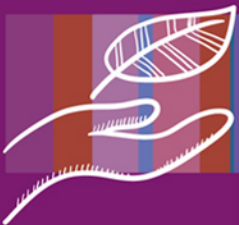
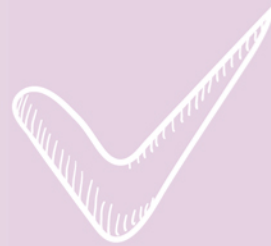


COURSEWARE

ITIL® 4 Foundation Courseware

- Español



ITIL® 4 Foundation
Courseware - Español

Título: ITIL® 4 Foundation Courseware - Español

Autores: Van Haren Learning Solutions A.O.

Traducción al español": Félix Vara de Rey

Revisores de la traducción al español: José Nicolás Morales Mosquera (IT Progress S.A.S)
Mauricio Corona (SDI)

Publisher: Van Haren Publishing, 's Hertogenbosch

ISBN papel: 978 94 018 0463 9

Editorial: Primera edición, primera impresión, Julio 2019

Diseño: Van Haren Publishing, 's Hertogenbosch

Copyright: © Van Haren Publishing 2019

Para más información sobre Van Haren Publishing: info@vanharen.net

Este material contiene diagramas e información de texto basada en el material de ITIL® de AXELOS.

El material se reproduce bajo licencia de AXELOS.

Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación podrá ser reproducida de ninguna forma mediante impresión, impresión fotográfica, microfilm o cualquier otro medio sin el permiso por escrito del editor.

Aunque esta publicación ha sido redactada con mucho cuidado, ni el Autor, ni el Editor, ni la Editorial podrán aceptar ninguna responsabilidad por los daños causados por posibles errores y/o falta de información en esta publicación.

El material de este documento ha sido obtenido de ITIL Foundation, edición ITIL 4 (ISBN: 9780113316076).

Ninguna parte de este documento podrá ser reproducida, de ninguna manera, sin el permiso por escrito de Van Haren Publishing y AXELOS Limited.

El permiso podrá ser solicitado en info@vanharen.net y licensing@AXELOS.com

Acerca del Courseware

El Courseware fue creado por expertos de la industria quienes sirvieron como autores para esta publicación. La contribución para el material se basó en publicaciones existentes y la experiencia y pericia de los autores. El material ha sido revisado por formadores, quienes también tienen experiencias trabajando con el material. También se prestó mucha atención a los puntos clave de aprendizaje para asegurar lo que es necesario dominar.

El objetivo del Courseware es proporcionar el máximo apoyo al formador y al estudiante durante su entrenamiento. El material tiene una estructura modular y, de acuerdo con los autores, proporciona la tasa de éxito más alta al estudiante que opte por el examen. Por esta razón, el Courseware también ha sido acreditado donde corresponda.

Para cumplir con los requisitos de acreditación, el material debe cumplir con determinados estándares de calidad. La estructura, el uso de ciertos términos, diagramas y referencias forman parte de esta acreditación. Además, el material debe estar disponible para cada estudiante a fin de obtener la acreditación completa. Para apoyar de manera óptima al formador y al alumno participante en la formación, se han proporcionado exámenes de práctica y sus resultados, con el material.

También cubre, regularmente, la referencia directa a la literatura recomendada, de manera que los estudiantes puedan encontrar fácilmente, información adicional sobre un tema en particular. La decisión de separar las páginas de notas del Courseware fue la de alentar a los estudiantes a tomar notas a través del material.

Aunque el curso es completo, existe la posibilidad de que el formador pueda desviarse de la estructura del material o elegir no referirse a todas las hojas o comandos. El estudiante siempre tiene la posibilidad de cubrir estos temas y revisarlos en su propio tiempo. Se recomienda encarecidamente seguir la estructura del material y de las publicaciones, para maximizar la preparación del examen.

El Courseware y la literatura recomendada son la combinación perfecta para aprender y entender la teoría.

- Publicaciones Van Haren

Otras publicaciones de Van Haren Publishing

Van Haren Publishing (VHP) se especializa en títulos sobre mejores prácticas, métodos y estándares en cuatro dominios:

- TI y gestión de TI
- Arquitectura (empresa e IT)
- Gestión empresarial y
- Gestión de proyectos

Van Haren Publishing también está publicando en nombre de las principales organizaciones y empresas:

ASLBI Foundation, BRMI, CA, Centre Henri Tudor, Gaming Works, IACCM, IAOP, IFDC, Innovation Value Institute, IPMA-NL, ITSqc, NAF, KNVI, PMI-NL, PON, The Open Group, The SOX Institute.

