

Universidad Nacional del Santa

Facultad de Ingeniería
EAP Ingeniería de Sistemas e Informática



Planeamiento Estratégico y las TIC's

Versión Mayo – 2009

Por:

Ing. Camilo Ernesto Suárez Rebaza

Docente UNS

Dpto. Acad. Ing. Civil y Sistemas

EAP Ingeniería de Sistemas e Informática

Índice

I.	Dirección Estratégica.....	3
1.1	Visión	3
1.2	Misión.....	3
1.3	Análisis Externo	4
1.3.1	Modelo de las 5 Fuerzas de Michael Porter.	5
1.3.2	Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).	6
1.3.3	Matriz del Perfil Competitivo (MPC).....	8
1.4	Análisis Interno	8
1.4.1	La Cadena de Valor de Michael Porter.	9
1.4.2	Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI).....	9
II.	Análisis y Selección de la Estrategia	10
2.1	Matriz DAFO.....	11
2.2	Matriz PEYEA.....	11
2.3	Matriz BCG.	12
2.4	Matriz IE.....	13
2.5	Matriz de la Gran Estrategia.	14
2.6	Matriz MCPE.....	14
III.	Plan Operativo Informático.....	15

I. Dirección Estratégica

La dirección estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones ínter funcionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos. (10)

1.1 Visión

Algunas organizaciones elaboran la declaración de la misión y también una de la visión. La declaración de la visión contesta a la pregunta ¿Qué queremos ser? (10)

1.2 Misión

La declaración de la misión es “una definición duradera del objeto de una empresa que la distingue de otras similares. La declaración de la misión señala el alcance de las operaciones de una empresa en términos de productos y mercados”. La declaración de la misión fija, en términos generales, el rumbo futuro de la organización. La declaración de la misión visualiza a organización en el largo plazo, en términos de lo que quiere ser y a quien quiere servir. (10)

Las declaraciones de misión pueden variar, y de hecho varían, en cuanto a extensión, contenido, formato y especialidad. A continuación se incluyen los elementos y las preguntas respectivas que debe contestar la misión: (10)

1. Clientes: ¿Quiénes son los clientes de la empresa?
2. Productos o servicios: ¿Cuáles son los principales productos o servicios de la empresa?
3. Mercados: ¿Dónde compite la empresa?
4. Tecnología: ¿Es la tecnología un interés primordial de la empresa?
5. Interés por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad. ¿trata la empresa de alcanzar objetivos económicos?
6. Filosofía: ¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y prioridades filosóficas fundamentales de la empresa?

7. Concepto de sí misma: ¿Cuál es la competencia distintiva de la empresa o su principal ventaja competitiva?
8. Interés por la imagen pública: ¿se preocupa la empresa por asuntos sociales, comunitarios y ambientales?
9. Interés por los empleados: ¿se considera que los empleados son un activo valioso de la empresa?

1.3 Análisis Externo

El propósito del análisis externo es elaborar una lista finita de oportunidades que podrían beneficiar a la empresa y de amenazas que se deberían eludir. Su propósito es identificar las variables clave que prometen respuestas procesables. Las empresas deben tener capacidad de responder de forma ofensiva o defensiva a los factores, formulando estrategias que les permitan aprovechar las oportunidades externas y reducir al mínimo las consecuencias de las amenazas potenciales. (10)

Desde una perspectiva externa, la estrategia es identificar los cambios del entorno para conseguir una ventaja competitiva.

Las fuerzas externas se pueden dividir en cinco categorías generales:

- Fuerzas Económicas.
- Fuerzas Sociales, culturales, demográficas y ambientales.
- Fuerzas Políticas, gubernamentales y legales.
- Fuerzas Tecnológicas y
- Fuerzas De la Competencia

Las herramientas más destacadas para realizar el análisis externo son:

- Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter.
- Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE).
- Matriz del Perfil Competitivo (MPC).

1.3.1 Modelo de las 5 Fuerzas de Michael Porter.

El modelo del análisis de la competencia de las cinco fuerzas de Porter, el cual usan muchas industrias como un instrumento para elaborar estrategias. La intensidad de la competencia entre varias empresas varía mucho de una industria a otra. Según M. Porter, la competencia de una industria está compuesta por cinco fuerzas: (10)

1. La rivalidad de entre las empresas que compiten

La rivalidad entre las empresas que compiten suele ser la más poderosa de las cinco fuerzas. Las estrategias que sigue una empresa sólo tendrán éxito en la medida en que le ofrezcan una ventaja competitiva en comparación con las estrategias que siguen empresas rivales.

