



**Ejecución de Rutas estratégicas Comerciales para la Adquisición y Consolidación de
WPOSS en el Mercado Latinoamericano de Medios de Pago**

PGP004

Nahun Emiro Paredes Bayona

Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica

Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Económicas (FACE)

Economía

Aguachica – Cesar

2024

**Ejecución de Rutas estratégicas Comerciales para la Adquisición y Consolidación de
WPOSS en el Mercado Latinoamericano de Medios de Pago**

PGP004

Nahun Emiro Paredes Bayona

Asesora: Maritza Hernández Murcia

Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica

Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Económicas (FACE)

Economía

Aguachica – Cesar

2024

Dedicatoria

Dedico este trabajo de pasantías a mi familia, por su amor, apoyo incondicional y confianza en mí. Su aliento constante me ha inspirado a superar desafíos y a perseguir mis sueños con determinación. También dedico este esfuerzo a mis compañeros de trabajo en World POS Solutions, quienes han sido un apoyo en el aprendizaje durante cada paso de este camino. Gracias a todos por ser parte de mi crecimiento personal y profesional.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas y entidades que, de una u otra manera, hicieron posible la realización y culminación de este en vida.

En primer lugar, quiero agradecer profundamente a mi familia, por su constante apoyo y motivación a lo largo de este proceso. Su paciencia, comprensión y sus palabras de aliento me impulsaron a dar lo mejor de mí en cada paso del proceso.

A mis profesores y mentores académicos, quienes, con su orientación y consejo, me ayudaron a conectar la teoría con la práctica y me brindaron las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos profesionales.

Finalmente, agradezco a WPOSS, por brindarme la oportunidad de llevar a cabo mi formación profesional en un ambiente lleno de retos y aprendizajes. A mis supervisores y compañeros de trabajo, por su guía, apoyo incondicional y por compartir su conocimiento, que fue fundamental para el desarrollo de este proyecto.

A todos, mi más sincero agradecimiento.

Contenido

1. Introducción	14
2. Identificación de la organización sobre la que se desarrollará el proceso de fortalecimiento.....	15
Portafolio de Productos de WPOSS	16
Portafolio de Productos de WPOSS	17
Actividad Económica que desarrolla en la empresa.....	18
Objeto social de la empresa.....	18
Misión.....	18
Visión	19
Políticas de WPOSS	19
Política De Seguridad Y Salud En El Trabajo	19
Política de Prevención de consumo de Drogas, Alcohol y Sustancias Psicoactivas	19
Valores corporativos de WPOSS	19
3. Área específica del desarrollo de las prácticas empresarial	21
Estructura Organizacional Del Área Comercial.....	22
4. Identificación del Problema Técnico.....	24
Árbol de problemas	24
5. Contextualización del Espacio de Desarrollo de las Práctica	24

6. Objetivos.....	25
Objetivos General.....	25
Objetivos Específicos.....	25
7. Justificación.....	26
8. Solución del problema técnico	27
Escenario optimista	27
Escenario actual (realista)	28
Escenario pesimista.....	28
Análisis de causa y efectos.....	29
9. Presentación de aspectos administrativos.	37
Cronograma.....	37
Plan de Mejoramiento para WPOSS	38
10. Lecciones aprendidas.....	42
11. Presupuesto para el desarrollo del de mejoramiento	44
12. Referencias Bibliográficas.....	45

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Estructura Organizacional WPOSS	21
Ilustración 2. Estructura Organizacional del Área Comercial	22
Ilustración 3. Árbol de Problema	24

Lista de Tablas

Tabla 1. Actividad económica	18
Tabla 2. Redes de pagos.....	31
Tabla 3. Competidores de WPOSS	32
Tabla 4. Cronograma de Actividades.....	37
Tabla 5. Presupuesto	44

Resumen Ejecutivo

Este proyecto se basó en la Ejecución de Rutas Estratégicas Comerciales para la Adquisición y Consolidación de WPOSS en el Mercado Latinoamericano de Medios de Pago. Su objetivo principal es identificar oportunidades de expansión, fortaleciendo la relación con los clientes y mejorando la competitividad de la empresa en un entorno dinámico. Para ello, se implementará una metodología que incluye un análisis exhaustivo de las necesidades del cliente, así como estudios de mercado y de precios que permitan adaptar la oferta de productos y servicios a las expectativas del mercado.

Los resultados esperados abarcan un aumento en la satisfacción del cliente mediante propuestas personalizadas y la retención de talento, que minimizará la rotación de personal. Además, se busca incrementar la visibilidad de WPOSS en el mercado mediante estrategias de marketing digital y establecer alianzas estratégicas que faciliten la entrada en nuevos mercados, consolidando así su posición competitiva.

En conclusión, este proyecto propone un enfoque integral para fortalecer la presencia de WPOSS en el mercado de medios de pago en Latinoamérica. A través de la implementación de estrategias efectivas y un profundo entendimiento de las necesidades de los clientes, se espera no solo mejorar la competitividad de la empresa, sino también establecer relaciones duraderas que impulsen su crecimiento y sostenibilidad en la región. La ejecución exitosa de estas iniciativas permitirá a WPOSS adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y consolidar su liderazgo en el sector.

Palabras claves: Comercial, Terminal, Medios de Pago, Software y Redes de Pagos.

Abstract

This project was based on the Execution of Strategic Commercial Routes for the Acquisition and Consolidation of WPOSS in the Latin American Means of Payment Market. Its main objective is to identify expansion opportunities, strengthening the relationship with customers and improving the company's competitiveness in a dynamic environment. To this end, a methodology will be implemented that includes an exhaustive analysis of customer needs, as well as market and price studies to adapt the products and services offered to market expectations.

The expected results include an increase in customer satisfaction through personalized proposals and the retention of talent, which will minimize staff turnover. In addition, it seeks to increase the visibility of WPOSS in the market through digital marketing strategies and to establish strategic alliances that will facilitate the entry into new markets, thus consolidating its competitive position.

In conclusion, this project proposes a comprehensive approach to strengthen WPOSS' presence in the Latin American payments market. Through the implementation of effective strategies and a deep understanding of customer needs, it is expected not only to improve the company's competitiveness, but also to establish lasting relationships that will drive its growth and sustainability in the region. The successful execution of these initiatives will enable WPOSS to adapt to changing market demands and consolidate its leadership in the sector.

Keywords: *Commercial, POS Terminal, Means of Payment, Software y Payment Networks.*

Glosario

Terminal: Dispositivo que permite realizar transacciones electrónicas, como los terminales de punto de venta (POS) para aceptar pagos con tarjetas.

https://www.adyen.com/es_ES/knowledge-hub/pos-terminal#ventajas-del-terminal-pos

Redes de Pagos: Sistemas que facilitan la transferencia de fondos entre partes para realizar transacciones electrónicas de manera segura.

<https://stripe.com/es/resources/more/payment-networks-101>

Área Comercial: Departamento encargado de las ventas y marketing, enfocado en maximizar ingresos y gestionar relaciones con clientes.

<https://economipedia.com/definiciones/area-comercial.html>

PMO (Project Management Office): Unidad que establece estándares para la gestión de proyectos, asegurando su efectividad y cumplimiento de plazos y presupuestos.

<https://www.ambit-bst.com/blog/qu%C3%A9-es-una-pmo-project-management-office>

Software: Conjunto de instrucciones y datos que permiten a dispositivos realizar tareas específicas, incluyendo aplicaciones y sistemas operativos.

<https://concepto.de/software/>

Key Account Manager: Profesional que gestiona relaciones con los clientes más importantes, asegurando su satisfacción y reteniendo cuentas clave.

