





- Múnich [Alemania]
- Buenos Aires [Argentina]
- Bruselas [Bélgica]
- São Paulo [Brasil]
- Toronto [Canadá]
- Santiago de Chile [Chile]
- Bogotá [Colombia]
- Madrid [España]
- New Jersey [Estados Unidos]
- Manila [Filipinas]
- París [Francia]
- Milán [Italia]**
- México D.F. [México]
- Lisboa [Portugal]
- Londres [Reino Unido]
- Caracas [Venezuela]



Edoardo Radaelli
 Director
MAPFRE RE Italia
 Vía Privata Mangili 2
 20121 Milán
 Italia

trébol

Es una publicación de MAPFRE RE

Presidente:
 Ramón Aymerich
Directora:
 María Teresa Piserra
Coordinadora:
 Begoña Lombarte

Consejo de Redacción:
 Julio Castelblanque
 Esther Cerdeño
 Javier Fernández-Cid
 Eduardo García
 Mario García
 M^a Teresa González
 Rocío Herrero
 Pedro de Macedo
 Luis de Mingo
 Enrique Orsolich
 Javier del Río
 Juan Luis Román
 Eduardo Sánchez
 Mercedes Sanz
 Juan Satrústegui

Diseño gráfico y maquetación:

www.quiank.com

Imprime:

Imagen Gráfica

ISSN:

1137-246X

Depósito Legal:

M. 33.551/1996

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, la reproducción, distribución, transformación, manipulación, comunicación pública o cualquier otro acto de explotación total o parcial, gratuito u oneroso, de los textos, imágenes o cualquier otro contenido que aparezca en esta publicación.

Dicha autorización escrita se solicitará a la dirección electrónica trebol@mapfre.com, indicando el título del texto (artículo o entrevista) que se desea reproducir, autor/es, número de revista **trébol** en que se publicó y medio en el que se difundirá.

trébol no se hace responsable del contenido de ningún artículo o trabajo firmado por sus autores, ni el hecho de publicarlos implica conformidad o identificación con los trabajos expuestos en esta publicación.

Buzón del lector:

Se comunica a todos los lectores de **trébol** que se ha habilitado la dirección de correo electrónico trebol@mapfre.com para canalizar las sugerencias, cartas y peticiones hacia la Dirección y Consejo de la revista. Asimismo, se invita a todos los receptores de **trébol** a exponer los comentarios que surjan sobre el contenido técnico de los artículos y entrevistas, información que se hará llegar a los autores si se considera conveniente.

Versión web de **trébol** con contenidos adicionales disponible en www.mapfrere.com

sumario

03
 editorial

04
 artículo:
¿Qué está provocando que aumente el coste de las catástrofes naturales?
 Prof. John McAneney
 Director Gerente
 Dr. Ryan Crompton
 Investigador Principal de Riesgos
 Risk Frontiers
 Macquarie University
 Australia

18
 artículo:
El aceite de oliva: el oro mediterráneo
 Alicia Langreo Navarro
 Dra. Ingeniera Agrónoma
 Isabel Benito García
 Ingeniera Técnica Agrícola
 Saborá, SL – Investigación y Estudios de Mercado
 Madrid - España

30
 entrevista:
Jaime García-Legaz
 Secretario de Estado de Comercio
 Ministerio de Economía y Competitividad
 Presidente de ICEX España Exportación e Inversiones
 Madrid - España

40
 entrevista:
Nikos Antimissaris
 Consejero – Director General MAPFRE ASISTENCIA
 Madrid – España

47
 agenda



editorial

La esencia de la industria aseguradora y reaseguradora es dispersar sus riesgos y tarificar adecuadamente, siendo las catástrofes naturales una amenaza clave para su continuidad. El impacto del cambio climático es un factor más del análisis necesario, pero dependiendo de la escala temporal, tanto John McAneney como Ryan Crompton, de Risk Frontiers en Australia, consideran que el grado de vulnerabilidad y la exposición al riesgo explican mejor el incremento del coste asegurado de los eventos climáticos en las últimas décadas. Su opinión es una aportación más a la controversia que tiene lugar desde hace años.

Trigo, vid y olivo constituyen la trilogía que caracteriza el paisaje de los países que ribetean el mar Mediterráneo, amalgamando la cultura y las tradiciones que invitan a compartir, con amigos y familia, un buen rato alrededor de la mesa. España, primer país olivarero del mundo, ha modernizado el sector para producir una gama de aceites de gran calidad, valorados y consumidos en todas partes. Alicia Langreo e Isabel Benito analizan el mercado asociado a la industria aceitera, así como los riesgos a que se enfrenta el olivo y las fórmulas de aseguramiento en España.

La crisis que comenzó en 2008 se estudiará en los tratados de historia y economía, y esa perspectiva permitirá sacar enseñanzas que no resultan tan obvias en el día a día que vivimos. **trébol** entrevista al Secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, quien identifica claramente aspectos positivos en los últimos datos de la balanza comercial española. Además, como Presidente del ICEX, España Exportación e Inversiones, revela la receta del éxito en la internacionalización de las empresas españolas, describiendo los servicios de apoyo del ICEX en la importante labor de recuperación económica del país.

La evolución de la actividad de MAPFRE ASISTENCIA es una metáfora del concepto de globalización, como con pasión descubre para **trébol** su Consejero-Director General, Nikos Antimissaris. Se comenzó con la Asistencia en carretera en 1990 como valor añadido a la póliza de Autos, diversificándose hacia los nichos asociados a la Extensión de Garantías, distribuidos a través de todos los canales que el siglo XXI ofrece. Desde el punto de vista geográfico, arrancó en España y en la actualidad, está presente en cuarenta y cinco países, con negocio originado en más de ochenta mercados. Hoy MAPFRE ASISTENCIA, con su capacidad de innovación, constituye una actividad clave dentro del modelo de negocio del Grupo MAPFRE.

¿Qué está provocando que aumente el coste de las catástrofes naturales?

Prof. John McAneney
Director Gerente
Dr. Ryan Crompton
Investigador Principal de Riesgos
Risk Frontiers
Macquarie University
Australia

La idea de que el cambio climático como resultado de la actividad humana, es el responsable del aumento del coste de las catástrofes naturales, se ha extendido ampliamente. Sin embargo, esta percepción es falsa. Si bien no cabe duda de que el coste económico de estos acontecimientos ha ido aumentando con rapidez, ello se debe a la creciente concentración de la riqueza y de la población en regiones proclives a este tipo de catástrofes. Hasta el momento, los estudios a largo plazo sobre daños económicos o asegurados producidos por

condiciones climáticas extremas (como ciclones tropicales, inundaciones, incendios forestales y tormentas) no han podido identificar la repercusión del cambio climático inducido por el hombre, lo que puede aplicarse a una gran variedad de riesgos naturales y en distintas zonas geográficas.

Dada la alta variabilidad interanual de los daños provocados por catástrofes naturales, la identificación de un efecto estadísticamente fiable del cambio climático se enfrenta a un



problema señal-ruido. Al menos en lo referente a los daños producidos por los ciclones tropicales en Estados Unidos, y sobre la base de las previsiones actuales respecto al cambio climático, se ha demostrado que la *escala temporal de emergencia* puede situarse en muchas décadas e incluso siglos. [La *escala temporal de emergencia* es el tiempo que tarda un cambio climático en repercutir, de forma estadísticamente fiable, en los daños]. Ante esta situación, y en ausencia de claridad científica, las decisiones relativas al cambio climático tendrán que tomarse necesariamente en condiciones de incertidumbre e ignorancia. La incertidumbre respecto a los resultados actuales de un clima más cálido en términos de condiciones climáticas extremas y daños a la propiedad, refuerza la necesidad de una mayor inversión en reducción del riesgo per se, además de formar parte de las estrategias de

adaptación al cambio climático. Ciertas pautas, como la planificación del uso del suelo teniendo en cuenta los riesgos, la construcción de edificios resistentes a los riesgos y las posibles medidas defensivas como diques para las inundaciones, podrían ser la solución, pero su aplicación requeriría tomar decisiones políticas impopulares. Sin estos esfuerzos, el coste de las catástrofes naturales seguirá aumentando. Las compañías de seguros tienen la ventaja de que pueden actualizar sus consideraciones del riesgo cada uno o dos años, por lo que el cambio climático no debería preocupar demasiado al sector mientras los suscriptores comprendan las exposiciones de la empresa y tarifiquen los riesgos en consonancia. Con el tiempo, las buenas prácticas de suscripción pueden enviar un mensaje efectivo tanto a autoridades como propietarios que acabe por motivar en ellos conductas de reducción del riesgo.

Introducción

El aumento de los daños causados por catástrofes naturales ha hecho que las miradas se dirijan hacia el cambio climático antropogénico como uno de los posibles responsables. (Entendemos por *cambio antropogénico* los cambios en el clima atribuibles a la actividad humana). Muchos estudios científicos han abordado esta cuestión -y nuestro artículo resume estos trabajos, así como otros más recientes-, para estimar la escala temporal en la cual podría detectarse una señal de cambio climático antropogénico en los datos sobre daños por huracanes en Estados Unidos. Los riesgos considerados aquí son aquellos con potencial de afectar los activos inmobiliarios, en particular los ciclones tropicales, las tormentas con granizo, las inundaciones y los

incendios forestales. Los huracanes en Estados Unidos son objeto de especial atención debido a:

1. sus repercusiones en el mercado de seguros global a través de la oferta y demanda de reaseguro;
2. la existencia de datos históricos normalizados y a largo plazo sobre los daños económicos provocados por huracanes que tocan tierra; y
3. la modelización precisa de los efectos del calentamiento antropogénico en la actividad de los huracanes en las cuencas. El artículo concluye con algunas observaciones breves sobre cómo abordar el problema del creciente coste de las catástrofes naturales y la vulnerabilidad de las aseguradoras ante el cambio climático.



Estudios de normalización de daños

Normalización de daños

Para poder comparar entre sí los efectos de los eventos siniestros por catástrofes naturales, en el pasado y en épocas más recientes, antes deben tenerse en cuenta la modificación de varios factores sociales que influyen en la magnitud de los daños. Los efectos relacionados con el clima son el resultado de variaciones en la frecuencia o intensidad de los peligros de la naturaleza, mientras que los factores socioeconómicos comprenden la variación en el grado de vulnerabilidad y la exposición ante el riesgo de la naturaleza. El ajuste de estos últimos factores, no relacionados con el clima, se conoce como "normalización de daños" (Pielke y Landsea, 1998), y trata de responder a la siguiente pregunta:

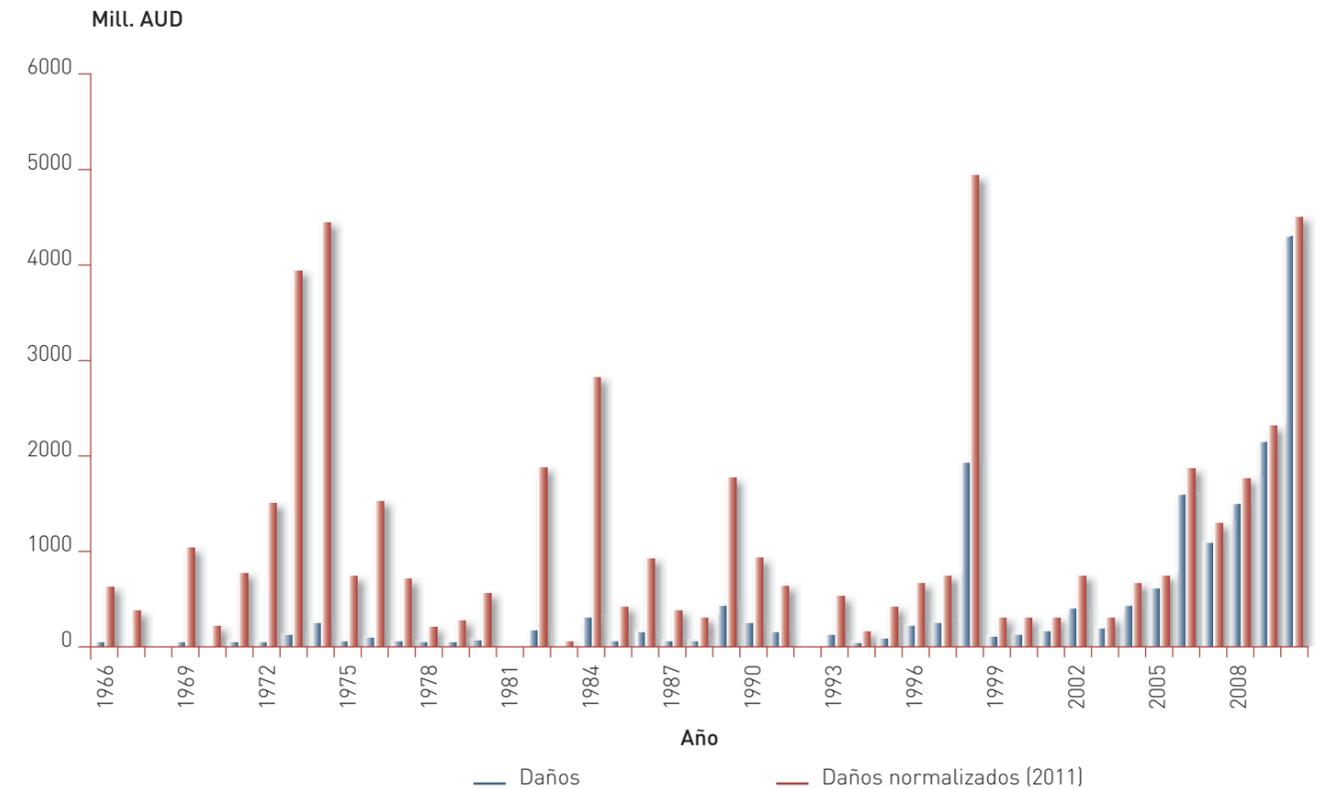
¿qué daños se producirían si se repitieran eventos pasados en las actuales condiciones sociales? Empezamos por analizar algunos estudios realizados en Australia.

