



**GBS:** Organice y Controle su Negocio  
*Plan Estratégico Anual 2009-2010*  
Versión 1.0 junio de 2009

---

# **ESTRATEGIA COMPETITIVA GBS LTDA 2009-2010**



**GBS:** Organice y Controle su Negocio  
*Plan Estratégico Anual 2009-2010*  
Versión 1.0 junio de 2009

---

## **CONSIDERACIONES GENERALES**

Este documento contiene la **Estrategia Competitiva de GBS** para el periodo 2009-2010. Esta estrategia parte del establecimiento de una Misión y Visión (En donde quiere estar GBS), las cuales han sido redactadas nuevamente con base en la dinámica generada al interior de la empresa y de la identificación de las oportunidades de mercado realizadas durante este último año. (2008-2009).

Este es un documento dinámico, que se debe revisar permanentemente con base en los cambios que como organización, **GBS** está en la obligación de identificar y entender.

Los componentes de este documento son:

1. Estrategia Competitiva
2. Plan de Desarrollo Tecnológico
3. Sistema de Innovación
4. Plan de Ventas
5. Evaluación Financiera

Por ser la primera vez que la empresa establece formalmente su estrategia competitiva, la estructura de este documento va a estar permanentemente en revisión. A partir de este mismo proceso y a la asimilación de una cultura basada en el análisis competitivo permanente, **GBS** debe estar en capacidad de generar su propia metodología, basada en el conocimiento que tiene del mercado y del estudio de los diversos modelos conceptuales que existen con relación al tema; lo cual obliga a la organización a estudiarlos y revisarlos para poder sintetizar su propia herramienta de gestión estratégica.

La responsabilidad del desarrollo de la **Estrategia Competitiva de GBS**, es de todos los funcionarios y por esto, todos los integrantes de **GBS** deben conocer, comprender y llevar a cabo los lineamientos que se han establecido en este documento, como punto de partida para enfrentar los entornos competitivos donde la empresa opera.

De esta manera se ha iniciado una nueva etapa, en la forma en que **GBS** enfrenta el medio ambiente donde actúa. Estamos seguros que con este esfuerzo, la empresa podrá establecer la ruta de crecimiento, productividad, competitividad y rentabilidad que siempre ha anhelado.

Junio de 2009



## **1. ESTRATEGIA COMPETITIVA:**

La estrategia competitiva enunciada en este documento, es el resultado de diversas fuentes, entre las cuales están:

- A. Experiencia de la empresa durante estos últimos 20 años.
- B. Visión acerca de los productos y servicios que GBS ofrece a sus clientes.
- C. Identificación de los nichos de mercado de la base de la pirámide de las PYMES, donde GBS considera hay una oportunidad única de mercado.
- D. Elementos y herramientas conceptuales asimiladas en las diversas capacitaciones recibidas por la empresa.
- E. Experiencia y calidad del equipo humano que hace parte de la organización.

Con base en los anteriores puntos, la empresa ha definido en donde quiere estar, lo cual se ha resumido en la Misión y Visión empresarial de **GBS**:

**MISION:** Ofrecer Sistemas de Información Empresarial para la gestión y control de negocios que se caractericen por ser intuitivos, escalables, flexibles y que contribuyan a generar una cultura de competitividad y productividad en las empresas que adquieran nuestras soluciones, basado en los procesos de acompañamiento y transferencia de valores agregados que proporcionamos a nuestros clientes, lo cual se constituye en elemento fundamental de diferenciación con respecto a nuestra competencia; garantizando de esta forma el crecimiento y la sostenibilidad de la organización, sus empleados, accionistas y asociados de negocios, mediante:

- 1. El diseño y ofrecimiento de soluciones de negocios de clase mundial y bajo costo.
- 2. El respaldo de los líderes globales de la industria informática.
- 3. El desarrollo y uso de canales innovadores de distribución.
- 4. El uso de las TICS para el cumplimiento de las metas de servicio.

**VISION:** Ser el proveedor líder para el año 2013 de soluciones integrales en Sistemas de Información Administrativos para el mercado nacional de fami-empresas, microempresas y pequeñas empresas, y liderar el proceso de exportaciones de las mismas a la región andina.



