el cambio climático.

Tuvo que ser difícil dejarlo todo para intentar cumplir ese sueño...

Desde que se me ocurrió la idea, pasaron dos años hasta que tomé la decisión de apostar todo por ese proyecto y, tras nueve meses de preparativos, el 21 de marzo de 2013 comencé a caminar desde el kilómetro

cero de la Puerta del Sol, en Madrid. Así fue como me lancé a una aventura de la que no sabía si iba a volver...

Durante los tres años que duró el viaje, ¿cuáles fueron las experiencias más peligrosas?

Viví situaciones muy extremas. En la frontera entre Armenia e Irán, estuve a punto de acabar en prisión acusado de espionaje; en Dacca, la capital de Bangladés, sufrí un atentado terrorista; en Centroamérica me asaltaron varias veces con machetes; en México contraí la fiebre chikungunya, etc. Fueron momentos muy difíciles, pero es imposible dar la vuelta al mundo caminando y que no te pase nada.

Por el contrario, también tuvo que vivir experiencias inolvidables...

Sin duda, la balanza se inclina hacia el lado positivo, y con razones de peso. En esos tres años, pude ver infinidad de paisajes y ecosistemas: los cielos estrellados del desierto de Atacama, las junglas de la India o la selva de Mindo, en Ecuador, iluminada con miles de luciérnagas; atravesé cordilleras y regiones montañosas como el Cáucaso o los Andes; viví en condiciones ambientales muy diferentes, desde climas tropicales con muchísima humedad y temperaturas de más de 40 °C a inviernos con -15 °C, como en la Costa Este de Estados Unidos. Y en todas partes he conocido a personas maravillosas. Sin duda, la humanidad es el mayor tesoro de mi viaje. Con todas esas experiencias, escribí mi primer libro, *Libre y salvaje*.

Su objetivo era documentar el cambio climático. ¿Qué es lo que más le llamó la atención al respecto?

He visto muchas regiones contaminadas por plásticos, basura, neumáticos, cascos de motocicleta, botellas, latas, etc. También he visto lugares contaminados por CO₂, sobre todo ciudades con millones de habitantes, y he comprobado los efectos de la deforestación y los incendios. En mi opinión, las principales amenazas para la naturaleza son el calentamiento

global, la contaminación y la pérdida de biodiversidad.

Su siguiente reto fue unir a nado los cinco continentes. ¿Qué le llevó a emprender esta nueva aventura?

Precisamente, el haber visto con mis propios ojos la cantidad de basura y plásticos que hay en todas las playas, litorales y costas. Sentía que tenía una deuda pendiente: había dado la vuelta al mundo caminando, pero el 70% del planeta está cubierto por agua. Quería lanzar un mensaje de conservación de los océanos por la importancia que tienen, ya que regulan las temperaturas, son fuente de alimento, emiten oxígeno a la atmósfera y absorben CO₂.

‘economía’ y ‘ecología’ proceden de la misma raíz griega: oikos (hogar). ¿Qué podemos hacer para que la economía no acabe destruyendo la ecología?

Cambiar las cosas está en nuestras manos, pero hay mucho trabajo por hacer. Para ello, existen cuatro pilares básicos: la educación, la legislación, la innovación y las finanzas. Tenemos un modelo económico basado en un crecimiento ilimitado, mientras que los recursos del planeta son finitos, limitados. Vamos a tener que cambiar por las buenas o por las malas, ya que, más allá de las leyes humanas, están las de la naturaleza, que son las que rigen el mundo. No nos queda mucho tiempo, pero yo tengo la esperanza de que podemos conseguirlo.

“En todas partes he conocido a personas maravillosas. Sin duda, la humanidad es el mayor tesoro de mi viaje”

De las cinco travesías que hizo, ¿cuál fue la más dura?

La cuarta, entre Asia y Oceanía. El mar de Bismarck tiene un ecosistema muy diferente al que había encontrado en el estrecho de Gibraltar, la travesía Meis-Kaş o el estrecho de Bering. Con el agua a 30 °C, hay cocodrilos, tiburones y unas medusas pequeñas pero muy venenosas, que son las medusas irukandji. Además, las distancias son enormes. Tras haber nadado 10 kilómetros, estaba ya deshidratado, me había picado una medusa en la cara... y todavía me quedaban 12 kilómetros más, así que me planteé abandonar. Entonces, varios miembros de mi equipo se tiraron al agua a nadar conmigo, y ese gesto me dio muchísima fuerza para seguir, brazada a brazada. Después de seis horas y media nadando, alcancé la playa. Estaba tan exhausto que no podía ni ponerme en pie.

