


«Todavía hay mucha capacidad y competencia en el mercado de los Seguros de Aviación»





«En este negocio nada sigue siendo igual. Es un mercado en constante cambio», dice Nick Brown. Para el CEO de Global, experiencia y credibilidad son dos de las claves para alcanzar el liderazgo en Seguros de Aviación. MAPFRE Empresas subía a bordo de este 'pool' el pasado 1 de enero y «creo que va a aportar mucho a nuestro grupo», manifiesta Brown.

NICK Brown

CEO DE GLOBAL AEROSPACE UNDERWRITING MANAGERS LTD.

Texto: ALICIA OLIVAS
Fotos: ALBERTO CARRASCO

Global Aerospace Underwriting Managers Ltd. es líder en el mercado internacional de Seguros de Aviación ¿Cómo se consigue el liderazgo en este sector? Y más aún, ¿cómo se consigue mantenerlo?

Tenemos un largo historial. Llevamos más de 80 años en este negocio, en Estados Unidos y en Europa. Por eso, una de las primeras cosas que hay que tener en cuenta es que no se consigue llegar a esta posición de un día para otro. Vas creciendo sobre la experiencia y la práctica que desarrollas. En segundo lugar, lo realmente importante en este tipo de negocio es la credibilidad, sobre todo en el tema de siniestros, porque es el tipo de industria en el que pueden ocurrir siniestros muy, muy graves, tanto en términos de pérdida de vidas como económicos.

Además, estos siniestros son casi siempre complejos. Para empezar, cuando sufres un accidente que implica a una compañía aérea importante, probablemente se tratará de un vuelo internacional y habrá que trabajar con distintas jurisdicciones, dependiendo de dónde sean los pasajeros, sus domicilios, el destino del vuelo. Después, si a esto se suman las demás partes implicadas en cualquier accidente, ya sean los aeropuertos, los controladores del tráfico aéreo, los fabricantes de aviones, los mecánicos en tierra, etcétera, enseguida se observa que los litigios pueden ser muy complejos, con muchos abogados, muchos querellantes, muchas jurisdicciones. Si no estás acostumbrado a manejar este tipo de situaciones, y si no cuentas con un equipo con la experiencia y capacidad para hacerse cargo de estas situaciones complejas, entonces no vas a poder hacer un buen trabajo como director.

Al final, lo que buscan nuestros clientes es la calidad de nuestro personal en cuanto a experiencia y la amplitud y seriedad de nuestros recursos para responder a este tipo de situaciones. En cuanto a la segunda pregunta, «¿Cómo se consigue

«LO REALMENTE IMPORTANTE EN ESTE TIPO DE NEGOCIO ES LA CREDIBILIDAD, SOBRE TODO EN EL TEMA DE SINIESTROS»

mantener el liderazgo?», la respuesta es la misma: no lograremos mantenerlo si no tenemos el personal adecuado y si no sabemos aprovechar al máximo el talento en nuestro grupo. Tenemos que demostrar que somos el equipo en el que nuestros clientes pueden confiar.

DIVERSIFICAR, COMO MODELO DE GESTIÓN

Es una actividad, sin duda, exigente. Por otro lado, 2009 no está resultando un año fácil. ¿Cuáles son sus previsiones, en cuanto a resultados, para finales del ejercicio?

Bueno, en realidad, desde el punto de vista de las líneas aéreas de nuestra cartera, diría que 2009 ha sido el peor año desde 2001. Evidentemente, han tenido lugar algunos siniestros importantes. Empezamos el año con el accidente de Colgan Air en Buffalo, en Estados Unidos. Aunque el número de personas afectadas no fue tan grande, el marco legal estadounidense y el perfil de los pasajeros implicados hicieron que fuera un siniestro muy caro, en términos económicos.