Estudios realizados en Australia

Crompton y McAnaney (2008) normalizaron a valores de 2006 los daños asegurados relacionados con las condiciones meteorológicas en Australia durante el periodo 1967-2006. Los datos sobre los daños obtenidos del *Insurance Council of Australia* (ICA)¹ se ajustaron a los cambios en las cifras de viviendas y los valores nominales de estas (con exclusión del valor del suelo), desde el momento en que se produjo el evento original. Desmarcándose de otros estudios de normalización previos, los autores aplicaron igualmente un ajuste complementario a los daños por ciclones tropicales, a fin

Figura 1: En azul, daños asegurados anuales totales (en millones de AUD) provocados por eventos meteorológicos según la lista de desastres del ICA (cada año comienza a partir del 1 de julio). En rojo, igual, pero con daños normalizados a valores de 2011/2012.

Fuente: Crompton, 2011.



de tener en cuenta las mejoras en las normas de construcción obligatorias para las nuevas edificaciones en zonas del país proclives a los ciclones tropicales (Mason et al., 2013). En eventos más recientes se ha demostrado repetidamente la eficacia de las nuevas normas de construcción para reducir las pérdidas.

La Figura 1 muestra los daños anuales totales y los daños normalizados anuales totales (valores de 2011/2012) provocados por eventos meteorológicos según la lista de desastres del ICA, actualizados a partir de los datos ofrecidos por Crompton y McAnaney (2008) mediante una metodología más depurada descrita en Crompton (2011). Resulta destacable que no se evidencia una tendencia concreta en cuanto a los daños normalizados (Figura 1 rojo), lo que implica que el aumento del coste de los daños para las aseguradoras puede explicarse solo

mediante factores socioeconómicos (Figura 1 azul). En otras palabras: una vez normalizados los daños, no es posible detectar una señal de cambio climático antropogénico.

Observamos que, a pesar de que las altas temperaturas del aire han alcanzado valores récord durante el verano 2012/2013 en Australia, los daños del sector durante el último ejercicio (del 1 de julio de 2012 al 30 de junio de 2013) son muy similares al valor medio a largo plazo del daño normalizado, es decir, mil cien millones de dólares australianos.

Muchos lectores podrían pensar que los daños por incendios forestales son más sensibles a las altas temperaturas del aire que a otros riesgos. Sin embargo, al menos en Australia, no es posible detectar una señal de cambio climático antropogénico en los datos de da-

El ajuste de la vulnerabilidad y exposición a los peligros de la naturaleza se conoce como "normalización de daños" (Pielke y Landsea, 1998) y trata de responder a la siguiente pregunta: ¿qué daños se producirían si se repitieran eventos pasados en las actuales condiciones sociales?

¹ <http://www.insurancecouncil.com.au/>

ños normalizados. Tras los enormes daños por pérdidas humanas y materiales sufridos en los incendios forestales de 2009 en Victoria, Australia, se estudiaron las cifras históricas de víctimas mortales y daños en edificios desde 1925 (Crompton et al., 2010). La Figura 2 muestra los daños en edificios reales y normalizados expresados en números de viviendas destruidas. Una vez ajustada la cifra de daños conforme al aumento del número de viviendas, no se observó ninguna tendencia residual que pu-

diera atribuirse al cambio climático antropogénico ni tampoco a otros factores relacionados con esta cuestión.

Estudios a escala global

Bouwer (2011) ofrece un análisis exhaustivo de los estudios de normalización de daños. La principal conclusión que extrae de los veintiún estudios de daños por causas meteorológicas analizados, incluidos los estudios antes citados

realizados en Australia, es que, si bien los daños económicos han aumentado en todo el mundo, no hay ninguna tendencia en los daños ajustados por cambios de población, riqueza o inflación (u otros factores equivalentes) que pueda ser atribuida al cambio climático antropogénico.

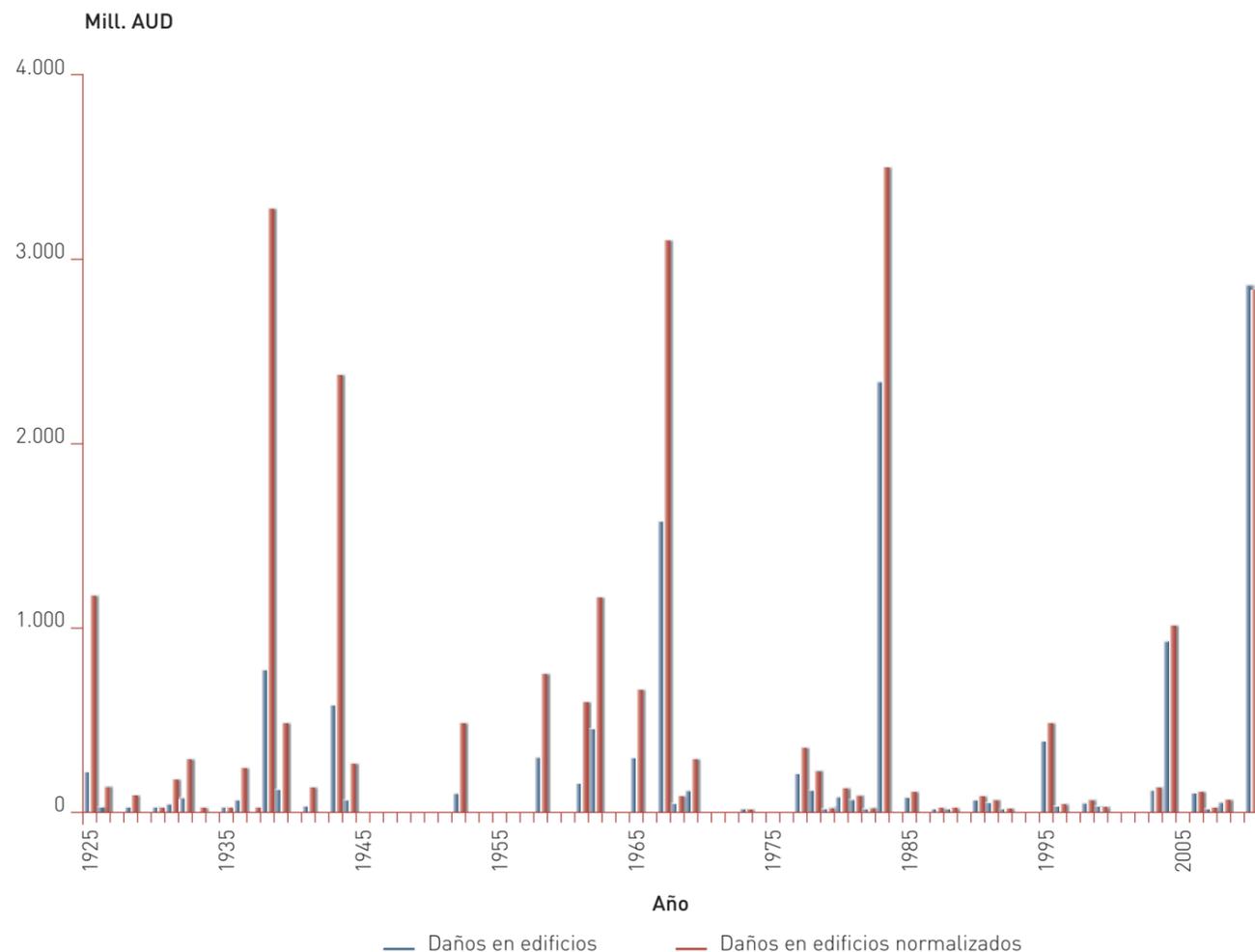
Los estudios publicados desde el análisis realizado por Bouwer apoyan esta conclusión. Por ejemplo, Neumayer y Barthel (2011), de la *London School of Economics*, observaron un

aumento sustancial de los daños económicos provocados por catástrofes naturales entre 1980 y 2009, pero no hallaron ninguna tendencia ascendente significativa una vez normalizados dichos daños. Resulta destacable lo que concluyen Barthel y Neumayer (2012) haciéndose eco de muchos otros estudios:

“El cambio climático no es ni debería ser el principal motivo de preocupación de las compañías de seguros. La acumulación de riqueza en zonas proclives a las catástrofes es y será siempre, con mucho, el principal factor de los futuros daños económicos causados por las catástrofes”.

La señal antropogénica en el cambio climático, si existe, se ve reducida de forma significativa por el extraordinario efecto del aumento de las edificaciones construidas de forma inadecuada y de la alta variabilidad del impacto de un año a otro

Figura 2: En azul, daños anuales totales en edificios expresados en números de edificaciones asimiladas a viviendas (EAV) destruidas debido a los incendios forestales ocurridos en Australia durante el año (del 1 de julio al 30 de junio). En rojo, igual, pero con EAV normalizadas a valores de 2008/2009. La serie empieza a partir de 1925, primer año del siglo XX en el que los incendios forestales provocaron grandes pérdidas de edificios. Las EAV se refieren a los daños sufridos en todo tipo de edificios, pero en este caso pueden interpretarse como viviendas residenciales. También se produjeron grandes daños por incendios en el siglo XIX, pero no puede verificarse el número de casas destruidas. Fuente: Crompton et al., 2010.



Otros análisis recientes que no han hallado influencia del cambio climático antropogénico en los daños normalizados son: Zhang et al. (2011), daños económicos provocados por ciclones tropicales en China; Barredo et al. (2012), daños asegurados provocados por inundaciones en España; y Simmons et al. (2012), daños económicos por tornados en los Estados Unidos.

En línea con la literatura científica, el informe especial *Managing the Risks of Extreme Events and Disasters to Advance Climate Change Adaptation* (SREX) (IPCC 2012), del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), respalda las conclusiones anteriormente citadas:

“La creciente exposición de las personas y los activos económicos ha sido la principal causa del aumento sostenido de los daños económicos provocados por catástrofes relacionadas con los fenómenos meteorológicos y el clima (alta confianza)”. (IPCC 2012).

Así, si bien no puede descartarse categóricamente el efecto del cambio climático antropogénico, los estudios realizados hasta la fecha no han podido detectar una influencia antropogénica en los daños por catástrofes, a pesar de que a menudo se afirma lo contrario. La señal antropogénica en el cambio climático, si exis-



Detalle del bosque de Buckland Gap cerca de Beechworth (Victoria) después del incendio forestal de febrero de 2009. Australia



Inundaciones en Brooklyn (Nueva York) tras el paso del huracán Sandy en octubre de 2012. EE.UU.

Los resultados de Emanuel (2011) y Crompton (2011) representan un sólido argumento que refuta la idea de que los daños de magnitud extraordinaria en la cuenca atlántica por huracanes individuales o en determinadas temporadas pueden considerarse una prueba del cambio climático antropogénico

te, se ve reducida de forma significativa por el extraordinario efecto del aumento de las edificaciones construidas de forma inadecuada y de la alta variabilidad del impacto de un año a otro.

Otros estudios relevantes

Si bien no constituyen estudios de normalización en sí, los trabajos realizados por Di Baldassarre et al. (2010), Van der Vink et al. (1998), Weinkle et al. (2012) y Chen et al. (2009), apuntan a los factores sociales como elemento impulsor del aumento de los daños provocados por catástrofes. Por ejemplo, Di Baldassarre et al. (2010) observaron que:

[...] la urbanización intensa y poco planificada en África y el consiguiente aumento de personas que viven en zonas de crecidas de ríos ha causado un aumento de los efectos potenciales adversos de inundaciones y, en particular, [...] la pérdida de vidas humanas [...]. Puede observarse que la mayoría de las inundaciones recientes con víctimas mortales se ha producido en zonas con mayor aumento de población.

Mucho antes, Van der Vink et al. (1998) ya habían concluido que Estados Unidos era cada vez más vulnerable a las catástrofes naturales porque cada vez más se estaba construyendo de forma inadecuada:

En muchos sentidos, las tendencias (en los daños) resultan paradójicas. Después de todo, la mayoría de las catástrofes naturales se produce en zonas de alto riesgo conocidas, como islas barrera y zonas de crecida de ríos y fallas. Con el tiempo, cabría esperar que el coste de las catástrofes naturales creara presiones económicas para promover un uso responsable del suelo en esas zonas. Y a pesar de que siempre habrá una gran presión política para que se proporcione ayuda económica tras una catástrofe, existe escaso interés político en exigir previamente medidas de prevención de catástrofes.

Se diría que, en el caso de Australia, estas perspicaces observaciones no están alejadas de la realidad.

Escala temporal en la cual podría observarse una señal de cambio climático antropogénico en los datos de daños por ciclones tropicales en Estados Unidos

A pesar de no haberse detectado aún el efecto del cambio climático antropogénico en los daños normalizados provocados por las catástrofes relacionadas con la meteorología, sería ingenuo pensar que ello no sucederá en el futuro. Ante esta realidad, Crompton et al. (2011) se preguntaron, respecto a los huracanes en Estados Unidos, en qué escala temporal, suponiendo que los cambios en las características de las tormentas se produzcan según lo esperado, cabría esperar que se detecte con cierta certitud científica, digamos con un noventa y cinco por ciento de confianza, el efecto de esos cambios en los datos de los daños económicos.

El punto de partida de Crompton et al. (2011) fueron las proyecciones del Laboratorio de Dinámicas de Fluidos Geofísicos de la NOAA (Bender et al., 2010) sobre huracanes en la cuenca atlántica. Combinando estas proyecciones con los datos de los daños normalizados de Pielke et al. (2008), un análisis completo

demonstró que las señales antropogénicas aparecen a escalas temporales comprendidas entre ciento veinte y quinientos cincuenta años. Para obtener estos resultados se emplearon diferentes modelos de clima global a fin de establecer condiciones límite para acotar la escala. La señal, basada en un conjunto de dieciocho modelos, tardó doscientos sesenta años en aparecer.

Emanuel (2011) aplicó una metodología alternativa a la de Crompton et al. (2011). Consideró cuatro modelos distintos, tres de los cuales mostraron daños ascendentes y, el otro, un pequeño descenso. Con los tres modelos que mostraron un aumento de los daños, el tiempo transcurrido hasta su detección se estimó en cuarenta, ciento trece y ciento setenta años respectivamente. Estas escalas temporales de aparición son más cortas que las determinadas por Crompton et al. (2011) pero, independientemente de estas diferencias, ambos estudios están de acuerdo en que tendrá que transcurrir mucho tiempo, quizás siglos, hasta la detección. Estos resultados también representan un sólido argumento que refuta la idea de que los daños de magnitud extraordinaria en la

Figura 3: La línea roja muestra la extensión de la inundación de 1974, mientras que la zona blanca es una representación aproximada de la huella correspondiente a la inundación de 2011.