En su segundo libro, *La llamada del océano*, explica que las palabras

¿Cuál es su próximo reto?

Ahora mismo estoy preparando una expedición científica y divulgativa navegando a vela alrededor de España. Ya no va a ser una aventura lejana, como las anteriores, sino que va a ocurrir aquí cerca.

¿Y cuál es el objetivo de este nuevo proyecto?

Vamos a documentar el estado en el que se encuentran nuestras costas con el fin de elaborar un informe científico, además de publicar un libro y hacer un documental. La expedición tendrá un carácter divulgativo, porque queremos acercar la ciencia a la sociedad a través de charlas en colegios, limpiezas de playas, etc. Ya no se trata tanto de una hazaña personal como de hacer comunidad, involucrando a los distintos actores de la sociedad: ciudadanos, empresas y autoridades. Esta expedición comenzará en junio de 2022 y durará casi un año, hasta mayo de 2023.

Queridas mascotas...

Varios empleados de AIG nos hablan sobre sus animales domésticos



David Toledo & Molinero

“Molinero es un perro de los que ahora llaman mestizos y antes chuchos, porque es una mezcla que no se sabe exactamente de dónde viene. Es simplemente él, el perro especial porque es todo bondad; es paciente, fiel, cariñoso..., y todo eso a pesar de tener a mi hija día tras día tirándole del pelo y dándole pisotones. Me gustaría decir que él nos eligió a nosotros, pero es mentira. Estábamos buscando en protectoras y así encontramos a Moli. Desde entonces, en 2016, es parte de nuestra familia. Siempre está a nuestro lado y, especialmente en los momentos de bajón, está dispuesto a un buen mimo si lo necesitamos. Una anécdota reciente es que un día, con el teletrabajo, tuve que parar una llamada para despertarle, porque no paraba de roncar. Básicamente, su estado natural es dormir. Anteriormente, tuve una gatita llamada Celia. Sin duda, recomendaría tener mascota. Aunque hay que dedicar amor, tiempo y dinero..., merece muchísimo la pena”.

Laura Gómez & Kira

“Kira es una perra shiba inu. Esta raza japonesa es una de las más primitivas que existen. Ella es especial por todo lo que me aporta y es única por su manera de ser, diferente a otros perros.

Ahora estoy ‘obligada’ a salir de paseo al menos dos veces al día y, además, el amor de un perro hacia su amo es tan bonito que te hace sentir muy bien. ¡Se te quitan todas las penas!

Al investigar sobre esta raza, me fascinó todo lo que decían de ella: su independencia, su inteligencia, su belleza... ¡Incluso su cabezonería! Además, el tamaño me encajaba muy bien. Kira llama mucho la atención por la calle y la gente suele hacer uno de estos dos comentarios:

‘Mira, es el de la película *Hachiko*’ o ‘Mira, es un zorro’. Anteriormente, siempre había tenido pájaros: agapornis, canarios, etc. Tener mascotas es muy recomendable. Te quieren incondicionalmente, sin pedir nada a cambio (bueno, si les das chuches te quieren aún más), y nosotros les demostramos a ellos un amor muy especial. Te hacen compañía, te mantienen en forma... Son todo ventajas. La pena es que no puedan vivir tanto como nosotros”.



Juan Delgado & Lola

“Lola es una perra boyero de Berna. Es especial porque es uno más y te sigue siempre a todos lados. Perros y personas somos los animales que, por las razones que sean, nos llevamos mejor. Nos gusta estar el uno al lado del otro. He tenido canarios, conejos, hámsteres, tortugas, peces..., pero el perro es el animal que más se acostumbra a ti. En el caso de Lola, además de la compañía y la empatía, destacaría como algo positivo el hecho de que me ‘obligo’ a salir y caminar dos horas diarias, lo cual, de otra forma, me daría más pereza. Como curiosidad, Lola duerme siempre con la panza hacia arriba. Recomendaría tener mascota a quien realmente le apetezca tenerla, y sabiendo que es un compromiso que te quita parte de tu libertad. Tienes que planificar muchas veces qué hacer con el animal, o si puedes llevarlo contigo a cualquier sitio. Pero, teniendo esto claro, es una gran experiencia de la cual aprendes mucho”.

