

AON

AonMagazine

Otoño 10

Retos para una Nueva Era de Riesgos Ambientales

SEGURO DE CRÉDITO

**El Blindaje
Necesario**

AON VERDE

**Nuevo Seguro
en Riesgos
Ambientales**

**Respuesta
Rápida al
Huracán Alex**

ENFERMEDAD

CUANDO TIENES A TU GENTE BIEN ASEGURADA,
LOS RIESGOS DEJAN DE SER RIESGOS.

The AON logo consists of the letters 'AON' in a bold, red, sans-serif font. The letter 'A' is stylized with a horizontal bar that extends to the left and then curves upwards.

CONOCERNOS NOS UNE MÁS.

SEGUROS • FIANZAS • BENEFICIOS PARA EMPLEADOS • CONSULTORÍA EN PENSIONES • CAPITAL HUMANO

CONTÁCTENOS AL (55) 5387 6142 O ESCRÍBANOS A MX_VENTAS@AON.COM.MX

AON MÉXICO | BLVD. MANUEL ÁVILA CAMACHO NO. 1, PISOS 3,4 Y 13, POLANCO, C.P. 11560, MÉXICO D.F. WWW.AON.COM/MEXICO

Editorial

La nueva filosofía de Aon apunta al logro de objetivos esenciales para nuestro negocio. Cada uno de esos objetivos se relaciona, de una u otra forma, con el perfeccionamiento del servicio y la consolidación de los valores agregados que hoy damos a nuestros clientes.



En ese camino, buscamos crear productos y servicios que van más allá de los ámbitos tradicionales. Es el caso del Seguro de Responsabilidad Civil en Riesgos Ambientales que se introduce en México, así como de una gama creciente de soluciones para que los negocios enfrenten con mayor seguridad una “Nueva Era de Riesgos Ambientales”.

Este es el capítulo fuerte de la edición de otoño de Aon Magazine, que analiza el tema desde diversas perspectivas: La oferta de productos de aseguramiento que responden a necesidades nacientes, los retos que enfrentan las compañías en cuestiones medioambientales, y la importancia de una respuesta rápida frente a un siniestro, así como de una consultoría adecuada y profesional de riesgos.

Estos, y otros aspectos esenciales que configuran el ambiente en que hoy se desenvuelven los negocios, son los argumentos que han impulsado el crecimiento y la inversión de Aon en los últimos años. Esa inversión ha sido destinada al desarrollo de nuevas herramientas y formas de trabajo (ver artículo página 4), y también al enriquecimiento del portafolio de productos y servicios de Aon.

El objetivo es enfocarnos en nuestros negocios centrales: Riesgo y Capital Humano. En cada uno de ellos, el objetivo es el mismo: Cumplir mejor que nunca nuestra promesa al cliente.

Christopher Baudouin Kennedy
Presidente & C.O.O.
ARS Latinoamérica
Aon Risk Services México

DIRECTORIO

DIRECCIÓN GENERAL

Christopher Baudouin Kennedy
Presidente & C.O.O.
Aon Risk Services Latinoamérica
Aon México

VENTAS

David Félix Swanson
C.C.O. ARS México
Dirección Nacional de Ventas - ARS
Tel. Dir. (55) 5387.6142
david_felix@aon.com.mx

Robert Baudouin Kennedy
C.C.O. ACW México
Dirección Nacional de Ventas - ARS
Tel. Dir. (55) 5387.6210
robert_baudouin@aon.com.mx

Consejo Editorial

Roberto Arroyo Santisteban
John Baudouin Kennedy
Robert Baudouin Kennedy
David Félix Swanson

Dirección Editorial

Fernando Salom
fernando_salom@aon.com.mx

Coordinación Editorial

Emmanuel Ángeles Solís

Realización

Imagen y Comunicación
Organizacional, S.C.
Diseño:
Alejandro Espinosa de los Monteros

Aon Risk Services

Agente de Seguros
y de Fianzas, S.A. de C.V.
Blvd. Manuel Ávila Camacho N° 1
Pisos 3, 4 y 13
Col. Polanco
CP. 11560, Del. Miguel Hidalgo
México, D.F.
Conmutador: (55) 5387.6000

www.aon.com/mexico

Si usted está interesado en recibir ejemplares adicionales de Aon Magazine, envíe su solicitud a: calidad@aon.com.mx

Aon Magazine es una publicación trimestral de Aon Risk Services Agente de Seguros y de Fianzas, S.A. de C.V., Blvd. Manuel Á. Camacho No. 1 Piso 3 Col. Polanco C.P. 11560, México, D.F. Editor responsable: Emmanuel Ángeles Solís. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional de Derecho de Autor: 04-2006-051010160300-102 Número de Certificado de Licitud de Título: (en trámite). Número de Certificado de Licitud de Contenido: (en trámite). Registro SEPOMEX: PP09-1464 Imprenta: Artes Gráficas Panorama, S.A. de C.V. Avena 629 Col. Granjas México, C.P. 08400, México D.F.

El contenido de los artículos es responsabilidad exclusiva de los autores. Todos los derechos están reservados. Queda prohibida la reproducción parcial o total del material publicado en este número sin consentimiento por escrito del editor.

8 **En Portada**
Retos para una Nueva Era
de Riesgos Ambientales

4 **Filosofía**
Aon United
Para Cumplir Mejor
que Nunca con Nuestra
Promesa al Cliente

6 **Responsabilidad Civil**
Aon Verde
Un Nuevo Seguro de RC en
Riesgos Ambientales

10 **Siniestros**
Respuesta Rápida al
Huracán Alex

13 **Equidad**
Mujeres que Inspiran
Un Programa para
Fortalecer a WIN



2



8



16

14 **Seguro de Crédito**
El Blindaje Necesario

16 **Responsabilidad Social**
Gira de Golf Aon /Jack Nicklaus
A Jugar por los Niños

18 **Agenda Personal**
Cocinar, Placer
Doblemente Disfrutable

En Aon actuamos como **un socio para nuestros clientes.** Estamos con ellos en cada momento, desde la identificación de un riesgo y su transferencia hasta, en caso de siniestros, su pleno regreso a la normalidad.

Página 6



7



20



14

Aon United

Para cumplir mejor que nunca NUESTRA PROMESA al cliente

La filosofía que hoy está detrás de cada acción de Aon es fundamental para dar a cada cliente y empresa un nuevo y extraordinario valor. Aon United nos llama a trabajar como un solo equipo y es una ruta rápida hacia la capitalización de las fortalezas globales de nuestra firma.