Fuente: Van den Honert y McAneney, 2011.



Vista aérea de la zona residencial a las afueras de Milton durante la inundación de Brisbane en enero de 2011. Australia

Los esfuerzos reguladores por limitar el aumento de primas en las zonas de alto riesgo, tal como ha sucedido en ciertas áreas de Estados Unidos, puede reducir la capacidad del sistema asegurador para desempeñar esta función (McAneney et al. 2013)

cuenca atlántica por huracanes individuales o en determinadas temporadas pueden considerarse una prueba del cambio climático antropogénico.

El reto de mitigar las catástrofes

Las catástrofes recientes han puesto de manifiesto muchos retos, entre ellos, cómo organizar mejor los sistemas de compensación de los daños provocados por las catástrofes naturales. El seguro (público y privado) desempeña una función esencial a la hora de proporcionar fondos para la recuperación económica tras una catástrofe. Pero el seguro es una forma de transferencia del riesgo de los individuos a las empresas (aseguradoras) con una mayor capacidad de diversificación: la mera suscripción de pólizas no reducirá el riesgo.

Si consideramos las posibles formas de abordar la tendencia ascendente de los daños, resulta imposible pasar por alto el papel decisivo que la mala planificación del suelo ha desempeñado en las catástrofes recientes. Veamos solo dos ejemplos tomados de Australia: las pérdidas humanas y materiales en los incendios forestales de Victoria, en 2009, y

las inundaciones de Brisbane, en 2011. En el primer caso, el trabajo emprendido por Risk Frontiers para la Comisión Real (Chen y McAneney, 2010; Crompton et al., 2010) demostró que un alto porcentaje de los edificios destruidos se encontraba en zonas forestales o estaban situadas a escasa distancia. De hecho, un veinticinco por ciento de las viviendas destruidas estaban situadas a tan solo un metro del bosque, por lo que incluso formaron parte del combustible que alimentó el fuego. El grado de destrucción no fue sorprendente y puso de manifiesto un claro fracaso de la planificación del uso del suelo en una zona a menudo conocida como "la más propensa a los incendios forestales en el mundo".

En el caso de las inundaciones de Brisbane, en 2011, las conclusiones son similares. Este evento, en combinación con otras inundaciones asociadas en el estado de Queensland durante el verano de 2010/2011, afectó gravemente a la economía nacional. La cifra del daño económico se estimó en alrededor de seis mil millones de dólares australianos. Los daños fueron causa de la creación de un impuesto para inundaciones en concepto de tasa de reconstrucción temporal. La huella de la inundación de Brisbane fue muy similar a la de las inundaciones de 1974 (Figura 3) y sin duda a la de otras inundaciones mucho más

graves registradas en el siglo anterior. Sin embargo, la zona está mucho más desarrollada ahora que en 1974 ya que, solo desde 2005, el consejo municipal de Brisbane ha aprobado mil ochocientos once solicitudes adicionales de desarrollo urbano (K. Doss, *City Planning & Economic Development*, pers. com.).

Las medidas para mitigar las catástrofes pueden compensar en cierta medida la creciente presión que ejercen los factores demográficos y económicos sobre los daños por catástrofes naturales. En un estudio para el *Australian Building Codes Board*, McAneney et al. (2007) estimaron que, gracias a la aprobación de reglamentos de construcción que exigían que las viviendas tuvieran un diseño estructural resistente a las cargas del viento, se había conseguido reducir aproximadamente en dos tercios el valor medio de los daños materiales anuales por ciclones tropicales en Australia. Esta estimación se basaba en una comparación entre las pérdidas probables en dos supuestos:

1. que no hubieran llegado a aprobarse esos reglamentos de construcción, es decir, que las viviendas aún siguieran construyéndose como antes de mediados de los años setenta,
2. que las edificaciones siempre se hubieran construido conforme a esos reglamentos.

Sin reglamentación, el reto es animar a las personas que residen en zonas de alto riesgo a invertir en medidas de mitigación del riesgo. A pesar del potencial de reducción del riesgo, es un hecho generalizado que muchos propietarios de viviendas, empresas privadas y organizaciones públicas raramente adoptan de forma voluntaria medidas de reducción del riesgo, aun siendo muy rentables. Este aspecto se señaló asimismo en las encuestas realizadas entre las víctimas de las inundaciones de Queensland y Victoria en 2011: muchas de ellas aseguraron preferir utilizar el dinero del seguro o del fondo estatal y federal de ayuda en caso de catástrofes para volver a construir de la misma manera que antes de las inundaciones y sin tener en cuenta la reducción del riesgo en el futuro (Bird et al., 2012).

En principio, el sector del seguro puede desempeñar un papel importante a la hora de incentivar medidas de mitigación del riesgo emitiendo señales de precio que reflejen ese riesgo. No obstante, los esfuerzos reguladores por limitar el aumento de primas en las zonas de alto riesgo, tal como ha sucedido en ciertas áreas de Estados Unidos, puede reducir la capacidad del sistema asegurador para desempeñar esta función (McAneney et al., 2013).

Conclusiones

Los estudios sobre las repercusiones económicas derivadas de las catástrofes naturales en muchas zonas del planeta, concluyen que puede demostrarse que el aumento de los costes se debe fundamentalmente a factores socioeconómicos. Contrariamente a la opinión popular, ningún estudio científico ha podido detectar aún el efecto del cambio climático antropogénico en los daños.

Si bien no se descarta una influencia antropogénica, sí se sugiere que dicha influencia, si existe, es actualmente despreciable en comparación con los grandes cambios sociales y la variabilidad de los impactos de un año a otro. Y en el caso particular de los daños causados por ciclones tropicales en Estados Unidos, deberá transcurrir mucho tiempo, quizás incluso siglos, para que pueda detectarse su influencia. Ello no significa que deban ignorarse los probables efectos del cambio climático antropogénico, sino más bien que las decisiones respecto a la adaptación al cambio, necesariamente, tendrán que tomarse en condiciones considerables de incertidumbre e ignorancia. Culpar al cambio climático por los grandes daños provocados por las catástrofes naturales supone pasar por alto las principales causas de tales daños, en particular la mala planificación del uso del suelo.

Si bien es difícil influir en la probabilidad de que se produzcan eventos meteorológicos extremos, es decir, influir en el peligro, sí podemos controlar dónde y cómo construir

¿Qué se puede hacer ante esta situación? Si bien es difícil influir en la probabilidad de que se produzcan eventos meteorológicos extremos, es decir, influir en el peligro, sí podemos controlar dónde y cómo construir. El éxito de las mejoras reguladoras en la construcción de viviendas en zonas de Australia proclives a los ciclones demuestra lo que puede conseguirse con voluntad política. Y toda medida que contribuya a adaptar la sociedad a la variabilidad actual del clima mitigará el efecto de las condiciones climáticas en el futuro.

En resumen, resulta poco probable que el cambio climático antropogénico represente una seria amenaza para las compañías de seguros. Sin embargo, las aseguradoras pueden desempeñar un papel importante al tarificar los riesgos en consonancia, emitiendo así claras señales de precio que insten a los propietarios y gobiernos a fomentar conductas de reducción del riesgo.



Referencias

- Barredo, J. I., D. Sauri y M. C. Llasat, 2012. "Assessing Trends in Insured Losses From Floods in Spain 1971-2008", en *Nat. Hazards Earth Syst. Sci.*, 12, 1723-1729. [www.nat-hazards-earth-syst-sci.net/12/1723/2012/nhess-12-1723-2012.html].
- Barthel, F. y E. Neumayer, 2012. "A Trend Analysis of Normalized Insured Damage From Natural Disasters", en *Clim. Change*, 113, 215-237.
- Bender, M. A., T. R. Knutson, R. E. Tuleya, J. J. Sirutis, G. A. Vecchi, S. T. Garner e I. M. Held, 2010. "Modeled Impact of Anthropogenic Warming on the Frequency of Intense Atlantic Hurricanes", en *Science*, 327, 454-458.
- Bird, D., D. King, K. Haynes, P. Box, T. Okada y K. Nairn, 2012. *Impact of the 2010/11 Floods and the Factors That Inhibit and Enable Household Adaptation Strategies*. Informe para el National Climate Change Adaptation Research Facility (NCCARF), Gold Coast, Australia.
- Bouwer, L. M., 2011. "Have Disaster Losses Increased Due to Anthropogenic Climate Change?", en *Bull. Amer. Meteorol. Soc.*, 92, 39-46.
- Chen, K., J. McAneney y K. Cheung, 2009. "Quantifying Changes of Wind Speed Distributions in The Historical Record of Atlantic Tropical Cyclones", en *Nat. Hazards Earth Syst. Sci.*, 9, 1749-1757.

[www.nat-hazards-earth-syst-sci.net/9/1749/2009/nhess-9-1749-2009.html].

Chen, K. y J. McAneney, 2010. *Bushfire Penetration Into Urban Areas in Australia: A Spatial Analysis*. Informe invitado elaborado para la Comisión Real sobre el incendio forestal de Victoria en 2009. Risk Frontiers.

Crompton, R. P., 2011. *Normalising the Insurance Council of Australia Natural Disaster Event List: 1967-2011*. Informe elaborado para el Insurance Council of Australia (ICA), Risk Frontiers. [http://www.insurancecouncil.com.au/assets/files/normalising%20the%20insurance%20council%20of%20australia%20natural%20disaster%20event%20list.pdf].

Crompton, R. P. y K. J. McAneney, 2008. "Normalised Australian Insured Losses From Meteorological Hazards: 1967-2006", en *Environ. Sci. Policy*, 11, 371-378.

Crompton, R. P., K. J. McAneney, K. Chen, R. A. Pielke Jr. y K. Haynes, 2010. "Influence of Location, Population, and Climate on Building Damage and Fatalities Due To Australian Bushfire: 1925-2009", en *Wea. Climate Soc.*, 2, 300-310.

Crompton, R. P., R. A. Pielke Jr. y K. J. McAneney, 2011. "Emergence Timescales for Detection of Anthropogenic Climate Change in US Tropical Cyclone Loss Data", en *Environ. Res. Lett.*, 6, 4 p. [http://iopscience.iop.org/1748-9326/6/1/014003].

Di Baldassarre, G., A. Montanari, H. Lins, D. Koutsoyianis, L. Brandimarte y G. Blöschl, 2010. "Flood Fatalities in Africa: From Diagnosis to Mitigation", en *Geophys. Res. Lett.*, 37, L22402, doi:10.1029/2010GL045467.

Emanuel, K., 2011. "Global Warming Effects on U.S. Hurricane Damage", en *Wea. Climate Soc.*, 3, 261-268.

IPCC, 2012. *Managing the Risks of Extreme Events and Disasters to Advance Climate Change Adaptation*. Informe especial de los Grupos de trabajo I y II del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático [Field, C. B., V. Barros, T. F. Stocker, D. Qin, D. J. Dokken, K. L. Ebi, M. D. Mastrandrea, K. J. Mach, G.-K. Plattner, S. K. Allen, M. Tignor y P. M. Midgley (eds.)]. Cambridge University Press, Cambridge, Reino Unido, y Nueva York, Estados Unidos, 582 p.

Mason, M., K. Haynes y G. Walker (en prensa). "Cyclone Tracy and the Road to Improved Wind Resistant Design", en *Natural Disasters and Adaptation to Climate Change*, Eds. Palutikof, J., D. Karoly, y S. Boulter, Cambridge University Press.

McAneney, J., R. Crompton y L. Coates, 2007. *Financial Benefits Arising From Regulated Wind Loading Construction Standards in Tropical-Cyclone Prone Areas of Australia*. Informe elaborado para el Australian Building Codes Board, Risk Frontiers, Australia. [http://www.riskfrontiers.com/publicationgraphics/ABCB_TC_revised.pdf].

McAneney, J., R. Crompton, D. McAneney, R. Musulin, G. Walker y R. Pielke Jr, 2013. *Market-Based Mechanisms for Climate Change Adaptation: Assessing the Potential for and Limits to Insurance and Market-Based Mechanisms for Encouraging Climate Change Adaptation*. National Climate Change Adaptation Climate Change Facility, Gold Coast, 100 p. [http://www.riskfrontiers.com].

Neumayer, E. y F. Barthel, 2011. "Normalizing Economic Losses from Natural Disasters: A Global Analysis", en *Global Environ. Change*, 21, 13-24.

Pielke Jr., R. A. y C. W. Landsea, 1998. "Normalized Hurricane Damages in The United States: 1925-95", en *Weather Forecast.*, 13, 621-631.

Pielke Jr., R. A., J. Gratz, C. W. Landsea, D. Collins, M. Saunders y R. Musulin, 2008. "Normalized Hurricane Damage in The United States: 1900-2005", en *Nat. Hazards Rev.*, 9, 29-42.

Simmons, K. M., D. Sutter, y R. A. Pielke Jr., 2012. "Normalized Tornado Damage in The United States: 1950-2011", en *Environ. Hazards*, doi: 10.1080/17477891.2012.738642.

Van den Honert, R. y J. McAneney, 2011. "The 2011 Brisbane floods: Causes, impacts and implications", en *Water*, 3, 1149-1173.

Van der Vink, G., R. M. Allen, J. Chapin, M. Crooks, M. Fralley, J. Krantz, A. M. Lavigne, L. LeCuyer, E. K. MacColl, W. J. Morgan, B. Ries, E. Robinson, K. Rodriguez, M. Smith y K. Sponberg, 1998. "Why The United States is Becoming More Vulnerable to Natural Disasters", en *EOS, Transactions, American Geophysical Union*, 79, 533-537.

Weinkle, J., R. Maue y R. Pielke, 2012. "Historical Global Tropical Cyclone Landfalls", en *J. Climate*, 25, 4729-4735.

Zhang, J., L. Wu y Q. Zhang, 2011. "Tropical Cyclone Damages In China Under The Background Of Global Warming", en *J. Trop. Meteorol.* (en chino).



El aceite de oliva: el oro mediterráneo

Alicia Langreo Navarro
Dra. Ingeniera Agrónoma

Isabel Benito García
Ingeniera Técnica Agrícola

Saborá, SL – Investigación y Estudios de Mercado
Madrid - España

El cultivo del olivo se originó en Oriente Medio hace más de cinco mil años y de ahí se extendió por todo el Mediterráneo, formando parte del paisaje y la cultura. Sus pobladores lo han utilizado en la alimentación y en la cosmética, como combustible para lámparas, o como lubricante, entre otros usos. Se trata de un cultivo típico de secano, aunque el regadío está en ascenso, tanto en las regiones tradicionales, como en las nuevas zonas. España es líder en el mundo en superficie de olivar y producción de aceite, y el segundo país en consumo después de Italia.

