

 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigilada MinEducación	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Documento F-AC-DBL-007	Código 08-07-2021	Fecha B
	Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO	Pág. 1(79)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Cristian Humberto Suárez Sánchez		
FACULTAD	Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Tecnología en Gestión Comercial y Financiera		
DIRECTOR	Jorge Adid Parra Alvernia		
TÍTULO DE LA TESIS	Apoyo administrativo al área comercial de la empresa Wposs, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, para el fortalecimiento de sus procesos internos.		
TITULO EN INGLES	Administrative support to the commercial area of the company Wposs, in the municipality of Ocaña, Norte de Santander, to strengthen its internal processes.		
RESUMEN (70 palabras)			
Esta pasantía se enfoca en el apoyo administrativo al área comercial para fortalecer procesos internos del área comercial de la empresa WPOSS, en el cual se basa en realizar un diagnóstico inicial, se definen objetivos y se desarrollan actividades planificadas. Se destacan el uso de Power BI para mejorar la toma de decisiones y la propuesta de un programa de formación para el personal de ventas, enfocado en habilidades blandas.			
RESUMEN EN INGLES			
This internship focuses on administrative support to the commercial area to strengthen internal processes of the commercial area of the WPOS company, which is based on making an initial diagnosis, defining objectives and developing planned activities. The use of Power BI to improve decision making and the proposal of a training program for sales staff, focused on soft skills, stand out.			
PALABRAS CLAVES	Apoyo administrativo, Área comercial, Habilidades blandas, Análisis de datos, Clientes, Competencia, Mercado.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Administrative support, Commercial area, Soft skills, Data analysis, Clients, Competition, Market.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 79	PLANOS: 3	ILUSTRACIONES: 29	CD-ROM:

Apoyo administrativo al área comercial de la empresa WPOSS, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, para el fortalecimiento de sus procesos internos

Cristian Humberto Suárez Sánchez

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de

Paula Santander Ocaña

Tecnología en Gestión Comercial y Financiera

Esp. Jorge Adid Parra Alvernia

02 de octubre del 2024

Índice

Capítulo 1. Apoyo administrativo al área comercial de la empresa WPOSS, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, para el fortalecimiento de sus procesos internos	11
1.1. Descripción breve de la empresa.....	11
1.1.1. Misión	12
1.1.2. Visión.....	12
1.1.3. Objetivos de la empresa	12
1.1.4. Descripción de la estructura organizacional	13
1.1.5. Descripción de la dependencia.....	13
1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	14
1.2.1. Planteamiento del problema.....	16
1.3. Objetivos	18
1.3.1. Objetivo General	18
1.3.2. Objetivos Específicos.....	18
1.4. Descripción de las actividades a desarrollar	19
1.5. Cronograma de actividades	20
Capítulo 2. Marco Referencial.....	21
2.1. Enfoque conceptual	21
2.1.1. Tecnológico.....	21
2.1.2. Tendencias del Mercado	21

2.1.3.	Competencia y Colaboraciones.....	21
2.1.4.	Regulaciones y Cumplimiento	22
2.1.5.	Perspectivas Futuras.....	22
2.1.6.	Hardware POS	23
2.1.7.	Software POS.....	23
2.1.8.	Servicios relacionados	23
2.1.9.	Innovación Tecnológica.....	24
2.1.10.	Personalización.....	24
2.1.11.	Facilidad de Uso.....	24
2.1.12.	Ventas.....	25
2.1.13.	Marketing.	25
2.1.14.	Atención al cliente.....	25
2.1.15.	Desarrollo de productos o servicios.	25
2.1.16.	Análisis de datos.....	26
2.2.	Enfoque legal.....	26
Capítulo 3.	Resultados	30
3.1.	Presentación de resultados	30
3.1.1.	Asistencia en los procesos organizacionales para el mejoramiento del área comercial.....	30

3.1.2. Apoyo logístico para la búsqueda y generación de resultados en diferentes plataformas.....	36
3.1.3. Proponer un plan de capacitación para el fortalecimiento de las habilidades blandas de los colaboradores del área comercial	39
Capítulo 4. Diagnóstico final	64
Capítulo 5. Conclusiones	65
Capítulo 6. Recomendaciones.....	66
Referencias.....	67
Apéndice	69

Lista de tablas

Tabla 1	Matriz DOFA WPOSS.....	14
Tabla 2	Descripción de actividades	19
Tabla 3	Cronograma de actividades WPOSS	20

Lista de figuras

Figuras 1	Logotipo WPOSS	11
Figuras 2	Organigrama WPOSS	13
Figuras 3	Catálogo de productos WPOSS	31
Figuras 4	Catálogo de servicios WPOSS.....	31
Figuras 5	Clientes WPOSS	33
Figuras 6	Análisis de la competencia	34
Figuras 7	Análisis de la competencia	34
Figuras 8	Herramienta Power BI	36
Figuras 9	Búsquedas en LinkedIn.....	37
Figuras 10	Elaboración de organigrama	38
Figuras 11	Elaboración del instrumento	40
Figuras 12	Aplicación de la encuesta	41
Figuras 13	Aplicación de la encuesta	42
Figuras 14	Rango de edad.....	43
Figuras 15	Género.....	44
Figuras 16	Nivel educativo	45
Figuras 17	Comunicación	46
Figuras 18	Trabajo en equipo	47
Figuras 19	Resolución de problemas	48
Figuras 20	Adaptabilidad.....	49
Figuras 21	Empatía	50
Figuras 22	Gestión del tiempo.....	51

Figuras 23 Iniciativa	52
Figuras 24 Resiliencia.....	53
Figuras 25 Liderazgo	54
Figuras 26 Autocrítica	55
Figuras 27 Creatividad.....	56
Figuras 28 Autoconfianza.....	57
Figuras 29 Elaboración de la propuesta	63

Lista de apéndices

Apéndice A Encuesta 69

Apéndice B Propuesta para el fortalecimiento de habilidades blandas..... 74

Resumen

La pasantía como modalidad de grado es fundamental para facilitar la transición al mundo laboral. Por ello, los estudiantes de otras disciplinas pueden optar por este proceso para mejorar sus conocimientos y apoyar a diversas organizaciones en las labores para así alcanzar los objetivos y metas propuestas por la empresa.

La pasantía realizada en el área comercial de la empresa WPOSS durante el primer semestre del año 2024, se enfocó en apoyar administrativamente al área comercial y fortalecer los procesos internos del equipo comercial. A través de un diagnóstico inicial, se identificaron áreas de mejora y se establecieron objetivos claros. Se implementaron herramientas como Power BI para mejorar la entrega de informes y a su vez optimizar la toma de decisiones, se propuso un programa de formación para el personal de ventas, con énfasis en habilidades blandas. Los resultados obtenidos demuestran un impacto positivo en la eficiencia operativa y en la capacidad del equipo de ventas para enfrentar los desafíos del mercado. Las recomendaciones finales sugieren la continuidad en el uso de tecnologías emergentes y la inversión en programas de capacitación para mantener el crecimiento y la competitividad de WPOSS en el sector.

Introducción

En el primer semestre del año 2024, se realizó una pasantía en el área comercial de la organización WPOSS con el objetivo de brindar y adquirir conocimientos sobre los procesos comerciales. Esta experiencia se centró en el apoyo administrativo al área comercial para fortalecer los procesos internos y mejorar la eficiencia operativa. WPOSS, especializada en soluciones tecnológicas en el ámbito de los puntos de venta (POS), ofrece una amplia gama de productos y servicios adaptados a las necesidades del mercado.

Durante la pasantía, se llevaron a cabo diversas actividades, incluyendo un diagnóstico inicial que determinó los productos y servicios que ofrecen al mercado. Se definieron objetivos específicos y se implementaron herramientas como Power BI para mejorar la entrega de informes y optimizar la toma de decisiones. Además, se propuso un programa de formación para el personal de ventas, centrado en el desarrollo de habilidades blandas. Estas acciones demostraron la capacidad de trabajo y la escucha activa necesaria para fortalecer los procesos internos y generar confianza en la obtención de resultados óptimos.

Capítulo 1. Apoyo administrativo al área comercial de la empresa WPOSS, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, para el fortalecimiento de sus procesos internos

1.1. Descripción breve de la empresa

World POS Solutions es una empresa transnacional con más de dos décadas de experiencia en el desarrollo de soluciones de software y venta de dispositivos electrónicos para medios de pago (Point Of Sale “POS”), impresoras, lectores de códigos de barras, lectores de huella y terminales de punto de venta profesionales.

La empresa cuenta con tres oficinas estratégicamente situadas en Colombia, ubicadas en las ciudades de Bogotá, Bucaramanga y Ocaña; De igual manera hace presencia en distintas ciudades de los países del continente americano, situadas en La Paz (Bolivia), Asunción (Paraguay), Guayaquil (Ecuador) y Miami (Estados Unidos). (WPOSS, 2021)

Figuras 1
Logotipo WPOSS



Nota. Imagen tomada de WPOSS.

1.1.1. 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. (WPOSS, 2021)

1.1.2. Visión

Convertirnos en la primera opción como socio estratégico y tecnológico de nuestros clientes en el mercado de América Latina. (WPOSS, 2021)

1.1.3. Objetivos de la empresa

Ser líderes en el desarrollo de soluciones comerciales, enfocándose en proteger las inversiones de los clientes, garantizando sus equipos con seguridad y tecnología avanzada que satisfagan sus necesidades, brindando un seguimiento continuo del ámbito comercial y técnico, y con un excelente servicio, procesos de certificación, consultoría. y soporte técnico. (WPOSS, 2021)

1.1.4. Descripción de la estructura organizacional

Figuras 2
Organigrama WPOSS



Nota. Información suministrada por la empresa e imagen elaborada por el autor.

1.1.5. Descripción de la dependencia

El área comercial de la empresa World POS Solutions está conformada actualmente por 14 personas debidamente jerarquizadas, ocupando los cargos de business development manager (gerente de desarrollo de negocios), el cual se encarga de identificar oportunidades de crecimiento, desarrollar estrategias efectivas para capitalizar esas oportunidades evaluando el entorno; business development analyst (analista de desarrollo de negocios), se ocupa en apoyar estrategias de crecimiento y expansión, evaluando oportunidades y proporcionando análisis de

mercado; country manager (gerente de país), es el que asume el liderazgo y gestiona las operaciones de la empresa específicamente en un país; key account manager (ejecutivo de cuentas clave), es el responsable de gestionar relaciones con clientes clave maximizando su valor, garantizando su satisfacción y fidelidad.

Estos puestos de trabajo despliegan un conjunto integral de funciones destinadas a supervisar y dirigir las actividades asociadas con la comercialización; preventa y postventa de productos y/o servicios; revisión y análisis de los clientes, la competencia y ventas; elaboración de propuestas comerciales; actualización del kardex. Este departamento desempeña un papel crucial en el crecimiento y la sostenibilidad de la organización.

La misión fundamental del área comercial radica en la generación de ingresos y el incremento de la rentabilidad a través de la fidelización y captación de clientes, el fortalecimiento de relaciones comerciales y la optimización de procesos. Esta área constituye el motor impulsor que conecta la oferta de la empresa con las necesidades y demandas del mercado, asegurando así su competitividad y éxito a largo plazo.

1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1
Matriz DOFA WPOSS

Matriz DOFA WPOSS	Fortalezas	Debilidades
Ocaña	F1: Personal de la empresa muy joven.	D1: Ubicación geográfica de la matriz.