IT and IT Management

ABC of ICT
ASL®
CATS CM®
CMMI®
COBIT®
e-CF
ISO/IEC 20000
ISO/IEC 27001/27002
ISPL
IT4IT®
IT-CMF™
IT Service CMM
ITIL®
MOF
MSF
SABSA
SAF
SIAM™
TRIM
VeriSM™

Enterprise Architecture

ArchiMate®
GEA®
Novius Architectuur
Methode
TOGAF®

Business Management

BABOK® Guide
BiSL® and BiSL® Next
BRMBOK™
BTF
EFQM
eSCM
IACCM
ISA-95
ISO 9000/9001
OPBOK
SixSigma
SOX
SqEME®

Project Management

A4-Projectmanagement
DSDM/Atern
ICB / NCB
ISO 21500
MINCE®
M_o_R®
MSP®
P3O®
PMBOK® Guide
Praxis®
PRINCE2®

Los temas son (por dominio):

Para obtener información más reciente sobre publicaciones de VHP, visite nuestro sitio web: www.vanharen.net

Tabla de Contenidos

	<i>Diapositiva nº</i>	<i>Página nº</i>
Reflexión		7
Agenda		9
Introducción	(1)	11
Conceptos clave de gestión de servicios	(9)	12
Productos y servicios	(12)	16
Valor y co-creación de valor	(14)	17
Organizaciones, proveedores, consumidores y otros interesados	(15)	18
Relaciones de Servicio	(18)	19
Valor: Resultados, costes y riesgos	(20)	20
Resumen & Preguntas de repaso	(24)	22
Las cuatro dimensiones de gestión de servicios	(30)	25
Organizaciones y Personas	(32)	26
Información y tecnología	(33)	27
Proveedores y socios	(39)	30
Flujos de valor y procesos	(42)	31
Factores externos	(45)	33
Resumen & Preguntas de repaso	(46)	33
El Sistema de Valor del Servicio de ITIL	(50)	35
Generalidades del Sistema de valor del servicio	(61)	41
Los principios guía de ITIL	(65)	43
Resumen & Preguntas de repaso	(73)	47
Principios guía de ITIL	(78)	49
Centrarse en valor	(87)	54
Comenzar donde estás	(91)	56
Progresar iterativamente	(95)	58
Colaborar	(99)	60
Optimizar y automatizar	(111)	66
Resumen & Preguntas de repaso	(115)	68

Prácticas de gestión de ITIL	(121)	71
Prácticas de gestión de servicios	(121)	71
Resumen & Preguntas de repaso	(181)	90
Prácticas de gestión General y Técnicas	(166)	93
Resumen & Preguntas de repaso	(181)	101
Ejercicios		
1. Conceptos clave de gestión de servicios		105
2. Conceptos clave de ITIL		109
3. Prácticas de ITIL		112
4. Caso Flujos de valor		117
Examen de muestra 1		119
Examen de muestra 1 Respuestas y razonamientos		131
Examen de muestra 2		152
Examen de muestra 2 Respuestas y razonamientos		163
Syllabus		185
Glosario		190

Auto-reflexión del diagrama de entendimiento

"Lo que no se mide, no se puede controlar". - Tom Peters

Rellene este diagrama para autoevaluar su entendimiento sobre el material.

