



NEWS

MARÍA JOSÉ CRUZ

“Los seguros de M&A han llegado a España para quedarse”

ALBERTO HERNÁNDEZ

“La pregunta no es si vas a sufrir un ciberataque, sino si estarás adecuadamente protegido”

JUAN VICENTE PERAL

“Toda la sociedad debe implicarse para conseguir un mundo mejor”



Seguro ambiental, soluciones de un líder de la industria

AIG dispone del mejor equipo de suscripción y gestión de siniestros a disposición de todos sus clientes con el objeto de abordar una adecuada transferencia de esos riesgos.



Bring on tomorrow

AIG Europe Limited Sucursal en España se encuentra debidamente inscrita en el Registro Administrativo de las Entidades aseguradoras de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones bajo el número E0207, tiene su domicilio en Paseo de la Castellana 216, 28046 Madrid, está inscrita en el Registro Mercantil de Madrid Tomo 30.273, Folio 46, Hoja M-544847, Inscripción 1ª y Número de Identificación Fiscal W-8262878-E.

ÍNDICE

- 4. **ACTUALIDAD**
- 6. **INSIDE**
María José Cruz
- 9. **VALOR DIFERENCIAL**
Seguro de responsabilidad medioambiental
- 10. **PROTAGONISTA**
Alberto Hernández
Director general de INCIBE
- 14. **TENDENCIAS**
El Internet de las Cosas:
una oportunidad para el sector asegurador
- 16. **CON EXPERIENCIA**
Juan Vicente Peral
Presidente de FESBAL
- 18. **PERSONAS**
Rafael García Colorado
- 19. **RSC**
'Una sonrisa por Navidad'

BENEDETTA COSSARINI

Directora General



Queridos amigos:

Tengo el gusto de presentaros un nuevo número de la revista AIG News, con el que deseamos profundizar en los seguros de M&A. Una línea de negocio que AIG lidera gracias a su dilatada experiencia, su amplia presencia internacional y su gran conocimiento del mercado. María José Cruz, M&A Manager - South Europe, nos explicará las razones por las que este tipo de pólizas han experimentado un enorme crecimiento en los últimos años —y muy especialmente en 2018—, tanto en número de operaciones como en el valor de las mismas.

Una cuestión de extraordinaria trascendencia hoy en día para todas las empresas, independientemente de su tamaño, es la ciberseguridad. Por eso, quiero dar las gracias a Alberto Hernández, director general del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), por ofrecernos algunas claves para que nuestros lectores puedan convertir ese problema en una oportunidad, especialmente mediante la contratación de un seguro de ciberriesgos como los que ofrece AIG.

La actualidad nos lleva también a prestar atención a los seguros de responsabilidad medioambiental, dado que desde el pasado 1 de noviembre es obligatorio que las compañías clasificadas con el nivel de prioridad 1 hayan constituido la garantía financiera que establece la Ley. Por último, os animo a leer el reportaje sobre el Internet de las Cosas y la entrevista a Juan Vicente Peral, presidente de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), entidad con la que AIG colabora activamente. No olvidemos nunca que, como él dice, “toda la sociedad debe implicarse para conseguir un mundo mejor”.

Un cordial saludo.



Diversidad e integración

El sector del seguro se dio cita el 27 de septiembre en torno al Dive In, de la mano de AIG y el despacho de abogados Gómez-Acebo & Pombo. El acto sirvió de colofón a las actividades organizadas en España a favor de la iniciativa de Inclusion@Lloyd's para crear conciencia sobre la importancia de la diversidad y la inclusión en los negocios, iniciativa que este año ha alcanzado su cuarta edición.

Carlos Rueda, socio director de Gómez-Acebo & Pombo, fue el encargado de inaugurar el evento, destacando que la diversidad permite a las empresas no solo captar el mejor talento, "que está en las personas independientemente de su sexo, raza, edad, etc.", sino también innovar.

A continuación, hubo tres mesas redondas: una sobre la diversidad en los negocios, otra sobre la diversidad generacional y la última sobre la diversidad funcional. La primera estuvo



moderada por Susana Pérez, directora general de Inese, quien señaló que el 50% de las compañías gestionan ya la diversidad, según el Barómetro de la Fundación Diversidad. "Esta cifra ha aumentado un 25% con respecto a 2013", subrayó. María Orellana, responsable de Capital Humano de AON y moderadora de la segunda

mesa redonda, explicó las características de las cuatro generaciones que actualmente conviven en las empresas: *baby boomers* (22%), generación X (21%), *millennials* (50%) y generación Z (7%). Al finalizar la tercera mesa redonda, moderada por Carmen Pombo, directora de la Fundación Fernando Pombo, se produjo el

momento más emotivo de la jornada, con el testimonio de Silvia, una mujer de 40 años con síndrome de Down que lleva 13 trabajando en Gómez-Acebo & Pombo.

Por último, Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia, se comprometió a impulsar la diversidad dentro del colectivo de los CEO, pues "todos somos diversos, únicos, especiales y debemos tener libertad de expresar nuestras opiniones y mostrarnos como somos", también en el trabajo. Cossarini alabó el papel de los equipos y destacó el hecho de que en AIG conviven hasta cinco generaciones, "pues nuestro presidente, que tiene más de 70 años, nos ha obligado a todos a tener objetivos de diversidad".



Jornada sobre ciberniестros en Barcelona

Con la celebración de la jornada 'AIG CyberEdge. Un enfoque práctico', el pasado 16 de octubre, la aseguradora quiso poner su experiencia en ciberniестros a disposición de los *brokers* de Barcelona. En el evento se abordaron temas como la siniestralidad de ciberriesgos en Europa, Oriente Medio y África, la metodología de activación de las pólizas, la cobertura de primera respuesta desde el punto de vista de un forense y las novedades introducidas por el Reglamento General de Protección de Datos.

La directora general de la compañía, Benedetta Cossarini, inauguró la jornada recordando que AIG fue "la primera aseguradora que lanzó el producto de ciberriesgos en España hace seis años", y que lo hizo "con la experiencia que le otorgaba el llevar, en aquel momento, 14 años suscribiendo y gestionando este producto en otros países". Durante su intervención, Cossarini subrayó también que la oficina de Barcelona "es clave y estratégica" para la compañía.

