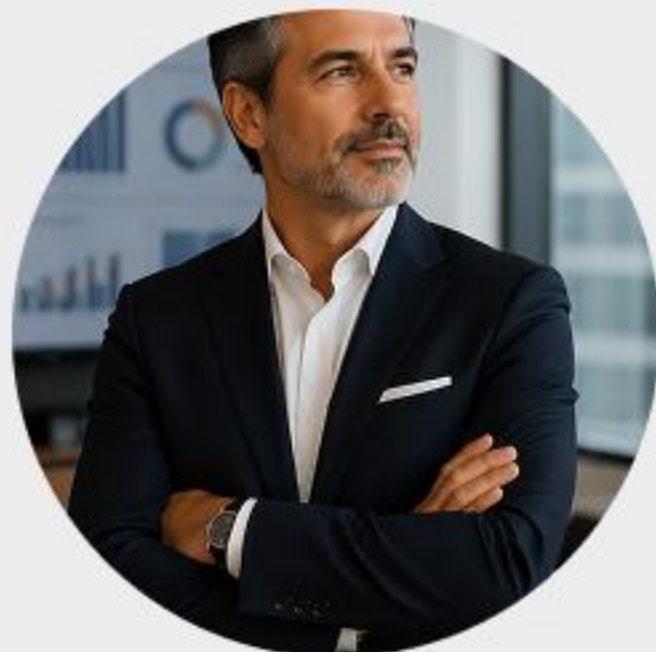




El Coordinador Operativo

Grandes superficies Administrador - cliente

- Edad: 38 años
- Ocupación: Administrador de Punto de Venta
- Ubicación: Ciudades principales e intermedias
- Nivel educativo: Técnico, tecnólogo o profesional en administración, servicio al cliente o áreas afines
- Tipo de cliente: Comercio afiliado
- Tamaño: Mediano o gran comercio

“Mi responsabilidad es que el punto de venta funcione sin interrupciones.”

Objetivos

Garantizar la operación continua del punto de venta.
Supervisar personal, horarios y actividades diarias.
Resolver rápidamente incidencias que afecten las ventas.
Reportar resultados y novedades a niveles superiores.

Motivaciones

Mantener el orden y la eficiencia operativa.
Cumplir objetivos de desempeño del punto de venta.
Evitar interrupciones que afecten clientes o ventas.
Ser reconocido por una gestión organizada y confiable.

Forma de pensar (modelo mental)

Todo problema operativo impacta directamente la experiencia del cliente.
Necesita respuestas rápidas más que análisis profundos.
Prefiere soluciones prácticas y fáciles de ejecutar.
Considera la tecnología como un medio para mantener la operación activa.

Expectativas

Identificar fácilmente fallas o incidencias.
Acceder a información clara sobre el estado de los servicios.
Obtener soporte y atención de forma rápida.
Contar con herramientas simples para supervisar el punto de venta.

Frustraciones

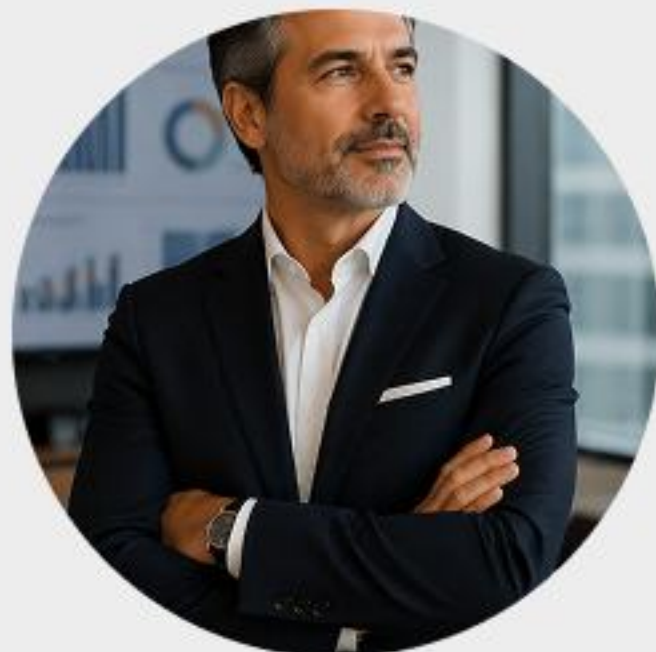
No saber por qué un datáfono o servicio presenta fallas.
Tener que depender de varios canales para resolver un problema.
Procesos lentos que afectan la operación del local.
Falta de visibilidad sobre incidentes o estados de servicio.

Actividades

Abrir y cerrar el punto de venta.
Supervisar personal, horarios y operación diaria.
Gestionar incidencias reportadas por cajeros o colaboradores.
Coordinar la comunicación con proveedores y soporte.

Comportamiento

Se mueve constantemente entre oficina y zona operativa.
Consulta información cuando surge una necesidad específica.
Escala problemas rápidamente para minimizar impactos.
Prefiere información resumida, accionable y en tiempo real.



