

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga

Universidad Santo Tomás

Informe Final de Práctica Profesional IBM de Colombia

Diana Marisol Pérez Inis

Informe de práctica como requisito para optar por el título de profesional en Negocios
Internacionales

Director:

Henry Calderón Sánchez

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2015

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por darme la oportunidad de terminar satisfactoriamente mis estudios universitarios; a la persona que más admiro, mi madre, ella ha sido el pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, apoyo y consejos durante estos años de carrera, la oportunidad, recursos para lograrlo y amor incondicional. A ellos soy lo que soy.

Agradecimientos

Mi principal agradecimiento a Dios, que moldeó en mí una mujer de bien, por darme sabiduría y salud. Agradezco a El también por proveer estabilidad económica en mi familia para poder continuar con mis estudios año tras año; por darme la oportunidad de llevar a cabo mi carrera y práctica empresarial de la mejor manera.

A mi Madre, quien me enseñó a ser una persona llena de valores y virtudes, a tener siempre la mejor actitud ante cada situación y realizar cada actividad con amor para poder alcanzar todas mis metas; por motivarme y ayudarme tanto profesional como económicamente. A mi Familia, formada por tíos y primas agradezco su apoyo y consejos que me ayudaron a tomar las mejores decisiones, madurar y ser mejor persona.

A los profesores, agradezco cada uno de los años en que compartieron conmigo su conocimiento, por la paciencia para enseñar y la ayuda que recibí de cada uno de ellos. A mis compañeros y amigos por sus enseñanzas, lecciones de vida, por los buenos recuerdos, así como la ayuda recibida en momentos de dificultad.

Contenido

Introducción.....	13-14
1. Informe de práctica empresarial IBM de Colombia.....	15
1.1 Justificación	15
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo general.....	16
1.2.2 Objetivos específicos.....	16
2. Perfil de la empresa.....	17
2.1 Razón social.....	17
2.1.1 Nit.....	17
2.1.2 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato.....	17
2.1.3 Objeto social de la empresa.....	17-19
2.1.4 Misión de la empresa.....	19
2.1.5 Visión de la empresa.....	19
2.1.6 Estructura organizacional.....	20
2.1.7 Aspectos económicos y mercado que atiende.....	20-22

2.2 Portafolio de productos y servicios.....	22
2.2.1 hardware.....	22-23
2.2.2 Software.....	23-24
2.2.3 Global technology services.....	24
2.2.4 Global business services.....	24
3. Cargo y funciones desempeñadas.....	25
3.1 Cargo.....	25
3.2 Funciones.....	25
3.2.1 Ser soporte del Equipo de Canales de Software Latino América.....	25
3.2.2 Actualizar las Oportunidades de Negocios IBM Software de Colombia a través de canales y mayoristas.....	25
3.2.3 Actualizar las Oportunidades de Negocios IBM Software de Colombia a través de canales y mayoristas. Dar seguimiento de Estatus de Negocio y Win Plan.....	25-26
3.2.4 Organizar reuniones con mayoristas y canales, para el desarrollo de nuevas actividades y estrategias de venta y comercialización.....	26
3.2.5 Revisión y cargue del file semanal del panorama de Negocios (ForeCast). Creación de Clientes y nuevas Oportunidades de Negocio en la plataforma.....	26-27

3.2.6 Expedir certificados a Asociados de Negocio de IBM SWG.....	27
4. Marco referencial.....	28
4.1 Marco conceptual.....	28
4.1.1 Que es el comercio internacional?.....	28
4.1.2 Que es el libre comercio?.....	28
4.1.3 Que es el mayorista?.....	28-29
4.1.4 Que es un canal de distribución?.....	29
4.1.5 Que es distribución?	29-30
4.1.6 Que es logística?.....	30
4.1.7 Que es logística internacional?.....	30
4.2 Marco legal.....	31
4.2.1 Normatividad del comercio.....	31
4.2.2 Ley 7 de 1991.....	31
4.2.3 Nuevo estatuto aduanero colombiano.....	31
4.2.4 arancel de aduanas.....	31-32
4.2.5 Régimen cambiario.....	32-33

4.2.6 Régimen tributario.....	33-34
5. Aportes del estudiante y de la empresa.....	35
5.1 Aporte del estudiante.....	35-36
5.2 Aporte de la empresa.....	36
6. Conclusiones.....	37
7. Recomendaciones.....	38-40
Bibliografía.....	41

Glosario

IBM: International Business Machine.

IBMistas: Es llamado a cada uno de los empleados que hacen parte de IBM.

SSA: Spanish South America, hace referencia a todos los países latino americanos.

Software: Es el conjunto de los programas de cómputo, procedimientos, reglas, documentación y datos asociados, que forman parte de las operaciones de un sistema de computación.

SWG: Software Channels Group.

Brand: Son las marcas de software, conformadas por productos de similares funciones y características.

Business Unit: Se traduce como unidad de negocio, a un conjunto determinado de brands.

Reinstatement: Corresponde al servicio de reinstalación de licenciamiento de software IBM.

Lab Services: El laboratorio de servicios, es la unidad encargada de los prestar los servicios postventa del producto, como soporte técnico o arquitectura de software.

Partner: Es llamado partner (socio) a todos los canales de venta y distribución que hacen parte de SWG.

Asociado de negocio: Hace referencia a los tres mayoristas de Software, estos son: Nexsys de Colombia, Aktio Colombia y Avnet Colombia.

Forecast: Reunión donde se revisa y se hace seguimiento a cada negocio, tanto con mayoristas, canales y equipo IBM.

Transacciones: Otra forma de hacer referencia a una oportunidad de negocio.

