

DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
MODELO ESTÁNDAR DE CONTROL INTERNO - MECIP -
COMPONENTE CORPORATIVO DE CONTROL ESTRATÉGICO

COMPONENTE: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
ESTÁNDAR: MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS
FORMATO: Normograma
Nº: 42

NORMOGRAMA

(1) Macroproceso: **GESTION COMERCIAL**

CÓDIGO: **NORMOGRAMA 2024**

(2) Jerarquía de la Norma	(3) Número / Fecha	(4) Título	(5) Artículo	(6) Aplicación Específica	Proceso/Subproceso al que Aplica (7) Nombre
CONSTITUCION NACIONAL	1992	CONSTITUCION NACIONAL DEL PARAGUAY	SECCION II DE LA FUNCION PUBLICA	TODOS LOS PROCESOS	TODAS LAS AREAS
LEY	2595/2005	QUE APRUEBA EL CONVENIO POSTAL UNIVERSAL Y EL REGLAMENTO GENERAL DE LA UNION POSTAL UNIVERSAL	CONVENIO	TODOS LOS PROCESOS	TODAS LAS AREAS
LEY	5394/2015	QUE APRUEBA LOS INSTRUMENTOS INTERNACIONALES ADOPTADOS EN DIVERSOS CONGRESOS DE LA UNION POSTAL UNIVERSAL, MANUAL DE ENCOMIENDAS POSTALES, REGLAMENTOS DE ENVIOS DE CORRESPONDENCIA	CONVENIO	TODOS LOS PROCESOS	TODAS LAS AREAS
LEY	1626/2000	DE LA FUNCION PUBLICA	LEY	TODOS LOS PROCESOS	TODAS LAS AREAS
LEY	4016/2010	QUE CREA LA DIRECCION NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY	LEY	TODOS LOS PROCESOS	TODAS LAS AREAS
LEY	1183/1985	CODIGO CIVIL PARAGUAYO	CAPITULO III DE LOS CONTRATOS	TODOS LOS PROCESOS	DPTO, GESTION CLIENTES, COORDINACION DE EMPRESAS
LEY	7021/2022	DE SUMINISTRO Y CONTRATACIONES PÚBLICAS	LEY	TODOS LOS PROCESOS	DPTO, GESTION CLIENTES, COORDINACION DE EMPRESAS

Elaborado por: **Ing. DENIS CORONEL**

Fecha: **09/08/2024**

Revisado por:

Fecha: **09.08.24**

Aprobado por:

Fecha: **09.08.24**



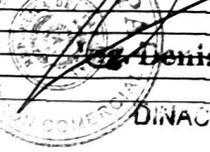
Dr. Nidia López de González
Directora General
DINACOPA

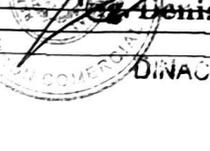
DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
SISTEMA DE CONTROL INTERNO
NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015

ADMINISTRACION DE RIESGOS
IDENTIFICACION DE RIESGOS
Identificación de Riesgos - Macroprocesos

MACROPROCESO	OBJETIVO	RIESGOS	DESCRIPCIÓN	AGENTE GENERADOR	CAUSAS	EFFECTOS
Gestion Comercial	concretar las ventas de servicios y productos que ofrece la Dinacopa, aplicando las estrategias de ventas necesarias para el logro de objetivos.	legislacion vigente	consiste en identificar el credito presupuestario destinado para las actividades de ventas, recursos humanos y otros que se refleja en la ley de PGN para cada ejercicio fiscal	poder ejecutivo, legislativo	optimizacion de los recursos del tesoro, insuficiencia de recursos obtenidos a traves de ingresos propios, pago de deudas y obligaciones atrasadas de la institucion	incapacidad o retraso en el logro de los objetivos de concretar ventas en proporciones establecidas para el ejercicio
		operadores postales privados	alternativas al servicio postal que ofrece la dinacopa en los operadores postales privados oferentes del mismo servicio.	empresas privadas	necesidades de clientes no cubiertas, aparición de nuevos oferentes postales privados, inversion extraanjera en servicios de logistica interna.	Al haber empresas privadas oferentes del mismo servicio postal, se dificulta el crecimiento en la cartera de cliente, y esto a su vez dificulta el logro de los objetivos.
		tecnologia	avances tecnologicos implementados por los oferentes privados de servicios postal, como ser rastreo en tiempo real, ubicacion en el mapa del envio en tiempo real entre otros.	empresas privadas	avances tecnologicos y la necesidad de ubicar en tiempo real los paquetes y envios de manera a proceder a un rastreo adecuado del envio.	a consecuencia de la falta de inversion en tecnologia y al no contar concretamente con un sistema de rastreo preciso, esta accion se convierte en un elemento diferenciador y valor agregado del servicio por parte de los oferentes privados lo que dificulta en demasia concretar la venta del servicio por parte de dinacopa.

