CRISIS Y SEGURIDAD

Febrero 2012

Seguro de Retiro de Producto – ¿En Dónde está el Riesgo?

Las pólizas de seguros de retiro de producto tradicionalmente han dirigido exposiciones de primera parte limitando al mismo tiempo la cobertura de tercera parte a los gastos directos incurridos para afectar físicamente al retiro.

Los retiros de cacahuates del 2009 y más recientemente los retiros de HVP (Hydrolized Vegetable Protein – Proteína Vegetal Hidrolizada) del 2010 demuestran que el daño puede ser mucho mayor que los gastos por sí mismos. El mercado de seguros de retiro, reconociendo si limitación, recientemente ha comenzado a ofrecer diversos elementos de cobertura amplia de tercera parte.

Riesgos de Primera Parte – Productos de Marca

Los riesgos de primera parte son los típicos riesgos y pérdidas en que una empresa puede incurrir. Dichas exposiciones pueden clasificarse como costos directos asociados al retiro del producto incluyendo: Costos de notificación, envío, almacenamiento, horas extra de los empleados, pruebas y costos extraordinarios similares en los que se incurre para afectar el acto físico del retiro. El valor del reemplazo del producto retirado, así como los costos por destrucción, son otros ejemplos de costos directos. Generalmente, estos tipos de costos directos son cuantificables y pueden ser confinados a un lote o campaña de producción.

Un aspecto mucho más volátil del riesgo recae en la interrupción de negocio de primera parte y los gastos extraordinarios de exposición enfrentados debido a la reducción de la confianza del consumidor. Ciertas influencias, en gran medida fuera del control de la compañía, pueden causar daños devastadores a largo plazo. Factores como quién fue dañado (¿Fue un niño?), qué tipo de daños ocurrieron (¿La muerte?), qué tan amplia fue la difusión del daño o enfermedad e incluso si era o no un día "lento" de noticias, todos juegan un rol significativo en determinar el daño hecho.

La repercusión a largo plazo de una reputación dañada puede afectar las ganancias. Esos efectos se sentirán hasta que la compañía que efectúa el retiro sea capaz de demostrar, no sólo que la situación ha sido resuelta y que los productos afectados han sido removidos de los estantes de la tienda, sino que también ha dirigido la causa raíz del retiro.

¿Pero qué sucede cuando la pérdida es causada por el fabricante o proveedor contratado?

Los riesgos de tercera parte son esas exposiciones que se enfrentan como resultado de la responsabilidad civil hacia otros. Por lo general, estas pérdidas de responsabilidad civil son el resultado de daños a la propiedad o lesiones y son cubiertas bajo las políticas de responsabilidad del producto. Sin embargo, la política de responsabilidad del producto rutinariamente excluye pérdidas y daños consecuenciales relacionados a los gastos del retiro y otros daños financieros incluyendo pérdida de ganancias y recuperación del daño de la marca de la tercera parte.

La exposición de tercera parte a retiros de producto puede ser más difícil de cuantificar. Adicionalmente a los gastos del retiro, pueden incluir una pérdida de ganancias del cliente y gastos extras incurridos no sólo para el producto afectado, sino también otros productos que su cliente pueda vender. Las compañías que proveen partes componentes de ingredientes, así como también los fabricantes contractados tienen la más grande exposición a las pérdidas de tercera parte. La contaminación de un ingrediente, por pequeña o insignificante que sea, afectará al producto entero, haciéndolo inútil.

Ya sea al abordar estas exposiciones por medio de seguros, auto aseguramiento o contratos de proveedores, es importante reconocer dónde están sus exposiciones y de dónde vienen. El mercado tiene ahora nuevas y únicas formas de proteger su compañía por daños causados por otros o en ese sentido, el daño que puede causar a otros.

Manejo de Riesgos

Cuando la estrategia del retiro de una compañía falla o no se ejecuta efectiva y eficientemente, la pérdida para la compañía puede ser devastadora. No sólo son considerables las pérdidas financieras, también los efectos de pérdida de confianza en clientes y consumidores pueden dañar significativamente el bienestar financiero de la marca y de la compañía en los años venideros. La longevidad y sustento de la compañía pueden verse en serio riesgo si no tiene un plan efectivo de retiro o no sigue buenas prácticas de manufactura. Toda compañía debe tener un plan de retiro bien documentado y practicado.

Cuando un retiro llama la atención de los medios, la compañía debe estar preparada para enfrentar una batería de preguntas desafiantes. La comunicación oportuna y precisa es esencial. Es importante que todos comprendan el daño potencial y las medidas que la compañía está tomando para minimizar o eliminar el peligro.

Será necesario que un portavoz entrenado esté seguro de abordar los problemas con sinceridad y genuina empatía, y aún así mantener un nivel de profesionalismo que no parezca frío o indiferente. Todos los empleados deben ser concientizados acerca de que las preguntas de cualquier medio deben ser dirigidas al portavoz de la compañía. Una firma de relaciones públicas y consultores de manejo de crisis pueden asistir a la compañía durante el retiro para asegurar que se lleven a cabo los pasos críticos para que las marcas e imagen de la compañía estén protegidas.

Los retiros de producto son y continuarán siendo una creciente amenaza tanto a corto como a largo plazo para la rentabilidad de las compañías en un amplio rango de industrias. Analizar propiamente la exposición es el primer paso en la preparación de una respuesta efectiva que incluya el desarrollo de un programa de seguros, así como el minimizar el daño a largo plazo mediante planeación previa al incidente. También es importante comprobar si los proveedores de la compañía tienen seguro para cubrir los incidentes del retiro.

