



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR**

**“ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS EN EL SISTEMA DE
COMERCIALIZACIÓN DEL MALL VIRTUAL
WWW.COMPRADEUNA.COM”**

MONOGRAFÍA PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN:

INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTOR:

Ing. Andrés Vanegas

DIRECTOR:

Ing. Augusto Bustamante.

CUENCA, ECUADOR

2008

DEDICATORIA:

Con cariño, agradecimiento y respeto a mis queridos padres y hermanos que con sus consejos, paciencia, comprensión y apoyo han sido guía en el camino de mi vida personal y profesional, constituyendo una parte muy importante para la culminación de mi carrera y mis logros personales.

Andrés.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Augusto Bustamante, por su ayuda desinteresada e incondicional en la consecución de esta monografía.

Gracias por impartir sus conocimientos, tiempo y paciencia.

RESPONSABILIDADES

Yo, Andrés Santiago Vanegas Jácome con cédula 171414870-5, declaro que la investigación y el contenido del presente trabajo de graduación fue realizado por mi persona y que los resultados y conclusiones a los que se ha llegado, son de mi absoluta responsabilidad.

Ing. Andrés Santiago Vanegas Jácome

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
RESPONSABILIDADES.....	III
ÍNDICE DE CONTENIDOS	IV
ÍNDICE DE CUADROS.....	V
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	VI

CAPITULO I.....	1
1. FUNCIONAMIENTO INTERNO DEL MALL VIRTUAL.....	1
1.1 Concepto del negocio.....	1
1.2 Descripción de la empresa.....	1
1.3 Visión.....	2
1.4 Misión.....	2
1.5 Objetivos estratégicos.....	2
1.6 Análisis FODA.....	3
1.7 Planteamiento del problema.....	4
1.8 Descripción de la empresa.....	4
1.8.1 Organigrama.....	5
1.8.2 Proceso seleccionado.....	5
1.8.3 Objetivo del proceso.....	5
1.8.4 Composición del sitio.....	6
1.8.5 Modelo de negocios.....	9
1.8.7 Grafica del Flujo de Procesos.....	11
1.8.8 Descripción de las actividades del proceso.....	13
1.8.9 Cadena de valor.....	20
1.8.10 Ponderación de Macroprocesos.....	21
1.9 Marco Teórico.....	22
1.9.1 Administración de Riesgos.....	23
1.9.2 Metodología RISICAR.....	23
1.9.3 Etapas de la Administración de Riegos.....	23
1.9.3.1 Identificación de riesgos.....	23
1.9.3.2 Calificación de Riesgos.....	23
1.9.3.3 Evaluación de los Riesgos.....	23
1.9.3.4 Medidas de tratamiento.....	23
1.9.3.5 Implementación de las medidas.....	24
1.9.3.6 Monitoreo y Evaluación.....	24

CAPITULO

II.....	25
2. APLICACIÓN DEL MÉTODO RISICAR EN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	25
2.1 Macroproceso.....	25
2.2 Objetivo.....	26

DE

2.3 Proceso: Generación de información.....	26
2.3.1 Identificación de Riesgos.....	27
2.3.2 Calificación de Riesgos.....	29
2.3.3 Escala para la calificación de la frecuencia.....	29
2.3.4 Escala para la calificación del impacto.....	30
2.3.5 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo.....	31
2.3.6 Evaluación de Riesgos.....	31
2.3.7 Zona de evaluación.....	33
2.4 Proceso: Finiquitar la venta.....	35
2.4.1 Identificación de Riesgos.....	36
2.4.2 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo.....	37
2.4.3 Zona de evaluación.....	37
2.5 Diseño de Medidas de tratamiento.....	40
2.5.1 Medidas de tratamiento sugeridas.....	40
2.5.2 Controles existentes.....	41
2.5.2.1 Controles existentes en el proceso Generar Información.....	41
2.5.2.2 Controles existentes en el proceso Finiquitar la Venta.....	43
2.5.3 Controles Propuestos.....	45
2.5.3.1 Controles propuestos en el proceso Generar Información.....	45
2.5.3.2 Controles propuestos en el proceso Finiquitar la Venta.....	47
2.5.4 Análisis de la efectividad de los controles.....	50
2.5.5 Presupuesto financiero.....	52
CAPITULO III.....	54
3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	54
3.1 Bibliografía general.....	59
3.2 ANEXOS.....	59
3.3 Propuesta para la evaluación de controles.....	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No1 Ponderación de Macroprocesos.....	21
Cuadro No 2 Identificación de riesgos en el proceso de Generar Información.....	27
Cuadro No 3 Calificación de la frecuencia.....	29
Cuadro No 4 Calificación del impacto.....	30
Cuadro No 5 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo.....	31
Cuadro No 6 Matriz de Respuesta ante los Riesgo.....	32
Cuadro No 7 Zona de evaluación.....	33
Cuadro No 8 Ponderación de riesgos.....	34
Cuadro No 9 Identificación de riesgos en el proceso de Finiquitar la venta.....	36
Cuadro No 10 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo.....	37
Cuadro No 11 Zona de evaluación.....	38
Cuadro No 12 Ponderación de riesgos.....	38
Cuadro No 13 Mapa de Riesgos para el proceso de Generar Información.....	40
Cuadro No 14 Mapa de Riesgos para el proceso de Finiquitar la Venta.....	41
Cuadro No 15 Efectividad de los controles propuestos.....	51
Cuadro No 16 Presupuesto Financiero.....	52

RESUMEN

Para la realización de un “Plan de administración de riesgos” en el sistema de comercialización de la empresa Compradeuna S.A., se escogió como método de aplicación al “Risicar”, el cual nos ayudó a identificar, calificar y evaluar los riesgos existentes en este proceso a través de la aplicación de mapas de riesgos.

Mediante la propuesta de medidas de control que ayuden a responder ante estas probabilidades de ocurrencia, se pretende minimizar los riesgos en sus actividades, logrando así mejorar la eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos de esta empresa.

ABSTRACT

The method of application “RISICAR” was chosen to make a “Risk administration plan” for the trading system of the company Compradeuna S.A. This method helped us identify, qualify and evaluate the risks that exist in this process through the application of risk maps.

Through the control measures proposal, which helps to respond to the occurrence probabilities, it aims to minimize the risks in their activities. In this way, it achieves an improvement in the efficiency and effectiveness of the use of this company`s resources.

INTRODUCCIÓN

La nueva economía a través del denominado comercio electrónico ha cambiado la manera en que se desarrollan las actividades económicas para el ser humano en todas partes del mundo, convirtiéndolas en aún más globalizadas y facilitando la manera en que se realizan negocios entre empresas e individuos.

Es así que buscando nuevas formas de comercialización y concientes de la gran demanda que existe por productos y servicios de emigrantes ecuatorianos residentes en España y Estados Unidos, el Banco del Austro con sede en la ciudad de Cuenca ha desarrollado el mall virtual denominado Compradeuna.com, el cual podrá ser utilizado y consultado por cualquier persona que disponga de una conexión a Internet y que tenga los conocimientos básicos para realizar una compra de acuerdo a sus necesidades.

La empresa Compradeuna S.A., desconoce de los riesgos del proceso comercialización, esto se debe al poco tiempo que permanece en el mercado motivo por el cuál ha tenido que afrontar problemas tanto con sus clientes como sus proveedores, afectando así a su capacidad operativa.

Concientes de la importancia de estar preparados ante la ocurrencia de eventos negativos que pudieran afectar a esta empresa, se ha realizado una investigación que tiene como objetivo determinar los riesgos inherentes en el proceso de comercialización en la empresa Compradeuna S.A.

La finalidad de esta monografía es crear un plan de administración de riesgos que ayude a minimizar o eliminar los efectos que estas probabilidades de ocurrencia pueden causar, mediante la propuesta de medidas de control que ayuden a fortalecer la capacidad de decisión de la gerencia ante situaciones de emergencia.

CAPITULO I

1. FUNCIONAMIENTO INTERNO DEL MALL VIRTUAL COMPRADEUNA S.A

1.1 Concepto del negocio.

WWW.COMPRADEUNA.COM, es una plataforma de negocios por Internet donde compradores y vendedores pueden encontrarse, intercambiar información y realizar transacciones de comercio electrónico con una amplia gama de productos y servicios.

Es un sitio donde quienes lo visitan encuentran múltiples actividades desde consultas, noticias, entretenimiento hasta compras seguras.

1.2 Descripción de la empresa.

La empresa de estudio fue constituida en el año de 2007 en la ciudad de Cuenca, bajo la razón social “COMPRADEUNA S.A”, creada con la finalidad de proporcionar el servicio de intermediación entre proveedores nacionales y consumidores emigrantes mediante la oferta virtual de productos y servicios.

Esta nueva manera de hacer negocios permite que los ecuatorianos radicados en otros países, puedan adquirir productos que beneficien a sus familias en cualquier lugar del Ecuador, garantizando una compra virtual segura, ya que cuenta con el respaldo de la entidad financiera Banco del Austro como aval de esta operación.

Además este sitio web sirve como enlace de información pues proporciona un sin número de actividades que van desde consultas, noticias hasta entretenimiento.



1.3 Visión: Ser una Empresa que se desarrolle de forma confiable y flexible, construyendo el cambio en la era del Internet, con una gestión que se anticipe y adapte al cambio, aprenda de la experiencia y se innove permanentemente.

1.4 Misión: Proveer el medio electrónico de negocios y servicios en Internet a empresas de diferentes sectores y tamaños, que agreguen valor a sus actividades y operaciones, incrementando la eficiencia y reduciendo los costos, promoviendo sus artículos y actividades a nuestro clientes, a través del desarrollo y la innovación permanente en el área tecnológica y administrativa

1.5 Objetivos Estratégicos:

- Adquirir una mejor tecnología de punta.
- Ampliar el mercado donde se desarrolla la organización.
- Fortalecer las relaciones comerciales con nuestros proveedores.
- Incrementar la cartera de clientes, mediante la oferta de nuevas líneas de productos.

1.6 Análisis FODA.

Fortalezas: Son recursos, habilidades, capacidades o activos favorables que ya posee la empresa, que le dan ventaja competitiva con respecto a los competidores. Son factores internos directamente controlados.

- Respaldo de entidades financieras.
- Atención personalizada por parte de los agentes.
- Tecnología del software con que se trabaja.
- Rapidez en el medio de comercialización.
- Reducción de costos (manejo de inventarios).

Debilidades: Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Barreras internas para la empresa.

- Poco tiempo de permanencia en el mercado.
- Falta de personal.
- Infraestructura limitada.
- Falta de políticas y procedimientos operativos.

Oportunidades: Son eventos o tendencias del entorno que la empresa podría aprovechar. Los mismos que no son directamente controlables pues son factores externos

- Expansión ilimitada del mercado.
- Reducción de intermediarios.
- Incremento de usuarios de Internet en Sud América y Ecuador.
- Poca competencia a nivel nacional.
- Mejores estrategias de negociación.

Amenazas: Son problemas o dificultades del entorno que provocan al normal desenvolvimiento de la empresa, al igual que las oportunidades, no son controlables porque son externas.

- Costo elevado del servicio de internet.
- Inestabilidad de políticas migratorias de países de destino.
- Reducción de remesas.
- Falta de conocimiento del manejo de internet.
- Desconfianza por parte de usuarios en pagos a través de internet.