Enfocada en nuestros negocios centrales de Riesgo y Capital Humano, cada oficina de Aon en el mundo es hoy un jugador destacado en su campo y parte esencial de un equipo de clase mundial que trabaja bajo la misma filosofía. Aon United realinea a todos nuestros equipos de trabajo en más de 120 países alrededor de objetivos de excelencia en un momento crucial...

Hoy, los riesgos están en la agenda de todas las organizaciones sin importar su tamaño, lo mismo que los temas relacionados con recompensar, contratar y retener a su mejor talento. Por ello, la demanda de Consultoría de Manejo de Riesgos y Capital Humano está aumentando y es muy valorada; sobre todo cuando presenta al cliente caminos efectivos y soluciones innovadoras que potencian sus resultados.

En este contexto, una de las áreas de mayor inversión para Aon es la que apunta al desarrollo de una capacidad global que pueda ser capitalizada y aprovechada localmente por las empresas. Esta visión global permite que cualquier colega haga uso del poder de Aon en beneficio de su cliente, sin que importe dónde se encuentre.

Y es por eso, precisamente, que las inversiones globales de Aon apuntan a ofrecer más y mejores opciones

al cliente, así como a fortalecer relaciones con mercados clave para que cada oficina de Aon en el planeta pueda dar efectivamente las mejores soluciones existentes en el mercado. En esa línea se inscriben desarrollos como:

- Aon Global Risk Insight Platform, la fuente más grande de información de riesgo en la historia de la correduría.
- Aon GRIP, lanzado en 2009 y presente ya en 19 países, -desarrollo ganador del Premio a la Innovación 2010 de la revista Business Insurance- da al cliente un acceso en tiempo real a las mejores soluciones de aseguramiento del mundo.
- Aon Client Promise, que establece un estándar global para dar valor agregado al cliente, y herramientas como Value Based Service Lines (VBSLs), para cuantificar el valor que damos a nuestros clientes.

Sobre esta plataforma de inversión con visión global, Aon United construye hoy un futuro de crecimiento y trabajo de equipo que, como ha señalado Greg Case, CEO de Aon Internacional, “saca provecho de nuestra experiencia global, así como de mejores prácticas e innovaciones que apuntan a crear una experiencia verdaderamente diferente para el cliente”.

Unidos bajo una red global, con equipos conectados que comparten información y trabajan juntos, nuestro gran objetivo es que los clientes de Aon se beneficien.



Los riesgos ambientales que se presentan cada vez con mayor frecuencia exigen soluciones rápidas e innovadoras. La respuesta de Aon en este frente se enriquece hoy con la creación de un nuevo seguro desarrollado para cubrir la responsabilidad civil (RC) derivada de los Riesgos Ambientales.

Si quiere saber más sobre este seguro o necesita asesoría en materia de riesgos ambientales, contacte con ruben_barrera@aon.com.mx

Aon Verde

Un nuevo seguro de RC en RIESGOS AMBIENTALES

Accidentes como el derrame de petróleo que hoy afecta al Golfo de México no sólo dejan tras de sí un desastre ecológico de enormes proporciones, también han hecho que el mundo se de cuenta que la exposición a los riesgos ambientales es mucho mayor de la que se tiene conciencia.

Esos riesgos no sólo afectan a las empresas e industrias directamente ligadas con el manejo de materiales peligrosos o contaminantes, sino a muchos otros negocios. Por eso, los administradores de riesgo comienzan a tener muy presente este tipo de situaciones.

Si bien en países como México apenas se empieza a abordar el tema y la forma en que repercute en empresas y organizaciones, los negocios comienzan ya a tener a su disposición productos de aseguramiento que responden a las nacientes necesidades. Máxime cuando existe una tendencia mundial a legislar e implementar penas más duras para que las compañías asuman plenamente sus responsabilidades cuando están ligadas a accidentes de carácter ambiental que causan daños a terceros, destrucción y contaminación.

En los Estados Unidos, la Comunidad Europea y Argentina, por ejemplo, incluso se ha llegado al punto de hacer obligatorio el tener seguros de protección ambiental. Y en México comienza ya a legislar-se al respecto, así como a obligar a que ciertas empresas cuenten con

▶ ASESORÍA Aon

En Aon actuamos como un socio para nuestros clientes. Estamos con ellos en cada momento, desde la identificación de un riesgo y su transferencia hasta, en caso de siniestros, su pleno regreso a la normalidad.

seguros de Responsabilidad Civil ambiental/contaminación como el desarrollado por Aon.

Es importante aclarar que este nuevo seguro es un producto más complejo que el de RC ambiental tradicional. Si éste cubre únicamente los daños por contaminación súbita y repentina (es decir, los causados por algún accidente), el nuevo seguro de Aon comprende los daños causados por contaminación gradual y paulatina. También cubre los llamados “costos de remediación”; esto es, los gastos en los que habrá que incurrir para dejar las cosas como antes.

Aon ha diseñado este nuevo producto como un traje a la medida para cada cliente. Como seguro independiente a cualquier otro, su contratación no requiere de un seguro de Responsabilidad Civil, y está conformado con diferentes coberturas o partes dependiendo de la necesidad de cada cliente. El propósito es que se logre una cobertura lo más adecuada posible al giro y riesgo del contratante.

Al adaptarse a sus circunstancias, se logra también que su costo no sea tan elevado, ya que sólo se cubre lo que la empresa necesita.

El desarrollo de RC ambiental/contaminación es el resultado del trabajo de un equipo de expertos que han diseñado un producto que busca la tranquilidad de la empresa. Por ello, y como siempre que se trata de Aon, supone un apoyo rápido y efectivo, así como la mejor asesoría en caso de un siniestro.

Retos para una Nueva Era

Una preocupación cada vez más grande por el cambio climático, el reto planteado por la contaminación industrial, el manejo de desechos, y la demanda por agua y energía, señalan el comienzo de una nueva era de riesgos medioambientales.