	F2: Aplicación de políticas comerciales. F3: Estabilidad laboral. F4: Tecnología avanzada. F5: Habilidades duras en los empleados.	D2: La empresa no posee reconocimiento a nivel de marca. D3: El espacio de trabajo para cada persona es muy reducido. D4: Escasez de talento clave. D5: Débil presencia en el marketing digital.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
O1: Ingreso a la empresa sin experiencia laboral. O2: Expansión en el mercado nacional e internacional. O3: Sedes a nivel nacional e internacional. O4: Alianzas estratégicas con empresas o instituciones. O5: Lograr certificaciones ISO para una mejor posición en el mercado.	F1-O1: Aprovechando la juventud y la energía del personal, la empresa puede invertir en su desarrollo profesional y brindar oportunidades de crecimiento, permitiendo que ingresen a la empresa sin experiencia laboral. F4-O4: Con la tecnología avanzada, la empresa puede buscar alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones que complementen su experiencia tecnológica o les permitan acceder a nuevos mercados o recursos. F5-O5: Las habilidades duras de los empleados pueden contribuir a la implementación efectiva de sistemas de gestión de calidad requeridos para obtener certificaciones ISO. Esto puede mejorar la credibilidad de la empresa en el mercado y abrir nuevas oportunidades de negocio.	D2-O4: Al asociarse con otras empresas o instituciones reconocidas, la empresa puede aprovechar su reputación y reconocimiento de marca para aumentar su visibilidad y credibilidad en el mercado. D4-O5: Obtener certificaciones ISO puede mejorar la credibilidad y la reputación de la empresa en el mercado, lo que puede ayudar a compensar la débil presencia en marketing digital y mejorar su posición competitiva tanto a nivel nacional como internacional. D5-O2: Al expandir las operaciones, la empresa puede implementar estrategias de marketing digital efectivas para aumentar su visibilidad y llegar a nuevos clientes tanto a nivel nacional como internacional, compensando así la debilidad de su presencia actual en este ámbito.

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
A1: Instalaciones o planta física. A2: Alta competencia nacional e internacional. A3: Alta rotación del personal interno. A4: Sobrecarga laboral. A5: Inexistencia en el desarrollo de habilidades blandas.	F1-A3: Ofrecer programas de desarrollo profesional y mentoría puede ayudar a aumentar la retención de empleados jóvenes, mitigando así el problema de la alta rotación del personal. F2-A2: Al optimizar las políticas comerciales, la empresa puede diferenciarse en un mercado altamente competitivo, lo que le permite destacar entre la competencia tanto nacional como internacional. F5-A6: Al desarrollar habilidades técnicas en los empleados, también se pueden incorporar programas para mejorar las habilidades blandas, lo que fortalecerá el equipo para enfrentar los desafíos del entorno laboral.	D2-A2: Reforzar la presencia de la marca a través de campañas de branding y marketing puede ayudar a la empresa a diferenciarse en un mercado altamente competitivo y a mejorar su posición frente a la competencia. D4-A3: Implementar programas de reclutamiento y retención de talento puede ayudar a contrarrestar la alta rotación del personal interno al atraer y mantener a los empleados clave en la empresa. D5-A6: Invertir en estrategias de marketing digital y capacitar al equipo en habilidades blandas relacionadas con el marketing puede ayudar a mejorar la presencia en línea de la empresa y a desarrollar habilidades necesarias para competir en un entorno digital.

Nota. Tabla elaborada por el autor.

1.2.1. Planteamiento del problema

En el actual entorno empresarial, caracterizado por una competencia fuerte y una constante evolución del mercado, la empresa World POS Solutions se encuentra ante el desafío crucial de mantener e incrementar sus ingresos y rentabilidad. No obstante, el equipo comercial

enfrenta limitaciones significativas debido a la carencia de estrategias efectivas para expandirse en el mercado.

Asimismo, la ausencia de un análisis de datos impide una comprensión a fondo sobre el comportamiento de los clientes y de las tendencias del mercado, lo que dificulta la toma de decisiones informadas. En este contexto, la problemática reside en la necesidad de proponer soluciones innovadoras y eficaces que fortalezcan el área comercial, posibilitando una identificación más precisa de oportunidades, una mejora en las estrategias de venta, una atención personalizada al cliente y un mayor fortalecimiento de las habilidades comerciales. (Madurga López, 2022)

En un esfuerzo para optimizar la eficiencia operativa y promover un ambiente de trabajo más dinámico y efectivo en la empresa WPOSS, en esta pasantía se propone asistir en los procesos organizacionales relacionados con el área comercial, lo que implica un compromiso con el aprendizaje continuo. Además, se ofrece apoyo logístico para la búsqueda y generación de resultados en diferentes plataformas, para alcanzar los objetivos comerciales de manera efectiva.

Por otro lado, se sugiere la implementación de un plan de capacitación destinado a fortalecer las habilidades blandas de los colaboradores de la empresa. Este plan tiene como objetivo proporcionarles las herramientas necesarias para desenvolverse de manera óptima en un entorno laboral dinámico y competitivo. Así, se busca no solo mejorar la calidad del trabajo realizado, sino también fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y proactivo que contribuya al crecimiento sostenible de la organización.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Apoyar administrativamente al área comercial de la empresa WPOSS, del municipio de Ocaña, Norte de Santander para el fortalecimiento de sus procesos internos.

1.3.2. Objetivos Específicos

Asistir en los procesos organizacionales para el mejoramiento del área comercial.

Brindar apoyo logístico para la búsqueda y generación de resultados en diferentes plataformas.

Proponer un plan de capacitación para el fortalecimiento de las habilidades blandas de los colaboradores de la empresa WPOSS.

1.4. Descripción de las actividades a desarrollar

Tabla 2

Descripción de actividades

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
Apoyar administrativamente al área comercial de la empresa WPOSS, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, para el fortalecimiento de sus procesos internos.	Asistir en los procesos organizacionales para el mejoramiento del área comercial.	• Diagnosticar los productos y servicios que oferta la empresa. • Analizar clientes y la competencia. • Ejecutar la herramienta Microsoft Power BI.
	Brindar apoyo logístico para la búsqueda y generación de resultados en diferentes plataformas.	• Realizar de búsquedas en la red social LinkedIn. • Elaborar organigramas de los clientes externos.
	Proponer un plan de capacitación para el fortalecimiento de las habilidades blandas de los colaboradores del área comercial.	• Diagnosticar mediante una encuesta • Elaborar instrumento • Aplicar la encuesta • Realizar la tabulación y análisis de los datos • Construir la propuesta del plan de capacitación para fortalecer las habilidades blandas.

Nota. Tabla elaborada por el autor.

1.5. Cronograma de actividades

Tabla 3

Cronograma de actividades WPOSS

Actividades	Tiempo (semanas)															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Diagnosticar los productos y servicios que oferta la empresa.	X															
Analizar clientes y la competencia.		X														
Ejecutar la herramienta Microsoft Power BI.			X	X												
Realizar de búsquedas en la red social LinkedIn.					X	X										
Elaborar organigramas de los clientes externos.						X	X									
Diagnosticar mediante una encuesta								X	X							
Elaborar instrumento.									X							
Aplicar la encuesta.										X	X	X				
Realizar la tabulación y análisis de la información.												X	X	X		
Construir la propuesta del plan de capacitación para fortalecer las habilidades blandas.															X	X

Nota. Tabla elaborada por el autor.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1. Enfoque conceptual

2.1.1. Tecnológico

En un mundo cada vez más digitalizado, ha cambiado la forma en que la gente compra cosas. Las nuevas tecnologías como la computación en la nube, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial han mejorado los sistemas POS al brindarles funciones como predecir lo que quieren los clientes, realizar un seguimiento del inventario en tiempo real y hacer que los clientes se sientan especiales. (POS Colombia, 2023)

2.1.2. Tendencias del Mercado

Las soluciones POS son cada vez más populares porque las empresas quieren trabajar más rápido, conectarse con otros sistemas y vender en línea. Debido a la pandemia de COVID-19, cada vez más personas utilizan soluciones POS en la nube y pagos sin contacto. Esto significa que los proveedores de tecnología como WPOS tienen que enfrentarse a nuevos problemas y posibilidades. (Oliver, 2023)

2.1.3. Competencia y Colaboraciones

WPOSS opera en un mercado altamente competitivo, compitiendo con empresas establecidas y nuevas empresas emergentes en el espacio de soluciones POS. Sin embargo, la

compañía ha establecido asociaciones estratégicas con proveedores de hardware, desarrolladores de software y empresas de procesamiento de pagos para ofrecer soluciones integrales y maximizar su alcance global. (WPOSS, 2021)

2.1.4. Regulaciones y Cumplimiento

La industria de los sistemas POS en Colombia está sujeta a una variedad de regulaciones (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones “MinTIC”, Comisión de Regulación de Comunicaciones “CRC” y la Superintendencia Financiera de Colombia “SFC”) y estándares de seguridad, especialmente en lo que respecta al procesamiento de pagos y la protección de datos del cliente. WPOSS se compromete a cumplir con todas las normativas relevantes, como el Estándar de Seguridad de Datos de la Industria de Tarjetas de Pago (PCI DSS), y trabaja continuamente para mejorar la seguridad y la privacidad de sus soluciones. (Toku, 2024)

2.1.5. Perspectivas Futuras

A medida que la tecnología continúa evolucionando y las necesidades de los clientes cambian, WPOSS se enfoca en la innovación y el desarrollo de nuevas funcionalidades para mantenerse a la vanguardia de la industria. Se espera que la empresa siga expandiendo su presencia global, aprovechando las oportunidades emergentes en mercados en desarrollo y diversificando su cartera de productos y servicios. (FasterCapital, 2024)

2.1.6. *Hardware POS*

WPOSS ofrece una variedad de dispositivos de hardware, como terminales de punto de venta, lectores de tarjetas de crédito, impresoras de recibos y escáneres de códigos de barras. Estos dispositivos están diseñados para ser duraderos, rápidos y fáciles de usar en entornos comerciales. (WPOSS, 2021)

2.1.7. *Software POS*

La empresa desarrolla software de punto de venta personalizable y escalable que se adapta a las necesidades específicas de diferentes industrias y tipos de negocios. Este software permite a los comerciantes procesar transacciones, gestionar inventarios, generar informes de ventas, administrar empleados y clientes, entre otras funciones. (WPOSS, 2021)

2.1.8. *Servicios relacionados*

Además de hardware y software, WPOSS ofrece una gama de servicios relacionados, como instalación, capacitación, soporte técnico y actualizaciones de software. Estos servicios están diseñados para garantizar que los clientes puedan implementar y mantener sus soluciones POS de manera efectiva y sin problemas. (WPOSS, 2021)

2.1.9. Innovación Tecnológica

WPOSS se compromete a la innovación continua, desarrollando soluciones POS que aprovechan las últimas tecnologías, como la computación en la nube, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial, para brindar funcionalidades avanzadas y mejorar la eficiencia operativa. (WPOSS, 2021)

2.1.10. Personalización

Reconociendo que cada negocio tiene necesidades y requisitos únicos, WPOSS ofrece soluciones personalizadas que pueden adaptarse para satisfacer las demandas específicas de diferentes industrias, tamaños de empresa y modelos de negocio. (WPOSS, 2021)

2.1.11. Facilidad de Uso

La usabilidad es una prioridad para WPOSS. Sus soluciones están diseñadas con una interfaz intuitiva y amigable que permite a los usuarios aprender rápidamente y realizar sus tareas diarias con eficiencia, minimizando errores y aumentando la productividad. (WPOSS, 2021)

2.1.12. Ventas.

Un equipo de ventas es crucial en el mundo empresarial. Estos profesionales son responsables de contactar clientes potenciales, celebrar acuerdos de venta, negociar términos y garantizar la satisfacción del cliente. (Da Silva, 2022)

2.1.13. Marketing.

El departamento de marketing se encarga de promocionar los productos o servicios de la empresa. Esto incluye investigación de mercado, desarrollo de estrategias publicitarias, manejo de redes sociales, organización de eventos y diseño de materiales promocionales. (HubSpot, 2024)

2.1.14. Atención al cliente.

Este departamento se encarga de resolver las consultas, quejas o reclamaciones de los clientes. La atención al cliente juega un papel crucial en la fidelización de los clientes y en la reputación de la empresa. (Blog de Zendesk, 2024)

2.1.15. Desarrollo de productos o servicios.

En algunos casos, el área comercial también puede estar involucrada en el desarrollo de nuevos productos o servicios. Esto implica identificar oportunidades de mercado, realizar

estudios de viabilidad y colaborar con otros departamentos para llevar a cabo la producción y lanzamiento de nuevos productos. (Bara, 2016)

2.1.16. Análisis de datos.

Cada vez más, el área comercial utiliza herramientas de análisis de datos para comprender mejor el comportamiento de los clientes, identificar tendencias de mercado y tomar decisiones más informadas. (USELLERS, 2023)

2.2. Enfoque legal

La constitución política de Colombia de 1991 en su artículo 15 dice que:

Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas (Asamblea Nacional Constituyente, 1991. Artículo 15).

