**Asignatura:** Gestión de servicios y gobernabilidad TI.

**Sección: 371**

**Nombre del docente:** Jorge Morris Arredondo.

**Nombre de los integrantes del grupo:** Ivo Olivares, Yerko Fuentes, Felipe Inda, Gabriel Beltrán.

**Fecha de entrega:** 14 de abril de 2019

Análisis FODA del Gobierno TI

Evaluación Sumativa Nª1

**Contenido**

Tabla de contenido

I. Introducción**1**

II. Desarrollo**4**

1. Organización para aplicar el análisis FODA2
2. Matriz FODA3
3. Acciones de mejora de la matriz FODA 3
4. Conclusiones de la aplicación de la herramienta FODA 3

III. Conclusión**4**

IV. Referencias bibliográficas**4**

Una vez finalizado el informe, actualiza esta tabla de contenidos, ubicando el mouse sobre ella, y pulsando el botón derecho del mouse. Actualízala en su totalidad y déjela en una página independiente de la Introducción. Finalmente elimina este texto.

1. Introducción

En el siguiente informe se realizará la evaluación de la empresa Entel, la cual tiene giros comerciales en el rubro de las telecomunicaciones, fundada en Chile con presencia en Perú.

La evaluación consiste en una interpretación de la empresa en el mercado mediante un análisis FODA, con el cual identificaremos las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, mediante estas variables se puede tener un marco general en el cual podemos observar y evaluar proyecciones a futuro de manera general.

El análisis FODA es una herramienta que permite interpretar la situación actual de una empresa,   
de manera de contener aspecto descuidados en la empresa y poder tomar las decisiones para el futuro.

La importancia de la matriz FODA es que permite ubicar los recursos de la empresa en las actividades que sea desea cambiar o mejorar, envolviendo todos los elementos que envuelven el negocio y con estos datos realizar una estrategia que cumpla los objetivos planteados por la empresa.

Para una correcta aplicación de esta herramienta, es necesario contar con información clave que proporcione las directrices de la empresa y la capacidad de identificar cuáles son los intereses comerciales, objetivo y misión, y en la forma que se decide avanzar para lograr estos objetivos, considerando la infraestructura existente que soporte dichos proceso, y en caso contrario poder adquirirlos.

1. Desarrollo
2. **Seleccionar una Organización para aplicar el análisis FODA: El equipo debe seleccionar e identificar las características de la Organización con que van a trabajar, por ejemplo: Rubro, Tipo (PYME, SA, etc.), Mercado objetivo, Objetivos estratégicos, Problemas de cumplimiento de los objetivos, Principales procesos productivos.**

|  |
| --- |
|  |

**Rubro de la empresa**

Entel PCS es reconocida como una empresa de telecomunicaciones, la cual tiene tres pilares fundamentales para cualquier empresa, tales como la Misión, Visión y Valores corporativos.

**Misión.** Hacer que todos vivamos mejor conectados, contribuyendo responsablemente a transformar nuestra sociedad.

**Visión.** Una empresa de servicio de clase mundial, que entrega una experiencia distintiva a sus clientes. Un lugar donde su gente se realiza. Una empresa que se reinventa permanentemente para profundizar su rol de liderazgo.

**Valores**

**Ser Mejores.** Contribuimos a que nuestros clientes sean exitosos a través del uso de nuestros productos y servicios; para lo cual comprometemos un permanente despliegue en innovación, excelencia, calidad de servicio y trabajo en equipo.

**Integridad y Cumplimiento.** Comprometemos transparencia, integridad, profesionalismo y proceder justo en nuestras acciones. Asimismo, asumimos el compromiso de eficiencia y responsabilidad en la entrega de los Servicios de la Empresa, en la forma y oportunidad en que hayan sido ofrecidos.

**Responsabilidad y Sensibilidad.** Actuamos con Responsabilidad y Sensibilidad ante los requerimientos de nuestros clientes, con respeto a toda la comunidad, a los 6 trabajadores de las Empresas ENTEL y a todos con quienes nos relacionamos. Asimismo, procuramos que nuestros servicios tengan la más amplia conectividad geográfica.