Calls: Método de llamada para hacer reuniones, conferencias y capacitaciones con personas que están en otros países, también para tener actualizaciones rápidas de negocios con canales o con el cliente.

Special Bid: Se da este término al descuento que se otorga a un negocio, siempre y cuando sea requerido por el cliente.

Team: Es todo el equipo o subgrupos de trabajo de la unidad de software IBM.

Half: En español “mitad”, hace referencia al semestre, cada semestre se debe hacer la cuota o la meta propuesta para el país.

Resumen

En el siguiente trabajo se encontrará el objetivo general de la práctica que es la función que se realizó en todas las actividades dentro de la empresa IBM de Colombia, así mismo estas actividades abarcaron el soporte de las operaciones y negociación de todas las transacciones en la venta de software IBM.

Por otro lado se va a explicar el cargo que tomó el practicante, sus funciones y actividades a seguir en este caso sirviendo como soporte de venta de software para y desde los partners o asociado de negocio mayoristas y canales de venta, hasta el cliente final; siendo parte de esos procesos, los cuales permite que el practicante tenga un alto grado de aprendizaje y de esta manera pueda cumplir con el requisito de su práctica y labor dentro de la empresa.

Así mismo se explicará los aspectos más generales de la empresa dando a conocer su actividad y razón social, siendo una de las empresas más grandes del mundo en desarrollo y venta de tecnología; permitiendo el óptimo desempeño de la práctica dado que el trabajo a realizar es estrechamente relacionado con negocios internacionales, ya que la región de trabajo es toda américa latina; también se dará a conocer portafolio de productos y servicios por el cual, el estudiante tomo como base para ir desarrollando sus funciones dentro de la compañía.

Por último se encontraran los aportes que el estudiante dió a la empresa, gracias a su lugar como operaciones y participe de todos los procesos que involucra hacer el negocio, es decir, desde identificar un posible negocio hasta declarar el negocio como ganado y cerrado. Estando como practicante abrió un espacio laboral tanto para el como para la empresa, también el aporte de la empresa al practicante pues queda claro que no hay mejor forma que llevar los conocimientos y aplicarlos dentro de un campo laboral,

estos aportes están basados en unos estándares de calidad y su misión como empresa, finalmente es abrir una oportunidad laboral al estudiante en tan destacada multinacional.

Introducción

El presente trabajo hace referencia al desempeño de la práctica como requisito de grado, por tanto se muestra el objetivo general de la practica con el fin de validar los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje, así mismo fortaleciendo la relación entre la universidad, el estudiante y la empresa IBM quien realizó un convenio con la universidad Santo Tomas Bucaramanga, también se reflejaran las funciones y tareas asignadas al estudiante y tanto los aportes del estudiante como mejoras en la compañía en mención.

La facultad de negocios internacionales cuenta con un programa acreditado que ofrece al estudiante calidad y buenas oportunidades de proyectarse a futuro gracias al pensum académico que tiene varios campos de acción , por tanto quiere mostrar ese objetivo reflejado en el desempeño del estudiante para proyectar la imagen de la universidad en el entorno laboral, en este caso en la empresa en donde el estudiante tiene nuevas oportunidades, y se realiza un tipo de convenio fortaleciendo la relación de las dos partes. Teniendo en cuenta que esta es una opción de grado y, como valor agregado puede que el estudiante logre vincularse en la empresa, se considera que es la única opción que tiene para demostrar sus conocimientos.

Así mismo la empresa logra aportar al estudiante enseñanzas afines a la compañía pues aparte de aplicar los conocimientos por parte del estudiante también se aprende de la misma, en este caso el estudiante encuentra mejoras para el funcionamiento de operaciones aéreas que permiten el desarrollo oportuno de las mismas y que por consideración de la empresa logra abrir una oportunidad de trabajo al estudiante gracias a su desempeño y aportes válidos. Finalmente queda claro que este compromiso es por parte del estudiante tanto para la empresa como para la universidad

ya que en la empresa dejará reflejado su desempeño, y por otro lado en la universidad deberá cumplir con el requisito de presentar el trabajo escrito y sustentar su práctica durante los seis meses de trabajo, con este proceso permitirá su grado.

1. Informe de práctica empresarial IBM de Colombia

1.1. Justificación

La práctica empresarial más que un requisito de grado, refleja el aprendizaje integral del estudiante y su desempeño laboral, por tanto, el estudiante aplica los conocimientos adquiridos durante su carrera en contextos específicos de su profesión; esto lo lleva a desarrollar sus aptitudes y habilidades personales permitiendo así la extensión en el mercado laboral y enfrentarse a una realidad, pues en la universidad los conocimientos son teóricos y la práctica es una experiencia como profesional.

Además, dicha pasantía es la primera experiencia que se tiene en la carrera profesional para darse a conocer, explotar sus conocimientos, trabajar en equipo, además de ser autónomo en sus decisiones y aportar de la mejor manera a la compañía. Allí no dicen si se debe aportar como una obligación a los compromisos y dificultades de la empresa si no que día a día se va tomando experiencia con el trabajo y responsabilidades que se asignan. Así mismo, como seres propositivos, se puede sugerir o dar soluciones prontas y oportunas para tener un mejor desarrollo de esas funciones y del desempeño de la empresa. Es esto lo que genera que la empresa tenga en cuenta una oportunidad de trabajo y de considerar si dicha persona es eficaz y eficiente en lo que hace, además de cumplir no solo con un requisito de grado, está abriendo una oportunidad de vincularse y seguir obteniendo una experiencia laboral.