## **OBJETIVOS**

Entre nuestros objetivos básicos se encuentran:

1. Ofrecer una plataforma completa de servicios de información administrativa para el control del negocio, basada en el Sistema GBS y con capacidad de intercambio desde ambiente web para el 2011.
2. Lograr una participación a nivel nacional en el segmento de la base de la pirámide de las PYMES mayor al 7% antes del 2012.
3. Lograr un crecimiento anual en ventas de un mínimo del 20% anual en pesos constantes para los próximos 5 años.
4. Conformar una plataforma comercial y de soporte postventa a nuestros clientes, totalmente basada en web 2.0 para el año 2011.
5. Garantizar una rentabilidad mínima del 25% en el periodo 2009-20013

## **ANALISIS DE MEGATENDENCIAS**

Desde el punto de vista empresarial y de negocios, existen dos megatendencias que han moldeado una nueva forma de hacer los negocios en el mundo. La primera de ellas es la **globalización económica**, la cual se consolida a partir del colapso de la ex Unión Soviética y la finalización de la guerra fría. Paralelamente a este hecho, el final de los monopolios en la industria de las telecomunicaciones que se da en los países industrializados a comienzos de la década de los ochenta del siglo pasado, se va a convertir en catalizador para el desarrollo en la década de los noventa de la infraestructura global de redes, más comúnmente conocida como internet.

Con la llegada del computador personal al mundo empresarial y corporativo, de la mano de IBM en 1982, se comienza a gestar una verdadera revolución tecnológica que finalmente se consolidaría en la década de los noventa con la convergencia de los computadores y las redes de datos conectadas globalmente a través de internet.

Era claro que a finales de los ochenta, el acceso del computador al ambiente de trabajo empresarial, no había logrado mejoras significativas en la productividad; solamente hasta el momento en que se pudieron conectar los computadores de forma remota y a bajos costos de conexión, empezó a consolidarse una revolución tecnológica que ha generado en los últimos 20 años nuevos paradigmas en la forma como las empresas hacen negocios, gracias a una infraestructura tecnológica que elimino o cambio conceptos relacionados con el tiempo, la distancia, los costos y por tanto la productividad y



competitividad. Los negocios globales no eran ya un privilegio de las grandes multinacionales. Los mercados se interconectaron y aunque con una mayor competencia en los mercados, surgieron nuevas oportunidades, muchas de ellas no imaginadas antes a empresas de todo tipo y de cualquier lugar del planeta.

Pero los efectos de esta revolución tecnológica (**La revolución digital**), trascendió el ámbito netamente empresarial y empezó a afectar a la sociedad en su conjunto, generando nuevas formas en la manera que las personas interactuaban, se comunicaban, trabajan y se entretenían.

De aquí surge la tercera megatendencia más importante y que se conoce como la **convergencia**<sup>1</sup> de todo tipo de actividades humanas, empresariales, culturales en las plataformas digitales de intercambio de información (red internet).

Esta tendencia ha generado nuevos conceptos como el cloud computing o el desarrollo de todo tipo de aplicaciones basadas en internet, que hace que el software de aplicaciones se distribuya desde la misma red, generando así economías de escala y costos exponencialmente más económicos por la utilización del software ante la alternativa de adquirirlo.

Teniendo centralizado el software de aplicaciones, se puede acceder a este desde cualquier lugar, ya sea a través de un computador de escritorio, un portátil, un dispositivo móvil o cualquier otro aparato que tenga acceso a la red.

Este esquema genera enorme posibilidades para las organizaciones, potencializa la capacidad de flexibilidad organizacional al romper con esquemas rígidos basados en el uso de instalaciones y presencias físicas, permitiendo tener organizaciones más planas, basadas en conceptos de colaboración intra y extra empresa.

Pero para poder sacar el máximo provecho de estas oportunidades, se requiere tener una plataforma básica de administración de la información, que tenga organizada la información como requisito para entender y poder controlar el negocio, por que igualmente desde la perspectiva del consumidor el panorama es totalmente distinto al que muchas empresas han estado acostumbradas y que incluso hoy en día, siguen entendiendo el mercado como hace 20 o 30 años.

El hecho es que en este nuevo siglo, estas megatendencias han originado cambios dramáticos en todos los mercados. Se ha pasado de mercados basados en el poder de la industria a mercados, en donde el consumidor al tener acceso a múltiples y nuevas fuentes de información, ha venido ganado poder.