Elaborado por:  Fecha: 14.11.24

Revisado por:  Fecha: 14.11.24

Aprobado por:  Fecha: 14.11.24



DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
SISTEMA DE CONTROL INTERNO
NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015

ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS
IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS
Identificación de Riesgos - Procesos

MACROPROCESO: GESTIÓN COMERCIAL

PROCESO	OBJETIVO	RIESGOS	DESCRIPCIÓN	AGENTE GENERADOR	CAUSAS	EFFECTOS
gestión asesoría comercial	Incrementar el volumen de clientes, mejorar el nivel de percepción de los mismos, de los productos y servicios que ofrece la dinacopa, mejorar la calidad de los diferentes procesos de ventas, lograr la satisfacción y fidelización de los clientes	recursos disponibles	asignación presupuestaria para desembolvemento de actividades, traslado combustibles demas gastos.	presupuesto dinacopa	recortes presupuestarios y cambios de fuente de financiamiento	baja capacidad para lograr fidelización de los clientes.
		personal	falta de dotación del personal adecuado para desarrollo de actividades.	RRHH dinacopa	falta de personal capacitado para ocupar cargos	bajo rendimiento en el incremento de volumen de clientes
		insumos	dotación adecuada de recursos materiales y útiles de oficina para desarrollo de actividades.	DAF dinacopa	imposibilidad de asignar recursos debido a bajos ingresos	imposibilidad de mejoramiento de procesos de ventas
gestión de coordinación comercial	Organizar y coordinar las reuniones del director comercial, con todos los clientes de la dinacopa, así como coordinar las actividades que deben realizarse con todas las dependencias para el logro de objetivos trazados.	Falta de personal a nivel gerencial	No contar con personal en grado de profesional y o con la experiencia necesaria	Personal, insumos, logísticas, instalaciones, equipos	falta de personal capacitado para ocupar cargos	bajo rendimiento en el incremento del volumen de clientes
		No manejo de conflictos	no contar con personal calificado en el manejo de los recursos humanos disponibles	funcionario encargado	falta de personal capacitado para ocupar cargos	bajo rendimiento en el incremento del volumen de clientes
		Desorganización y falta de coordinación	Falta de organización y coordinación para una eficiente administración de los trabajos	Personal, insumos, logísticas, instalaciones, equipos	falta de personal capacitado para ocupar cargos	bajo rendimiento en el incremento del volumen de clientes
gestión de coordinación de empresas	Mantener contactos directos con empresas corporativas y entidades públicas, a fin de satisfacer sus expectativas de calidad, responder quejas y reclamos, brindar recomendaciones, promocionando nuestros servicios postales, a través de una comunicación eficiente	falta de personal	No contar con personal suficiente e idóneo en el área comercial	Personal, insumos, logísticas, instalaciones, equipos	falta de personal capacitado para ocupar cargos	bajo rendimiento en el incremento del volumen de clientes
		insumos tecnológicos/ Fallas de software	disponer de recursos tecnológicos acordes a las necesidades de los clientes y que permitan dar información rápida y oportuna	Área de tecnología	ausencia de recursos tecnológicos y o falla o defectos que pueden presentarse en el conjunto de programas que han sido diseñados para que el computador pueda desarrollar su trabajo	retraso en el trabajo; pérdida de datos; pérdida de tiempo
		perdida de clientes	no dar respuesta a la necesidad de los clientes en tiempo y forma. Los clientes utilizan los servicios conforme a su experiencia de uso y ello genera las reacciones en cuanto a la continuidad de uso	Personal, insumos, logísticas, instalaciones, equipos	mala atención; funcionarios con conocimiento insuficiente sobre los productos y servicios; falta de materiales e insumos	pérdida de clientes; reducción de ingresos institucionales; mala publicidad e imagen institucional; pérdida de mercado.