La constitución política de Colombia establece que “la ley regulará el control de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991. Artículo 78).

La ley dice:1480 por medio de la cual se expide el estatuto al consumidor dice que:

Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a:

1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.
3. La educación del consumidor.
4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.
5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia (Congreso de la República, 2011. Artículo 1).

La ley 1480 por medio de la cual se expide el estatuto al consumidor dice que:

Sin perjuicio de lo establecido en el literal b) del artículo 2o de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de

datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios (Congreso de la República, 2011. Artículo 49).

El decreto 1165 por el cual se dictan disposiciones relativas al régimen de aduanas dice:

Los bienes resultantes de la transformación, procesamiento o manufactura industrial deberán destinarse en su totalidad a la exportación en la oportunidad que hubiere señalado la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Los exportadores deberán entregar a la aduana con la periodicidad que establezca dicha entidad, un informe del desarrollo de sus operaciones de importación y exportación, identificando las declaraciones que hubieren tramitado durante el periodo correspondiente y los saldos iniciales y finales de materias primas, insumos, productos en proceso y bienes terminados.

Cuando el exportador realice operaciones de importación temporal para procesamiento industrial, deberá acreditar la contratación de una firma de auditoría que certifique las operaciones tributarias, cambiarias y de comercio exterior realizadas por el exportador y sobre los componentes de materias primas extranjeras y de materias primas nacionales utilizados en la producción de sus

bienes finales, respecto de cada una de las operaciones realizadas bajo la modalidad de importación temporal para procesamiento industrial.

El incumplimiento de las obligaciones previstas en este artículo dará lugar a la pérdida de la condición de usuario aduanero con trámite simplificado (Presidencia de la República de Colombia, 2019. Artículo 246).

Capítulo 3. Resultados

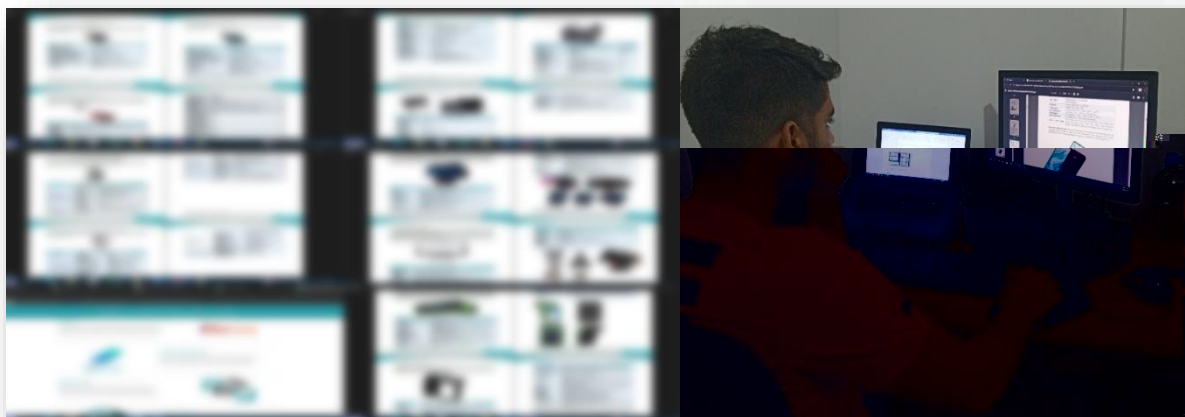
3.1. Presentación de resultados

3.1.1. Asistencia en los procesos organizacionales para el mejoramiento del área comercial.

3.1.1.1. Diagnóstico sobre los productos y servicios que oferta la empresa. En un principio, se llevó a cabo un diagnóstico del portafolio comercial de la empresa, se evidenció que existe una gran diversidad en dicho catálogo, lo cual es uno de sus puntos fuertes son los terminales de punto de venta. La cartera de World POS Solutions destacan sus productos estrella que son los terminales POS (SmartPOS, MiniPOS y mPOS), ofrecen hardware como lectores de códigos de barras, impresoras térmicas y Bluetooth, lectores de huellas dactilares. Además, ofertan en conjunto plataformas web y móviles, que complementan y facilitan las tareas del usuario y de los clientes.

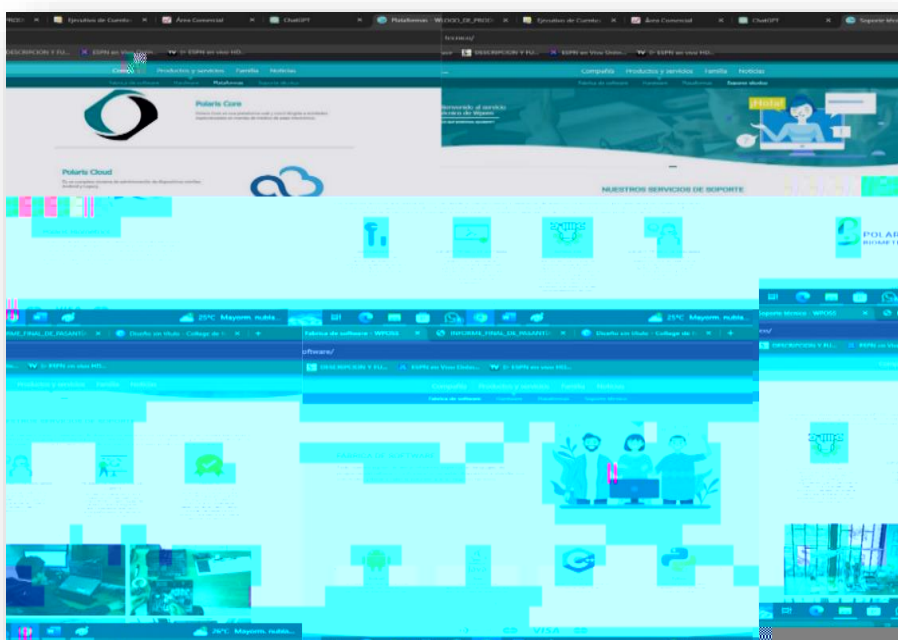
Por otro lado, nos encontramos con las respectivas fichas técnicas de cada dispositivo y una descripción de los servicios de plataforma y software ofertados, también es fundamental analizar cómo interactúan los diferentes productos y servicios de la cartera, para asegurarse de que estén colaborando efectivamente y así ofrecer una propuesta de valor sólida. Tener en cuenta la opinión del cliente y los colaboradores de las diferentes áreas de la empresa con respecto a la oferta del catálogo en el mercado proporciona información valiosa sobre posibles mejoras y oportunidades de expansión.

Figuras 3
Catálogo de productos WPOSS



Nota. Imagen censurada por ser información confidencial de la empresa.

Figuras 4
Catálogo de servicios WPOSS



Nota. Catálogo obtenido de página web de WPOSS.

3.1.1.2. Análisis de los clientes y la competencia. Después de diagnosticar inicialmente los productos y servicios ofrecidos por la empresa, se efectuó un análisis correspondiente al histórico de clientes, los países en los que están ubicados y de igual forma se hizo una tarea similar con la competencia. Para nuevos negocios se realizó un seguimiento a la información publicada por sus páginas web (casos de éxito), segmentación de datos (descripción de la página principal, ubicación), cargos ejecutivos (Presidencia, gerencia...).

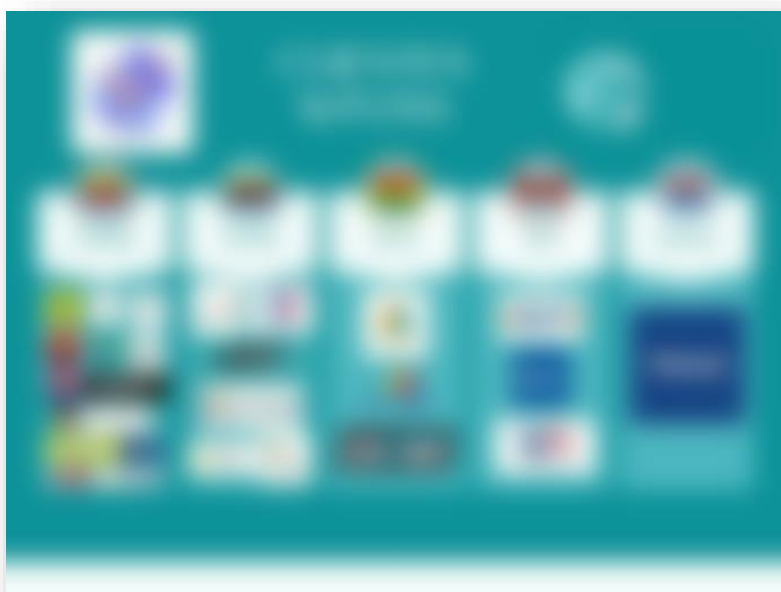
En su mayoría, los clientes antiguos destacan porque son principales entidades bancarias. Por otro lado, están los clientes que son redes adquirentes, ellos están distribuidos en varios países (Bolivia, Colombia, Ecuador, Paraguay y Perú). A estos compradores se les presenta una propuesta comercial, en las que se estipulan las condiciones de pago, productos y servicios ofertados, fecha estimada de entrega, envío, entre otros.

Al mismo tiempo, se realizó una investigación minuciosa en los motores de búsqueda sobre los sitios web de las diferentes empresas que son competencia, luego, se elaboró un cuadro comparativo en una hoja de Excel, en el que suministró información de las especificaciones técnicas de los productos destacados y sus referencias similares a los dispositivos ofertados por la organización, con el fin de resaltar las diferencias entre ellos.

Finalmente, luego de analizar el mercado que incluyó a nuestros clientes y competidores directos, se reconocen perspectivas fundamentales que guiarán una estrategia futura, como la seguridad de los datos personales en el proceso de pago y la digitalización por completo en la

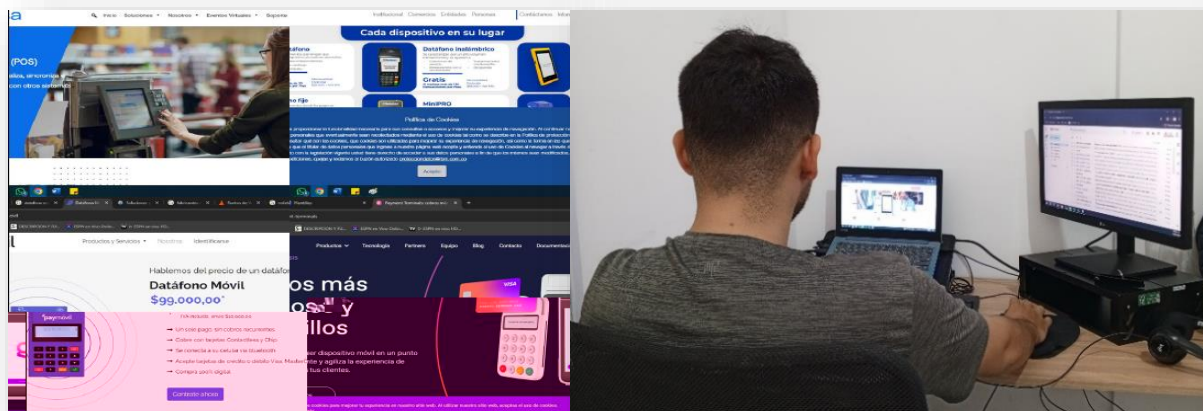
circulación de la moneda. Se ha comprendido completamente las necesidades y deseos de los clientes, así como las fortalezas y debilidades de los competidores. A través de este análisis, se llegó a comprender profundamente cómo se puede sobresalir en el mercado y ofrecer un valor único y personalizado a los clientes.