1.7 Planteamiento del problema.

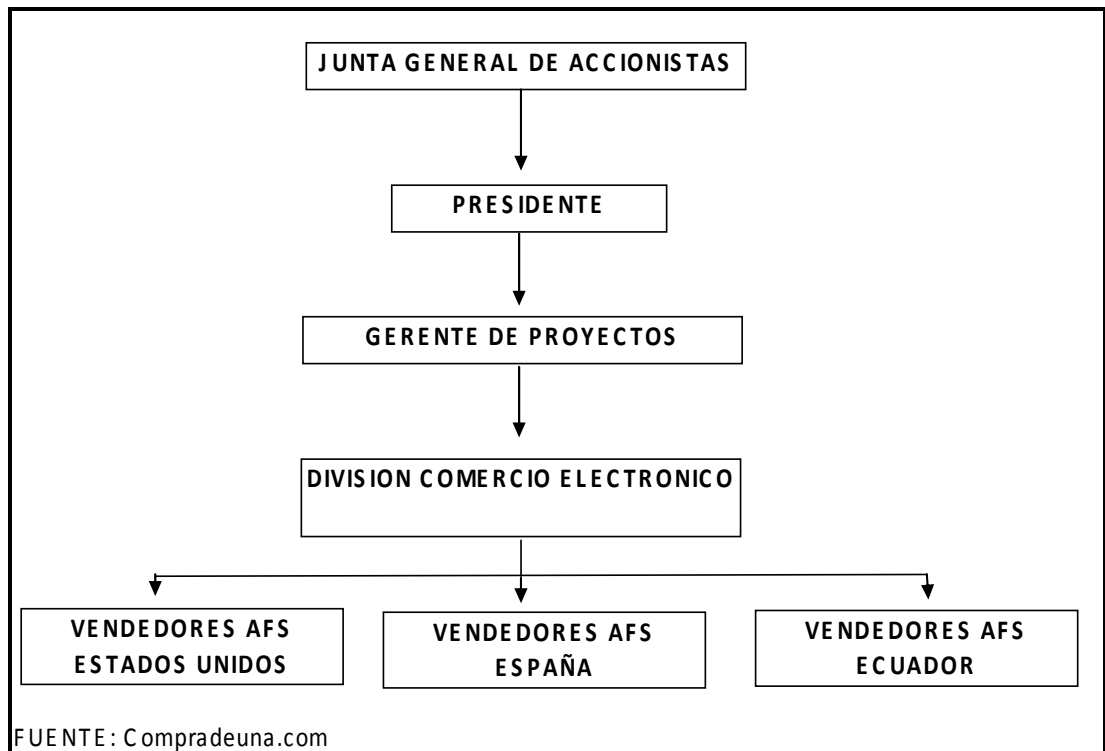
El mall virtual www.compradeuna.com desconoce de los riesgos inherentes a su actividad económica, esto se debe al poco tiempo que se encuentra en el mercado, motivo por el cuál puede estar expuesto ha diferentes tipos de riesgo tales como: financieros, informáticos o de comercialización.

Debido a que la actividad comercial es el pilar fundamental para el éxito y permanencia de esta empresa, se centrara el estudio en la determinación de los riesgos que afecten el normal desenvolvimiento del proceso de comercialización desde el punto de vista de la gestión administrativa, para proponer medios de acción que faciliten la toma de decisiones ante la ocurrencia de imprevistos que afecten su nivel de operación.

1.8 Descripción de la empresa

Para la determinación de los riesgos es indispensable el estudio del proceso de comercialización, organigrama y grafica de flujo de procesos. Esto permitirá identificar los pasos que sigue el proceso con el fin de determinar su funcionamiento e identificar sus riesgos inherentes.

1.8.1 Organigrama



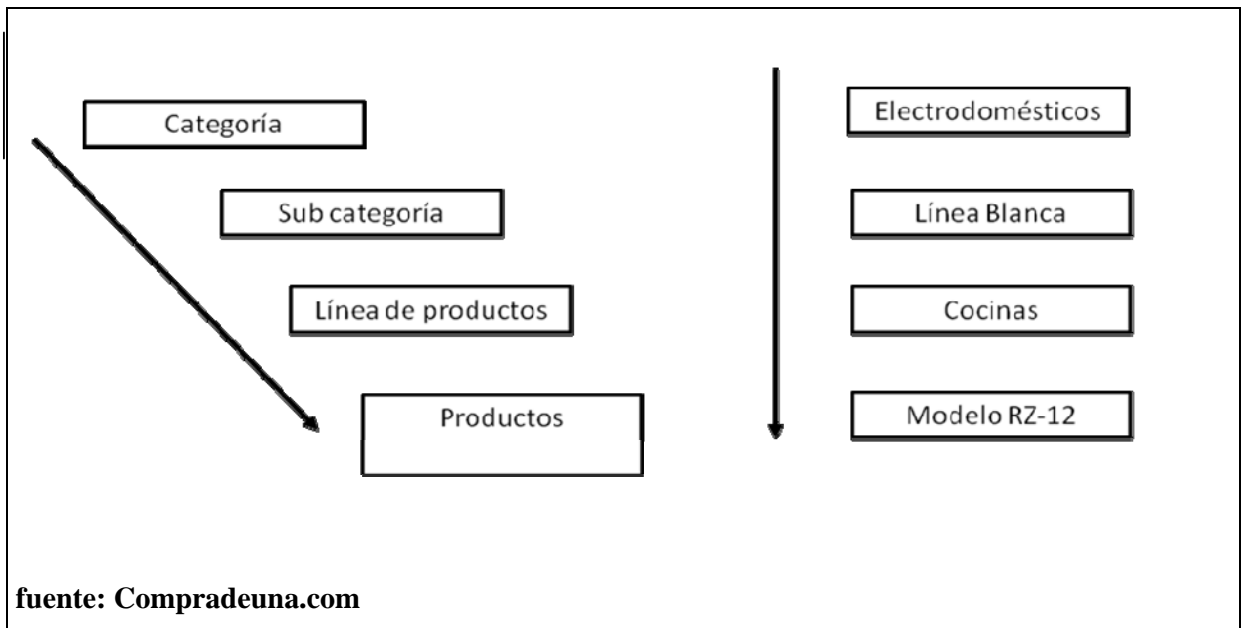
1.8.2 Proceso seleccionado

El proceso seleccionado para la realización de esta monografía es el de Comercialización, debido a que este es el proceso en el cual se centra la actividad del negocio.

1.8.3 Objetivo del proceso

Proporcionar el servicio de intermediación entre proveedores para que publiquen sus productos y servicios a los emigrantes radicados en otros países, mediante la promoción del mall virtual como una nueva manera de hacer negocios, adquiriendo artículos que necesiten y entregándolos en cualquier ciudad del Ecuador.

1.8.4 Composición del sitio



En la composición del sitio se muestra como se puede buscar y acceder a información de los productos que se comercializan, desde la categoría principal (electrodomésticos, vehículos, etc.) hasta el modelo específico que se desea encontrar.

Entre las diversas categorías de productos que se publican en el mall virtual se pueden mencionar las siguientes:

➤ Hogar



➤ Electrodomésticos



➤ Motos



➤ Comisariatos



➤ Telefonía



➤ Computación



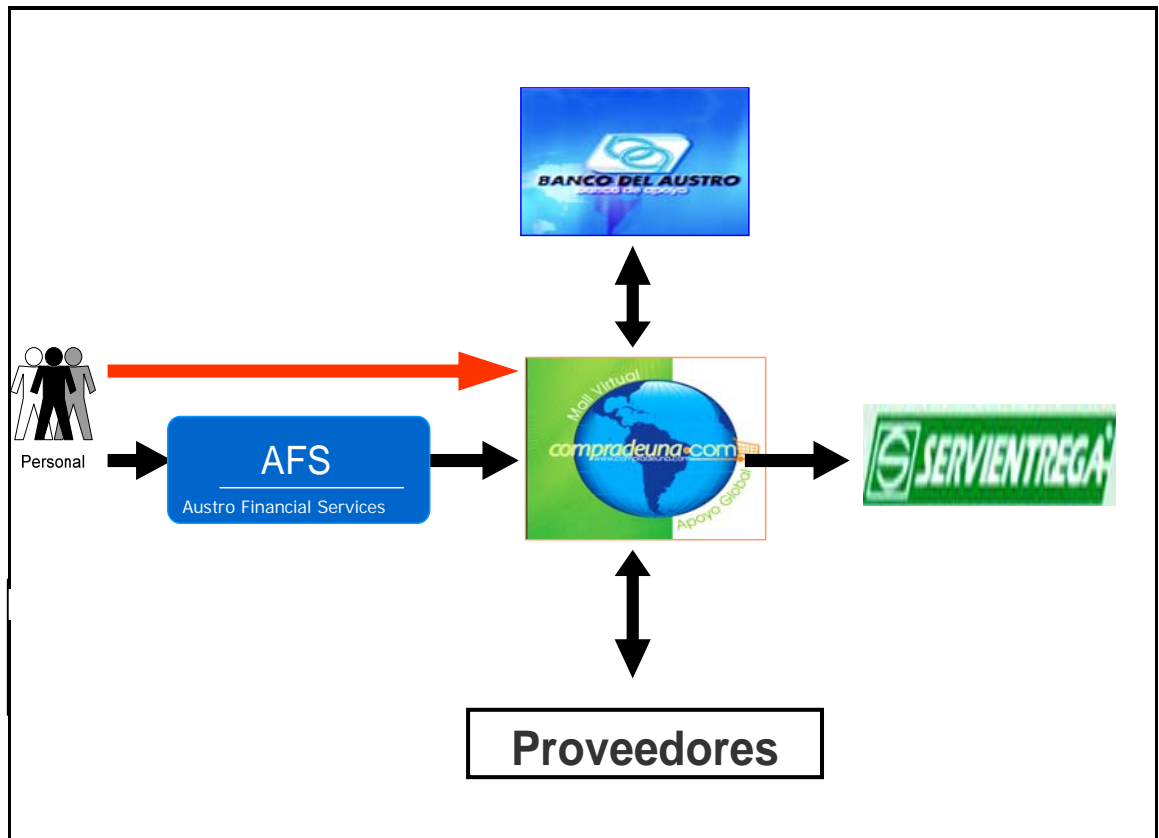
➤ Pasajes aéreos



➤ Regalos



1.8.5 Modelo de negocios



Fuente: Compradeuna.com

En el Modelo de Negocios se tiene como integrantes a los siguientes:

Proveedores:

- Son las empresas que participan con sus productos en el carrito de compras.
- Proporcionan el archivo de inventario.
- Serán responsables de cargar mantener y asegurar su propio inventario.
- Se encargaran del despacho de la mercadería.
- Se encargaran de manejar cambios y devoluciones.
- Recibirán un e-mail de la confirmación de la transacción exitosa relacionada con sus productos.

Administrador:

- Son las personas encargadas de realizar la consolidación, carga y actualizaciones de los archivos de inventario de los proveedores, en el sistema de administración de contenidos de YAGE Portal, siempre y cuando el proveedor no pueda hacerlo.
- Se encarga del contacto con los proveedores y clientes del portal.
- Se encargara del mantenimiento de las secciones relacionadas con el flujo de compra.
- Recibirá en e-mail de confirmación de todas las transacciones exitosas relacionadas con todos los proveedores y debe estar pendiente de las ordenes de pedido efectuadas en el portal en el estado de pendientes.
- Se encargara del mantenimiento de los módulos informativos del portal.