Los ponentes fueron Yolanda Angulo, Financial Lines Major Loss Claims Adjuster de AIG Europe; Macarena Arias, Senior Complex Claims Adjuster de la aseguradora; Jaime Vegas, Senior Risk Advisory IT-Cyber de Deloitte; y Jesús Iglesias, socio del despacho de abogados Clyde & Co. Sus intervenciones fueron moderadas por Olivier Marcén, responsable de CyberEdge en AIG para el Sur de Europa. Este evento, en el que participaron alrededor de 70 *brokers*, fue clausurado por Lluís Peix, director de la oficina de AIG en Barcelona.

EUROPEAN & UK CAPTIVE REVIEW AWARDS 2018

La aseguradora AIG ha sido galardonada con uno de los European & UK Captive Review Awards 2018, en la categoría de Global Programme Initiative. Además, ha quedado finalista en las categorías de (Re)Insurance Company, Captive Innovation Award y Technology Product. La ceremonia de entrega tuvo lugar el 13 de noviembre en Luxemburgo.



De izquierda a derecha: Vincent Dupont, Steve Liberda, Stephen Morton, Nuno Antunes, Pierre-Emmanuel Bogaerts y Mario Díaz-Guardamino, en Luxemburgo.

Últimas incorporaciones

STEFANIA FONTANA

Associate Underwriter

Proviene de Tokio Marine HCC (Barcelona), donde desarrolló su trabajo desde enero de este año hasta su incorporación a AIG, el pasado 8 de octubre. Colabora con los suscriptores sénior en el ramo de Fusiones y Adquisiciones, analizando los riesgos de las diferentes operaciones, con especial énfasis en el negocio de Italia y dando igualmente soporte a España, Portugal y Francia. Reporta a María José Cruz.

MARTINA PRCHLÍKOVÁ

Operations Handler

Licenciada en Filología Española y Checa por la Universidad Masaryk de Brno, ha trabajado para Chubb, tanto en su centro de servicios compartidos de la República Checa como en su oficina de Madrid, y también para QBE, donde permaneció desde noviembre de 2017 hasta junio de 2018. Se incorporó a AIG como asistente de suscripción en el departamento de Responsabilidad Civil y ya en agosto se integró en el departamento de Operaciones, en el puesto de Operations Handler, reportando a Igor García. Allí colabora en la emisión de la documentación para diferentes ramos.

Promoción

FILIPA MAGALHAES

Suscriptora de Daños

Comenzó su andadura en AIG en noviembre de 2014 como asistente técnica de suscripción en el ramo de Daños y Energía. El pasado mes de mayo fue promocionada al puesto de Suscriptora de Daños, en el que sigue reportando a Alfonso García-Caro. Es licenciada en Traducción Especializada Inglés-Francés por la Universidad de Oporto y, antes de recalar en AIG, ocupó diversos puestos en IBM.



María José Cruz
M&A Manager - South Europe

“Los seguros de M&A han llegado a España para quedarse”

María José Cruz es licenciada en Derecho por la Universidad Pontificia Comillas (ICADE) y posee un Máster en Asesoría Jurídica de Empresas por el Instituto de Empresa. Tras desarrollar su carrera como abogada en prestigiosos bufetes internacionales, como Clifford Chance y Allen & Overy, en 2008 se incorporó a AIG, donde ha desempeñado distintas responsabilidades en el ámbito de M&A.

Los seguros de M&A son cada vez más demandados. ¿Qué ventajas ofrecen?

Hasta hace un par de años, los seguros para operaciones de M&A eran una herramienta que muy pocos conocían y en la que muy pocos confiaban, en parte porque no se habían testado y en parte porque el mercado y el producto tenían que evolucionar hasta llegar al punto en el que nos encontramos hoy: un mercado muy activo y dinámico y un producto adaptado a sus necesidades, flexible y que aporta valor.

Nuestros seguros para operaciones de M&A son trajes a medida que se diseñan en función de las características y los riesgos concretos de cada operación y las necesidades de las partes. Pretenden ser una herramienta para crear valor, cubrir *gaps* entre las posiciones de las partes y trasladar al mercado asegurador riesgos inherentes a la operación con un coste muy inferior al de otras herramientas disponibles. Dicho coste se abona en el momento del cierre de la operación, mediante el pago de una prima única que otorga cobertura hasta un máximo de siete años (sin tener que renovar el seguro de manera anual).

La póliza la pueden contratar tanto el comprador como el vendedor, sin que haya diferencias respecto a las coberturas o el coste. En nuestra experiencia, más del 90% de las pólizas de manifestaciones y garantías (*warranties and indemnities* o W&I, según sus siglas en inglés) las contrata

el comprador. Ello se ve favorecido aún más si cabe por la situación actual del mercado, donde reinan las subastas y los vendedores pueden limitar o incluso eliminar su responsabilidad al máximo en los contratos. Una solución para los compradores frente a tales limitaciones es transferir el riesgo de incumplimiento a AIG mediante la suscripción de una póliza de W&I.

AIG cuenta desde hace ya 10 años con un equipo de M&A en España. ¿Quiénes lo componen?

M&A es una de las líneas en las que AIG está creciendo e invirtiendo a nivel mundial. Consideramos que podemos aportar un gran valor añadido a nuestros clientes, dada nuestra experiencia, capacidad, oferta de soluciones innovadoras y solvencia. AIG puede asegurar operaciones en más de 200 países y jurisdicciones, y cuenta con un equipo de más de 60 profesionales con presencia en las principales plazas (incluyendo Nueva York, Londres, Frankfurt, Hong Kong, Sídney o Madrid, entre otras), especializados en M&A y con amplia experiencia en operaciones en Estados Unidos, todas las jurisdicciones europeas y asiáticas, Australia, Japón y determinadas jurisdicciones africanas y latinoamericanas.

A nivel local, nuestro equipo de M&A está en crecimiento y, al dar servicio a distintos países desde Madrid, siempre estamos buscando activamente a los mejores profesionales para que

nos ayuden a seguir creciendo y manteniendo el nivel de servicios que AIG ofrece a sus clientes. Actualmente, el equipo de Sur de Europa lo formamos cuatro personas, y esperamos contar con un refuerzo adicional en breve.

¿A qué se debe el crecimiento experimentado por M&A en los últimos ejercicios?

En 2018 estamos alcanzando un récord en cuanto a número y valor de operaciones de M&A. Desde hace más de dos años, nuestro mercado ha evolucionado de manera muy significativa, y las tendencias que se manifiestan en otros países de Europa y en Estados Unidos no tardan en replicarse en España. Conforme a lo que hemos visto en los últimos meses, el interés de los inversores internacionales por España sigue creciendo, los actores locales siguen muy activos y las condiciones económicas son favorables.

