****

**Control de riesgos**

***Habla Conmigo***

***Fecha: 11/11/2019***

Contenido

[Definición de riesgos 3](#_Toc24405606)

[Consecuencias 4](#_Toc24405607)

[Probabilidad e impacto inicial 4](#_Toc24405608)

[Estrategias de riesgos 5](#_Toc24405609)

[Probabilidad e impacto final 7](#_Toc24405610)

[Manual de contingencia 7](#_Toc24405611)

[R01 7](#_Toc24405612)

[R02 7](#_Toc24405613)

[R03 7](#_Toc24405614)

[R04 8](#_Toc24405615)

[R05 8](#_Toc24405616)

[R06 8](#_Toc24405617)

[R07 8](#_Toc24405618)

[R08 8](#_Toc24405619)

[R09 8](#_Toc24405620)

[R10 8](#_Toc24405621)

[R11 9](#_Toc24405622)

[R12 9](#_Toc24405623)

[R13 9](#_Toc24405624)

[R14 9](#_Toc24405625)

[R15 9](#_Toc24405626)

[Referencias 10](#_Toc24405627)

# Definición de riesgos

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Clave** | **Riesgo** | **Tipo** | **Descripción** |
| **R01** | Marketing y publicidad inefectivo. | Mercado | Mal diseño de Marketing |
| **R02** | Desacuerdo entre interesados del proyecto | Mercado |  |
| **R03** | Ejecutivo abandona el proyecto | Negocio |  |
| **R04** | Competidores emergentes. | Negocio |  |
| **R05** | Volumen de negocio en partes interesadas en otros proyectos | Negocio |  |
| **R06** | Vulneración del sistema. | Producto |  |
| **R07** | Usuario con expectativas inexactas | Producto | El producto está definido en un área específica |
| **R08** | Componentes técnicos no escalable | Producto | Presupuesto fuera de la demanda |
| **R09** | Incapacitación de personal | Proyecto | Enfermedad y accidentes del personal |
| **R10** | Rotación de personal | Proyecto | Personal con experiencia abandona el proyecto antes de que finalice |
| **R11** | Cambio de administración | Proyecto | Habrá un cambio de administración, diferentes prioridades |
| **R12** | Recursos claves que gastaron alto porcentaje del tiempo | Proyecto | Entrenar la red neuronal en condiciones optimas |
| **R13** | Contribuciones de baja calidad | Proyecto |  |
| **R14** | Variaciones en el tipo de cambio | Proyecto |  |
| **R15** | Solicitud de cambio constante | Proyecto | El usuario no especifica los requerimientos necesarios al inicio del proyecto |

## Consecuencias

|  |  |
| --- | --- |
| **Clave** | **Consecuencias** |
| **R01** | Mala distribución del producto en el mercado |
| **R02** | Requerimientos mal planeados, mala comunicación |
| **R03** | Rotación de personal |
| **R04** | Producto similar se pone a la venta antes que el sistema se complete |
| **R05** | Atraso en el desarrollo del proyecto |
| **R06** | Mala imagen de la empresa y falta de confianza en el mercado |
| **R07** |  |
| **R08** |  |
| **R09** | Proyecto pausado hasta que el personal esté en condiciones |
| **R10** | Proyecto pausado hasta que el personal esté en condiciones |
| **R11** |  |
| **R12** | Atraso en el cronograma |
| **R13** | Requerimientos mal planeados, mala comunicación |
| **R14** | Menor capital |
| **R15** | Requerimientos mal planeados, mala comunicación |

## Probabilidad e impacto inicial

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Clave** | **Probabilidad** | **Impacto** |
| **R01** | Bajo | Serio |
| **R02** | Muy bajo | Catastrófico |
| **R03** | Bajo | Catastrófico |
| **R04** | Alto | Tolerable |
| **R05** | Moderado | Serio |
| **R06** | Bajo | Tolerable |
| **R07** | Muy bajo | Insignificante |
| **R08** | Moderado | Tolerable |
| **R09** | Bajo | Tolerable |
| **R10** | Muy bajo | Tolerable |
| **R11** | Muy bajo | Serio |
| **R12** | Muy Alto | Catastrófico |
| **R13** | Moderado | Serio |
| **R14** | Moderado | Tolerable |
| **R15** | Muy bajo | Tolerable |

# Estrategias de riesgos

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Clave** | **Anulación** | **Disminución** | **Contingencia** |
| **R01** |  | Conseguir personal especializado en Marketing |  |
| **R02** |  | Establecer objetivos entre los interesados del proyecto hasta llegar a un acuerdo en conjunto |  |
| **R03** |  |  | Instruir al nuevo ejecutivo con los Sprint del proyecto |
| **R04** |  |  | Considerar costo del producto |
| **R05** |  |  | Establecer criterios de requerimientos sólidos y claros de tal manera que el seguimiento del proyecto no sea complicado |
| **R06** |  |  | Segmentación Lógica y Física tanto de la arquitectura, red y datos del sistema en general como el plan de contención para obtener el menor tipo de riesgo posible |
| **R07** |  | Asegurar de establecer una campaña de marketing y publicidad que sea efectiva pero que a su vez sea realista con las especificaciones del producto |  |
| **R08** | Establecer un fondo de ahorro para el solo crecimiento de la aplicación tanto de manera vertical como horizontal |  |  |
| **R09** |  | Home office | Incrementar la producción para compensar el personal faltante |
| **R10** | Establecer roles secundarios para el personal |  |  |
| **R11** |  |  | Instruir al nuevo ejecutivo con los Sprint del proyecto |
| **R12** |  | Identificación de las tareas que sean un punto crítico del proyecto | Emparejar las tareas que se puedan llevar en paralelo |
| **R13** | Asignar juntas con más de una persona como product owner para obtener más de un punto de vista como aprobación del cliente |  |  |
| **R14** | Establecer las divisas estables |  |  |
| **R15** | Establecer objetivos entre los interesados del proyecto hasta llegar a un acuerdo en conjunto |  |  |