El mercado de seguros de retiro de producto es un mercado especializado dominado por un puñado de compañías aseguradoras. Alinear el asegurado con la cobertura adecuada, la preparación y apoyo en situaciones de crisis es la clave en qué tan bien la compañía sortea la tormenta del retiro.

Calendario de Eventos

Eventos Futuros	Eventos Futuros
AVESUI AMERICA LATINA 2012 **2, 3 y 4 de Abril, 2012** **Sao Paulo, Brasil** http://www.avesui.com EXPO ALIMENTOS PUERTO RICO 2012 **21-22 de Abril, 2012** **San Juan, Puerto Rico** http://www.expoalimentospr.com/expoalimentos.html EXPOVINIS BRASIL 2012 **24-26 DE Abril, 2012** **Sao Paulo, Brasil** http://www.exponor.com.br/expovinis/ AGRISHOW 2012 **30 de Abril- 4 de Mayo 2012** **Sao Paulo, Brasil** http://ww.agrishow.com.br IFFA 2012 **08-13 de Mayo, 2012** **Frankfurt, Alemania** http://iffa.messefrankfurt.com/global/en/home.html	AVESUI AMERICA LATINA 2012 11-13 de Mayo, 2012 Santa Catarina, Brasil http://www.avesui.com HISPACK - BTA 2012 15-18 de Mayo 2012 Barcelona, España http://www.hispack.com TECNOCHACINERA 2012 02-05 de Junio, 2012 Guijuelo, España http://www.tecnochacinera.es ALIMENTARIA MEXICO 2012 05-07 de Junio, 2012 México D.F., México http://www.alimentaria-mexico.com/ ALIMENTEC 2012 08-12 de Junio, 2012 Bogota, Colombia http://www.feriaalimentec.com/

RETIRAN PRODUCTOS NO APTOS PARA CELIACOS

Iniciando el año, el Ministerio de Salud de la Nación Argentina, a través de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) informó a la población sobre la disposición para el retiro preventivo a nivel nacional de ciertos productos etiquetados como libres de gluten del parque industrial General Roca de la provincia Río Negro. Esto debido a que el Departamento de Protección de Alimentos declaró que el establecimiento no se encuentra habilitado para el fraccionamiento de alimentos libres de gluten. El retiro ha sido categorizado como Clase II, lo que significa que existe una probabilidad razonable de consecuencias adversas temporarias y/o reversibles en la salud de los consumidores, aunque hasta el momento no ha habido ningún reporte de daños a la salud vinculados a los productos en cuestión. El retiro incluye la harina de mandioca y todos los productos de esa firma en cuyos rótulos figure el logo o leyenda que indique que el alimento es apto para ser consumido por Celíacos, libre de TACC y/o libre de gluten. Se recomienda a la población, en particular a aquellas personas que sufran intolerancia al gluten (celíacos), que se abstengan de consumir estos productos.

Fuentes: ANMAT; misiones Online

CONCENTRADO DE NARANJA

Ha existido mucha especulación recientemente en torno al concentrado de naranja producido en Brasil e importado por EUA. Esto debido a que una reconocida empresa estadounidense que elabora jugos de naranja encontró rastros de carbendazim en sus productos durante la realización de pruebas de rutina el día 28 de Diciembre de 2011.

El carbendazim es un pesticida que actúa como fungicida, previniendo y eliminando la presencia de hongos y moho en los cultivos de algunos cereales y frutas (cítricos). Es utilizado en varios países incluyendo Brasil, mientras que en otros como EUA su uso es ilegal debido a que se le ha relacionado con un aumento en la incidencia de casos de cáncer e infertilidad en este país.

Algunos medios de comunicación han afirmado que se encontraron altos niveles de carbendazim en los jugos procesados y que no se permitirá más la entrada del concentrado de jugo proveniente de Brasil a los Estados Unidos de America. Por otro lado, hay fuentes que afirman lo contrario. Lo cierto es que de acuerdo a la FDA (Administración de Alimentos y Fármacos), se encontraron niveles muy bajos de carbendazim en los jugos probados, lo cual no representa algún tipo de riesgo para la salud, y por consiguiente la FDA no tiene la intención de retirar los productos ya existentes en el mercado. La FDA inició pruebas en muestras de todas las importaciones de productos de naranja (ya sea fresco, en polvo o concentrado) provenientes de otros países a partir del 4 de Enero. Un vocero de esta agencia informó que cualquier remesa de los productos mencionados que prueben con una minima cantidad de carbendazim serán admitidos para su venta al publico. Sin embargo, si los resultados indican que los productos contienen niveles mayores del permitido por la FDA, 10 ppb (partes por billón), dichos productos serán rechazados y el importador contara con 90 días para exportar o destruir los productos contaminados.

Por: Rocío Gutiérrez

Crisis y Seguridad **es un Boletín de Seguridad de Productos de RQA, Inc. para Chartis Latino América**

Para información sobre estos asuntos y más, por favor contacte:

Dan Cahill
RQA, Inc.
Tel: 602-331-9151
Email: D.Cahill@rqa-inc.com
Visite por favor: www.rqa-inc.com

Jill Ahrold
Chartis Latin America
Tel: 786-777-7521
Email: Miguel.Criscuolo@chartisinsurance.com
Visite por favor: www.chartisinsurance.com