Le siguió muy de cerca el accidente de Air France, que probablemente será el mayor siniestro del año. Además, fue el primero, desde 2001, del tipo de lo que llamamos «un avión de fuselaje ancho», por lo menos el primero de gran trascendencia. Después, sólo una semana más tarde, se produjo el accidente de Yemenia Air, en las islas Comores. Hemos tenido que afrontar una serie de grandes siniestros, pero también hemos asumido otros siniestros de menor dimensión, de los que no salen en las portadas de la prensa.

En general, ha sido un año malo para nuestra cartera de líneas aéreas. No obstante, uno de los puntos fuertes de nuestro modelo de negocio es que tenemos una gran diversificación de nuestra cartera de riesgos en el sector aeronáutico y

aeroespacial, además de una gran diversificación geográfica. De esta forma, aunque la parte aeronáutica de la cartera parezca muy mala, afortunadamente este año la experiencia de siniestros en las otras líneas de nuestra actividad ha sido mucho mejor, por lo que tengo mucha confianza en que, a finales de año, el resultado general dará beneficios. Todavía no puedo decirlo con total seguridad, pero espero que así sea.

MAPFRE Empresas se unió a Global el pasado 1 de enero. ¿Cómo valora su incorporación?

Estoy absolutamente encantado de que MAPFRE haya subido a bordo, porque complementa extraordinariamente bien nuestro grupo. Gran parte del valor de nuestro modelo de negocio consiste en contar con una diversidad de capital que ofrecer a nuestros clientes, y, además, tener un equilibrio entre diversos puntos de vista, y criterios culturales y financieros.

Entre nuestros miembros, figuran una compañía norteamericana (Berkshire Hathaway), otra centroeuropea (Munich Re) y un par de japonesas (Tokio Marine y Mitsui Sumitomo). Evidentemente, MAPFRE aporta un saber europeo meridional y también una presencia latinoamericana muy importante, por lo que complementa muy bien nuestro grupo.

Conocemos muy bien a la 'gente' de MAPFRE porque hemos trabajado con ellos en negocios importantes en España –como es el caso de Iberia– y tenemos un acuerdo de colaboración en Latinoamérica para actividades generales de Aviación, que ha sido un éxito. Por eso estamos muy a gusto trabajando con MAPFRE y creo que va a aportar mucho a nuestro grupo.

¿Cuál es el funcionamiento de Global?

Global es la compañía gestora del grupo. En el día a día funciona con independencia de los

«TENEMOS UNA CARTERA MUY PEQUEÑA DE EMPRESAS, PERO CON VALORES EXTRAORDINARIAMENTE ALTOS»

miembros del grupo: nosotros tomamos las decisiones de selección de riesgos, gestionamos las reclamaciones... Donde los miembros del grupo tienen una aportación importante es en la formulación del plan anual de negocio. Es decir, hay una auténtica independencia de acción en los asuntos normales, pero una colaboración muy estrecha en cuanto a la estrategia general y a la aprobación del plan de negocio.

MÁS DE 300.000 AVIONES COMERCIALES

¿Cuántos aviones, comerciales y de aviación general, hay en el mundo?

Aproximadamente, en el mundo hay algo más de 300.000 aviones comerciales, pero la inmensa mayoría son aviones relativamente pequeños, los que denominamos aviones ligeros, del tipo de aviones privados. Una enorme cantidad de ellos están en Estados Unidos, donde los vuelos privados son mucho más corrientes que en Europa, y, sobre todo, mucho más habituales que en lugares como Asia, donde realmente no son nada corrientes.

Pero si nos referimos sólo a los aviones de las compañías comerciales, actualmente vuelan menos de 20.000. El valor del casco de cada avión es de unos 300 millones de dólares, pero se firman pólizas de Responsabilidad Civil de unos 2,25 millones de dólares. Y con un solo avión se corren riesgos de hasta 2.500 millones.

