

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 de Práctica Empresarial en IBM Colombia S.A. – Systems and Technology
Group**

Claudia Patricia Meza Juárez

**Informe de práctica presentado como Requisito para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales**

**Tutor:
Jaime Vélez Cortés**



**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga
División de Ciencias Económicas Administrativas y Contables
Facultad de Negocios Internacionales
2014**

Agradecimientos

A mis padres, por ser mi apoyo incondicional y motivarme a ser mejor cada día, y por demostrarme que todo es posible con dedicación y fe.

A mi hermano, que a pesar de pelear todos los días, ha sido mi fiel compañero en este viaje, gracias por creer en mí y apoyarme en cada decisión de la vida.

A mi familia Colombiana, por ser mi apoyo en éste, mi nuevo país, por no dejarme sentir sola y estar siempre presente en todo momento.

A mis abuelos, mis angelitos en el cielo, que siempre me alentaron a seguir adelante y dar lo mejor de mí en todo momento.

Al equipo de STG de IBM Inside Sales, por enseñarme tantas cosas, por darme su amistad y hacer de esta experiencia un sueño hecho realidad.

Tabla de contenido

Introducción	6
Informe de Práctica Empresarial en IBM Colombia – Systems and Technology Group.....	7
1. Objetivos	7
1.1. <i>Objetivo General</i>	7
1.2. <i>Objetivos específicos</i>	7
2. Justificación.....	8
3. Perfil de la empresa	9
3.1. <i>Razón social de la empresa</i>	9
3.2. <i>Misión</i>	9
3.3. <i>Visión</i>	9
3.4. <i>Actividad Comercial</i>	9
3.5. <i>Reseña histórica</i>	10
3.6. <i>Organigrama de IBM Inside Sales</i>	11
3.7. <i>Productos</i>	12
4. Cargo y Funciones.....	17
<i>Cargo</i>	17
<i>Funciones</i>	17
5. Aportes a la práctica.....	20
6. Herramientas de trabajo	21
7. Conclusiones y Recomendaciones	22
8. Referencias Bibliográficas	23
Lista de Ilustraciones.....	24

Resumen

IBM (International Business Machines) es una empresa multinacional estadounidense de tecnología y consultoría con sede en Armonk, Nueva York. IBM fabrica y comercializa hardware y software para computadoras, y ofrece servicios de infraestructura, alojamiento de Internet, y consultoría en una amplia gama de áreas relacionadas con la informática, desde computadoras centrales hasta nanotecnología.

El departamento de ventas de IBM Colombia se maneja mediante el modelo de comercialización Inside Sales, que se diferencia de la venta tradicional por tratarse de una actividad donde el comercial desarrolla su trabajo siempre en el espacio físico de la oficina, sin la necesidad de viajar para visitar clientes. El departamento de ventas cuenta con seis unidades que son: STG (Systems and Technology Group), ITS (Integrated Technology Services), TSS (Tech Support and Maintenance Services), LDR (Lead Development Representative), SCDE (Sales Center Delivery Excellence) y Recursos Humanos

Inside Sales cumple funciones distintas en cada departamento comercial, aunque algunas de las más comunes son:

- Cualificación y gestión de leads recibidos.
- Prospección comercial a través del teléfono para desarrollar nuevas oportunidades de negocio.
- Generación de ingresos (venta directa/indirecta a través del teléfono)
- Nuevo negocio y/o con cliente existentes.

Introducción

La práctica empresarial logra profundizar conceptos y fortalecer competencias de formación tanto profesional como personal que se adquieren en las actividades y experiencias vividas al desempeñar las diferentes funciones asignadas en la compañía. También permite hacer una conexión entre las bases teóricas fundadas en la universidad y la vida real, y todo lo relacionado a un día a día en el ámbito laboral.

Dentro del departamento de ventas de IBM Colombia, las actividades asignadas tienen un enfoque para conocer detalladamente a sus clientes potenciales y reales, sus necesidades, deseos, cuáles son sus hábitos de compra y su capacidad de compra con el fin de ofrecer los productos más adecuados a sus clientes a partir de los parámetros que establece la empresa.