Contexto internacional

Según FAOSTAT¹, en 2011 se cultivaban en el mundo unas 9,6 millones de hectáreas de olivar, de las que el 98,4 por ciento estaban en el área mediterránea (Figura 1). En las últimas cinco campañas, la producción media anual de aceite de oliva en el mundo alcanzó, según el COI (Consejo Oleícola Internacional)², casi tres millones de toneladas, lo que supone un incremento del seis por ciento en relación al quinquenio anterior. De este volumen total, el setenta y cinco por ciento se consume en los países del Mediterráneo, con Italia y España como los primeros del *ranking* con el veinticuatro y el diecinueve por ciento del consumo total. Fuera de esta área, destaca Estados Unidos con un nueve por ciento. El consumo mantiene un buen comportamiento con un aumento del



Grabado creado por Jules Gaildrau y publicado en L'Illustration Diario Universel, París, 1857

siete por ciento en el último quinquenio, cifra que en los países tradicionalmente no consumidores supera el treinta y cinco por ciento.

El comercio en el área mediterránea tiene gran importancia; estos países realizan más del cincuenta por ciento de las importaciones mundiales y el noventa y siete por ciento de las exportaciones. El principal destino de las exportaciones de España (Figura 2), Grecia y Túnez es Italia, primer importador mundial de aceite de oliva que, a su vez, reexporta gran parte, donde están creciendo las importaciones directas desde los países de origen.

¹ FAOSTAT:
<http://faostat.fao.org>
División Estadística de
la Organización de las
Naciones Unidas para
la Alimentación y la
Agricultura.

² COI: <http://www.internationaloliveoil.org>
Consejo Oleícola
Internacional.

Figura 1: Superficie de olivar, producción y consumo anual de aceite de oliva en el mundo en quinquenio 2006/07 - 2011/12.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FAOSTAT y COI (Datos medios anuales para el quinquenio entre las campañas de 2006/07 a 2011/12).

Área	Superficie		Producción de aceite 2006/2007 a 2011/2012		Consumo de 2006/2007 a 2011/2012	
	Ha 2011	%/Total	Miles Tn	%/Total	Miles Tn	%/Total
Países mediterráneos fuera de la UE	4.784.097	49,7%	703	24,0%	495,0	16,9%
Túnez	1.779.950	18,5%	157	5,3%	36,0	1,2%
Turquía	798.493	8,3%	144	4,9%	110,7	3,8%
Siria	684.490	7,1%	152	5,2%	114,4	3,9%
Marruecos	597.513	6,2%	106	3,6%	80,0	2,7%
Otros	923.651	9,6%	145	4,9%	153,9	5,3%
Países mediterráneos de la Unión Europea	4.697.084	48,8%	2.161	73,6%	1.687,0	57,6%
España	2.330.400	24,2%	1.297	44,2%	549,1	18,8%
Italia	1.144.420	11,9%	477	16,2%	700,9	24,0%
Grecia	850.000	8,8%	320	10,9%	238,5	8,2%
Otros países de la UE	372.264	3,9%	67	2,3%	198,5	6,8%
Total del área mediterránea	9.481.181	98,4%	2.864	97,6%	2.182,0	74,6%
Fuera del Mediterráneo	153.395	1,6%	70	2,4%	744,3	25,4%
Argentina	62.498	0,6%	22	0,8%	5,3	0,2%
Australia	30.407	0,3%	15	0,5%	42,0	1,4%
EE. UU.	16.794	0,2%	3	0,1%	262,8	9,0%
Chile	15.091	0,2%	12	0,4%	7,8	0,3%
Otros	28.605	0,3%	18	0,6%	426	14,6%
Total en el mundo	9.634.576	100,0%	2.934	100,0%	2.926,3	100,0%

Producción de aceite de oliva en España

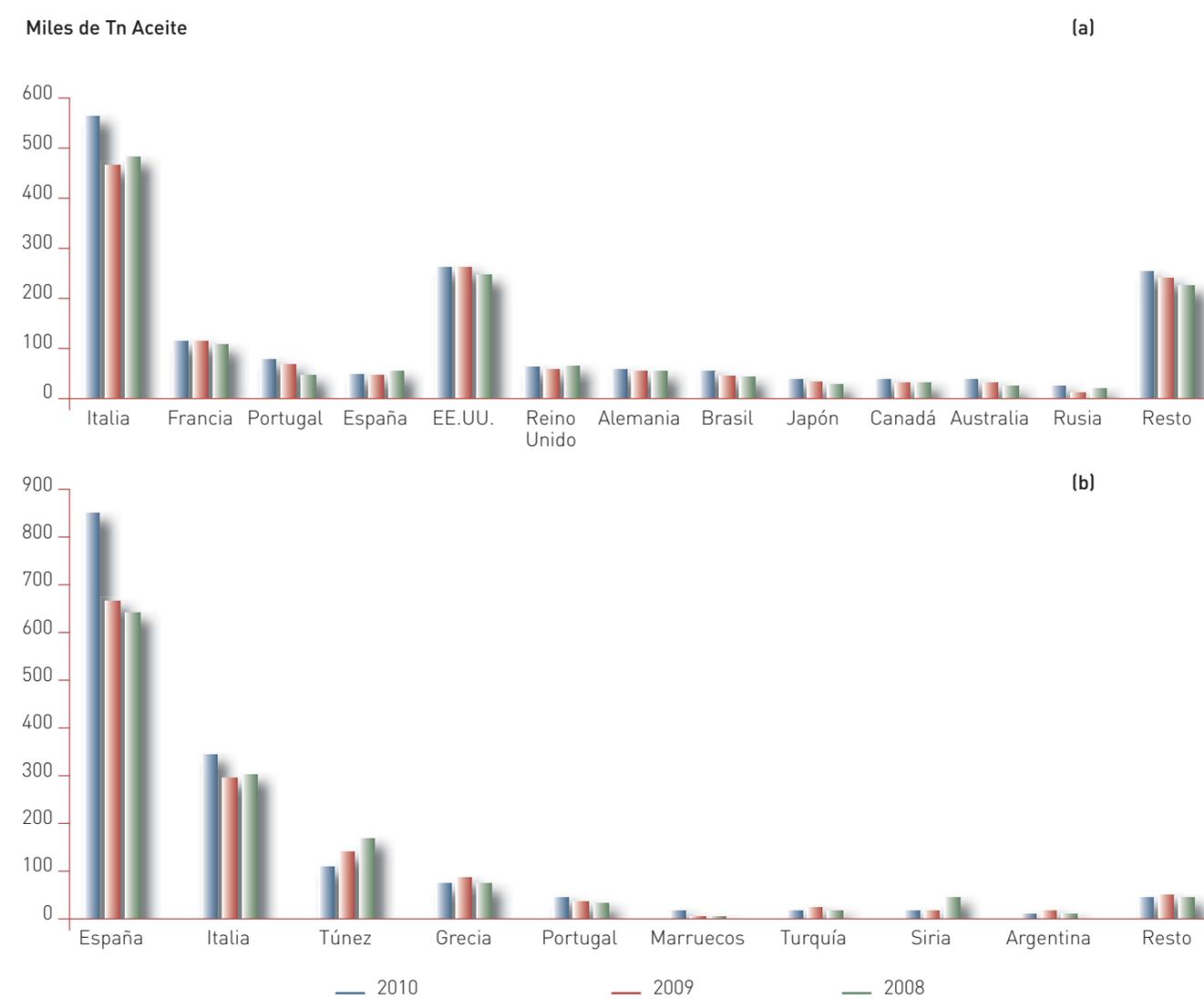
España es el primer país olivarero del mundo y cuenta con el veinticuatro por ciento de la superficie mundial de olivar y el cuarenta y cuatro por ciento de la producción de aceite. Además, los aceites españoles se encuentran entre los de mayor calidad del mundo, a lo que contribuyen -sobre todo- la diversidad varietal y ecológica, las técnicas de cultivo y recolección empleadas, así como la tecnología de elaboración utilizada por

la industria aceitera. Las cerca de cuatrocientas mil explotaciones de olivar para almazara generan unos treinta y dos millones de jornales al año (algo más del cincuenta por ciento en la recolección) y se distribuyen en unas 2,5 millones de hectáreas³, de las que el setenta y dos por ciento se cultivan en secano. El regadío, con predominio del riego localizado, se ha multiplicado por 1,5 en la última década, lo que ha influido en el aumento de la superficie olivarera, que ha crecido un seis por ciento entre 2004 y 2012 a pesar de la caída del olivar de secano.

³ Según la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivo (ESYRCE) del MAGRAMA, la superficie de olivar de aceituna para almazara y doble actitud ascendió en 2012 a 2.506.830 ha de las que 694.830 son de regadío.

Figura 2: (a) Principales países importadores de aceite de oliva. (b) Principales países exportadores de aceite de oliva.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FAOSTAT.



El olivar se extiende por trece comunidades autónomas, aunque Andalucía concentra el sesenta y dos por ciento de la superficie española y en torno al ochenta por ciento de la producción de aceite (Figura 3).

Alrededor del veinticinco por ciento de la superficie de olivar está amparada por una de las veinticinco DOP (Denominaciones de Origen Protegidas⁴) de aceite de oliva virgen que hay en España, sin embargo, el peso de las DOP en la comercialización del aceite es reducido;

anualmente apenas se venden unas 30.000 toneladas de aceite con DOP.

Según la Agencia para el Aceite de Oliva (AAO)⁵, en la campaña 2011/2012, se elaboraron en España 1,6 millones de toneladas de aceite de oliva, cifra que supone un record histórico. La tendencia al alza de la producción ha ido acompañada por el crecimiento del consumo interior y, sobre todo, por el buen comportamiento de las exportaciones, que han alcanzado 874.700 toneladas en la última campaña

⁴ Además de estas veinticinco DOP hay cinco más en proceso de inscripción en el Registro Comunitario.

⁵ AAO: Agencia para el Aceite de Oliva del MAGRAMA.

Figura 3: Distribución de la superficie de olivar en España
Fuente: MAGRAMA (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente).

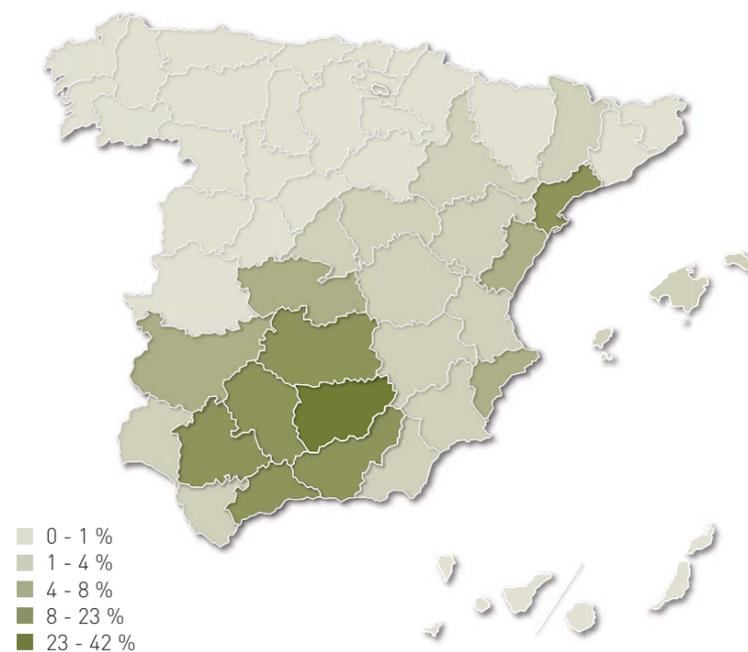


Figura 4: Producción, consumo y exportación de aceite de oliva en España. Datos en miles de toneladas.
Fuente: Agencia para el Aceite de Oliva.

Campaña	Producción	Consumo Interior (Aparente)	Exportación
2008/2009	1.030,0	533,6	675,3
2009/2010	1.401,5	533,4	780,1
2010/2011	1.391,9	553,6	828,4
2011/2012	1.615,0	569,6	874,7

(Figura 4). Más del setenta y cinco por ciento de las exportaciones se dirigen a los países de la UE, en especial a Italia (en torno al cincuenta por ciento del aceite exportado), seguida por las exportaciones a Portugal y Francia (diez por ciento cada una).



Aceites y Aceitunas en España

En España se cultivan más de cien variedades de aceituna, muchas de ellas autóctonas, aunque gran parte de la superficie se distribuye entre seis u ocho que predominan en uno o varios territorios. Las más importantes son:

- ▶ **Arbequina:** típica de Cataluña, se cultiva también en Andalucía, Aragón y Castilla La Mancha.
- ▶ **Cornicabra:** se extiende por Toledo, Ciudad Real y Madrid.
- ▶ **Empeltre:** se produce sobre todo en el Bajo Aragón y también en Baleares, Castellón, Tarragona y Navarra.
- ▶ **Hojiblanca:** se cultiva en Málaga y Córdoba, y menos en Sevilla y Granada.
- ▶ **Picual:** es la de mayor superficie, predomina en Jaén y tiene gran importancia en Córdoba y Granada.

- ▶ **Blanqueta:** típica de Alicante, sur de Valencia y Murcia.
- ▶ **Verdial de Badajoz:** se concentra en Badajoz y Cáceres.

Los aceites de oliva para el consumo directo se clasifican en varias categorías, definidas, de una parte, por el sistema de obtención del aceite y, de otra, por sus cualidades químicas (acidez y otros parámetros) y organolépticas (visuales, táctiles y olfato-gustativas).

- ▶ **Aceite de oliva virgen:** se obtiene directamente de la aceituna exclusivamente por medios mecánicos u otros procedimientos físicos. Hay dos categorías de aceite de oliva virgen destinadas al consumo directo:
 - ▶ **Aceite de oliva virgen extra:** es el de mayor calidad. Contiene íntegros todos los atributos saludables y nutricionales propios de esta grasa y su acidez libre máxima es de 0,8 g por 100 g de ácido oleico.