El grado de rivalidad entre las empresas que compiten suele aumentar conforme aumenta la cantidad de competidores, conforme los competidores se van igualando en tamaño y capacidad, conforme la demanda de los productos de la industria disminuye y conforme la reducción de precios resulta común y corriente.

2. La entrada potencial de competidores nuevos

Siempre que exista la posibilidad de que empresas nuevas entren en una industria particular sin gran dificultad, aumentará la intensidad de la competencia entre empresas. De esta manera, las barreras contra la entrada pueden incluir: la necesidad de obtener economías de escala, tecnología y conocimientos especializados, la falta de experiencia, la sólida lealtad del cliente, la clara preferencia de la marca, etc.

3. El desarrollo potencial de productos sustitutos.

En muchas industrias, las empresas compiten ferozmente con los fabricantes de productos sustitutos de otras industrias. La

presencia de productos sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes que los consumidores opten por un producto sustituto.

Las presiones competitivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme su precio relativo disminuye y los costos por cambiar a otro producto bajan.

4. *El poder de negociación de los proveedores*

El poder de negociación de los proveedores afecta la intensidad de la competencia en una industria, especialmente cuando existe una gran cantidad de proveedores, cuando sólo existen unas cuantas materias primas sustitutas buenas o cuando el costo de cambiar materias primas es especialmente caro.

Las empresas pueden seguir una estrategia de integración hacia atrás para adquirir el control o dominio de los proveedores. Esta estrategia es especialmente eficaz cuando los proveedores no son confiables, son demasiado caros o no son capaces de satisfacer las necesidades de la empresa en forma consistente.

5. *El poder negociador de los clientes*

Cuando los clientes están muy concentrados, son muchos o compran en grandes volúmenes, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia de una industria. El poder de negociación de los consumidores también es mayor cuando los productos que compran son estándar o no tienen diferencias.

1.3.2 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).

La Matriz EFE, permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva. La elaboración de la Matriz EFE consta de 5 pasos: (18)

1. Hacer una lista de los factores críticos para el éxito identificados en el proceso del análisis externo. Abarcar un total de entre diez y veinte factores, incluyendo tanto oportunidades como amenazas que afectan a la empresa y su industria.
2. Asignar un peso relativo a cada factor de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
3. Asignar una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores críticos de éxito con la finalidad de indicar si las estrategias presentes de la empresa están respondiendo con eficacia al factor. De esta forma, las calificaciones se basan en la empresa, mientras que los pasos del paso 2 se basan en la industria.
4. Obtener una calificación ponderada multiplicando el peso de cada factor por su calificación.
5. Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización.

Independientemente de la cantidad de oportunidades y amenazas clave incluidas en la Matriz EFE, el total ponderado más alto que se puede obtener la organización es 4.0 y el más bajo es 1.0. Un promedio ponderado de 4.0 indica que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en su industria. Un promedio ponderado de 1.0 indica que las estrategias de la empresa no están capitalizando las oportunidades ni evitando las amenazas externas.

Entender a fondo los factores que se usan en la Matriz EFE es, de hecho, más importante que asignarles pesos y calificaciones.

1.3.3 Matriz del Perfil Competitivo (MPC).

La Matriz MPC identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa. Los pesos y los totales ponderados de una MPC o una EFE tienen el mismo significado. Sin embargo, los factores de una MPC incluyen cuestiones internas y externas; las calificaciones se refieren a las fuerzas y debilidades. (10)

1.4 Análisis Interno

Las áreas funcionales de todas las organizaciones tienen fuerzas y debilidades. Ninguna empresa tiene las mismas fuerzas o debilidades en todas sus áreas. Las fuerzas y debilidades internas, sumadas a las oportunidades y amenazas externas, así como el enunciado claro de la misión, son la base para establecer objetivos y estrategias. Los objetivos y estrategias se establecen con la intención de capitalizar las fuerzas internas y de superar las debilidades. (10)

Debido a que existen diferentes tipos de organizaciones, las áreas funcionales de las empresas, evidentemente difieren. Por ejemplo las áreas funcionales de una universidad pueden incluir programas deportivos, servicios de colocación, vivienda, recaudación de fondos, investigaciones académicas, asesorías, etc. (10)