Mediante este informe se plasma cuáles son las funciones detalladas dentro de la practica en IBM Colombia, cómo es el apoyo al proceso de ventas de System X para México y el apoyo en el proceso operacional para todos los países de habla Hispana, validación de oportunidades en México para System X, validar con los vendedores si efectivamente están cumpliendo semana a semana, evaluar las estrategias posibles para mejorar las ventas, etc.

El informe evidencia los logros y avances obtenidos dentro de los seis meses de práctica, afianzando todos los conceptos y capacidades del estudiante, abriendo grandes oportunidades en el campo laboral donde sin duda se exigen mayores responsabilidades y compromisos partiendo de un enriquecimiento con conceptos básicos como planeación, análisis estratégico, desarrollo y diferenciación de productos, innovación, entre otras, que hacen parte de la ejecución de actividades propias de la administración y comercio internacional.

Informe de Práctica Empresarial en IBM Colombia – Systems and Technology Group

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Ser soporte para los vendedores de System X México y ser soporte operacional para toda la unidad de Systems and Technology Group para los países de habla Hispana durante el segundo semestre del año 2013.

1.2. Objetivos específicos

1. Verificar que las cotizaciones se realicen de manera adecuada y en el tiempo estipulado, y revisar continuamente el listado de oportunidades que se van a trabajar durante el trimestre.
2. Tener contacto con el cliente vía telefónica para verificar el estado de cada oportunidad.
3. Organizar y entregar un informe a los vendedores para facilitar sus labores al momento de trabajar la oportunidad.
4. Actualizar en la herramienta de consolidación web la información recogida durante el contacto con el cliente.
5. Mantener actualizado el listado de los contratos que se están manejando en el trimestre por los vendedores de la unidad, verificando la consistencia que tienen con respecto al avance real que consiguen semanalmente.
6. Sacar informes semanales de los pronósticos de contratos a trabajar en el trimestre.
7. Adquirir conocimiento a través de la experiencia de otras personas para poder hacerle frente de la mejor manera a cualquier situación imprevista.
8. Mejorar la respuesta personal ante los distintos conflictos que se puedan presentar en el desarrollo de las funciones como practicante, siempre aportando ideas oportunas.
9. Fortalecer la capacidad de trabajo en equipo, brindando apoyo a todos los que hacen parte del departamento de ventas.

2. Justificación

Para un estudiante es necesaria una inducción básica al mundo laboral que permita aplicar sus habilidades y destrezas, y desarrollar actitudes que le permitan desempeñarse dentro de cualquier ambiente. Las prácticas permiten al estudiante poner a prueba sus conocimientos adquiridos durante los cinco años de carrera profesional además de adquirir nuevos conocimientos que ayudan a completar su formación universitaria.

Para poder tener una empresa internacional exitosa, es necesario ser eficiente en todos los procesos de la compañía, una empresa tan grande como IBM Colombia necesita tener un proceso de adaptación de las estrategias de venta internacional para poder diferenciarse de la competencia y lograr ser efectiva con cada una de sus acciones y productos en el mercado, para ello se debe desarrollar un proceso investigativo que facilite la adaptación de estas al entorno.

3. Perfil de la empresa

3.1. Razón social de la empresa

IBM Colombia S.A.

Ubicación.

Bogotá D.C. Carrera 53 #100-25

Teléfono

(571) 6281000

Página Web

www.ibm.com/co/es

Representante legal

María Carolina Rodríguez Rodríguez

3.2. Misión

Ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus metas de negocio proveyéndoles servicios y soluciones innovadoras.

3.3. Visión

Ser la compañía elegida por nuestra innovación, soluciones, productos y servicios. Ser reconocida por la calidad humana y profesional de nuestra gente y por nuestra contribución a la comunidad.