Por ello, y de acuerdo con nuestra experiencia, España se ha consolidado como una jurisdicción muy atractiva para invertir, con activos de gran valor tanto de mediano como de gran tamaño. Cada vez vemos más operaciones de un valor considerable (incluso lo que se llama *mega deals*, de más de 1 billón de euros de valor de empresa) en las que hay distintos potenciales compradores dispuestos a hacer ofertas muy atractivas y agresivas. Solo el mejor postor, capaz de realizar la operación en un plazo

corto de tiempo y permitir una salida limpia a los vendedores, es capaz de ganar la partida.

Además, todas las partes intervinientes en las operaciones cuentan con medios cada vez más innovadores y sofisticados para poder ser más eficientes en los procesos, valoraciones, auditorías, etc. Eso ha obligado a que el mercado esté en constante evolución. No obstante, y sin perjuicio de los vertiginosos avances en el plano tecnológico, no estamos ante una nueva forma de hacer operaciones, sino ante un mayor y mejor uso de las herramientas disponibles.

¿Espera que se mantenga esa línea ascendente en el futuro o, por el contrario, prevé un cambio de tendencia?

Dado el gran momento del ciclo económico vivido este año, junto con la gran velocidad a la que evolucionan el mercado, la tecnología, los servicios, etc., podría pensarse que es difícil prever un cambio de ritmo inmediato. No obstante, hay voces autorizadas que llevan cierto tiempo augurando una ralentización. La actividad de M&A va estrechamente ligada a los ciclos económicos, por lo que, pese a que nuestra experiencia en 2018 está siendo de un incremento exponencial, no debemos olvidar que el cambio de ciclo está por llegar y que es posible que no se produzca a muy largo plazo.

De todos modos, el grado de implantación de estos seguros en España es inferior al de otros países de nuestro entorno...

Efectivamente, hay otros países en los que el uso de los seguros de M&A está mucho más generalizado, como los países nórdicos, Reino Unido o Alemania. En España cada vez se conocen y se usan más, pero queda mucho camino por recorrer.

Creo que el momento de madurez del mercado de los seguros de M&A en España se debe a la combinación de varios factores. Culturalmente, España no tiene una tradición consolidada en el uso de seguros en general, como sí ocurre en otros lugares. Además, fue uno de los países más afectados por la crisis de 2008, lo cual tuvo un impacto muy significativo no solo en la actividad de M&A, sino también en el valor de la marca y la confianza de los inversores en España, por lo que hemos ido a la par de la recuperación

“

En 2018 estamos alcanzando un récord en cuanto a número y valor de operaciones de M&A”

económica, aunque, evidentemente, con cierto retraso. Finalmente, cada país tiene su propio proceso de maduración, porque cada país tiene su propia manera de hacer las cosas, su forma de hacer M&A.

Pero, realmente, creo que los seguros de M&A han llegado a España para quedarse, y la prueba es que en los últimos 24 meses la evolución ha sido tan impresionante y a tal velocidad que ha hecho que alcancemos unos niveles que eran impensables a comienzos de 2017.

¿Qué papel desempeñan los *brokers* en la comercialización de este tipo de pólizas?

El papel de los *brokers* especializados en seguros para operaciones de M&A ha sido clave en el desarrollo del producto a nivel local. Gracias a la proliferación de equipos especializados y su gran labor de siembra, el mercado español hoy tiene un mejor y mayor conocimiento de la existencia, proceso y función de estos seguros. Además, evidentemente, el papel del *broker* es esencial en todo el proceso de suscripción y contratación de los seguros de M&A. La gestión del proceso —que es tremendamente exigente en cuanto a tiempos y calidad de respuesta— y de las expectativas del cliente son dos de las claves que determinan el éxito o el fracaso de la operación.



Seguro de **responsabilidad medioambiental**

Un marco legal cada vez más restrictivo y unas pólizas de RC que muchas veces no ofrecen una cobertura suficiente, han convertido la responsabilidad medioambiental en un riesgo creciente y de alto coste para las empresas.



El pasado 31 de octubre entró en vigor la exigencia de la garantía financiera para las actividades incluidas con nivel de prioridad 1, aquellas con mayor riesgo medioambiental conforme al criterio de la Administración e incluidas en la Orden Ministerial 1040/2017. Esta misma normativa obliga a las empresas clasificadas con el nivel de prioridad 2 a suscribir la garantía financiera antes del 1 de noviembre de 2019.

El objetivo de esa garantía es asegurar que las empresas tengan suficientes recursos para hacer frente a los daños medioambientales que puedan provocar y a las medidas de prevención de los mismos (estos siniestros no se resuelven indemnizando, sino reparando, lo cual suele ser caro, largo y complejo). Para constituir la garantía financiera, existen tres posibilidades: contratar un seguro, obtener un aval de una entidad financiera o realizar una reserva técnica mediante la dotación de un fondo *ad hoc*.

El seguro de responsabilidad medioambiental es la mejor de esas tres opciones y, sin duda, la única

que permite una transferencia real de los riesgos medioambientales. No hay que olvidar que, según la Ley, es posible reclamar los daños hasta 30 años después de que se hayan producido, así como exigir una reparación complementaria y compensatoria de los mismos. Además, los directores y gerentes están expuestos a título personal, y las pólizas de responsabilidad civil general no ofrecen cobertura para los nuevos requerimientos legales.

Las pólizas de los seguros de responsabilidad medioambiental de AIG están redactadas para responder ante cualquier tipo de contaminación, tanto si esta es accidental y repentina como si es gradual, y se adaptan a las necesidades de cualquier empresa, grande o pequeña, sea cual sea su actividad. Además, AIG ofrece a todos sus clientes un servicio de asistencia inmediata para poder aminorar las consecuencias del siniestro y reducir así los costes. Este servicio está disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana, los 365 días del año.

AIG PROTECCIÓN AMBIENTAL

Coberturas

- Daños a los recursos naturales conforme a la Ley 26/2007 y la Directiva 35/2004.
- Gastos de defensa y fianzas.
- Gastos de prevención, evitación y mitigación.
- Cobertura tanto para la contaminación gradual como para la repentina y accidental.
- Gastos de limpieza propios y de terceros, incluyendo costes de reparación y remediación conforme a la Ley 26/2007.
- Daños personales y materiales a terceros causados por contaminación.
- Pérdidas de beneficios del asegurado derivadas de la interrupción del negocio.
- Condicionados personalizados para riesgos complejos.
- Daños a los recursos naturales con motivo del transporte de mercancías y/o residuos.
- Riesgos de contratistas, actividades desarrolladas en instalaciones propiedad de terceros (opcional).