<https://procesocomercial.wixsite.com/world-pos-solutions/s-projects-side-by-side>

Country Manager: Responsable de las operaciones de una empresa en un país, supervisando ventas y marketing y actuando como enlace con la sede central.

<https://www.vsiconsulting.net/country-manager-profesional/>

1. Introducción

Como señala (Albarrán Bencomo , 2022) El fortalecimiento empresarial a través de la realización de pasantías en una empresa ha sido fundamental, ya que permite a los estudiantes no solo aplicar de manera práctica el conocimiento adquirido durante su formación, sino también les brinda la valiosa oportunidad de interactuar con profesionales del sector. Según (Sánchez de Mantrana, 2005), las pasantías universitarias son un método clave para conectar al estudiante con el mundo laboral, contribuyendo al desarrollo de competencias y habilidades necesarias para el ejercicio profesional. Estas experiencias les permiten conocer el contexto laboral real y familiarizarse con las dinámicas organizacionales, preparándolos mejor para su futuro desempeño.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos identificar cómo este proyecto de pasantías busca precisamente brindar el conocimiento adquirido en la academia, a World Pos Solutions, y asimismo que esta empresa proporcione experiencia y mayor conocimiento en el campo comercial. A lo largo del documento podrán encontrar una descripción detallada de la empresa, información general como sus objetivos, metas, visión, misión, entre otros aspectos. Asimismo, se podrá comprender en mayor profundidad cuál es el objetivo de la práctica a desarrollar durante este periodo en el área de comercial de WPOSS, incluyendo las rutas diseñadas para la preservación y obtención de clientes no solo nacionales sino también internacionales, puesto que la empresa presenta participación en varios países de Latinoamérica.

La importancia de este proyecto radica en la Ejecución de Rutas estratégicas Comerciales para la Adquisición y Consolidación de WPOSS en el Mercado. Esto se logra a partir del objetivo planteado, que es fortalecer la preservación de las rutas estratégicas mediante estudios de mercado. Asimismo, estos estudios permitirán realizar un análisis de mercado completo,

seguido de una identificación y análisis de precios que abarque todo el objetivo de expansión. Además, se empleará un árbol de problema, que permitirá identificar y visualizar los problemas actuales que enfrenta la organización, contribuyendo a la búsqueda de soluciones efectivas.

Finalmente, el proyecto establecerá propuestas comerciales orientadas a satisfacer las necesidades de los clientes y a fortalecer la relación con ellos, logrando así una buena rentabilidad en el producto ofrecido.

2. Identificación de la organización sobre la que se desarrollará el proceso de fortalecimiento

World Pos Solutions, es una empresa con base en Miami estados unidos y líder especializada en desarrollo de soluciones transaccionales que se distingue por su experiencia y liderazgo en el desarrollo de soluciones de software y venta de dispositivos electrónicos para medios de pago (World Pos Solutions, 2021)

Por otro lado, WPOSS con más de 27 años en el mercado, cuenta con reconocimiento nacional e internacional, ya que se encuentra ubicada en varios países de América y con posible apertura en Centro América. Una de las fortalezas con que cuenta WPOSS es su reconocimiento nacional o internacional, su cobertura de laboratorios certificados en Bogotá D.C. (Colombia), Guayaquil y Quito (Ecuador), La Paz (Bolivia) y Asunción (Paraguay) para garantías y mantenimiento. También somos los distribuidores principales de la compañía NEWPOS ubicada en Shenzhen, china, que se centra en la fabricación de terminales EFT-POS.

Bajo la razón social de World Pos Solutions Colombia Sociedad Por Acciones Simplificada En Liquidación (SAS). Se estará presentando las pasantías que se encuentra ubicada en ciudad de Ocaña, norte Santander siendo una de las sedes. A nivel general WPOSS

cuenta con un amplio catálogo de productos y servicios que abarca hardware como terminal, impresora, lectores biométricos etc. Entre los servicios que ofrece se encuentra la venta de software como plataforma para la administración de los dispositivos, aplicaciones transaccionales y soporte de la misma, también ofrece el servicio de reparación y mantenimiento.

Portafolio de Productos de WPOSS

Terminales POS: son dispositivos diseñados para realizar transacciones de pago electrónicas en puntos de venta. Estas terminales permiten a los negocios aceptar pagos con tarjetas de crédito y débito, entre ellos encontramos lo

NEW9220: es un dispositivo inalámbrico avanzado para pagos móviles, fácil de usar en cualquier ubicación.

NEW9220L PINPAD: variante del NEW9220 con seguridad para ingreso de PIN en pagos, requiere de una fuente de poder y por ser pinpad no tiene impresora.

NEW9310: POS de alta gama, diseñado para entornos comerciales con gran volumen de transacciones.

miniPOS Legacy: Es un dispositivo compacto diseñado para realizar transacciones de pago de forma portátil y eficiente. Se conecta a smartphones o tablets, ofreciendo una solución económica y práctica para pequeñas empresas o vendedores que necesitan movilidad en sus ventas.

NEW5310: es una terminal de autoservicio diseñada para pagos sin supervisión, ideal para quioscos, estacionamientos, y tiendas de autoservicio.

Portafolio de Productos de WPOSS

Polaris Cloud: es una plataforma avanzada para la administración y monitoreo remoto de dispositivos móviles Android y Legacy. Permite la gestión centralizada de terminales, optimizando procesos, reduciendo costos operativos y mejorando la experiencia del usuario final.

Polaris Core: La plataforma es una solución web y móvil para entidades que gestionan medios de pago electrónico. Ofrece control y gestión 360° del negocio, garantizando estándares de calidad y seguridad. Facilita la administración del soporte técnico para terminales, optimizando el funcionamiento y la eficiencia operativa.

Polaris Signature: es una solución tecnológica modular que permite procesar y almacenar comprobantes de pago de puntos de venta, incluyendo la firma digital realizada en dispositivos. Facilita el acceso a la información para generar consultas, reportes y estadísticas, optimizando la gestión y el control de los procesos de pago.

Polaris Pay: es una solución integral para pagos electrónicos que permite procesar ventas, recurrencias y suscripciones en línea. Con una interfaz adaptable, segura y ágil, ofrece capacidades avanzadas para la gestión de cartera, todo respaldado por altos estándares de seguridad. Esta plataforma elimina la necesidad de la presencia física de tarjetas, facilitando el manejo eficiente de pagos.

Actividad Económica que desarrolla en la empresa

Tabla 1. Actividad económica

Nombre de la empresa	World Pos Solución
NIT	901013150
RUT	14921006947
Códigos de la Actividad Económica	6201, 4651, 9512, 4652
Forma Jurídica de la Empresa	S.A.S
Dirección	AV Cr 40 24 A 77 Barrio Buenos Aires

Fuente: Elaborada por el autor.

Objeto social de la empresa

La actividad económica que realiza la empresa son la comercializadora y venta de productos y servicios, donde su objeto es ser aliado estratégico del cliente, comprometiéndose a trabajar con gran capacidad innovadora para establecer relaciones comerciales duraderas que beneficien a ambas partes (WPOSS, 2021).

Misión

Nuestra misión es ser aliado estratégico de nuestros clientes en la innovación y evolución de modelos de negocios de soluciones integrales, que incluyen paquetes completos de productos tecnológicos y servicios asociados, cumpliendo con los estándares de seguridad, altos niveles de servicio y calidad (World Pos Solutions, 2024).

Visión

Convertirnos en la primera opción como socio estratégico y tecnológico de nuestros clientes en el mercado de América Latina.