Cliente:

- Es la persona que realiza la adquisición o se registra en el portal.
- Sus datos personales son guardados en la base de datos del modulo de comercio electrónico.
- Puede guardar una lista de personal de productos deseados.
- Sus pagos exitosos o fallidos se guardarán en la base de datos del portal, y podrá tener acceso a esa información.

Financiera:

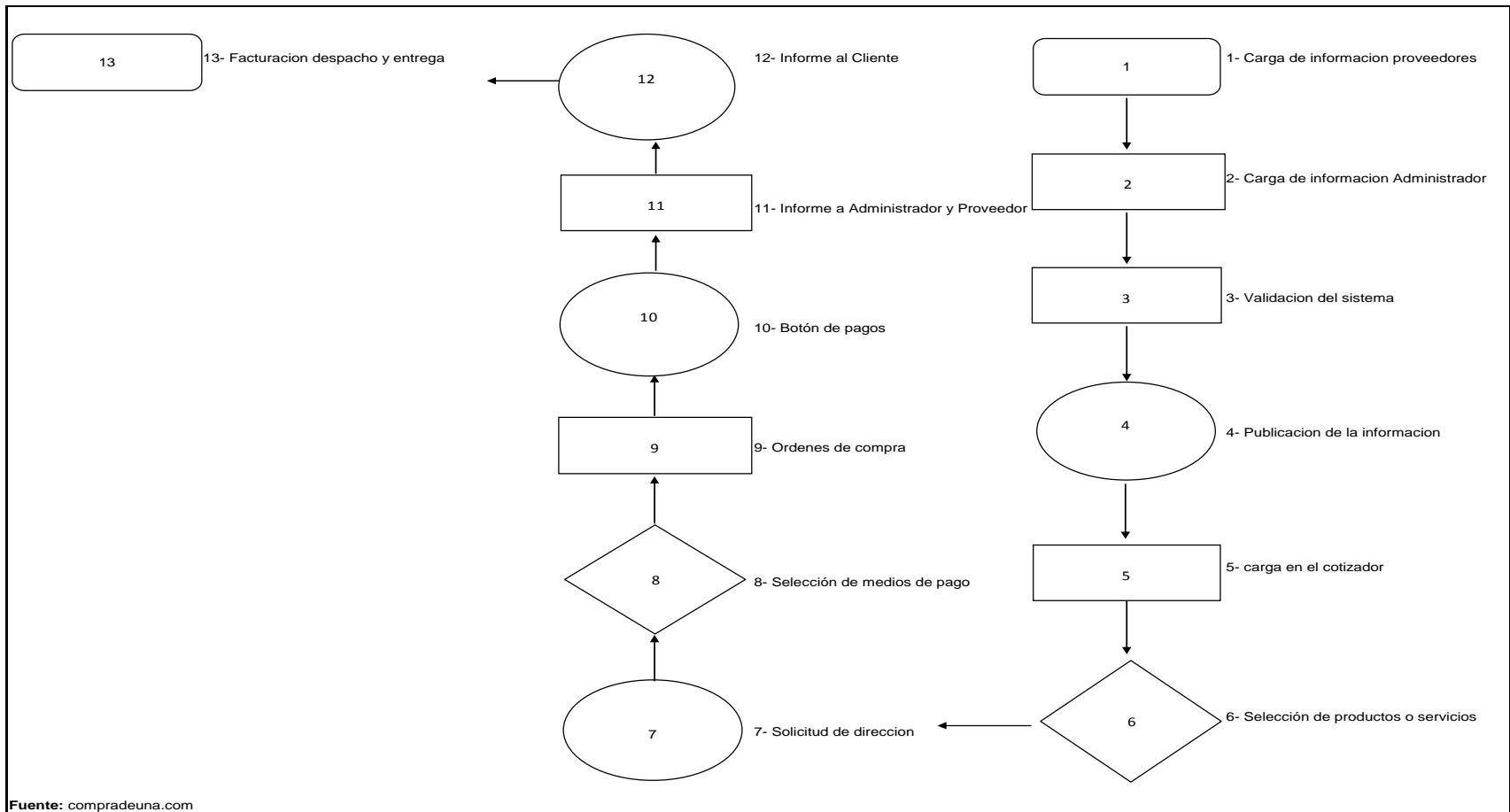
- Se encargara de la confirmación de los depósitos que se realiza, ya sea a través de depósito, giro o transferencia.
- Facilita los medios de pago, ofreciendo las diversas tarjetas de crédito con las que la institución trabaja.

Courier:

- Empresa dedicada a la entrega a domicilio de los productos que el cliente adquiere a través del mal virtual.
- Se encargara de la entrega de las mercaderías en el tiempo y condiciones acordadas.

1.8.6 Grafica del Flujo de Procesos

El proceso de comercialización del mal virtual www.compradeuna.com, se detalla en el flujo que se presenta a continuación:



1.8.7 Descripción de las actividades del proceso

1.- Carga de información Proveedores: Los proveedores cargan, mantienen y aseguran el stock de sus productos.

También se puede optar por un acuerdo previo con el banco para que los proveedores envíen el archivo de inventario al administrador del banco.

	F	G	J	K	L	M	N	V	X	Y	Z	
	Mostrar en menú de productos del Home. Si es así poner 1 sino 0	nombre producto	precio regular	precio en caso de estar en oferta	precio en caso de estar en saldo	especificaciones y características Técnicas principales del producto	breve descripción del producto	dimensión para cálculo de costo de envío	dimensión para cálculo de costo de envío	dimensión para cálculo de costo de envío	peso del producto	
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7		1		535,09		Procesador Amd i2 4800 Memoria de 1gb Quemador de dvd Dvdrw Disco duro de 250 GB Lector multiple de Memorias Salida de	Es un Computador de alto rendimiento que no sufre de calentamiento por lo cual lo hace ideal para los Estudiantes de Colegio. <small>ES-2017-45-1-50</small>	23	47	55	10	
8		1		535,09		Procesador Amd i2 4800 Memoria de 1gb Quemador de dvd Dvdrw Disco duro de 250 GB Lector multiple de Memorias Salida de Speed 7.1 Fast Modem	Es un Computador de alto rendimiento que no sufre de calentamiento por lo cual lo hace ideal para los Estudiantes de Colegio. <small>ES-2017-45-1-50</small>	23	47	55	10	
9		1	234,20			Mon AOC 17" Led VideoScreen 17Psa-1	Mon AOC 17" Led VideoScreen resolución de 1280*1024	45	36	13	4	
10		1	10,45			Teclado Microsoft multimedia P#f2	Teclado Microsoft 600 Azu	46	20	4	1	
11		1	7,80			Mouse logitech optico P#f2	Mouse logitech optico P#f2	9	4	13	0	
12		1	12,77			Parlantes Logitech PC	Parlantes Logitech po	35	17	9	1	
13		1	1950,00			Laptop FS Lifebook S710	Procesador Dual Core T2400 Memoria de 1gb Quemador de dvd Dvdrw Disco duro SATA de 80 GB S.O XP Profesional	Es un Computador que posee características ideales para los Estudiantes de Colegio. <small>ES-2017-45-1-50</small>				
14		1	2340,00			Laptop Sony VAIO UX1809	Procesador Core i3i300 120Hz Memoria de 512 Mb Disco duro de 30 GB Bluetooth	Es un Computador que posee características ideales para los Estudiantes de Colegio. <small>ES-2017-45-1-50</small>				

Fuente: Compradeuna.com

2.- Carga de información Administrador: el administrador del banco carga la información proporcionada por los proveedores en la base de datos del Portal, siempre y cuando los proveedores no puedan realizarlo y previa una negociación con el banco.

#	Nombre	Marca	Categorías/subcategorías de Productos	Proveedor	Stock Min/Act/Max	Precio	Destacado	Activo
1	Parlantes Logitech S-100 PC	Logitech	Parlantes	Comercial Salvador Pacheco Mora	5/78/80	Precio Regular: \$12,77	Si	Si
2	Parlantes Logitech S-120 PC 2pcs	Logitech	Parlantes	Comercial Salvador Pacheco Mora	1/117/117	Precio Regular: \$12,97	No	Si
3	Parlantes Logitech R-10	Logitech	Parlantes	Comercial Salvador Pacheco Mora	1/2/4	Precio Regular: \$18,16	No	Si

Fuente: Compradeuna.com

3.- Validación del sistema: YAGÉ Portal permite la validación de la información de los contenidos de los productos.

The screenshot shows the YAGÉ Portal interface for product validation. At the top, the YAGÉ logo is displayed with the tagline 'evolución digital'. Below the logo, there is a navigation bar with 'Home' and 'Log out' links. The user information section shows 'Usuario: Marco Moscoso (Marco)' and 'Rol: Administrador'. The language is set to 'Español'. The main content area is titled 'Productos' and shows the breadcrumb 'Carrito > Productos'. The product being validated is 'Parlantes Logitech S-100 PC'. The form includes the following fields and options:

- Nombre: Parlantes Logitech S-100 PC
- Número de Modelo: S-100PC
- Código Externo: 162820
- Marca: Logitech
- Categorías/subcategorías de Productos: Parlantes
- Proveedor: Comercial Salvador Pacheco Mora
- Habilitado: Sí No
- Destacado: Sí No

Buttons for 'Grabar', 'Aplicar', 'Reset', and 'Cancelar' are located on the right side of the form.

Fuente: Compradeuna.com

4.- Publicación de la información: El Módulo de Comercio Electrónico publica la información de los productos de una manera fácil de acceder para el uso del cliente.

El cliente también puede ordenar los productos según su criterio y dentro de las categorías que se encuentre.

The screenshot shows the YAGÉ Portal product page for 'Parlantes Logitech S-100 PC'. The page features a navigation bar with links for 'Compras En Línea', 'La Empresa', 'Noticias y Novedades', 'Proveedores', and 'Marcas'. The main content area includes a sidebar with 'Seleccione su área de interés' and a list of categories: 'Tarjetas de Regalo', 'Tecnología', and 'Electrodomesticos'. The product details section shows the product name 'Parlantes Logitech S-100 PC', a price of '\$12,77', and an 'Agregar' button. The page also includes a 'Descripción del producto' and 'Características' section.

Fuente: Compradeuna.com

5.- Carga en el Cotizador: Los productos que el cliente vaya seleccionando, se irán cargando en un cotizador, desde el cual el cliente podrá administrar las cantidades deseadas y el sistema automáticamente calculara los valores.

1 Selección 2 Registro 3 Entrega 4 Forma de Pago 5 Resumen 6 Confirmación

Carrito de Compras - Selección

Cada vez que hagas clic en "Agregar" de un producto, este será agregado en tu carrito de compras. Si quieres incorporar más productos a su carrito, haz clic en "Seguir comprando". En caso de querer retirar un producto de tu carrito de compras, simplemente haz clic en la opción "Eliminar" del respectivo producto.

Una vez que tu carrito de compras cuente con todos los productos que quieres comprar, haz clic en "Procesar pedido", para continuar con el proceso.

Productos	Precio Unitario	Impuesto Unitario	Cantidad	Total Producto
 Parlantes Logitech S-100 PC  Eliminar	\$12,77	IVA (12.0%): \$1,53	1	\$12,77
Actualizar				
Subtotal:				\$12,77
IVA				\$1,53
Total:				\$14,30

[Seguir comprando](#) [Cancelar](#) [Procesar pedido](#)

Contactenos [Términos y Condiciones](#)

©2008 Compradeuna.com™

Fuente: Compradeuna.com

6.- Selección de productos o servicios: El cliente selecciona los productos y servicios que desee y una vez que este de acuerdo con lo que desee, ingresa a una pantalla de registro si posee usuario y clave; caso contrario debe registrar sus datos personales.