- ▶ **Aceite de oliva virgen:** se sitúa en un segundo nivel de calidad. Tiene ligeras alteraciones en sus parámetros químicos u organolépticos, que impiden clasificarlo como "extra", y la acidez libre máxima es de 2 g por 100 g de ácido oleico.

- ▶ **Aceite de oliva⁶:** se obtiene mediante la mezcla de aceite de oliva refinado y aceite de oliva virgen o virgen extra. La acidez libre máxima es de 1 g por 100 g de ácido oleico.

- ▶ **Aceite de orujo de oliva⁷:** Se obtiene mezclando aceite de orujo de oliva refinado y aceite de oliva virgen o virgen extra. La acidez libre máxima es de 1 g por 100 g de ácido oleico.

⁶ Se obtiene del refinado del aceite de oliva virgen. La acidez libre máxima es de 0,3 g por 100 g de ácido oleico. Estos aceites carecen de olor y sabor.

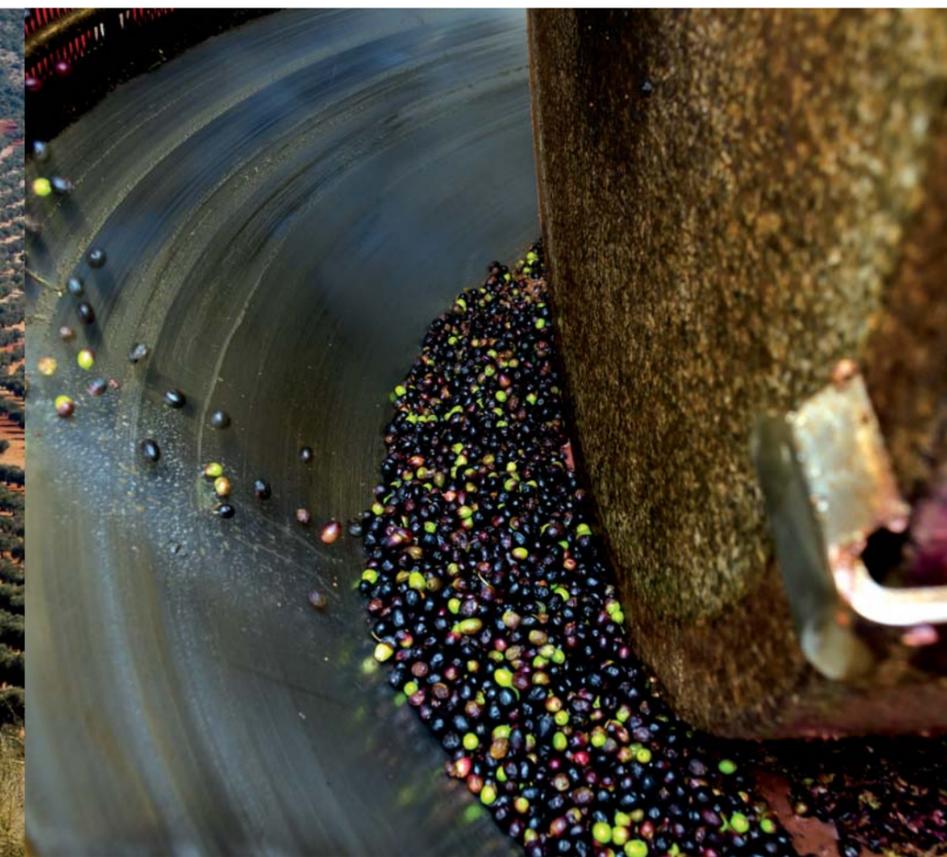
⁷ El **orujo** es un subproducto graso (restos de piel, huesos) que se obtiene en el proceso de elaboración del aceite virgen. El aceite que contiene el orujo se extrae, en las extractoras, mediante un tratamiento con disolventes o empleando medios físicos.

La industria olivarera en España

En la fase industrial y comercial del aceite de oliva participan distintas entidades con funciones diferenciadas:



Paisaje olivarero en Mora de Toledo. España



Molino de granito para la trituración de aceitunas en la producción de aceite de oliva

Los fondos para la modernización de la industria provenientes de la UE tuvieron mucha importancia en la modernización de los procesos industriales desarrollados por las almazaras, lo que permitió a su vez mejorar la calidad de los vírgenes y, con ello, el aumento del consumo de esta gama

- ▶ **Almazaras.** En ellas se realiza la primera transformación industrial, se obtiene el aceite virgen, el lampante y el orujo; cuando el producto final es aceite virgen o virgen extra, de la almazara pasa directamente al envasado, que puede hacerse en la misma o en otra empresa. Según la AAO, actualmente hay 1.750 entidades con actividad, que se distribuyen entre trece comunidades autónomas; la más importante es Andalucía, seguida de Castilla-La Mancha. Su tamaño es muy desigual, y predominan las pequeñas instalaciones con una producción inferior a cien toneladas de aceite por campaña. Sin embargo, más de un tercio del aceite se elabora en las almazaras que producen entre mil y dos mil quinientas toneladas, que apenas representan el once por ciento del total. Más del cincuenta y cinco por ciento de las almazaras son cooperativas que suponen cerca del setenta por ciento del aceite producido.
- ▶ **Envasadoras.** Hay 1.556 envasadoras; la gran mayoría trabaja volúmenes muy

pequeños, y muchas de ellas están vinculadas a almazaras y envasan exclusivamente aceite virgen. Las quince mayores empresas, que cuentan con veintidós instalaciones, concentran en torno al setenta por ciento del volumen total de aceite envasado. La mayor parte de ellas está vinculada a refinadoras y trabaja los tres tipos de aceites de oliva, así como otros aceites. En este grupo hay también alguna gran envasadora perteneciente a cooperativas de segundo grado⁸ o incluso a la distribución.

- ▶ **Refinerías y extractoras de aceite de orujo.** En ellas se realiza el proceso de refinado del aceite para corregir sus defectos (elevada acidez, olores y sabores no adecuados, incluso el color del aceite), y mejorar sus cualidades organolépticas. También refinan aceites de orujo de oliva crudos para hacerlos aptos para el consumo, y aceites de semillas. Hay veintitrés refinadoras, por lo general de gran volumen.

- ▶ **Extractoras de aceite de orujo.** La extracción de aceite de orujo de oliva crudo, se hace a partir del orujo graso obtenido en las almazaras. Hay en torno a sesenta orujeras en activo, entre las que predominan las empresas pequeñas de carácter familiar.

Según los datos de la AAO, en la campaña 2010/2011 el volumen total de aceite envasado fue de 710.000 toneladas; ese año el balance de la campaña dio una disponibilidad de 1.244.000 toneladas, lo que supone que se envasó entre el cincuenta y cinco y el sesenta por ciento.

Todo el aceite destinado al mercado interior se envasó, así como un treinta/treinta y cinco por ciento del destinado a la exportación.

En el mercado interior, la mayor parte del aceite de oliva se comercializa a los hogares a través de la gran distribución: ochenta y ocho por ciento del volumen total de aceite de oliva; el noventa y cinco por ciento del ecológico; el

ochenta y ocho por ciento de aceite de oliva virgen; el ochenta y seis por ciento en el extra; el ochenta y ocho por ciento en aceite de oliva; y el ochenta y ocho por ciento en aceite de orujo. Hay que tener en cuenta que una parte se comercializa en la restauración y otra va directamente a la industria alimentaria. Este hecho se repite en los países consumidores de la UE, en EE. UU., Canadá y Japón, por ejemplo, lo cual implica una gran capacidad de influencia de la distribución en toda la cadena de producción.

En la actualidad hay muchas empresas que exportan directamente sus aceites, aunque entre quince y veinte reúnen más del ochenta por ciento de la exportación total de aceite de oliva. Entre las exportadoras se encuentran empresas refinadoras, envasadoras, almazaras y mayoristas de aceites. Cabe destacar que desde la última década del siglo pasado la exportación directa por parte de las cooperativas de primer y, sobre todo, segundo grado ha aumentado mucho, reforzando enormemente su papel en la cadena de producción.

⁸ Según la Ley de Cooperativas de España, las **cooperativas de segundo grado** son sociedades jurídicas constituidas por, al menos, dos cooperativas. También pueden participar en estas entidades otras personas jurídicas, públicas o privadas y empresarios individuales, hasta un máximo del 45% del total de los socios.



Son varias las causas que se alegan para explicar la escasa contratación del seguro, entre las que se encuentran los menores riesgos climatológicos del olivar con respecto a otros árboles, como los frutales, o el fenómeno de la vecería que ha acostumbrado al agricultor a años con cosechas reducidas

Hasta hace pocos años, la vecería y la climatología eran cruciales en el volumen de la cosecha y, por lo tanto, en el precio; actualmente la expansión del regadío ha paliado esos efectos

La industria aceitera española

El crecimiento de las industrias aceiteras se deriva de la concentración de ventas en la gran distribución y la necesidad de volumen para negociar con una cierta fuerza; y de la mayor eficacia que se consigue en el mercado exterior. De ahí el proceso de concentración experimentado por la industria española que, básicamente, es familiar y cooperativa; estas últimas, sobre todo por la vía de la creación y crecimiento de cooperativas de segundo grado y su posterior establecimiento en forma de empresas con otros grupos del sector. El crecimiento de las cooperativas de segundo grado se inició hacia los noventa, cuando este tipo de cooperativas empezaron a exportar directamente. En ese momento también empezó la expansión de las ventas de aceite de oliva virgen por parte de la gran distribución, lo que dio pie a los acuerdos directos de esta con las almazaras o sus cooperativas de segundo grado, además de con la industria envasadora tradicional, abriendo una vía para la llegada directa de los aceites cooperativos a los consumidores.

Los fondos para la modernización de la industria provenientes de la UE tuvieron mucha importancia en la modernización de los procesos industriales desarrollados por las almazaras, lo que permitió a su vez mejorar la calidad de los vírgenes y, con ello, el aumento del consumo de esta gama.

Las grandes empresas españolas tienen inversiones industriales en los países mediterráneos no europeos, sumándose así al proceso que hace de esta área una zona productora cada vez más intercomunicada, y pudiendo realizar desde allí las exportaciones a países consumidores terceros. Las mayores exportadoras también cuentan con una red comercial en los países destino.

La estrategia de la gran distribución con respecto al aceite de oliva tiene los siguientes ejes fundamentales: concentración de las compras, derivada de la propia concentración empresarial en este segmento y de la decisión de centralizar compras a nivel global; la opción

de introducir en su oferta la gama de virgen, que en un principio hicieron sólo las empresas cuya imagen era de mayor calidad y ahora se ha generalizado; la decisión de desarrollar la marca de distribuidor en toda la gama de aceites lo que, por un lado, ha permitido la adquisición directa de los aceites vírgenes a grandes cooperativas envasadoras y, por otro, ha provocado la pérdida de valor de las marcas industriales tradicionalmente más conocidas, y la presión sobre los precios, que si bien ya se venía dando, ha aumentado enormemente con la crisis económica.

La respuesta de las empresas de la cadena de producción ha sido la concentración, para mejorar su capacidad negociadora, la ampliación de su oferta a toda la gama de aceites y el acceso directo a la exportación para conseguir más valor de esta vía comercial. Asimismo se han visto obligadas a un ajuste de sus costes.

La crisis económica que se inició en 2007 ha influido en la cadena de producción del aceite

de oliva por varios motivos: la caída del consumo de los productos de mayor precio, la presión sobre los precios por parte de la gran distribución que afecta a toda la cadena, el crecimiento de la marca de la distribución que disminuye la capacidad negociadora con marcas asentadas, el crecimiento de los establecimientos de descuento, que limita el acceso al mercado final de algunos productos con más valor, la limitación del crédito, que afecta al mantenimiento de las existencias y la subida del precio del petróleo. Todo esto ha reforzado las tendencias que ya se venían perfilando en cuanto a la concentración de las firmas y el peso creciente de la gran distribución en la formación de los precios.

Los riesgos en el aceite de oliva

Los agentes patógenos y los accidentes climatológicos y meteorológicos son, junto a la vecería del olivo⁹, los factores que más afectan a la estabilidad de la cosecha de aceituna.

⁹ La **vecería** es una característica del olivo que provoca altas y bajas producciones en años sucesivos, fenómeno que puede reducirse con determinadas técnicas de cultivo (podas, riegos, aclareos de cosecha).

entrevista a

Jaime García-Legaz

Secretario de Estado de Comercio
Ministerio de Economía y Competitividad
Presidente de ICEX España Exportación e Inversiones
Madrid - España



“El sector exterior está siendo el balón de oxígeno de la economía española”

“En estos momentos de crisis, el sector exterior está siendo el motor de la economía española, y así seguirá a partir del año que viene”. Para el presidente de ICEX, la base exportadora está creciendo en empresas, sectores y geográficamente, lo que supone un patrón exportador muy completo y sólido.

Nacido en Murcia, en 1968, Jaime García-Legaz Ponce es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por el Colegio Universitario de Estudios Financieros (CUNEF, Universidad Complutense de Madrid) y técnico comercial y economista del Estado desde febrero de 1994. Hace dos años, fue nombrado Secretario de Estado de Comercio por Real Decreto 1879/2011 del 23 de diciembre. Está casado y es padre de una hija.

Con anterioridad, el actual presidente de ICEX fue economista del Servicio de Estudios del Banco de España, subdirector general de Deuda Pública de la Dirección General del Tesoro del Ministerio de Economía y Hacienda, asesor económico del presidente del Gobierno y del consejero de Economía de la Comunidad de Madrid, director del gabinete del secretario de Estado de Telecomunicaciones, director general de Educación y Bienestar del gabinete del presidente del Gobierno, director general de Estadística de la Comunidad de Madrid y director de Economía y políticas públicas de la Fundación FAES. Además es patrono de esta fundación, en la que ocupó el cargo de secretario general desde junio de 2007 hasta enero de 2012.

También ha sido consultor del Banco Mundial, la Comisión Europea y la OCDE; y entre marzo de 2008 y enero de 2012, diputado por Murcia y se-

cretario de la Comisión de Economía y Hacienda del Congreso de los Diputados.

Su currículum se completa con una amplia experiencia académica. Ha sido profesor de política económica de la Universidad Complutense de Madrid, de economía internacional en la Universidad Autónoma de Madrid, profesor de la Escuela de Hacienda Pública, del CECO (Ministerio de Economía y Hacienda), y de la Universidad Europea de Madrid.