1.2 Objetivos

1.2.1. Objetivo general. Generar espacios de aprendizaje al interior de la empresa para el desarrollo de habilidades y competencias de estudiantes dentro de los programas profesionales quienes en su último semestre deben como requisito obligatorio, desarrollar su práctica, explicando así el sistema que la empresa lleva como control y sus estándares de calidad.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Servir como soporte a las Business Unit, mayoristas y canales, en los negocios y operaciones en la venta y distribución de Software en Colombia y Latino América.
- Realizar las actividades para el óptimo desarrollo de cada cuenta y oportunidad de negocio; desde identificar, consolidar, validar, dar seguimiento y cierre a la oportunidad de negocio.

2. Perfil de la empresa

2.1. Razón Social

IBM de Colombia S.A.

2.1.1. Nit. 860.002.120-5

2.1.2. Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa

1. **Dirección:** Carrera 53 N° 100 – 25 Bogotá, Colombia
2. **Correo electrónico:** dmperezi@co.ibm.com
3. **Teléfono:** (1) 6230111 - 6231300
4. **Jefe Inmediato:** Ignacio Carou Dallorso

2.1.3. Objeto Social de la empresa. Las principales actividades que desarrolla IBM Colombia con virtud a su objeto social es comprar, vender, importar, desarrollar, producir, manufacturar, fabricar, ensamblar, exportar, distribuir, mediar, permutar, alquilar, arrendar o adquirir a cualquier título, explotar en otra forma bienes y productos relacionados en general con el campo del procesamiento de información y de las telecomunicaciones y demás campos conexos incluyendo máquinas, aparatos, equipos, instrumentos, mercancías, componentes, bien sea como manuales electrónicos, informativos, científicos o tecnológicos y programas de computador, aplicaciones, procesos y materiales de programación y los accesorios, aditamentos y refacciones para todos y cada uno de los productos o bienes mencionados anteriormente.

Prestar por cuenta propia o de terceros y a la vez recibir bien sean en el país o en el extranjero, toda clase de servicios relacionados directamente con los objetos

indicados anteriormente, entre los cuales se incluyen pero no se limitan a: servicios técnicos de asesoría de consultoría de profesionales, tales como los de integración de sistemas, los de educación, cableado y de plan de contingencia, servicios de telecomunicaciones de soporte y de supervisión y en general cualquier tipo de servicios relacionados directa o indirectamente con las tecnologías de la información.

Prestar servicios de búsqueda y selección de personal, servicios administrativos, evaluaciones psicotécnicas, e informes de tipo laboral, cursos de capacitación laboral y asesoramiento en recursos humanos en general a través del asesoramiento en sistemas administrativos e informáticos referidos a la materia. en desarrollo de su objeto principal la sociedad podrá: (a) celebrar, ejecutar o intervenir, por cuenta propia o de terceros, en todos los contratos, actos y operaciones comerciales y civiles que se relacionen directamente con el objeto social, incluyendo participar en licitaciones públicas o privadas, compraventa • y arriendo de bienes muebles e inmuebles y edificaciones y el dar en garantía cualesquiera obligaciones, sus bienes muebles o inmuebles bien sea hipotecándolos o pignorándolos o en otra forma; (b) enajenar parte de sus negocios a cambio de cualquier contraprestación y, • especialmente, a cambio de acciones y otros valores de cualquier compañía que tengan objetos sociales iguales o similares (c) adquirir acciones, derechos o participaciones de asociaciones y sociedades y promover la formación de compañías que se vayan a ocupar de negocios relacionados directamente con el objeto social o incorporarse a los negocios de cualquier compañía que persiga objeto semejantes a los de la sociedad o incorporarse en una de dichas compañías o fusionarse con éstas; (d) otorgar y suscribir toda clase de títulos de crédito y cualesquiera otros documentos, contratos comprobatorios de adeudo y garantizar su pago cualquier medio y adquirir, enajenar, girar, endosar, aceptar, protestar, rechazar y

cancelar letras de cambio, cheques, pagares y demás títulos valores y dar y tomar dinero en mutuo sin constituirse por ello en entidad financiera; (e) en general llevar a cabo toda clase de negocios o actividades que se relacionen directamente con su objeto social. (IBM de Colombia, 2014)

2.1.4. Misión de la empresa. Nos esforzamos por liderar en la creación, desarrollo y manufactura de las tecnologías más avanzadas de la industria. Por medio de soluciones y servicios a nivel mundial, traducimos estas avanzadas tecnologías en valor agregado para los negocios de nuestros clientes. (IBM de Colombia, 2014)

2.1.5. Visión de la empresa. Identificar necesidades del mercado y desarrollar respuestas tecnológicas de la mejor calidad y nivel de servicio. Ofrecer precios competitivos y esforzarnos en mejorar la satisfacción de los clientes, empleados, proveedores, asociados y de las comunidades donde operamos. (IBM de Colombia, 2014)