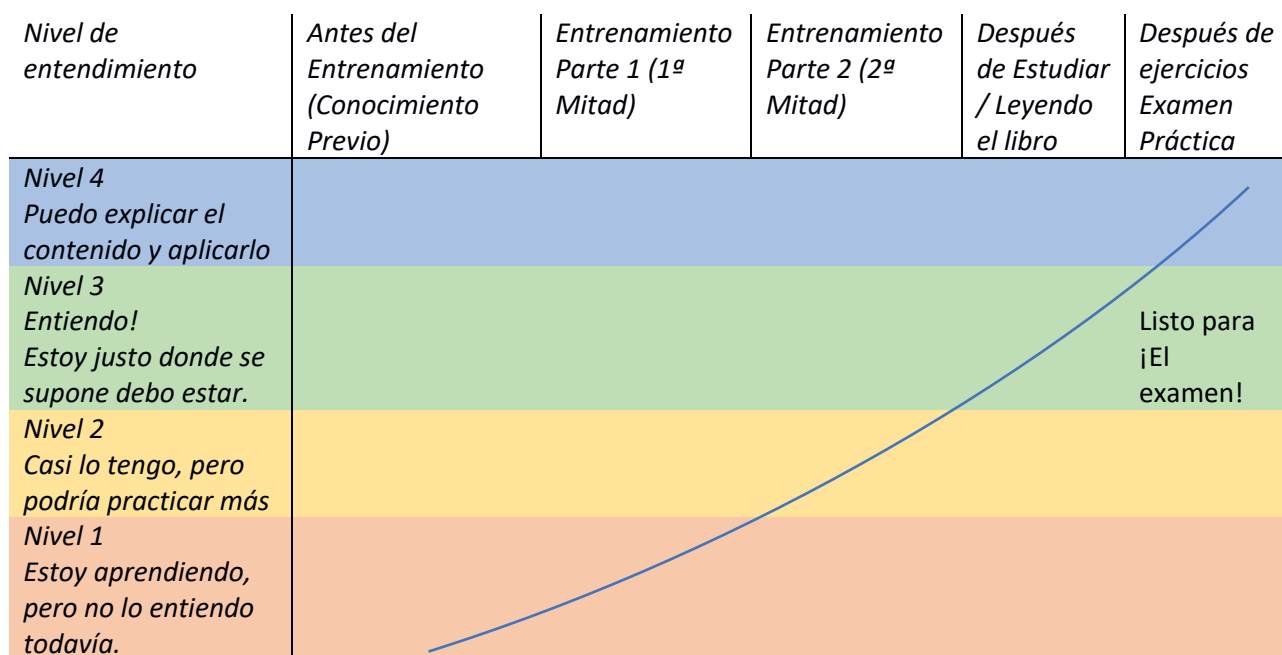
Esto constituye una evaluación de lo bien que conoce el material y de lo bien que lo entiende.

Para aprobar el examen con éxito, debe aspirar a alcanzar el nivel más alto del nivel 3. Si realmente desea convertirse en un profesional, debe apuntar al nivel 4.

Su nivel general de entendimiento seguirá naturalmente la curva de aprendizaje.

Por lo tanto, es importante hacer un seguimiento de dónde se encuentra en cada punto de la formación y abordar cualquier área de dificultad.

En función de dónde se encuentre dentro del diagrama de auto-reflexión de entendimiento, podrá evaluar el progreso de su propia formación.



(Diagrama de autorreflexión de entendimiento)

Anote las áreas problemáticas con las que todavía tiene dificultades a fin de poder consolidarlas usted mismo o con su formador.

Después de haber realizado una revisión en estas áreas, evalúe si ahora posee un mejor entendimiento de dónde se encuentra, actualmente, sobre la curva de aprendizaje.

Problemas

*Áreas de
problemas:*

Tema:

Parte 1

Parte 2

Ha avanzado y estudiado en el libro

Ha contestado las preguntas y
hecho el examen de prueba

Calendario

Día 1, Conceptos clave de gestión de servicios	
Parte 1	Introducción
	Creación de valor, resultados, costes y riesgos
	Servicios y relaciones de servicio
	Las cuatro dimensiones
	<i>Almuerzo</i>
Parte 2	El Sistema de valor del servicio de ITIL
	Las actividades de la cadena de valor del servicio
	La naturaleza y uso de los principios guía

Día 2, Prácticas de ITIL seleccionadas y términos clave	
Parte 1	Prácticas de gestión de servicios
	Prácticas generales
	Prácticas técnicas
	<i>Almuerzo</i>
Parte 2	Preparación examen
	Examen de ITIL®

Bienvenido a ITIL 4 Foundation



ITIL® es una marca registrada de AXELOS Limited, utilizada bajo permiso de AXELOS Limited. Todos los derechos reservados
The Swirl logo™ es una marca registrada de AXELOS Limited, utilizada bajo permiso de AXELOS Limited. Todos los derechos reservados



©2019 - Todo el material de formación es propiedad exclusiva de Van Haren Publishing BV
quedando prohibida su reproducción en ninguna forma o medio sin permiso por escrito.

COU SEWARE

Nuestro próximos días



- ✓ Seguridad
- ✓ Descansos
- ✓ Almuerzo
- ✓ Ejercicios
- ✓ Teléfonos/Computadores

© AXELOS Limited and Van Haren Publishing

2

Nuestros próximos días



- ✓ ¡Participación activa!
- ✓ Hacer preguntas
- ✓ Teoría (mucho)
- ✓ Algo de tarea
- ✓ Ejercicios de grupo

© AXELOS Limited and Van Haren Publishing

3

Presentación



Mis preguntas:

- ✓ ¿Quién eres?
- ✓ ¿Qué experiencia tienes con ITIL®?
- ✓ ¿Cuál es tu rol en el trabajo?
- ✓ ¿Cuáles son tus expectativas?