---

<sup>1</sup> La revolución digital ha generado múltiples posibilidades de convergencia ya que el elemento común es la digitalización de la información. Un buen ejemplo es el computador en el hogar, en él han convergido medios que antes llegaban por medios diferentes, pero que hoy en día están en una plataforma común (internet).



**GBS:** Organice y Controle su Negocio  
*Plan Estratégico Anual 2009-2010*  
Versión 1.0 junio de 2009

---

Una mayor competencia a escala global y la facilidad de acceder a productos y servicios similares, sin importar donde este el consumidor ubicado, lo han vuelto más exigente, mejor informado, lo que ha originado a su vez mercados más complejos y difíciles de atender si no se cuenta con una infraestructura que permita acceder a las redes digitales de intercambio de información, ya que es el lugar en donde las empresas y las personas están interactuando y tomando decisiones de todo tipo, incluyendo las decisiones de compra.

Se está generando una simbiosis entre el mundo en línea y el real. Las necesidades de los usuarios, clientes, empresas y en general los seres humanos, están siendo moldeadas por nuevos conceptos y paradigmas que no aguantan aproximaciones con esquemas anticuados, obsoletos y rígidos.

Los consumidores en línea o reales, son simplemente categorías o definiciones creadas artificialmente, ya que el consumidor es uno solo, el cual interactúa cada vez más en línea, pero vive en un mundo real.

Estas tres megatendencias han afectado variables como:

**Tiempo:** Se paso de una sociedad de horarios a una que trabaja en tiempo real 24/365

**Distancia:** La distancia geográfica dejo de ser una barrera para muchas actividades.

**Espera:** La inmediatez es la nueva exigencia de los consumidores actuales.

Igualmente, a nivel empresarial el panorama se puede visualizar de la siguiente manera:

1. Para interactuar se requiere tener una plataforma necesaria que aquí llamaremos plataforma tecnológica, la cual está conformada por hardware, software y comunicaciones.
2. En un mundo globalizado, que trabaja en tiempo real, en donde la inmediatez domina (efecto google<sup>2</sup>), se requiere contar con estructuras organizativas altamente flexibles, dinámicas que estén capacidad de responder a nuevos esquemas y segmentos del mercado. Formas tradicionales de segmentar el mercado como edad, capacidad de compra o lugar de vivienda, están abriendo paso a otras más complejas como expectativas, ansiedades, logros e incluso temores de los consumidores.

Desde esta perspectiva, **GBS** tiene claro que la revolución digital, la globalización económica y la convergencia social, hace que las empresas que quieran competir, crecer y sobrevivir en estos entornos altamente competitivos y cada vez más complejos, tengan que implementar Sistemas de Información para la gestión empresarial, que se convierte así en la infraestructura mínima requerida para poder competir.

---

<sup>2</sup> Se conoce como efecto Google la inmediatez en la respuesta. Este buscador ha ayudado a crear la necesidad de la información inmediata, lo que ha moldeado toda una serie de servicios y productos que satisfacen la necesidad del consumidor por la inmediatez.



Si tomamos como consideración general que en nuestro país el 90% de las empresas son pymes y dentro de este conjunto las que nos interesan son las fami-empresas, microempresas y pequeñas; y que estas tienen un bajo nivel de incorporación de sistemas de información, **GBS** tiene la solución de entrada que comienza con el sistema de información administrativo.

Las oportunidades de crecimiento son exponenciales, en la medida que **GBS** sea capaz de colocar su producto en el nivel básico en la plataforma tecnológica (**operación y control**<sup>3</sup>) de estas empresas y a su vez pueda ir dando solución a las necesidades de información en los niveles superiores como el de convergencia y el estratégico.

Así mismo, una Plataforma Integrada de Servicios de Información (**PISI**) que pueda manejar estos niveles, puede soportar estructuras organizativas flexibles, adaptables con capacidad de respuesta en tiempo real. El **Sistema GBS**<sup>4</sup> actual, debe evolucionar en un tiempo no mayor a 5 años a una **PISI**, si quiere ofrecer convergencia para que los clientes de **GBS** puedan conectar su sistema de información con proveedores, clientes, aliados, socios de negocios, el gobierno y adicionalmente puedan utilizar la información para generar una base de conocimiento para la toma de decisiones estratégicas.