Figuras 5
Cientes WPOSS



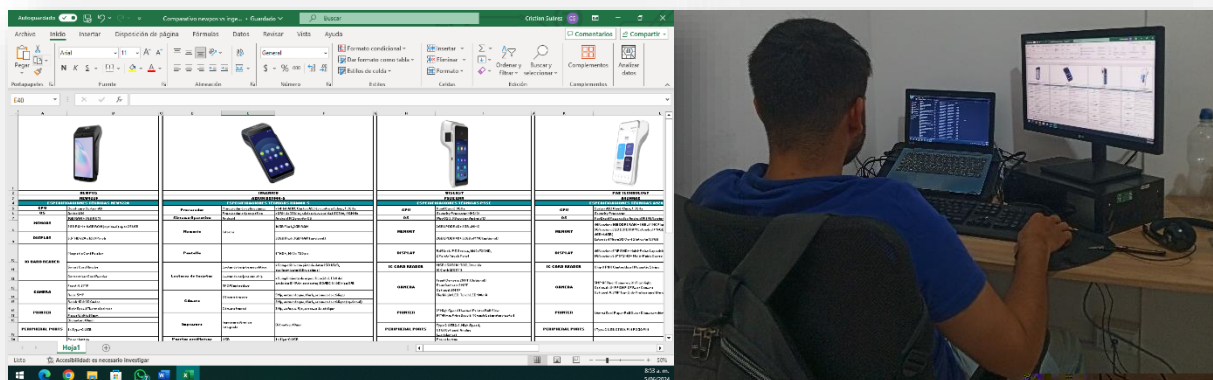
Nota. Imagen censurada por ser información confidencial de la empresa.

Figuras 6
Análisis de la competencia



Nota. Análisis realizado por el autor.

Figuras 7
Análisis de la competencia

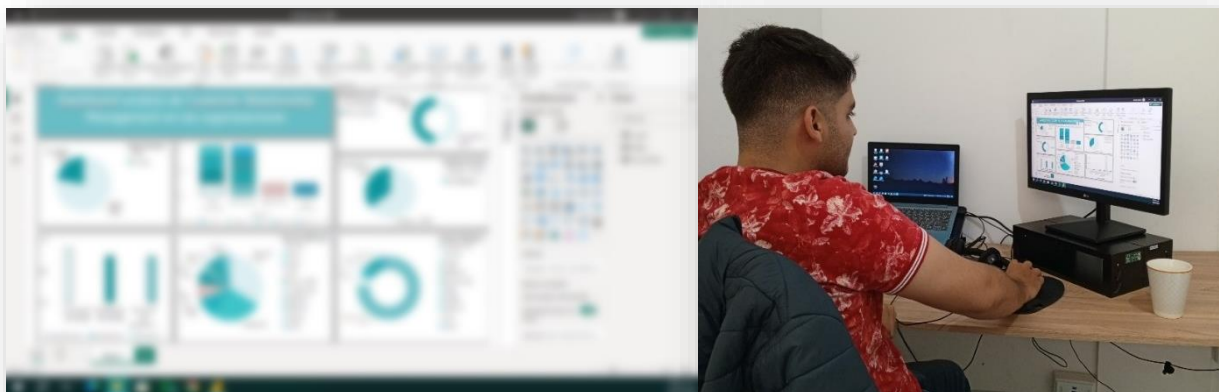


Nota. Análisis realizado por el autor.

3.1.1.3. Ejecución de la herramienta Power BI. Para empezar, se procede a instruirse sobre el programa, mediante videos de personas expertas para conocer y descubrir su funcionalidad. Utilizar la herramienta Microsoft Power BI implica el uso de una plataforma para analizar datos que facilita a los usuarios conectar, visualizar y compartir información de manera intuitiva y eficiente.

Durante el proceso de ejecución en la herramienta, previamente la información fue minuciosamente segmentada con tablas en una hoja de Excel para establecer una base de datos. Luego de conectar la hoja de cálculo con el software, se procedió a la elaboración de un dashboard para un histórico de ventas, en el cual se insertaron gráficos de barras, circulares y un segmentador de datos. Este enfoque se realizó con el fin de simplificar la creación de gráficos e informes dinámicos, para ofrecer al área comercial una mejor experiencia y así interpretar y/o percibir los datos de una manera dinámica. Al clasificar la información en categorías relevantes y fáciles de entender, se logró una comprensión más detallada de las tendencias en los datos.

Figuras 8
Herramienta Power BI



Nota. Imagen censurada por ser información confidencial de la empresa.

3.1.2. Apoyo logístico para la búsqueda y generación de resultados en diferentes plataformas

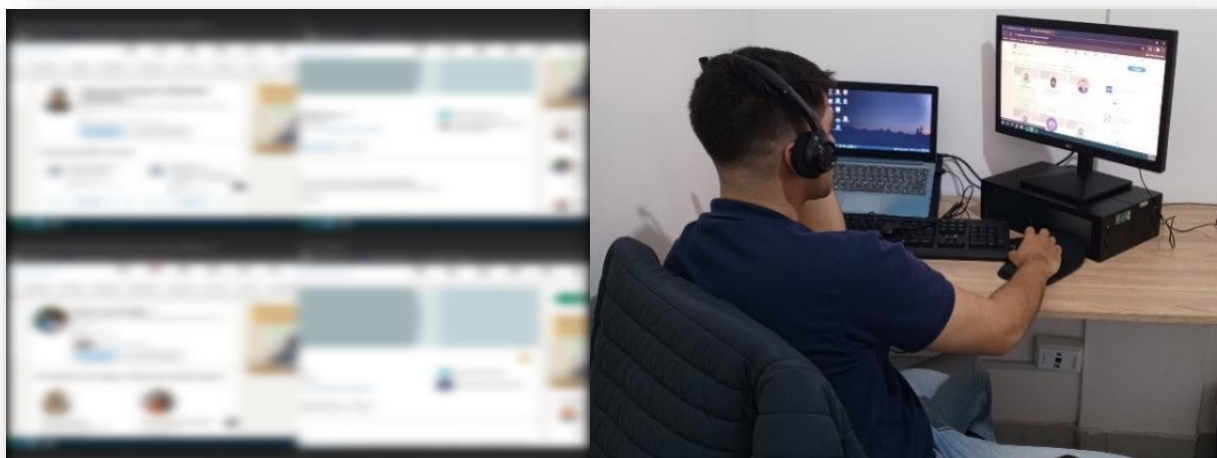
3.1.2.1. Realización de búsquedas en LinkedIn. La revisión y edición de mi perfil en la red social LinkedIn marcó el inicio del proceso, siendo esencial para mejorar la presencia en línea y la interacción en la búsqueda de individuos relevantes en el ámbito comercial. Después de terminar la etapa de perfilado, se realizó inicialmente una búsqueda del personal del área comercial para establecer una conexión en común con las personas de otras empresas que son clientes, esto ayuda a mantener actualizada la información del personal del cliente y así mantener el contacto permanente.

Para nuevos negocios se colocó en marcha una estrategia para identificar a los trabajadores de esas empresas, ingresando al perfil de la organización en la red social, resaltando elementos como experiencia profesional, la ocupación y qué tan actualizado está la información.

La búsqueda no se centra únicamente en encontrar personas, sino que también incluyó una etapa de autenticación de identidades para asegurar la exactitud y confiabilidad de los datos recopilados en los buscadores o en su defecto las páginas web.

Figuras 9

Búsquedas en LinkedIn



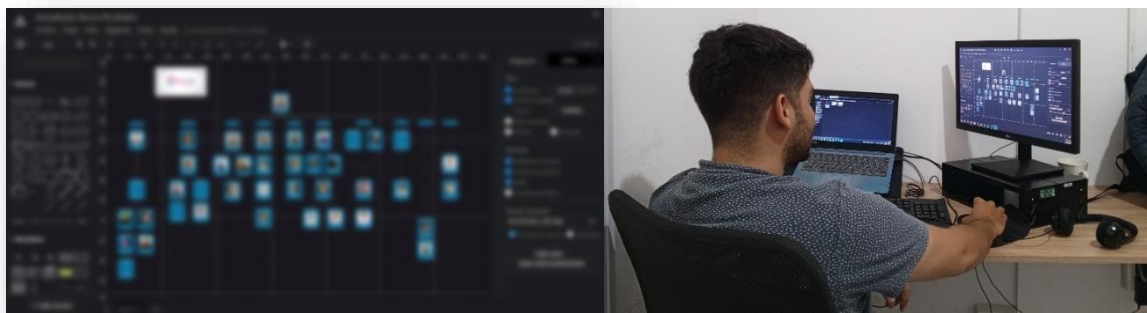
Nota. Imagen censurada por ser información confidencial de la empresa.

3.1.2.2. Elaboración de organigramas. Iniciando con la información verificada desde LinkedIn, se procedió a la creación de organigramas detallados de las empresas que son clientes. Este proceso implicó recopilar datos sobre la estructura organizacional de cada empresa, identificando jerarquías y departamentos. También se proporcionan descripciones de los roles y responsabilidades de los trabajadores, ofreciendo una comprensión de la estructura interna de cada empresa.

La creación de estos organigramas no solo fue útil para ver cómo están organizadas las empresas clientes, sino que también brinda datos importantes para mantener la información del cliente actualizada para mantener el contacto y así planificar futuras estrategias de colaboración y/o negociación con ellos. Al entender la estructura organizativa de los clientes de manera más profunda, se puede ajustar de forma más efectiva las propuestas comerciales y los métodos de comunicación para cumplir con sus necesidades particulares.

Figuras 10

Elaboración de organigrama



Nota. Imagen censurada por ser información confidencial de la empresa.

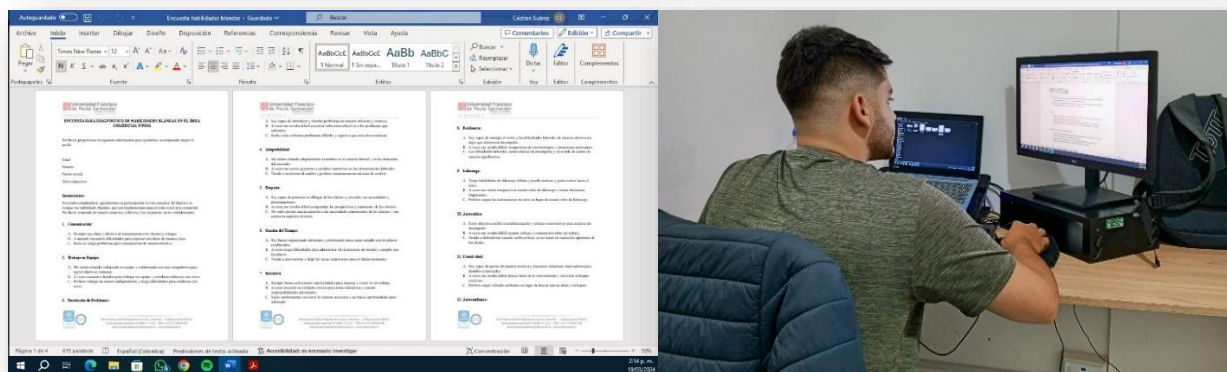
3.1.3. Proponer un plan de capacitación para el fortalecimiento de las habilidades blandas de los colaboradores del área comercial

3.1.3.1. Diagnóstico mediante una encuesta. En un primer momento se planea llevar a cabo una encuesta dirigida al área comercial en WPOSS, centrada en la evaluación de habilidades blandas para así conocer la habilidades sociales y personales de cada uno de ellos. Esta investigación tiene como objetivo identificar las competencias clave del equipo comercial, como la comunicación efectiva, la empatía, la resolución de problemas y la capacidad de trabajo en equipo, entre otras. Los resultados de éstos ofrecen información muy importante sobre las aptitudes en las que los colaboradores del área comercial pueden mejorar y las posibilidades de crecimiento personal y profesional, con la meta de mejorar su rendimiento y aportar al crecimiento del departamento y, por ende, de la empresa.