Políticas de WPOSS

Política De Seguridad Y Salud En El Trabajo

WPOSS asegura un entorno laboral seguro, controlando riesgos y cumpliendo normativas. La dirección asigna recursos para un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud eficaz. Todos, incluidos los contratistas, son responsables de su seguridad y la de los demás. Revisamos y mejoramos continuamente el sistema para mantener su efectividad. (WPOSS, 2021)

Política de Prevención de consumo de Drogas, Alcohol y Sustancias Psicoactivas

La Gerencia de WPOSS prohíbe el consumo y posesión de sustancias psicoactivas y el mal uso de medicamentos en el trabajo. Realizaremos inspecciones sin previo aviso y capacitaremos al personal para asegurar un ambiente seguro. Esta política estará disponible para todos (WPOSS, 2021)

Valores corporativos de WPOSS

Los siguientes valores de WPOSS son tomados (WPOSS, 2021)

Servicio: Nuestra prioridad es identificar las necesidades, requerimientos y expectativas de nuestros clientes para ofrecer soluciones efectivas, a la medida y crear relaciones comerciales a largo plazo.

Responsabilidad: Nuestro compromiso, con nuestros clientes, con nuestros colaboradores y como empresa, es obtener los resultados esperados, en los tiempos establecidos y la calidad esperada, apostando por la mejora continua.

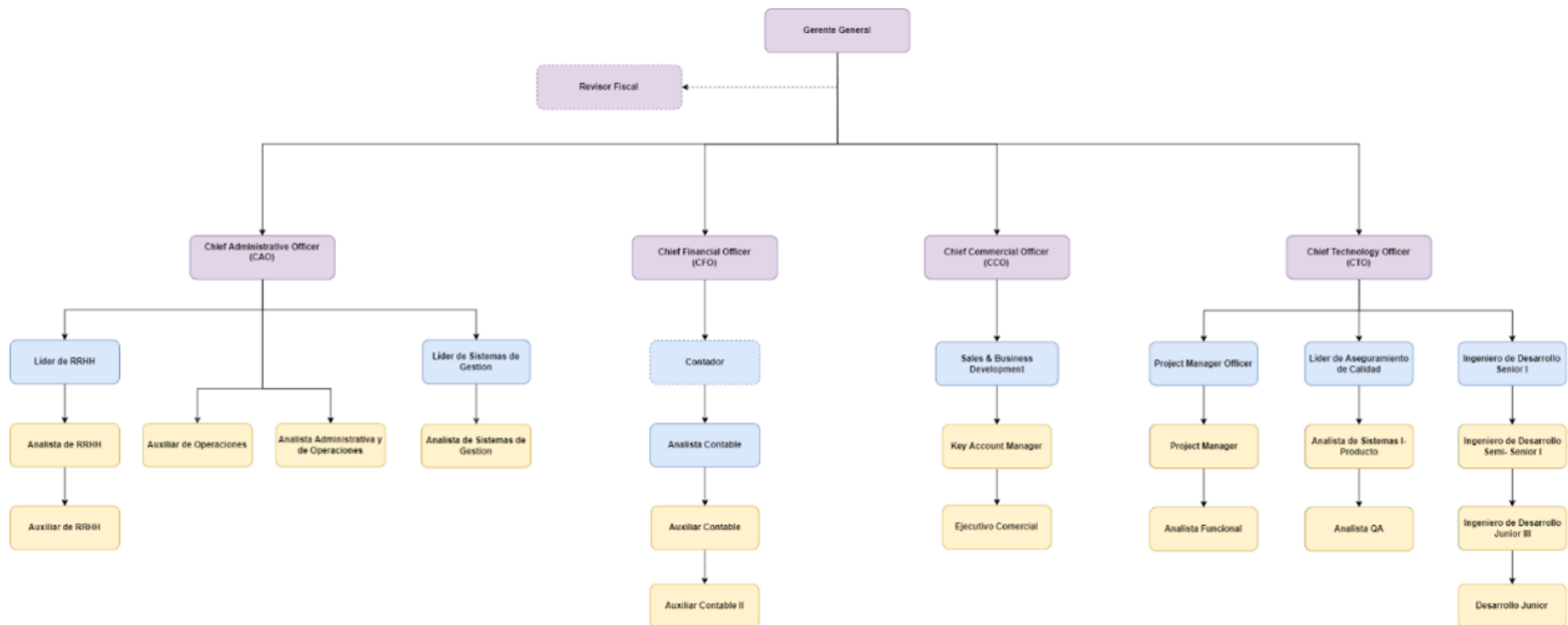
Credibilidad: Cumplimos nuestros compromisos con transparencia para generar confianza en nuestras relaciones.

Respeto: Reconocemos las diferencias como fuente de valor para el crecimiento de nuestros colaboradores y de nuestra empresa.

Integridad: Nuestro trabajo se basa en la honestidad y la transparencia para el cumplimiento de nuestros compromisos.

3. Área específica del desarrollo de las prácticas empresarial

Ilustración 1. Estructura Organizacional WPOSS



Nota. El anterior gráfico muestra un breve organigrama de los principales cargos y departamentos de WPOSS

Estructura Organizacional Del Área Comercial

Ilustración 2. Estructura Organizacional del Área Comercial



Fuente: Elaborada por el autor.

El desarrollo de la pasantía se llevará a cabo en el área comercial de la empresa realizando como Key account manager desempeñando labores dentro de una estructura organizacional jerárquica que facilita la coordinación y el flujo de información. (Da Silva, 2024) explica que esta área se encarga de gestionar relaciones con clientes, desarrollar estrategias de ventas y coordinar esfuerzos para impulsar el crecimiento empresarial. Estas funciones son esenciales para asegurar la efectividad y el éxito en el mercado.

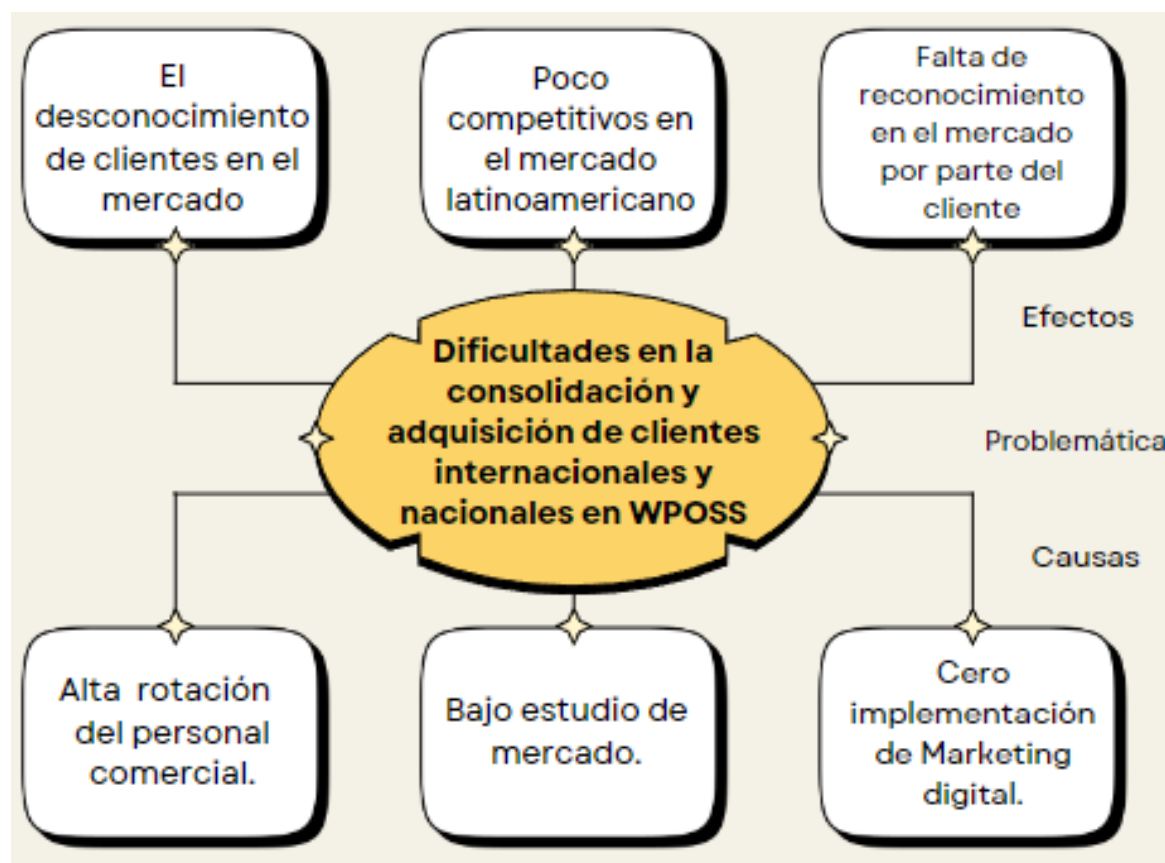
Como se podrá evidenciar en este organigrama, todos los integrantes que está conformada el equipo comercial está liderado por el Chief Comercial Officer, bajo su dirección se en cuenta los Country Manager de Paraguay, Bolivia, y Ecuador. a su vez, bajo el cargo del Country Manager están los Key Account Maneger de Bolivia, Perú y Ecuador. Dentro de las funciones principales realizadas está el flujo de una propuesta comerciales para la compra de terminales, software, análisis de precios y la gestión de cartera con los clientes.