ALBERTO HERNÁNDEZ
DIRECTOR GENERAL DE INCIBE



“La pregunta no es si vas a sufrir un **ciberataque, sino si estarás adecuadamente protegido”**

Alberto Hernández es el director general del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE). Asegura que cualquier elemento conectado a Internet corre el riesgo de sufrir un ciberataque, pero que también, estando asegurados, podemos paliar sus efectos e incluso evitarlos.

¿Estamos seguros ante los ciberataques?

Los ciberataques están creciendo año a año. Nadie está a salvo de los *hackers*. Sin embargo, las amenazas no han cambiado con respecto a otros años; lo que sí varía es el método de ataque. Distintas formas de dañar, pero todas ellas con un objetivo común: el beneficio económico.

¿Cuáles son hoy en día las principales amenazas para las empresas desde el punto de vista de la ciberseguridad?

¿Qué ataques son los que más se producen?

Esas amenazas se materializan a través de campañas de fraude, estafas o robos de información, fundamentalmente. Las técnicas son variadas: desde el *phishing*, suplantando a las entidades que nos prestan algún tipo de servicio, ya sea bancario o de energía, hasta ataques de tipo *ransomware*, una clase de virus que impide o limita el acceso del usuario a su propio sistema informático. Estos virus cifran y bloquean los archivos de sus víctimas, a las que se solicita un rescate a cambio de recuperarlos. Es uno de los tipos de *malware* más peligrosos en la actualidad.

¿Existen sectores más propensos a sufrir estos ataques?

Los ataques no están relacionados con un sector en concreto, sino con el nivel de digitalización. Cuanto más digital soy, mayor exposición tengo. Es cierto que en sectores como el financiero, el transporte o la energía hemos visto mayor número de ciberataques, pero porque son sectores más tecnológicos. Cualquier empresa conectada a Internet puede sufrir un ciberataque.

Es prácticamente inevitable no estar conectado a Internet...

Es un dominio tan real como el mundo físico. Es un lugar no solo para las

empresas, sino también para relacionarnos a nivel personal. Es decir, nuestra vida está volcada en ese ciberespacio que es global, no tiene fronteras, es asimétrico y en el que existe el anonimato. Y además es vulnerable. Por eso es el entorno en el que las organizaciones criminales realizan todo tipo de acciones que antes hacían en el mundo físico. Aquí es más rápido, menos costoso y mucho más difícil identificar quién está detrás.

Entonces, también pueden producirse ataques a particulares...

Por supuesto. Los ciberataques se realizan con el objetivo de conseguir un beneficio económico, pero el ciberespacio es global y los grupos criminales realizan ataques masivos. Tal vez el beneficio por ciudadano es pequeño, pero al ir sumando a miles de personas, el interés es muy alto. Por lo tanto, los ciudadanos también son susceptibles de sufrir un ataque.

¿Están llegando los ataques a los smartphones?

Sí. Los *smartphones* son una puerta de entrada muy importante. Es un dispositivo conectado a Internet, en definitiva, son ordenadores. Todo aquello que esté conectado a Internet es susceptible de tener una debilidad y que esta sea aprovechada para ser atacada y poder acceder, a través de ese dispositivo, al resto de la red. También están presentes en el Internet de las Cosas, como cámaras web, televisiones, juguetes... Hace apenas dos años vimos un ciberataque a través de cámaras conectadas a la red que no estaban debidamente actualizadas. Ya no solo podemos sufrir ataques en *smartphones*, sino en cualquier dispositivo que conectemos.

¿La ciberseguridad puede dejar de ser un problema para las empresas y pasar a ser una oportunidad?

En cuanto a protección, hay que pensar que no es tan difícil. Una parte

“

Existe una alta probabilidad de sufrir un ciberataque. Las empresas medianas y pequeñas están igual de expuestas que las grandes, pero menos protegidas”

importante de lo que hacemos en INCIBE es eliminar esa idea de que la ciberseguridad es un aspecto restringido. Es algo muy cercano y que todos los ciudadanos deben conocer. Además, es muy sencillo protegerse. Nuestra Oficina de Seguridad del Internauta, en la página web de INCIBE, da consejos sobre cómo protegerse, recomendaciones... No es que la ciberseguridad pueda ser una oportunidad, es que lo es. Se trata de un sector profesional en continuo crecimiento (un 12-13% anual), que supone un volumen de negocio de más de 80 millones de dólares anuales a nivel mundial. Es una oportunidad para las empresas y para nuestro país. Para que se creen más compañías, pero también para que las que hay se internacionalicen y, en definitiva, crear más puestos de trabajo y un futuro profesional para nuestros jóvenes.

¿Qué importancia tiene para una empresa suscribir un seguro de ciberriesgos?

Con cualquier seguro estamos transfiriendo un riesgo, bien porque legamente estamos obligados o porque entendemos que, si se produce un hecho, necesitamos una aseguradora que corra con los gastos. En el caso de la ciberseguridad, ocurre exactamente eso. Existe una alta probabilidad de que ocurra un ciberataque, pero la pregunta no es si vas a sufrirlo, sino si estarás adecuadamente protegido. Disponer de un ciberseguro es tener cobertura en el caso de un impacto por un incidente de este tipo. Una parte importante de los productos en ese ámbito también incluyen medidas de carácter técnico que mejoran la prevención. Lo cierto es que muchas empresas no tienen ni siquiera las medidas básicas de protección ante ciberataques.

En su opinión, ¿qué coberturas debería tener un ciberseguro?

Estamos viendo diferentes productos en el mercado, con numerosas características. Por ejemplo, la responsabilidad civil frente a terceros, porque no solo se puede generar un



perjuicio económico o de imagen a mi organización, sino que se puede generar un perjuicio a un tercero, como un cliente o un proveedor. También están incluyendo coberturas de responsabilidad por pérdidas de datos de carácter personal, además de reclamaciones por la violación de derechos de carácter intelectual. Realmente, algunos de los ataques que están sufriendo pequeñas y medianas empresas son contra la propiedad intelectual o industrial. También deben incluir defensa jurídica y asistencia a juicio por multas y sanciones de organismos reguladores, además de cobertura por pérdida de beneficios, gastos de gestión y comunicación, como que una consultora nos dé asistencia. Es decir, los gastos propios de la investigación del siniestro, porque hay que realizar un análisis coherente de cuál ha sido el origen del ataque y el impacto real. También pueden incluir gastos de reparación de los datos robados o cobertura en cuanto a la pérdida económica por estafa o asistencia técnica.