3.1.3.2. Elaboración del instrumento. En primer lugar, es necesario identificar las habilidades blandas necesarias para el éxito en el campo comercial, tales como la comunicación efectiva, la empatía, la capacidad de negociación, la resolución de problemas y el trabajo en equipo, entre otras. Es necesario dividir estas destrezas en interrogantes concretos para poder medir el grado de dominio que los empleados tienen de cada una de ellas.

Además, tras la recolección de información, es fundamental examinar las preguntas con el fin de encontrar aspectos positivos y de mejora en relación con las habilidades blandas de los empleados del departamento de ventas. Estos descubrimientos pueden ser empleados para crear programas de formación a medida que se enfoquen en las necesidades particulares del personal.

Figuras 11
Elaboración del instrumento



Nota. Instrumento elaborado por el autor.

3.1.3.3. Aplicación de la encuesta. En segundo lugar, una vez que la encuesta esté lista, se debe llevar a cabo entre los empleados del departamento de ventas. Garantizar la confidencialidad y sinceridad en las respuestas es crucial para lograr resultados exactos. La encuesta es realizada de forma electrónica.

Finalmente, el uso de la encuesta no solo ayuda a descubrir las áreas de mejora en las habilidades blandas, sino que también implica a los empleados en el crecimiento profesional, lo que puede incrementar su participación y entusiasmo. Además, al crear programas de capacitación según los resultados de la encuesta, se asegura de que la inversión en el desarrollo de habilidades impacte de forma directa y relevante en el rendimiento del equipo de ventas.

Figuras 12*Aplicación de la encuesta*

Nota. Encuesta elaborada y aplicada por el autor.

Figuras 13*Aplicación de la encuesta*

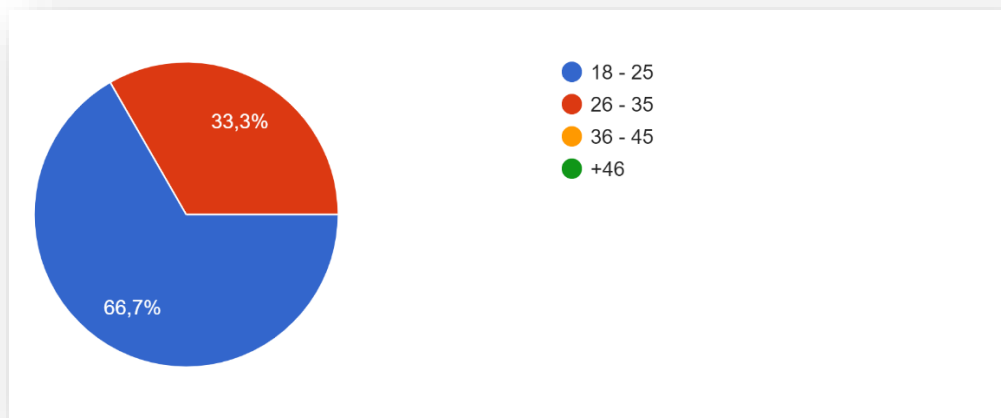
The image shows a screenshot of a web-based survey application. At the top, there is a decorative header with a yellow notepad, a green pen, and a cup of coffee. Below this, the title of the survey is displayed in bold: "ENCUESTA PARA DIAGNÓSTICO DE HABILIDADES BLANDAS EN EL ÁREA COMERCIAL WPOSS". A sub-header asks the user to provide information to help understand their profile. There is a link to "Acceder a Google para guardar el progreso. Más información". A note indicates that asterisks (*) denote mandatory questions. The main content area features a logo of a head with a lightbulb and the text "HABILIDADES BLANDAS". Below the logo, there is a section for "Rango de edad *" with a radio button selected for the "18 - 25" age range. The bottom of the screen shows a Windows taskbar with icons for the Start menu, Calendar, WhatsApp, Chrome, Spotify, and Word.

Nota. Encuesta aplicada y elaborada por el autor.

3.1.3.4. Tabulación y análisis de los datos.

Figuras 14

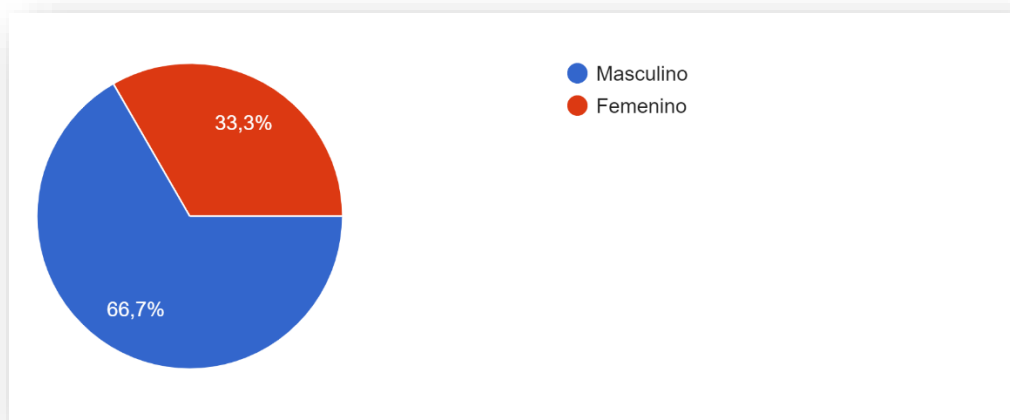
Rango de edad



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 67% respondió que están en el rango de 18 a 25 años, la mayoría del equipo está en una edad joven, lo que puede implicar una alta capacidad de adaptación y disposición para aprender y crecer. Esto es una buena señal para empezar la formación de habilidades y la integración de nuevas tecnologías y métodos de trabajo y el 33% respondió que están entre el rango de 26 a 35 años, esto muestra que pueden aportar una valiosa experiencia y servir como mentores o líderes dentro del equipo. Su experiencia puede ayudar a guiar y apoyar a los miembros más jóvenes, facilitando un entorno de aprendizaje y desarrollo. Esto puede tener una ventaja significativa, solo si se maneja de manera correcta

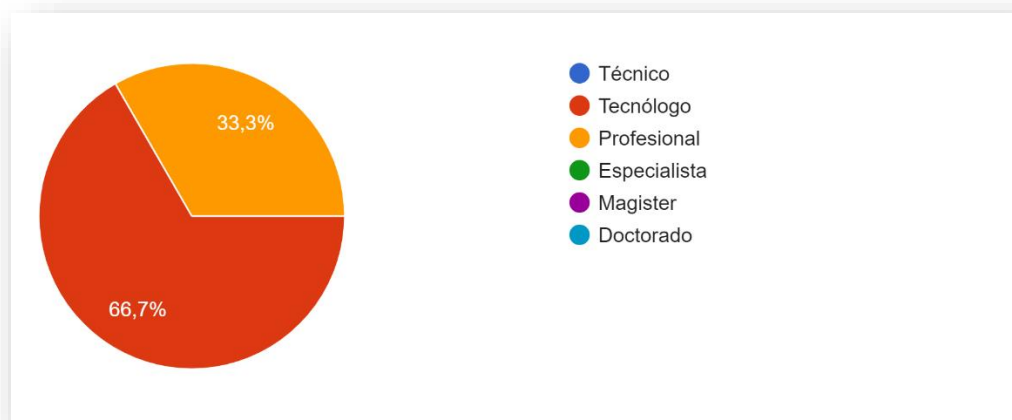
Figuras 15
Género



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 67% respondió que son de género masculino y el 33% restante respondió que son de género femenino, esta composición podría tener un impacto tanto favorable como desfavorable en la dinámica del equipo como la interacción, comunicación, perspectivas, enfoques, entre otros aspectos, porque la diversidad de género puede tener una influencia positiva al enriquecer la variedad de perspectivas y enfoques, lo cual puede fortalecer la toma de decisiones y la resolución de problemas y negativa debido a posibles sesgos o discriminación de género, lo que podría conducir a una falta de equidad en la distribución de responsabilidades. Esto indica que la proporción de hombres y mujeres en el equipo puede contribuir en cómo funciona y se relaciona el equipo comercial en varios elementos del trabajo.

Figuras 16
Nivel educativo



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 67% respondió que son tecnólogos y el 33% restante respondió que son profesionales, esta diversidad en los niveles educativos puede impactar en las formas en que se ven y se abordan las actividades y proyectos. Por un lado, puede aportar una variedad de enfoques y perspectivas, complementar habilidades, fomentar la creatividad e impulsar el aprendizaje mutuo. Por otro lado, puede generar brechas de comunicación, resistencia al cambio, dificultades en la toma de decisiones y desigualdades en la valoración de las contribuciones. Para maximizar los aspectos positivos y mitigar los negativos, es esencial promover un ambiente de trabajo inclusivo, fomentar la comunicación abierta y gestionar las diferencias de manera constructiva.

Figuras 17
Comunicación



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 83% manifestó que son claros y efectivos al comunicarse, lo cual nos indica que poseen una habilidad sólida para transmitir información de manera clara y comprensible y el 17% restante a menudo encuentra dificultades para expresar sus ideas, eso quiere decir que este pequeño grupo puede enfrentar desafíos en la comunicación, lo que podría llevar a malentendidos o dificultades para transmitir sus pensamientos de manera efectiva.

Se sugiere que para este último podría ser útil proporcionar apoyo adicional en habilidades de comunicación tales como claridad en la expresión, manejo de conflictos verbales, entre otros, la clave de esto es ofrecer un apoyo estructurado y personalizado que aborde las áreas específicas de mejora.

Figuras 18
Trabajo en equipo



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 83% manifestó que se sienten cómodos trabajando en equipo y colaborando con sus compañeros para lograr objetivos comunes el cual nos indica que poseen habilidades para trabajar de manera efectiva en entornos colaborativos y el 17% restante a veces encuentra desafíos para trabajar en equipo, eso quiere decir que este pequeño grupo puede enfrentar algunas dificultades en la colaboración y coordinación con sus compañeros en ciertas situaciones.

Se sugiere que para este último podría ser útil proporcionar capacitaciones sobre gestión de conflictos, empatía y colaboración, entre otros, estas capacitaciones están diseñadas para abordar las áreas específicas de mejora identificadas en la encuesta, proporcionando a la persona herramientas prácticas y conocimientos necesarios para fortalecer su capacidad de trabajar de manera efectiva y colaborativa en equipo.

Figuras 19
Resolución de problemas

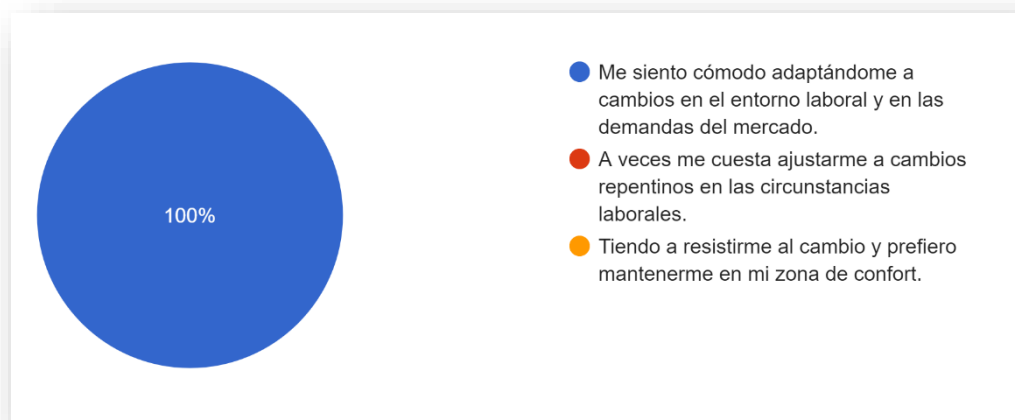


Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 67% manifestó que se sienten capaces abordar problemas de manera eficiente y creativa, esto nos indica que confían plenamente en sus habilidades para resolver problemas de manera efectiva cuando se enfrentan a desafíos y el 33% restante a veces le resulta difícil encontrar soluciones efectivas a los problemas que enfrentan, esto quiere decir que estas personas pueden tener ciertas dificultades al abordar problemas, lo que podría afectar su capacidad para encontrar soluciones satisfactorias.