3.4. Actividad Comercial

El objetivo de IBM, es seguir creciendo como hasta entonces, ya que es una de las industrias que más crece en el mercado, para ello, pretenden mantener el liderazgo (en todas las líneas de sus productos), anunciando en forma permanente nuevos productos y

mejoras en los ya existentes, por ejemplo: la introducción de la tecnología Internet a los procesos de negocio. El denominador común en todos los casos es proteger la inversión en infraestructura de clientes, y proveerles, además, la plataforma para ingresar en el mundo del e-business, ya que con él, las empresas pueden aprovechar Internet para transformar la manera en que compran, venden, atienden a sus clientes y realizan su trabajo diario, esto resulta sumamente interesante para los tiempos que corren, puesto que, los negocios electrónicos constituyen un nuevo modo de hacer negocios, utilizando las redes y la Web para generar ingresos, para negociar sin desplazarse físicamente hacia otros lugares, ahorrando procesos, tiempo y dinero y realizando transacciones de manera segura y confiable. En la actualidad, IBM ha logrado que más de 10 mil clientes conviertan sus negocios en negocios electrónicos.

(IBM. (2014). IBM Actividad Comercial, <http://www.ibm.com/co/es>)

3.5. Reseña histórica

IBM se estableció en Colombia en 1937, siendo la primera empresa en el país en iniciar la integración de la tecnología al desarrollo. Hoy, cumplimos 73 años de presencia activa en el mercado colombiano, con presencia en todo el territorio nacional a través de una completa red de asociados de negocio.

A lo largo de nuestra 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, banca, educación, salud y telecomunicaciones.

Nuestra misión es enfocarnos en lo que mejor sabemos hacer: utilizar la Tecnología Informática para ayudar a nuestros clientes a ser exitosos. Recientemente IBM Colombia inauguró su Centro de Innovación el cual responderá a la demanda de servicios de alta calidad para empresas de todas las industrias en las cuatro ciudades – Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla – desde donde proporciona cobertura nacional.

Es así como IBM Colombia continúa consolidando su compromiso de poner a disposición de los clientes y el país, la mejor infraestructura y las mejores habilidades para ofrecer los mejores servicios y soluciones que soportan los procesos de transformación para ganar la mayor competitividad que exige un mundo cada vez más globalizado e inteligente.

(Historias de Colombia (2014). Reseña Historica, <http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/co/es/stories/>)