Parece que las grandes empresas están más acostumbradas a este

tipo de seguros, ¿pero están más expuestos los ciudadanos y las empresas pequeñas y medianas?

Todos tienen un riesgo, sean ciudadanos, empresas pequeñas o multinacionales. Hay que hablar del nivel de riesgo. Evidentemente, las grandes corporaciones son objetivo de ciberataques más sofisticados. Pero están más concienciadas, porque evidentemente su impacto puede ser mayor, lo que hace que estén más protegidas. Los ciudadanos y empresas pequeñas y medianas, por su parte, están más desprotegidos. Tienen el mismo nivel de exposición y un mayor nivel de riesgo. Ante una probabilidad alta de sufrir un ciberataque, tienen pocas medidas de ciberseguridad. Sería importante que los ciudadanos, tanto a nivel profesional como personal, entendiesen que cuando utilizan tecnología tienen que hacerlo de manera segura y que hacerlo es sencillo: mantener los sistemas actualizados, tener un antivirus renovado y utilizar contraseñas difíciles de identificar. En el caso de las pequeñas y medianas empresas, deberían proporcionar a los empleados una tecnología con la funcionalidad imprescindible, darles los mínimos



productos en ese ámbito. Hemos analizado de forma conjunta cuál es la mejor estrategia, porque el objetivo de INCIBE es elevar el nivel de protección de los ciudadanos y de las empresas. Colaboramos con eventos para concienciar a las empresas de las ventajas de la ciberseguridad y darles la posibilidad de contratar este tipo de productos. Por ejemplo, en el Encuentro Internacional de Seguridad, que se celebró en León en octubre, contamos con un panel en el que representantes del sector asegurador hablaban del reto de asegurar la ciberseguridad. Colaboramos en el análisis de las mejores estrategias y apoyamos la concienciación del sector empresarial.

Ahora que está terminando 2018, ¿podría hacer una valoración del comportamiento de este año en materia de ciberseguridad?

He de destacar que hasta la fecha no hemos tenido una gran crisis nacional derivada de un gran ataque. En 2017 vivimos la primera crisis nacional, con *WannaCry*. Entendemos como crisis la activación a nivel nacional de mecanismos de coordinación entre los diferentes departamentos de la administración pública y privada, así como la toma de decisiones al más alto nivel con el objetivo de proteger los activos nacionales. Este año hemos sufrido multitud de ciberataques, es una constante. Llevamos registrados más de 100.000 a nivel individual y empresarial. El nivel de agresiones es elevado, pero el de impacto es contenido en nuestro país.

¿Cuáles prevé que serán las principales amenazas para 2019?

Se mantendrá la motivación económica. El negocio del cibercrimen es muy lucrativo. Tiene un impacto elevado en términos económicos y, además, es difícil de perseguir (aunque en España se están consiguiendo grandes resultados). La segunda amenaza son los ataques con el objeto de dañar la reputación. Van dirigidos contra organismos privados y públicos, y tienen que ver con campañas de

desestabilización. Además, seguirá habiendo un incremento del *hacking*: ciberataques orientados a infectar sistemas, que pasen desapercibidos y utilicen su capacidad para generar monedas virtuales. En definitiva, es un uso fraudulento de recursos de terceros. Probablemente, viendo las tendencias, estaremos hablando de estos tres tipos de amenazas para 2019.

¿Desde INCIBE existen canales de ayuda para ciudadanos y empresas?

Sí. Disponemos de un número de atención gratuita de lunes a domingo: 900 116 117. Puede llamar cualquier ciudadano que, en su ámbito personal o profesional, esté sufriendo un ciberataque. Si es una empresa, le atenderá un equipo especializado en ciberseguridad en empresas; si es un adulto, será dirigido a un equipo especializado de ciberseguridad; y si es un menor, se encargará un equipo con psicólogos, pedagogos y especialistas en ciberseguridad en menores. También existen canales de consulta que varían en función de quién realice la demanda:

- **Empresas:** www.incibe.es. Canal en el que cualquier empresario puede acceder a numerosos recursos para aprender sobre ciberseguridad y que sus empleados aprendan, e información sobre servicios y alertas que pueden afectarle.
- **Ciudadanos:** www.osi.es. Web de la Oficina de Seguridad del Internauta, a través de la cual los ciudadanos pueden conocer también las alertas y los servicios que tienen a su disposición.
- **Menores:** www.is4k.es. Página de ciberseguridad especializada en los menores, donde los adultos pueden proteger a los niños, hacer consultas o plantear dudas.

privilegios, establecer capas de protección (defensa en profundidad) y, por último, nombrar a una persona específica para la ciberseguridad de la organización, que no sea la misma que el responsable de informática, porque a veces, en la toma de decisiones, hay conflicto de intereses.

La nueva normativa sobre protección de datos, ¿también conlleva que sea más necesario reducir este tipo de riesgos?

Efectivamente. La protección de datos establece una serie de requisitos importantes para la compañía. En el nuevo reglamento se incluye la gestión de riesgos. Es necesario hacer un ejercicio de análisis de los riesgos propios de la organización en función del tamaño, el sector, cómo se relaciona con clientes y proveedores... Tal vez alguno de estos aspectos no esté incluido en los requisitos fijados por la ley.

¿Existe algún tipo de colaboración entre INCIBE y las compañías aseguradoras?

Sí. Mantenemos numerosas reuniones y conversaciones con este sector desde que se comenzaron a desarrollar

El Internet de las Cosas: una oportunidad para el sector asegurador

Dispositivos que monitorizan nuestra salud, vehículos inteligentes que se pueden controlar desde aplicaciones móviles o fábricas con miles de sensores que generan un constante intercambio de información son ya una realidad.

El sector del seguro está adaptándose a esta nueva situación, intentando sacar partido a la tecnología para ajustar sus productos a las necesidades de los clientes.