2.1.6. Estructura Organizacional

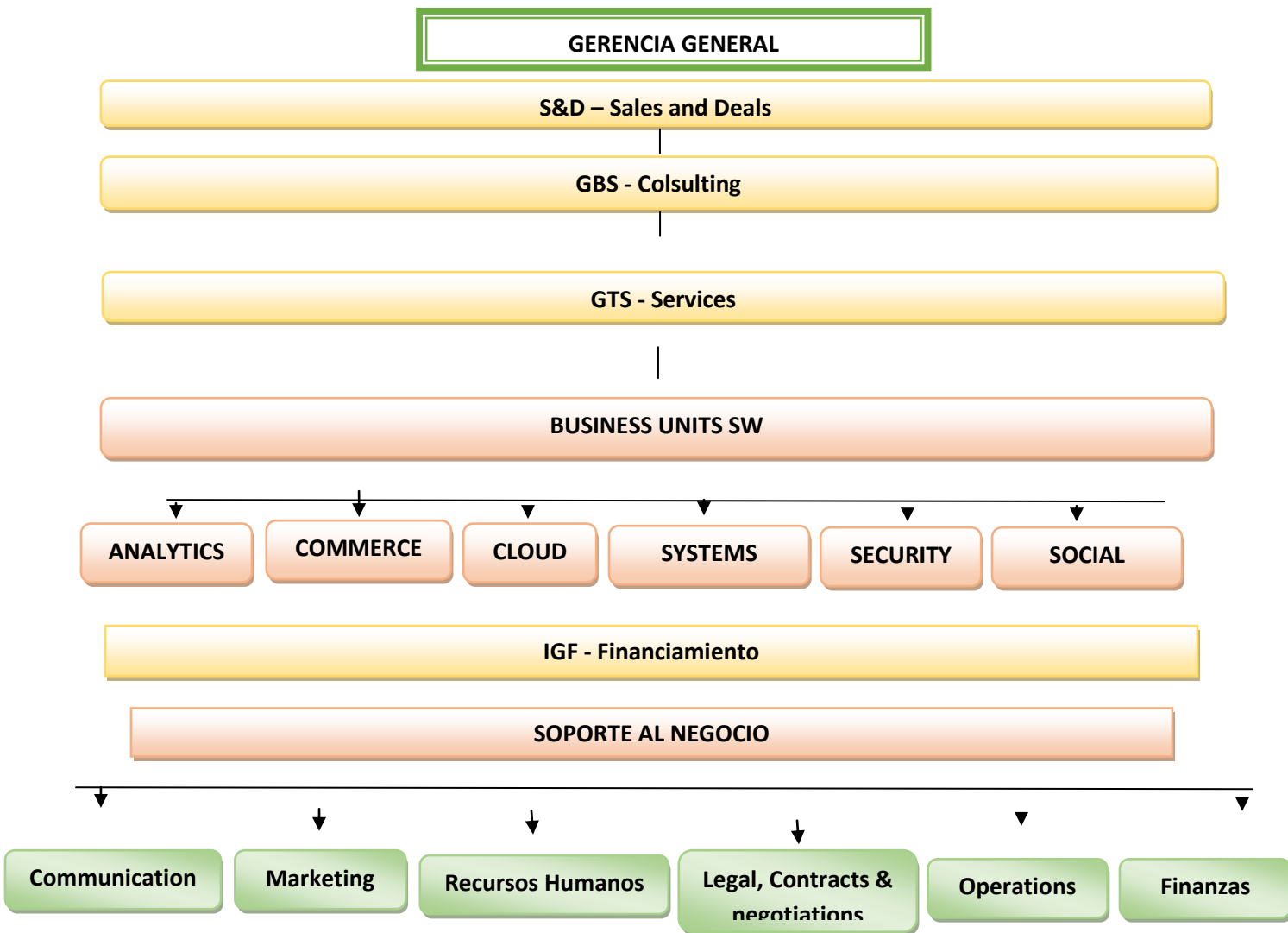


Figura 1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL IBM COLOMBIA

Fuente: Elaboración propia del autor

2.1.7. Aspectos económicos y aspectos del mercado que atiende. Con una inversión anual de alrededor de 6.000 millones de dólares en I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) y el mayor número de patentes registradas durante 22 años consecutivos (7.534 patentes registradas en 2014), IBM lidera la vanguardia de la

tecnología. IBM está presente en 175 países y tiene una plantilla mundial de alrededor de 380.000 profesionales. Su actividad está centrada en proporcionar a sus clientes soluciones tecnológicas y servicios de consultoría de negocio y Tecnologías de la Información que contribuyan al éxito de sus negocios.

Desde su fundación en Estados Unidos en 1911, IBM ha liderado la innovación tecnológica con más de 80.000 patentes registradas desde ese año. Sus actividades incluyen la investigación, desarrollo, fabricación y comercialización de tecnologías y productos de hardware y software, así como distribución de servicios tecnológicos, outsourcing, integración de sistemas y consultoría de negocio. En 2014, la compañía obtuvo unos ingresos de 92.800 millones de dólares a nivel mundial.

Actualmente, la compañía centra su estrategia en varias iniciativas de crecimiento que transforman y posicionan a IBM en el segmento tecnológico de mayor valor añadido.

Estas áreas tecnológicas son:

- Los grandes datos o la nueva materia prima del desarrollo empresarial.
- La informática en la nube, el nuevo modo de acceder a la tecnología.
- El nuevo modelo de relación, que transforma la empresa impulsado por:
- Las redes sociales y la relación online con clientes y empleados.
- La “movilidad”, tan revolucionaria hoy como lo fue Internet hace dos décadas.
- La seguridad de los datos y las transacciones
- Todo ello sin olvidar la renovación de los sistemas transaccionales de las organizaciones, área donde IBM sigue invirtiendo y reposicionándose hacia el espacio de mayor valor añadido.

Estas áreas tecnológicas están impulsando una nueva era de la computación, la computación cognitiva, en la que los sistemas - como IBM Watson - no se programan como los actuales, sino que entienden el lenguaje natural de las personas, aprenden y son capaces de responder a preguntas complejas en pocos segundos a partir de su avanzada capacidad para analizar ingente cantidad de información.

IBM Colombia se convirtió en la primera empresa en el país, en iniciar la integración de la tecnología al desarrollo. Actualmente con 77 años en el mercado colombiano, tiene presencia en todo el territorio nacional, a través de una completa red de asociados de negocio. A lo largo de la historia, IBM ha ofrecido el soporte tecnológico más eficiente para la industria colombiana, apoyando sus acciones por medio de unidades especializadas de negocios, integrando una amplia gama de productos y servicios en las áreas de producción, distribución, comercio, educación, salud y telecomunicaciones.