3.6.Organigrama de IBM Inside Sales

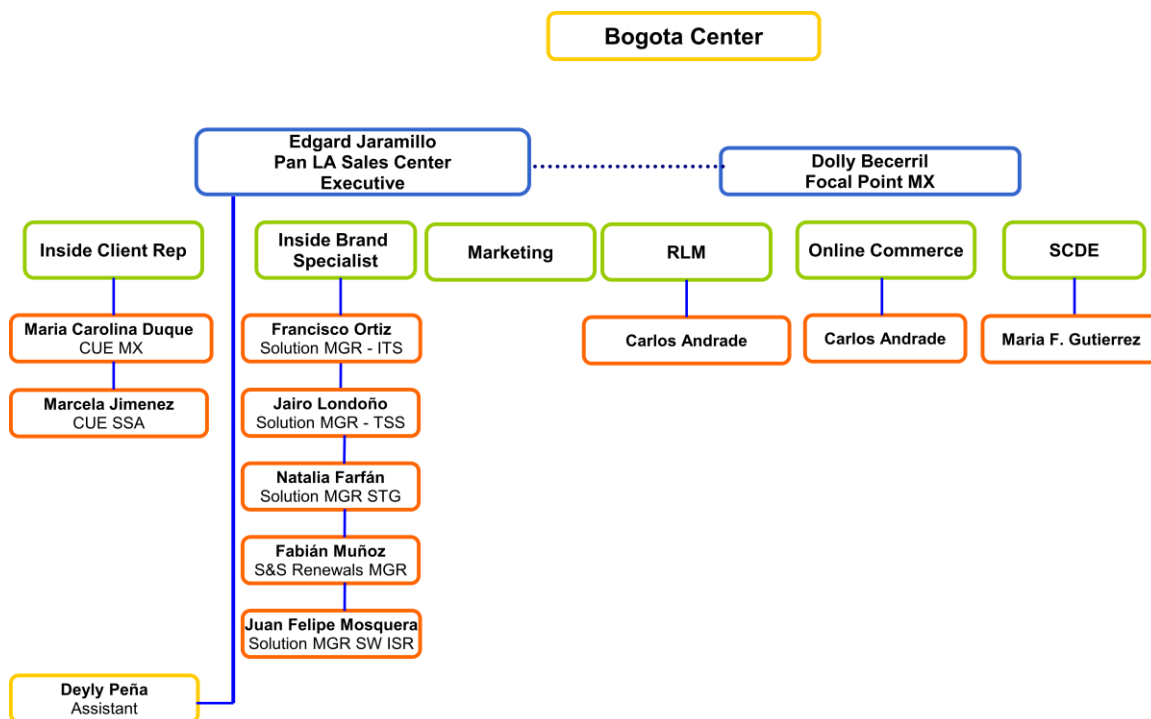


Ilustración 1 Organigrama IBM Inside Sales Fuente: IBM Colombia

3.7. Productos

IBM cuenta con una variedad de productos de Hardware y Software para las empresas. Los más destacados son los de Systems and Technology Group, que menciono a continuación:

- *System x offerings optimized for Technical Computing*



iDataPlex and Intelligent Clusters

- iDataPlex optimized for 'mega scale' datacenters.
- Intelligent Cluster allows clients to take advantage of end to end integrated solution.
- Core customers include Universities, Financial Industry, Oil & Gas, Grid Computing.

x3650 and x3755

- X3650 is flagship server that delivers energy-efficient, high-performance computing for business productivity and highly optimized for I/O intensive workloads.
- X3755 has Ideal architecture for small numerically intense compute environments and it is highly cost optimized.
- X3755 leverages unique floating point capabilities within AMD microprocessor technology.
- Both deliver exceptional price/performance with low total cost of ownership to run business-critical workloads.

eX5 Systems

- Optimized to scalable memory capacity – up to 64 DIMMs standard and 96 DIMMs with the MAX5 memory expansion per 4-socket server.
- Scalable performance capacity – up to 4 processors in a single node system, up to 8 processors in a dual node system

BladeCenter

- Optimized to converge compute, storage, and networking resources so clients can easily manage their IT as a single pool of highly utilized resources
- Modular design optimized to minimize the use of physical space and energy

Ilustración 2 System x offerings optimized for Technical Computing Fuente: IBM Colombia

- *System X Infrastructure: Servers*

 System x3650 M4	 System x3550 M4	 System x3500 M4	▪ Up to 8 cores per CPU ▪ Up to 768GB of memory ▪ 10Gb networking ▪ Flexible RAID design
General Business			
 iDataPlex dx360 M4	 System x3755 M3		▪ Optimized for HPC ▪ Up to 4 CPUs per 2U
High Performance			
 System x3530 M4	 System x3630 M4	 System x3300 M4	▪ Up to 6 cores per CPU ▪ Up to 192GB of memory ▪ Maximum storage capacity ▪ Upgradable networking
Value 2-socket			
 System x3250 M4	 System x3100 M4		▪ Entry priced ▪ Up to 32GB of memory
Entry 1-socket			