García-Legaz ha publicado cerca de veinte artículos en revistas científicas españolas y estadounidenses. Igualmente, ha sido profesor del Máster de Gestión Pública de la Universidad CEU-San Pablo y del Máster de Finanzas del CUNEF, profesor del *Executive MBA* de la Universidad Pontificia de Comillas-ICADE, del Máster de Economía Internacional de la Universidad Europea de Madrid, y coordinador de la Cátedra de Ética Política y Humanidades de la Universidad San Antonio de Murcia.

Actualmente también forma parte del Consejo Académico de la *Heritage Foundation*. Es miembro de la *Atlantic Economic Association* desde 1992, la *International Telecommunications Society* desde 2000 y del *European Ideas Network* desde 2003.



¿Cuál es la misión de ICEX España Exportación e Inversiones?

Contribuir a acelerar la expansión de la base exportadora española. España es un país que se ha comportado razonablemente bien en exportación en los últimos años, pero tiene todavía una cuenta pendiente: la internacionalización de la pequeña o pequeña-mediana empresa, porque la empresa española de gran tamaño está internacionalizada desde hace veinticinco o treinta años.

¿El tamaño de las empresas no es importante a la hora de internacionalizarse, o sí?

El tamaño es relevante. No es cierto que dé igual la dimensión de la empresa o que cualquiera pueda dar el salto internacional. La empresa grande tiene mucha más capacidad y músculo financiero para entrar en otros mercados que la pequeña. Y es aquí donde está el papel de la Administración Pública: dar un empujón al que lo necesite para afrontar el salto exterior, lo cual está muy rela-

La misión de ICEX España Exportación e Inversiones es contribuir a acelerar la expansión de la base exportadora española



cionado con el tamaño. Está claro que donde tiene más sentido ayudar es en el segmento de empresas pequeñas, pero no en todas; previamente hay que seleccionar qué empresas tienen capacidad de tener éxito en el salto internacional.

Nuevos servicios personalizados

¿Qué servicios ofrece ICEX a las pymes para dar este salto?

Hay varios. El primero, y quizás el más novedoso, es un programa que ayuda a estas

empresas a tomar dimensión internacional mediante apoyo financiero. Es un servicio de nueva creación por el que el ICEX aporta doce mil euros, pero la empresa tiene que poner otros doce mil, de forma que el compromiso hacia el proyecto por parte de la empresa sea mayor.

Este programa permite, primero, hacer un análisis de las capacidades que tiene una empresa de internacionalizarse; segundo, identificar los mercados en los que tiene probabilidades de éxito; y en tercer término, y eso es una diferencia bastante importante con lo que se venía haciendo hasta ahora, no solo se le ayuda a salir sino también a implantarse.

Comercio Exterior en enero-junio de 2013. Desglose por Sectores Económicos.

Fuente: Informe Mensual de Comercio Exterior. Junio 2013. Ministerio de Economía y Competitividad.

Sector	Exportaciones			Importaciones		
	Millones €	%/Total	var. 13/12	Millones €	%/Total	var. 13/12
Alimentos	17.868,6	15,1	6,7	13.607,9	10,9	1,1
Productos energéticos	8.190,0	6,9	10,7	29.232,8	23,5	-6,1
Materias primas	3.184,7	2,7	4,3	5.031,0	4,0	-2,0
Semifabricas no químicas	12.768,8	10,8	-3,2	8.743,4	7,0	-5,1
Productos químicos	16.975,5	14,3	6,8	19.229,0	15,4	-0,9
Bienes de equipo	25.126,7	21,2	18,7	20.655,4	16,6	-5,3
Sector automóvil	14.194,0	14,5	5,9	12.901,5	10,4	0,9
Bienes de consumo duradero	1.759,7	1,5	2,2	2.703,8	2,2	-5,3
Manufacturas de consumo	9.997,4	8,4	11,9	11.883,9	9,5	2,0
Otras mercancías	5.656,9	4,8	0,4	558,1	0,4	-52,0
Total	118.722,2	100,0	8,0	124.546,6	100,0	-3,2

Comercio Exterior en enero-junio de 2013. Desglose por Áreas Geográficas.

Fuente: Informe Mensual de Comercio Exterior. Junio 2013. Ministerio de Economía y Competitividad.

Área geográfica	Exportaciones			Importaciones		
	Millones €	%/Total	var. 13/12	Millones €	%/Total	var. 13/12
Europa	82.429,1	69,4	4,5	72.860,3	58,5	-1,6
América	12.529,3	10,6	6,2	14.784,5	11,9	-12,4
Asia	10.751,2	9,1	18,1	21.617,5	17,4	-7,4
África	8.247,1	7,1	17,8	14.920,4	12,0	7,6
Oceanía	1.258,1	1,1	36,3	343,2	0,3	-28,4
Total Mundial	118.722,2	100,0	8,0	124.546,6	100,0	-3,2

Hemos dado este paso porque al analizar los datos de internacionalización de los últimos diez años nos dimos cuenta de que solo sobrevivían cuatro de cada cien empresas a las que se había prestado apoyo; y el motivo es que les ayudaba a salir pero, una vez fuera, no se les prestaba ayuda. Por eso, hemos decidido respaldar a menos empresas pero de forma más coherente, para que quien salga tenga mucha más capacidad de éxito y arraigo a medio plazo. Este es el reto más importante.

Luego, por supuesto, seguimos con los programas en el ámbito de la formación, con los doscientos cincuenta becarios al año, que nutren los Departamentos de Internacional o las

asociaciones de las empresas exportadoras. Finalmente, hay una tercera vía: la información, donde también hemos introducido cambios, pues hasta ahora se daba un servicio prácticamente igual a todo el mundo, y es evidente que cada empresa tiene sus propias necesidades. Así, hemos puesto en marcha un programa de servicios especializados para dar información a la medida de cada empresa, y está funcionando muy bien, con crecimientos anuales del 40%.

¿Con qué medios cuenta ICEX para ofrecer sus servicios?

El presupuesto de ICEX se ha reducido nota-

Seguimos con los programas en el ámbito de la formación, con los 250 becarios al año, que nutren los Departamentos de Internacional o las asociaciones de las empresas exportadoras

Seguros de crédito a la exportación, hacia un nuevo modelo

“El Seguro de Crédito a la Exportación es importantísimo para impulsar la exportación española; de hecho, sin dicho instrumento la exportación española no se hubiera podido comportar tan bien”, manifiesta García-Legaz.

El presidente de ICEX confirma que “estamos en un cambio de modelo del Seguro de Crédito”. “Este seguro” -añade- “se ha desarrollado en España a través de una compañía pública, CESCE, con capital privado pero mayoritariamente público, y ha llegado el momento de cambiar el sistema”; y explica las razones: “las empresas públicas tienen un recorrido limitado, tienen muchas limitaciones de personal, de gestión o son mucho más rígidas. Cuando una empresa pública compite con otras privadas del ámbito internacional con esas limitaciones, son muchas las dificultades”.

Por eso, dice García-Legaz, “estamos en un proceso de transformación, buscando que sea una empresa privada la que gestione este seguro, a través de un contrato o convenio de gestión, que pueda ser otorgado por el Estado a través de un concurso. De esta forma, la empresa privada que mejor lo pueda gestionar, será la encargada de proporcionar el servicio. El modelo es bueno, pero mejorable, y en los próximos meses asistiremos a un cambio hacia otro modelo más productivo”.

blemente en los últimos años. En 2007, contaba con doscientos diez millones de euros y ahora el presupuesto es de ochenta millones, es decir, un 60% menos que hace cinco años. Además hay que usarlo de la mejor manera posible, cada euro se utiliza con la mayor eficacia. Anteriormente, buena parte del presupuesto eran subvenciones, pero ahora el modelo ha cambiado. Estamos yendo a programas personalizados, cuyos resultados se



evalúan; y aquello que funciona, se mejora y, lo que no, se suprime.

En estos momentos, ¿a cuántas pymes está ayudando ICEX?

Depende, porque hay empresas que acuden a ferias, empresas que acuden a misiones comerciales, empresas que reciben información de forma general o especializada. Más o menos, unas treinta mil empresas al año.

Motor de la economía

¿La internacionalización de nuestro tejido empresarial es imprescindible para alcanzar la recuperación económica española?

Ya lo está siendo. El año pasado el sector exterior añadió 2,5 puntos de crecimiento al PIB; es decir, la economía cayó un 1,4%, pero si no hubiera sido por el sector exterior, habría caído un 3,9%; y este año, el sector exterior aportará entre el 2% y el 2,7%. En estos momentos de crisis, el sector exterior está siendo el balón de oxígeno de la economía española, e incluso está creando empleo.

Las exportaciones españolas son las que más han crecido de entre los países de la zona euro desde que se iniciara la crisis. ¿Cómo valoran este dato?

Ha sido una gran noticia para muchos; nadie pensaba que España fuera capaz de sorprender positivamente a Europa y al resto del mundo con las cifras, pero ahí están. La exportación está creciendo en nuestro país por encima del 7%, mientras que está cayendo en Alemania, Francia, Reino Unido e Italia. Ese crecimiento es una buena noticia porque significa que España es capaz de recuperar la competitividad que había perdido y, sobre todo, que está haciendo un esfuerzo por abrir mercados, y esto ha sorprendido a mucha gente. La exportación a África está creciendo más del 30%, la exportación a América del Norte, casi un 20%, la exportación a América Latina, el 14%, la exportación a Asia, por encima del 15%, etc. Europa está como está, pero la exportación española se comporta muy bien.

¿Hacia dónde se están dirigiendo las empresas españolas? ¿Continúa siendo América latina su principal destino?

América Latina es un mercado que sigue creciendo, que ofrece nuevas oportunidades porque se han firmado acuerdos de libre comercio que permiten eliminar barreras, acceder sin aranceles. Ejemplos son Perú, cuyo acuerdo acaba de entrar en vigor, o Colombia. América Latina es un mercado en el que la empresa española está muy cómoda, donde la exportación está creciendo entre el 10% y hasta el 30%, como en el caso de Brasil.

Pero lo bueno es que este mercado no es el único, pues ya hay mucha empresa española enfocada a otros mercados: EE. UU., Canadá, Asia, que es un mercado de alto crecimiento; aunque actualmente donde las empresas españolas están teniendo más éxito es en África, un mercado pendiente de explorar, que está cerca y en el que las empresas españolas se mueven bien, con economías creciendo entre el 8% y 15% anual. Otra región muy importante es Oriente Medio, donde las exportaciones españolas funcionan perfectamente; estamos hablando de crecimientos del 150% o del 200% en algunos de esos países. Sin duda se trata de otra área que hay que cuidar.

Nadie pensaba que España fuera capaz de sorprender positivamente a Europa y al resto del mundo con las cifras. La exportación está creciendo en nuestro país por encima del 7%, mientras que está cayendo en Alemania, Francia, Reino Unido e Italia

Exportaciones, un nuevo récord

En los seis primeros meses del año, las exportaciones sumaron 118.722 millones de euros, un 8% más que en el mismo periodo de 2012. Esta cifra supone un registro nunca antes alcanzado -desde 1971- en un semestre en términos absolutos. Las importaciones, en cambio, decrecieron un 3,2%, hasta los 124.546 millones de euros en este periodo. Como resultado, el déficit comercial en la primera mitad de 2013 se redujo un 68,8% hasta los 5.824,4 millones de euros, prácticamente un tercio del mismo dato de 2012 (18.641,5 millones).

La búsqueda de nuevos destinos para nuestras exportaciones se ha puesto de manifiesto en el primer semestre del año. Estas operaciones aumentaron sobre todo a países no comunitarios, con un crecimiento del 13,8% respecto al mismo periodo de 2012. De este modo, se incrementaron de manera importante las exportaciones a Asia (que crecieron un 18%); África (un 17,8%); Estados Unidos (un 5,4%) América Latina (un 9,4%); y Oceanía (un 36,3%).

También es especialmente positivo el aumento de las ventas a países con mayor potencial de crecimiento como Sudáfrica (+64,2%), Argelia (+31%), Brasil (+40,4%),

China (+13,4%), Marruecos (+10,2%), pero también a Estados Unidos (+5,4%).

Las exportaciones a los destinos más tradicionales avanzaron igualmente en el conjunto del semestre; un 4,7% en el caso de las ventas a la Unión Europea y un 3,1% en el caso de la zona euro. Con estas cifras, estas zonas geográficas bajan su participación en el total hasta el 62,2% y el 48,6% respectivamente.

Sectores más activos

Por capítulos de exportación, el más relevante y con importancia creciente en la primera mitad de 2013 fue el de los bienes de equipo, que representó el 21,2% del total y creció a una tasa del 18,7% interanual. A continuación destacan los alimentos (15,1% del total y aumento del 6,7%) y el automóvil (14,5% del total, aumento del 5,9%).

Destaca el dinamismo de nuestras exportaciones con mayor valor añadido y tecnología más sofisticada como las aeronaves (crecimiento del 124,2%); maquinaria específica para la industria (avance del 48,3%); medicamentos (aumento del 17,6%); motores (aumento del 12,5%); o aparatos de precisión (aumento del 9%).



Hay varios sectores "estrella" en exportación: bienes de equipo, la automoción, el sector químico y el sector agroalimentario. Es decir, la base exportadora está creciendo en empresas, en sectores y geográficamente lo que supone un patrón exportador muy completo y sólido

¿Cuáles están siendo los sectores más activos a la hora de salir al exterior?

Hay varios sectores "estrella". El primero es el sector de Bienes de Equipo, maquinaria sofisticada de alto contenido tecnológico, donde España es muy fuerte. El segundo es la automoción, donde nuestro país se ha convertido de nuevo en una potencia exportadora. Estamos consiguiendo incrementar un 100% anual la exportación de automóviles a EE. UU; semejante a lo acontecido en Turquía.

El sector químico también destaca con incrementos de dos dígitos; estamos exportando medicamentos con tasas de crecimiento muy altas; o el sector agroalimentario, con aumentos del 15%, y no solamente en frutas u horta-

lizas, también hay una industria agroalimentaria con I+D bastante potente. Es decir, la base exportadora está creciendo en empresas, en sectores y geográficamente lo que supone un patrón exportador muy completo y sólido.

Vencer las dificultades

Aparte del tema financiero, ¿hay otros elementos que dificulten que la empresa española salga al exterior?