Me gusta comparar este negocio con otros mercados, como el del Seguro del Automóvil. En el Reino Unido hay unos 20 millones de pólizas de Autos y su valor máximo se mide en decenas de miles de libras. Si comparamos esos 20 millones y su valor, con los 20.000 aviones y su valor enseguida vemos que el negocio de la Aviación es mucho más volátil y arriesgado que el del Automóvil, que es mucho más previsible. Ésa es, en definitiva, una de las características distintivas de

nuestro negocio: tenemos una cartera muy pequeña de empresas con las que trabajamos, pero con valores extraordinariamente altos.

***La evolución tecnológica no tiene límites.
¿Quién conduce, hoy, los aviones, los pilotos o las máquinas?***

Es cierto. Los aviones son muy capaces de volar por sí solos. De hecho, muchos aviones, particularmente los que se utilizan con fines militares, los aviones-espía, aviones de observación aérea para vigilancia de oleoductos y cosas así, vuelan solos. Pero creo que a muchos pasajeros no les gustaría subirse a un avión que no llevara piloto.

Aunque el trabajo actual de los pilotos es bastante anodino, ya que durante la mayor parte del vuelo se limitan a controlar los sistemas, en realidad, su presencia es muy valiosa cuando durante el vuelo empiezan a pasar cosas fuera de lo normal. Si el sistema empieza a fallar, si se presenta un fenómeno atmosférico anormal o si hay que tomar una decisión como dirigirse a otro aeropuerto o rodear un sistema nuboso, entonces es cuando se necesita en la cabina un profesional que sepa pilotar.

Por eso la mayoría de los pilotos pasan varias horas al año en simuladores, porque hoy los aviones son tan fiables que, en la cabina de vuelo, pilotan muy poco. En el simulador practican las situaciones en las que ocurre algo inusual, como la parada de un motor, que el tren de aterrizaje no se despliegue o cualquier fallo que pueda ocurrir. Entonces es cuando quieres que el hombre o la mujer que tiene los mandos del avión sepa realmente lo que hay que hacer para que el vuelo acabe bien.

Entonces, ¿se puede simular, por ejemplo, el aterrizaje en un río, como el que tuvo lugar en el río Hudson, en enero pasado?

Ése fue un ejemplo absolutamente soberbio de pilotaje. Podemos preguntarnos: «¿Y si hubie-

«LA PRESENCIA DEL PILOTO ES MUY VALIOSA CUANDO DURANTE EL VUELO EMPIEZAN A PASAR COSAS FUERA DE LO NORMAL»

ra sido una máquina, qué habría hecho?» Las decisiones se tomaron rápidamente. No sé si habrán tenido ocasión de escuchar la cinta de las conversaciones entre los controladores aéreos y el piloto en este incidente. Él dice: «Vaya, tengo un problema, vuelvo a La Guardia, no tengo motores». Ellos le dicen: «Bien, vuelve a La Guardia». Entonces el piloto contesta: «Necesito una alternativa porque no voy a poder llegar a La Guardia», y ellos le responden: «Vale, puedes ir a Teterboro y aterrizar en la pista uno». El piloto replica: «No puedo», y los controladores le dicen: «Entonces, ¿qué pista de Teterboro quieres?». El piloto: «No puedo ir a Teterboro, voy al río, voy al Hudson». Y los controladores exclaman: «¡Qué! ¡Qué!». Pero todo muy frío, como sí tal cosa. El piloto tomó su decisión, porque sabía que si hubiera ido a Teterboro, probablemente habría caído antes de llegar... Ésa es exactamente una de las situaciones en las que cualquiera quiere contar con alguien que sepa lo que está haciendo.

REVOLUCIÓN EN LOS VIAJES

Otra cuestión son las 'low cost'.

¿Qué opina de estas compañías? ¿Podrá haber aviones con todo el pasaje volando de pie, en el futuro?

Las compañías *low cost* han revolucionado los viajes. Tengo un hijo de 19 años y no recuerdo que, cuando tuviera su edad, pudiera permitirme volar. Si quería ir a algún sitio, tenía que hacer autostop o tomar un autobús, o quizás un tren; pero volar estaba absolutamente fuera de mi alcance. Ahora se puede volar por unos pocos euros, y eso ha cambiado totalmente el estado de las cosas, en términos de ampliar la oferta a nuevos estratos de la sociedad.

