



“DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATEGICO A LA EMPRESA GLOBUS S.A. EN LA CIUDAD DE TALCA”

VICTOR MANUEL GONZALEZ DROGUETT

CLAUDIO MAURICIO RUIZ OSORIO

INGENIERO COMERCIAL

RESUMEN

Hoy en día existe una gran competencia y rivalidad en todos los sectores industriales, y el sector de las telecomunicaciones no es la excepción, debido a que los constantes avances en las tecnologías y aumento de los competidores han provocado que las empresas se vean en la obligación de desarrollar nuevas estrategias para mejorar la entrega de productos y servicios a los consumidores. Las empresas compiten constantemente por obtener participación del mercado, esta realidad ha llevado a las empresas Bellsouth, CTC Mundo, Chilesat, Entel, GLOBUS S.A. y otros a una fuerte competencia por ganar y mantener clientes sobre la base de nuevos productos y servicios. Por este motivo es importante estar en constante estudio de los movimientos del entorno y del mercado con el fin de desarrollar nuevos planes estratégicos para el logro de los objetivos planeados por la empresa. Debido a lo anterior, la presente Memoria tiene como fin desarrollar un plan estratégico a la empresa GLOBUS S.A. en la ciudad de Talca. Para llegar a formular la estrategia utilizaremos un modelo de planificación estratégica adaptado, el cual es un marco general, que implica el estudio de los elementos fundamentales en la definición de una estrategia, esta metodología servirá para guiamos a través de una secuencia ordenada, de forma de abordar los problemas estratégicos claves de la empresa GLOBUS S.A. en Talca. Primero, realizamos un estudio basado en búsqueda de material bibliográfico; estudios sobre el mercado de las telecomunicaciones en Chile, estudios de empresas consultoras, memorias de las compañías y notas de prensa. Segundo, realizamos un estudio de campo en donde obtuvimos información primaria por medio de entrevistas estructuradas a 30 ejecutivos de las distintas empresas de telecomunicaciones en la ciudad de Talca, lo que nos ayudó a obtener opiniones acerca de la dinámica actual y futura del mercado. Luego desarrollamos la etapa de análisis en la cual se comenzó conociendo la empresa (antecedentes históricos, organigrama, distribución geográfica, productos, servicios, etc.) Luego nos basamos en el modelo donde estudiamos la Visión y Misión de GLOBUS S.A., realizamos un análisis interno (análisis de la situación de la compañía), un

análisis externo (análisis de la situación industrial y competitiva), objetivos (opciones estratégicas de la compañía) y por último la formulación de una estrategia (criterios de decisión)