Sí; por ejemplo, el conocimiento de idiomas. En España hay un déficit de conocimiento de idiomas muy notable y eso limita la capacidad ex-

portadora. Otro factor es que nuestro país está peor comunicado por vía aérea que otros países europeos y eso exige también un esfuerzo mayor a la hora de exportar. Finalmente, otro elemento es la imagen de España, que en estos momentos no es la mejor, y eso tampoco ayuda a las exportaciones.

¿Cuáles serían los pasos básicos dentro de una estrategia de internacionalización para cualquier empresa?

En primer lugar, querer ser una empresa internacional y tener la convicción de que salir fuera es importante y bueno para la empresa. Después, contar con un producto competitivo; y el

tercer factor, disponer de un diseño organizativo coherente con esa vocación internacional, es decir, internacionalizarse no significa solamente montar un departamento de internacional y ya está; dar este paso requiere cambios estructurales en la empresa muy importantes.

¿Pero eso puede resultar muy complicado?

Por supuesto, y no todas las empresas están preparadas para asumirlo. Hay empresas que teniendo capacidad para salir tampoco se lo plantean porque no está en el objetivo de sus propietarios. Pero eso ha ido cambiando; cada vez más empresas son conscientes de que esto no va de "si me apetece o no", sino de "salgo, o no tengo futuro".

Mayor voluntad de permanencia

¿Existe ahora más voluntad de permanencia en el exterior, o cuando mejoren las cosas las empresas volverán al mercado doméstico?

La crisis actual es distinta a las anteriores, que fueron más breves, y aunque la caída del mercado doméstico fue rápida, enseguida se recuperó; por eso no creo que la teoría de "me dedico a exportar y en cuanto pueda lo dejo" ahora tenga tanto sentido.

La mentalidad está cambiando en las empresas españolas; son seis años de crisis y muchas empresas son ya conscientes de que exportar ya no es algo que alguien hace mientras el mercado doméstico está en crisis, sino que es algo que hay que hacer con carácter permanente.

También está cambiando el perfil de los directivos. Cada vez más personas que se incorporan a la actividad internacional entienden que no tiene mucho sentido saltar al exterior y luego volver. Esta crisis tiene muchos aspectos negativos, pero también algunos positivos, como

el cambio de muchas empresas en la forma de afrontar la actividad. Por eso, va a ser mucho menor el porcentaje de empresas que decidan desmantelar su actividad internacional cuando la crisis termine.

¿La pequeña o mediana industria está repatriando capacidad productiva a España, o se mantiene fuera?

Hay algún sector que está repatriando cierta capacidad productiva, por ejemplo, los Centros de Atención Telefónica, pero el resto no. Además, las políticas de internacionalización y de apertura de capacidad productiva fuera son compatibles con las políticas de atracción de capital extranjero hacia España.

¿Cómo participa ICEX para atraer inversiones extranjeras hacia España?

ICEX ha absorbido la sociedad estatal Invest in Spain, que ahora es una Dirección General de este organismo. Esta integración tiene mucho sentido porque hay aspectos de la internacionalización muy vinculados a la atracción de inversión extranjera. En el caso del sector del auto-

móvil es muy evidente, pero hay otros ejemplos. A través de esa Dirección, desarrollamos una política muy activa de captación de inversiones. Por un lado, realizamos una labor horizontal muy importante en la que explicamos que España es un país atractivo para la inversión extranjera, con índices de competitividad, en fin, que nuestro país salga lo mejor reflejado posible en todos esos *rankings*; y luego hay dos departamentos exclusivamente encaminados a conseguir que proyectos concretos vengan a España. Y algunos van saliendo, no hacen mucho ruido, pero van saliendo.

¿Qué volumen de inversiones ha podido captar ICEX?

Es muy difícil dar este dato. Hay un volumen importante de inversión que viene a España en la que ICEX ha intervenido, pero decir que ha sido gracias a ICEX, no me atrevo a tanto. Las cifras de inversión extranjera en España se han recuperado mucho. El año pasado captamos más de veinte mil millones de euros de inversión, una cifra muy por delante de Alemania, Francia, Italia y Reino Unido.

Son seis años de crisis y muchas empresas son ya conscientes de que exportar ya no es algo que alguien hace mientras el mercado doméstico está en crisis, sino que es algo que hay que hacer con carácter permanente

ICEX, la ventanilla única

A finales de 2011, ICEX se convirtió en entidad pública empresarial, con nuevos órganos de Gobierno, nueva contabilidad y procesos de gestión. Pero, para su presidente, esto no es lo más relevante. "Lo más importante es que ICEX se está convirtiendo en la ventanilla única de la internacionalización".

ICEX España Exportación e Inversiones, el nuevo nombre de la sociedad, ha absorbido las funciones de Invest in Spain, la sociedad estatal encargada de atraer inversiones a España, y el proceso está abierto para integrar parte de otra sociedad, Expansión Exterior, y la totalidad de CECO, fundación dedicada a la formación en Comercio Exterior; todas ellas dependientes de la Secretaría de Estado de Comercio.

De esta forma, ICEX pasará a desempeñar las funciones de los organismos que se integran: la promoción de la exportación y de la inversión de empresas españolas en el exterior, la formación de profesionales de comercio exterior, y la atracción y promoción de la inversión extranjera en España.

La "ventanilla" estará abierta en toda España, con representación en cada provincia, y en ella también estarán integradas entidades de otros ámbitos, por ejemplo, COFIDES, sociedad público-privada que se dedica a hacer capital riesgo internacional; CESCE, cuya actividad es el Seguro de Crédito a la Exportación; ICO, etc. Esto es muy importante, porque así las empresas podrán encontrar, en un único punto, la información y el asesoramiento sobre los servicios de internacionalización que necesiten, con independencia de quién sea el prestador.



entrevista a

Nikos Antimissaris

Consejero – Director General MAPFRE ASISTENCIA
Madrid – España



Contact center de MAPFRE ASISTENCIA en China

Nikos Antimissaris, griego de nacimiento, cursó la Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad de Lieja (Bélgica), vinculándose a España el último año de universidad, al estudiar entre 1992 y 1993 en la Universidad de Valladolid (España) dentro del programa europeo ERASMUS. Completó su formación académica con el MBA del Instituto de Empresa *Business School*, de Madrid (España). Además del griego, domina el inglés, el francés y el español.

Su carrera profesional se inició en 1994 en su país natal con MAPFRE ASISTENCIA, como Director General de la Unidad de Negocio de Grecia. En 2001 fue trasladado a los Servicios Centrales en Madrid para dirigir el negocio del área geográfica de Europa y Oriente Medio. En 2004 fue promocionado a Subdirector General de la entidad y desde 2006 ostenta el cargo de Consejero Director General de MAPFRE ASISTENCIA.

“MAPFRE ASISTENCIA aporta una solución integral a sus socios aseguradores que incluye, no sólo la suscripción del riesgo (por la vía del reaseguro), sino también toda la infraestructura operativa para la tramitación de los siniestros y la prestación de los servicios.”

Nikos Antimissaris habla siempre en primera persona del plural porque siente que alcanzar en 2013 un volumen de ingresos de mil cien millones de euros es una labor de los seis mil empleados de MAPFRE ASISTENCIA desde los cuarenta y cinco países en que está presente. Afrontan el futuro de un mercado global con la innovación y las nuevas tecnologías como aliados, para ofrecer a sus socios y asegurados en el mundo de la Asistencia un gran valor añadido y las soluciones adecuadas para cada caso.

“Your life. Our world”. Tu vida. Nuestro Mundo. Así se dirige hoy MAPFRE ASISTENCIA a sus clientes para mostrar su vocación de servicio. Si se creó en 1990, ¿cómo ha evolucionado desde entonces su plan de negocio?

En realidad, el concepto de “Asistencia” en MAPFRE empezó en 1986 cuando se creó el departamento de Asistencia en el seno de MAPFRE MUTUALIDAD que, por aquel entonces, era la entidad del Grupo especializada en el Seguro de Automóviles. El objetivo inicial era cubrir las necesidades internas de MAPFRE, que en aquel momento ya era la aseguradora de automóviles líder en España, y la primera en incluir la cobertura de “Asistencia en Carretera” como un servicio de valor añadido en todas

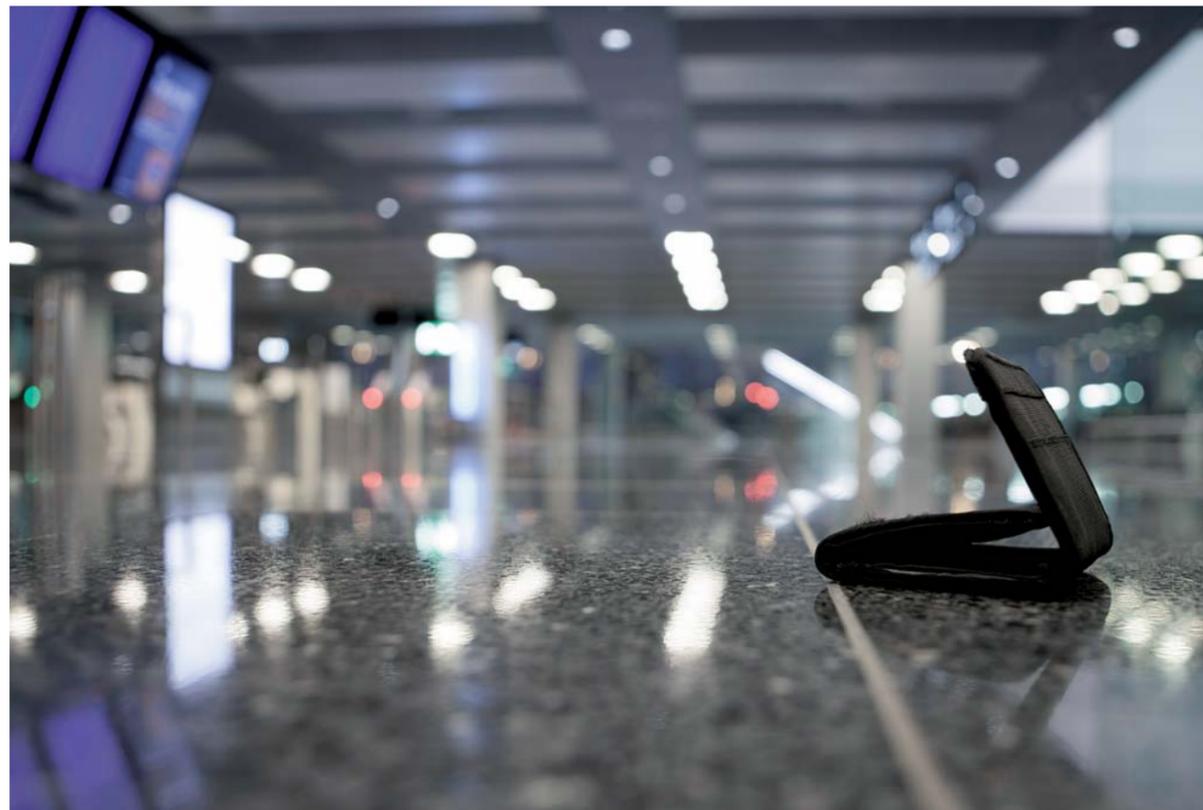
sus pólizas de seguros de autos.

En 1990, el Grupo MAPFRE decidió convertir la actividad de Asistencia en una línea de negocio para desarrollarla a nivel internacional, dotándola de una estructura propia y un equipo de gestión con dedicación exclusiva. Fue entonces cuando se creó en España MAPFRE ASISTENCIA Compañía Internacional de Seguros y Reaseguros S.A. como compañía monoproducto orientada a la Asistencia al Viajero a través de la Asistencia en Carretera y la Asistencia Médica. Rápidamente se abrió la operación de Portugal, así como filiales en distintos países de Latinoamérica.

En paralelo, basándose en su clara vocación de servicio y su espíritu innovador, MAPFRE ASISTENCIA empezó, rápidamente, a diver-



Centro médico en República Dominicana



InsureandGo

Se trata de una adquisición de gran calado estratégico para MAPFRE ASISTENCIA. InsureandGo es el mayor distribuidor *on-line* de Seguros de Viaje en el Reino Unido, el mercado más importante del mundo de este tipo de seguros. Cada año comercializa, aproximadamente, dos millones y medio de pólizas de seguros de viaje a través de su plataforma *on-line*.

Esta adquisición, realizada en 2010, aportó a MAPFRE ASISTENCIA un profundo conocimiento en la distribución de seguros *on-line* que ahora ponemos a disposición de nuestros partners a nivel mundial. De hecho, desde la adquisición de InsureandGo, hemos lanzado operaciones *on-line* que distribuyen hoy distintos tipos de seguros en más de diez países.

<http://www.insureandgo.com/>

Si un asegurado solicita un servicio, aunque para nosotros sea un trabajo cotidiano, puede representar para el asegurado una situación de estrés y de angustia. La mejor forma de darles respuesta es ponernos en su piel en los momentos difíciles

sificar sus actividades con el lanzamiento de nuevos productos y servicios. Gracias a todo ello, hoy tenemos una compañía que podríamos definir como "multiproducto/multiservicio" con presencia física en los cinco continentes. Nuestro día a día consiste en aportar soluciones a una gran variedad de necesidades de nuestros asegurados. Somos muy conscientes de que cuando un cliente solicita un servicio, aunque para nosotros sea un trabajo cotidiano, puede representar para el asegurado una situación de estrés y de angustia. La mejor forma de darles respuesta es ponernos en su piel en los momentos difíciles. De allí nuestro lema "Your Life. Our World".

A finales de 2012, MAPFRE ASISTENCIA era ya la cuarta aseguradora mundial de Asistencia por volumen de ingresos, ¿qué otras magnitudes la definen?

Esperamos cerrar el año 2013 con unos mil cien millones de euros de ingresos y con un crecimiento superior al veinticinco por ciento respecto al año anterior. Si conseguimos este objetivo, pasaremos a la tercera posición del *ranking* mundial, ya que el ritmo de crecimiento

de nuestros competidores directos es claramente inferior. Este desarrollo se ha acompañado de unas excelentes ratios de rentabilidad con un ROE superior al 15 por ciento y un ratio combinado del 93,8 por ciento. Tenemos presencia directa en cuarenta y cinco países, y desarrollamos negocio en más de ochenta mercados, todo ello con una plantilla de unos seis mil empleados.