Por incómodos que sean los asientos, por apretados que vayamos, si el vuelo dura una, dos horas, ¿eso qué importa? Para los vuelos a corta



distancia, el futuro son las *low cost*. Aunque no creo que lleguen a tener pasajeros volando de pie. Eso no va a suceder. En mi opinión, seguirán volando sentados. Pero, realmente, esas compañías van a seguir, son el futuro.

También las grandes aerolíneas que sirven a los ejecutivos en vuelos de larga distancia van a continuar, porque estos pasajeros seguirán demandando un poco más de comodidad que la que ofrecen las *low cost*, sobre todo si viajan regularmente en vuelos de diez o doce horas y cuando llegan a su destino tienen una reunión. El mercado va a seguir polarizándose entre el producto de alta calidad para largas distancias y el vuelo *low cost* para cortas. Habrá también algún *low cost* para larga distancia, pero no es probable que este tipo de vuelos desplace al más tradicional.

¿Cuál es la situación actual de la industria aeroespacial? ¿Cuántos satélites, civiles y militares, se lanzan cada año? ¿Están todos asegurados?

La industria aeroespacial es muy interesante. Si miramos su lado más comercial, sobre todo en el mundo de las telecomunicaciones, el plazo entre la obtención de financiación y el lanzamiento del proyecto es muy largo. Estamos hablando de, al menos, un periodo de cinco años. Por tanto, el efecto de la crisis financiera no se ha notado en este mercado. Primero, porque la financiación ya estaba ahí desde hacía mucho tiempo y, segundo, porque sigue existiendo una fuerte demanda, y cada vez mayor, de teléfono, televisión, banda ancha... En general, es un mercado con buena salud.

Evidentemente, hay dos formas de aprovechar el espacio. Una es de tipo comercial o cuasi-comercial y está formada por los satélites meteorológicos, los que buscan recursos naturales o cosas parecidas. Otro tipo de aprovechamiento es el que emplean los satélites militares, especialmen-



«LOS SATÉLITES MÁS IMPORTANTES QUE NOSOTROS ASEGURAMOS SON LOS COMERCIALES QUE GIRAN EN ÓRBITA GEOESTACIONARIA»

te utilizados para el espionaje. Hay, por tanto, dos mercados muy diferentes.

Los satélites más importantes que aseguramos son los comerciales que giran en órbita geoestacionaria. De este tipo aseguramos entre 15 y 20 al año, dependiendo de cómo vayan las cosas. Los que giran en órbitas más bajas suelen tener un menor precio y, por tanto, las sumas aseguradas son mucho menores. Por otra parte, la mayoría de los satélites militares no se aseguran, porque contienen información y tecnología secreta. Para poder asegurarlos, tenemos que conocer los detalles técnicos del satélite, y las agencias de información estatales no van a contarnos nada sobre su último satélite espía, por lo que no desarrollamos mucho negocio en el sector militar. El mayor vo-



lumen de negocio en los seguros espaciales son los lanzamientos de satélites geosíncronos, de telefonía, de televisión, etcétera.

CRISIS, ESPECIALIZACIÓN Y COBERTURA

¿Cómo está afectando la crisis de la industria de la aviación al sector asegurador?

Evidentemente, ha tenido un efecto de retroceso sobre el negocio, porque ‘menos pasajeros’ equivalen a ‘menos vuelos’, lo que a su vez supone menos generación de negocio para nosotros, en términos muy generales. Por otro lado, algunos fabricantes, sobre todo los de aviones comerciales, y de éstos los más pequeños, han visto caer espectacularmente sus ingresos.