Algunos de los sistemas más robustos utilizado en Colombia, es usado por el sector bancario, ya que casi ninguna otra empresa necesita un sistema tan robusto. Sistemas diseñados para big data con innovación que permite optimizar el rendimiento de la analítica. (IBM de Colombia)

2.2. Portafolio de productos y servicios

IBM cuenta con una gran gama de productos, conformada por hardwares y softwares, además de servicios integrados, con estos dos productos.

2.2.1. Hardware. Está compuesto por servidores y sistemas de almacenamiento. El hardware, o sistemas como son llamados internamente, los cuales fueron creados para ayudar a comprometerse con los clientes y asociados, extender

operaciones y dar autoridad a los empleados. Estos se dividen en dos, en servers y storage. Servers, son aquellas maquinas o computadores que se utilizan para procesar información y demás actividades requeridas por el cliente, dentro de estas se encuentra, System X los cuales dan soporte a Microsoft® Windows®, Linux® y la virtualización. Los servidores System x son sistemas inteligentes diseñados para reducir los costes y la complejidad Storage por su parte se utiliza solamente para guardar información, de la misma manera que lo hace un disco duro, pero de una manera más robusta, es utilizada por nuestros clientes, para guardar toda su información. (IBM de Colombia)

2.2.2. Software. El área de Software está compuesta por 6 Business Unit: Analytics, Cloud, Commerce, Systems, Security y Social. De la unidad de Software se vende Nuevo Licenciamiento, Renovación de Licencias, Reinstatement y Lab Services. Entre los productos de software, los cuales son diseñados para facilitar y ofrecer soluciones que sirvan para afrontar los problemas que se presentan en el día a día de los diferentes negocios. Dentro de estos softwares los más destacados y por ende vendidos por IBM son, Cognos, el cual sirve para proporcionar al cliente todo lo necesario para basarse en la analítica y lograr el máximo rendimiento.

El software de Cognos está diseñado para ayudar a todos los clientes a tomar decisiones enfocadas a incrementar los resultados de negocio, para el presente y el futuro. Otro de los que destacan es Lotus o software IBM Collaboration Solutions, permite a las personas conectarse, colaborar e innovar. Su aplicabilidad en un negocio es crear una fuerza de trabajo más inteligente y ofrecer experiencias excepcionales a los clientes. Además de estos dos, existe un centenar de softwares y soluciones ofrecidas

por IBM, los cuales se adaptan a cada una de las necesidades de los diferentes clientes.
(IBM de Colombia)

2.2.3. Global Technology Services (GTS). La unidad de servicios globales de tecnología, es el área a través de la cual IBM brinda los más completos y confiables servicios del mercado, destinados a satisfacer las necesidades de operación tecnológica de sus clientes.
(Delivery). (IBM de Colombia)

2.2.4. Global Business Services (GBS). La unidad de servicios de consultoría de negocios, esta ayuda a los clientes a integrar la tecnología informática con el valor de los negocios, desde la especialización en industria hasta servicios de hospedaje, infraestructura, diseño tecnológico y capacitación. (Consultoría). (IBM de Colombia)

3. Cargo y funciones (procesos, procedimientos ejecutados y herramientas utilizadas)

3.1. Cargo

Practicante en el área de Mayoristas y Canales de Software Group Colombia y SSA (Spanish South America).

3.2. Funciones

3.2.1. Ser soporte del Equipo de Canales de Software Latino América. Ser parte del acompañamiento en todo momento que sea necesario, en reuniones, visitas, calls a clientes o asociados de negocio; elaboración de correos, envío y recepción de información todo relacionado con los Bussines Partners y negocios.

3.2.2. Actualizar las Oportunidades de Negocios IBM Software de Colombia a través de canales y mayoristas. Mediante llamadas telefónicas y reuniones semanales con los gerentes de cuenta de cada canal y/o mayorista, se actualizan números de oportunidad, status de negocio, montos, special bids (trámite para obtener descuento sobre los productos a vender) y demás procedimientos pendientes para lograr cerrar el negocio lo más pronto posible.

3.2.3. Actualizar las Oportunidades de Negocios IBM Software de Colombia a través de canales y mayoristas. Dar seguimiento de Estatus de Negocio y Win Plan. Mediante la Sales Connect Tool, tener un Road Map alineando el número de negocios, el sales stage (nivel de avance del negocio) e identificar tipo de relacionamiento canal-cliente (good, bad or weak) que tiene el equipo de canales de

SW (software), con lo que está comprometido en plataforma de IBM del gerente, tanto a nivel nacional como regional (Latino américa).

3.2.4. Organizar reuniones con mayoristas y canales, para el desarrollo de nuevas actividades y estrategias de venta y comercialización. Realizar reuniones con frecuencia (quincenal) con el fin de que IBM apoye y aporte a las diferentes actividades de desarrollo que tienen los Business Partners, respecto a eventos, ruedas de negocios, nuevas capacitaciones (técnicas y de ventas), reclutamiento de nuevos canales, estrategia de venta y crecimiento de mercado.

3.2.5. Revisión y cargue del file semanal del panorama de Negocios (ForeCast). Creación de Clientes y nuevas Oportunidades de Negocio en la plataforma.

a) Al inicio de cada trimestre se consolida un file (archivo) con las oportunidades de negocio que se espera cerrar en el semestre, estas oportunidades se deben validar con: Brands, Especialistas de producto, Business Partners y Mayoristas; esto para tener claridad que todos los negocios reportados serán cerrados en el transcurso del trimestre.

b) Se elabora un archivo semanal con las oportunidades de negocio que tienen más foco para cada mes, esto se carga en la plataforma y community de canales de SW IBM Colombia y Latino América; se hace reunión con el gerente local y call con el gerente regional para discutir el panorama de negocios actualizado por países.

c) Encargada de emitir los documentos necesarios a los Business Partners cuando de debe crear un cliente nuevo, de igual manera, revisar los documentos ya diligenciados y

enviarlos al equipo de operaciones en Brasil para la creación en el sistema del nuevo cliente.

d) Estar al tanto de las creación de oportunidades de nuevos negocios en el sistema que hacen los Business Partners; que la información y datos adjuntos para la nueva oportunidad sean los correctos y hacer las aclaraciones correspondientes si hay algún error, o cuando se presenta duplicidad en la misma oportunidad, hacer que solo sea validad una sola de las oportunidades creadas.