© AXELOS Limited and Van Haren Publishing

4



Calendario del Curso

- **Día 1: Conceptos clave de gestión de Servicios**
 - Creación de valor, resultados, costes y riesgos
 - Servicios y relaciones de servicio
 - Las cuatro dimensiones
 - El Sistema de valor del servicio de ITIL
 - Las actividades de la cadena de valor del servicio
 - La naturaleza y uso de los principios guía
- **Día 2: Prácticas de ITIL seleccionadas y términos clave**
 - Prácticas de gestión de servicios
 - Prácticas generales
 - Prácticas técnicas

ITIL está evolucionando...

- ✓ De un enfoque en procesos a una visión holística
- ✓ De un ciclo de vida fragmentado a end-to-end
- ✓ De grandes entregas a mejora continua
- ✓ De silos operacionales a flujo de valor



- Desde la última actualización de ITIL en 2011, hemos visto enormes cambios que afectan a la mayoría de las organizaciones que han adoptado las mejores prácticas de ITIL.
- Existe una clara necesidad de adaptarse a los cambios en los mercados, las tecnologías y las formas de trabajo.
- ITIL no es una excepción.



Principios como temática central

Ha habido una clara tendencia entre los marcos de trabajo, modelos y metodologías de uso común, de alejarse de las reglas y centrarse más en los principios.

Vemos este desarrollo como algo positivo en general ya que, como la mayor parte de los principios básicos de soporte se comparten a menudo, puede hacer que la interoperabilidad y la integración entre marcos de trabajo y metodologías sea más aceptada.



Gestión de Productos

La tendencia entre las organizaciones de TI de utilizar una terminología de gestión de productos y adoptar formas de trabajar de otras fuentes como ingeniería o fabricación está clara.

Se puede usar una cita del libro ITIL 4 Foundation para mostrar esto:

"Los servicios que proporciona una organización se basan en uno o más productos. Las organizaciones poseen o tienen acceso a una variedad de recursos. Los productos son configuraciones de estos recursos, creadas por la organización, que serán potencialmente valiosas para sus clientes".

Aunque esto no es nuevo, ya que se introdujo anteriormente en versiones anteriores de ITIL, hace que ITIL 4 sea aún más relevante y más fácil de relacionar con el movimiento ágil emergente y su fuerte énfasis en el desarrollo de productos.



CONCEPTOS CLAVE DE GESTIÓN DE SERVICIOS

Entender los conceptos y términos clave de la Gestión de Servicios



COU SEWARE

©2019 - Todo el material de formación es propiedad exclusiva de Van Haren Publishing BV quedando prohibida su reproducción en ninguna forma o medio sin permiso por escrito.

Introducción

La mayor parte de las organizaciones necesitan abordar los desafíos de la gestión de servicios y utilizar el potencial de la tecnología moderna.

ITIL 4 está diseñado para garantizar un sistema flexible, coordinado e integrado para el gobierno y gestión efectivos de los servicios habilitados para TI.

Los términos clave y conceptos importantes de gestión de servicios introducidos aquí, incluyen los siguiente:

- Organizaciones, proveedores de servicios, consumidores de servicios y otras partes interesadas.
- Productos y servicios
- La naturaleza del valor y la co-creación de valor
- Relaciones de servicio
- Valor: Resultados, costes y riesgos.

Estos conceptos se aplican a todas las organizaciones y servicios, independientemente de su naturaleza y tecnología de soporte.



✓ Conceptos clave de Gestión de Servicios

© AXELOS Limited and Van Haren Publishing

10

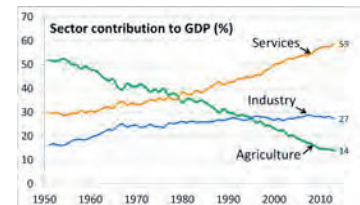
¿Qué es la Gestión de Servicios?

Definición: Gestión de servicios

Un conjunto de capacidades organizativas especializadas para entregar valor a los clientes en forma de servicios.

Desarrollar esas capacidades requiere un entendimiento de:

- La naturaleza del valor
- La naturaleza y alcance de las partes interesadas implicadas
- Cómo se habilita la creación de valor a través de los servicios.