El Internet de las Cosas es un concepto relativamente nuevo, que se refiere a la interconexión de los objetos cotidianos a través de Internet. El término *Internet of Things* (o IoT, como se suele conocer en inglés) fue acuñado por Kevin Ashton para referirse a un sistema en el cual los ordenadores fueran capaces de recoger datos por sí mismos a partir de las 'cosas' que nos rodean, de modo que las personas pudiéramos “monitorizar, contar y localizar todo a nuestro alrededor”. De esta forma, “sabríamos cuándo reemplazar, reparar o recuperar lo que fuera, así como conocer si su funcionamiento está siendo correcto”.

El Internet de las Cosas es ya una realidad, aunque sin duda va a seguir desarrollándose rápidamente en los próximos años. Muchas personas asocian este concepto al ámbito del consumo: coches inteligentes que se desbloquean con el móvil, envían su ubicación o regulan su temperatura de forma remota; viviendas domóticas que controlan automáticamente las luces, la calefacción, los sistemas de seguridad o las comunicaciones; relojes inteligentes que, además de estar conectados al móvil, miden nuestra frecuencia cardíaca y cuentan los pasos que damos o las horas que dormimos; o electrodomésticos que interactúan con el usuario, avisándole de posibles averías y permitiéndole incluso hacer la compra *online*.

Sin embargo, el Internet de las Cosas se utiliza principalmente en ámbitos como la industria, el transporte o las infraestructuras, entre otros. Es lo que se conoce como Internet de las Cosas Industrial o *Industrial Internet of Things* (IIoT). Esta tecnología permite conocer lo que sucede en una empresa en tiempo real y, por lo tanto, ayuda a tomar las decisiones más adecuadas en cada momento. Un claro ejemplo lo encontramos en la logística, donde ya es posible encontrar compañías con almacenes inteligentes que monitorizan en todo momento los *stocks* disponibles o flotas de camiones conectados entre sí a través de Internet y dotados con sensores que registran parámetros como su localización o nivel de carga.

Para el sector asegurador, surgen nuevas y muy útiles fuentes de información, como los dispositivos de la denominada *wearable technology* (los ya mencionados relojes inteligentes, por ejemplo, que recogen multitud de datos relacionados con nuestra salud), los sensores instalados en

vehículos o en contenedores de transporte (que miden la distancia recorrida, la velocidad, etc.), los sensores fijos situados en viviendas o lugares de trabajo (como los termostatos inteligentes o las alarmas y cámaras de seguridad) y otros sistemas de información geográfica (que permiten, por ejemplo, la captación de imágenes por satélite). Todo ello aporta una ingente cantidad de datos, que puede ser aplicada a distintos ramos del sector asegurador.

Sin duda, un mejor conocimiento de sus clientes permitirá a las compañías ofrecerles productos adaptados a sus necesidades reales y, en gran medida, personalizados para la situación concreta de cada uno de ellos. Esta tendencia ha derivado ya en la aparición del denominado *usage-based insurance*, también conocido como *pay-as-you-live* o *pay-as-you-drive*. Si los clientes aceptan compartir sus datos a cambio de recibir determinados incentivos, estaremos ante el fin de los productos genéricos, con características estándar y precios similares para todos. Esto podría influir también en unas líneas de negocio menos rígidas que las actuales, donde pudieran combinarse coberturas de distintos tipos de pólizas.

Por otra parte, uno de los principales riesgos que asumen hoy en día las empresas —y que puede ser transferido a una aseguradora— es el relacionado con la ciberseguridad. Ahora que las fábricas están cada vez más automatizadas, con miles de sensores enviando continuamente datos, que se almacenan en la nube, cualquier fallo de seguridad puede implicar una pérdida de información crítica, un perjuicio para la reputación de la compañía o daños a terceros que sean muy difíciles de reparar. Paradójicamente, un reciente estudio de la multinacional Cisco Systems señalaba que, aunque el 28% de los fabricantes afirman haber sufrido una pérdida de ingresos debido a ataques de seguridad informática en el último año, solo el 30% de los ejecutivos reconocían que aumentarían el gasto en sistemas de ciberseguridad.

En definitiva, el Internet de las Cosas constituye un gran reto a nivel global para el presente y el futuro de las aseguradoras. Aunque algunas de las aplicaciones de esta tecnología todavía se están desarrollando, otras son ya una realidad y, por lo tanto, representan una oportunidad inmejorable para la innovación en un sector que no para de evolucionar.

JUAN VICENTE PERAL**PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BANCOS DE ALIMENTOS**

“Toda la sociedad debe implicarse para conseguir un mundo mejor”

Juan Vicente Peral lleva apenas unos meses al frente de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL). Sin embargo, su implicación en la lucha contra el hambre y el desperdicio de alimentos viene de lejos. En 2002 comenzó su colaboración con el Banco de Alimentos de Alicante y, desde el pasado 26 de mayo, tiene como responsabilidad coordinar el trabajo de los 55 Bancos de Alimentos que existen en España (al menos uno por provincia). Dice que el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia que FESBAL recibió en 2012 dio una gran visibilidad y un nuevo impulso a los Bancos de Alimentos. Y no es para menos, ya que estas organizaciones sin ánimo de lucro recogen y distribuyen al año más de 151 millones de kilos de comida, que van a parar a las personas más desfavorecidas de nuestro país, a través de un total de 8.148 entidades benéficas.

¿Es el hambre un problema real en España? ¿Cuántas personas lo sufren?

Para una parte de la sociedad española, el hambre es una realidad que se sufre cada día. Escasez de ingresos, desempleo, problemas para acceder a una vivienda, a la salud... Pobreza, en definitiva. Y es que los datos aportados por distintos estudios, como el índice AROPE 2018, indican que el 21,6% de la población española, es decir, unos 10 millones de personas, se encuentra en riesgo de pobreza y/o exclusión social. El análisis de esas cifras señala que la llamada 'pobreza severa' alcanza al 5,1% de la población española, lo que supone algo más de 2,3 millones de personas. Por otra parte, en el último estudio conjunto de Cruz Roja y FESBAL, que publica el *Boletín sobre Vulnerabilidad* nº 16, acerca del Programa de Ayuda Alimentaria de la Unión Europea FEAD/FEGA, se señala que una gran mayoría de la población atendida por ambas organizaciones vive en situación de pobreza extrema y, sobre todo, gran parte de las familias beneficiarias está en paro de larga duración. En tres de cada cuatro hogares hay niños menores de 15 años, pero lo más preocupante de todo es que muchos de los que ya llevan entre tres y cinco años corren el riesgo de que su situación de pobreza y carencia material se cronifique.