3.2.6. Expedir certificados a Asociados de Negocio de IBM SWG. Mediante Partner Map Tool (herramienta de trabajo), se puede revisar en que grupo de productos y Brands están certificados los canales y elaborar cartas certificando que los canales (Business Partners) son asociados negocios de IBM y son aptos para la venta y distribución de SW IBM.

4. Marco referencial

4.1. Marco conceptual

4.1.1. Que es el comercio internacional? Se define como comercio internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas. Las economías que participan del comercio exterior se denominan economías abiertas. Este proceso de apertura externa se inició fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, y de forma espectacular en la década de 1990. (Smith; 1776)

4.1.2. Que es el libre comercio? Libre Comercio es un concepto económico, referente a la venta de productos entre países, libre de aranceles y de cualquier forma de barreras comerciales. El libre comercio supone la eliminación de barreras artificiales (reglamentos gubernamentales) al comercio entre individuos y empresas de diferentes países.

La aparición del comercio internacional implica una serie de eventos para cumplir con el proceso de llevar un producto o servicio desde un punto A hasta un punto B, entre estas herramientas se hace fundamental la logística internacional de mercancías. (Ricardo; 1776).

4.1.3. Que es un mayorista? El distribuidor mayorista es un componente de la cadena de distribución, en que la empresa o el empresario no se ponen en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre el fabricante y el usuario intermedio

(minorista), intermediario que compra a un fabricante, a otro mayorista o intermediario en grandes cantidades; y/o vende a un fabricante, otro mayorista o a un minorista, en cantidades más pequeñas, pero nunca al consumidor o usuario final. (Revista logística)

4.1.4. Que es un canal de distribución?

Es el circuito a través del cual los fabricantes ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios. Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante. (Revista logística)

4.1.5. Que es distribución? La distribución es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el

producto (bien o servicio) hasta el consumidor. La distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien. La distribución es uno de los aspectos o variables de la mezcla de mercadotecnia (marketing mix). Forma parte de las llamadas «Cuatro P's» del marketing clásico. Las otras tres partes originales son producto, precio y promoción. (Revista logística)

4.1.6. Que es logística? Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución. La logística es fundamental para el comercio. Las actividades logísticas conforman un sistema que es el enlace entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia.

La logística empresarial, por medio de la administración logística y de la cadena de suministro, cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, mantenimiento y distribución. (Mc Graw Hill, 2004, p. 282).

4.1.7. Que es logística internacional? Cuando se trata de Logística internacional se hace referencia al conjunto de actividades asociadas, cuyo objetivo es el flujo de información y materiales a nivel mundial, que inicia con el abastecimiento de materia prima en determinado país, para finalizar con la entrega del producto final al consumidor en el país de destino.

Los elementos que conforman la logística a nivel mundial son: servicios, necesidades, planeación, procesos como etiquetado, transporte, almacenaje, maniobras,

empaquetado, desaduanamiento y actos diversos que incrementan el servicio al cliente. (Geoffrey, 2007).

4.2. Marco legal

4.2.1. Normatividad del comercio. El dinamismo del comercio internacional a escala global, hace necesario la aparición de un marco normativo por parte de los países vinculados en el comercio de bienes y servicios. Cuando los países suscriben tratados comerciales estas normas se suponen de carácter transnacional. En Colombia encontramos la ley marco de comercio exterior. (Diario oficial, 1991).

4.2.2. Ley 7 de 1991. Por el cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones. (Diario oficial, 1991).

4.2.3. Nuevo estatuto aduanero colombiano. Bajo el decreto 2685 de 1999, el cual aplica en la totalidad del territorio aduanero nacional y regula las relaciones jurídicas que se establecen entre la administración aduanera y quienes intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías, al y desde el territorio aduanero nacional, con sujeción a la Constitución, la Ley y demás normas que las complementen, sustituyan o reglamenten. (Dian, 1991)

4.2.4. Arancel de aduanas. Como regulador del comercio exterior y debe adaptarse a la dinámica que experimentan los cambios internacionales, así como a las condiciones de producción y comercio del país que lo utiliza. Es un instrumento regulador del comercio exterior y debe adaptarse a la dinámica que experimentan los cambios internacionales, así como a las condiciones de producción y comercio del país que lo utiliza.

Por lo general se le ve como un listado oficial de mercancías, en la cual aquéllas (mercancías) están estructuradas en forma ordenada y aparecen los derechos arancelarios (ad-valorem y/o específico) frente a cada producto que puede ser objeto de una operación de carácter comercial.

Tarifa oficial, que reviste la forma de ley, que determina los derechos que se han de pagar sobre la importación de mercancías que se establece de conformidad a las necesidades de la economía de un país. (Dian, 1991)

4.2.5. Régimen cambiario. El régimen cambiario es el conjunto de normas que regulan aspectos de los cambios internacionales. Los cambios internacionales se pueden definir como todas las transacciones con el exterior que implique pago o transferencia de divisas o títulos representativos de las mismas.