1 Selección 2 Registro 3 Entrega 4 Forma de Pago 5 Resumen 6 Confirmación

Carrito de Compras - Regístrate

Si ya estás registrado, sólo tienes que identificarte en el programa ingresando tu E-mail y clave, y cargaremos todos los datos de facturación automáticamente.

Si eres un nuevo usuario por favor regístrate siguiendo los datos que te solicita el formulario, recuerda que los campos que llevan asterisco (*) son obligatorios.

Usuarios Registrados

Ingrese su clave

Usuario (E-mail):

Clave:

Si olvidó su clave, ingrese su nombre de usuario y presione el siguiente botón [Ingresar](#) [olvide mi clave.](#)

Si no tienes cuenta con CompradeUna.com, por favor [Regístrate.](#)

Agentes del Banco del Austro

¿Agente Autorizado

[Seguir comprando](#) [Cancelar](#) [regresar](#)

Contactenos [Términos y Condiciones](#)

Fuente: Compradeuna.com

7.- Solicitud de dirección: El Portal solicitará al cliente que ingrese la dirección de entrega de los productos (cualquier lugar del Ecuador), aquí la factura de compra viajara con cada producto despachado por el proveedor.

Fuente: Compradeuna.com

8.- Selección de medio de pago: El cliente seleccionará el método de pago entre las opciones propuestas por el banco.

Fuente: Compradeuna.com

9.- Órdenes de compra: El sistema muestra un resumen del pedido del cliente, se piden los datos que servirán para el llenado de la factura.

Carrito de Compras - Resumen

Bienvenido Susana Campoverde

Resumen de Pedido

Productos	Precio Unitario	Impuesto Unitario	Cantidad	Total Producto
Parlantes Logitech S-100 EC	\$12.77	IVA (12.2%): \$1.53	1	\$12.77
Subtotal Orden				\$12.77
IVA				\$1.53
Subtotal				\$14.30
Detalle de Envío:				
Costo de envío:				\$2.66
IVA:				\$0.32
Subtotal				\$3.97

Dirección de Entrega

DIRECCIÓN DE ENTREGA

Nombre y apellido de la persona autorizada para recibir el pedido: Jessica Moscoso
Calle principal / número / intersección: El Oro 3-46 y Rampe Ciego Toral
Departamento / torre / edificio / compañía: Casa
Referencia de dirección: Junto al Bolegon de Zarro
País: Ecuador
Provincia/Estado: Azuay
Ciudad: Cuenca
Tu pedido te llegará en aproximadamente 2 días.

Datos de Factura

Nombre completo: Susana Campoverde
Dirección: El Oro 3-46
Teléfono: 072818184
N° de documento de identificación: 0101383783
Referencia: 12345

Opción de Pago Seleccionada

Su opción de Pago es: **VISA**

Fuente: Comradeuna.com

10.- Botón de pagos: El botón de pagos del sistema escogido por el cliente, realiza la transacción e informa al cliente y al Modulo de Comercio Electrónico del éxito o fracaso de la transacción.

Con la mayor seguridad y comodidad

Compras En Línea La Empresa Noticias y Novedades Proveedores Marcas

Carrito / English Español

1 Selección 2 Registro 3 Entrega 4 Forma de Pago 5 Resumen 6 Confirmación

Bienvenido Susana Campoverde

Carrito de Compras -

Datos de su tarjeta de crédito

* N° de la Tarjeta de Crédito (sin espacios)

* Fecha de Expiración 01 2008

* Código de seguridad (3 dígitos)

Los casilleros designados con * son obligatorios

Cancelar aceptar

Fuente: Comradeuna.com

11.- Informe a Administrador y Proveedor: Si la transacción es exitosa se informa vía mail al administrador y proveedor, los datos de la transacción exitosa se guardan en la base de datos del Portal.

Estimado/a Adminstrador/a, - Proveedor

A continuación, se detalla el pedido EXITOSO realizado con los siguientes datos.
Por favor, revisa en el sistema y dar el trámite pertinente.

Atentamente.

Compra de Una : <http://www.compradeuna.com/>

DATOS DEL CLIENTE

Nombre:	Andrés
Apellido:	Vanegas
Género :	Hombre
Email:	Asvanegas1@hotmail.com
Tipo de Identificación/RUC:	Cedula
Identificación/RUC:	171414870-5
Nacimiento :	1984-08-13
Teléfono :	072894451
Celular :	094818727
Calle principal / número / intersección :	Av. Ordoñez Lazo
Departamento / torre / edificio / compañía :	Casa
Referencia de dirección :	Sector Santa Maria
Ciudad :	Cuenca
Estado/Provincia:	Azuay
País :	Ecuador

RESUMEN DE LA TRANSACCIÓN

Fecha Transacción:	2008-02-21 12:48
# Transacción:	000001564
Estado Transacción:	EXITOSO
Estado Envío:	Lista para despacho

DETALLE DEL PEDIDO

Proveedor	Código	Producto	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal
Comercial Salvador Pacheco Mora		Parlantes Logitech S-100 PC	1	\$12.77	\$12.77
				Subtotal Orden	\$12.77
				IVA	\$1.53
				Subtotal	\$14.30
				Costo envío	\$2.65
				IVA	\$0.32
				Subtotal	\$2.97
				Total	\$17.27

DIRECCIÓN DE ENTREGA

Nombre y apellido de la persona autorizada para recibir el pedido:	Andrés Vanegas
Calle principal / número / intersección:	Av. Ordoñez Lazo s/n
Departamento / torre / edificio / compañía:	Casa
Referencia de dirección :	Junto a farmacia Santa Maria
País:	Ecuador
Provincia/Estado:	Azuay
Ciudad:	Cuenca

Opción de pago seleccionada



Contáctenos Términos y Condiciones
©2006 DeUna.com™

Fuente: Compradeuna.com

12.- Informe al cliente: Los datos del éxito o fracaso de la transacción se guardan en la base de datos del Portal, para que el cliente tenga los detalles de la misma, también se confirma al cliente vía mail.

Estimado/a Andrés Vanegas

A continuación, se presentan los detalles de tu compra realizada en CompraDeuna.com el día 2008-02-21. Por favor guarde estos datos para futuras referencias. Si deseas más detalles, puedes ingresar en cualquier momento a la sección "Mi Cuenta" en CompraDeUna.com para realizar consultas de sus compras realizadas. Tu compra te llegará en aproximadamente 2 días.

Atentamente. Compra de Una :: <http://www.compradeuna.com/>

RESUMEN DE LA TRANSACCIÓN

Fecha Transacción: 2008-02-21 12:48
 # Transacción: 000001564
 Estado Transacción: EXITOSO
 Estado Envío: Lista para despacho

DETALLE DEL PEDIDO

Proveedor	Código	Producto	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	
Comercial Salvador Pacheco Mora		Parlantes Logitech S-100 PC	1	\$12.77	\$12.77	
					Subtotal Orden	\$12.77
					IVA	\$1.53
					Subtotal	\$14.30
					Costo envío	\$2.65
					IVA	\$0.32
					Subtotal	\$2.97
					Total	\$17.27

DIRECCIÓN DE ENTREGA

Nombre y apellido de la persona autorizada para recibir el pedido: Andrés Vanegas
 Calle principal / número / intersección: Av. Ordoñez Lazo S/n
 Departamento / torre / edificio / compañía: Casa
 Referencia de dirección : Junto a farmacia Santa Maria
 País: Ecuador
 Provincia/Estado: Azuay
 Ciudad: Cuenca

Datos de la Factura

Nombre completo: Andrés Vanegas
 Dirección: Av. Ordoñez Lazo
 Teléfono: 072894451
 N° de documento de identificación: 171414870-5
 Fecha: 2008-02-21

Opción de pago seleccionada



Fuente: Compradeuna.com

13.- Facturación, despacho y entrega: Compradeuna se encarga de emitir la factura, documento que será entregado al beneficiario conjuntamente con el producto adquirido a través del mall virtual

Con esta actividad, el proceso de venta concluye. Luego de ello, el call center del mall virtual se encargará de realizar un seguimiento post venta para asegurarse que se recibió lo que se ha comprado y en el tiempo que se ha ofreció. Así, Compradeuna.com verifica si se cumplió lo que se prometió al momento de entregar sus productos a domicilio de una manera rápida y segura.

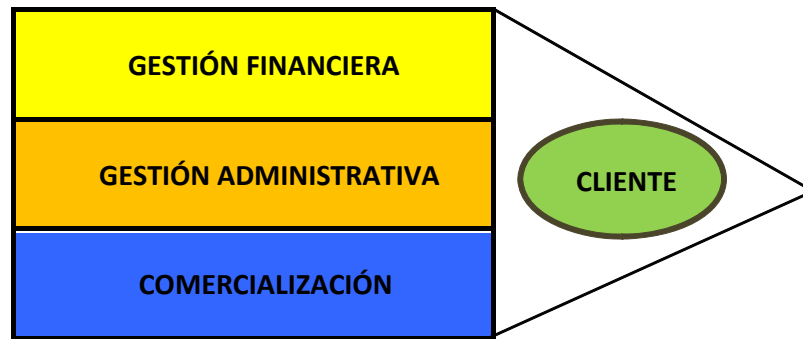


1.8.8 Cadena de valor

La cadena de valor del mall virtual www.compradeuna.com está compuesta por tres macroprocesos, de los cuales uno es misional y dos de apoyo.

Macroprocesos misionales: Descrito como comercialización, este contribuye al logro de la misión de la empresa.

Macroprocesos de apoyo: Conformados por la gestión financiera y administrativa, constituyen los macroprocesos de soporte a la dirección y organización de la empresa.



1.8.9 Ponderación de Macroprocesos

Se procedió a dar pesos a los macroprocesos misionales y de apoyo de acuerdo con el grado de importancia para esta empresa.

Cuadro No 1 Ponderación de Macroprocesos

PONDERACIÓN DE MACROPROCESOS	
Gestión Financiera	25%
Gestión Administrativa	25%
Comercialización	50%
TOTAL	100%

Fuete: Elaborado por el autor

Como se puede observar el macroproceso más significativo es el de comercialización, calificado con el 50% de importancia; debido a que es la actividad principal que desarrolla la empresa objeto de estudio, por lo tanto, para efectos de esta monografía se estudiará a este macroproceso por ser el pilar fundamental para el éxito y permanencia de este mall virtual.

1.9 Marco Teórico

A continuación se nombrara los conceptos que se ha considerado de vital importancia para la consecución de la presente monografía, ya que sirven de soporte y además fundamentan la investigación.

Según el autor Rubi Consuelo Mejía Quijano en su libro Administración de Riesgos Un Enfoque Empresarial, primera edición 2006

1.9.1 Administración de Riesgos: Es un conjunto de acciones llevadas a cabo en forma estructurada e integral, que permite a las organizaciones identificar y evaluar los riesgos que pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos, con el fin de emprender en forma efectiva las medidas necesarias para responder ante ellos.

1.9.2 Metodología RISICAR: Al considerar la identificación de riesgos como una de las etapas más importantes de la Administración de Riesgos, es primordial contar con una herramienta y método aprobado, que permita realizar en forma precisa y acertada el análisis y control de los riesgos identificados.