Servicios y productos

El componente central de la gestión de servicios es, por supuesto, el servicio.

Definición: Servicio

Un medio de habilitar co-creación de valor facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin tener la propiedad de los riesgos y costes específicos.

Los servicios que una organización proporciona están basados en uno o más de sus productos.

Las organizaciones son propietarias o tienen acceso a una variedad de recursos.

Los productos son configuraciones de esos recursos, creados por la organización, que potencialmente serán valiosos para sus clientes.

Definición: Producto

Configuración de los recursos de una organización diseñados para ofrecer valor a un consumidor.



Ofertas de Servicios

Los proveedores de servicios presentan sus servicios a los consumidores en forma de ofertas de servicios, las cuales describen uno o más servicios basados en uno o más productos.

Definición: Oferta de servicio

Una descripción de uno o más servicios, diseñados para abordar las necesidades de un grupo objetivo de consumidores.

Puede incluir: Bienes, acceso a los recursos y acciones de servicio.

Componente	Descripción	Ejemplos
Bienes	Proporcionados al consumidor La propiedad se transfiere al consumidor El consumidor toma la responsabilidad de su uso futuro	Un teléfono móvil Un servidor físico
Acceso a los recursos	La propiedad no se transfiere al consumidor El acceso es otorgado o licenciado al consumidor bajo términos y condiciones acordadas El consumidor solo puede acceder a los recursos durante el período de consumo acordado y de acuerdo con otros términos de servicio acordados.	Acceso a una red móvil o a un almacenamiento en red
Acciones de servicio	Realizadas por el proveedor del servicio para abordar las necesidades del consumidor Realizadas según lo acordado con el consumidor.	Soporte a un usuario Reemplazo de una pieza en un equipo



Creación de valor

El propósito de una organización es crear valor a sus partes interesadas.

El término “**valor**” es utilizado muy comunmente en gestión de servicios y constituye el foco clave de ITIL 4. Por ello, debe ser claramente definido.

Definición: Valor

Valor es el beneficio percibido, utilidad e importancia de algo.



La creación de valor es un acto de equilibrio entre **resultados, costes y riesgos**.

Nota: El Valor puede ser subjetivo y, por tanto, diferente para cada parte interesada.



Proveedores de servicios y consumidores

Proveedores de servicios:

Pueden ser **externos o internos**.

Un proveedor podría estar vendiendo servicios en un mercado abierto a otras empresas o a consumidores individuales

Los proveedores de servicios pueden ser parte de una alianza de servicios, que colaboran para proporcionar servicios a organizaciones de consumidores

Consumidores de servicios:

Cuando **consume servicios**, una organización asume el rol de consumidor de servicios.

Es un rol genérico que se utiliza, en la práctica, para simplificar más roles implicados como clientes, usuarios y patrocinadores

Estos roles se pueden **combinar**.

*Un claro entendimiento de **quiénes son sus consumidores** en una situación dada y quiénes son los demás interesados en las **relaciones de servicio** asociadas.*

*Estos roles pueden tener diferentes expectativas de los servicios y **diferentes definiciones de valor**.*



Partes interesadas clave

Definición: Organización

Persona o grupo de personas que tienen sus propias funciones, Roles, Responsabilidades, Niveles de Autoridad y Relaciones definidos, a fin de lograr sus objetivos.

Definición: Cliente

Persona que define los requerimientos para un servicio y asume la responsabilidad de los resultados del consumo del servicio.

Definición: Usuario

Persona que utiliza servicios.

Definición: Patrocinador

Persona que autoriza el presupuesto para el consumo del Servicio



Otras partes interesadas y Valor

Un enfoque clave de la gestión de servicios , y de ITIL, es el modo en que las organizaciones **co-crean valor** con sus consumidores a través de las relaciones de servicio.

Más allá de los roles de proveedor y consumidor, existen muchas otras partes interesadas que son importantes para la creación de valor.