Asimismo, un aspecto importante es la colaboración entre departamentos para asegurar un servicio integral. Se trabaja con área PMO y desarrollo para alinear las soluciones de software con las especificaciones del cliente, con soporte técnico para una eficiente asistencia postventa, resolución de problemas y mantenimiento preventivo, y con operaciones para coordinar la compra de hardware, gestionar inventarios y distribuir productos, cumpliendo con los plazos y manteniendo la eficiencia operativa. Para que las organizaciones sean efectivas, es crucial que los departamentos trabajen juntos y que la información fluya sin problemas (Lázaro-Marcé, Gutiérrez-Aragón, & Fondevila-Gascón, 2021)

4. Identificación del Problema Técnico

Árbol de problemas

Ilustración 3. Árbol de Problema



Fuente: Elaborada por el autor.

5. Contextualización del Espacio de Desarrollo de las Práctica

En el espacio de desarrollo de la pasantía en WPOSS, la experiencia se llevará a cabo en un entorno dinámico y estratégico que abarca Colombia, Ecuador y Bolivia durante el 2024. WPOSS se especializa en soluciones transaccionales de pago, y la pasantía se enfoca en el área comercial ubicada en Ocoña Norte Santander, con el objetivo de abordar desafíos clave como la consolidación y adquisición de clientes internacionales.

La pasantía se desarrolla dentro de una estructura organizacional jerárquica, donde se colabora estrechamente con diferentes departamentos, como tecnología, soporte técnico, operaciones y financiera. Actualmente, la empresa enfrenta dificultades en la consolidación y adquisición de clientes internacionales, debido a factores como el bajo conocimiento del mercado, la alta competencia en el mercado y la falta de estrategias de ventas efectivas. Estas problemáticas generan efectos como la alta rotación de personal, un limitado análisis de mercado, una baja implementación de marketing digital y la ausencia de manuales claros para la ejecución de procesos.

Los actores involucrados incluyen la presidencia, los directivos y las diferentes áreas como comercial, PMO, Tecnología, operaciones, y RR HH. Además, tanto los clientes de la empresa que pueden verse afectados por los retrasos y errores en los tiempos de entregas acordados.

6. Objetivos

Objetivos General

Ejecutar rutas estratégicas comerciales para la adquisición y consolidación de World Pos Solutions en el mercado latinoamericano de medios de pago a través de estudios de mercado, análisis de precios y elaboración de propuestas comerciales.

Objetivos Específicos

- Identificar oportunidades de expansión en el mercado Latam de medios de pagos a través del reconocimiento de los competidores, nuevos clientes y el manejo de POS que poseen las diferentes regiones
- Elaborar sistemas de análisis de precios que permitan relacionar la oferta de

productos y servicios de medios de pagos con la rentabilidad y competitividad para los clientes actuales y potenciales.

- Construir propuestas comerciales orientadas a la satisfacción de las necesidades de los clientes para la adquisición y permanencia en los mercados Latinoamericanos de medios de pago.

7. Justificación

El apoyo en el área comercial de World Pos Solutions representa una oportunidad de aprendizaje significativa tanto para el pasante como para la empresa. Este proceso permitirá al pasante aplicar los conocimientos adquiridos durante su etapa de formación y, al mismo tiempo, comprender de manera más profunda la dinámica de la empresa, así ofrecer un apoyo valioso en el área comercial. Como señala (Pinzon Plaza, 2016), citando a John Dewey, la experiencia juega un papel crucial en el proceso de aprendizaje. Dewey enfatiza que el aprendizaje debe basarse en la experiencia práctica y no únicamente en la teoría. Subraya la relevancia de aprender a través de la acción, la reflexión y la aplicación en contextos reales para un aprendizaje más efectivo.

Por otra parte, es importante señalar que mediante este proceso de pasantías en WPOSS se desarrollará y perfeccionará sus competencias a través del desarrollo de las pasantías, permitiendo identificar fallencias en las actividades del área y contribuir a un manejo más eficiente de los procesos mediante la elaboración de propuestas comerciales, análisis de precios y análisis de mercados más eficaces, así logrando un resultado beneficioso para ambas partes.

Por otro lado, el aprendizaje es un proceso fundamental en la estructuración y definición de rutas estratégicas. Facilitando la operatividad de los trabajadores al ofrecer servicios y productos a través de rutas estratégicas que permitan mayor acercamiento comercial a clientes

actuales, nuevos o potenciales. Estas rutas proporcionan a los comerciales un proceso claro para interactuar con los clientes, evitando dificultades y asegurando que se comprendan mejor sus necesidades, lo que optimiza la relación comercial.

En conclusión, este proceso brindará un apoyo adicional del pasante a la empresa, ya que le permitirá realizar las tareas específicas del área comercial, también contribuyendo en el desarrollo de las rutas comerciales, Además, ayudando en la atención al cliente, gestionando consultas y resolviendo problemas, lo que mejora la satisfacción y lealtad del cliente, lo que impulsa con mayor eficiencia las actividades del área, y, por ende, de la empresa, asimismo, las pasantías en el área comercial benefician a la empresa al permitirle formar a potenciales empleados en sus propios procesos y cultura organizacional. Esto facilita una integración más rápida y eficiente de talento joven que ya está alineado con los objetivos comerciales de las empresas. (Di Meglio, Barge-Gil, Camiña, & Moreno, 2019)

8. Solución del problema técnico

Para abordar la problemática y brindar una solución efectiva, es fundamental identificar diferentes escenarios que reflejen el impacto de las estrategias comerciales planteadas. A continuación, se presentan tres escenarios: optimista, actual y pesimista.