Dentro de las diferentes herramientas de identificación, se opto por la utilización del método RISICAR por las siguientes ventajas encontradas:

- Facilidad de aplicación en todo tipo de empresas
- Su enfoque por procesos, lo que le permite administrar los riesgos en forma integral en toda la organización
- La asignación de responsabilidad sobre la administración de riesgos
- La creación de cultura de manejo de riesgos y suministro de herramientas y conocimiento a cada empleado, para asumir responsabilidades ante ellos.

1.9.3 Etapas de la Administración de Riesgos

1.9.3.1 Identificación de riesgos: Permite a los empleados y a la organización poner al descubrimiento situaciones y tomar conciencia de las posibilidades y peligros que puedan enfrentar en su actuar, lo cual garantiza que no tomen riesgos sólo por desconocimiento de la posibilidad de ocurrencia.

1.9.3.2 Calificación de Riesgos: Es necesario determinar su magnitud, es decir, establecer qué tan representativos son para la organización. Para ello se realizan dos análisis: uno sobre la probabilidad de ocurrencia del riesgo y otro sobre el impacto o potencial de pérdida que pueda causar en caso de su materialización.

1.9.3.3 Evaluación de los Riesgos: Se analizan las calificaciones dadas a los riesgos y se establece la situación en que se encuentra la empresa respecto de ellos, lo cual facilita el diseño de planes de manejo de acuerdo con un rango de prioridades, definidas en relación con la gravedad de los riesgos.

Para realizar esta clasificación de los riesgos se utilizan criterios que pueden establecerse de acuerdo con el nivel de tolerancia del riesgo; estos niveles pueden ir desde aceptable, cuando el riesgo es considerado de poco peligro, hasta inaceptable, cuando es tan peligroso que debe ser evitado o controlado al máximo y de inmediato.

1.9.3.4 Medidas de tratamiento: Existen dos opciones: una relacionada con el manejo del riesgo como tal y otra relacionada con la disponibilidad de fondos para subsanar las pérdidas asociadas.

En la literatura sobre los riesgos, a estas dos opciones se les llama el control de riesgos y financiamiento de riesgos:

Control de riesgos: Evitar, prevenir o proteger.

Financiamiento de riesgos: Aceptar, retener o transferir.

1.9.3.5 Implementación de las medidas: Definidas las medidas de tratamiento de los riesgos o la forma de responder ante ellos, se cuenta con la información necesaria para establecer los planes y acciones correspondientes en cada proceso, proyecto o unidad de negocio donde se han analizado los riesgos.

1.9.3.6 Monitoreo y Evaluación: Una vez implementadas las medidas de respuesta definidas para manejar los riesgos, es necesario realizar un seguimiento al estado de los mismos, progreso de los planes de acción establecidos y al avance y efectividad del proceso de administración de riesgos en toda la organización.

CAPITULO II

2. APLICACIÓN DEL MÉTODO RISICAR EN EL PROCESO DE COMERCIALIZACION.

Como se menciona en el marco teórico del primer capítulo, el método “Risicar” propone el uso de las siguientes etapas para una correcta administración de riesgos empresariales.

1. Identificación de los riesgos
2. Calificación de los riesgos
3. Evaluación de los riesgos
4. Diseño de medidas de tratamiento
5. Implementación de las medidas
6. Monitoreo y evaluación

Para efectos de esta monografía se realizará un estudio de la etapa uno hasta la cuatro, puesto que, la etapa cinco y seis requiere del establecimiento de un programa que garantice la aprobación de las medidas por parte de la gerencia, la asignación de prioridades, las fechas límites, los responsables de su ejecución y los recursos necesarios para la ejecución de los planes propuestos.

2.1 Macroproceso

Como se mencionó en el primer capítulo, dentro de la descripción del objeto de estudio, el macroproceso seleccionado dentro de la empresa para la aplicación del método es el de “COMERCIALIZACIÓN”, debido a que es la actividad principal de

esta empresa, puesto que, el éxito o fracaso dependerá en su totalidad de las ventas que realice.

Macroproceso: Comercialización



2.2 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso es: proporcionar el servicio de intermediación entre proveedores para que publiquen sus productos y servicios a los emigrantes radicados en otros países, mediante la promoción del mall virtual como una nueva manera de hacer negocios, adquiriendo artículos que necesiten y entregándolos en cualquier ciudad del Ecuador.

Procesos

1. Generar información
2. Finiquitar la venta

2.3 Proceso: Generación de información:

En este proceso se realiza una serie de actividades, tales como:

- Selección de proveedores
- Carga de información
- Validación del sistema

- Publicación de información
- Recaudos por servicios



A continuación se procederá a cumplir con las etapas del método RISICAR.

2.3.1 Identificación de Riesgos

Por medio de esta etapa, se puede descubrir los riesgos inmiscuidos en este proceso, mediante el uso de información proporcionada por sus empleados, determinando razones, maneras, circunstancias, posibilidades y peligros que puedan comprometer el correcto funcionamiento del mall virtual.

Cuadro No 2 Identificación de riesgos en el proceso de Generar Información

ACTIVIDAD	RIESGO	DESCRIPCIÓN	AGENTE GENERADOR	CAUSA	EFECTO
Selección proveedores	Error	Posibilidad de que no se trabaje con los proveedores mas calificados, eficientes, por falta de herramientas y procesos de selección de proveedores	Gerencia	Falta de herramientas y procesos para la selección Fallas en los controles de calidad	Pérdida económica Deterioro de imagen
	Favorecimiento	Posibilidad de favorecer proveedores para obtener intereses personales	Gerencia	Error en la selección, Intereses personales Selección inadecuada de proveedores Falta de supervisión	

ACTIVIDAD	RIESGO	DESCRIPCIÓN	AGENTE GENERADOR	CAUSA	EFEECTO
Carga de información	Demora	Posibilidad de demora excesiva para subir la información a YAGÉ portal	YAGÉ portal	Fallas en los sistemas informáticos	Pérdida económica Deterioro de imagen Afectación al servicio
	Error	Posibilidad de equivocaciones en la carga de información y mantenimiento	Administrador del portal y Proveedor	Falta de capacitación	Pérdida económica Deterioro de imagen
				Falta de experiencia	
				Falta de supervisión	
				Ausencia de políticas que guíen la actuación	
	Interface del usuario	Posibilidad de falta de restricciones y autorización en el sistema para ejecutar funciones por parte de cualquier empleado	Administrador del portal y Proveedor	Falta de seguridad en los sistemas informáticos	Pérdida económica Afectación al servicio Pérdida de información
Falta de supervisión					
Ausencia de políticas que guíen la actuación					
Falta de controles					
Validación del sistema	Procesamiento	Posibilidad de falta de controles preventivos que aseguren que el procesamiento de la información a sido completado	Administrador del portal	Falta de claridad en información	Afectación al servicio Pérdida de información
	Demora	Posibilidad de demora excesiva para validar la información al modulo de comercio electrónico	isp	Fallas en la conexión	Afectación al servicio Deterioro de imagen
Publicación de información	Estafa	Posibilidad de que los proveedores no dispongan de los productos y servicios que ofrecen en el portal	Proveedores	Carencia de confiabilidad en la información Ausencia de mecanismos que garanticen el cumplimiento de los proveedores Falta de control de inventarios Falta de supervisión	Afectación al servicio Pérdida económica Deterioro de imagen
Recaudos por servicios	Colapso de telecomunicaciones	Posibilidad de que los medios de recaudación o pago, no confirmen los depósitos, transferencias a tiempo por los productos	Remesadora y Banco	Falta de coordinación de quienes desarrollan el proceso Fallas en sistemas informáticos	Interrupción del servicio Deterioro de imagen Pérdida económica

Fuente: Elaborado por el autor

2.3.2 Calificación de Riesgos

Después de haber realizado la identificación de los riesgos se procede a calificarlos, para realizar esta etapa se realizara cuadros de calificación de la frecuencia e impacto.

Para la realización de la presente monografía se utilizo un modelo de cuadro de frecuencia e impacto de cuatro niveles, sugeridos por el método RISICAR adaptado a las características de la empresa.

De la misma manera el cuadro de calificación de impacto fue definida tomando en consideración los cuatro aspectos más importantes que podrían ser afectados por la materialización de los riesgos, entre los cuales tenemos: económico, imagen, clientes y afectación al servicio.

2.3.3 Escala para la calificación de la frecuencia

Cuadro No 3 Calificación de la frecuencia

CALIFICACIÓN DE LA FRECUENCIA		
VALOR	FRECUENCIA	DESCRIPCIÓN
1	BAJA	Hasta dos veces en el año
2	MEDIA	Entre tres y cinco veces al año
3	ALTA	Entre seis y ocho veces al año
4	MUY ALTA	Más de ocho veces al año

Fuente: elaborado por el autor

2.3.4 Escala para la calificación de impacto

Cuadro No 4 Calificación del impacto

CALIFICACIÓN DEL IMPACTO					
Valor	Impacto	Descripción en términos económicos	Descripción en términos de imagen	Descripción en pérdida de clientes	Descripción en términos de afectación al servicio
5	LEVE	Pérdidas hasta \$5,000	Conocimiento a nivel local	Entrega del producto en tres días	Hasta dos veces en el año
10	MODERADO	Pérdidas entre \$6.000 y \$12.000	Conocimiento a nivel regional	Entrega del producto en cuatro días	Entre tres y cinco veces al año
20	SEVERO	Pérdidas entre \$13.000 y \$20.000	Conocimiento a nivel nacional	Entrega del producto en cinco días	Entre seis y ocho veces al año
50	CATASTRÓFICO	Pérdidas mayores a \$20.000	Conocimiento a nivel internacional	Mayor de seis días	Más de ocho veces al año

Fuente: elaborado por el autor

2.3.5 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo

Cuadro No 5 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN
Selección proveedores	Error	1	5	5
	Favorecimiento	2	5	10
Carga de información	Demora	1	10	10
	Error	2	50	100
	Interface del usuario	1	20	20
Validación del sistema	Procesamiento	2	20	40
	Demora	1	10	10
Publicación de la información	Estafa	2	20	40
Recaudos por servicios	Colapso de telecomunicaciones	1	20	20

Fuente: Elaborado por el autor

2.3.6 Evaluación de Riesgos

Mediante este proceso, se evalúa la magnitud de los riesgos y la periodicidad con la que se presentan, a través, de la utilización de la matriz de respuesta ante riesgos, la cual, permite conocer la gravedad de los riesgos clasificándolos en aceptables, tolerables, graves o inaceptables.