Ilustración 3 System X Infrastructure: Servers Fuente: IBM Colombia

- *Tower Strategy: Expand portfolio to address customer needs*

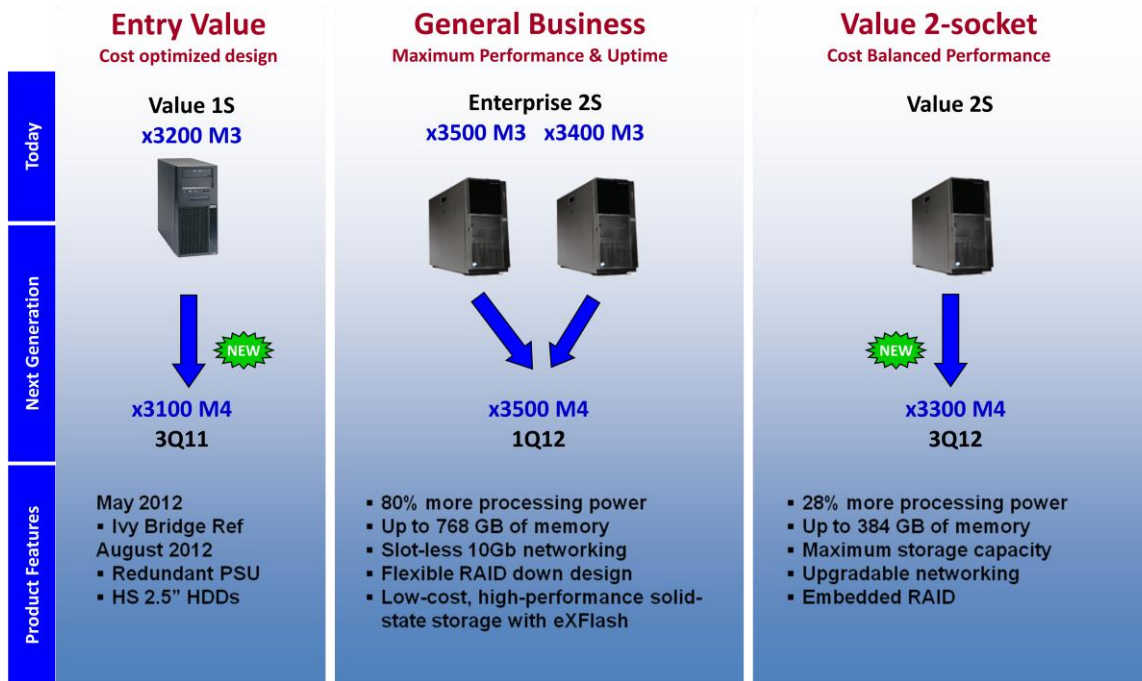


Ilustración 4 Tower Strategy: Expand portfolio to address customer needs Fuente: IBM Colombia

- *Rack Strategy: Expanded portfolio to address customer needs*

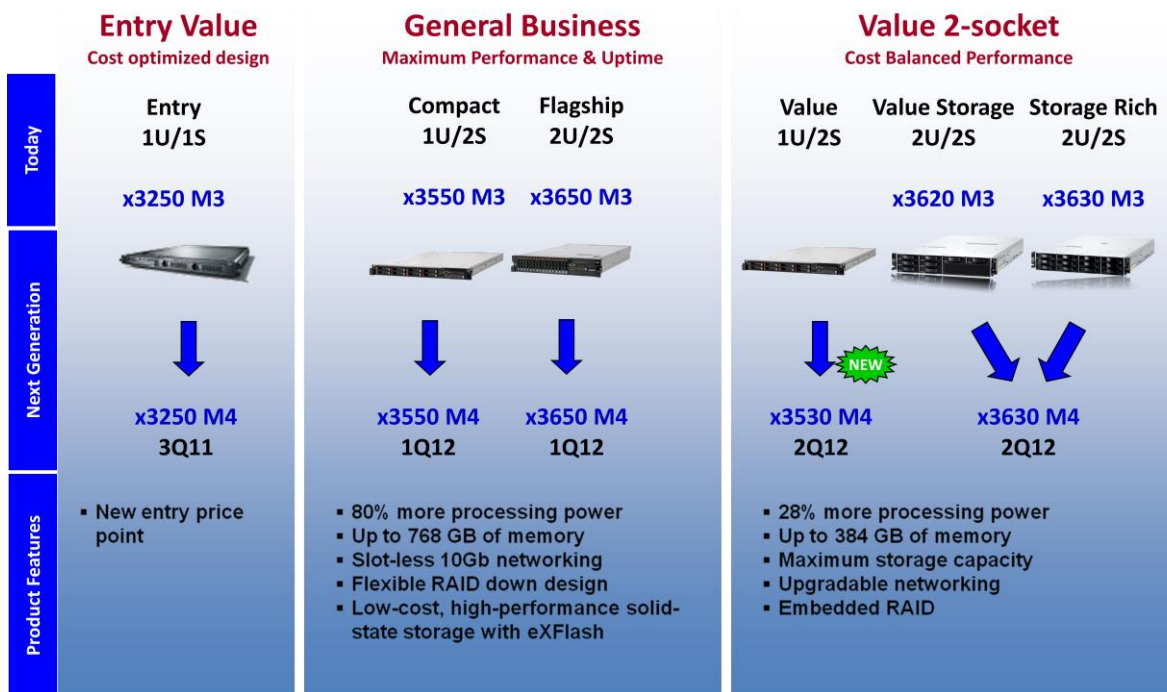
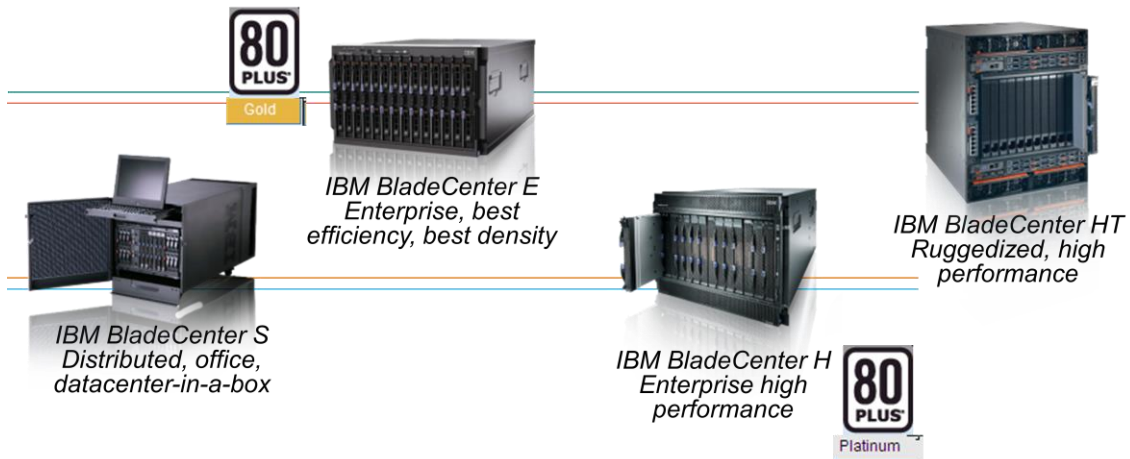


