

**Nº 1011**  
**DOCUMENTO PLANNING**  
**Publicación periódica coleccionable**  
**Por Carlos Alberto Mejía C.**  
**Consultor / Gerente**

## EL MAPA ESTRATÉGICO DE LOS RIESGOS EMPRESARIALES

**Todo negocio tiene riesgos y oportunidades, y esto es quizás lo que lo vuelve más interesante, dado que la capacidad de los administradores debe concentrarse en superar los riesgos y sacar ventaja de las oportunidades.** Vamos a examinar en este documento lo relacionado con los riesgos.

Hagamos unas reflexiones generales de tipo estratégico, a modo de lista de chequeo, para permitir que el empresario reflexione sobre cuáles y cómo son sus principales riesgos, determinando una especie de mapa de riesgos, a partir de la calificación sobre el estado actual para cada tipo de riesgo en forma genérica.

Para desarrollar el mapa de riesgos, primero se seleccionan los riesgos pertinentes a su negocio de los que se describen a continuación, marcando X en la primera columna, y luego se califica el estado actual de cada uno en una escala de 1 a 5, siendo 5 alto riesgo y 1 bajo riesgo y así sucesivamente.

MAPA DE RIESGOS DEL NEGOCIO	Aplica (Marcar X)	Estado actual (1 - 5)
1. Riesgo de entorno: efectos macroeconómicos, sociales o políticos que afectan directamente el negocio o los sectores donde participa.		
2. Riesgo comercial: incapacidad de vender las cantidades necesarias para absorber los costos y gastos de administración y operación.		
3. Riesgo del apalancamiento del negocio: se origina en la incapacidad de generar utilidades operativas que absorban el costo financiero y permitan generar flujos de caja libre operativos positivos.		
4. Riesgo de crédito: originado en el no pago de la cartera de los clientes.		
5. Riesgo de iliquidez: incapacidad de pagar las obligaciones de corto plazo (falta de caja).		
6. Riesgo de mercado: se origina en cambios en los precios del mercado (tasas de interés, tasas de cambio, precios importados, precios regulados o suministros altamente monopolísticos).		

7. Riesgo de proveedor: los proveedores controlan las condiciones de pago, de abastecimiento, de descuento, de variedad de producto o los canales de distribución.		
8. Riesgo de continuidad: no hay sucesores, ni interés por la empresa por parte de las nuevas generaciones.		
9. Riesgo de obsolescencia: por la existencia de sustitutos tecnológicos eficaces de los productos o servicios que se comercializan.		
10. Riesgo de infidelidad de empleados: cuando los empleados afectan los intereses de la empresa en su propio beneficio.		
11. Riesgo de insolvencia: insuficiencia de capital para afrontar el crecimiento del negocio o para superar sus momentos de dificultad.		
12. Riesgo operacional: originado en errores, fraudes o falta de competencia en la realización de la producción o los servicios.		
13. Riesgo de gestión: cuando el interés individual de quien toma las decisiones se contrapone a los intereses de la organización.		
14. Riesgo de reputación: buena o mala fama por actividades o actuaciones.		
15. Riesgo legal: estar en zonas de actividad más allá de lo permitido por la ley o los contratos.		
16. Riesgo del apostador: empresarios que piensan que en la próxima se recuperan y acumulan cada vez más riesgos.		
17. Riesgo moral: actos mal intencionados (violación de normas o procedimientos) en forma premeditada esperando que el estado genere subsidios o ayudas.		
18. Riesgos políticos importados: suceden cuando dependen de condiciones externas incontrolables para el país, por ejemplo, el cierre de un mercado por razones políticas, etc.		
19. Otros riesgos: según su experiencia y opinión		
<b>PROMEDIO</b>		

Una vez realizada la selección de los riesgos pertinentes a la empresa y su calificación, se debe iniciar el análisis riguroso de las causas que motivan altos riesgos en algunos de ellos, según el caso específico de cada empresa. Globalmente se tendrá una calificación promedio, indicativa de empresas con menos exposición cuando el promedio es cercano a 1 y a la inversa, empresas con alta exposición, cuando el promedio es cercano a 5.

Se debe establecer un plan de acciones que minimice el impacto de los riesgos más sensibles, siempre que sean controlables. Además, en el continuo del tiempo se deben realizar nuevas valoraciones para verificar el progreso en el tipo de riesgo que previamente se calificó como alto.

Una buena gestión gerencial debería conducir a un mapa de riesgos de la empresa con tendencia hacia el bajo riesgo, si bien los riesgos siempre estarán presentes y en algunos casos serán intempestivos e incontrolables. En este último caso, tener constituidas provisiones, seguros o reservas extraordinarias que permitan absorber las contingencias, es la única solución.

Como se aprecia, las diferentes clases de riesgos a los cuales está sometida una empresa provienen de muy diversas fuentes y circunstancias. El examen cuidadoso de cada uno de ellos puede generar excelentes posibilidades para su control y anticipación, llevando a la compañía a un mapa de riesgo minimizado. En materia de riesgos, como se dice familiarmente, “la liebre salta donde menos se espera”, por lo cual hay que estar atentos y realizar una supervisión cercana.

Planning  
Noviembre de 2010

Síguenos en:

 twitter facebook

## Acerca de Planning

[Planning](#) es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



**Servicios:** Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Gerencia del servicio](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



**Recomiende a un amigo:** Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



**Información de contacto:** Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a [info@planning.com.co](mailto:info@planning.com.co) o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.