MATRIZ DE RESPUESTA ANTE LOS RIESGOS.
Cuadro N° 6 Matriz de Respuesta ante los Riesgo

FRECUENCIA	VALOR				
MUY ALTA	4	20. ZONA DE RIESGO TOLERABLE (Pv, R)	40. ZONA DE RIESGO GRAVE (Pv, Pt, T)	80. ZONA DE RIESGO INACEPTABLE (Pv, Pt, T)	200. ZONA DE RIESGO INACEPTABLE (E, Pv, Pt)
ALTA	3	15. ZONA DE RIESGO TOLERABLE (Pv, R)	30. ZONA DE RIESGO GRAVE (Pv, Pt, T)	60. ZONA DE RIESGO GRAVE (Pv, Pt, T)	150. ZONA DE RIESGO INACEPTABLE (E, Pv, Pt)
MEDIA	2	10. ZONA DE RIESGO TOLERABLE (Pv, R)	20. ZONA DE RIESGO TOLERABLE (Pv, Pt, R)	40. ZONA DE RIESGO GRAVE (Pv, Pt, T)	100. ZONA DE RIESGO INACEPTABLE (Pv, Pt, T)
BAJA	1	5. ZONA DE ACEPTABILIDAD (A)	10. ZONA DE RIESGO TOLERABLE (Pt, R)	20. ZONA DE RIESGO TOLERABLE (Pt, T)	50. ZONA DE RIESGO GRAVE (Pt, T)
	IMPACTO	LEVE	MODERADO	SEVERO	CATASTROFICO
	VALOR	5	10	20	50

A= Aceptar el riesgo
Pt= Proteger la empresa

E= Eliminar la actividad
Pv= Prevenir el riesgo

T= Transferir el riesgo
R= Retener las pérdidas

Fuente: MEJÍA, R. Administración de riesgos un enfoque empresarial. 1era Edición. Universidad EAFIT, Medellín, 2006. p. 113

2.3.7 Zona de evaluación

Cuadro No 7 Zona de evaluación

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN	ZONA DE RIESGO
Selección proveedores	Error	1	5	5	ZONA DE ACEPTABILIDAD
	Favorecimiento	2	5	10	ZONA DE RIESGO TOLERABLE
Carga de información	Demora	1	10	10	ZONA DE RIESGO TOLERABLE
	Error	2	50	100	ZONA DE RIESGO INACEPTABLE
	Interface del usuario	1	20	20	ZONA DE RIESGO TOLERABLE
Validación del sistema	Procesamiento	2	20	40	ZONA DE RIESGO GRAVE
	Demora	1	10	10	ZONA DE RIESGO TOLERABLE
Publicación de la información	Estafa	2	20	40	ZONA DE RIESGO GRAVE
Recaudos por servicios	Colapso de telecomunicaciones	1	20	20	ZONA DE RIESGO TOLERABLE

Fuente: Elaborado por el autor

Ponderación de riesgos y macroprocesos en el proceso de generación de información

Por medio de la aplicación de una encuesta a los administradores del portal, se procedió a dar pesos a los riesgos, de acuerdo al daño potencial que podría surgir si este evento negativo se llegara a materializar.

Cuadro No 8 Ponderación de riesgos

PONDERACION DE RIESGOS	
Error	25%
Estafa	20%
Procesamiento	15%
colapso de telecomunicaciones	10%
interface del usuario	10%
demora	10%
Favorecimiento	10%
TOTAL	100%

MACROPROCESO	COMERCIALIZACIÓN 50 %			MAYOR RIESGO	
Riesgos ponderación	F * I = C			P	TOTALES
Error 25%	2	50	100	12,5	12,5
Estafa 20%	2	40	80	8	8
Procesamiento 15%	2	40	80	6	6
colapso de telecomunicaciones	1	20	20	1	1
interface del usuario 10%	1	20	20	1	1
demora 10%	1	10	10	0,5	0,5
Favorecimiento 10%	2	5	10	0,5	0,5
TOTAL	29,5				

PRIORIDAD	RIESGO
1	Error
2	Estafa
3	Procesamiento

Fuente: Elaborado por el autor

El riesgo de error, fue determinado como el evento más peligroso que pudiera afectar al cumplimiento de la misión y objetivos de la fábrica, seguido por el de estafa y procesamiento.

2.4 Proceso: Finiquitar la venta

En este proceso se realiza una serie de actividades, tales como:

- Estrategias comerciales
- Ventas exterior
- Ordenes de compra
- Informe a administrador y proveedor
- Entrega de productos y servicios



2.4.1 Identificación de Riesgos

Cuadro No 9 Identificación de riesgos en el proceso de Finiquitar la venta

ACTIVIDAD	RIESGO	DESCRIPCIÓN	AGENTE GENERADOR	CAUSA	EFECTO
Estrategias comerciales	E stafa	Posibilidad de falta de claridad en las promociones, descuentos y facilidades de pago	Administrador del portal y Proveedor	Desconocimiento de factores internos, condiciones, necesidades de la empresa Falta de capacitación Falta de experiencia Falta de supervisión.	Pérdida de mercado Deterioro de imagen
Ventas exterior	Error	Posibilidad de que los agentes tengan desconocimiento de los procesos de compra en el portal	Agentes vendedores AFS	Errores en la selección Perfil inadecuado Falta de capacitación Falta de experiencia Ausencia de políticas que guíen la actuación	Pérdida económica Afectación al servicio
Ordenes de compra	Riesgos de relación	Posibilidad de falta de uso oportuno de la información creada por una aplicación (proceso, sistema), para una toma de decisiones correcta por parte del cliente al momento de la compra	Administrador y proveedor	Perspectiva de información	Deterioro de imagen Afectación al servicio Pérdida de clientes
Informe a administrador y proveedor	Procesamiento de errores	Posibilidad de falta de métodos que aseguren que cualquier proceso de información de error, sea capturado, corregido y reprocesado con exactitud completamente	YAGÉ portal	Fallas en la entrega de informáticos	Pérdida económica Pérdida de información Afectación al servicio
Entrega de los productos y servicios	Incumplimiento	Posibilidad de que no se cumplan con las fechas de entrega de los productos, pactadas anteriormente al momento de la compra	Courier	Fallas en la revisión de las fechas de los pedidos Errores en la selección del Courier	Deterioro de la imagen Afectación al servicio Pérdida de clientes
	Error	Posibilidad de que las mercaderías que nuestros clientes compran desde el exterior no lleguen con las características establecidas al momento de la compra	Courier y Proveedor	Errores en la selección del Courier Fallas en la revisión del estado de las mercaderías Manejo y almacenaje de mercaderías Fallas en el procedimiento	Deterioro de la imagen Afectación al servicio Pérdida de clientes

Fuente: Elaborado por el autor

2.4.2 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo

Cuadro No 10 Determinación de la frecuencia, impacto y calificación de riesgo

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN
Estrategias comerciales	Estafa	1	50	50
Ventas exterior	Error	3	50	150
Ordenes de compra	Riesgos de relación	1	20	20
Informe a administrador y proveedor	Procesamiento de errores	1	50	50
Entrega de los productos y servicios	Incumplimiento	2	50	100
	Error	1	50	50

Fuente: Elaborado por el autor

2.4.3 Zona de evaluación

Cuadro No 11 Zona de evaluación

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN	ZONA DE RIESGO
Estrategias comerciales	Estafa	1	50	50	ZONA DE RIESGO GRAVE
Ventas exterior	Error	3	50	150	ZONA DE RIESGO INACEPTABLE
Ordenes de compra	Riesgos de relación	1	20	20	ZONA DE RIESGO TOLERABLE
Informe a administrador y proveedor	Procesamiento de errores	1	50	50	ZONA DE RIESGO GRAVE
Entrega de los productos y servicios	Incumplimiento	2	50	100	ZONA DE RIESGO INACEPTABLE
	Error	1	50	50	ZONA DE RIESGO GRAVE

Fuente: Elaborado por el autor

Ponderación de riesgos y macroprocesos en finiquitar la venta

Cuadro No 12 Ponderación de riesgos

PONDERACION DE RIESGOS	
Error	30%
Incumplimiento	25%
Estafa	15%
Procesamiento de errores	15%
Riesgos de relación	15%
TOTAL	100%

MACROPROCESO	COMERCIALIZACIÓN 50 %			MAYOR RIESGO
Riesgos ponderación	F * I = C			TOTALES
Error	3	50	150	22,5
Incumplimiento	2	50	100	12,5
Estafa	1	50	50	3,75
Procesamiento de errores	2	20	40	3
Riesgos de relación	1	20	20	1,5
TOTAL	43,25			

PRIORIDAD	RIESGO
1	Error
2	Incumplimiento
3	Estafa

Fuente: Elaborado por el autor

Como se puede apreciar, el riesgo de error constituye el mayor evento negativo, puesto que, pudiera afectar en el cumplimiento de la misión y de los objetivos que posee la empresa. Entre los posibles agentes que contribuyen a la consecución de este riesgo son:

- Vendedores: El personal que se dedica a realizar las ventas en el exterior, es el principal generador de este riesgo debido a que no poseen el suficiente nivel de entrenamiento y capacitación.
- Administradores del portal: El personal administrativo debido a que son ellos los que deben estar en un constante manejo y actualización de sus productos, beneficios y promociones; además tienen la función de vigilar el cumplimiento de normas y procesos que garanticen el buen trabajo de sus agentes vendedores.
- Políticas y Procedimientos: Tanto la generación de la información como finiquitar la venta pueden fallar si no se encuentran con políticas y procedimientos definidos, por escrito y que se encuentren entendidos por todos los empleados.

El riesgo de error se encuentra en responsabilidad de los de administradores del portal, proveedores, vendedores y la entidad dedicada a la entrega de los productos; para los cuales la empresa tendría que definir responsabilidades específicas en la implementación de controles, de esta manera estaríamos garantizando la administración de este riesgo.

Otros riesgos importantes a tomarse en cuenta son el incumplimiento y la estafa, estos riesgos ocurren tanto en los procesos de generar información y finiquitar la venta por lo cual deberán ser considerados al momento de implantar controles que ayuden a disminuir las probabilidades de ocurrencia negativas en la empresa.

2.5 Diseño de Medidas de tratamiento

2.5.1 Medidas de tratamiento sugeridas

En esta etapa se presentara medidas de tratamiento sugeridas para los riesgos identificados, cabe recalcar que estas medidas sugeridas, son tomadas en consideración según el cuadro anterior que es el de Matriz de respuesta ante los riesgos.

Cuadro No 13 Mapa de Riesgos para el proceso de Generar Información

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN	ZONA DE RIESGO	MEDIDAS DE CONTROL SUGERIDAS
Selección proveedores	Error	1	5	5	ZONA DE ACEPTABILIDAD	Aceptar el riesgo
	Favorecimiento	2	5	10	ZONA DE RIESGO TOLERABLE	Proteger la empresa, Retener las pérdidas
Carga de información	Demora	1	10	10	ZONA DE RIESGO TOLERABLE	Proteger la empresa, Retener las pérdidas
	Error	2	50	100	ZONA DE RIESGO INACEPTABLE	Proteger la empresa, prevenir el riesgo, Transferir el riesgo
	Interface del usuario	1	20	20	ZONA DE RIESGO TOLERABLE	Proteger la empresa, transferir el riesgo
Validación del sistema	Procesamiento	2	20	40	ZONA DE RIESGO GRAVE	Proteger la empresa, prevenir el riesgo, Transferir el riesgo
	Demora	1	10	10	ZONA DE RIESGO TOLERABLE	Proteger la empresa, retener las pérdidas

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN	ZONA DE RIESGO	MEDIDAS DE CONTROL SUGERIDAS
Publicación de la información	Estafa	2	20	40	ZONA DE RIESGO GRAVE	Proteger la empresa, prevenir el riesgo, transferir el riesgo
Recaudos por servicios	Colapso de telecomunicaciones	1	20	20	ZONA DE RIESGO TOLERABLE	Proteger la empresa, transferir el riesgo

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro No 14 Mapa de Riesgos para el proceso de Finiquitar la Venta

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN	ZONA DE RIESGO	MEDIDAS DE CONTROL SUGERIDAS
Estrategias comerciales	Estafa	1	50	50	ZONA DE RIESGO GRAVE	Proteger la empresa, transferir
Capacitación a agentes	Error	3	50	150	ZONA DE RIESGO INACEPTABLE	Proteger la empresa, prevenir el riesgo, eliminar actividad
Ordenes de compra	Riesgos de relación	1	20	20	ZONA DE RIESGO TOLERABLE	Proteger la empresa, transferir el riesgo
Informe a administrador y proveedor	Procesamiento de errores	1	50	50	ZONA DE RIESGO GRAVE	Proteger la empresa, transferir
Entrega de los productos y servicios	Incumplimiento	2	20	40	ZONA DE RIESGO GRAVE	Proteger la empresa, transferir el riesgo, prevenir el riesgo
	Error	2	50	100	ZONA DE RIESGO INACEPTABLE	Proteger la empresa, prevenir el riesgo, Transferir el riesgo

Fuente: Elaborado por el autor

2.5.2 Controles existentes

Los controles que posee el mall virtual en sus dos procesos dentro del macroproceso de Comercialización son los siguientes:

2.5.2.1 Controles existentes en el proceso Generar Información:

Actividad: Selección de proveedores

Riesgo: Error

- Aprobación por parte de la gerencia de las empresas participantes.
- Que las entidades sean de renombre y prestigio.

