AUREN

La adaptación al Euro: Cuándo y Cómo

MARIO ALONSO - AUREN MADRID

La introducción del Euro se ha concebido como un poroceso progresivo, estructurado en tres fases; una primera, ya practicamente finalizada, en la que se ha decidido a nivel político los países que participan en la Unión Monetaria Europea y se van a establecer los tipos de cambio irreversibles entre las diferentes monedas y el euro. La segunda fase, que comienza el 1 de Enero de 1999, es la denominada "fase dual", en la que manteniendo el principio de "no obligación y no prohibición", las empresas tienen la opción de utilizar el euro o la moneda local durante un periodo de tre años, es decir, hasta el 31 de Diciembre del 2001, cuando comenzará la última fase de eliminación de las monedas nacioanles y uso exclusivo del euro. En consecuencia, a la dirección de la empresa se le plantea una decisión estratégica respecto a cuándo y cómo realizar esta adaptación, evaluando las ventajas e inconvenientes de las posibles diferentes alternativas, ya que además de las implicaciones puramente organizativas, no cabe duda de que la imp´lantación de la moneda única es un reto para las empresas nacionale que va a condicionar el futuro de los mercados locales y el clima de los negocios en general.

Factores que se deben considerar para realizar el cambio a la nueva moneda:

- Dimensión de la empresa: En general, a las PYMEs les será menos interesante el cambio durante el periodo transitorio
- Sector: Algunos como el fianciero ya van a tener por imperativo legal obligación de operar en euros al inicio de la segunda fase. Tendrán una adaptación tardía las empresas que operen en sectores del coemrcio minorista, de hostelería, ect.
- Flexibilidad de obligaciones legales y tributarias: Ya que lo contrario supondrá continuar utilizando, a efectos de declaraciones, la moneda nacional.
- Internacionalización de la empresa: A empresas que no operen con el exterior les será menos interesante la conversión anticipada.
- Presión de clientes: A medida que los clientes vayan adaptándose a la moneda única podrán "exigir" pagos y facturas en euros.
- Oferta de software adapatdo al euro y al efecto 2000
- Necesidad de formación al personal: Sobre todo para aquellos negocios que manejen dinero físico.
- Adaptación de medios técnicos: Máquinas expendedoras, vending, ect.
- Necesidad de información a los consumidores
- Pricing: La transparencia de precios entre los diferentes países de la UEM será absoluta, por lo que aquellas empresas que ofrezcan el mismo producto en distintos países y con diferentes precios, habrán de estudiar el momento de la implantación, ya que requerirá una nueva estrategia comercial. por otra parte, esto podrá llevar a que se modifiquen los llamados precios psicológicos (tipo 999) y puede acarrear cambios en las dimensiones o cantidades de todos los productos ofertados.

Mario Alonso *Foto:Archivo*

- Proveedores: La adaptación de proveedores de productos o servicios estratégicos podrá obligar a la empresa a anticipar el acmbio.
- Organización de la empresa: Una adecuada organización tanto de medios materiales como de recursos humanos puede facilitar el cambio.
- Manejo de dinero físico: Podrá retrasar la adaptación.
- Competencia: Por último, será un factor clave para esta decisión la estrategia frente a la competencia: Agresiva, adaptándose antes con al fin de adquirir ventajas de imagen, de abrirse a mercados extranjeros, ect. O Defensiva, ante competidores nacionales o extranjeros que ya hayan efectuado la conversión.

Que cambiar

- Sistemas de información Conatbilidad financiera; presupuestaria; analítica; controles internos: conciliación de cuentas; límites de firmas; sistemas de información a la dirección ect.
- Adaptación a los rquerimientos legales y tributarios Redenominación del capital declaraciones fiscales, declara

ciones a la Seguridad Social, Cuentas Anuales, libros de contabilidad, ect.

- Programas Informáticos: Contabilidad, facturación, control de almacenes, de activovs fijos, gestión de tesorería, gestión laboral, ect. Además, deberán modificarse datos de hojas de cálculo en cuanto a fórmulas, redondeos, importes fijos, ect.
- Políticas de precios/márketing: doble etiquetado, información a consumidores, precios psicológicos, ect.
- Cuestiones relacionadas con los recursos humanos: Formación, pensiones, salarios, ect.

Cuándo Cambiar

Ya hemos indicado loa factores a considerar para anticipar o retrasar la adaptación al euro, cuyo análisis nos puede llevar a tener en cuenta las siguientes ventajas del cambio anticipado:

- Identificar nuevos mercados
- Simplificar el comercio y las inversiones extranjeras
- Reducir riesgos, al no utilizar más de una moneda
- Mejorar la imagen de la empresa ante los clientes
- Iniciar con anterioridad la información a consumidores
- Explotar antes la transparencia den precios
- Adelantar el inicio de la recuperación de los costes de adaptación.

Como conclusión final, conviene insistir en que las empresas deben considerar el cambio a la moneda única como un proyecto global, en el que se implique tanto la dirección como todos los Departamentos, constituyendo un grupo de trabajo que analice todas las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la adaptación al euro.