Se sugiere que para este último podría ser útil reforzar con habilidades como el pensamiento crítico, la creatividad y el análisis, para ayudar a mejorar la capacidad general de resolución de problemas en un entorno de trabajo.

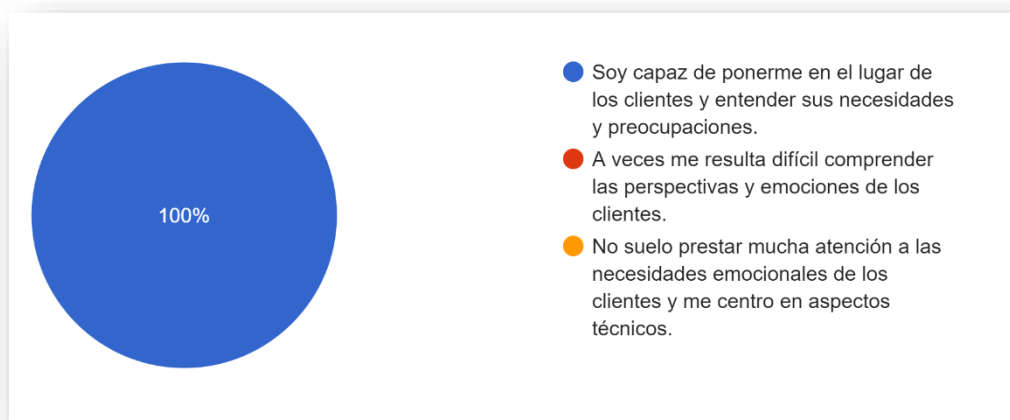
Figuras 20
Adaptabilidad



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 100% manifestaron que se sienten cómodas adaptándose a los cambios del entorno laboral y del mercado, siendo esto muy positivo, ya que nos muestra una actitud favorable hacia la adaptabilidad y también están dispuestos a ajustarse a las situaciones cambiantes en el trabajo. Esto muestra que existe un grupo de colaboradores que son flexibles y abiertos a nuevas experiencias y oportunidades, lo cual es muy valioso en un contexto comercial en constante evolución.

Figuras 21
Empatía



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 100% manifestaron que se son capaces de ponerse en el lugar de los clientes y entender sus necesidades y preocupaciones, siendo esto muy positivo, porque se evidencia que poseen una habilidad sólida. Esto indica que están conscientes de la importancia de comprender y conectar emocionalmente con los clientes internos y externos, lo cual es esencial para el éxito en el área comercial.

Figuras 22
Gestión del tiempo



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 50% manifestó que son buenos organizando su tiempo y priorizan tareas para cumplir con los plazos establecidos, esto indica que son capaces de administrar eficientemente sus actividades diarias para cumplir con las fechas límites y objetivos establecidos y el 50% restante a veces tienen dificultades para administrar eficientemente el tiempo y cumplir con los plazos, esto quiere decir que estas personas pueden enfrentar desafíos ocasionales en la gestión del tiempo, lo que podría llevar a retrasos o falta de cumplimiento a ciertos plazos.

Se sugiere que para este último podría ser útil reforzar con técnicas de gestión del tiempo como la matriz de Eisenhower, técnica Pomodoro, entre otros. Esto podría mejorar su eficiencia y cumplimiento de plazos en el trabajo.

Figuras 23
Iniciativa



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 83% manifestó que siempre buscan activamente oportunidades para mejorar y crecer en el trabajo, esto muestra que poseen actitudes proactivas hacia el desarrollo profesional, también tienen una alta disposición para tomar la iniciativa y asumir responsabilidades adicionales cuando sea necesario y el 17% restante a veces necesita un estímulo externo para tomar iniciativas y asumir responsabilidades adicionales, eso quiere decir que puede tener momentos en los que requiere más motivación externa para asumir nuevas responsabilidades en el trabajo.

Sin embargo, para este último es importante que reconozca esta necesidad y esté dispuesto a mejorar este aspecto puesto que podrían beneficiarse de un entorno que fomente la autonomía y el desarrollo personal, así como de oportunidades claras para asumir responsabilidades adicionales y desafiantes. Esto referencia a un ambiente de trabajo en el cual

los empleados tienen la capacidad y la libertad para tomar decisiones, explorar nuevas ideas y desarrollarse tanto profesional como personalmente

Figuras 24
Resiliencia



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 83% manifestó que son capaces de manejar el estrés y las dificultades laborales de manera efectiva sin dejar que afecten su desempeño, esto muestra que tienen una sólida capacidad de resiliencia, lo que permite enfrentar desafíos laborales y situaciones estresantes con eficacia sin afectar negativamente en su rendimiento y el 17% restante indicó que a veces le resulta difícil recuperarse de contratiempos y situaciones estresantes. Esto muestra que pueden enfrentar ciertas dificultades para manejar el estrés y las adversidades laborales de manera óptima, lo que podría impactar en su capacidad para mantener un buen rendimiento.

Se sugiere que para este último podría ser útil beneficiarse de estrategias y técnicas como el desarrollo de habilidades de afrontamiento, la gestión del estrés, entre otros. Esto puede

ayudarles a fortalecer su capacidad para recuperarse de contratiempos y mantener un rendimiento efectivo en el trabajo.

Figuras 25

Liderazgo



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 83% manifestó que son capaces de manejar el estrés y las dificultades laborales de manera efectiva sin dejar que afecten su desempeño, esto muestra que tienen una sólida capacidad de resiliencia, lo que permite enfrentar desafíos laborales y situaciones estresantes con eficacia sin afectar negativamente en su rendimiento y el 17% restante indicó que a veces le resulta difícil recuperarse de contratiempos y situaciones estresantes. Esto muestra que pueden enfrentar ciertas dificultades para manejar el estrés y las adversidades laborales de manera óptima, lo que podría impactar en su capacidad para mantener un buen rendimiento.

Se sugiere que para este último podría ser útil beneficiarse de estrategias y técnicas como el desarrollo de habilidades de afrontamiento, la gestión del estrés, entre otros. Esto puede

ayudarles a fortalecer su capacidad para recuperarse de contratiempos y mantener un rendimiento efectivo en el trabajo.

Figuras 26
Autocrítica



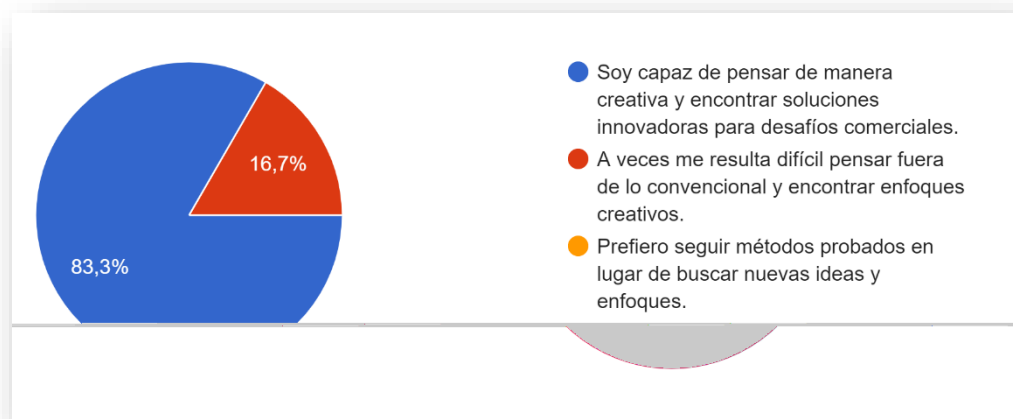
Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 83% manifestó que están abiertas a recibir retroalimentación y críticas constructivas para mejorar su desempeño, esto muestra que tienen una actitud positiva de autocrítica, y están dispuestas a aceptar comentarios que les ayuden a crecer y mejorar en su labor y el 17% restante indicó que a veces le resulta difícil aceptar críticas y comentarios sobre su trabajo. Esto muestra que pueden enfrentar ciertas dificultades al recibir retroalimentación, lo que podría afectar su capacidad para usar estas críticas de manera constructiva.

Se sugiere que para este último podría ser útil beneficiarse de apoyo y estrategias como incluir el desarrollo de una mentalidad de crecimiento, la práctica de técnicas de comunicación asertiva y la búsqueda activa de retroalimentación constructiva de manera regular. Esto podría

mejorar su capacidad para aceptar y utilizar las críticas como una herramienta para el crecimiento personal y profesional.

Figuras 27
Creatividad



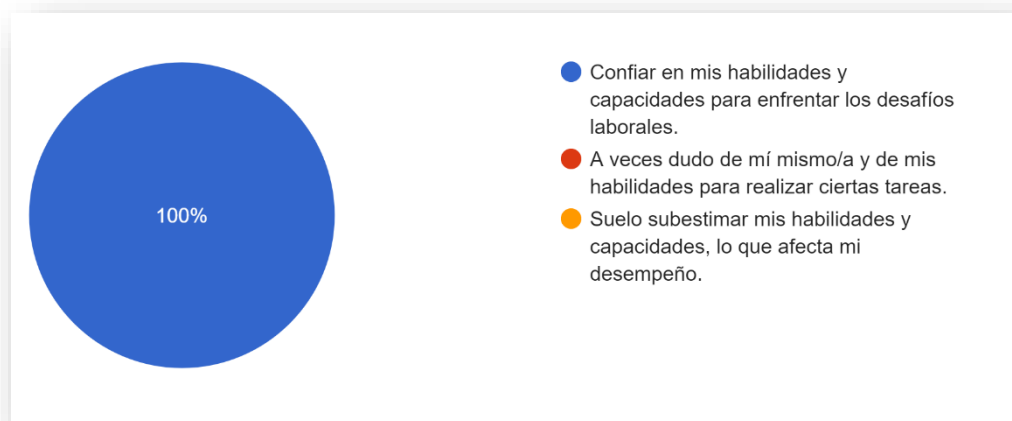
Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 83% manifestó que son capaces de pensar de manera creativa y encontrar soluciones innovadoras para los desafíos comerciales, eso indica que estas personas tienen una fuerte habilidad para la creatividad, lo que les permite abordar situaciones comerciales con innovación, encontrando nuevas oportunidades y soluciones eficaces y el 17% restante indicó que a veces le resulta difícil pensar fuera de lo convencional y encontrar enfoque creativos. Esto muestra que pueden enfrentar ciertos desafíos al intentar encontrar soluciones innovadoras, prefiriendo métodos más tradicionales.

Se sugiere que para este último podría ser útil beneficiarse de actividades y entornos que fomenten la creatividad, como talleres de pensamiento creativo, exposición a diferentes

perspectivas y experiencias, entre otros. Esto podría estimular su capacidad para pensar de manera más innovadora y encontrar soluciones fuera de lo convencional.

Figuras 28
Autoconfianza



Nota. Gráfico elaborado por el autor.