Esta plataforma, es como construir un edificio, requiere de unos cimientos y el reto para **GBS** es ofrecer lo que ya tiene y ayudar a desarrollar a sus clientes los pisos superiores de esta infraestructura, sin la cual es imposible operar en el mundo de hoy en día.

Este reto, igualmente la obliga a adoptar formas y mecanismos novedosos para llevar a estas empresas las soluciones que requieren. Nuevos canales de distribución que permitan minimizar el ruido generado por múltiples fuentes de información, múltiples opciones, múltiples oferentes, exige a **GBS** ser creativo en la forma como lleva su mensaje a potenciales clientes.

## **ANÁLISIS DE PORTER (Modelo 5 Fuerzas)**

1. **Riesgo de Entrada Nuevos Competidores:** El mercado de software contable y administrativo es una industria madura en Colombia, las empresas líderes ofrecen soluciones completas que se han venido desarrollando, algunas de ellas por casi 30 años. Su proceso de evolución se inició con el software contable y en la medida que las empresas fueron requiriendo otras necesidades se desarrollaron los módulos de gestión comercial, tesorería, recursos humanos, producción, etc.

---

<sup>3</sup> Los niveles son OPERATIVO, información para control. CONVERGENCIA, información para interconectividad y ESTRATEGICO, conocimiento, sistemas expertos, inteligencia artificial

<sup>4</sup> El Sistema GBS está conformado por los siguientes módulos: Contable, Gestión Comercial, POS, Nómina, Tesorería Ordenes y Pedidos, Presupuesto Oficial, Medios Magnéticos.



Desde esta perspectiva el ingreso de un nuevo competidor requiere una alta inversión para desarrollar una plataforma completa. Este es un proceso complejo que requiere un fuerte componente de programación. La calidad de los paquetes actualmente en el mercado, es el resultado de mejoras que las empresas han realizado a través de los años. Teniendo en cuenta lo anterior, un competidor que quisiera ingresar al mercado, debe contemplar la opción de adquirir una empresa que ya tenga desarrollada la plataforma y en este caso esta adquisición se debería hacer, pensando en integrar soluciones de valor agregado sobre la plataforma ya existente, lo que justificaría el ingreso al mercado, pero igualmente se requeriría de una alta inversión en programación para desarrollar las soluciones adicionales.

En el segmento de mercado que le interesa a **GBS**, (Empresas de la base de la pirámide PYMES), compuesto por fami-empresas, microempresas y pequeñas empresas, el nivel de uso de software es muy bajo, ya que es común que aquellas empresas de este tipo, que tienen algún nivel de formalización y organización tengan contratado la función contable con un contador externo quien maneja la contabilidad con el fin de dar cumplimiento a la obligación tributaria. Bajo esta circunstancia, el contador podría considerarse como un competidor, que con solo su conocimiento y un software contable básico es una opción para que el empresario no tenga que realizar una inversión en el software contable.

Sin embargo este esquema, realmente no ofrece un valor agregado al pequeño empresario y la percepción general es que este servicio es una necesidad para dar cumplimiento a las obligaciones mensuales como declaraciones de retención, bimensuales de IVA y anuales de Estado de Resultados para la presentación de la declaración de renta y la presentación de documentación para créditos ante entidades financieras. Por esta razón el contador puede verse como una barrera, ante la alternativa que pueda tener el empresario al momento de decidir la adquisición de un Sistema de Información Administrativo.

2. **Capacidad de Negociación de los Proveedores:** Si consideramos el desarrollo del software como un sistema que requiere como insumo conocimiento (programación, conocimiento contable, legal), la capacidad de negociación de los proveedores es baja, debido en esencia que la oferta de este tipo de profesionales es alta. Incluso el mismo desarrollo y evolución de internet está permitiendo que códigos de programación que realizan funciones específicas se conviertan en genéricos, ya que están disponibles para su descarga en internet, con lo cual una empresa de programación de software no requiere realizar diseño y programación desde cero, ya que existe una base disponible de bajo costo para empezar a trabajar.

Esto resulta interesante, al momento de pensar en ofrecer nuevos servicios que se puedan integrar a la plataforma que ofrece la empresa. Esta es una oportunidad realmente interesante para poder desarrollar a bajo costo nuevas soluciones que





puedan equipararse en cuanto a funcionalidad y calidad al software de mayor costo disponible en el mercado.