**«EN GENERAL,
LA CRISIS HA
TENIDO UN
EFECTO
AMORTIGUADOR
EN EL VOLUMEN
DE NEGOCIO»**

Pero el hecho de que este año los pequeños fabricantes no entreguen aviones no quiere decir, en realidad, que se reduzcan nuestros riesgos, ya que el producto que fabricaron hace dos, tres, cuatro o cinco años todavía está ahí y pueden producirse siniestros. En consecuencia, por este lado del negocio –los fabricantes– no ha habido una gran caída. Pero, en general, la crisis sí ha tenido un efecto amortiguador en el volumen de negocio.

¿Considera que la especialización es la base en el negocio de Seguros de Aviación?

Aunque yo no trabajara en una empresa especializada en Seguros de Aviación, mi respuesta también sería afirmativa. Es un mercado muy, muy pequeño; un riesgo muy complejo, un negocio de alto riesgo... Y, en realidad, no tiene sentido abordarlo de otra forma que no sea la especialización. La única manera sensata de gestionar los Seguros de Aviación es centralizarlos como una línea de productos, tener una visión global. Sé que MAPFRE siguió este camino... Y fue una decisión muy acertada.

¿Pueden los aviones volar sin seguro?

En Europa, no. La Comisión Europea armonizó hace unos años los requisitos mínimos de cobertura para todos los países de la Unión Europea. Desde entonces, las leyes recogen la exigencia de contratar un seguro mínimo, basado en el peso del avión y el número de pasajeros que transporta.

Pero eso no es necesariamente así en todos los países. En Estados Unidos, por ejemplo, sólo es obligatorio para compañías comerciales. Y hay algunos mercados en los que las compañías privadas pueden seguir volando sin seguro, pero en la mayoría de los países desarrollados y, por supuesto, en Europa, el Seguro de Aviación es necesario.

Además, una compañía aérea no podría de ninguna manera volar sin seguro por tres razones: a) porque la ley la obliga, b) porque sus accionistas la obligan, y c) porque las compañías de *leasing* no alquilarían aviones a las compañías aéreas si éstas no fueran capaces de demostrar que tienen un seguro. Hay muchas razones para que, al menos, las compañías comerciales tengan seguro.

¿Qué influencia tendrán en el mundo asegurador los nuevos superaviones de 700 plazas?

Hasta ahora poca, porque los primeros clientes del A 380 no han querido que sus pasajeros volaran demasiado apretados. Han preferido configuraciones confortables, un buen producto, un producto bonito. Si miramos a Singapore Airlines, a Emirates, a Qantas, todas han pedido estos aviones con unas 500 plazas o algo menos de 500, divididas en tres clases. En cualquier caso, ya existen aviones Boeing 747 en configuración de alta densidad, con más de 500 plazas.

Pero en los próximos dos años, algunas compañías aéreas ofrecerán una sola clase económica en sus A 380. Una de las primeras será la que vuela sobre el océano Índico, desde Francia a la Isla de la Reunión, que ya está hablando de unas 800 plazas en sus A 380. Éste es un enorme riesgo en un solo aparato, y va a ser muy interesante... Ya es hora de que empecemos a pensar en ello.

SINIESTROS Y TARIFAS

¿Por qué se han producido los últimos siniestros (Airbus de Air France, Yemenia, Colgan, etcétera)? ¿Se sabrán alguna vez las causas?

En el caso del Airbus de Air France, me temo que, si no se encuentran las 'cajas negras' con las grabaciones de los datos de vuelo y las conversaciones en la cabina del avión —y por

«LA ÚNICA MANERA SENSATA DE GESTIONAR LOS SEGUROS DE AVIACIÓN ES CENTRALIZARLOS COMO UNA LÍNEA DE PRODUCTOS»

ahora parece muy difícil que se vayan a recuperar—, nunca podremos saber lo qué pasó. De hecho, el avión lanzó algunos mensajes de mantenimiento antes de desaparecer, pero no parece que nos digan mucho. Basándonos en esos mensajes de mantenimiento, los pilotos deberían, en teoría, haber sido capaces de controlar el avión en modo manual, pero no conocemos si hubo fallos posteriores... En definitiva, no sabemos si fue un error del piloto o un fallo del producto, o de unas condiciones atmosféricas extremas, y puede que nunca lo sepamos. Los otros dos, el de Colgan y el de Yemenia, tienen que ver sobre todo con el piloto, accidentes por error humano.