Escenario optimista

WPOSS implementa todas las estrategias planteadas, superando los problemas como la alta rotación de personal y la falta de estudios de mercado. La empresa fortalece sus relaciones con los clientes mediante propuestas personalizadas y un profundo conocimiento de competidores y mercados. Como resultado, WPOSS se posiciona como líder en soluciones de medios de pago en Latinoamérica, consolidando su crecimiento y expandiendo su base de

clientes.

Escenario actual (realista)

WPOSS sigue operando como hasta ahora, adquiriendo clientes principalmente a través de contactos existentes. Aunque se ofrecen servicios de calidad, no hay un enfoque claro en la búsqueda de nuevos clientes ni en estudios de mercado profundos. El crecimiento es limitado y los clientes tienden a migrar a competidores que ofrecen mejores condiciones, lo que afecta la retención a largo plazo.

Escenario pesimista

En el escenario pesimista, WPOSS deja de enfocarse en la búsqueda de nuevos clientes y se limita a satisfacer las demandas de los clientes actuales. La empresa no invierte en estudios de mercado ni en el análisis de competidores, lo que lleva a una disminución gradual de su participación en el mercado. Sin nuevas adquisiciones ni estrategias para expandir su cartera de clientes, WPOSS se enfrenta a la pérdida de relevancia en el sector. Con el tiempo, los clientes actuales también buscarán alternativas más competitivas, lo que provocará una reducción en los ingresos y un impacto negativo en la rentabilidad. Este escenario conduce a un futuro incierto, donde la falta de expansión y la dependencia de una base de clientes limitada comprometen la sostenibilidad de la empresa.

Estos tres escenarios permiten visualizar los posibles resultados de la implementación (o falta de implementación) de las estrategias comerciales en WPOSS y subrayan la importancia de actuar de manera proactiva para consolidar su posición en el mercado latinoamericano.

Análisis de causa y efectos

Alta rotación de personal

La alta rotación de personal genera un desconocimiento constante de los comerciales sobre la trayectoria y preferencias de los clientes. Esto afecta la relación comercial, ya que los nuevos empleados no pueden entender completamente las necesidades de los clientes, lo que puede llevar a una menor satisfacción y a la pérdida de oportunidades de negocio. (Chiavenato, 2009) explica cómo la alta rotación afecta el clima laboral, incrementa los costos operativos (como reclutamiento y capacitación) y disminuye la eficiencia. Según él, la falta de satisfacción en el trabajo y los estilos de liderazgo inadecuados son factores clave.

Falta Bajo estudios de mercados

La ausencia de estudios de mercado y análisis de la competencia impide que WPOSS conozca las ofertas y estrategias de sus competidores. Esto resulta en propuestas comerciales poco competitivas, especialmente en precios, lo que dificulta la adquisición de nuevos clientes y limita el crecimiento de la empresa. según

Cero implementaciones de marketing digital

La falta de una estrategia de marketing digital limita la visibilidad de WPOSS en el mercado, haciendo que clientes potenciales no conozcan la empresa ni sus soluciones. Sin presencia en plataformas digitales, WPOSS pierde la oportunidad de atraer nuevos negocios y se queda atrás frente a la competencia. En el ámbito del marketing digital, se considera que, si un producto o servicio no tiene presencia en Internet, simplemente no existe. Las redes sociales,

como Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram, se han convertido en herramientas clave para llegar al cliente, aunque es igualmente esencial contar con un sitio web como complemento estratégico (Carvajal Mendoza & Alvarez Tituano, 2021)

Desarrollo Primer Objetivo: Identificar oportunidades de expansión en el mercado Latam de medios de pagos a través del reconocimiento de los competidores, nuevos clientes y el manejo de POS que poseen las diferentes regiones

El mercado de medios de pago en LATAM está experimentando una transformación digital acelerada, impulsada por la creciente adopción de tecnologías como el móvil, el internet y el comercio electrónico. Las empresas que ofrecen dispositivos POS y software juegan un papel fundamental en esta transformación, al proporcionar las herramientas necesarias para que los comercios puedan aceptar pagos electrónicos de manera eficiente y segura. A continuación, se observará las redes de pago de la que WPOSS es proveedor.

Tabla 2. Redes de pagos

REDES DE PAGOS AL CUAL SOMO PROVEEDORES					
cliente actuales	País	Dispositivos	Plataformas	Comercios	Cantidad de dispositivos
Mdianet	Ecuador	NEW9220 NEW9220L PINPAD NEW9310 NEW6260 NEW5310	Soluciones software (Polaris Cloud, Core, Signature, Food, etc.)	Domicilios, comercios con comunicación inalámbrica (4g - wifi) Sweet and coffee (cadena de cafeterías) y reposterías PRIMAX / comercializadora de combustible Grandes superficies - supermercados - autoservicios Kioskos y Parquímetros	58.216
Datafast					18.730
ATC	Bolivia				35.044
Linkser					26.737
Bancard	Paraguay				
GELSA	Colombia	Sunmi T2 K2 Q2	Soluciones software (Polaris Cloud)	Baloto Casa de apuesta Super Giros	10.000

Fuente: Elaborada por el autor.

Es por esto, que este objetivo permite identificar a través de sistemas de estudio de mercado para identificar a los posibles clientes actuales. Esto incluye estudiar los actores con los que contamos, cuál es nuestra posición con ellos y si somos su principal proveedor. Es necesario analizar constantemente las ofertas que realizan nuestros competidores para estar pendientes y ofrecer nuevos servicios. Por un lado, debemos entender a los clientes actuales, y por el otro, estudiar nuevos clientes, es decir, abarcar cada vez más segmentos de mercado, aspirando a clientes que operan en diferentes países de Latinoamérica. Realizando estudios sobre ellos y les presentaremos propuestas con productos y servicios que respondan a sus necesidades, mejorando sus condiciones actuales.

Para lograr esto, es necesario estudiar al cliente: cuántos POS tiene, con qué comercios trabaja y en qué sectores, como hotelería, supermercados, sucursales bancarias, entre otros. Todo esto lo haremos a través de sistemas que faciliten el reconocimiento de los competidores. De hecho, a veces se contratan empresas especializadas en estudios de mercado para conocer la situación de los competidores y cómo se presentan en el mercado.

Tabla 3. Competidores de WPOSS

Competidores	País	Servicios
Verifone	LATAM	software y Venta de equipos POS
Ingenico	LATAM	software y Venta de equipos POS
NEC Corporation	LATAM	software y Venta de equipos POS
Tecnología PAX	LATAM	software y Venta de equipos POS
Ceiba	Colombia	software (Prestación de servicios de desarrollo)
Maxmobile - Urobo	Colombia	software (Prestación de servicios de desarrollo)
Pragna	Colombia	software (Prestación de servicios de desarrollo)

Fuente: Elaborada por el autor.

Es importante conocer el manejo de los POS, identificando cuántos dispositivos poseen y cómo los utilizan, así como sus expectativas. Todo esto nos permitirá brindar soluciones completas, no solo vendiendo terminales, sino también software, soporte técnico, asesoría y repuestos para los equipos POS, ofreciendo una solución integral que vaya más allá de la simple conexión con el cliente potencial, permitiendo la recepción de medios de pago y otras funcionalidades, el conocimiento de la competencia permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing, mejorar sus productos y anticiparse a las tendencias del mercado. Conocer las fortalezas y debilidades de los competidores permite tomar decisiones más informadas y evitar errores costosos (Attewell, 2009).