Ilustración 5 Rack Strategy: Expanded portfolio to address customer needs Fuente: IBM Colombia

- *BladeCenter*

Fit-for-purpose choice of chassis...



- ✓ A common set of blades
- ✓ A common set of industry-standard switches and IO fabrics
- ✓ Common management infrastructure

Ilustración 6 BladeCenter Fuente: IBM Colombia

4. Cargo y Funciones

Cargo

Practicante de Inside Sales – Systems and Technology Group

Funciones

Función	Descripción	Objetivo	Actividades/Herramientas
<i>Verificación de Cotizaciones</i>	Verificar que las cotizaciones se realicen de manera adecuada y en el tiempo estipulado para cumplir con la métrica establecida del trimestre	Encontrar una ventaja frente a la competencia, dando así información requerida por el cliente.	Lista de Precios para cotizaciones manuales y las herramientas web para algunas cotizaciones específicas.
<i>Revisión de Oportunidades</i>	Revisar continuamente el listado de oportunidades que se van a trabajar durante el trimestre tomando en cuenta el status de cada oportunidad	Conocer las oportunidades más probables de cerrar durante el trimestre	Lista de oportunidades obtenida de la base de datos que contiene los clientes potenciales de todo el centro de ventas
<i>Validación de Oportunidades</i>	Tener contacto con el cliente vía telefónica para	Contactar al cliente y obtener la información real	Llamar al cliente con el fin de validar las oportunidades

	verificar el estado de cada oportunidad para evaluar la probabilidad que existe de cierre del contrato	de la oportunidad para así actualizar la base de datos del sistema	
<i>Elaboración de Informe Pronostico</i>	Organizar y entregar un informe pronostico a los vendedores para facilitar sus labores al momento de trabajar las oportunidades y así conocer el verdadero estado de cada una de ellas.	Dar una guía a nivel gerencial del estado de las oportunidades para que puedan realizar los ajustes necesarios y así alcanzar los objetivos establecidos a principios del trimestre	Lista de oportunidades validadas con el cliente
<i>Actualización de datos en la herramienta de consolidación interna</i>	Actualizar en la herramienta de consolidación web la información recogida durante el contacto con el cliente, con el fin de organizar la información al momento de llegar la orden de compra	Agilizar el proceso de venta preparando la información con anterioridad	Software: Pass

