

Ejercicio de realización grupal – Análisis de Caso – Clave de corrección

La siguiente es la clave de corrección para las respuestas a las consignas del ejercicio.

Lea el material mencionado y responda las siguientes preguntas/consignas. Cada respuesta debe contener, como mínimo, 100 palabras:

1. Tomando en cuenta las distintas categorías de riesgo político que se enuncian en la bibliografía básica y la información del artículo periodístico citado precedentemente, determine que clases de riesgos políticos se presentan en América Latina.

Clave de corrección:

- Introducción

El objetivo de la consigna consiste en, por un lado, comprender como las actividades del marketing están inmersas en un entorno político donde personas y gobernantes ejercen el poder a través instituciones gubernamentales, partidos políticos y organizaciones. Por otro, poder reconocer y contrastar las “culturas políticas” de los diferentes contextos.

Keegan define el riesgo político como “la posibilidad de que ocurra un cambio en el entorno político o en las políticas gubernamentales de un país que afectaría en forma negativa la capacidad de una empresa de operar un negocio de manera eficaz y rentable.” En vistas de ello América del sur continúa mostrándose como una región vulnerable e inestable por varias razones: cuestiones políticas sin resolverse, cambios de gobiernos que van del populismo de izquierda a gobiernos de centro, de derecha e inclusive algunas dictaduras; programas sociales ineficientes, alta corrupción y desigualdades sociales muy acentuadas. Además el panorama actual es bastante heterogéneo como lo demuestran los casos extremos de Chile y Venezuela.

- Conceptos/ideas que no deben faltar:

1. **Riesgo Político en Chile y Uruguay:** En estos países el riesgo político se percibe como bajo porque han podido manejar sus transiciones políticas, lejos de escenarios de violencia política y de controversias internacionales. También presentan menores índices de corrupción y criminalidad que otros de la región. El espectro político no está fragmentado y la convivencia política se ha instalado desde hace varias décadas.
2. **Riesgo Político en Brasil y Argentina:** Ambos países han sufrido la influencia negativa de la corrupción y la falta de transparencia. Las políticas populistas de Argentina y una economía muy intervenida por el gobierno hasta fines del 2015, han alejado las inversiones extranjeras, algo que desde entonces se busca corregir.
3. **Riesgo político en Venezuela:** Es el país de la región con mayor riesgo político debido a la extrema tensión social, la ausencia de un régimen republicano y la hostilidad del gobierno hacia la oposición.
4. **Tipos de riesgo político más corrientes en América del Sur:** Probabilidad de disturbios políticos, corrupción y falta de transparencia, políticas populistas y autoritarias, crimen organizado, descontento social, inestabilidad en la orientación política, restricciones

en el manejo de capitales, condiciones sociales de elevada marginalidad y desigual distribución de la riqueza.

- Errores comunes:

1. Considerar que el riesgo político deriva exclusivamente de las malas condiciones económicas de un país.
2. Minimizar el impacto que la criminalidad, la corrupción y la excesiva burocracia pueden tener en la elevación del riesgo político de un país.
3. Desconocer la vinculación subterránea que existe entre la orientación política de un país y las medidas que afectan la operatividad de una empresa, como por ejemplo las barreras arancelarias, los controles de cambio y las restricciones de repatriación de capitales.

- Bibliografía utilizada:

KEEGAN, Warren J. y GREEN Mark C. *Marketing Internacional*. Parte 2, Entorno del Marketing Global. Capítulo 5: Entornos político, legal y regulador del marketing global. México: Pearson Educación, 2009. ISBN: 9786074423396.

2. ¿Qué recaudos podrían tomar las empresas globales para reducir o contrarrestar el impacto del riesgo político?

Clave de corrección:

- Introducción

Dado que el riesgo político constituye una de las mayores amenazas para las operaciones de las corporaciones globales, el objetivo de la consigna consiste en comprender qué tipo de acciones lleva adelante una empresa al conocer la cultura política del país meta.

Las empresas compran seguros para contrarrestar los posibles riesgos que surjan del entorno político. Estos seguros son provistos por compañías especializadas, normalmente residentes en países industrializados. En algunos países como Estados Unidos y Canadá existen agencias gubernamentales que proveen de aseguramiento y/o subsidios a empresas del país que deseen hacer inversiones en países del extranjero con alto riesgo político.

- Conceptos/ideas que no deben faltar:

1. **Oferta de pólizas de seguro:** Contratos diseñados para la cobertura del riesgo político que puedan afrontar las empresas en el extranjero.
2. **Agencias Gubernamentales:** Instituciones que ofrecen cobertura de seguros y/o subsidios a empresas del país que desarrollen operaciones en países de alto riesgo político. (Sobre todo en Estados Unidos y Canadá)

- Errores comunes:

1. No percibir que por la naturaleza del negocio muchas compañías globales deben operar en países de alto riesgo político (es el caso de las empresas petroleras).
 2. No entender la vinculación entre el riesgo político de un país y las políticas que éste disponga en materia de embargo de bienes (políticas de expropiación, confiscación y nacionalización) y en materia impositiva.
- Bibliografía utilizada:
KEEGAN, Warren J. y GREEN Mark C. *Marketing Internacional*. Parte 2, Entorno del Marketing Global. Capítulo 5: Entornos político, legal y regulador del marketing global. México: Pearson Educación, 2009. ISBN: 9786074423396.