Las fuerzas de una empresa que los competidores no pueden igualar ni imitar con facilidad se llaman competencias distintivas. Para crear ventajas competitivas es preciso aprovechar las competencias distintivas. (10)

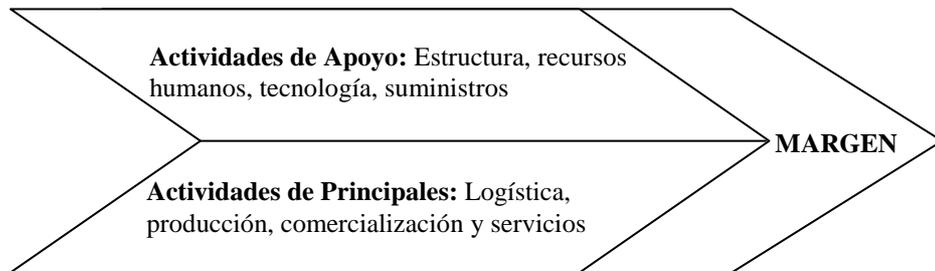
Desde una perspectiva interna, la estrategia es gestionar e integrar los recursos para conseguir una ventaja competitiva.

Entre las herramientas utilizadas para realizar el análisis interno tenemos:

- La Cadena de Valor de Michael Porter.
- Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI).

1.4.1 La Cadena de Valor de Michael Porter.

La cadena de valor de Michael Porter es un instrumento destinado a descomponer las diferentes operaciones realizadas por una empresa en determinado sector de actuación. Su finalidad es ayudar a conocer cada fase de la acción desarrollada por la empresa y entenderla como un proceso concatenado y sucesivo en el que se va añadiendo valor o riqueza, distinguiendo entre funciones base y funciones de apoyo. (11)



1.4.2 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI).

La Matriz de evaluación del factor interno, aunque en realidad debería denominarse de los factores internos, ya que se evalúa más de uno. (11)

Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. (10)

Es más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales. La Matriz EFI al igual que la matriz EFE se desarrolla siguiendo cinco pasos: (10)

1. Hacer una lista de los factores críticos para el éxito identificados en el proceso del análisis interno. Abarcar un total de entre diez y veinte factores, incluyendo tanto fortalezas como debilidades que afectan a la empresa y su industria.
2. Asignar un peso relativo a cada factor de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
3. Asignar una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores con la finalidad de indicar si el factor representa una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación = 3) o una fuerza mayor (calificación = 4). De esta forma, las calificaciones se basan en la empresa, mientras que los pasos del paso 2 se basan en la industria.
4. Obtener una calificación ponderada multiplicando el peso de cada factor por su calificación.
5. Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización.

Independientemente de la cantidad de fortalezas y debilidades clave incluidas en la Matriz EFI, el total ponderado más alto que se puede obtener la organización es 4.0 y el más bajo es 1.0. siendo la calificación promedio 2.5. Los Totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte.

II. Análisis y Selección de la Estrategia

El análisis y selección de estrategias pretende determinar los cursos alternativos de acción que permitirán a la organización alcanzar de la mejor manera su misión y sus objetivos. (10)

Las estrategias no surgen de la nada; se derivan de la misión, los objetivos, el análisis externo e interno de la organización; son congruentes con las estrategias pasadas que han funcionado bien y parten de ellas. (10)

Las herramientas más destacadas para seleccionar las estrategias son:

- Matriz DAFO.
- Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA).
- Matriz del Boston Consulting Group (BCG).
- Matriz Interna – Externa (IE). (o McKinsey)
- Matriz de la Gran Estrategia.
- Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica (MCPE).