Balancear los intereses comerciales y de competencia con los tres aspectos esenciales que enfrentan las empresas en el terreno medioambiental supone riesgos y oportunidades. Según Peter Breistone, CEO del Grupo de la Práctica Medioambiental de Servicios de Riesgo de Aon a nivel mundial, si bien el calentamiento global presenta riesgos relativamente controlables para la mayoría de los negocios, los cambios climáticos tangibles que están teniendo lugar -desde la elevación del nivel del mar y tormentas cada vez más fuertes y frecuentes, hasta la presencia de sequías en regiones no áridas- podrían alterar de manera fundamental la forma en que operan algunos negocios.

Afortunadamente, la mayoría de estos cambios ocurren de forma lo suficientemente gradual como para que aún sea posible mitigar muchos de sus impactos potenciales. Así, por ejemplo, frente a la amenaza que representa el avance de los océanos en áreas costeras al norte de Europa, una compañía interesada en construir una nueva fábrica en Francia o Alemania aún puede protegerse, sin incurrir en altos costos de oportunidad, si simplemente construye tierra adentro. De manera similar, señala Peter Breistone, “las industrias que requieren de una gran cantidad de agua pueden mitigar riesgos seleccionando un lugar con un suministro estable de agua potable, o bien alterando sus procesos de producción. En muchos casos, pues, aún hay tiempo de actualizar negocios vulnerables al cambio del clima, al avance de los mares o a la falta de suministro de agua.

Contacto

eduardo_vallejo@aon.com



LA IMPORTANCIA DE LA PERCEPCIÓN

La percepción del público de los riesgos impuestos por el clima puede ser muchas veces más difícil de tratar, que los mismos cambios. Para probar el punto, el ejecutivo de Aon hace una analogía entre el riesgo medioambiental y la seguridad infantil. “Se ahogan más niños en piscinas que los que mueren en accidentes con armas de fuego, pero como se trata de eventos mucho más violentos, esos sucesos atraen el escrutinio y fomentan los debates sobre regulación. De la misma manera, si un negocio es etiquetado como contaminante, corre el riesgo no sólo de provocar la atención de agencias de gobierno, sino también de sufrir un boicot por parte de sus consumidores. Y, desde luego, es más probable que un boicot le signifique un mayor impacto del que podría tener un riesgo medioambiental”.

El movimiento verde es un grupo poderoso, corrobora Kenneth Ayers, Director Administrativo de Grupo de Servicios Medioambientales de Aon, “puede, y frecuentemente cambia opiniones de forma bastante rápida”.

de Riesgos Ambientales

Europa Occidental presenta un buen ejemplo. De acuerdo con Simon Johnson, también integrante del Grupo de Servicios Medioambientales de Aon, “los consumidores de los países más ricos están gastando más en comprar productos verdes y artículos que perciben como amigables con el medio ambiente”. De hecho, en más de una ocasión Europa ha liderado al mundo en cuestión de regulaciones medioambientales innovadoras. Entre ellas, la Directiva de Responsabilidad Medioambiental de la Unión Europea para proteger la biodiversidad; REACH, un régimen extensivo para la regulación de químicos; y WEEE, requerimiento para reciclar bienes y equipo electrónicos.

Así pues, con más y más consumidores decididos a comprar alimentos orgánicos, artículos amigables con el medio ambiente y productos con empaques menos contaminantes, las compañías que se están decidiendo por ellos pueden incluso publicitar sus esfuerzos para atraer, apoyar e, incluso, hacer crecer su negocio gracias a esta nueva tendencia.

Las compañías tienen que decidir cuándo utilizar seguros para mitigar riesgos y cuándo es preferible cambiar la forma en que hacen negocios.

EXIGENCIAS INSOSLAYABLES

Allí donde las fuerzas del mercado y el ahorro en costos no son suficientes para persuadir a una compañía a abrazar la tendencia verde en sus operaciones y hasta en la construcción misma de sus instalaciones, el cambio puede ser forzado por las nuevas regulaciones que están surgiendo en todo el planeta. “Si un regulador dice que tienes que construir verde, entonces tienes que hacerlo -dice Breitstone-. De hecho, la regulación de ‘mano dura’ es otro riesgo medioambiental para los negocios, ya que el control de daños es típicamente la menos efectiva y la más cara de las formas de conformidad”.

Parece inevitable, en la próxima década los riesgos medioambientales reales y percibidos se acercarán al

Las compañías encaran retos medioambientales en tres frentes:

1. El que presentan los cambios medioambientales naturales, como el calentamiento global y la escasez de agua, que seguramente influenciarán decisiones, planes y operaciones.
2. El que impone un público que está prestando cada vez mayor atención a las prácticas y los records de administración verde de las compañías.
3. El que constituyen mayores y más estrictas regulaciones medioambientales.

corazón de las operaciones en los negocios. Y es en este contexto que los productos de aseguramiento medioambiental de Aon pueden permitirle evaluar y protegerse contra la exposición a algunos de esos riesgos. En adición a los productos ya existentes en el mercado, las circunstancias han detonado la evolución de algunos y la creación de otros que responden a nuevas necesidades. Algunos de ellos incluyen, por ejemplo, proyectos limpios de desarrollo, cobertura extendida para edificios verdes, proyectos de energía renovable y aplicaciones más amplias para tratar el clima o la escasez de agua.

“Desafortunadamente -como indica Breitstone-, algunos riesgos medioambientales no se prestan para un seguro fácil y obvio”. Los aseguradores, por ejemplo, no están ansiosos de asegurar el uso de químicos que están cerca de ser prohibidos. Y, por supuesto, ninguno puede garantizar un continuo interés en una línea de producción de suéteres de lana, cuando el clima se está calentando. “Quieres comprar un seguro -concluye- cuando la percepción del riesgo es mayor que el riesgo mismo”.

RESPUESTA RÁPIDA

al Huracán Alex

A fines de junio, el huracán Alex dejó un torrente de destrucción sobre el estado de Nuevo León. Tras la tempestad, la rápida respuesta de Aon México fue fundamental para reactivar los negocios y los procesos productivos de la región, entre sus clientes.

Los neoleonenses aún recuerdan a Gilberto, el huracán que en 1988 culminó su recorrido en el emblemático Cerro de la Silla, dejando tras de sí severas inundaciones y decenas de muertos. Más fresco en su memoria está el reciente huracán Alex que, por su poder y destrucción, superó por mucho a lo vivido por los habitantes de la capital regia hace 22 años.