El mercado de terminales POS en América Latina está mostrando un crecimiento significativo impulsado por la digitalización, el comercio electrónico y el aumento de

transacciones sin efectivo. Según proyecciones, el mercado está creciendo a una tasa anual compuesta (CAGR) del 6,47% y se espera alcanzar un valor de \$11.5 mil millones para 2030. Este crecimiento es atribuido al uso creciente de billeteras móviles, plataformas de pago digital y la implementación de tecnologías en sectores como el comercio minorista (SPER Market Research, 2024)

La idea es que nuestras soluciones incluyan todo lo necesario: desde terminales hasta plataformas de software que optimicen los procedimientos de pago, registro de acciones, soporte y asesoría. El cliente podrá adquirir desde accesorios hasta recambios para los POS, todo lo necesario para operar de manera eficiente. Además, se pretende implementar una plataforma completa que se adapte a las necesidades del cliente

Por tanto, la identificación de oportunidades de expansión no solo se limita a ofrecer productos competitivos, sino que implica construir relaciones sólidas con los clientes, comprendiendo sus necesidades actuales y proyectando soluciones a futuro. Este enfoque nos permitirá consolidarnos en el mercado latinoamericano, atendiendo de manera efectiva a un número creciente de clientes y garantizando que nuestras soluciones de medios de pago se adapten a la evolución del entorno comercial en la región.

Desarrollo Segundo Objetivo: Elaborar sistemas de análisis de precios que permitan relacionar la oferta de productos y servicios de medios de pagos con la rentabilidad y competitividad para los clientes actuales y potenciales.

El segundo objetivo del proyecto se enfoca en realizar análisis de precios a través de simuladores en Excel. Estos simuladores permiten registrar y analizar detalladamente los costos de los productos que maneja WPOSS, este proceso implica el registro de los costos operativos,

como los de fabricación, aduaneros, seguros y fletes de transporte tanto marítimos y aéreo, para tener una visión completa de los gastos asociados a los productos. Este costo varía dependiendo del método de transporte que elija el cliente de los que ofrece la empresa de los cuales se encuentran el EXW, CIF y DDP.

Una vez recopilada toda esta información, que es compartida por el equipo de operaciones se procederá a comparar estos datos con los precios que están ofreciendo nuestros competidores, siempre y cuando se disponga de dicha información. Esta comparación es crucial para determinar cuál será el margen de rentabilidad que ofreceremos al cliente. Dependiendo de la situación competitiva, el margen puede variar generalmente entre el 30% y el 50%, aunque en algunos casos puede superar el 60%. Esto depende, en gran medida, de nuestra capacidad para competir frente a otros proveedores en términos de precio y valor agregado.

El uso de simuladores permite realizar estos cálculos de manera precisa, ajustando los precios según las necesidades del cliente y las condiciones del mercado. Por ejemplo, en el caso de ventas de software el equipo técnico nos brinda una propuesta técnica y cronograma de tareas con las horas que los llevó realizar el proyecto, teniendo esta información el equipo comercial se encarga de realizar el análisis poniendo un precio a la hora que varían entre los 40 y 70 dólares. En estos de análisis para venta se busca tener un margen superior al 50%.

Otro caso de análisis de precios es la venta de plataformas de ecommerce. Los precios, en primera instancia, se determinan por las horas del cronograma que indican el tiempo necesario para crear el proyecto. Además, se realiza un análisis del número de transacciones que se realizan en la plataforma, estableciendo un precio por cada transacción. Este simulador nos puede ayudar a determinar los costos asociados a un número específico de transacciones que el cliente realice para la facturación mensual, teniendo en cuenta también los costos de almacenamiento en

la nube.

Este análisis detallado de costos y precios asegura que podamos ofrecer productos y servicios de medios de pago a precios competitivos, manteniendo un margen de rentabilidad saludable y adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes actuales y potenciales.

Desarrollo Tercer Objetivo: Construir propuestas comerciales orientadas a la satisfacción de las necesidades de los clientes para la adquisición y permanencia en los mercados Latinoamericanos de medios de pago.

La construcción de propuestas comerciales tiene como objetivo satisfacer las necesidades específicas de los clientes, permitiendo su adquisición y permanencia en los mercados latinoamericanos de medios de pago. Este proceso comienza con la identificación detallada de los clientes y sus principales requerimientos, lo que es crucial para entender no solo sus demandas actuales, sino también para anticipar futuras necesidades. A partir de esta información, se realiza un análisis de la oferta de productos y servicios que podemos ofrecer, adaptando nuestras soluciones a las particularidades de cada cliente. Con base en este análisis, se elaboran propuestas comerciales que buscan cubrir esas necesidades específicas y garantizar una oferta integral que refuerce la relación comercial.

Una vez identificadas estas necesidades, se elabora una propuesta comercial que no solo se limita a ofertar productos como terminales POS, sino que incluye una solución integral que abarca todos los componentes y servicios asociados a las plataformas de medios de pago. En la propuesta se detalla cómo funcionan los recursos, para qué están diseñados y cómo se integran con las plataformas existentes, asegurando que el cliente tenga una comprensión completa y clara de los beneficios que recibirá. Esta claridad es fundamental para que el cliente pueda valorar

mejor la oferta y tomar una decisión informada.

Otro aspecto clave de las propuestas comerciales es su flexibilidad financiera. Se incluyen alternativas de financiamiento, como los cupos de crédito, que pueden ajustarse según la situación económica del cliente, ya sea mediante pagos mensuales, trimestrales o a plazos más largos como seis meses. Esto permite ofrecer una solución no solo desde el punto de vista técnico, sino también financiero, asegurando que el cliente pueda mantener su liquidez mientras accede a las soluciones propuestas.

Además, las propuestas comerciales actúan como un contrato entre el cliente y nosotros como proveedores, estableciendo claramente los términos y condiciones de la relación comercial, lo que refuerza la confianza y garantiza la estabilidad de la transacción.

Este enfoque asegura que las propuestas comerciales no solo cubran las necesidades actuales, sino que también promuevan la permanencia del cliente en el mercado latinoamericano de medios de pago, reforzando su lealtad a través de soluciones personalizadas y un apoyo continuo.

9. Presentación de aspectos administrativos.

Cronograma

Tabla 4. Cronograma de Actividades

MESES	AGO	SEP				OCT				NOV				DIC		
SEMANA	IV	I	I I	II I	I V	I	I I	II I	I V	I	I I	II I	I V	I	I I	II I
Identificación de la organización																
Análisis del área comercial y estructura organizativa																
Ejecución de rutas estratégicas																
Investigación de mercado LATAM																
Análisis de precios																
Desarrollo de propuestas comerciales																
Evaluación del impacto de las estrategias																
Análisis de los resultados																
Elaboración del informe final																

Mes de Agosto

Semana IV: Durante la primera semana realizo un análisis detallado de WPOSS, su estructura, misión, visión, políticas y valores

Mes de Septiembre

Semana I y II: En las dos primeras semanas de septiembre se describió el organigrama general y del área comercial, funciones y flujos de trabajo dentro de la empresa.

Semana II, III y IV: Se realizo la ejecución de las rutas estratégicas para la expansión de clientes internacionales, con base en el análisis de mercado y propuestas comerciales.

Mes de Octubre

Semanas IV Sep, y I y II Oct: Durante esta semana se llevó a cabo estudio de competidores y tendencias de medios de pago en Colombia, Ecuador y Bolivia para identificar oportunidades de expansión.

Semanas II, III y IV: se procedió a los análisis de precios para productos y servicios de medios de pago, ajustado al mercado de LATAM. en los simuladores y la elaboración de propuestas comerciales orientadas a las necesidades de clientes internacionales, asegurando la consolidación de relaciones comerciales.

Mes de Noviembre

Semanas I y II: Se analizo la efectividad de las rutas estratégicas implementadas en la adquisición de nuevos clientes y la consolidación de los actuales.