- 3. Intensidad de la Rivalidad Dentro del Sector:** Como ya se mencionó, esta es una industria en la etapa de madurez, con base en cálculos conservadores, la oferta de soluciones de software contable puede estar alrededor de 200 soluciones, entre las cuales se encuentran paquetes desarrollados por ingenieros, muchos de ellos en plataformas obsoletas como DOS<sup>5</sup>, soluciones genéricas, soluciones más robustas en ambiente operativo Windows con motores de base de datos desde los más sencillos como Access, hasta las más robustas como Oracle<sup>6</sup>.

Esto hace que la oferta de soluciones sea muy amplia, con lo cual la rivalidad es manejada con base a precio, descuentos y promociones. Es común el ofrecimiento de módulos adicionales, horas adicionales de capacitación, etc.

Igualmente, la rivalidad se centra en demostrar el mayor número de clientes, las mejores características técnicas de las soluciones, experiencia, lo cual muchas veces tiene peso al momento de la decisión de compra, especialmente en las empresas medianas y grandes.

La situación del mercado podría entenderse de la siguiente forma:

Empresas Grandes: Soluciones de alta inversión ofrecidas por empresas multinacionales como por ejemplo SAP, JD Edwards, etc

Empresas medianas: Soluciones ofrecidas por empresas como SIIGO,

Empresas Pequeñas: Amplia oferta de soluciones por empresas de Bogotá, Cali, Medellín y Bucaramanga para los mercados locales de empresas pequeñas, micro empresas.

- 4. Capacidad de Negociación de los clientes:** La capacidad de negociación de los clientes es alta, ya que la oferta de productos con diversas características como calidad, precio, experiencia es amplia, adicionalmente los clientes que ya tienen soluciones de software contable implementado, son muy cerrados a realizar cambios de plataforma a menos que hayan valores agregados muy claros y el precio sea atractivo.

Por esta razón, muchas veces se afecta la rentabilidad al tener que otorgar, descuentos, promociones y valores agregados no previstos para poder realizar los negocios.

---

<sup>5</sup> Sistema Operativo original de los computadores personales, sobre el cual se desarrollaron multiplicidad de soluciones, entre ellas sistemas contables.

<sup>6</sup> Base de datos, considerada una de las más robustas del mercado, utilizada para manejo de



5. **Amenaza de Productos Substitutos:** Como tal no puede hablarse que exista un producto sustituto al software contable, incluso el hecho que la plataforma **GBS** este diseñada para operar en ambiente Windows, podría inferirse que un desarrollo en plataforma linux podría ser un sustituto, pero al menos en el mercado local no existe una oferta importante de soluciones en este sistema operativo.

Sin embargo y con base en las megatendencias, una de ellas la del cloud computing o web 2.0, de ese ambiente van a venir soluciones substitutas al software que opera en los computadores.

A nivel de servicio, el papel de los contadores en la microempresa, podría considerarse como un sustituto, aunque la acción de los contadores no está encaminada a competir con las empresas de desarrollo de software, pero este rol, en este segmento, es un hecho que entorpece la captura de nuevos clientes.

Al efectuar un resumen del escenario planteado por estas 5 fuerzas, las acciones o respuestas que **GBS** debe tener presente o de forma más concreta que debería hacer, se ilustran en la siguiente tabla:

<b>Fuerzas Externas</b>	<b>Barrera</b>	<b>Posición GBS</b>
Nuevos Competidores	Alta	Buscar recursos para poder seguir desarrollando la plataforma GBS y poder convertirla en una PISI (Plataforma Integrada de Servicios de Información).
Negociación Proveedores	Baja	Abundante oferta de ingenieros de programación, código abierto disponible para implementar servicios basados en web 2.0
Rivalidad del Sector	Alta	Buscar diferenciación con productos dirigidos a los nichos de fami-empresas, microempresas y pequeñas. Con altos valores agregados basados en conocimiento.
Negociación Clientes	Alta	Valores agregados importantes que minimicen el efecto precio y el efecto contador.
Productos Substitutos	Baja	Seguimiento al tema web 2.0 (cloud computing) y generar acciones para tener la PISI bajo el anterior esquema.