Alex fue el primer huracán de la temporada 2010. Formado el 12 de junio a partir de una potente onda tropical, el fenómeno se desarrolló lentamente en el Mar Caribe y se desplazó hacia el oeste, mientras se organizaba e intensificaba hasta tocar tierra al norte de Belice. Su tránsito sobre la Península de Yucatán lo debilitó, pero volvió a ganar intensidad al reingresar al mar en el Golfo de México, para tocar de nuevo tierra el 30 de junio -como huracán de categoría dos- en el municipio de Soto la Marina, Tamaulipas.

El principal impacto de Alex fue la torrencial lluvia que arrojó sobre los estados del noroeste de México. Tan solo en Nuevo León, las precipitaciones promediaron 400 milímetros entre el 30 de junio y el 1 de julio, aunque hubo estaciones en la capital regia que reportaron lluvias superiores a los 890 milímetros.

Según la Comisión Nacional del Agua, los acumulados de lluvia que dejó la tormenta en Monterrey casi duplicaron a los producidos por el huracán Gilberto en 1988, cuando en la ciudad se generaron 280 milímetros en 24 horas.

Gran parte de las repercusiones de las históricas precipitaciones se concentraron en Monterrey y su zona conurbada, con severas afectaciones a su infraestructura vial, hidráulica, educativa, de vivienda, de salud y productiva. La furia de la tormenta también alcanzó a 49 de los 51 municipios de la entidad, los cuales fueron declarados zona de desastre.

1,2,3...tras un siniestro

Después de incurrir en una pérdida, la prioridad es restaurar las operaciones y volver a la normalidad lo más pronto posible. Sin embargo, una pérdida mayor desata una serie de transacciones de negocios que deben ser documentadas. Entre ellas, la demanda de seguro es clave.

Por ello, una Consultoría de Riesgos como la que prestan los expertos de Aon es importante para tomar en cuenta lo fundamental al preparar una demanda, así como para la revisión de los puntos fundamentales del seguro.

Para empezar, los pasos esenciales a seguir inmediatamente después de incurrir en una pérdida son:

1. Reportar la pérdida a los Servicios de Riesgo de Aon y a su compañía aseguradora.
2. Restaurar la protección contra incendios.
3. Tomar medidas inmediatas para minimizar la pérdida.
4. Proteger la propiedad no dañada.
5. Implementar los medios para registrar todos los gastos.
6. Consultar a los contratistas para hacer un estimado inicial del alcance y costo de las reparaciones.
7. Definir planes y condiciones para reabrir la locación.
8. Identificar las medidas temporales necesarias para reanudar operaciones, así como los gastos extraordinarios asociados en los que se incurrirá.
9. Fotografíar los daños.
10. Designar a un representante de la compañía frente al ajustador.
11. Establecer vías claras de comunicación con el ajustador y asegurarse de que el personal entienda sus funciones, así como las de los expertos y agentes de seguros.

La práctica medioambiental especializada de Aon trabaja con el cliente para asegurarse de que cuente con la cobertura adecuada..



Nuevo León, en general, enfrentaba la emergencia más grave de su historia.

UN PLAN RÁPIDO Y EFICAZ

Las desbordadas aguas del Río Santa Catarina -que atraviesa Monterrey- arrasaron con furia todo lo que encontraron a su paso. Herida en sus principales arterias viales, la ciudad estaba semiparalizada, lo mismo que sus actividades productivas, que reportaban un ausentismo laboral del 50% y el cierre de casi la mitad de los negocios.

Como en cualquier siniestro, las primeras horas posteriores al paso de Alex por Monterrey fueron vitales no sólo para identificar la magnitud de los daños, sino también para crear un plan inicial que reactivara las actividades.

Eso lo sabían muy bien en Aon México. Por ello, el 2 de julio, en una rápida respuesta al impacto por el desastre, Aon anunció la implementación de un Plan de Contingencias para facilitar la continuidad de los negocios de sus clientes.

Este plan puso en marcha una línea telefónica de atención especial durante las 24 horas. A través de ella, Aon México recibió las notificaciones de los daños que sufrieron las operaciones de sus clientes. Esa línea, además, constituyó el enlace con todas las aseguradoras del país para facilitar la efectiva resolución de los siniestros.

“La pronta recuperación de los daños materiales y la reactivación de servicios en algunos municipios del estado depende de la actitud de respuesta del sector asegurador, misma que será favorecida por la firma de Corretaje en Seguros, Fianzas y Capital Humano, Aon, a partir de hoy con la línea de atención que hará el enlace con las aseguradoras correspondientes”, aseguró en el momento de la emergencia Christopher Baudouin, Presidente y Director General de Aon Risk Services para la Región Latinoamericana.

Evite que su negocio se paralice

Sin importar giro o tamaño, el plan de inversión de su negocio debe considerar un presupuesto destinado a la Administración de Riesgos. De acuerdo con sus necesidades, esta inversión permite proteger la integridad de empleados, instalaciones e ingresos, así como su propia reputación. También es vital para identificar, analizar y controlar riesgos que, en momentos de vulnerabilidad, puedan afectar la operación y continuidad del negocio.

Para evitar que sus operaciones se paralicen ante un desastre:

- Genere una cultura permanente de prevención.
- Diseñe un esquema diferenciado de medición de pérdidas.
- Produzca un análisis de riesgos de desastres naturales.
- Realice un plan de “mitigación” para la continuidad del negocio.
- Forme alianzas empresariales para la capacitación permanente ante tragedias.
- Ubique y establezca alianzas y contratos con firmas dedicadas a la evaluación y mitigación de riesgos.
- Implante con rapidez un sistema de evaluación de pérdidas físicas, económicas y humanas.
- Invierta para prevenir; no es un gasto.

RESPUESTA RÁPIDA...

Continúa de la página 11

EL RECUENTO DE LOS DAÑOS

Con más de 900 clientes y una fuerte presencia de mercado, Nuevo León es una de las plazas más importantes para Aon México. De ahí que, hacia mediados de julio, más de 150 personas de la compañía trabajaban intensamente en las zonas dañadas por el fenómeno meteorológico.