Semanas II, III y IV: Se analizo el impacto de las estrategias y concluir el proyecto

Mes de Diciembre:

Semanas I, II y III: Redacción del informe final detallando el impacto de las estrategias implementadas, aprendizajes y recomendaciones.

Plan de Mejoramiento para WPOSS

Capacitación Continua del Equipo Comercial

Es fundamental implementar un programa integral de capacitaciones en WPOSS para fortalecer las habilidades del equipo y optimizar la relación con los clientes. Estas capacitaciones deben abarcar aspectos esenciales como la atención al cliente, con un enfoque en gestionar

consultas y problemas de manera profesional y efectiva, y el dominio de los procesos internos, especialmente en la resolución de problemas relacionados con las plataformas y servicios reportados por los clientes.

Asimismo, es esencial capacitar al equipo en el uso de herramientas clave como Word, PowerPoint, PowerBI y Excel para la creación de análisis, reportes y propuestas comerciales de alta calidad. Estas aplicaciones permiten estructurar y presentar información de manera clara y profesional, optimizando la comunicación tanto interna como con los clientes. Además, se debe formar al equipo en el manejo de herramientas tecnológicas que faciliten la interacción con los clientes, como Zoom, Teams, Google Meet y otras plataformas similares. Estas capacitaciones deben enfocarse en aspectos como el manejo de funciones avanzadas y estrategias para captar la atención de los asistentes.

Por otra parte, es fundamental implementar cursos orientados al manejo adecuado de la inteligencia artificial, considerando que esta tecnología es una de las herramientas clave utilizadas por el área comercial para identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, así como para desarrollar técnicas de ventas más efectivas. Según (Powell, 2024) Al Incorporar este tipo de formación no solo mejorará la eficiencia operativa, sino que también fortalecerá la capacidad del equipo comercial para construir relaciones más sólidas con los clientes, maximizando las oportunidades de negocio.

Desarrollo de un Plan de Retención de Talento

Reducir la alta rotación de personal y conservar el conocimiento acumulado.

Realizar encuestas para evaluar la satisfacción laboral y detectar áreas de mejora.

Ofrecer mejoras salariales y beneficios atractivos para fomentar la permanencia.

Implementar un programa de reconocimiento para motivar al equipo.

Análisis de Precios y Estudio de Mercado

Aumentar la competitividad de la oferta de productos y servicios.

Utilizar simuladores en Excel para registrar costos y comparar precios con competidores.

Realizar estudios de mercado trimestrales para identificar nuevas oportunidades y tendencias.

Ajustar la oferta de productos basándose en los resultados de los análisis de mercado.

Estrategia de Marketing Digital

Aumentar la visibilidad de WPOSS en Latinoamérica y atraer nuevos clientes.

Para incrementar la visibilidad de WPOSS, es fundamental crear y gestionar campañas de marketing en redes sociales para promocionar productos y servicios. Asimismo, contenido de valor que resalte su experiencia en medios de pago, esto incluye publicaciones en redes sociales sobre casos de éxito, videos explicativos y artículos técnicos que posicionen a la empresa como líder en el sector. Además, implementar una estrategia sólida en redes como LinkedIn, Twitter e Instagram, utilizando campañas pagadas para llegar a tomadores de decisiones clave en Latinoamérica. El marketing digital es altamente beneficioso para las organizaciones, ya que mejora la eficiencia en la comunicación con los clientes y facilita la segmentación de mercados (Núñez Cudriz & Miranda Corrales, 2020)

Participar en eventos estratégicos es una excelente oportunidad permite a WPOSS mostrar sus productos y servicios, conectarse con ejecutivos clave y destacar el valor de sus soluciones tecnológicas. Estos espacios son ideales para presentar innovaciones en dispositivos POS, realizar demostraciones en vivo y ofrecer charlas que respondan a las necesidades del mercado.

Elaboración de Propuestas Comerciales Personalizadas

Satisfacer las necesidades específicas de los clientes y fomentar la adquisición y retención

Realizar un análisis exhaustivo de las necesidades de cada cliente antes de elaborar propuestas, incluyendo en las propuestas soluciones integrales que aborden no solo productos, sino también servicios adicionales como soporte técnico y asesoría.

Ofrecer opciones de financiamiento flexible para facilitar la adquisición. es fundamental evaluar la situación financiera de cada cliente, considerando su liquidez y flujo de efectivo. Esto permitirá definir cupos de crédito adecuados que beneficien a ambas partes. Por ejemplo, se podrían ofrecer plazos de hasta 360 días para algunos clientes, mientras que otros, dependiendo de su perfil, recibirían opciones de pago en cuotas mensuales del 30 al 40% del valor total de la compra. Asimismo, se puede establecer un tope de crédito que garantice la salud financiera de la empresa, asegurando que los clientes no superen el límite de compras sin cumplir con los pagos acordados.

Al ofrecer soluciones personalizadas, basadas en el análisis de su comportamiento y necesidades, se fomenta no solo la adquisición de nuevos clientes, sino también la fidelización de

los actuales, posicionando a WPOSS como un aliado estratégico y confiable en el competitivo mercado de medios de pago.

Evaluación y Ajuste de Estrategias

Asegurar la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes según sea necesario.

Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el impacto de las estrategias.

Realizar revisiones trimestrales del rendimiento comercial y de la satisfacción del cliente.

Ajustar las estrategias en función de los resultados y del feedback recibido de los clientes y el equipo.

10. Lecciones aprendidas

Estudio constante de competidores y clientes:

El análisis continuo del mercado y la competencia es fundamental para identificar nuevas oportunidades de expansión en LATAM. Esto permite ajustar las soluciones de medios de pago y captar nuevos segmentos de clientes, diversificando la oferta para satisfacer necesidades específicas y anticipar cambios en el mercado.

Optimización del análisis de precios:

Utilizar simuladores para analizar precios y costos garantiza una estrategia comercial competitiva. Comparar costos operativos con los precios del mercado nos permite ajustar márgenes de rentabilidad, asegurando que la empresa mantenga una posición sólida frente a los

competidores y ofrezca precios atractivos para los clientes actuales y potenciales.

Desarrollo de soluciones tecnológicas integrales:

En el contexto de la creciente digitalización en LATAM, la oferta de WPOSS debe ir más allá de terminales POS y enfocarse en soluciones completas, que incluyan software, soporte técnico y actualizaciones. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que asegura una mayor lealtad y permite a la empresa adaptarse a las tendencias tecnológicas en medios de pago.

Flexibilidad en las propuestas comerciales:

Las propuestas comerciales deben ajustarse no solo a las necesidades técnicas del cliente, sino también a su capacidad financiera. Ofrecer condiciones de pago flexibles, como opciones de crédito, permite a WPOSS establecer relaciones a largo plazo, facilitando la adquisición y retención de clientes en diferentes mercados.

Capacitación continua del equipo comercial:

La formación constante del equipo comercial es clave para ejecutar de manera eficiente las rutas estratégicas, mejorar la atención al cliente y asegurar que los procesos internos se alineen con las necesidades del mercado. Esta preparación contribuye directamente a un mejor manejo de las herramientas tecnológicas y al fortalecimiento de las relaciones con los clientes.