¿Qué impacto han tenido las recientes catástrofes aéreas en las tarifas de las pólizas de los Seguros de Aviación? ¿Continuará el endurecimiento del mercado, tanto en Cascos como en Responsabilidad Civil?

Sí. Es verdad que, desde el accidente de Air France, hemos visto un movimiento alcista muy fuerte en las primas de los seguros aéreos. Espero que este movimiento siga así hasta finales de año y posiblemente en 2010. Pero eso no ha afectado a otros sectores del mercado de los Seguros de Aviación. Por el momento, sólo es en las compañías aéreas donde vemos esa presión alcista en las primas, debida más a esos siniestros que a otros factores.

Todavía hay mucha capacidad y mucha competencia en el mercado de los Seguros de Aviación. Pero las primas eran tan bajas que esos siniestros han puesto de manifiesto que eran inadecuadas. Eso ha creado este impulso alcista en los precios. Claro está que, desde mi punto de vista, me gustaría que se mantuviera, porque necesitamos que las primas vuelvan a tener un buen nivel técnico para asegurarnos que el mercado sea rentable a largo plazo.

11-S COBERTURA DE TERRORISMO

¿En qué situación se encuentra el siniestro del 11-S? ¿De qué cifras finales se está hablando?

Si volvemos a los días inmediatos al 11-S, el Gobierno estadounidense creó un fondo de compensación para los que hubieran fallecido o resultado heridos en los aviones o en las Torres Gemelas. Pero dejó abierta la posibilidad de emprender acciones legales a los que no quisieran acogerse a ese fondo. En realidad, alrededor del 95% de las víctimas del suceso se acogieron al fondo de compensación; y casi todas las demandas de aquellos que decidieron ir contra las aseguradoras aéreas se han resuelto y se han cerrado. Lo que queda todavía pendiente son algunos intereses inmobiliarios, algunas reclamaciones por subrogación y algunas pérdidas sin asegurar de empresas que están procurando recuperar lo perdido, yendo contra las compañías de Seguros de Aviación.

Las sumas de dinero son muy importantes, hablamos de billones, y evidentemente, como aseguradores de aviación y en nombre de nuestros clientes, hemos estado negociando con firmeza. Tenemos muchas posibilidades de éxito porque éste fue un acto de terrorismo contra Estados Unidos y nuestros clientes fueron víctimas de este acto y no los causantes. Sin embargo, el juez que ha llevado el caso desde el principio está presionando a las partes para llegar a un acuerdo sin necesidad de juicio. Así que todo esto podría acabar posiblemente a finales de año. Pero francamente, las cantidades son tan grandes; la diferencia entre las expectativas de los querellantes y las cifras que manejamos nosotros es tan enorme... No obstante, pase lo que pase, este siniestro costará muchísimo dinero, tanto en indemnizaciones como en honorarios. Es increíble la cantidad de gastos legales que ha supuesto.

«EN LA MAYORÍA DE LOS PAÍSES DESARROLLADOS Y POR SUPUESTO EN EUROPA, EL SEGURO DE AVIACIÓN ES NECESARIO.»

¿Cómo se encuentra, en estos momentos, la cobertura de terrorismo en el mercado de Seguros de Aviación?

La cobertura de un acto de terrorismo contra los pasajeros de un avión, desde el principio, siempre se ha incluido en la póliza normal de Cascos y Responsabilidad Civil. Cualquier compañía aérea que suscriba una póliza de este tipo está cubierta contra actos de terrorismo sobre sus pasajeros, hasta los límites establecidos en la póliza.