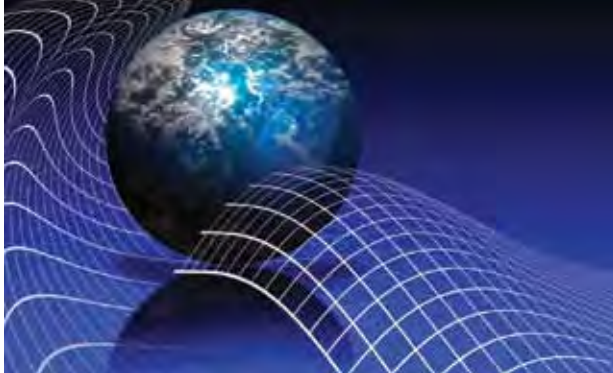
Como era de esperarse, las afectaciones eran multimillonarias. Entre inundaciones, daños a maquinaria, equipo y automóviles, Patrick Old, Director Corporativo de Control de Riesgos de Aon México, aventuraba un cálculo inicial por 100 millones de dólares. Pero la estimación sólo comprendía a “40 grandes consorcios empresariales regiomontanos”.

Aon también informó que 90% de las empresas que reclamaban el pago de la cobertura de sus primas había sufrido daños consecuenciales. Es decir, aquellos relacionados con la suspensión de sus operaciones.

Según cálculos posteriores de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), el huracán Alex costó a las aseguradoras un monto estimado de 2,500 millones de pesos. Se procesaron 14,455 siniestros; de ellos, 1,100 correspondieron a empresas.

Aun así, los daños ocasionados por Alex fueron mucho menores a los provocados por Wilma en 2005, cuando ascendieron a 20,000 millones de pesos.

Los estragos en la infraestructura pública del estado se contabilizaron en una cuenta aparte. En forma preliminar se habló de pérdidas por 10,000 millones de pesos. Sin embargo, al rendir su Primer Informe de Gobierno en octubre pasado, el Gobernador Rodrigo Medina puntualizó que los recursos requeridos para la reconstrucción de la infraestructura pública ascendían a casi 17,000 millones de pesos.



Cat Modeling, información para predecir el futuro

Catastrophe Modeling (modelos de planeación en caso de catástrofe) es una herramienta efectiva para mantener su negocio en tierra firme. Con este modelo, utilizado por Aon, hoy es factible determinar el riesgo general de desastres en las locaciones donde opera un negocio y predecir incluso las pérdidas derivadas de una catástrofe. Con esta información en la mano es posible apoyar la toma de decisiones importantes. Entre ellas, la cobertura que se necesita para sentirse tranquilo.

Este proceso utiliza cálculos asistidos por computadora, basados en un set de información del pasado. Por ejemplo, datos históricos de desastres naturales -como huracanes, incendios forestales e inundaciones-, reportes sísmicos y meteorológicos, patrones naturales de vientos, y hasta la composición química de suelos sobre las que descansa una estructura determinada. También puede incluir las coberturas que su compañía mantiene actualmente o las que está considerando contratar.

Lo que sigue para obtener resultados útiles son las llamadas “Simulaciones Monte Carlo”, que utilizan repetidamente muestras aleatorias para desarrollar un resultado. En este punto, y sobre la base que proporcionan hasta 10,000 simulaciones, se determina el riesgo de una compañía

de verse expuesta a un desastre natural. Así, el impacto de eventos pasados resulta útil para predecir el futuro.

El modelo resultante ayuda entonces a que una compañía planeé mejor sus necesidades en materia de seguros. Sobre esa base, no sólo se adquiere una idea muy aproximada de lo que debería ser su deducible, también sobre la dimensión que podrían tener sus pérdidas. Con esta información es posible tomar una decisión de compra más informada en lo que respecta a los límites de su seguro.

“Desde 2001 -como indica Brian Innes, Vicepresidente Ejecutivo de Aon Global- se ha hecho mucho énfasis en la exposición a catástrofes y el costo de pérdidas ocasionadas por huracanes. Como resultado, y en vista de la posibilidad de contar con más y mejor información para tomar decisiones, nuestros clientes más proactivos invierten hoy en cat modeling para poder identificar su exposición potencial aun antes que los aseguradores -conquistando así un derecho prioritario de compra para obtener un mejor precio de transferencia de riesgos”.

Puesto que existen varias firmas especializadas en realizar este tipo de modelos de planeación y sus cualidades varían, lo más recomendable y prudente es trabajar de la mano de un asesor experto que le ayude a seleccionar y analizar cuidadosamente los modelos que ofrecerán resultados óptimos en cada caso.

Mujeres que Inspiran

Un Programa para Fortalecer a WIN

La red Women International Network (WIN) de Aon continúa probando su poder, sobre todo en los Estados Unidos, el Reino Unido y diversas naciones de Europa. La intención es reproducir esta fuerza en otras latitudes y México no es la excepción.

La ruta que WIN comenzó a trazar en México en 2009 se refuerza ahora con Inspirational Women, un evento que convocó en octubre, en Cancún, a un grupo de mujeres que compartió sus historias de éxito y su valor para enfrentar situaciones cotidianas no sólo en su ámbito laboral, sino también en todos los aspectos de su vida.

Desde el momento de su creación, WIN atrae el interés de más de 18,000 mujeres que trabajan en Aon en 120 países, y extiende sus redes de comunicación hacia miles que han conquistado posiciones corporativas. Muchas de ellas se relacionan con Aon como clientes o socias de negocios.

Al interior de Aon, como señala Yolanda del Egidio, Vicepresidente de Marketing y Ventas América Latina para Aon Corporation, "WIN ha posicionado a las mujeres en un ámbito competitivo, otorgando a sus ejecutivas una valiosa exposición. De hecho, esta iniciativa proyecta a nuestra empresa como una orga-

nización avanzada que reconoce a la mujer como parte esencial del talento de Aon en todo el mundo".

Inspirational Women reitera una vez más "este reconocimiento. Además, el intercambio con mujeres que viven situaciones semejantes nos hace sentir verdaderamente como integrantes de un grupo activo que comparte intereses y un modo de vida. Ahora, el próximo paso será promover un plan de trabajo con actividades que permitan hacer realidad el avance ya conseguido por WIN en otras geografías, para reproducirlo en todos los países donde Aon opera actualmente".

En cada uno de ellos, el objetivo es continuar compartiendo historias inspiradoras de mujeres en busca de éxito profesional y del tan ansiado equilibrio entre éste y su vida personal.

Lo importante para impulsar el desarrollo de su talento es encontrar cada día más empresas democráticas, en las que cada persona sea considerada y tratada como un individuo profesional y capaz, sin importar raza o género.

Yolanda del Egidio
Vicepresidente de Marketing y Ventas de Latinoamérica para Aon Corporation



Rocío Heredia
Directora de Enlace Operativo Regional Aon México



Roberto Arroyo
Director General de Aon Consulting México



Si quiere saber más sobre WIN, visite www.aon.com o el blog winning-view-blog-archive

WIN busca...