El Estratega del Negocio

Grandes superficies (Cliente)

- Edad: 55 años
- Ocupación: Presidente, CEO, Propietario o Socio principal de una cadena comercial
- Ubicación: Principales ciudades del país, con operación nacional o internacional
- Nivel educativo: Profesional con especialización o maestría en negocios, finanzas o administración
- Tipo de cliente: Gran comercio estratégico
- Tamaño: Enterprise / Corporativo

“No necesito ver una transacción; necesito entender cómo está funcionando mi negocio”

Objetivos

- Impulsar el crecimiento y la rentabilidad del negocio.
- Identificar oportunidades de expansión y nuevos mercados.
- Monitorear el desempeño de la red comercial por región o ciudad.
- Negociar alianzas y condiciones estratégicas con socios clave.

Motivaciones

Fortalecer el posicionamiento de la marca.
Incrementar ingresos y participación de mercado.
Acceder a información que facilite decisiones de inversión.
Construir relaciones estratégicas de largo plazo.

Forma de pensar (modelo mental)

ienza en indicadores, tendencias y oportunidades, no en transacciones.
Delega la operación y se enfoca en resultados de negocio.
Valora los datos que apoyan decisiones estratégicas.
Ve a Credibanco como un aliado comercial, no como un proveedor.

Expectativas

Visión consolidada de todos sus puntos de venta.
Indicadores ejecutivos simples y accionables.
Información confiable para juntas y toma de decisiones.
Atención personalizada y consultiva.

Frustraciones

Tener que revisar información operativa o demasiado detallada.
Reportes que muestran datos pero no generan conclusiones.
Información dispersa o difícil de consolidar.
Falta de visión comparativa entre regiones o unidades de negocio.

Actividades

Revisar indicadores corporativos y comerciales.
Participar en juntas directivas y reuniones estratégicas.
Evaluar oportunidades de expansión o inversión.
Negociar acuerdos con socios y aliados estratégicos.

Comportamiento

Consulta dashboards ejecutivos de alto nivel.
Dedica poco tiempo a las plataformas operativas.
Busca tendencias y oportunidades más que detalles.
Toma decisiones basadas en indicadores agregados y resultados de negocio.



El Gestor Financiero

Administrador contable de un comercio

- Nombre: Sandra Mendoza
- Edad: 42 años
- Ocupación: Administrador Financiero / Contador / Dueño de comercio
- Ubicación: Ciudades principales y secundarias
- Nivel educativo: Técnico, tecnólogo o profesional en administración, contabilidad, finanzas o áreas afines
- Tipo de cliente: Comercio afiliado al sistema de pagos que gestiona la contabilidad de un comercio
- Tamaño: Pequeño, mediano o gran comercio

“Necesito saber exactamente dónde está cada peso que entra al negocio.”

Objetivos

- Monitorear las ventas realizadas diariamente.
- Verificar que los pagos procesados coincidan con los montos recibidos.
- Identificar rápidamente transacciones rechazadas o con inconsistencias.
- Generar reportes para control interno y conciliación financiera.
- Reducir pérdidas operativas y errores en la gestión de pagos.
- Mantener trazabilidad completa de las transacciones.
- Facilitar auditorías y revisiones contables.

Motivaciones

- Tener control sobre el flujo de dinero del negocio.
- Encontrar información rápidamente cuando surge un problema.
- Evitar diferencias entre ventas y abonos bancarios.
- Demostrar una gestión financiera eficiente.
- Tomar decisiones basadas en datos confiables.
- Disminuir el tiempo invertido en procesos manuales de conciliación.

Forma de pensar (modelo mental)

- Su confianza en la plataforma depende de la capacidad de rastrear cada movimiento financiero sin ambigüedades.
- Cuando existe un problema, espera encontrar la respuesta rápidamente y sin depender de soporte.
- Este usuario entra para confirmar, validar y resolver.

Expectativas

- Información financiera precisa y actualizada.
- Acceso rápido a reportes y filtros.
- Capacidad de buscar transacciones específicas fácilmente.
- Trazabilidad completa de las operaciones.
- Disponibilidad constante de la plataforma.
- Datos consistentes con los reportes bancarios.
- Exportación sencilla de información para análisis externos.
- Alertas o indicadores visibles ante inconsistencias.

Frustraciones

- No encontrar una transacción cuando un cliente reporta un problema.
- Diferencias entre los valores reflejados en el portal y los recibidos en el banco.
- Reportes complejos o difíciles de interpretar.
- Procesos manuales para cruzar información.
- Lentitud al consultar historiales extensos.
- Falta de claridad sobre los motivos de rechazo de una transacción.
- Tener que contactar soporte para obtener información que debería estar disponible en el portal.
- Datos dispersos en múltiples secciones.

Actividades

- **Diarias:** Revisar las ventas del día, Consultar transacciones aprobadas y rechazadas, Verificar montos procesados, Resolver novedades reportadas por las áreas operativas
- **Semanales:** Generar reportes financieros, Analizar tendencias de ventas, Validar inconsistencias encontradas.

Comportamiento

- Nivel digital: Medio–alto. Utiliza diariamente herramientas de gestión, ERPs, software contable, Excel y plataformas transaccionales.
- Hábitos de uso: Accede al portal con un objetivo específico, Utiliza filtros y buscadores constantemente, Descarga reportes para análisis posterior, Consulta información histórica cuando detecta anomalías.
- Rasgos psicológicos relevantes: Alta orientación al detalle, Necesidad elevada de control y certeza, Enfoque racional basado en evidencia, sensibilidad al riesgo operativo.