El mercado cambiario está constituido por la totalidad de las divisas que deben canalizarse obligatoriamente, así como las divisas que están exentas de esa obligación, se canalicen voluntariamente a través de los mecanismos establecidos por el régimen cambiario para ello, que son: por conducto de los intermediarios autorizados (intermediarios del mercado cambiario) o, a través del mecanismo de compensación.

Las divisas que deben canalizarse a través del mercado cambiario, se originan en:

- Importación y exportación de bienes.
- Operaciones de endeudamiento externo celebradas por residentes en el país, así como los costos financieros inherentes a las mismas.
- Inversiones de capital del exterior en el país, así como los rendimientos asociados a las mismas.
- Inversiones de capital colombiano en el exterior, así como los rendimientos asociados a las mismas.
- Inversiones financieras en títulos emitidos y en activos radicados en el exterior, así como los rendimientos asociados a las mismas, salvo cuando las inversiones se efectúen con divisas provenientes de operaciones que no deban canalizarse a través del mercado cambiario.
- Avals y garantías en moneda extranjera.

De acuerdo con la normatividad cambiaria, las divisas a las cuales se hace referencia, necesariamente deben ser compradas, vendidas o transferidas por intermedio de un banco comercial, hipotecario, una corporación financiera, una compañía de financiamiento comercial, la Financiera Energética Nacional -FEN-, el Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. -BANCOLDEX-, una cooperativa financiera, una sociedad comisionista de bolsa, una casa de cambio o de una cuenta corriente de compensación. (Dian, 1991)

4.2.6. Régimen Tributario. Regido por el Estatuto Tributario, se encuentran las normas correspondientes al contenido de los impuestos de renta y complementarios, ventas, timbre y retención en la fuente, como también los procedimientos respectivos. El Estatuto recoge y amplía los principios generales de la Constitución Nacional sobre

esta materia, la cual es esencialmente compleja y extensa. Sus artículos definen términos, establece sujetos de los tributos y aclaran situaciones que normalmente surgen de su aplicación.

Se refiere el Estatuto a qué es el impuesto sobre la renta y los denominados complementarios, cuáles son los sujetos pasivos, las sociedades y entidades sometidas al impuesto, las entidades contribuyentes, los contribuyentes de régimen tributario especial, las sociedades extranjeras contribuyentes, quiénes no son contribuyentes. De igual modo, diferencia los ingresos de fuente nacional y de fuente extranjera y establece con total claridad cuáles ingresos no se consideran de fuente nacional.

De otra parte, esta normatividad hace referencia a todo lo que corresponde a la retención en la fuente, el impuesto sobre las ventas, el impuesto de timbre nacional, así como también el procedimiento tributario, las sanciones y la estructura de la Dirección General de Impuestos Nacionales. (Dian, 1991)

5. Aportes (del estudiante a la empresa como valor agregado, y de la empresa a la formación profesional del practicante).

5.1. Aporte del estudiante

Se logró optimizar las reuniones semanales de estado de negocios (forecast), tanto a nivel de mayorista/canal como a nivel gerencial en Colombia, es decir, lo regular de cada reunión con asociados de negocio era de 4 horas, paso a durar 2 horas por mayorista; con la gerencia la reunión regular era de 4 horas y ahora se desarrolla de 30 a 40 min. Además se implementó el uso de medios audiovisuales para exponer de forma más clara los números y formatos en general de negocio.

Se mejoró la forma como se hacía seguimiento de negocios con mayoristas y canales.

Unas semanas antes de finalizar trimestre, se elaboró archivo con información que se obtenía de la plataforma con los posibles negocios que estaban programados para el trimestre próximo, a su vez esta información se clasificaba por mayorista y canal y se enviaba por correo a cada uno de los asociados de negocio; esto con el fin de agilizar el proceso de madurez del negocio; como dicha información se enviaba con tiempo, el mayorista o canal tenía tiempo suficiente para solidificar estrategia de esos negocios y exponerla al inicio de trimestre, y no posponiéndola como estaba acostumbrado.

Se creó un nuevo formato de seguimiento de negocios (forecast), se optimizó la información de importancia y se eliminaron apéndices de poca importancia, esto con el fin que todas las personas involucradas en el proceso, tengan un mismo formato, en la versión anterior cada persona tenía un formato diferente a todos los del equipo. Con la información que tiene el archivo creado, puede trabajar el canal, el mayorista, el equipo

de software IBM (tanto los representantes de venta, operaciones, gerente nacional y gerente regional-Latinoamérica).

5.2. Aporte de la empresa

Debo resaltar que todo el equipo de trabajo con el que me relacione, todos ellos son personas altamente competitivas, estratégicos, siempre van un paso adelante; del equipo de trabajo de SWG (software group) aprendí a confiar en mis conocimientos y capacidades, a tomar decisiones de las cuales pueden depender grandes negocios, a ser arriesgada y atrevida a la hora de negociar aunque siempre atenta en que ese tipo de negocio es muy incierto, pero no hay que perder el dinamismo y control de cada transacción.

Con base en lo aprendido en la universidad; en la empresa hacen mucho énfasis en el precio en la moneda de cambio día a día ya que de esto depende mucho el precio a negociar ya que todos los productos y servicios se manejan en dólares americanos.

El desenvolvimiento con el idioma inglés y un poco de portugués, ya que se manejaban negocios con todos los países latino americanos, en especial con Brasil y Filipinas son los países a donde van todas las operaciones de grandes transacciones y algunas consultas y entrenamientos que se hacían con estados Unidos.

Experiencia del manejo de transacciones como representante de asociados de negocio para la venta y comercialización de software IBM, debido a que durante mi práctica me dieron la oportunidad de realizar un trabajo que es desarrollado como tal por un profesional especializado y con experiencia en negocios de software.