No obstante, tras el 11-S, se ha incluido en las pólizas cierto tipo de sublímites que normalmente están ahora entre 150 y 250 millones de dólares. Si las compañías aéreas quieren ampliar o tienen que ampliar la cobertura, deben suscribir otras pólizas 'en exceso', y ése es un mercado muy diferente. Por tanto, antes del 11-S, todo lo cubría una sola póliza, y ahora su cobertura se ha fragmentado.

SEGURIDAD Y GERENCIA DE RIESGOS

La seguridad es una prioridad dentro de la industria aeronáutica. ¿Qué servicios ofrece Global a sus clientes en este ámbito?

Tenemos tres expertos cualificados en seguridad, dos en Norteamérica y uno en Europa. Realizan inspecciones de seguridad y de calidad para nuestros clientes. Pueden ser servicios muy útiles para pequeñas operadoras o para compañías aéreas generales que creen que 'cuatro ojos ven más que dos', en cuanto a sus programas de seguridad. Pero quiero aclarar que no es que vayamos a una gran compañía aérea y les digamos que queremos asesorarles sobre seguridad, porque ellos tampoco aceptarían de buen grado que procediéramos de esta forma.

¿Tienen los aseguradores 'listas negras' de aerolíneas, al estilo de las que publica la UE, en materia de seguridad?

No. Pero hay algunas compañías aéreas que en Global no querríamos asegurar, no porque estén en una 'lista negra' que todos conocen, sino simplemente porque, por ejemplo, no nos gusta cómo están dirigidas. Pero no es una 'lista negra' del sector como tal.

En los próximos años, ¿qué posición ocupará la Gerencia de Riesgos en esta actividad?

Las compañías aéreas tienen una cultura muy fuerte de gestión de la seguridad y en todo el sector se han hecho verdaderos esfuerzos por tener buenos sistemas de seguridad. Pero, en cuanto a tener una visión global del riesgo, es decir, en términos de Gerencia de Riesgos, es sorprendente que haya pocas compañías que realmente hagan fuertes inversiones en este terreno. No estoy seguro del motivo. Quizá es porque están en un negocio con tanto riesgo financiero que no pueden hacer nada sobre el riesgo de volatilidad de la economía o de un negocio como el suyo.

Por otro lado, si miramos otro sector de nuestra clientela, los grandes fabricantes, éstos sí suelen tener sistemas de Gerencia de Riesgos muy bien desarrollados. Evidentemente, nos sentimos partícipes en cuanto a sus programas de transferencia de riesgos. Además, podemos ayudar con programas de integridad de producto, políticas de protección de documentos... Como aseguradores de productos de riesgo, estamos interesados en que los fabricantes tengan sólidas prácticas de Gerencia de Riesgos. Es decir, si hablamos de Gerencia de Riesgos en el sentido más amplio, nuestros clientes industriales suelen hacer mucho más hincapié en la gestión del riesgo que las líneas aéreas, que están mucho más centradas en la gestión de la seguridad. ■

«NECESITAMOS QUE LAS PRIMAS VUELVAN A TENER UN BUEN NIVEL TÉCNICO PARA ASEGURARNOS QUE EL MERCADO SEA RENTABLE A LARGO PLAZO»

«LAS COMPAÑÍAS AÉREAS TIENEN UNA CULTURA MUY FUERTE DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD»



Browne

FUNCIONAR COMO UN SOLO EQUIPO, EL RETO MÁS INTERESANTE

Nacido el 8 de noviembre de 1961, casado y con tres hijos, Nick Brown es el nuevo Chief Executive Officer (CEO) del *pool* de aseguradores Global Aerospace Underwriting Managers Ltd., donde se incorporó hace cinco años.