...desarrollar el talento y las habilidades de las mujeres que integran su equipo.

...supervisar y promover su crecimiento profesional.

...construir una comunidad que impulse el intercambio de experiencias y retos inspiradores.

Seguro de Crédito

El Blindaje Necesario



Dice una ley de Murphy que, cuando las cosas van mal, siempre pueden ponerse peor. En los momentos más difíciles de la crisis económica, así lo constataron las compañías que no habían protegido sus líneas de crédito a tiempo. Atónitas e inermes, vieron cómo aumentaban sus carteras vencidas...

La lección parece haber sido aprendida. En México, durante el último año, las ventas de Primas de Crédito ascendieron un 4%. Un porcentaje interesante si se piensa que, un año antes, habían bajado un 6%, según cifras de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.

En Aon -el broker más importante en el campo de los Seguros de Crédito en México-, las cifras hablan por sí solas. “Entre nuestros clientes, la demanda de un seguro de este tipo se ha incrementado entre un 15% y un 20%, principalmente para asegurar las ventas a nivel nacional (domésticas) y, en algunos casos, las exportaciones a diferentes países”, asegura

Agustín Pedemonte, Director Adjunto de Seguro de Crédito.

En una época de negocios globales, contar con un seguro de esta naturaleza “proporciona a las empresas la posibilidad de alcanzar territorios, o incluso países, donde no tienen una presencia física o desconocen a sus compradores. Así, a través de la póliza, venden de manera segura, al tiempo que impulsan el crecimiento de sus ventas”.

MÁS ALLÁ DE GARANTIZAR LA COBRANZA

Algunas compañías con visión se han dado cuenta que invertir en un Seguro de Crédito es la mejor manera de “blindarse” ante la contingencia eco-

Contacto:

agustin_pedemonte@aon.com.mx

nómica, porque una prima de este tipo cubre sus cuentas por cobrar -uno de los rubros más líquidos de su activo- y protege todas sus ventas a crédito ante un posible incumplimiento de pago por parte de sus compradores.

Pero, además de garantizar la cobranza, Agustín Pedemonte enumera otras ventajas que trae consigo la contratación de un Seguro de Crédito:

1. Ayuda a reducir las reservas que las empresas suelen crear para cuentas incobrables.
2. Brinda la certeza de contar con flujo de efectivo en el futuro, dando continuidad al capital de trabajo.
3. Facilita el funcionamiento de esquemas de factoraje, porque opera como una garantía adicional o como un recurso para la obtención de financiamiento.
4. Posibilita la entrada a nuevos mercados sin correr riesgos innecesarios, e incluso incrementa las ventas a los clientes ya existentes.
5. Actúa como un mecanismo de crecimiento: Al transferir el riesgo de deudas catastróficas a un tercero, las empresas pueden asumir riesgos mayores porque aseguran esa parte de los activos que no suelen tener cubierta.
6. Elimina los gastos derivados de la contratación de servicios legales destinados a recuperar pagos.
7. Hace las veces de un socio estratégico que monitorea, durante la vigencia de la póliza, el comportamiento de los compradores.

MERCADO QUE SE DUPLICA

“Aunque en México la penetración del Seguro de Crédito en el mercado todavía es baja -si se compara con lo que ocurre en este sentido en Estados Unidos o en Europa-, los negocios medianos y grandes del país son cada vez más conscientes de la importancia de asegurar un activo tan líquido como lo son las cuentas por cobrar”, asegura Pedemonte.

Esta tendencia puede verse también en toda América Latina, donde las primas de crédito crecieron significativamente en el periodo 2005-2010, pasando de 97,202 millones de dólares a 196,137 millones. Tres países concentran 79% del total de Seguro de Crédito de toda la región: Brasil (34%), Chile (25%) y México (20%).

“En Aon contamos con una importante cartera de clientes que, año tras año, contratan un Seguro de Crédito, pues han podido ver los beneficios que les brinda contar con una póliza que cubre su cartera crediticia. En estos últimos tiempos -como corrobora el ejecutivo de Aon México-, los principales beneficiados han sido los clientes que se vieron en problemas financieros derivados de la crisis y también aquellos que requirieron de esquemas de financiamiento donde el seguro actuó como una garantía adicional en factoraje o descuento de documentos”.

EXPERTOS EN TODO EL PROCESO

¿Qué valor agregado obtiene un negocio cuando se trata de contratar un Seguro de Crédito con Aon? Para aprovechar al cien los muchos beneficios que ofrece un producto como este, es necesario el apoyo de expertos con un alto grado de especialización.

“Nuestro equipo -subraya Pedemonte- está formado por gente con experiencia en el sector financiero, capaz de brindar apoyo en todo el proceso, desde la venta hasta la administración de las pólizas en el día a día. Igualmente, en caso de existir una reclamación, el área de siniestros acompaña a su cliente en todas sus etapas”.

Eventualidades que cubre un Seguro de Crédito:

- Insolvencia legal, como quiebra, concurso mercantil o suspensión de pagos.
- Insolvencia de hecho; por ejemplo, la desaparición de un comprador.
- Mora prolongada. Es decir, que aunque el cliente siga operando, no pague durante cierto tiempo.

Exclusiones:

- Personas físicas sin actividad empresarial.
- Ventas a gobierno.
- Ventas entre compañías.
- Disputa comercial [cuando se niega el pago porque el producto incumplió con las características convenidas en el contrato].

Puesto que una póliza de esta naturaleza se estructura para cada caso en particular, la asesoría en el proceso de adquisición de la más adecuada es importante y empieza desde el momento de la cotización, que debe ir acompañada por un estudio con precios y coberturas, así como una recomendación sobre la aseguradora idónea para su compañía.

Esto es hoy más necesario que nunca, en vista de la acelerada evolución “de este mercado, de sus condiciones y precios, así como de su cada día mayor capacidad de adaptación a la operación de las empresas”.

ASESORÍA Aon

Invertir en un Seguro de Crédito con Aon es la mejor manera de “blindarse” ante la contingencia económica. Una prima de este tipo cubre sus cuentas por cobrar y protege todas sus ventas a crédito.