**Mercados objetivos.** El mercado objetivo que posee Entel PCS se central en las telecomunicaciones a nivel personal, hogar y grandes empresas, dando una conectividad a nivel país.

**Objetivos estratégicos**

Entel PCS es una empresa dedicada a las telecomunicaciones, pionera en Sudamérica en implantar la Tecnología GSM (noviembre, 1997), teniendo cobertura en todo el país y contando con servicio de roaming (larga distancia internacional, al firmar un convenio con Vodafone) en los 5 continentes, lo que les permite lograr una absoluta movilidad y conectividad.

**Problemas de cumplimiento de objetivos**

El diagnostico empresarial es una metodología de evaluación de empresas que facilita un análisis profundo de las principales áreas de gestión de un negocio. Con una explicación más minuciosa de la organización. Es posible, resolver problemas de manera práctica y direccionada para lo que es realmente importante y sin gastar tiempo con ítems poco relevantes.

En Entel es basado gracias a una formulación de preguntas de acuerdo con la realidad al negocio, el área a manifestar es “Marketing.” Una vez formulaba las preguntas, se analizan con el FODA, el cual está contemplado por partes, El Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades) y Análisis Externo. (Oportunidades y Amenazas)

1. **Desarrollar una matriz FODA en base a la información indicada en el punto 1.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Dimensiones… | | Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas |
| ROLES |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| PROCESOS |  |  | Aumentos de tecnología roaming. |  | Competencia con ofertas agresivas. |
|  |  | Inversión de nueva tecnología nacional. |  | Nueva legislación de leyes afecta la telecomunicación. |
|  |  | Aumento de uso de Lot. |  | Frecuencia de cambios del consumidor. |
|  |  | Reemplazo de tecnología antigua a otra tecnología. |  | Nueva tendencia de protección al medio ambiente |
| HERRAMIENTAS |  | Amplia cobertura en red móviles, incluyendo zonas externas. |  | La tecnología 2G (radio) en vía de desaparición. |  |
|  | Empresa reconocida y bien posicionada. |  | Empresa con poco alcance global. |  |
|  | Infraestructura de red altamente moderna. |  | Oferta de internet móvil, con altos cobros. |  |
|  | Empresa altamente consolidada. |  | Alto costo fijo por las estructuras. |  |

1. **Proponer y describir** **acciones de mejora en base al resultado de la matriz FODA**

Según el análisis FODA se aprecia carencia en la tecnología, lo cual produce pérdidas momentáneas.

Eso se debe a que no se actualiza la tecnología de comunicación, ya que algunas personas y/o empresas siguen usando tecnología antigua (2G), lo cual es erróneo en la actualidad, ya que la conexión mínima actual debería ser la tecnología 4G.

A nivel global existen competidores fuertes y que cuentan con una ubicación estratégica, además que los servicios de telecomunicaciones se encuentran en un fases de desarrollo importante, considerando que en Chile el avance en telecomunicaciones ha sido bastante activo en las ultimas décadas, existe un buen chance de lograr un avance a nivel continental importante, prestando servicios en ubicaciones latinoamericanas que no han avanzado en materia de telecomunicaciones, por lo que se llega a competir con ventaja respecto a las empresas nacionales relacionadas al rubro.

Actualmente se desarrollan tecnologías que permiten disminuir costo por paquete de datos transferidos, en ese sentido Entel se encuentra a la vanguardia de la implementación innovativa del sector, agregando valor con el llamado eSim, que se implementa en algunos teléfonos que han salido al mercado en este último tiempo, Entel juega con ventaja en este campo debido a que cuenta con una organización capaz de realizar estos desarrollos tecnológicos que logran agregar valor a clientes que cada vez tienen más exigencias.