Su historia en el sector asegurador aeroespacial es extensa. Entre 1984 y 1997, Brown formó parte del equipo de The Mercantile & General Reinsurance Company plc., donde alcanzó el puesto de director de Seguros Marítimos y de Aviación; y su labor fue clave en la puesta a punto de la entidad para su venta a Swiss Re, a finales de 1996. A continuación, desde 1997 hasta 2004, desarrolló su carrera en Redholm Underwriting Agencies Ltd (ahora, Starr Aviation) y AIG Europe. Durante esta etapa, Brown jugó un importante papel en el desarrollo y provisión de coberturas de terrorismo, después del derrumbe de la capacidad convencional, tras el 11-S. Junto a sus colaboradores, consiguió situar a AIG como líder en el negocio de la Aviación: sus primas en Londres experimentaron un crecimiento espectacular, al pasar de 100 millones de dólares en 1997 a cerca de 600 millones en 2004.

Diplomado en Seguros y miembro del Instituto de Diplomados en Seguros, Nick Brown fue entre 2003 y 2004 presidente de la Asociación de Oficiales de Seguros de Aviación. Además, en 1997 realizó, en Oxford, el curso de Transporte Aéreo de la Real Sociedad Aeronáutica. Entre 1980 y 1983 se graduó en Lenguas Modernas y Medievales en Clare College (Cambridge).

El pasado 1 de julio, Brown iniciaba un nuevo reto tras ser nombrado CEO de Global. El *pool* fue fundado en 2000, fruto de la fusión de British Aviation Insurance Group y la empresa con sede en EE.UU., Associated Aviation Underwriters, que, en su conjunto, aportaron más de 80 años de experiencia en el Seguro de Aviación. Hoy, es el proveedor líder, a nivel mundial, de coberturas para aeronaves y la industria aeroespacial. Sus clientes son líneas aéreas, aeropuertos, propietarios de flotas de helicópteros, *jets*, avionetas privadas, fabricantes de componentes relacionados con la industria aeroespacial, controladores de tráfico aéreo, operadores de satélite, proveedores de servicios de lanzamiento...

Dentro de Global trabajan alrededor de 400 personas ubicadas en once oficinas, tres de ellas en Europa (concretamente, en Londres, París y Zurich). Esta plantilla incluye alrededor de 80 aseguradores, 60 especialistas en reclamaciones (de los cuales 39 son abogados y 10 ingenieros aeronáuticos) y más de 50 pilotos. El pasado mes de enero, MAPFRE Empresas se incorporaba a este *pool* (en el que ya estaban integradas Munich Re, Berkshire Hathaway, Tokio Marine y Mitsui Sumitomo), para potenciar su Seguro de Aviación.

Su carrera profesional está relacionada por entero con el Seguro, y más concretamente con el sector asegurador aeroespacial. ¿Qué es lo que más le atrae de este negocio? ¿No se ha planteado, en alguna ocasión, cambiar de actividad?

Los aspectos más interesantes que he encontrado en el mercado de los seguros aeroespaciales son dos. El primero, que es un negocio muy internacional. Nuestros clientes están literalmente en todos los rincones del planeta. A lo largo de mi carrera he tenido fantásticas oportunidades de conocer y tratar con personas de distintos países, diversas culturas, y eso me ha resultado muy estimulante. El segundo aspecto interesante es que en este negocio nada sigue siendo igual. Es un mercado en constante cambio: siempre aparecen nuevas tecnologías, siempre hay movimientos en el mercado, siempre cambian los problemas y los retos a los que nos enfrentamos. Si esto no hubiera sido así, habría cambiado de profesión. El hecho de que siempre aparezca algo distinto me ha hecho mantener el interés. Por eso me gusta hacer lo que hago.

Como viajero habitual, ¿en qué piensa cuando monta en un avión?

En lo primero que pienso es en lo maravilloso que resulta que durante las próximas dos, tres horas, el tiempo que sea, mi teléfono móvil no va a sonar.

Como nuevo CEO de Global Aerospace Underwriting Managers Ltd., ¿qué retos se ha planteado?

Contamos con unos 400 empleados en todo el mundo, repartidos por once oficinas distintas presentes en cinco países, así que lo que realmente espero es dirigir este grupo de modo que funcione como un solo equipo. Ése es el reto más interesante para mí.