2.1 Matriz DAFO.

A través de esta matriz se buscan las diferentes combinaciones entre los factores internos, es decir, los recursos y las capacidades capaces de generar fortalezas o de presentar debilidades, y los aspectos externos, reveladores de amenazas; pero también oportunidades de negocio. (11)

La combinación de los cuatro aspectos se recogen en un cuadro o matriz que agrupa las estrategias en:

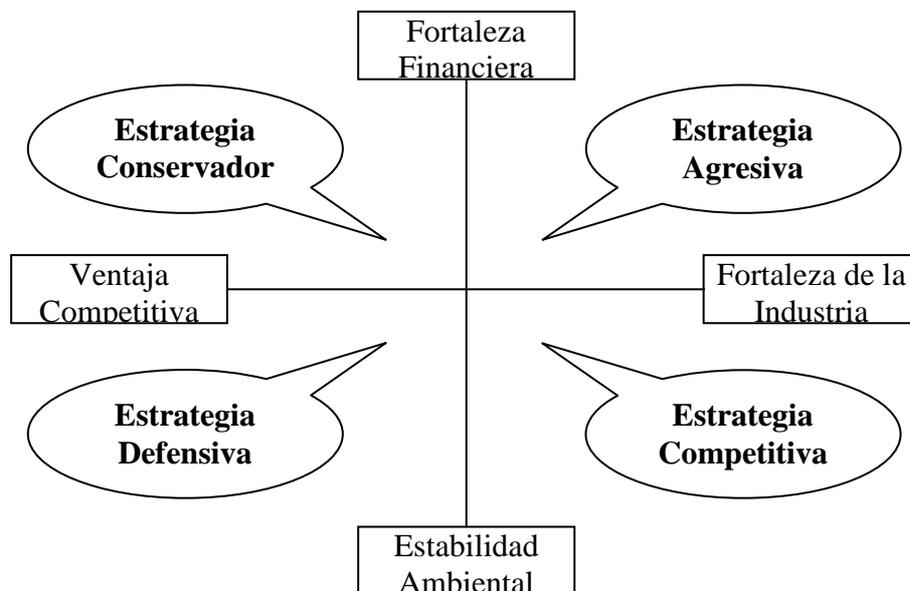
- FO (Fortalezas / Oportunidades).
- DO (Debilidades / Oportunidades).
- FA (Fortalezas / Amenazas).
- DA (Debilidades / Amenazas).

2.2 Matriz PEYEA.

Esta matriz presenta dos dimensiones internas: fortaleza financiera (FF) y ventaja competitiva (VC), y dos externas: estabilidad del entorno (EA) y fortaleza de la industria o del sector (FI), relacionadas en un eje de coordenadas.

Así, la parte positiva del eje de ordenadas refleja la fortaleza financiera de la organización, mientras que en la parte negativa del mismo eje se representa el grado de estabilidad de su entorno. En la parte positiva del eje de las abscisas se anotan las fortalezas de la industria o sector en el que opera, mientras que en la negativa se muestran las ventajas competitivas de la empresa. (11)

El primer cuadrante, determinado por la fortaleza financiera y por las ventajas competitivas refleja las estrategias basadas en los valores empresariales propios. Por el contrario, el cuadrante inferior derecho delimita los aspectos internos, y un posicionamiento en el mismo implica una situación de acción en competencia y basada en la consideración del entorno. (11)



2.3 Matriz BCG.

La Matriz BCG agrupa toda la cartera de negocios de una organización presentando las acciones de competencia, en las diferentes industrias en las que participa, de forma separada.

En la matriz se representan las diferencias entre las diferentes divisiones en forma gráfica y en términos de porcentaje relativo del mercado que están alcanzando y de la tasa de variación o crecimiento de la industria o sector en el que opera.

La participación en el mercado calculada siempre por referencia al líder del mercado y se representa en el eje de las ordenadas. La tasa de crecimiento del mercado como medida del atractivo, tanto actual como potencial, se representa en el eje de las abscisas. Cada división o unidad de negocio se representa por un círculo, siendo el tamaño del mismo proporcional a la importancia de los ingresos de dicha unidad de negocio en el total de la organización. (11)

A las divisiones que se ubican en el cuadrante superior derecho se les denomina interrogantes o dilemas; a las que se hallan en el cuadrante superior izquierdo, estrellas; las situadas en el cuadrante inferior reciben el nombre de vacas, y en último lugar aquellas emplazadas en el cuadrante inferior derecho, calaveras, huesos o perros.

2.4 *Matriz IE.*

Se trata de una técnica difícilmente cuantificable en la que las opiniones subjetivas de los analistas cobran un papel preponderante en el posicionamiento de cada unidad estratégica. La matriz IE posiciona los negocios de una empresa o corporación en un cuadro con nueve sectores.

Utiliza dos aspectos básicos del análisis estratégico, como son los factores críticos externos e internos, y los plasma en mapas que en uno de los ejes representan las valoraciones ponderadas totales de los factores internos y en el otro las de los factores externos.