Gira de Golf Aon / Jack Nicklaus

A Jugar por los Niños

Promover el golf amateur y la sana competencia, fomentar la conciencia sobre nuestra responsabilidad social y, sobre todo, favorecer obras de beneficencia social en el país, tres objetivos esenciales de una gira deportiva con excelentes resultados.



INVITA AL 1º TORNEO GIRA AON-JACK NICKLAUS INVITACIONAL

GANAR, DIVERTIRTE Y AYUDAR

AON

FORMATO: PAREJAS, BOLA ABRAZA, HANDY CAP AL 00%
TROFEOS AL PRIMERO, SEGUNDO Y TERCER JUGADOR

2 HOLE IN ONE DE \$ 300,000.00 CADA UNO
12 PREMIOS A LOS MEJORES O, YES (INCLUYENDO PANTALLAS DE 4 PULGADAS,
COMPUTADORAS PORTATILES, MINI BARES, EQUIPOS JACK NICKLAUS)

KIT DE BIENVENIDA CON VALOR SUPERIOR A \$1000.
SNACK DURANTE EL TORNEO
COMIDA DE PREMIACION
RIFAS DE REGALOS DE NUESTROS PATROCINADORES

DONATIVO \$ 2,300.00 DE BUCLE DE IMPLEMENTOS

VIERNES 27 DE AGOSTO DEL 2010
CLUB CAMPESTRE DE QUERETARO
SALIDA POR ESCOPETAZO 9:00 A.M.

INFORMESE INSCRIPCIONES AL
(442) 225-15-15
(442) 225-14-52
Con Brenda Rios

Jack Nicklaus

Las Reglas de este torneo serán las del reglamento de la Asociación de Golf de México. El torneo será organizado por el Comité de Golf de Queretaro. Se permite el uso de tecnología para la transmisión del torneo. El torneo de inscripción al torneo se organiza de acuerdo a las reglas del torneo.



\$11,000 dólares para apoyar causas sociales con valor.



El Torneo Gira de Golf Nacional 2010 Aon/Jack Nicklaus International Invitational comenzó en Monterrey e hizo escalas en Guadalajara, Hermosillo, León, México D.F., Puebla y Querétaro, para culminar en el Campo de Golf La Loma (desde luego un Jack Nicklaus Signature Course) de San Luis Potosí. En cada una de estas sedes el gran objetivo era recaudar un total de \$11,000 dólares para apoyar diversas obras de carácter social.

Una vez alcanzada la meta, los ganadores de la justa de Golf fueron invitados a probar su juego en campos de West Palm Beach, en Miami, para luego mirar a la final en The Bears Club.

Para evaluar el alcance del esfuerzo, que Aon compartió con sus clientes, lo importante es hacer un recuento de los beneficios sociales de este encuentro deportivo.

- En Monterrey, donde acudieron 120 jugadores al Club de Golf las Misiones, el donativo para la Asociación Ciudad de los Niños beneficia a más de 1,300 alumnos, hijos de familias de muy escasos recursos, proporcionándoles alimentación, transporte, uniforme, útiles y talleres de oficios, así como formación académica y humana para los padres de familia.
- En Guadalajara, los fondos recabados en el encuentro de un centenar de golfistas en El Río Country Club son para la Asociación Vida y Familia de Guadalajara A.C. (VIFAC), y serán destinados a dar albergue, alimento y atención integral al embarazo y parto de mujeres en desamparo. Esta asociación atiende también a los pequeños que serán dados en adopción mientras dura el proceso legal.
- En Hermosillo, la organización beneficiada es el Banco de Alimentos de Hermosillo I.A.P. Gracias al encuentro de 120 golfistas en Club de Golf Los Lagos, el donativo recaudado apoyará la distribución de alimentos para las familias que más lo necesitan.
- En León, el VIFAC del estado recibió un apoyo similar al que se prestó en Guadalajara, con el concurso de 102 jugadores en el Club Campestre de León.
- En México D.F., 120 jugadores en Lomas Country Club contribuyeron a recaudar fondos para apoyar a la orga-

nización Comer y Crecer, que ayuda a niños en extrema pobreza proporcionándoles una alimentación balanceada. Comer y Crecer ofrece una comida completa diaria a 400 niños, cubriendo el 80% de los nutrientes que necesitan diariamente a todo lo largo del calendario escolar.

- En Querétaro, la organización beneficiada fue Casa María Goretti I.A.P. que, gracias al encuentro de 108 jugadores en el Club Campestre de Querétaro, recibe un donativo para apoyar un hogar que atiende a jovencitas indigentes con retraso mental, a quienes presta, entre otros servicios, diversas terapias, consulta médica general y especializada.
- En San Luis Potosí, sede de la final de esta justa, 110 participantes también colaboraron a apoyar la labor de Casa Hogar María Goretti.

Este saldo positivo nos deja satisfechos y convencidos de que el esfuerzo ha valido la pena. En cada escala de esta competencia deportiva hemos logrado encaminar fondos a causas que, a nadie le cabe la menor duda, ha valido la pena agendar en la bitácora anual de responsabilidad social de Aon.

COCINAR, placer do

“Cuando cocinas -como advierte la chef pastelera Paulina Abascal-, el placer comienza desde que estás pensando en lo que vas a preparar, así disfrutas antes, mientras lo preparas y luego cuando lo saboreas”. Con esa perspectiva, cómo no considerar que cocinar puede convertirse en un auténtico gozo y hasta en un ejercicio de relajación.



Cómo se hubieran extrañado nuestras madres al saber que en la segunda década del siglo que corre, algunos -muchos hombres por cierto- se meterían a la cocina “para relajarse”. Seguramente no hubieran creído en un pronóstico así, cuando ellas mismas tenían que meterse a la cocina día a día para ver “qué hacer de comer hoy”.

Pero es un hecho, la cocina se ha puesto de moda, igual que los programas de televisión sobre temas culinarios o los cursos de gastronomía para aprender a hacer de todo, desde sopas hasta postres. Y hasta el turismo se ha decantado por ahí. En Europa particularmente, pero también en otras latitudes (incluido México), se organizan tours donde uno de los atractivos estrella es, precisamente, aprender los pequeños y grandes secretos del buen comer.

En Cancún, por ejemplo, el Chef Federico López, fundador de Taller Gourmet, ha diseñado cursos amateurs ideales para tomarse unas vacaciones en la playa, pero imprimiéndoles un ingrediente novedoso: sesiones culinarias que van desde cómo hacer sushi o enchiladas, hasta la develación de los rasgos más característicos de la cocina Thai.

