L

a revista Harvard Business Review en su número 164 publicó en año 2008 un artículo titulado los 7 riesgos en la estrategia de las organizaciones, que a mi juicio continua vigente y va muy entrelazado con la necesidad de cuantificar los riesgos estratégicos en los estados financieros proyectados, dichos riesgos se pueden sintetizar así:

1.Las prioridades de los clientes cambian constantemente, por lo que hay que contar con información en tiempo real de esas prelaciones y disponer de mecanismos de reacción inmediata para realizar las variaciones en el producto que satisfagan las nuevas necesidades.

2. Reducción extrema de los márgenes del sector, los procesos de innovación suelen ser costosos y pueden conducir a una disminución de los márgenes de rentabilidad de las empresas, aunque paradójicamente innovar es la única forma de garantizar la subsistencia de las compañías en el tiempo, esto unido a que los ciclos de vida de los productos y servicios ofrecidos cada vez son más reducidos, para neutralizarlos se requiere la reducción de los costos y evaluar la posibilidad de alianzas estratégicas con los competidores.

3.El surgimiento de nuevas tecnologías que hagan los productos más baratos y de mejor calidad. ante esto, es muy probable que se deba hacer cuantiosas inversiones para adquirir esas nuevas tecnologías.

4.Erosión de la marca, aparecen pequeños negocios que quitan mercado a otras marcas, sin embargo, recientes estudios aseguran que las 100 marcas más reconocidas en el mundo permanecen muy consolidadas. Para esto es muy importante el servicio post venta y la calidad de los productos y servicios y el control de los indicadores relacionados.

5.Aparición de un competidor fuera de serie, en nuestro caso D1, Justo y Bueno, Tostado, Rapid, Domicilios.com, Uber etc. Ante su aparición no hay otra alternativa que moverse con rapidez a la revisión del modelo de negocio para evitar coincidir con él, cosa bastante complicada.

6.Fracaso de un proyecto de innovación al cual se le han depositado grandes cantidades de esperanza de ingresos y muchos recursos económicos. Aquí es necesario contar con unas buenas estrategias de innovación. Sin embargo, algunos consideran que la gestión de riesgos restringe la innovación y la toma de decisiones, lo cual no es cierto dado, que si se realiza una buena gestión de riesgo se disminuye la posibilidad de desarrollar proyectos infructuosos. (Kaplan y Mikes, 2016, pp. 4,9).

7.Estancamiento del mercado paulatinamente, no hay clientes para el producto, en este caso hay que agregar nuevos valores agregados que perciba el cliente o redefinir el nicho de mercado. Los riesgos estratégicos se deben identificar, pero también cuantificar y buscar incorporarlos en los estados financieros proyectados con el fin de intentar mitigarlos y evitar la desaparición de las compañías. [Mire este video](https://drive.google.com/file/d/1xvRupbTqbbt8eoumam_I5UkVAjznj-mC/view?usp=sharing).

*Fernando Borda Suárez*