Fernando Lourenço y Zoe

“Mi perra se llama Zoe y es una cocker spaniel muy especial. ¡Ella es el alma de la casa! Me gustan los perros obstinados, tal vez porque yo también lo soy... Con Zoe es imposible aburrirse, ya que tienes que estar todo el tiempo alerta. ¡Es como controlar un incendio forestal! Siempre he tenido esta raza de perro —ella es la tercera—, aunque también he tenido un acuario de agua salada y un par de periquitos. Muchas veces, Zoe se presenta en las fiestas sin que nadie la invite. De hecho, uno de estos días le robó un muslo de pollo a unos vecinos que estaban haciendo un picnic en el jardín de su casa y me temo que... ¡Ya no puedo devolverlo!”.



La diversidad generacional crea innovación y rentabilidad

La diversidad generacional es una fuente de innovación y, por tanto, hace a las empresas más rentables. Esa fue una de las cuestiones que destacaron los ponentes en el evento digital 'Diversidad: de los *baby boomers* a la generación Z', organizado por la aseguradora AIG y el despacho de abogados Kennedys el 22 de septiembre para celebrar el Dive In 2021, el Festival por la Inclusión y la Diversidad del sector asegurador. Además, dieron su visión sobre asuntos como la discriminación positiva, las cuotas, las medidas para atraer y retener el talento, la inclusión de las generaciones mayores, el techo de cristal de las mujeres, los sesgos inconscientes, la flexibilidad, la conciliación o cómo se ponen en práctica las medidas de diversidad e inclusión en las empresas del sector seguros.

Moderados por Elixabete Albela, Iberia Major Loss Casualty Claims de AIG, y Alfonso de Ramos, Partner for Kennedys, participaron como ponentes

representantes de las cuatro principales generaciones que coinciden en el mundo laboral. Los *baby boomers* estuvieron representados por Claudia Gómez, Executive Director de Aon Financial & Professional Solutions; la generación X, por Rafael García-Colorado, Trade Credit Manager de AIG; la Y, por Eduardo Guinea, Head of Distribution Iberia de Axa XL, y la Z, por Irene Moreno, Associate de Kennedys.

Tras señalar que este era el quinto año consecutivo en el que AIG tenía presencia global en el festival, Elixabete Albela puso de relieve la importancia que la compañía otorga a la diversidad y la inclusión desde el punto de vista generacional, "un pilar fundamental", con un grupo de empleados dedicado específicamente a este tema.

El Dive In se celebró por primera vez en Londres en 2015 con el objetivo de reunir recursos, ampliar perspectivas y compartir mejores prácticas en diversidad e inclusión para lograr un cambio en la sociedad.

BREVES

OPERACIÓN KILO

La Operación Kilo 2021 se saldó con un gran éxito, al donar los empleados de AIG el equivalente a más de 1.500 kilos de alimentos, destinados al Banco de Alimentos de Madrid.

YOGA ONLINE

El grupo Women & Allies ha organizado sesiones de iniciación al yoga de forma *online* con la profesora Paula Lozaga, para todos los empleados que estuviesen interesados.

MEJOR CANCIÓN

Los empleados de AIG eligieron *I Say a Little Prayer*, de Aretha Franklin, como la mejor canción de la historia interpretada o creada por una mujer.

AIG renueva su adhesión al Chárter de la Diversidad



La aseguradora AIG ha renovado su adhesión al Chárter de la Diversidad, una iniciativa promovida por la Fundación Diversidad, la Comisión Europea y el Ministerio de Igualdad. En este sentido, AIG trabaja para contar con un equipo multicultural, de perfiles diversos,

con diferentes factores demográficos y sociales y con distintas competencias y habilidades, que generen mayor fortaleza y competitividad. El compromiso de la compañía es situar la diversidad en el centro de su actividad y considerarla en todas sus políticas. En Portugal, AIG está adherida a la Carta Portuguesa para a Diversidade, con principios y compromisos similares para la consecución de unos entornos de trabajo inclusivos y diversos, donde la diversidad sea un imperativo ético, un valor y parte de la identidad institucional.

Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTQ



RED EMPRESARIAL POR LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN LGBTI

AIG se ha adherido a REDI, la primera red empresarial y de expertos en materia de diversidad e inclusión de los empleados LGBTQ y sus aliados que existe en España. La incorporación a esta red es un paso más de la aseguradora dentro de su promoción de la diversidad, equidad e inclusión y de sus iniciativas para integrar en su equipo humano a todo tipo de colectivos, entre las que destaca su labor en favor del colectivo LGBTQ, por la que ha sido premiada en varias ocasiones. REDI es una asociación sin ánimo de lucro nacida en 2015 e inspirada en iniciativas internacionales. Con más de un centenar de empresas asociadas, su objetivo es conseguir que la gestión de la diversidad LGBTQ sea considerada una práctica habitual y una ventaja competitiva en el ámbito empresarial.



Comprometidos
con la diversidad
y la inclusión