Y es que algo parecen estar descubriendo en la práctica de la cocina muchos ejecutivos y ejecutivas en estos días. De hecho, algunos aseguran, por ejemplo, que el mero acto de cortar la cebolla, el ajo y los chiles para fraguar una buena salsa constituye un ejercicio divertido y relajante que los hace olvidarse del fragor de la semana.

Así lo asegura Teresa Gumuzio, ex Directora de Fox Home Entertainment, quien afirma que la cocina es el rincón ideal para dejar a un lado la carga de trabajo y desconectarse de la rutina diaria.

Se diría entonces que meterse a la cocina -a la de la propia casa o a la de una escuela gourmet- es para algunos como acudir al gimnasio, sólo que cocinar les reporta placeres nunca alcanzables en un aparato para ejercitar muslos y brazos.

El cocinero Julio Bienert lo corrobora: “La cocina es un relax después de un día de mucho trabajo. Cuando llego a casa pongo algo de música, desde clásica hasta rock duro, depende de mi estado de ánimo, abro una cervecita y empiezo a pensar qué preparo para la cena. Entre la música y la cocina creas tu propia obra de arte, que luego acaba en el mejor sitio, el paladar y el estómago...Algunos llegan a casa y prenden la televisión, yo me voy a mi cocina”.

blemente disfrutable



Por la creciente popularidad de los programas de televisión sobre temas gastronómicos, puede inferirse que la cocina está siendo un descubrimiento masivo, quizá como una justa reacción a las agresiones diarias de la “fast food”, de las que las nuevas generaciones son víctima cada día.

Y la popularidad es tal que, en estos días, cocinar ya no sólo sirve para comer rico, sino que se convierte simultáneamente en una manera de divertirse, relajarse y hasta en una forma de entretenimiento. Sobre esa base se lanzó al mercado “Cocina Conmigo, ¿qué preparamos

hoy?”, una aplicación para Nintendo DS que ofrece una infinidad de recetas para que, aún el más novato, pueda meterse a la cocina y experimentar. Lo mismo han hecho los creadores de Wii, donde la línea divisoria entre jugar y cocinar se vuelve muy delgada. “Crazy Cooking Party”, un juego para esta consola, ofrece una ruta culinaria por varios países a través de juegos en los que cada participante debe demostrar sus destrezas y probarse como chef.

Así pues, las rutas son diversas. Algunos “juegan” a la cocina, otros se lo toman más en serio y buscan clases de gastronomía para descubrir

los placeres que muchos encuentran en el gimnasio o en un spa (al fin y al cabo, cada quien tiene su forma de relajarse y olvidar las presiones del día). El caso es que la cocina parece integrarse cada vez más a las rutas que buscamos todos para encontrar paz, al final de cada jornada.

Si cree en la cocina como un camino de relajación, son cada vez más las escuelas de gastronomía que están implementando cursos por la tarde-noche, o los sábados por la mañana. Sólo darle a yahoo esta simple petición -“clases de gastronomía en México”- abre la puerta a un sinfín de posibilidades.



Para inaugurar el Estadio Omnilife

Manchester - Chivas

Ganar el liderazgo y conservarlo exige contar con una marca confiable. Asociarla con un líder que ofrece el espacio más valorado en el mercado deportivo es una excelente estrategia para fortalecer nuestras metas de crecimiento y la visión global de Aon.



El Manchester United es reconocido en mercados en los que Aon busca fortalecerse, como Asia, Medio Oriente y Latinoamérica.



Al partido asistió Sir Bobby Charlton, figura esencial en el Manchester United

La nueva casa del equipo Guadalajara, el estadio de fútbol Omnilife, fue el marco para un encuentro entre dos clásicos del balón, uno a nivel internacional y otro nacional.

Para Aon, patrocinador durante los próximos cuatro años del Manchester United, este fue un evento memorable que quiso compartir con sus clientes y amigos en todo el país. Y en Guadalajara, concretamente, con clientes en empresas como Scribe, Nextel, Xignus, Corporación Moctezuma y Daimler, entre otras.

Este acontecimiento resultó muy apropiado para vivir realmente nuestra filosofía de marca: "Conocernos nos une más". También reiteró, una vez más, que Aon ha encontrado al socio perfecto en el Manchester United, creando la oportunidad de que todas sus oficinas en el mundo compartan el mismo orgullo y actúen como "un solo equipo".

La asociación con el Manchester United es una de las iniciativas que apuntan a dar poder global a las operaciones de Aon en todo el mundo. De hecho, al interior mismo de Aon, esta sociedad con uno de los grandes líderes globales del fútbol contribuye a unir a todos los miembros del equipo de Aon a nivel mundial, optimizando nuestras inversiones para continuar creciendo y expandiendo la visión global de la firma y de la marca.

SINIERTO

CUANDO UN RIESGO ESTÁ BIEN ASEGURADO,
DEJA DE SER UN RIESGO.

AON

CONOCERNOS NOS UNE MÁS.

SEGUROS • FIANZAS • BENEFICIOS PARA EMPLEADOS • CONSULTORÍA EN PENSIONES • CAPITAL HUMANO

CONTÁCTENOS AL (55) 5387 6142 O ESCRÍBANOS A MX_VENTAS@AON.COM.MX

AON MÉXICO | BLVD. MANUEL ÁVILA CAMACHO NO. 1, PISOS 3,4 Y 13, POLANCO, C.P. 11560, MÉXICO D.F. WWW.AON.COM/MEXICO



Aon México

Blvd. Manuel Ávila Camacho No.1 Pisos 3, 4 y 13

Col. Polanco, 11560, México, D.F.

Conmutador: 5387.6000

Ventas: 5387.6141

Oficinas en la República:

Cancún, Cd. Juárez, Chihuahua, Guadalajara,

Hermosillo, León, Mérida, Monterrey, Puebla,

Querétaro, Reynosa, Tampico, Tijuana, y Torreón.

Aon México, con más de 70 años de experiencia en el mercado mexicano, es una empresa de Aon Corporation. Sus oficinas centrales se encuentran en Chicago, Illinois, EE.UU. Está enlistada en Fortune 500. Su red global de 36,000 empleados en más de 500 oficinas y presencia en 120 países, le permite establecer una Red Global de Negocios y desarrollar soluciones personalizadas en Administración de Riesgos y Capital Humano.