Con base en las anteriores fuerzas y buscando generar una ventaja competitiva, **GBS** debe realizar las siguientes acciones:

1. **Inversión de Capital:** Para que la plataforma GBS sea competitiva hay que seguir invirtiendo en su desarrollo.
2. **Diferenciación de Producto:** Para cada nicho de la base de la pirámide PYME hay que tener un producto diferenciado (Tamaño y Actividad).



**GBS:** Organice y Controle su Negocio  
*Plan Estratégico Anual 2009-2010*  
Versión 1.0 junio de 2009

---

3. Canales de distribución: Buscar alianzas con universidades, centros de capacitación para ofrecer soluciones de conocimiento que incluyen el Sistema de Información.
4. Políticas Gubernamentales: Aprovechar los programas y demás esquemas de apoyo al sector empresarial, específicamente el dirigido a las pymes.

### **ESTRATEGIA GLOBAL GBS**

Teniendo en cuenta el análisis externo de Porter, el ciclo de vida del mercado y las acciones necesarias para poder establecer una ventaja competitiva, la estrategia Global de **GBS**, es buscar un liderazgo en el mercado por diferenciación, segmentando el mercado en nichos definidos por tamaño de empresa y actividad, lo cual generaría la siguiente posición de GBS como empresa ante la estrategia

### **Estrategia Global Vs Competencias de la Empresa**

Al plantear una estrategia por diferenciación, la situación actual de **GBS** es la siguiente

<b>Competencias</b>	<b>Estrategia por Diferenciación</b>
Calidad	Calidad uniforme para los diferentes nichos con precios y valores agregados diferenciados.
Servicio al Cliente	Romper el esquema de horario oficina y ampliar la capacidad de respuesta para los clientes hacia un horario 24/365.
Innovación	Se han diseñado productos con componentes de innovación, se encuentran en desarrollo hay que ponerlos en producción.  Agregar nuevos servicios en la Plataforma GBS, especialmente aquellos basados en la web.  Fortalecer el empaquetamiento de soluciones que incluyen componente de conocimiento para el cliente.
Eficiencia Procesos	Formalizar el esquema de trabajo para los múltiples canales de distribución a utilizar.  Implementar nuestra propia plataforma PISI (Interna de GBS)



## ANALISIS DEBILIDADES OPORTUNIDADES FORTALEZAS Y AMENAZAS

	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
MEDIO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Constante crecimiento del mercado de software empresarial.</li> <li>2. Incentivos gubernamentales para programas de apoyo empresarial en temas de productividad y competitividad.</li> <li>3. Amplios segmentos del mercado de la base de la pirámide PYME no ha implementado sistemas de información administrativos.</li> <li>4. No hay mayores innovaciones en la oferta de software administrativo, la mayoría de soluciones se enfoca en la gestión de operaciones.</li> <li>5. La creciente penetración de internet abre nuevas posibilidades para servicios de valor agregado a las empresas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baja capacidad de inversión de los segmentos de la base de la pirámide PYME.</li> <li>2. Comportamiento empírico característica general del empresario de la base de la pirámide PYME.</li> <li>3. Recesión económica cancela o demora inversiones en tecnología</li> <li>4. Mercado disperso, con poco tiempo para atender problemas estructurales, solo se soluciona el día a día.</li> <li>5. Cúpula directiva de las empresas de la base de la pirámide es analfabeta informática.</li> <li>6. Los contadores se pueden convertir en una barrera para que el empresario renueve o adquiera Sistemas Administrativos.</li> </ol>
	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
EMPRESA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistema de Información Administrativo completo conformado por contabilidad, gestión comercial, cotizaciones y pedidos nómina, tesorería presupuesto oficial y medios magnéticos.</li> <li>2. Equipo humano comprometido, con experiencia y deseos de sacar adelante la empresa.</li> <li>3. Base instalada de clientes.</li> <li>4. Reconocimiento a nivel local y regional de la marca GBS.</li> <li>5. Desarrollo de nuevos productos con altos valores agregados basados en conocimiento.</li> <li>6. Estructura formal de soporte posventa.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de Capital de Trabajo para poder enfrentar los nichos de mercado identificados como prioritarios para el crecimiento de la empresa.</li> <li>2. Procedimientos de Control de las operaciones comerciales muy débiles.</li> <li>3. Falta de canales de distribución y necesidad de formalizar las opciones actuales.</li> <li>4. Plataforma tecnológica desactualizada que hace que los procesos administrativos, comerciales y de servicio posventa sean muy costosos de operar.</li> <li>5. Falta de Programa de capacitación para la fuerza de ventas.</li> </ol>