¿Qué ocurre con el desperdicio de comida? ¿Cuántos alimentos se tiran al año en España?

España ocupa el séptimo lugar entre los países de la Unión Europea que más desperdicios de alimentos generan. En total, se calcula que son 7,7 millones de toneladas. Esta es una gran preocupación de los Bancos de Alimentos, y más si tenemos en cuenta que una buena parte de esas pérdidas, el 42%, se producen en los hogares. Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación se mantiene abierta una clara estrategia con su campaña 'Más alimento, menos desperdicio', para concienciar a la sociedad sobre el despilfarro en sostenibilidad y medio ambiente como consecuencia de estos derroches.

¿Qué cantidad de comida recogen los Bancos de Alimentos?

¿Hay empresas que donan sus excedentes?

Los datos de 2017 indican que los 55 Bancos de Alimentos españoles integrados en FESBAL recogieron y distribuyeron más de 151 millones de kilos de alimentos, es decir, 98,2 kilos por persona y año, acercándonos al objetivo de la FAO de mínimos alimentarios. Estos productos proceden en un 50% de los fondos europeos del FEAD que reciben los Bancos de Alimentos y Cruz Roja, unidos a la fruta y hortalizas que nos hace llegar el FEGA procedentes de la retirada del mercado. La distribución comercial y las empresas del sector alimentario, junto con las donaciones de particulares —en las tradicionales 'operaciones kilo', que organizan localmente los Bancos de Alimentos, y en la Gran Recogida de carácter nacional que con ellos gestiona FESBAL— completan el resto de los alimentos recogidos.

La Gran Recogida de Alimentos se ha convertido ya en una cita habitual. ¿Tiene una buena acogida por parte de la sociedad?

La Gran Recogida es una cita anual bien consolidada. De hecho, este año hemos celebrado la sexta edición a nivel nacional, aunque en algunas comunidades autónomas, como Cataluña —que fue la pionera—, ya van por la décima. Evidentemente, tiene una extraordinaria acogida social, tanto por el número de voluntarios que reúne como por los 11.000 puntos en los que estamos presentes, y sobre todo por la ingente cantidad de kilos de alimentos que nos donan los ciudadanos.

¿A cuántas personas llega la comida que recogen los Bancos de Alimentos? ¿Con qué entidades benéficas trabajan?

El número de beneficiarios atendidos de forma habitual supera el millón y medio de personas. Cifra que se ha ido reduciendo ligeramente desde hace un par de años, como consecuencia de la suave recuperación económica de estos últimos ejercicios, aunque aún sigue siendo muy elevada y preocupante.

Los Bancos de Alimentos trabajan con 8.148 entidades benéficas locales de proximidad, entre ONG de reparto y de consumo, que son las que finalmente entregan los alimentos a las familias o los cocinan para dar de comer a los más desfavorecidos en los comedores sociales.

¿Cuántos voluntarios dedican su tiempo y esfuerzo a los Bancos de Alimentos? ¿Qué importancia tiene su labor?

Contamos con una amplia red de 3.217 voluntarios fijos, personas que acuden uno o varios días a la semana a las instalaciones de alguno de los 55 Bancos de Alimentos provinciales. Y puntualmente, en las operaciones extraordinarias, como la Gran Recogida anual, llegamos a reunir hasta 130.000 voluntarios, cuya tarea es clave para que este tipo de eventos consigan los objetivos deseados.

Los empleados de AIG pueden dedicar algunas horas de su jornada laboral a tareas de voluntariado en el Banco de Alimentos de Madrid. ¿Le parece una buena medida?

Me parece una medida estupenda que los empleados de AIG se impliquen con el Banco de Alimentos de Madrid. Igualmente, si tienen oficinas o colaboradores en otras ciudades españolas, están también invitados a colaborar con el Banco de Alimentos más próximo. Su trabajo es fundamental para nosotros.

La Federación Española de Bancos de Alimentos recibió en 2012 el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia. ¿Qué supuso este premio para la organización?

Fue un tremendo honor recibir en 2012, de manos del entonces Príncipe de Asturias, nuestro actual Rey Felipe VI, ese galardón que dio una gran visibilidad y un nuevo impulso a los Bancos de Alimentos. Gracias a este premio hemos mejorado la reputación de FESBAL y de sus 55 Bancos de Alimentos, llegando a ser la ONG con mayor notoriedad de España, por delante de Médicos Sin Fronteras, que hasta ahora había liderado el *ranking*.



**RAFAEL
GARCÍA COLORADO**

Alcanzar la cima

En la montaña uno se siente libre y, a la vez, sobrecogido por el espectáculo de la naturaleza. Además, como explica el director de Seguro de Crédito de AIG en España, en lugares así es posible percibir “lo mejor del ser humano”.

De niño sus padres le inculcaron el amor por la naturaleza y, con el paso de los años, se fue aficionando al alpinismo. El actual director de Seguro de Crédito de AIG en España, Rafael García Colorado, asegura que para él la montaña ha sido una forma de vivir aventuras, un motivo para viajar y conocer lugares lejanos, diferentes y a los que no suele ir la gente.

“Creo que la montaña significa libertad y es un medio donde puedes llegar a conocerte mejor que en ningún otro; donde, llegado el momento, lo único que cuenta es tu esfuerzo, tu capacidad de sacrificio, tu valentía para avanzar —explica—. Pero siempre siendo consciente de los riesgos que cualquier ascensión de cierto nivel implica. Alcanzar la cima es únicamente la mitad del viaje”.

Rafael ha practicado el alpinismo tanto en España como en el extranjero: “Me gustan mucho los Pirineos y los Alpes, pero guardo un recuerdo muy especial de los Dolomitas, en Italia, la Patagonia chilena o el Kilimanjaro, en Tanzania”. En estos y otros muchos lugares, recuerda haber conocido a personas realmente especiales: “He visto gestos de amistad y solidaridad difícilmente repetibles en otro entorno. Y he presenciado algún rescate, donde percibes lo mejor del ser humano”.

Su recomendación para quien quiera iniciarse en este deporte es empezar con paseos sencillos y, a partir de ahí, ir probando retos más complejos según uno se vaya encontrando más seguro. “Nunca iría por encima de mis posibilidades”, advierte. En España nos recomienda

el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, en el Pirineo oscense, y fuera de nuestras fronteras, las altas vías de los Dolomitas, en el norte de Italia.