Riesgo: Favorecimiento

- Que posean productos con precios competitivos frente al resto de la competencia.
- Que se ofrezca mayores comisiones con respecto a otros proveedores.

Actividad: Carga de información

Riesgo: Demora

- Control diario de funcionamiento por parte de técnicos.

Riesgo: Error

- Revisión semanal por parte del personal responsable de proveedores.
- Revisión semanal por parte de la administración de la empresa.

Riesgo: Interface del usuario

- Claves asignadas a empleados por parte de la empresa.
- Reporte de actividades por agentes generadas a través del sistema.

Actividad: Validación del sistema

Riesgo: Procesamiento

- Control diario de funcionamiento por parte de técnicos.

Riesgo: Demora

- Control diario de funcionamiento por parte de técnicos.
- Mensaje de error si el tiempo para la validación sobrepasa un minuto.

Actividad: Publicación de la información

Riesgo: Estafa

- Control semanal de actualización de stock por parte de los administrativos de la empresa como también por parte de los proveedores.

Actividad: Recaudos por servicios

Riesgo: Colapso de telecomunicaciones

- Control por parte del departamento de comunicaciones (conexiones Internet, teléfonos).
- Respaldo mensual por parte del servidor.

2.5.2.2 Controles existentes en el proceso Finiquitar la Venta:

Actividad: Estrategias comerciales

Riesgo: Estafa

- Comunicación con proveedores cuando se acuerda algún tipo de promoción u oferta.
- Revisión por parte del área administrativa de la entidad como también de los proveedores.

Actividad: Ventas Exterior

Riesgo: Error

- Consultas vía Internet o asistencia remota con los técnicos o personal administrativo.

Actividad: Ordenes de compra

Riesgo: Riesgos de relación

- Revisión por parte del área administrativa de la empresa como también por parte de los proveedores.

Actividad: Informe a administrador y proveedor

Riesgo: Procesamiento de errores

- Control de funcionamiento por parte de técnicos.

Actividad: Entrega de productos y servicios

Riesgo: Incumplimiento

- Políticas de entrega de productos acordadas con el courier y proveedor.

Riesgo: Error

- Control por parte del personal que maneja los despachos de las mercaderías.

2.5.3 Controles Propuestos

2.5.3.1 Controles propuestos en el proceso Generar Información

Actividad: Selección de proveedores

Riesgo: Error

- **Creación de políticas para selección de proveedores:** Al establecer políticas y parámetros para la selección de proveedores, se estará asegurando los requisitos mínimos que deben poseer las empresas para poder ofertar sus productos, contando así con los servicios de los proveedores más competitivos.

Riesgo: Favorecimiento

- **Licitaciones y publicidad a través de medios de comunicación:** Con esta actividad se llegará a todas las empresas afines que estén en capacidad de competir en cuanto a calidad, precios, comisión; teniendo una mayor cantidad de oferentes para la selección. Aparte de hacer conocer los productos y servicios al público por medio de publicidad enfocada a su mercado meta que es el de los migrantes.

Actividad: Carga de información

Riesgo: Demora

- **Control en los tiempos de carga de información:** Para el momento de cargar o subir información al portal, este permita flexibilidad si se necesita más tiempo del límite permitido en el sistema.

- **Formas de información:** Utilizar formatos que no tengan tamaño excesivo, tanto en imágenes como texto (JPG, GIF, DOC), siendo más rápida su carga al portal.

Riesgo: Error

- **Control y supervisión:** La división de comercio electrónico estará en capacidad de supervisar diariamente toda la información que se publique, además de revisar todas las actualizaciones que se realicen, ya sea por parte del mall virtual como el proveedor, certificando que esta información esté correcta minimizando la ocurrencia de este riesgo.

Riesgo: Interface del usuario

- **Asignación de actividades según rol:** Asignar el rol según las labores y responsabilidades actuales de los empleados, logrando así restricciones individuales para ejecutar el sistema, garantizando de esta manera su confidencialidad.
- **Control de Periodicidad:** Control y cambio de acceso cada cierto periodo de tiempo, para evitar ingreso de personas no autorizadas.

Actividad: Validación del sistema

Riesgo: Procesamiento

- **Especificación de información:** Por parte de los proveedores como también de los administradores del mall, desde la recepción de la información confirmar que esta se encuentre completa, es decir con los parámetros mínimos que pide el sistema, logrando agilizar el procesamiento de la información y pueda ser cargada en forma correcta.

Actividad: Publicación de la información

Riesgo: Estafa

- **Mantenimiento diario de stock:** Como responsables el personal administrativo de la empresa, cerciorándose que los productos publicados en el mall virtual, se encuentran disponibles para la venta.
- **Control y supervisión:** Por parte de los administradores del portal, para asegurar que los precios de los productos sean los correctos y no se encuentren sobrevalorados o subvalorados.
- **Plan de emergencia:** En el caso de proceder con la venta de algún producto que no se encuentre disponible en stock, adquirirlo en cualquier local comercial del país y continuar con la venta, para después encontrar la empresa responsable del error y que asuma el valor de la transacción.

Actividad: Recaudos por servicios

Riesgo: Colapso de telecomunicaciones y demora

- **Prestación de servicios de Internet:** Contratar empresas que den un servicio de calidad, rapidez que garantice un correcto funcionamiento.
- **Plan de contingencia:** Contar con formas alternas de acceso a la red (dial up, wi-fi).

2.5.2.2 Controles propuestos en el proceso Finiquitar la Venta:

Actividad: Estrategias comerciales

Riesgo: Estafa

- **Autorización de ofertas:** El Gerente de proyectos como el jefe responsable por parte de los proveedores, aprobarán las ofertas y realizarán un comunicado indicando las mismas a sus empresas correspondientes.

- **Auditorias:** Realizar un seguimiento de la labor tanto de los administradores del portal como de los agentes vendedores, revisando que la información publicada sea la verídica y que el desempeño de los empleados del exterior sea el correcto.

Actividad: Ventas Exterior

Riesgo: Error

- **Programas de selección de personal:** En el caso de que los agentes vendedores no sean el personal más idóneo para el desarrollo de sus funciones, realizar una nueva selección de personal, buscando así contratar a los colaboradores que tengan un mejor desenvolvimiento en el área comercial.
- **Manuales de procedimiento:** Dirigidos para los vendedores en el extranjero, en el cual estarán sustentados los pasos y procedimientos de venta a través del portal. Éste ayudará a evitar cualquier duda que se presente en el proceso.
- **Capacitación y entrenamiento:** Al realizar esta actividad se está preocupando por el continuo aprendizaje y actualización de procedimientos y conocimientos para los empleados, esta capacitación contemplaría tanto a empleados locales como agentes vendedores ubicados en el extranjero.

.-Para los administradores del portal: Capacitación en cuanto a todos los procedimientos, actualizaciones, manejo de sistemas; teniendo también la información por escrito para su constancia y que servirá como base para las capacitaciones del resto del personal, se sugiere como mínimo dos veces por año

.-Para vendedores ubicados en el extranjero: Una capacitación más exhaustiva, debido a que son ellos los que se manejan directamente con los clientes en el exterior, siendo los responsables de las ventas que se realicen, esta actividad la realizaran dependiendo del tema los administradores del portal o empresas particulares a través de video conferencia

Actividad: Ordenes de compra

Riesgo: Riesgos de relación

- **Estandarización de la información:** Publicar la información más relevante de los productos que se comercializa, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, es decir, lo que a ellos más les interesara saber de los productos al momento de hacer una compra.

Actividad: Informe a administrador y proveedor

Riesgo: Procesamiento de errores

- **Medios alternos de envío de información:** Incluir otras formas de envío de información que aseguren la disponibilidad de la misma a los administradores del portal y proveedores. Se sugiere: informes escritos, vía fax y telefónica.
- **Copia de seguridad:** Asegurar la existencia de información de respaldo en el caso de que la transacción no se haya realizado en forma correcta, para realizar un futuro rastreo del error y corregirlo.

Actividad: Entrega de productos y servicios

Riesgo: Incumplimiento

- **Control de entrega:** Poner límites de días para las entregas de los productos de acuerdo a zonas establecidas por el Courier (principal dos días, intermedia tres días y especial cuatro días)
- **Planificación:** Dependiendo de la ubicación del cliente en el país, coordinar con las agencias más cercanas tanto del proveedor como del Courier, para cumplir con las entregas de los productos a tiempo.

- **Seguimiento de los envíos:** Dar a conocer al cliente el sistema de seguimiento de envíos que posee Servientrega, con esta actividad el comprador podrá revisar el estado de su pedido.

Riesgo: Error

- **Control y supervisión:** Por parte de los encargados del despacho de las mercaderías, como también los responsables del Courier; verificando así de las dos partes que las mercaderías que se compraron desde el mall virtual sean las mismas que se ordenó por Internet y en la cantidad solicitada.
- **Confirmaciones electrónicas:** Los administradores del portal, tendrán la obligación de enviar un correo electrónico, tanto al proveedor del producto como también a la empresa encargada del transporte, haciendo una reiteración del pedido que tiene que realizarse.

2.5.4 Análisis de la efectividad de los controles

La aplicación de este análisis permite establecer la efectividad de los controles, mediante el estudio de la contribución a la disminución del riesgo (Eficacia), con el uso adecuado de los recursos, sean estos materiales, humanos, tecnológicos (Eficiencia).

