E

l publicista Marion Harper menciona “*para gestionar correctamente su negocio se necesita planificar correctamente el futuro, y planificar el futuro significa manejar la información*”. Es la información fuente vital para el direccionamiento de las organizaciones.

De una información oportuna y coherente dependen las decisiones acertadas; por ejemplo si al analizar el ciclo de vida de un producto se ve como opción el ingreso a mercados internacionales, para poder ver el panorama completo de implementar esta estrategia se deben analizar los riesgos a enfrentar y las coberturas requeridas, esta información es clave para no cometer errores que pueden llevar a la destrucción del valor. Los principales riesgos que deben ser tenidos en cuenta y administrados son: riesgos comerciales, riesgos de impago, riesgos de terminación o incumplimiento del contrato, riesgo país, riesgo operacional, riesgo de entidad financiera, riesgo de cambio, riesgo de tipo de interés, riesgo en la logística.

Dentro del análisis a realizar se deben evaluar las diferentes opciones para posicionar el producto en el exterior: Exportación directa, exportación indirecta, licencias y franquicias. También revisar los tipos de acuerdos existentes con otros países y ver el grado de integración existente.

Zonas de libre comercio: con eliminación de aranceles.

Uniones Aduaneras: eliminación de aranceles y tarifas unificadas para países fuera de la unión.

Mercado común: Libre circulación de factores productivos e iguales características de la unión aduanera.

Unión monetaria y económica: si el objetivo es lograr ventas en países que tengan un proceso de integración económica y monetaria o la compañía está ubicada en estos países, existen ventajas importantes:

Derecho a libre circulación de factores de capital y trabajo dentro de ellos mismo, sin tener ninguna carga arancelaria.

Políticas comerciales y de estado común. Se acuerdan políticas arancelarias para el ingreso de importaciones de terceros países que no conforman la integración, es toda una ventaja competitiva que les permite ingresar al mercado en condiciones arancelarias iguales entre ellos.

Misma unidad monetaria: se elimina el riesgo que conlleva el tipo de cambio dentro de las negociaciones internacionales, esto les permite conocer realmente el valor a recibir o a pagar por compra entre ellos sin temor a las fluctuaciones del mercado de tasas de cambio de monedas. Estas fluctuaciones pueden conllevar grandes pérdidas a compañías si no son minimizados los riesgos adecuadamente.

*Yenny Constanza Durán*