En conclusión, el proyecto permitió comprender la importancia de una estrategia comercial bien estructurada en el mercado de medios de pago en LATAM. Identificar nuevas oportunidades y analizar precios competitivos son pilares que facilitan la expansión. Además, ofrecer propuestas comerciales integrales y flexibles fortalece las relaciones con los clientes, mientras que la capacitación continua del personal garantiza un mejor manejo de las

herramientas tecnológicas y comerciales. Estas acciones, alineadas con las tendencias del mercado, ayudarán a WPOSS a consolidarse en la región, mejorando la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

11. Presupuesto para el desarrollo del de mejoramiento

Tabla 5. Presupuesto

Presupuesto de Personal y Gastos Operativos de WPOSS				
Categoría	Descripción	Cantidad de Personal	Costo Unitario (COP)	Costo Total (COP)
Key Account Manager	Salario mensual del equipo comercial	5	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000
Country Manager	Salario mensual del equipo comercial	3	\$ 2.500.000	\$ 7.500.000
Gerente de Nuevos Negocios	Salario mensual de altos ejecutivos	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Gerentes	Salario mensual de gerencia general	3	\$ 5.000.000	\$ 15.000.000
Viáticos - Ejecutivos	Gastos de hospedaje, alimentación y otros	4	\$ 4.000.000	\$ 16.000.000
Transporte - Ejecutivos	Transporte aéreo y terrestre para negociaciones	4	\$ 6.000.000	\$ 24.000.000
TOTAL				\$ 76.000.000

Fuente: Elaborada por el autor.

12. Referencias Bibliográficas

Albarrán Bencomo , J. R. (2022). Pasantías como desarrollo de competencias digitales. Vislumbradodesde los actores sociales en la ETC Madre Rafols. *Revista Electrónica Científico-Técnica*, 16(2).

Attewell, P. (2009). ¿Qué es una competencia? *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (16), 21-43.

Carvajal Mendoza, V. A., & Alvarez Tituano, V. F. (2021). Análisis de la implementación de estrategias de marketing digital como factor de éxito en el sector manufacturero alimenticio en el Cantón Portoviejo. *593 Digital Publisher CEIT*, 333-345.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Mc Graw Hill.

Da Silva, D. (23 de Febrero de 2024). *Zendesk*. Obtenido de Funciones del departamento comercial: conoce y optimiza a tu equipo:
<https://www.zendesk.es/blog/funciones-departamento-comercial/>

Di Meglio, G., Barge-Gil, A., Camiña, E., & Moreno, L. (2019). EL IMPACTO DE LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS EN LA INSERCIÓN LABORAL: UN ANÁLISIS APLICADO A LOS GRADOS DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS. *Educación XX1: revista de la Facultad de Educación.*, pp. 235-266.

Lázaro-Marcé, J., Gutiérrez-Aragón, Ó., & Fondevila-Gascón, J.-F. (2021). Influencia de la colaboración entre las áreas de ventas y marketing en los resultados de las empresas en un entorno de orientación al mercado. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, (2), 44-63.

Núñez Cudriz , E. C., & Miranda Corrales, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30).

Pinzon Plaza, V. (2016). Aprendizaje experiencial como apuesta educativa. *Negonotas Docentes*, (6), 55-61.

Powell, M. (2024). *Docebo*. Obtenido de La capacitación continua y sus beneficios: <https://www.docebo.com/es/learning-network/blog/capacitacion-continua-de-empleados-y-sus-beneficios/>

Sánchez de Mantrana, M. (2005). El aprendizaje en contextos laborales reales: el caso de las pasantías de los estudiantes universitarios. *Educere*, 9(30), 345-357.

SPER Market Research. (2024). *Análisis de tendencias, tamaño y crecimiento del mercado de terminales de punto de venta (POS) en América Latina (por componente y por implementación): perspectivas regionales, estrategias competitivas y pronóstico de segmentos hasta 2033*. Obtenido de <https://www.sperresearch.com/report-store/latin-america-point-of-sale-terminal-market.aspx>

World Pos Solutions. (2021). Obtenido de <https://www.wposs.com/quienes-somos/>

World Pos Solutions. (2024). Obtenido de
<https://procesocomercial.wixsite.com/world-pos-solutions/about-3>

WPOSS. (2021). *World Pos Solutions*. Obtenido de <https://www.wposs.com/>

[GOVCO](#)
[El Estado tiene por qué ser abierto | cómo se conoce a GOVCO](#)
[Métodos y Herramientas](#)
[Participación](#)
[Proyectos](#)

Proyecto

Nahún Emiro Paredes

Tipo de proyecto
Investigación, desarrollo e innovación

Título del proyecto
Ejecución de Rutas estratégicas Comerciales para la Adquisición y Consolidación de WPOSS en el Mercado Latinoamericano de Medios de Pago.

Fecha de inicio
Agosto 2024

Fecha de fin
Diciembre 2024

Código del proyecto SIGR/Código entidad financiadora
No registrado

Resumen

Este proyecto se basó en la Ejecución de Rutas Estratégicas Comerciales para la Adquisición y Consolidación de WPOSS en el Mercado Latinoamericano de Medios de Pago. Su objetivo principal es identificar oportunidades de expansión, fortaleciendo la relación con los clientes y mejorando la competitividad de la empresa en un entorno dinámico. Para ello, se implementará una metodología que incluye un análisis exhaustivo de las necesidades del cliente, así como estudios de mercado y de precios que permitan adaptar la oferta de productos y servicios a las expectativas del mercado. Los resultados esperados abarcan un aumento en la satisfacción del cliente mediante propuestas personalizadas y la retención de talento, que minimizará la rotación de personal. Además, se busca incrementar la visibilidad de WPOSS en el mercado mediante estrategias de marketing digital y establecer alianzas estratégicas que faciliten la entrada en nuevos mercados, consolidando así su posición competitiva. En conclusión, este proyecto propone un enfoque integral para fortalecer la presencia de WPOSS en el mercado de medios de pago en Latinoamérica. A través de la implementación de estrategias efectivas y un profundo entendimiento de las necesidades de los clientes, se espera no solo mejorar la competitividad de la empresa, sino también establecer relaciones duraderas que impulsen su crecimiento y sostenibilidad en la región. La ejecución exitosa de estas iniciativas permitirá a WPOSS adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y consolidar su liderazgo en el sector. Palabras claves: Comercial, Terminal, Medios de Pago, Software y Redes de Pagos.

Para actualizar la información de un proyecto tenga en cuenta:

1. Usted debe ser el Investigador principal
2. Es necesario incluir la información de financiación, si aplica. Para esto si en la Información del proyecto dice que es un proyecto solidario, por favor desvincule la Institución que tenga registrada, de este modo el sistema le permitirá ingresar toda la información que Hicencias solicita para los proyectos.
3. Si la financiación es interna solo debe ingresar una institución participante.

A continuación puede registrar los demás integrantes del proyecto

Integrantes del proyecto [Vincular integrante]	Tipo de participación	Editar
Integrante Nahún Emiro Paredes Bayona	Investigador principal	Editar
Instituciones vinculadas al proyecto [Vincular institución] Institución financiadora UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR-SECCIONAL AGUACHICA	Tipo de participación Ejecutora	Editar Desvincular

Producción Ciel resultado del proyecto o programa [\[Vincular producción \]](#)

No ha vinculado producción Ciel resultado del proyecto.

Repositorio

Anexo 2.

Informe de originalidad de software anti plagio en Turnitin.

mary			
INFORME DE ORIGINALIDAD			
6%	6%	0%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
FUENTES PRIMARIAS			
1	repositorio.unicesar.edu.co Fuente de Internet	3%	
2	repositorioinstitucional.ufpso.edu.co Fuente de Internet	1%	
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%	
4	prestamart.com Fuente de Internet	<1%	
5	repository.itekes-bali.ac.id Fuente de Internet	<1%	
6	moam.info Fuente de Internet	<1%	
7	pdfcookie.com Fuente de Internet	<1%	
8	emm.newsbrief.eu Fuente de Internet	<1%	