Cuadro No 15 Efectividad de los controles propuestos

CUADRO DE EFECTIVIDAD DE LOS CONTROLES			
CONTROL	EFICIENCIA	EFICACIA	EFFECTIVIDAD
RIESGO: ERROR			
Creación de políticas para selección de proveedores	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Control y supervisión	MEDIA	ALTA	ALTA
Programas de selección de personal	MEDIA	ALTA	ALTA
Manuales de procedimiento	MEDIA	ALTA	ALTA
Capacitación y entrenamiento	MEDIA	ALTA	ALTA
Confirmaciones electrónicas	ALTA	ALTA	MUY ALTA
RIESGO: FAVORECIMIENTO			
Licitaciones y publicidad a través de medios de	MEDIA	ALTA	ALTA
RIESGO: DEMORA			
Control de tiempos de carga de información	MEDIA	ALTA	ALTA
Formas de información	MEDIA	ALTA	ALTA
RIESGO: INTERFACE DE USUARIO			
Asignación de actividades según rol	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Control de periodicidad	ALTA	ALTA	MUY ALTA
RIESGO: PROCESAMIENTO			
Especificación de información	MEDIA	ALTA	MUY ALTA
RIESGO: ESTAFA			
Mantenimiento diario de stock	MEDIA	ALTA	ALTA
Control y supervisión	MEDIA	ALTA	ALTA
Plan de emergencia	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Autorización de ofertas	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Auditorías	MEDIA	ALTA	ALTA
RIESGO: COLAPSO EN TELECOMUNICACIONES y DEMORA EN VALIDACIÓN DEL SISTEMA			
Prestación de servicios de Internet	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Plan de contingencia	ALTA	ALTA	MUY ALTA
RIESGO: RIESGO DE RELACIÓN			
Estandarización de información	MEDIA	ALTA	ALTA

CONTROL	EFICIENCIA	EFICACIA	EFFECTIVIDAD
RIESGO: PROCESAMIENTO DE ERRORES			
Medios alternativos de envío de información	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Copia de seguridad	ALTA	ALTA	MUY ALTA
RIESGO: INCUMPLIMIENTO			
Control de entrega	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Planificación	ALTA	ALTA	MUY ALTA
Seguimiento de envíos	ALTA	ALTA	MUY ALTA

Fuente: Elaborado por el autor

2.5.5 Presupuesto Financiero

A continuación se realizara un presupuesto para la implementación de los controles propuestos. Se recomienda la aplicación de los controles para los riesgos que se consideraron con una mayor prioridad en su evaluación.

Cuadro No 16 Presupuesto Financiero

POLÍTICA	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Control y supervisión	Para la realización de estas actividades, la empresa realizara la contratación de un empleado más que se encargara de realizar solamente estas actividades	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Auditorias			
Manuales de procedimiento			
Capacitación y entrenamiento	Para la realización de estos controles se contara con el personal de Recursos Humanos del Banco del Austro como también de empresas independientes	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Programas de selección de personal			

POLITICA	DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Mantenimiento diario de Stock	Para la realización de estas actividades se estima un mayor trabajo por parte de los empleados incurriendo en horas extras para la realización de las mismas	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Control y supervisión			
Estandarización de la información			
Formas de información			
Confirmaciones electrónicas			
Especificación de la información			
Licitaciones y publicidad a través de medios de comunicación	costos que se incurrirán en lo que se refiera a publicación de información en medios de comunicación	\$ 250,00	\$ 3.000,00
control en tiempos de carga de información	Reparación, cambios y sugerencias por parte de YAGE	\$ 625,00	\$ 7.500,00
Copia de seguridad			
Mantenimiento y hosting	Mantener la Pagina en la Web	\$ 500,00	\$ 6.000,00
COSTO TOTAL ESTIMADO			\$ 23.940,00

CAPITULO III

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

CAPITULO III

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

Toda empresa debe estar preparada para hacer frente a dificultades que se pudieran presentar en el giro propio del negocio, es por esto, que se ha propuesto medidas de acción que ayuden a disminuir y a afrontar la probabilidad de ocurrencia de dichos eventos negativos. Estos controles se sometieron a un análisis de efectividad, el mismo que nos ayuda a concluir con lo siguiente:

Riesgos encontrados en procesos de Generar Información y Finiquitar la Venta:

- Error
- Estafa
- Procesamiento
- Colapso de telecomunicaciones
- Interface del usuario
- Demora
- Favorecimiento
- Incumplimiento
- Procesamiento de errores
- Riesgos de relación

Al tratarse de una empresa nueva en el mercado y por la naturaleza de sus actividades se debería poner mayor atención a los riesgos de error, incumplimiento y estafa, ya que de acuerdo al análisis de prioridades sugerido por el método RISICAR, estos eventos son los que pudieran comprometer la confianza en el buen nombre de la entidad afectando así a su imagen empresarial.

Una vez analizados los riesgos se procedió a describir los controles existentes, los cuales, no tienen un sistema definido de procesos, pues según como se presente el riesgo, se procede a dar la solución, pero se puede apreciar que no existen medidas de prevención, control y seguimiento.

Por lo tanto se sugirieron otro tipo de medidas de acción tales como:

Riesgo error: Al ser el más peligroso del macroproceso comercialización se sugiere implementar todos los controles propuestos ya que el origen de este riesgo se da principalmente por fallas humanas, al ser el personal el principal responsable.

No hay que olvidar que un personal bien capacitado y entrenado, permitirá obtener mejores resultados.

Riesgo de incumplimiento: Para contrarrestar los efectos de este riesgo se debe involucrar de una manera positiva a la organización para que planifique, controle y coordine con los responsables de la distribución de los productos, garantizando así un mayor cumplimiento en los tiempos de entrega establecidos.

Riesgo estafa: Al comprometer la seriedad y el profesionalismo de los administradores del portal como también de los proveedores, es importante asegurar que la información publicada en el mall virtual sea considerada y manejada en forma confidencial e íntegra, es decir, que la información proporcionada no sea alterada para manteniendo así su fiabilidad.

Riesgo de favorecimiento: Mediante llamamiento a concurso se escogerá a las empresas más idóneas en cuanto a ética empresarial, precio y calidad asegurando un mayor nivel de funcionamiento e imagen.

En el riesgo de procesamiento, lo que se está proponiendo son controles preventivos que involucren al personal de la empresa, realizando una revisión previa de la información a cargar, asegurándose de que este en forma completa.

Riesgo interface del usuario: Los controles propuestos van relacionados a las restricciones que deben poseer el personal para ejecutar funciones en el sistema, para lo cual, se deberá revisar las tareas y responsabilidades asignadas a los empleados.

Riesgo de relación: El control que se propone va tomado en cuenta desde la perspectiva del cliente, para que se publique información necesaria para una correcta toma de decisiones.

Riesgo procesamiento de errores: Las medidas de control son propuestas para la obtención de la disponibilidad de la información, que es garantizar que los datos se encuentren disponibles cuando y donde se los necesite.

En el riesgo de colapso de telecomunicaciones, los controles son propuestos como medidas de reducir el riesgo. La efectividad de los controles es muy alta debido a que este servicio lo proporciona el Banco del Austro.

En el riesgo de demora, los controles propuestos tienen la finalidad de ser flexibles y livianos al momento de cargar, consiguiendo disminuir la ocurrencia de este riesgo.

Si bien no se identifico en los mapas de riesgos los relacionados con la informática, aquí se mencionará algunos aspectos importantes que pueden ser considerados en la tolerancia de fallos, vistos desde el punto de vista de: el entorno, hardware y software.

Para una protección en el entorno, implementar medidas para controlar los riesgos medioambientales como son los suministros eléctricos, detección y extinción de incendios, calefacción, ventilación y aire acondicionado, además de controles que aseguren la protección física de los equipos contra robos; logrando asegurar un funcionamiento ininterrumpido del negocio.

Para la protección del hardware, controles que ayuden en gran medida a que los equipos funcionen el mayor tiempo sin averías y si esto llegara a pasar, que se utilice el menor tiempo posible en reparar el equipo o a su vez en sustituirlo por uno nuevo.

Para la protección del software, controles que ayuden en el caso de pérdida de información por fallas en los programas a generar copias de respaldo, logrando así asegurar la integridad y disponibilidad de los datos.

Se propone también un cuadro de evaluación de controles según el orden de prioridad en la administración de riesgos, basado en el diseño de indicadores de riesgos, de acuerdo a su frecuencia, impacto y causa, con el fin de determinar la periodicidad de los riesgos y efectividad de los controles propuestos.

En el entorno en el que nos desarrollamos, sabemos que el estar preparados para afrontar riesgos, no es una obligación, sino una necesidad para sobrevivir ante los cambios de un mundo globalizado.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL.

Libros:

- MEJIA, Rubi **Administración de Riesgos un enfoque Empresarial**, 1^{da} Edición Edit.
- KOLLURU, Rao V **Planificación Administrativa**, Editorial McGraw-Hill. México. 1 ed. 1998. 1304 p. pp 1-3 a la 1-14. . Maps. Cuadr. Diagr. Es.
- SMITH, Roy L **Evaluación de riesgos; control de medioambiente**, Editorial McGraw-Hill. México. 1 ed. 1998. 1304 p. pp 6-1 a la 6-15. . Maps. Cuadr. Diagr. Es. Mc. Graw Hill,
- DELOITTE, TOUCHE **Administración Integral de riesgos negocio**, México, Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas.

Direcciones de Internet:

- a. <http://www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/7941C8CE-0744-45FA-8233-E9D001124E5D/0/Cuaderno55.pdf>
- b. http://www.aduana.cl/p4_principal/antialone.html?page=http://www.aduana.cl/p4_principal/site/artic/20050916/pags/20050916161822.html
- c. http://www.lalibriadelau.com/catalog/product_toc.php/products_id/2490?sid=27505d2bd9e312cb56c52d8d4631d30a

ANEXOS

Compradeuna S.A.

Proceso: Finiquitar la venta y Generar información

Actividad: Ventas exterior

RIESGO	NOMBRE DEL INDICADOR	TIPO DE INDICADOR	FORMULA	META	PERIODICIDAD	RESULTADO	RESPONSABLE
ERROR	Error mensual	Frecuencia	Sumatoria mensual del número de errores	hasta 2 en temporada alta y 0 en temporada baja	mensual		Administrador del portal
	Ventas que se dejaron de hacer	Impacto	Sumatoria mensual del número de ventas que se dejaron de hacer	hasta 2 en temporada alta y 0 en temporada baja	mensual		Administrador del portal
	Falta de capacitación, supervisión y políticas que guíen la actuación	Causa	Sumatoria mensual de fallas por falta de capacitación, supervisión y políticas	cero	mensual		Gerente Nacional de Proyectos

Compradeuna S.A.

Proceso: Finiquitar la venta
Actividad: Entrega de productos y servicios

RIESGO	NOMBRE DEL INDICADOR	TIPO DE INDICADOR	FORMULA	META	PERIODICIDAD	RESULTADO	RESPONSABLE
Incumplimiento	Incumplimiento mensual	Frecuencia	Sumatoria mensual de fallas en la entrega de productos por incumplimiento	hasta 2 en temporada alta y 0 en temporada baja	mensual		Courier
	Quejas mensuales por parte de los clientes	Impacto	Sumatoria mensual del número de quejas de los clientes	hasta 2 en temporada alta y 0 en temporada baja	mensual		Administrador del portal
	Incumplimiento en las entregas de los productos por falta de planificación y coordinación	Causa	Sumatoria mensual de fallas en la entrega de productos por falta de planificación y organización	cero	mensual		Courier

Compradeuna S.A.

Proceso: Generar información y Finiquitar la venta

Actividad: Ventas exterior

RIESGO	NOMBRE DEL INDICADOR	TIPO DE INDICADOR	FORMULA	META	PERIODICIDAD	RESULTADO	RESPONSABLE
estafa	estafa mensual	Frecuencia	Sumatoria mensual del numero de veces que estén productos publicados sin haber en stock	hasta 2 en temporada alta y 0 en temporada baja	mensual		Administrador del portal y Proveedor
	Quejas mensuales por parte de los clientes	Impacto	Sumatoria mensual del número de quejas de los clientes	hasta 2 en temporada alta y 0 en temporada baja	mensual		Administrador del portal
	Falta de control y supervisión en la información publicada	Causa	Sumatoria mensual del número de veces que estén productos publicados sin el previo control y supervisión	cero	mensual		Administrador del portal y Proveedor