Dentro de la estructura organizacional de Entel podemos encontrar una matriz funcional, desde este punto de vista, la empresa no aprovecha todos los recursos de manera optima a nivel operacional, se podría lograr un mejor desempeño de costes y beneficios si se realizara una reestructuración de la organización a nivel de recursos humanos y roles, integrando funcionalidades que antes no se han visto como el teletrabajo u otras buenas prácticas del siglo XXI.

En particular el rubro de la tecnología es extremadamente competitivo y con clientes que cada vez conocen mejor las prestaciones de los productos, y como resultado, las exigencias aumentan, por lo que el modelo de negocio debe estar centrado completamente en la satisfacción de los clientes.

1. **Desarrollo de conclusiones con respecto a la aplicación de la herramienta FODA.**

El análisis FODA está diseñado como una planificación estratégica para proporcionar información para hacer coincidir los recursos y competencias de la organización con el entorno en el que se ejecuta. Sin embargo, es fácilmente adaptable a la evaluación y selección de otras alternativas, como una inversión estratégica en tecnología. Como tal, es instrumental en la formulación y selección de la estrategia. Como una herramienta de evaluación estratégica, FODA considera las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas involucradas con las diferentes opciones. Implica identificar los factores internos y externos que son favorables y desfavorables para lograr los objetivos de un proyecto.

El uso de la técnica FODA puede ofrecer información sobre las fortalezas y debilidades de un candidato de solución, su capacidad para lograr objetivos comerciales y técnicos, y la capacidad de explotar la solución para respaldar la estrategia empresarial. Las principales ventajas de realizar un análisis FODA son que cuesta muy poco y se puede realizar rápidamente.

**Los beneficios adicionales incluyen:**

* Se concentra en los factores más importantes que afectan la forma en que una solución puede afectar a una empresa.
* Muestra las debilidades y fortalezas de la solución.
* Ofrece el potencial de identificar oportunidades externas disponibles y posibles amenazas externas para la organización.
* Compara los factores ambientales específicos de la organización frente a la solución candidata para determinar un posible ajuste entre los dos.

Los resultados de un análisis FODA podrían ser engañosos si se utilizan datos inadecuados o incorrectos en el análisis. Además, el análisis resultante podría estar sesgado si los equipos internos desean influir en la decisión de compra hacia una solución particular.

**Además, las siguientes son algunas limitaciones de la técnica SWOT:**

* Cubre solo los problemas que pueden considerarse positivamente como una fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza.
* No tiene en cuenta otros problemas y matices con el potencial de afectar el éxito de una solución en particular dentro de una organización específica.
* No prioriza los problemas.

Un análisis FODA no debe ser la única herramienta utilizada en el proceso de toma de decisiones. Para adquisiciones complejas o estratégicas, puede ser necesario realizar un análisis adicional en profundidad

1. Conclusión

Después de la realización de este informe, podemos contar con una visión mas general de la empresa y sus objetivos en materia de servicios, prestando mucho énfasis en este aspecto, con las capacidades de infraestructura con las que cuenta Entel le permiten mejorar en aspectos competitivos a nivel regional, y aprovechando las tecnologías emergentes para entregar mejores servicios.

El análisis FODA proporciona un marco adecuado para interpolar esta información hacia la realidad y poder llevar a cabo acciones de corrección y de expansión adecuados a un crecimiento sostenible en el tiempo y que mejore la experiencia de usuario en los clientes fijos principalmente, y en menor medida a los clientes prepago.

Entel cuenta con una basta experiencia en el rubro, con la cual a sabido posicionarse en una posición de prestigio, la cual se explota de la mejor manera en conjunto con sus arquitecturas para prestación de servicios, también expandiendo estas con nuevas formas de entregar servicios que solventen mejor la necesidad de los clientes.

1. Referencias bibliográficas

**Ejemplo de referencias bibliográficas (interlineado doble y sangría francesa):**

Audesirk T., Audesirk G., Byers, B. (2008). *Biología: La vida en la Tierra*. México: Pearson Educación.

Vargas, A. y Palacios, P. (2014). Educación para la salud [Monografía]. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/inacapsp/reader.action?docID=11046190&ppg=3>