El 100% manifestaron que confían en sus habilidades y capacidades para enfrentar los desafíos laborales, esto nos indica que es muy positivo, ya que muestra que todos los encuestados muestran un alto nivel de autoconfianza. Esto indica que existe un equipo con una base sólida de seguridad personal, lo que puede conducir a un mejor rendimiento general y a un ambiente de trabajo más dinámico y proactivo.

3.1.3.5. Propuesta del plan de capacitación. Para comenzar, en WPOSS se valora la presencia de empleados muy competentes no solo en habilidades duras, sino también en habilidades blandas que mejoren su rendimiento para así beneficiar a la empresa, por lo tanto, se plantea un programa de formación centrado en el desarrollo de las habilidades blandas esenciales para el equipo de ventas, el cual se enfoca en el desarrollo de ciertas actividades tanto presenciales como virtuales, divididas en tres fases, tiene una duración de 3 meses con una frecuencia semanal para cada actividad, también indica los métodos y/o formas de evaluar, los recursos, herramientas y el paso a paso de como implementarlo.

Objetivo General. Fortalecer las habilidades blandas de los colaboradores del área comercial de WPOSS.

Temas Para Abordar. En este programa de formación, se enfocará en mejorar las habilidades blandas esenciales de los empleados del departamento de ventas de World POS Solutions, tratando asuntos como la comunicación efectiva, la colaboración, la solución de problemas, el liderazgo, la inventiva y la innovación. la administración del tiempo, la empatía y la inteligencia emocional, con la meta de mejorar su rendimiento y promover el triunfo de la entidad.

- ❖ **Duración:** 3 meses
- ❖ **Modalidad:** Mixta (presencial y online)
- ❖ **Frecuencia:** Sesiones semanales de 2 horas

➤ **Fase 1:** Diagnóstico inicial (Semana 1)

1. Evaluación de habilidades

- **Encuesta interna:** Evaluar las habilidades blandas actuales de cada miembro del equipo.
- **Feedback 360:** Recoger opiniones de colegas, superiores y clientes.

2. Análisis de resultados

- Identificar áreas de mejora comunes.
- Definir objetivos específicos para la capacitación.

➤ **Fase 2:** Diseño del programa y contenidos

✓ **Mes 1:** Comunicación efectiva

1. Semana 2: Introducción a la comunicación efectiva

- **Temas:** Importancia de la comunicación, elementos clave.
- **Actividad:** Taller interactivo y discusión grupal.

2. Semana 3: Escucha activa

- **Temas:** Técnicas de escucha activa.
- **Actividad:** Role-playing y ejercicios prácticos.

3. Semana 4: Comunicación no verbal

- **Temas:** Importancia del lenguaje corporal y tono de voz.
- **Actividad:** Análisis de casos y simulaciones.

4. Semana 5: Feedback constructivo

- **Temas:** Cómo dar y recibir feedback.
- **Actividad:** Taller práctico con ejercicios de feedback.

✓ **Mes 2:** Trabajo en equipo y colaboración

5. Semana 6: Dinámicas de grupo

- **Temas:** Fomentar la cohesión y el trabajo en equipo.
- **Actividad:** Dinámicas grupales y juegos de equipo.

6. Semana 7: Resolución de conflictos

- **Temas:** Técnicas para identificar y resolver conflictos.
- **Actividad:** Role-playing y análisis de situaciones conflictivas.

7. Semana 8: Colaboración y sinergia

- **Temas:** Estrategias para mejorar la colaboración.
- **Actividad:** Taller práctico con proyectos en equipo.

8. Semana 9: Construcción de relaciones

- **Temas:** Estrategias para fortalecer relaciones internas y con clientes.
- **Actividad:** Ejercicios de networking y dinámicas de relación.

✓ **Mes 3:** Liderazgo y gestión del tiempo

9. Semana 10: Liderazgo situacional

- **Temas:** Adaptar el estilo de liderazgo a diferentes contextos.
- **Actividad:** Casos prácticos y simulaciones de liderazgo.

10. Semana 11: Gestión del tiempo

- **Temas:** Técnicas para mejorar la productividad.
- **Actividad:** Taller práctico con ejercicios de planificación.

11. Semana 12: Motivación y coaching

- **Temas:** Estrategias para motivar y técnicas de coaching.
- **Actividad:** Sesiones de coaching y ejercicios de motivación.

➤ Fase 3: Evaluación, seguimiento, indicador

1. Evaluaciones periódicas

- **Cada dos semanas:** Evaluar el progreso mediante cuestionarios y feedback.

2. Sesiones de coaching

- **Mensuales:** Reuniones individuales para abordar necesidades específicas.

3. Informe final y recomendaciones

- **Al final del programa:** Informe detallado del progreso y áreas de mejora.

4. Plan de seguimiento

- **Continuo:** Planes de desarrollo individual para cada miembro del equipo.

5. Indicador:

- **Asistencia y participación:** $\frac{N^{\circ} \text{ de personas a capacitar}}{N^{\circ} \text{ de trabajadores del área}} * 100$

• Recursos y herramientas

- **Material didáctico:** Cursos y certificaciones online gratuitos en habilidades blandas y ventas, guías, libros y artículos recomendados.
- **Facilitadores:** Expertos en habilidades blandas y ventas.

- **Implementación del programa**

- 1. Lanzamiento del programa**

- **Reunión inicial:** Presentación del plan y objetivos.
- **Distribución del calendario:** Entregar el cronograma de las sesiones.

- 2. Ejecución de la capacitación**

- **Facilitación de sesiones:** Realización de talleres y actividades según el cronograma.
- **Acceso a cursos online:** Inscripción en los cursos.

- 3. Monitoreo y ajustes**

- **Feedback continuo:** Ajustes basados en el feedback y evaluaciones periódicas.

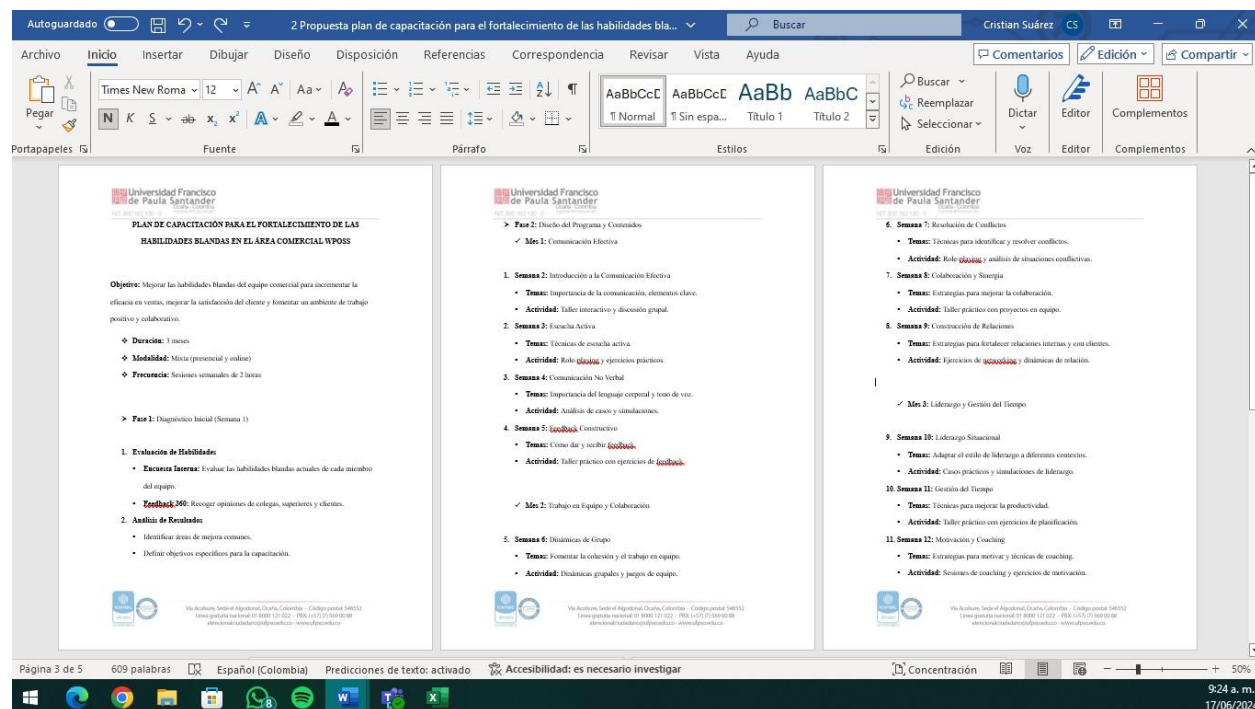
- 4. Clausura y seguimiento**

- **Sesión de clausura:** Feedback general y reconocimiento de logros.
- **Plan de apoyo continuo:** Asegurar la aplicación de habilidades aprendidas y apoyo continuo.

Este programa de formación se realizará de forma constante durante varios meses, mezclando clases físicas y en línea para ajustarse a las necesidades y horarios de los empleados. La meta es que, al terminar el programa, los empleados del departamento comercial de World POS Solutions cuenten con mejores habilidades para afrontar los retos del mercado actual y aportar de manera más eficiente al crecimiento y éxito de la empresa.

Figuras 29

Elaboración de la propuesta



Nota. Propuesta elaborada por el autor.

Capítulo 4. Diagnóstico final

La empresa WPOSS ofrece una variada gama de productos y servicios, destacándose en satisfacer las diversas necesidades del mercado. Se realizó un análisis detallado de clientes y competidores, identificando oportunidades de mejora y diferenciación. La implementación de la herramienta Power BI ha mejorado significativamente la toma de decisiones mediante el análisis eficiente de datos. Además, se llevaron a cabo investigaciones en LinkedIn para crear organigramas que permitieran comprender mejor la estructura organizativa de los clientes internos y externos.

Para terminar, en el análisis del equipo de ventas, se identificaron algunas debilidades en las habilidades sociales y personales. Se propone un programa de formación para reforzar competencias como la comunicación eficaz, la empatía, la resolución de problemas y la capacidad de trabajo en equipo, con el objetivo de elevar el rendimiento y contribuir al éxito de la empresa.

Capítulo 5. Conclusiones

En conclusión, la evaluación de los productos y servicios ofrecidos por la empresa resalta la variedad y extensión de su catálogo, lo que se destaca como una de sus fortalezas. A través de un detallado examen de clientes y competidores, se han encontrado oportunidades para fortalecer la colaboración dentro del conjunto de productos y destacarse en el mercado. Utilizar Power BI para graficar los históricos y posibles tendencias de manera más dinámica, ayudó a presentar informes más ordenados y estéticos. También usar estrategias de búsqueda en LinkedIn ha posibilitado una recolección de información muy importante acerca del mercado y los consumidores.

Además, se ha diseñado un programa de formación enfocado en el desarrollo de habilidades interpersonales del personal de ventas. Este programa tiene como objetivo mejorar competencias esenciales como la comunicación eficaz, la colaboración y la resolución de problemas, entre otros. Estos hallazgos y medidas establecerán una base sólida para la toma de decisiones informadas y el crecimiento sostenible de WPOSS en el mercado.

Capítulo 6. Recomendaciones

En primer lugar, es fundamental desarrollar programas de formación continua destinados a mejorar las habilidades interpersonales y técnicas del personal de ventas. Estos programas podrían incluir talleres sobre comunicación efectiva, dinámicas de trabajo en equipo y sesiones de resolución de problemas. Además, es recomendable ampliar el uso de Power BI para el análisis de datos, lo que facilitará la toma de decisiones basadas en información precisa y oportuna. Esta herramienta puede mejorar significativamente la eficiencia y efectividad en la gestión comercial.

Otro aspecto importante es la realización de análisis periódicos de los clientes y la competencia. Este análisis permitirá identificar oportunidades de mejora y diferenciación en el mercado. Utilizar plataformas como LinkedIn para obtener información relevante y actualizar los organigramas de clientes internos y externos puede ser especialmente beneficioso.