Parte interesada	Ejemplo de valor para la parte interesada
Consumidores de servicio	Beneficios conseguidos; costes y riesgos optimizados
Proveedor de servicio	Financiación del consumidor; desarrollo de negocio; mejora de imagen
Empleados del proveedor de servicio	Incentivos financieros y no financieros; desarrollo de Carrera y profesional; sentido del propósito
Sociedad y comunidad	Empleo, impuestos, contribución de las organizaciones al desarrollo de la comunidad.
Organizaciones de caridad	Contribuciones financieras y no financieras de otras organizaciones
Accionistas	Beneficios financieros tales como dividendos, sensación de seguridad y estabilidad

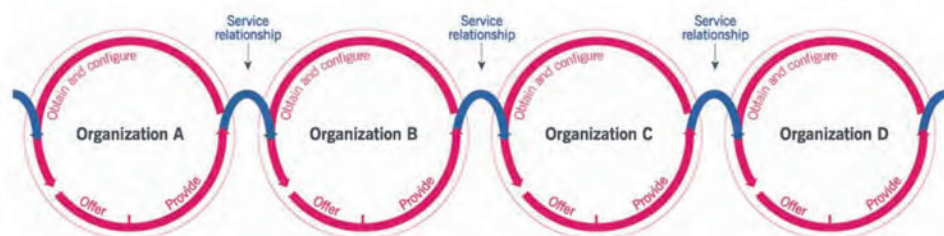
Es importante que las relaciones con todas las partes interesadas sean entendidas y gestionadas.



Relaciones de servicio

Las relaciones de servicio se establecen entre dos o más organizaciones para crear valor.

Los roles de proveedor de servicio y consumidor de servicio no son mutuamente exclusivos y las organizaciones, normalmente, proporcionan y consumen un número de servicios en un momento dado.



La co-creación de valor es fundamental

El mal ejemplo: "Proveedor de servicios" que actúa de forma aislada.

El proveedor entrega el servicio y el consumidor recibe valor, pero el consumidor no desempeña ningún rol en la creación de valor para ellos mismos.

El buen ejemplo: Colaboración activa entre proveedor y consumidor.

Cada vez se toma más consideración en las **relaciones** de servicio altamente **complejas** e **interdependientes** que existen en la realidad. **Ambas** partes buscan **activamente** establecer relaciones **mutuamente beneficiosas** e interactivas con sus consumidores, permitiéndoles ser colaboradores creativos en la cadena de valor del servicio.

Las partes interesadas a lo largo de la cadena de valor del servicio contribuyen a la definición de requerimientos, diseño de soluciones de servicio e incluso a la creación y/o aprovisionamiento del servicio.



Diferenciar salida y resultado

Es importante diferenciar salida y resultado de los servicios.

Definición: Salida

Un entregable tangible o intangible de una actividad.

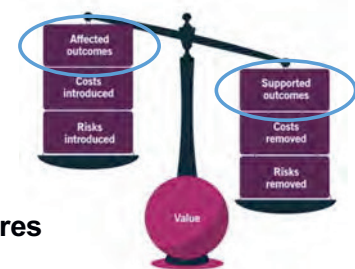
Definición: Resultado

Un resultado para una parte interesada habilitada por una o más salidas.

Los proveedores de servicio deberían **ayudar a sus consumidores a conseguir los resultados**.

Puede ser difícil para el proveedor **entender completamente los resultados** que el consumidor quiere conseguir.

*Algunos proveedores de servicio **predicen** o incluso **crean demanda** para ciertos resultados, constituyendo un grupo objetivo para sus servicios.*



Entender dos tipos de costes

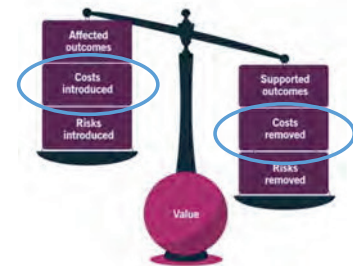
Definición: Coste

La cantidad de dinero gastada en una actividad o recurso específico.

Desde el punto de vista del consumidor de servicio existen dos tipos de coste:

Costes eliminados al consumidor por el servicio (como parte de la propuesta de valor).

Costes introducidos o impuestos al consumidor por el servicio (el coste del consumo del servicio). Algunos consumidores describe esto como lo que tienen que “invertir” para consumir el servicio.



Entender los dos tipos de riesgo

Definición: Riesgo

Un posible **evento** que puede causar un **daño** o **una pérdida** o hacer más difícil conseguir el objetivo. También puede ser definido como “**incertidumbre de un resultado**”.

Desde el punto de vista del consumidor del servicio existen dos tipos de riesgo:

Riesgos eliminados al consumidor por el servicio (como parte de la propuesta de valor).

Riesgos introducidos o impuestos al consumidor por el servicio (riesgos de consume del servicio).

Es necesario un enfoque equilibrado para reducir el riesgo a través de la relación de servicio.