En el eje correspondiente a la evaluación de los factores internos, un total ponderado comprendido entre 1.00 y 1.99 representa una posición interna de debilidad, mientras que valores superiores a 2 pueden considerarse medios, y valores que oscilan entre 3 y 4, valores altos. En idéntico sentido se consideran los márgenes de variación de las valoraciones de los factores críticos externos a la hora de determinar su fortaleza o debilidad. (11)

2.5 Matriz de la Gran Estrategia.

Esta herramienta está orientada a la formulación de estrategias alternativas. Combina dos aspectos cruciales para la empresa, como son la posición competitiva y el crecimiento del mercado. Así, en un mapa de cuatro cuadrantes, en el que la dimensión vertical estaría representada por la velocidad de crecimiento del mercado y la horizontal por la fortaleza o debilidad de la posición competitiva de la empresa, se posicionan las distintas unidades de negocios de la empresa para las que se busque desarrollar una estrategia de acción.

En cada uno de los cuadrantes de la matriz se formula una serie de estrategias alternativas, las cuales se disponen en orden de preferencia según su importancia o atractivo.

En el cuadrante I (parte superior derecha) se sitúan los negocios que se encuentran en buena situación estratégica.

En el cuadrante II (parte superior izquierda) se enmarcan los negocios que pese a actuar en sectores de crecimiento rápido, adolecen de serias dificultades en cuanto a su posición competitiva.

En el cuadrante III (parte inferior izquierda) se encontrarían las empresas con mayores dificultades, ya que a una posición competitiva de debilidad se suma el pertenecer a un sector en decadencia.

En el cuadrante IV (parte inferior derecha) se encuentran aquellos negocios que con una posición competitiva fuerte actúan en un sector o actividad de crecimiento lento. (11)

2.6 Matriz MCPE.

Esta matriz se diferencia del resto por ser la única que establece prioridades entre las diferentes alternativas estratégicas. En ella se intenta objetivar la

elección de una estrategia frente a las demás utilizando para ello la información que proporciona el resto de las matrices.

Esta matriz combina en una sola tabla las diferentes estrategias que conforman el abanico de estrategias posibles. De esta forma se realiza una revisión de cada estrategia al sopesar, para cada una de ellas, el peso e importancia de los factores clave y la forma en la que la afectarán. Así, y supuesta una alternativa concreta, ésta se reevalúa mediante un repaso de su atractivo en función de la forma en que los factores internos y externos críticos la afectan.

III. Plan Operativo Informático

Hospital III Goyeneche –Arequipa ***Plan Operativo Informático***

PRESENTACIÓN

El Hospital III Goyeneche de Arequipa en cumplimiento con la Directiva N° 007-2003- INEI/DTNP aprobada por Resolución Jefatural N° 083-2003-INEI. ha elaborado el PLAN OPERATIVO INFORMÁTICO para el año fiscal 2006, en concordancia a las normas legales establecidas por el ente rector de los Sistemas Nacionales de Estadística e Informática.

El PLAN OPERATIVO INFORMATICO 2006, es un instrumento de gestión institucional que permite definir y orientar las actividades informáticas de acuerdo a los Planes Estratégicos Concertados y apoya sistemáticamente en la toma de decisiones en las adquisiciones de equipos informáticos e implementación de servicios para un mejor cumplimiento de los objetivos institucionales.

1.- MISIÓN DE LA UNIDAD INFORMÁTICA

Ser la unidad que administre las tecnologías de la información buscando el mejor aprovechamiento de estos recursos en el Hospital, con el fin de proporcionar un apoyo confiable y eficiente a los usuarios, impulsando la innovación y la calidad en el servicio dentro de un marco de responsabilidad y ética profesional; contribuyendo de esta manera a que el Hospital Goyeneche conduzca la gestión pública a través de aplicaciones informáticas y soporte técnico-telemático de acuerdo a las competencias exclusivas, compartidas delegadas y funciones establecidas en su reglamento de Organización y Funciones.

2. VISIÓN DE LA UNIDAD INFORMÁTICA

Modernizar los recursos informáticos los cuales permitan apoyar óptimamente a la institución en el cumplimiento de sus funciones y desarrollo de sus acciones proporcionando de esta manera información oportuna y de alta calidad para la toma de decisiones apoyados en la innovación manteniendo una visión general de las tendencias tecnológicas que fortalezcan el quehacer científico de la institución, y así poder lograr con ello la óptima organización del flujo de información en el Hospital Goyeneche.