Finalmente, WPOSS debería continuar invirtiendo en tecnologías emergentes que mejoren las soluciones POS ofrecidas. Mantenerse actualizado con las tendencias del mercado y adaptar las estrategias para enfrentar nuevos desafíos y oportunidades permitirá a la empresa mantenerse a la vanguardia en la industria.

Referencias

Asamblea Nacional Constituyente. (1991, 20 de junio). *Constitución política de la República de Colombia*. Gaceta oficial del congreso.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Bara, M. (19 de Junio de 2016). *OBS Business School*.

<https://www.obsbusiness.school/blog/desarrollo-de-nuevos-productos-o-servicios-como-abordarlo>

Blog de Zendesk. (23 de Febrero de 2024).

<https://www.zendesk.com.mx/blog/manual-de-funciones-de-servicio-al-cliente/>

Congreso de la República. (2011, 12 de octubre). *Ley 1480 de 2011*. Gaceta oficial del congreso.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html

Da Silva, D. (07 de Junio de 2022). *Blog de Zendesk*.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/gestion-equipo-de-ventas/>

FasterCapital. (24 de Febrero de 2024). *FasterCapital*.

<https://fastercapital.com/es/contenido/Mantengase-a-la-vanguardia-en-un-mercado-en-constante-cambio.html>

HubSpot. (14 de Marzo de 2024).

<https://blog.hubspot.es/marketing/funciones-departamento-marketing>

Madurga López, J. (30 de Agosto de 2022). *Semrush Blog*.

<https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/>

Oliver. (30 de Noviembre de 2023). *Oliver*.

<https://www.oliverpos.com/es/tendencias-pos-emergentes-que-estan-remodelando-la-tecnologia-minorista/>

POS Colombia. (24 de Mayo de 2023). *POS Colombia*.

<https://softwarepos.co/tenderos/sistema-pos-mejora-gestion-de-ventas-aumenta-la-productividad>

Presidencia de la República de Colombia. (2019, 02 de julio). *Decreto 1165 de 2019*. Gaceta oficial.

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=136677>

Toku. (11 de Marzo de 2024). *Toku*.

<https://trytoku.com/blog/pci-dss-y-su-importancia-en-la-industria-de-los-pagos-con-tarjeta>

USELLERS. (10 de Marzo de 2023). *USELLERS*.

<https://www.u-sellers.com/blog/analitica-de-datos/>

WPOSS. (2021). *WPOSS*.

<https://www.wposs.com/quienes-somos/>

Apéndice

Apéndice A

Encuesta

ENCUESTA PARA DIAGNÓSTICO DE HABILIDADES BLANDAS EN EL ÁREA COMERCIAL WPOSS

Por favor, proporciona la siguiente información para ayudarnos a comprender mejor tu perfil:

Instrucciones:

Estimado/a empleado/a, agradecemos tu participación en esta encuesta. El objetivo es evaluar tus habilidades blandas, que son fundamentales para el éxito en el área comercial. Por favor, responde de manera honesta y reflexiva. Tus respuestas serán confidenciales.

1) Edad:

- i) 18 - 25
- ii) 26 - 35
- iii) 36 - 45
- iv) +46

2) Género:

- i) Masculino
- ii) Femenino

3) Nivel educativo:

- i) Técnico
- ii) Tecnólogo
- iii) Profesional
- iv) Especialista
- v) Magister
- vi) Doctorado

4) Comunicación:

- A. Siempre soy claro y efectivo al comunicarme con clientes y colegas.
- B. A menudo encuentro dificultades para expresar mis ideas de manera clara.
- C. Rara vez tengo problemas para comunicarme de manera efectiva.

5) Trabajo en Equipo:

- A. Me siento cómodo trabajando en equipo y colaborando con mis compañeros para lograr objetivos comunes.
- B. A veces encuentro desafíos para trabajar en equipo y coordinar esfuerzos con otros.
- C. Prefiero trabajar de manera independiente y tengo dificultades para colaborar con otros.

6) Resolución de Problemas:

- A. Soy capaz de identificar y abordar problemas de manera eficiente y creativa.
- B. A veces me resulta difícil encontrar soluciones efectivas a los problemas que enfrentan.
- C. Suelo evitar enfrentar problemas difíciles y espero a que otros los resuelvan.

7) Adaptabilidad:

- A. Me siento cómodo adaptándome a cambios en el entorno laboral y en las demandas del mercado.
- B. A veces me cuesta ajustarme a cambios repentinos en las circunstancias laborales.
- C. Tiendo a resistirme al cambio y prefiero mantenerme en mi zona de confort.

8) Empatía:

- A. Soy capaz de ponerme en el lugar de los clientes y entender sus necesidades y preocupaciones.
- B. A veces me resulta difícil comprender las perspectivas y emociones de los clientes.
- C. No suelo prestar mucha atención a las necesidades emocionales de los clientes y me centro en aspectos técnicos.

9) Gestión del Tiempo:

- A. Soy bueno organizando mi tiempo y priorizando tareas para cumplir con los plazos establecidos.

- B. A veces tengo dificultades para administrar eficientemente mi tiempo y cumplir con los plazos.
- C. Tiendo a procrastinar y dejar las tareas importantes para el último momento.

10) Iniciativa:

- A. Siempre busco activamente oportunidades para mejorar y crecer en mi trabajo.
- B. A veces necesito un estímulo externo para tomar iniciativas y asumir responsabilidades adicionales.
- C. Suelo conformarme con hacer lo mínimo necesario y no busco oportunidades para sobresalir.

11) Resiliencia:

- A. Soy capaz de manejar el estrés y las dificultades laborales de manera efectiva sin dejar que afecten mi desempeño.
- B. A veces me resulta difícil recuperarme de contratiempos y situaciones estresantes.
- C. Las dificultades laborales suelen afectar mi desempeño y mi estado de ánimo de manera significativa.

12) Liderazgo:

- A. Tengo habilidades de liderazgo sólidas y puedo motivar y guiar a otros hacia el éxito.

- B. A veces me siento inseguro/a al asumir roles de liderazgo y tomar decisiones importantes.
- C. Prefiero seguir las instrucciones de otros en lugar de asumir roles de liderazgo.

13) Autocrítica:

- A. Estoy abierto/a recibir retroalimentación y críticas constructivas para mejorar mi desempeño.
- B. A veces me resulta difícil aceptar críticas y comentarios sobre mi trabajo.
- C. Tiendo a defenderme cuando recibo críticas ya no tomar en cuenta las opiniones de los demás.

14) Creatividad:

- A. Soy capaz de pensar de manera creativa y encontrar soluciones innovadoras para desafíos comerciales.
- B. A veces me resulta difícil pensar fuera de lo convencional y encontrar enfoques creativos.
- C. Prefiero seguir métodos probados en lugar de buscar nuevas ideas y enfoques.

15) Autoconfianza:

- A. Confiar en mis habilidades y capacidades para enfrentar los desafíos laborales.
- B. A veces dudo de mí mismo/a y de mis habilidades para realizar ciertas tareas.
- C. Suelo subestimar mis habilidades y capacidades, lo que afecta mi desempeño.

¡Gracias por participar en nuestra encuesta!

Apéndice B

Propuesta para el fortalecimiento de habilidades blandas

PROPUESTA PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES BLANDAS EN EL ÁREA COMERCIAL WPOSS

Objetivo: Mejorar las habilidades blandas del equipo comercial para incrementar la eficacia en ventas, mejorar la satisfacción del cliente y fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

- ❖ **Duración:** 3 meses
- ❖ **Modalidad:** Mixta (presencial y online)
- ❖ **Frecuencia:** Sesiones semanales de 2 horas

➤ **Fase 1:** Diagnóstico Inicial (Semana 1)

3. Evaluación de Habilidades

- **Encuesta Interna:** Evaluar las habilidades blandas actuales de cada miembro del equipo.
- **Feedback 360:** Recoger opiniones de colegas, superiores y clientes.

4. Análisis de Resultados

- Identificar áreas de mejora comunes.
- Definir objetivos específicos para la capacitación.

➤ **Fase 2:** Diseño del Programa y Contenidos

✓ **Mes 1:** Comunicación Efectiva

12. Semana 2: Introducción a la Comunicación Efectiva

- **Temas:** Importancia de la comunicación, elementos clave.
- **Actividad:** Taller interactivo y discusión grupal.

13. Semana 3: Escucha Activa

- **Temas:** Técnicas de escucha activa.
- **Actividad:** Role-playing y ejercicios prácticos.

14. Semana 4: Comunicación No Verbal

- **Temas:** Importancia del lenguaje corporal y tono de voz.
- **Actividad:** Análisis de casos y simulaciones.

15. Semana 5: Feedback Constructivo

- **Temas:** Cómo dar y recibir feedback.
- **Actividad:** Taller práctico con ejercicios de feedback.

✓ **Mes 2:** Trabajo en Equipo y Colaboración

16. Semana 6: Dinámicas de Grupo

- **Temas:** Fomentar la cohesión y el trabajo en equipo.
- **Actividad:** Dinámicas grupales y juegos de equipo.

17. Semana 7: Resolución de Conflictos

- **Temas:** Técnicas para identificar y resolver conflictos.
- **Actividad:** Role-playing y análisis de situaciones conflictivas.

18. Semana 8: Colaboración y Sinergia

- **Temas:** Estrategias para mejorar la colaboración.
- **Actividad:** Taller práctico con proyectos en equipo.

19. Semana 9: Construcción de Relaciones

- **Temas:** Estrategias para fortalecer relaciones internas y con clientes.
- **Actividad:** Ejercicios de networking y dinámicas de relación.

✓ **Mes 3: Liderazgo y Gestión del Tiempo**

20. Semana 10: Liderazgo Situacional

- **Temas:** Adaptar el estilo de liderazgo a diferentes contextos.
- **Actividad:** Casos prácticos y simulaciones de liderazgo.

21. Semana 11: Gestión del Tiempo

- **Temas:** Técnicas para mejorar la productividad.
- **Actividad:** Taller práctico con ejercicios de planificación.

22. Semana 12: Motivación y Coaching

- **Temas:** Estrategias para motivar y técnicas de coaching.
- **Actividad:** Sesiones de coaching y ejercicios de motivación.

➤ **Fase 3: Evaluación y Seguimiento**

6. Evaluaciones Periódicas

- **Cada dos semanas:** Evaluar el progreso mediante cuestionarios y feedback.

7. Sesiones de Coaching

- **Mensuales:** Reuniones individuales para abordar necesidades específicas.

8. Informe Final y Recomendaciones

- **Al final del programa:** Informe detallado del progreso y áreas de mejora.

9. Plan de Seguimiento

- **Continuo:** Planes de desarrollo individual para cada miembro del equipo.

10. Indicador:

- **Asistencia y participación:** $\frac{N^{\circ} \text{ de personas a capacitar}}{N^{\circ} \text{ de trabajadores del área}} * 100$

• Recursos y Herramientas

- **Material Didáctico:** Cursos y certificaciones online gratuitos en habilidades blandas y ventas, guías, libros y artículos recomendados.
- **Facilitadores:** Expertos en habilidades blandas y ventas.

• Implementación del Programa

5. Lanzamiento del Programa

- **Reunión Inicial:** Presentación del plan y objetivos.
- **Distribución del Calendario:** Entregar el cronograma de las sesiones.

6. Ejecución de la Capacitación

- **Facilitación de Sesiones:** Realización de talleres y actividades según el cronograma.
- **Acceso a Cursos Online:** Inscripción en los cursos.

7. Monitoreo y Ajustes

- **Feedback Continuo:** Ajustes basados en el feedback y evaluaciones periódicas.

8. Clausura y Seguimiento

- **Sesión de Clausura:** Feedback general y reconocimiento de logros.
- **Plan de Apoyo Continuo:** Asegurar la aplicación de habilidades aprendidas y apoyo continuo.

Este plan estructurado permitirá a WPOSS fortalecer las habilidades blandas de su equipo comercial, mejorando significativamente su desempeño y la satisfacción del cliente.