El alpinismo ha permitido a Rafael conocerse mejor a sí mismo y le ha aportado valores como “la capacidad de sacrificio, la superación, la curiosidad, el compañerismo y algo muy importante: darte cuenta de que siempre somos capaces de llegar mucho más lejos de lo que creemos”.



El glaciar de la cumbre del Kilimanjaro, en Tanzania, y el entorno del Mont Blanc, en los Alpes franceses, son dos de los lugares a los que ha ascendido Rafael García Colorado, y en los que ha podido hacer fotografías como estas.

‘UNA SONRISA POR NAVIDAD’

Que todos los niños reciban un regalo en las próximas fiestas navideñas es el objetivo de la campaña ‘Una sonrisa por Navidad’, promovida por la ONG Cooperación Internacional, a la que un año más se ha sumado la aseguradora AIG en el marco de su política de responsabilidad social corporativa.

La forma de participar en esta campaña es muy sencilla. La ONG coloca un árbol de Navidad en la sede de AIG y, junto a él, dos tipos de bolas de cartón para decorarlo. Las primeras bolas llevan detrás una etiqueta con el nombre y la edad de un niño o niña. Quien quiera contribuir, lo único que debe hacer es colgar la bola en el abeto, comprar un regalo para ese menor, envolverlo, ponerle la etiqueta y dejarlo al pie del árbol. Las segundas bolas llevan una tarjeta con las instrucciones para realizar un donativo económico, que es otra forma de participar en esta campaña. Cooperación Internacional se encarga después de recoger todos los regalos y entregárselos a menores de familias desfavorecidas.

La intención de la ONG es repartir más de 10.000 regalos, involucrando a 2.000 jóvenes voluntarios en un total de 400 actividades solidarias



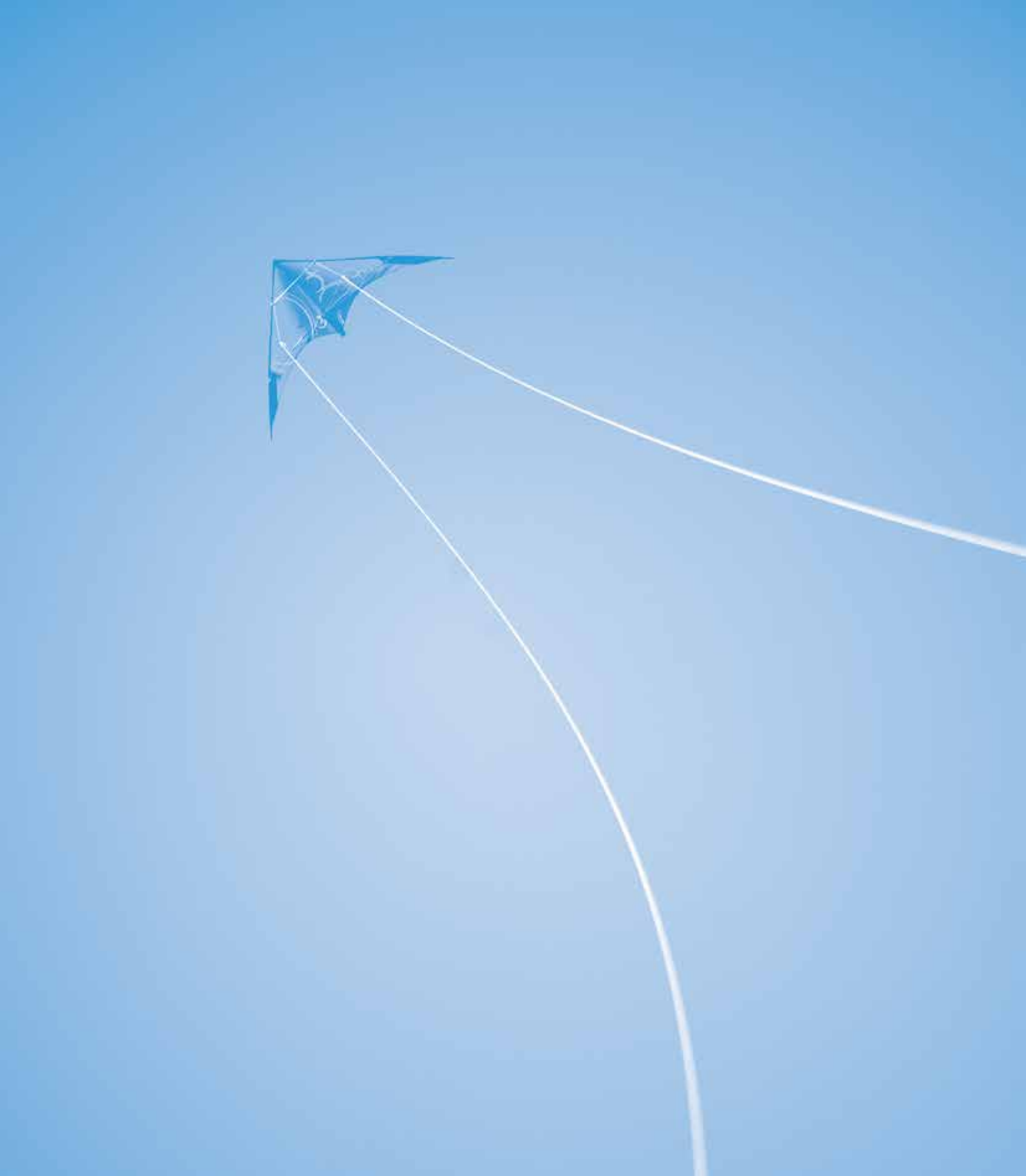
durante esta Navidad (incluyendo el reparto de alimentos a 3.000 personas en riesgo de exclusión social y el acompañamiento a mayores, enfermos y personas con discapacidad). Cooperación Internacional lleva promoviendo esta iniciativa desde 2001. En la pasada edición, participaron un total de 55 empresas en 27 ciudades de toda España.

“Esta es una más de las actividades solidarias que año tras año contempla AIG, una empresa en la que, entre otras cosas, a los empleados se les ofrece la oportunidad de hacer voluntariado dos días pagados al año con escuelas u organizaciones caritativas”, señala Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia.



Entre todos conseguiremos que ningún niño o niña se quede sin regalo esta Navidad. Las fotos de la campaña pueden compartirse con el hashtag #unasonrisapornavidad. Más información, en www.unasonrisapornavidad.es.





*“La cometa se eleva más alto en contra
del viento, no a su favor”*

Winston Churchill