### MATRIZ DE ANALISIS ESTRATEGICO

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Oportunidades	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Campaña de divulgación de la plataforma contable GBS, haciendo énfasis en que es una solución total para el control del negocio.</li><li>2. Fortalecimiento de un esquema de ventas cruzado con los clientes actuales.</li><li>3. Campañas de Lanzamiento por ciudad de nuevos productos a través de los nuevos esquemas de comercialización para atacar las empresas pequeñas, micro y fami-empresas.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Búsqueda de recursos para desarrollo de nuevos nichos de mercado, ya sea mediante créditos, capitalizaciones y/o socios, etc.</li><li>2. Desarrollo de programas de aseguramiento de la calidad.</li><li>3. Actualización Plataforma Tecnológica de la empresa</li></ol>
Amenazas	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Implementación y formalización de los nuevos esquemas de comercialización.</li><li>2. Precios diferenciales por nicho de mercado.</li><li>3. Estrategia comercial basada en utilización intensiva de las TICs.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Programa de Desarrollo para obtener una Plataforma PISI basada en la web.</li><li>2. Programa Integrado de capacitación comercial y gerencial.</li><li>3. Reducción de costos de soporte posventa</li></ol>



**GBS:** Organice y Controle su Negocio  
*Plan Estratégico Anual 2009-2010*  
Versión 1.0 junio de 2009

---

# **PLAN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO GBS 2009-2010**



**GBS:** Organice y Controle su Negocio  
*Plan Estratégico Anual 2009-2010*  
Versión 1.0 junio de 2009

---

## **CONSIDERACIONES GENERALES**

Con base en el trabajo realizado a partir de la formulación de la estrategia competitiva de la empresa, desarrollado por primera vez durante el primer semestre del año 2009, **GBS** tiene claro que su acción estratégica debe consolidar el trabajo realizado durante 20 años, de tal forma que la empresa pueda generar el crecimiento y rentabilidad que se espera de ella.

Para lograr esto, es importante establecer los diferentes proyectos que la empresa debe formular y empezar a ejecutar para poder cumplir los lineamientos generales establecidos en su estrategia competitiva.

Tenemos claro que los componentes tecnológicos que soportan nuestros productos, servicios, procesos, información y gestión deben converger para poder soportar nuestra estrategia competitiva.

Es claro para **GBS** la necesidad de articular las diferentes tecnologías que actualmente está utilizando y el esfuerzo a realizar debe llevarla a poder generar una plataforma tecnológica en donde todas estas tecnologías puedan converger sobre la base de:

1. Digitalización
2. Conocimiento

De tal forma que la empresa pueda generar la flexibilidad para responder a un mercado cambiante, en donde la inmediatez y la capacidad de competitividad son fundamentales para poder mantenerse.

Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, nuestra cartera de proyectos se distribuye en proyectos de:

- Investigación Aplicada
- Desarrollo Tecnológico
- Innovación
- Inversión



**GBS:** Organice y Controle su Negocio  
*Plan Estratégico Anual 2009-2010*  
 Versión 1.0 junio de 2009

## CARTERA DE PROYECTOS

ESTADO	Investigación Aplicada	Desarrollo Tecnológico	Innovación	Inversión
Idea	Estudio Perfil Gerencial Famiempresarios, Microempresarios y Pequeños Empresarios (Estudio por Regiones).  Estudio Indicadores para definir estados de la Ruta del Desarrollo Empresarial	Plataforma Tecnológica para Gestión Preventa, Venta y Posventa		Capacitación Virtual Tutoría Cursos Virtuales para todo el personal de GBS.  Capacitación Temas de Emprendimiento y Consultoría Empresarial todo el personal GBS.
Formulación			Paquete Mi Primera Contabilidad.  Paquete PYMES 2.0	
Presentación y Evaluación				
Gestión de Recursos				
Inicio				
Desarrollo a toda Marcha				
Finalización				
Cierre del Proyecto				
Finalizado				
Aplazado				
Cancelado				