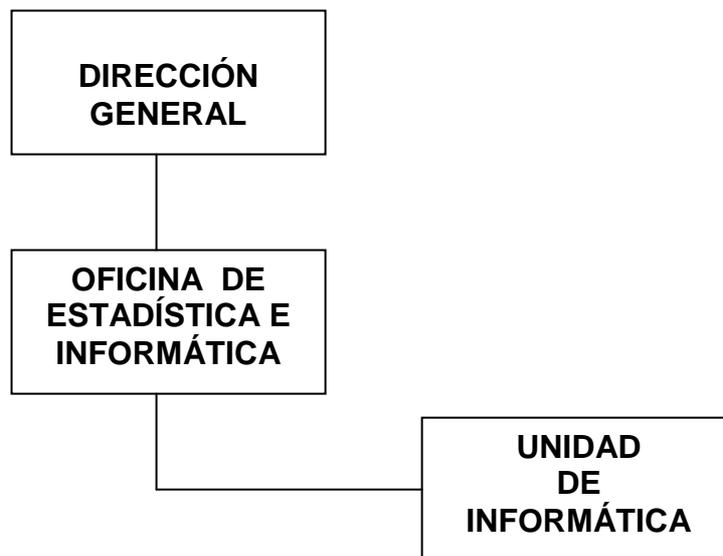
3. SITUACIÓN ACTUAL DEL ÓRGANO INFORMÁTICO

3.1 Localización y Dependencia estructural y/o funcional

- El área de Informática del Hospital III Goyeneche de Arequipa, se encuentra localizada en la Av. Goyeneche s/n distrito Arequipa.
- En la estructura de la Institución se encuentra dentro de la Oficina de Estadística e Informática que pertenece a la Dirección General del Hospital.

La unidad de informática, es el órgano de apoyo y soporte técnico de las unidades orgánicas del Hospital III Goyeneche, encargado de dirigir, supervisar, sistematizar, coordinar, integrar y promover el desarrollo, implementación y mantenimiento de Sistemas y Aplicaciones Informáticas, procurando la optimización de la gestión Administrativa

del Hospital. Así como también velar por el mantenimiento de los recursos informáticos y telemáticos de la institución.



La oficina de Estadística e Informática, está a cargo de un funcionario con categoría de Jefe y depende directamente del Director Ejecutivo.

3.2 Recursos Humanos

Puestos	CANTIDAD
Jefatura de la Of. de Estadística e Informática	1
Apoyo Administrativo	12
Soporte técnico y Administración de Redes	1
Desarrollo de Sistemas	
• Analistas	0
• Programadores	0
Diseñador de páginas Web	0
Producción	0
Otros	0
Total	12

3.3 Recursos informáticos y tecnológicos

HARDWARE				
COMPUTADORAS				
EQUIPO	MARCA	MODELO	TIPO	DISCO DURO GB
Computadora	Compatible	D865PERL	PENTIUM IV	120
Computadora	Compatible	M925	CELERON	30
Computadora	Compatible	SOYO 6VCA	PENTIUM III	6.4
Computadora	Compatible	M925	PENTIUM IV	80
Computadora	Compatible	D850MV	CELERON	60
Computadora	Compatible	D850MV	PENTIUM IV	60
Computadora	Compatible	INTEL	PENTIUM I	1.2
PERIFÉRICOS				
Impresora (1)	Epson	LQ-2170	Matricial	
Impresora (4)	Epson	LX-300	Matricial	

COMUNICACIONES			
HUB	D-Link	10/100Mbps	16 puertos
SOFTWARE			LICENCIA
- Windows 98SE			0
- Visual Studio 6.0			0
- Office 2000			0
- Per Antivirus 9.6			0
- Adobe Acrobat 5.0			0
- Sistema Estadístico MINSA			0
- WinZip 8.1			0
- Corel Draw 10.0			0
- McAfee Virusscan Security Suite-VSE			0
- Pcwint			0

3.4 Problemática actual

- **FORTALEZAS**

- Identificación del personal con el Área de Informática.
- Disposición para concertar, coordinar con las diferentes dependencias del Hospital Goyeneche.
- Interconexión de equipos a través de una red LAN predispuestos a funcionar en aplicaciones cliente servidor.