Internacionalizar o, más bien, globalizar un modelo de negocio, implica no sólo hablar idiomas, sino conocer en profundidad la idiosincrasia de la sociedad de cada país donde se va a trabajar para poder adoptar y adaptar con éxito. ¿Cómo esquematizaría la estrategia de implantación en un país nuevo?

Durante la primera década de desarrollo de MAPFRE ASISTENCIA, la expansión internacional se basó exclusivamente en una estrategia de crecimiento orgánico con creación de *start-ups*, fundamentalmente en mercados poco desarrollados y, muchas veces, a través de *joint ventures* con aseguradoras locales en cada país. A partir del año 2000, hemos combinado el crecimiento orgánico con algunas adquisiciones,

fundamentalmente en Europa y Norteamérica. Hoy seguimos explorando nuevos mercados, y estamos abiertos a todas las posibilidades, en función de las oportunidades que se presenten.

El mundo de la Asistencia es muy amplio, ¿podría agrupar los sectores en los que trabajan?

El negocio de Asistencia, en sentido amplio, sigue siendo la actividad principal de la compañía. Sin embargo, en los últimos años, y siguiendo una clara estrategia de diversificación, MAPFRE ASISTENCIA ha desarrollado también una segunda línea de negocio que denominamos internamente "Riesgos Especiales". Incluye productos de seguros de nicho, como Garantías, Extensión de Garantías de todo tipo de equipo, Seguros de Avería Mecánica, *GAP Insurance*, seguros de protección de pagos o de protección de ingresos en caso de accidente, enfermedad o desempleo, seguros ligados a tarjetas de crédito o *affinity cards*, entre muchas otras opciones. Desde el punto de vista de *marketing*, los productos y servicios de la línea de Asistencia se presentan bajo la marca MAPFRE ASSISTANCE, mientras que los de la línea de Riesgos Especiales se presentan bajo la marca MAPFRE WARRANTY.

Hoy trabajamos con más de mil seiscientos socios corporativos en todo el mundo. Aproximadamente la mitad son aseguradoras y, en general, resultan ser los principales actores en cada uno de los mercados en los que operamos. Las aseguradoras que colaboran con nosotros tienen acceso a una amplia gama de productos y servicios para sus carteras de asegurados de líneas personales (automóviles, hogar, salud, vida). Adicionalmente, intentamos ampliar nuestra colaboración ofreciendo productos específicamente diseñados para otros sectores, como el de la Automoción, el sector Financiero (bancos minoristas o financieras de consumo), la industria del Turismo, el sector de la gran distribución o las compañías de suministros, entre otras.

Si las compañías de seguros constituyen actualmente el grueso de clientes, ¿qué valor añadido les puede ofrecer MAPFRE ASISTENCIA?

MAPFRE ASISTENCIA aporta una solución integral a sus socios aseguradores que incluye, no sólo la suscripción del riesgo (por la vía del reaseguro), sino también toda la infraestructura operativa para la tramitación de los siniestros

MAPFRE ASISTENCIA aporta una solución integral a sus socios aseguradores que incluye, no sólo la suscripción del riesgo (por la vía del reaseguro), sino también toda la infraestructura operativa para la tramitación de los siniestros y la prestación de los servicios



Se trata, en definitiva, de apoyar a las aseguradoras ofreciéndoles nuevas vías de obtención de importantes ventajas competitivas

tros y la prestación de los servicios. Nuestro objetivo consiste siempre en ayudar a nuestros socios buscando beneficios directos y/o indirectos para ellos. Directos, a través de la generación de nuevas fuentes de ingresos o de reducción de costes (a través de los servicios de apoyo a la gestión de los siniestros, reducción de fraude, etc.); e indirectos, gracias a la fidelización de su cartera y la diferenciación respecto a la competencia, por ejemplo. Eso permite beneficiarse a nuestras cedentes de las múltiples ventajas de la comercialización de nuestros productos aprovechando el conocimiento y la experiencia acumulada a nivel internacional por parte de MAPFRE ASISTENCIA sin, por otro lado, tener que asumir riesgos, ni invertir en la infraestructura necesaria. Se trata, en definitiva, de apoyar a las aseguradoras

ofreciéndoles nuevas vías de obtención de importantes ventajas competitivas.

¿De qué productos y servicios concretos para las aseguradoras estaríamos hablando?

Tenemos dos tipos de productos: a) los que se ofrecen a los asegurados como un valor añadido a productos tradicionales, por ejemplo la Asistencia en Carretera como cobertura adicional del seguro de automóviles, la Asistencia en el Hogar como parte del seguro de Hogar, o la Asistencia Médica Internacional como parte del de Salud; y b) los que se comercializan de forma independiente (*stand-alone*) como el Seguro de Viaje, el Seguro de Protección de Pagos de un préstamo, Seguro de Extensión de Garantía para vehículos nuevos, Seguro de Avería Mecánica para vehículos de ocasión o el

“Think globally - Act locally”

MAPFRE ASISTENCIA, al igual que la mayoría de las grandes multinacionales, está estructurada en forma piramidal: unos Servicios Centrales, seis Direcciones Regionales y cuarenta y cinco Unidades de Negocio.

Los **Servicios Centrales**, además de las tareas propias de un *holding*, tienen como misión principal definir la estrategia de la compañía y garantizar su correcta ejecución. Además, se responsabilizan de la definición de políticas y procedimientos; la creación y evolución de las herramientas tecnológicas; el diseño de nuevos productos y servicios; la formación; la transferencia de conocimiento, y los grandes proyectos que incluyen, entre otros, alianzas estratégicas y adquisiciones. Los Servicios Centrales no están involucrados directamente en el negocio día a día; sus funciones se centran más en el medio y largo plazo.

Las **Direcciones Regionales** son el nexo de unión entre las Unidades de Negocio y los Servicios Centrales. Su misión principal consiste en llevar a cabo el control de las operaciones y garantizar el soporte adecuado a las Unidades de Negocio. Son la extensión de los Servicios Centrales a nivel regional y local y, al mismo tiempo, actúan como el

portavoz de las Unidades de Negocio hacia los Servicios Centrales, lo cual permite captar bien sus necesidades y detectar las oportunidades de negocio. Las Direcciones Regionales tienen un elevado grado de autonomía y responsabilidad directa sobre la cuenta de resultados de sus respectivas regiones. Las Direcciones Regionales son: a) Europa Norte, b) Europa Sur, Oriente Medio y África, c) Reino Unido, d) Latinoamérica, e) Norteamérica y f) Asia-Pacífico.

Por último, las cuarenta y cinco **Unidades de Negocio** son las responsables del desarrollo del negocio en cada mercado, y de la gestión operativa del día a día; y se encargan de la prestación de los servicios a los asegurados.

Esta estructura ha permitido ofrecer el apoyo necesario a los proyectos de medio y largo plazo, sin perder el control de las operaciones cotidianas. También ha sido posible dotar a la organización de la flexibilidad necesaria para actuar rápidamente y para adquirir el conocimiento local que exige el desarrollo del negocio en mercados tan diferentes.

En MAPFRE ASISTENCIA tenemos muy interiorizado el concepto “*Think globally - Act locally*”.

Seguro de Protección de tarjetas de crédito. Los productos más novedosos lanzados últimamente son el Seguro de Avería Mecánica como valor añadido del Seguro de Automóviles, los Seguros para *smartphones* y tabletas, y Asistencia para Bicicletas, entre otros.

Tal y como lo ha descrito, se desarrolla una relación con los clientes, interactuando de forma que llegan a ser socios o partners conociendo profundamente los respectivos modelos de negocio. ¿Recibe MAPFRE ASISTENCIA una retroalimentación de sus clientes, solicitando modificaciones a los productos o, incluso, servicios a medida?

Cada vez que MAPFRE ASISTENCIA inicia operaciones en un nuevo mercado, aporta su saber-hacer, y la experiencia acumulada durante los

últimos veinticinco años en países muy diversos en los cinco continentes. Se trata, sin duda, de un activo intangible de gran importancia que ponemos a disposición de nuestros *partners*. Sin embargo, también somos conscientes de que cada mercado tiene sus particularidades y, por eso, intentamos siempre ser muy flexibles para poder ofrecer una solución a medida para cada caso. Una de las habilidades que hemos desarrollado a lo largo de los años es la de saber escuchar al cliente, y eso es lo que nos ha permitido tener éxito en mercados muy diferentes en cuanto a cultura, dimensión, grado de desarrollo y comportamientos del consumidor.

Viajar por negocios o placer y hacer turismo se han convertido actualmente en actividades mucho más frecuentes que hace veinte años. ¿Cómo

En términos generales, los bancos y entidades financieras han pasado de ser clientes a convertirse en importantes distribuidores de los productos de seguros que ofrecemos

contribuye MAPFRE ASISTENCIA a suavizar los problemas que surgen en estas situaciones, a veces, muy graves y con gran carga emocional?

Nuestros productos y servicios dirigidos al viajero tienen como objetivo ayudarle en momentos de dificultad durante sus desplazamientos, sea cual sea el medio que utilice, su destino o el motivo de su viaje. Puede tratarse de casos relativamente sencillos, como la pérdida del equipaje por la compañía aérea, la inmovilización del vehículo por problemas con la batería o el envío del médico al hotel en caso de enfermedad; hasta casos muy complejos tras un accidente, que pueden suponer la hospitalización del asegurado, su traslado en un avión sanitario o, a veces, situaciones muy tristes como la repatriación de un fallecido después de un accidente o enfermedad durante el viaje.

Es cierto que la forma de viajar ha cambiado, sobre todo desde la aparición de las compañías aéreas *low-cost*. Y eso nos ha obligado a adaptar nuestros productos y a buscar nuevos canales de distribución. Sin embargo, los problemas a los que se enfrentan los viajeros no han cambiado tanto, son los mismos que hace diez o veinte años.

El sector financiero es ya un gran aliado para las compañías de seguros, ¿qué formulas han

encontrado para ofrecer los productos y cuáles son los de mejor aceptación?

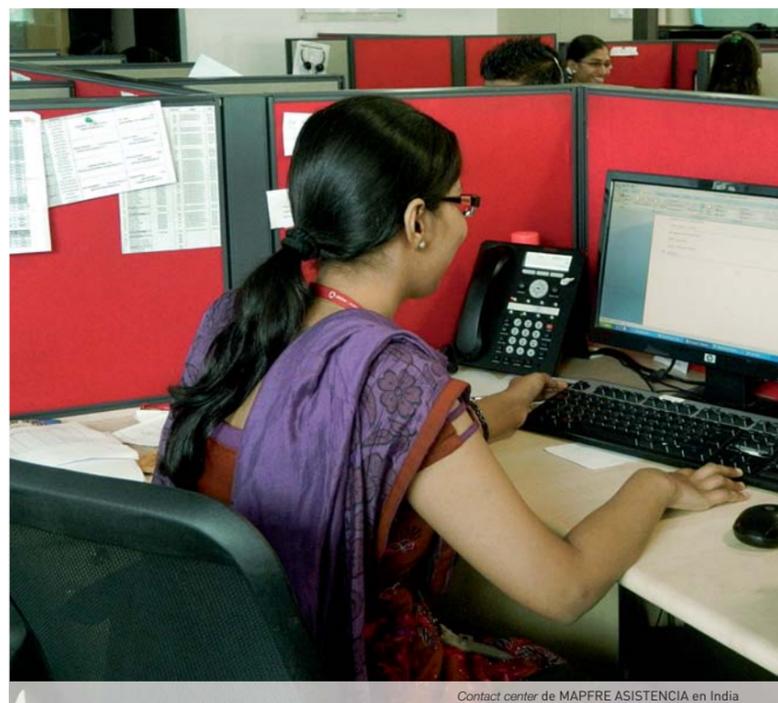
Hace veinte años, nuestra oferta para el sector financiero, se limitaba al seguro de Asistencia en Viaje para los titulares de tarjetas de crédito. Hoy la situación es muy distinta. Tenemos un gran abanico de productos y servicios específicamente diseñados para enriquecer la oferta del propio banco: Asistencia en Carretera o Garantía Mecánica como parte de la financiación para la compra de un vehículo, Asistencia Hogar como complemento de un crédito hipotecario, extensión de Garantía para electrodomésticos comercializada junto con la financiación al consumo, por ejemplo. En términos generales, los bancos y entidades financieras han pasado de ser clientes a convertirse en importantes distribuidores de los productos de seguros que ofrecemos.

Dada la dimensión global de las operaciones de MAPFRE ASISTENCIA en todo el mundo y durante las veinticuatro horas del día, los desarrollos tecnológicos para la gestión de la información y las comunicaciones son los más avanzados y fiables. ¿Cómo se estructuran?

Todas las aplicaciones informáticas que utilizamos se han desarrollado internamente, a medida de nuestras necesidades. Desde el punto de vista de las infraestructuras, todas nuestras operaciones están respaldadas a distancia por dos Centros de Procesos de Datos, en Madrid y Miami, que a su vez se respaldan entre sí para garantizar la continuidad de las operaciones en caso de contingencia. Nuestros *Contact Centers* operan 24 horas los 365 días del año, con una tecnología de última generación que permite el respaldo entre ellos en caso de picos de actividad o situaciones de fuerza mayor.

Pareciera que se va cerrando el círculo, pero ¿hacia dónde se dirige la MAPFRE ASISTENCIA de los próximos diez años?

Es muy difícil prever lo que va a pasar dentro de diez años en un mundo tan cambiante. En cualquier caso, yo confío en que, para entonces, MAPFRE ASISTENCIA habrá superado los dos mil millones de euros de facturación, seguirá siendo una compañía que ofrezca una excelente rentabilidad para sus accionistas y habrá conseguido combinar el crecimiento con el adecuado grado de diversificación entre las dos líneas de negocio y un adecuado equilibrio territorial, con una presencia mucho más fuerte en Norteamérica y Asia respecto a la situación actual.



Contact center de MAPFRE ASISTENCIA en India

agenda

CURSO ORGANIZADO POR FUNDACIÓN MAPFRE

Denominación del curso	Modalidad	Fecha
Reaseguro	E-learning	Por definir

Contenidos actualizados en www.mapfrere.com

 **MAPFRE** | RE
Paseo de Recoletos, 25
28004 - Madrid
España

www.mapfrere.com