## Probabilidad e impacto final

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Clave** | **Probabilidad** | **Impacto** |
| **R01** | Bajo | Insignificante |
| **R02** | Muy bajo | Serio |
| **R03** | Bajo | Serio |
| **R04** | Alto | Insignificante |
| **R05** | Moderado | Insignificante |
| **R06** | Bajo | Insignificante |
| **R07** | Muy bajo | Insignificante |
| **R08** | Moderado | Insignificante |
| **R09** | Bajo | Insignificante |
| **R10** | Muy bajo | Insignificante |
| **R11** | Muy bajo | Serio |
| **R12** | Muy Alto | Serio |
| **R13** | Moderado | Serio |
| **R14** | Moderado | Insignificante |
| **R15** | Muy bajo | Insignificante |

# Manual de contingencia

## R01

Se establecerá las 10 reglas de oro del marketing[[1]](#footnote-1), además de esto, liberar alfas y betas del producto para recibir feedbacks y se distribuya el producto en el mercado, dando como resultado el conocimiento del mismo.

## R02

Se seguirá el manual de resolución pacifica de conflictos escrito por Vitoria Gasteiz[[2]](#footnote-2)

## R03

Instruir al nuevo ejecutivo con los Sprint del proyecto

## R04

Establecer políticas de calidad, como a su vez mantener la identidad y la visión de la empresa como principal factor de atracción para el cliente.

## R05

Disminuir la cantidad de reuniones que se tiene con el product owner, sin embargo, aumentar el tiempo que dura las mismas, como a su vez, el número de temas que se habla en dicha reunión.

## R06

Seguir el estándar de desarrollo de la owasp[[3]](#footnote-3) para garantizar una segmentación tanto lógica y física, con el total aseguramiento de prácticas eficientes dentro de nuestro sistema para garantizar la información de la organización y la de los clientes.

## R07

Planificar la dimensión del proyecto calculando la distribución del producto según el plan de marketing establecido, mostrando el objetivo del producto.

## R08

Establecer pautas según el plan financiero de la empresa qué permitan la recolección de capital para su posterior uso, se tiene estimado que dentro de los gastos del proyecto se tome un 10% extra para futuras inversiones dentro del mismo proyecto.

## R09

Se llevará acabo una segmentación y delegación de sub roles que nos permita tener una flexibilidad al momento de que se presente un infortunio del personal. Cada cargo se establecerá al menos dos sub encargados que cuenten con los conocimientos relaciones a cada puesto.

## R10

Establecer políticas para llevar a cabo la rotación del personal y que se asegure que tanto la persona que fue intercambiada como su ante parte coincidan con la misma preparación técnica, todo esto, para asegurar que no cuenten con inconsistencia los equipos de trabajo con el desarrollo o el conocimiento.

## R11

Convocar una serie de juntas intensivas para informar a la nueva administración el contexto del proyecto, sus avances y sus problemas. Todo esto siguiendo en pie con el calendario de juntas habitual de avances.

## R12

Identificación de las tareas que sean un punto crítico del proyecto, emparejando las tareas que se puedan llevar en paralelo.

## R13

Seguir una serie de puntos de importancia para evitar la divagación y perdida de tiempo, como también, llevar a cabo la concentración de puntos importantes y críticos del proyecto.

## R14

Establecer en el contrato de aceptación las políticas de pago financiero, acerca del cómo, cuanto y donde se llevará el pago del proyecto. Todo esto para evitar mal entendidos como a su vez llevar un registro y también asegurarse de la veracidad del pago y de su seguridad misma.

## R15

Seguir el plan del contrato establecido y dependiendo de las normas aplicar una sanción que se transfiere a una elevación del costo del proyecto, como también, una recapitulación de los requerimientos del proyecto y del tiempo establecido.

# Referencias

|  |  |
| --- | --- |
| [1] | Vitoria. [En línea]. Available: https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-50196/documentos/Gu%C3%ADa%20duIN.pdf. [Último acceso: 11 2019]. |
| [2] | PorSoloMarketing, «Digitalist Hub,» [En línea]. Available: https://digitalisthub.com/10-reglas-de-oro-del-marketing/. [Último acceso: 11 2019]. |
| [3] | OWASP, 2008. [En línea]. Available: https://www.owasp.org/images/5/56/OWASP\_Testing\_Guide\_v3.pdf. [Último acceso: 11 2019]. |

1. <https://digitalisthub.com/10-reglas-de-oro-del-marketing/> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-50196/documentos/Gu%C3%ADa%20duIN.pdf> [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://www.owasp.org/images/5/56/OWASP_Testing_Guide_v3.pdf> [↑](#footnote-ref-3)