6. Conclusiones

La práctica permite que tanto la empresa como el estudiante abra un espacio de trabajo y compromiso para realizar las actividades que le corresponden, es decir, que de esta manera dependerá el trabajo del estudiante para abrir una oportunidad tanto en el convenio como los aportes de la empresa, y como valor agregado una oportunidad laboral.

La práctica como opción de grado, que a diferencia de otras opciones llevamos nuestros conocimientos a la realidad y aplicamos lo que la universidad nos ha instruido, pues dependerá de nosotros realizar un trabajo en la compañía y realizar aportes para abrirnos una oportunidad.

7. Recomendaciones

IBM de Colombia es una compañía multinacional con más de 100 años de experiencia en innovación tecnológica, por tal razón todos IBMistas que hacen parte de todo el talento humano que posee la compañía, necesita de capacitaciones y entrenamientos, no solo para los ejecutivos y vendedores también es importante para las personas de menor jerarquía como los equipos de operaciones de cada unidad de negocio; ya que de ellos depende que todo suceda, cada proceso y solicitud pertinente.

La unidad de Canales de Software IBM, cuenta con tres mayoristas y tiene más de ochenta asociados de negocio (canales); para poder corresponder a todas las solicitudes y requerimientos tanto de mayoristas, canales, clientes finales e incluso procesos internos de la compañía, no basta un equipo de solo dos personas como se trabaja hoy día. La venta de Software por canales en IBM es casi el 70% de las ventas totales de Software, por lo tanto considero que el equipo de trabajo debe ser como mínimo de tres personas altamente capacitadas en todo lo relacionado con el negocio y de igual manera equilibrar la carga de trabajo y responsabilidades entre el mismo.

El desarrollo de una nueva estrategia de ejecución de negocios sería lo ideal para superar las falencias que presenta la unidad de canales de Software. Propondría empezar por establecer metas comerciales claras, es decir, cada half el gerente regional da a cada team una meta de ventas a realizar en dicho periodo, pero tanto las personas a cargo, mayoristas y canales no tienen plazos límite dentro del periodo para alcanzar la meta establecida por la gerencia regional. En el lapso de la práctica profesional, dichas metas nunca se cumplieron y por lo indagado, hace un par de años atrás que no se logra hacer la meta. Lo que se plantea es que dicha “cuota” tenga su propia meta para cada

mes para todos los involucrados en el desarrollo de negocio y de esa manera al final de semestre cumplir con el número pactado.

Además la empresa cuenta con plan de incentivos a los asociados de negocio, el cual es conocido por cada uno de ellos. Aun así, siendo tan tentativo tales incentivos de venta, los canales no demuestran el interés suficiente sobre los negocios de la compañía y prefieren dejar “en segundo plano” a IBM e involucrarse más en los negocios de la competencia (Oracle). Como estudiante en práctica y por todo lo visto allí, sugiero que a los canales les falta motivación por parte de la compañía. IBM esta escasa de personal técnico que soporte los canales y vendedores, estos técnicos son vitales para el desarrollo del negocio, es la persona que tiene el conocimiento preciso sobre cada producto; no se puede hacer mucho más allá de vender y vender, si el producto en realidad no tiene el respaldo técnico necesario para tan importantes e innumerables clientes que tiene la empresa. Otra de las barreras que impiden la rápida ejecución del negocio, es que los canales no tienen suficiente crédito financiero con los mayoristas, su cupo de compra no es lo suficientemente amplio como para costear negocios de miles o millones de dólares, y al final la oportunidad es dada a un canal de la competencia porque él si cuenta con el respaldo financiero que requiere la transacción.

La inestabilidad de cargo con las personas del equipo de canales de software IBM, ya que en tan solo un año ha cambiado de representante de negocio tres veces; solo durante los seis meses de practica en mención dos personas obtuvieron este cargo.

Recomendar una nueva estrategia significa reestructurar la unidad de canales de software IBM; empezar por que el equipo que esté a cargo tenga verdadero empeño en

el negocio, gestionar y procurar hacer todos los procesos que se requieren a tiempo, ya que cada retraso en cualquiera de las operaciones dilata los negocios y cada día que pasa, por lo sucedido este año, la divisa no favorece las transacciones. Es importante que todos trabajen como un equipo sólido y tener claro los objetivos y metas parciales para lograr las metas mayores. Solo delegar tareas no lo es todo, hace falta estar involucrado en cada uno de los eslabones que compone el desarrollo del negocio, desde que se identifica la oportunidad, hasta que se hace efectiva la transacción y entrega del producto en el punto acordado. IBM como empresa que ofrece oportunidades de crecimiento es necesario ser visionario y evidenciar resultados para la compañía, para esto cada miembro del equipo debe ser propositivo y tomar medidas para lograr las metas, ya que en esta empresa así como puedas ser de productivo, así será tu comisión.

En ese tipo de negocio es clave una regla denominada '20/80' que indica que el 20% del tiempo que se dedica a planear cómo alcanzar las metas y objetivos, debe ahorrar el 80% en tiempos de ejecución. Esto quiere decir que contar con un plan para ejecutar las estrategias puede ayudar a que la operación sea mucho más ágil.

Referencias bibliográficas

IBM de Colombia, (2014) Perfil de la compañía. Consultado el día 06 de agosto de 2015, de la fuente www.ibm.com/

Revista logistica, (2002) Marco conceptual. Consultado el día 06 de agosto de 2015, de la fuente www.revistalogistica.com

Legiscomex, (2015) Marco legal. Consultado el día 06 de Agosto de 2015, de la fuente www.legiscomex.com

Dian, (2001) Marco legal. Consultado de día 06 de agosto de 2015, de la fuente www.dian.gov.co