DINACOPA


MECIP


Dra. Nidia Libertad González
Directora General
DINACOPA

gestion de clientes y comercio exterior	Captar clientes nacionales e internacionales aplicando las estrategias emanadas de la dirección comercial y dependencias adjuntas	dotacion de personal idoneo	No contar con personal suficiente e idóneo en el área comercial	Personal, insumos, logisticas, instalaciones, equipos	mala atención; funcionarios con conocimiento insuficiente sobre los productos y servicios; falta de materiales e insumos	pérdida de clientes; reducción de ingresos institucionales; mala publicidad e imagen institucional; pérdida de mercado.
		barreras legislativas. Falta de actualización de normativas y procedimientos	Cada operador postal internacional dispone reglamentaciones propias y características conforme a su legislación nacional.	Personal, insumos, logisticas, instalaciones, equipos	Falta de seguimiento o actualización permanente de las diferentes normas.	Problemas para realizar envíos; sanciones por incumplimiento de procedimientos establecidos; envíos rechazados y devueltos
		aranceles e impuestos				
gestion de investigacion de mercado	Buscar y analizar el segmento de mercado e identificar necesidades de los consumidores, para diseñar servicios que satisfagan esas necesidades.	Riesgo de precio	incertidumbre sobre la magnitud de los flujos de caja, debido a los posibles cambios en los precios de los insumos y productos	funcionario encargado	fluctuación del mercado postal	pérdida de clientes; reducción de ingresos institucionales
		Incumplimiento	no realizar aquello a que se está obligado, conforme a las indicaciones de la superioridad y adecuadas al objetivo específico	funcionario encargado	falta de personal de apoyo tecnico adecuado para la ejecucion correcta de las acciones indicadas por el proceso	la noconcretura del objetivo preestablecido para este proceso.
		Infomes erróneos	Un estudio de mercado deficiente producirá datos que pueden llevar a conclusiones y toma de decisiones equivocadas	Personal, insumos, logisticas, instalaciones, equipos	Acceso limitado a información y presupuesto insuficiente	Información insuficiente y errónea
gestion de marketing y publicidad	Promocionar y desarrollar estrategias de ventas de los servicios y productos postales, buscar el funcionamiento de la imagen corporativa de la dinacopa.	falta de recursos disponibles	no contar con los recursos disponibles en materia de presupuesto	Personal, insumos, logisticas, instalaciones, equipos	falta de personal capacitado para ocupar cargos	pérdida de clientes; reducción de ingresos institucionales
		normativas legales	la implementación de restricciones legales presupuestarias para las entidades publicas en materia de asignacion presupuestaria para publicidad y propaganda	leyes y decretos reguladores	necesidad de reencaminamiento de recursos del tesoro destinados a esos rubros	pérdida de clientes; reducción de ingresos institucionales
		Falta de idoneidad y profesionalismo	no contar con funcionarios capacitados en el área comercial y o con poca experiencia	funcionario encargado	falta de personal y/o asignaciones debidas para cobertura de las dependencias	pérdida de clientes; reducción de ingresos institucionales

Elaborado por:  Fecha: 14-11-24

Revisado por:  Fecha: 14-11-24

Aprobado por:  Fecha: 14-11-24



DIRECCIÓN NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY-DINACOPA
SISTEMA DE CONTROL INTERNO
NORMA DE REQUISITOS MINIMOS MECIP 2015ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS
IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS
Identificación de Riesgos - Subprocesos

MACROPROCESO: GESTION COMERCIAL

PROCESO: GESTION DE MARKETING Y PUBLICIDAD

Subproceso	OBJETIVO	RIESGOS	DESCRIPCIÓN	AGENTE GENERADOR	CAUSAS	EFFECTOS
Gestión de atención al cliente	Mantener contactos directos con los clientes, a fin de satisfacer sus expectativas de calidad, responder quejas y reclamos, brindar recomendaciones, promocionando nuestros servicios postales, a través de una comunicación eficiente.	Conflicto	Situación de desacuerdo u oposición constante entre personas	cliente o usuario	Malestar por falta de respuesta correcta, queja del servicio, reclamos.	Pérdida del cliente, mala imagen, reclamo en redes sociales.
		Ausentismo	No asistir al trabajo y otro lugar de asistencia obligatoria, sin justificación	funcionario	Irresponsabilidad, desmotivación, problemas políticos	Mala atención en los servicios, pérdida de clientes, rechazo a los servicios de correo
		Información desactualizada o no pertinente	Disponer de información desactualizada y no vigente o directamente de falta de información	funcionario	Desconocimiento de los productos y servicios ofertados por parte de la DINACOPA, tarifarios, y otras consultas relacionadas a los servicios	Pérdida del cliente, mala imagen, reclamo en redes sociales, caída en las ventas.
Elaborado por:	[Firma]		Fecha:	14.11.24		
Revisado por:	Ing. Denis Cor...		Fecha:	14.11.24		
Aprobado por:	DINACOPA		Fecha:	14.11.24		