<i>Actualización de Informe Pronostico</i>	Mantener actualizado el listado de los contratos que se están manejando en el trimestre por los vendedores de la unidad, verificando la consistencia que tienen con respecto al avance real que consiguen semanalmente	Apoyar a la gerencia en el desarrollo de las oportunidades de cada vendedor y hacer respectivo seguimiento de las mismas.	Archivo de Excel con listado de oportunidades y su respectivo seguimiento
<i>Realización de Informes de Pronostico Semanales</i>	Sacar informes semanales de los pronósticos de contratos a trabajar en el trimestre, con el fin de conocer el valor real de las ventas	Efectuar un informe de pronostico semanal de los contratos que efectivamente se darán durante el trimestre	Archivo de Excel con los pronósticos semanales de cada oportunidad

5. Aportes a la práctica

Los aportes que se evidenciaron fueron a través de actividades de soporte de ventas y operaciones del departamento, generando así:

- Garantizar que las cotizaciones se realizaban de manera adecuada y en el tiempo estipulado, siempre dándole al cliente una respuesta rápida y satisfactoria.
- Aprovechar continuamente el listado de oportunidades que se trabajaban durante el trimestre y siendo efectivo el continuo seguimiento vía telefónica para verificar el estado de cada oportunidad.
- Generar informes a los vendedores para facilitar sus labores al momento de trabajar la oportunidad, y así mismo por medio de la herramienta de consolidación web actualizar la información recogida durante el contacto con el cliente.
- Mantener actualizado el listado de los contratos que se estaban manejando en el trimestre por los vendedores de la unidad, verificando la consistencia que tenían con respecto al avance real que consiguen semanalmente, realizando informes semanales de los pronósticos de los contratos.

6. Herramientas de trabajo

La práctica empresarial es la oportunidad que tiene el estudiante de poner en práctica los conocimientos adquiridos dentro de la formación universitaria para aportar a la compañía y adquirir un aprendizaje recíproco de ella.

La Universidad Santo Tomás aportó a la práctica herramientas de conocimiento a través de materias en el área de administración como:

Administración I y II

Estadística I y II

Desarrollo Regional y Competitividad

Creatividad I y II

Análisis Financiero

Inversión Extranjera

Énfasis I, II, III y IV (Administración)

De igual forma, como retroalimentación para la institución donde adquirí los conocimientos para desarrollar la práctica empresarial, cabe resaltar que es necesario reforzar la aplicación de la teoría en casos prácticos empresariales para poder aprender a utilizar la teoría en situaciones reales, también es necesario realizar alianzas con empresas donde se pueda ejecutar la planeación y generación de proyectos en tiempo real.

7. Conclusiones y Recomendaciones

Inside Sales es el eje mediante el cual se mueve la actividad de ventas de IBM Colombia, gracias a su constante desarrollo de estrategias y su constante innovación de productos, se logran adaptar los lineamientos de la compañía y al mercado, no solo en Colombia, sino en todos los países de habla Hispana que se encuentran en constante cambio. Los consumidores cada día se vuelven más analíticos y críticos, por lo cual es necesario estar actualizado y lograr tener las herramientas necesarias para satisfacer sus preguntas y necesidades.

La adaptación de un lineamiento internacional en culturas tan diversas como la de Colombia y todos los países de habla Hispana, es un proceso arduo y complicado, pero de seguro con el esfuerzo y dedicación de cada persona que hace parte de la compañía, se logran implementar y de manera exitosa IBM Colombia se convierte cada día una de las principales compañías en la mente de los consumidores.

Gracias IBM Colombia por la oportunidad, el tiempo y los conocimientos brindados durante mi estadía dentro de la compañía.

8. Referencias Bibliográficas

(IBM. (2014). IBM Actividad Comercial, <http://www.ibm.com/co/es>)

(Historias de Colombia (2014). Reseña Historica, <http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/co/es/stories/>)

(IBM. (2014). Soluciones, <http://www.ibm.com/co/es>)

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama IBM Inside Sales	11
Ilustración 2 System x offerings optimized for Technical Computing	12
Ilustración 3 System X Infrastructure: Servers	13
Ilustración 4 Tower Strategy: Expand portfolio to address customer needs	14
Ilustración 5 Rack Strategy: Expanded portfolio to address customer needs	15
Ilustración 6 BladeCenter	16