- **DEBILIDADES**

- Escaso número de personal capacitado y/o especializado para el desarrollo de sistemas, administración de redes y soporte técnico.
- Falta de equipos de cómputo.
- Falta de presupuesto para adquisición de equipos, Software y herramientas.
- No se cuenta con un ambiente independiente para brindar el soporte y mantenimiento técnico adecuado.
- Falta de capacitación especializada financiada por la institución.
- Falta de programas de capacitación de personal.
- No se cuenta con ningún servidor que permita centralizar y gestionar las aplicaciones informáticas, la red y accesos a los usuarios del hospital; para optimizar la red institucional

- **OPORTUNIDADES**

- Demanda creciente de servicios.
- Sistema operativo Linux de uso libre y aplicación para uso de equipo, así como software de desarrollo libre.
- Apoyo del Consejo Nacional de Descentralización

- **AMENAZAS**

- Rápido avance tecnológico que genera desfase de equipos.
- Alto costo de Software.
- Falta de disponibilidad de cursos de entrenamiento en fechas Apropiadas.

4. ALINEAMIENTO CON EL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL Y SECTORIAL

4.1 Objetivo Sectorial

El objetivo del Hospital III Goyeneche es brindar una atención integral de salud de alta especialización e investigación; con tecnologías modernas y personal altamente especializado. Para ello promueve un entorno de innovación, impulsa alianzas y acuerdos entre los sectores público y privado, el fortalecimiento de las redes de colaboración entre empresas, instituciones y organizaciones sociales.

4.2 Objetivos Institucionales

1. Lograr el desarrollo de acciones de promoción, prevención, recuperación y rehabilitación de la salud física y mental de la población de su ámbito de su jurisdicción.
2. Lograr las capacidades de atención y respuesta ante posibles desastres, emergencias y/o epidemias en la zona sur del Perú.
3. Lograr el equipamiento necesario para la atención de emergencias y de alta complejidad.
4. Lograr la utilización total de su capacidad instalada para ampliar la cobertura de la oferta de la atención a la población.
5. Lograr la suficiente capacidad de atención para la defensa civil y defensa nacional.
6. Desarrollar un adecuado campo clínico que permita la docencia y capacitación de los recursos humanos en salud.
7. Desarrollar actividades de investigación en el campo de la salud.

4.2. Objetivos Específicos

1. Diseñar sistemas, supervisando el desarrollo de sus aplicaciones en la Institución.
2. Programar y supervisar la implantación de Sistemas.
3. Cautelar la implementación y aplicación correcta de los Software a fin de que los derechos de propiedad sean registrados a nombre del Hospital Goyeneche.

4. Efectuar diagnósticos referidos a la utilización potencial de las computadoras, formulando planes de contingencia para la mejor operatividad y desarrollo de sistemas.
5. Evaluar el Hardware y el software y otros mecanismos similares; preparar los estimados de tiempo y costos para el trabajo de desarrollo de sistemas administrativos.
6. Realizar estudios en áreas, actividades y procedimientos susceptibles de ser mejorados, formulando y/o diseñando programas, procedimientos simplificados, de acuerdo a requerimientos institucionales.
7. Diseñar e implementar controles con el propósito de salvaguardar los datos fuente de origen, operaciones de proceso y salida de información con la finalidad de preservar la integridad de la información procesada por la institución.
8. Proporcionar asesoramiento técnico calificado en asuntos materia de la competencia del Área de Informática.
9. Interconectar las unidades orgánicas
10. Creación de una Intranet.
11. Mejoramiento del Portal del Hospital III Goyeneche.

5. ESTRATEGIA PARA EL LOGRO DE LAS METAS DEL PLAN OPERATIVO INFORMÁTICO

1. Para Diseñar sistemas, supervisando el desarrollo de sus aplicaciones en la Institución:
 - Identificar los avances tecnológicos en informática con la finalidad de posibilitar su aplicación en la instalación.
 - Capacitación del personal de informática en nuevas tecnologías de sistemas informáticos orientados a la administración pública y médica.
2. Para programar y supervisar la implantación de Sistemas:
 - Establecer la estandarización en la adquisición de quipos y uso de software.

3. Para cautelar la implementación y aplicación correcta del Software a fin de que los derechos de propiedad sean registrados a nombre del Hospital Goyeneche.
 - Fortalecer sistemas de información como soporte de gestión.
 - Promover el desarrollo de software con gente capacitada y/o especializada.
4. Para efectuar diagnósticos referidos a la utilización potencial de las computadoras, formulando planes de contingencia para la mejor operatividad y desarrollo de sistemas.
 - Integrar las unidades orgánicas del Hospital a través de una intranet para compartir la información Institucional y poder administrar el Hospital.
5. Para evaluar el Hardware y el software y otros mecanismos similares; preparar los estimados de tiempo y costos para el trabajo de desarrollo de sistemas administrativos.
 - Realizar cronológicamente programas de mantenimiento preventivo.
 - Programar presupuesto para la adquisición de nuevos equipos y herramientas para el mantenimiento de los mismos.
6. Para realizar estudios en áreas, actividades y procedimientos susceptibles de ser mejorados, formulando y/o diseñando programas, procedimientos simplificados, de acuerdo a requerimientos institucionales.
 - Desarrollo de tecnologías para las comunicaciones.
 - Desarrollo de sistemas de información.
7. Para diseñar e implementar controles con el propósito de salvaguardar los datos fuente de origen, operaciones de proceso y salida de información con la finalidad de preservar la integridad de la información procesada por la institución.
 - Capacitación a usuarios del Hospital Goyeneche.
 - Normar las cuestiones computacionales tanto en hardware como en software.
8. Establecer un programa de Soporte Técnico a los equipos informáticos de la Institución.

9. Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación del funcionamiento de equipo y rol que cumplen.
 - Promover los mantenimientos preventivos y finalmente los correctivos
10. Brindar servicio de correo electrónico.
11. Mejoramiento del Portal del Hospital III Goyeneche.
 - Posicionamiento de la imagen del Hospital III Goyeneche a través de Internet.

6.- PROGRAMA DE ACTIVIDADES Y/O PROYECTOS INFORMATICOS.

Se presentan en ocho anexos las actividades y proyectos informáticos.

- ✗ Ampliación e Implementación de la red informática del Hospital Goyeneche.
- ✗ Implementación de una Intranet.
- ✗ Administración de la Pagina Web del Hospital III Goyeneche.
- ✗ Apoyo logístico para el inventario anual.
- ✗ Administración de Redes.
- ✗ Mantenimiento las bases de datos del SIAF-SP.
- ✗ Mantenimiento de Sistemas Informáticos.
- ✗ Soporte de Software y Hardware.
- ✗ Creación del Departamento de Sistemas del Hospital Goyeneche.

Referencias Bibliográficas

1. PÉREZ, M. C. 2003. “El Sistema de Control de Gestión. Conceptos básicos para su diseño”. [En Línea] www.monografias.com
2. CASTELLANOS, J. 2001. “Diseño de un Manual de Auditoría de Gestión”, [en Línea] <http://www.monografias.com>.
3. HERNÁNDEZ, M. 2001. "Acerca de la definición de control de gestión", [en línea] 5campus.com, Control de Gestión <http://www.5campus.com/leccion/cgdefi.htm>.
4. UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA. 2003. “El Balanced Scorecard en Sector Privado: análisis, casos prácticos y soluciones”. Zaragoza – España.
<http://www.geocities.com/WallStreet/Floor/9269/Glosario.htm>
5. <http://www.geocities.com/WallStreet/Floor/9269/Glosario.htm>
6. BIASCA, R. 2002. “Los 10 Pasos para construir el Tablero de Comando para medir, analizar y mejorar los resultados”. www.uch.edu.ar/rrhh.html
7. PEREIRA, J. 2003 “Cuadro de Mando Integral, CMI”, [En Línea] http://www.mercadeo.com/41_scorecard.htm.
8. <http://www.cacitgroup.com/vertical/tcomando/tcomando.htm>
9. O`BRIEN, J. A. 2001. “Sistemas de Información Gerencial”. 4ra Edición. Edit. Mc Graw Hill. Colombia
10. FRED R. D. 1997. “Conceptos de Administración Estratégica”. 5ta Edición. Edit. Prentice Hall Hispanoamericana S. A. México.
11. GARRIDO B. S. 2003. “Dirección Estratégica”. 1ra Edición. Edit. McGraw-Hill/Interamericana de España. España.