



**TRABAJO DE GRADO**  
**Seminario De Grado**

**Aplicación analítica para la evaluación de desempeño de los asesores PAP Cúcuta en la empresa Telefónica Movistar**

**Trabajo De Grado**

**Corporación Universitaria Remington.**  
**Facultad de Ingeniería.**  
**Ingeniería Industrial.**

**Presentado por: Jessica Sanguino Ortega y Yeimi Sarmiento Arias**  
**Prof. John Fredy Mira Mejía**  
**Seminario De Grado**  
**2023**

## **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado a todos aquellos que han contribuido de manera significativa a nuestra formación académica y al desarrollo de este proyecto. A nuestros familiares, quienes han sido fuente inagotable de apoyo y paciencia, y a nuestros amigos y seres queridos, por su comprensión y motivación constante. También, a nuestros compañeros de carrera, cuya colaboración y compañerismo han enriquecido nuestra experiencia académica.

## **Agradecimientos**

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a nuestro tutor John Fredy Mira Mejía, por su orientación y aportes que han enriquecido este trabajo. Agradecemos a la Corporación universitaria Remington por proporcionar el entorno para el desarrollo de este trabajo.

Asimismo, reconocemos el respaldo brindado por la plataforma CREHANA, lo cual ha sido fundamental para la realización de este seminario.

A nivel personal, agradecemos a nuestras familias Sanguino Ortega y Sarmiento Arias por su apoyo constante y comprensión durante este proceso. A nuestros amigos y seres queridos, quienes han sido un soporte invaluable.

Finalmente, agradecemos mutuamente a nuestra compañera de equipo por su colaboración, dedicación y trabajo conjunto en la elaboración de este trabajo. Esta experiencia ha sido enriquecedora y nos ha permitido crecer tanto académica como personalmente.

## Índice

Dedicatoria .....	2
Agradecimientos .....	3
Índice.....	4
Índice de Gráficos .....	5
Índice de Tablas .....	6
Resumen.....	1
Marco conceptual y contextual .....	2
Desarrollo e implementación del aprendizaje.....	4
1. Fases y métodos .....	4
1.1 Fase de análisis .....	4
1.2 Fase de Recopilación y tratamiento de datos .....	6
1.3 Fase de diseño de la visualización .....	6
Selección de Variables Clave.....	7
1.4 Fase de realización de informes .....	8
Figuras y tablas .....	9
Definiciones .....	16
Referencias.....	17

## Índice de Gráficos

Ilustración 1. Servicios y productos prestados por la empresa Movistar Colombia. ....	6
Ilustración 2. Cantidad de Ventas Fibra – producto (TRIO) mensual del año 2023 .....	9
Ilustración 3. Histórico consolidado de ventas Fibra - producto (TRIO) por Asesor año 2023 ...	10
Ilustración 4. Informe de Ventas Totales 1Q 2023 .....	11
Ilustración 5. Informe de Ventas 2Q 2023 .....	12
Ilustración 6. Informe de Ventas 3Q 2023 .....	13

## Índice de Tablas

Tabla 1. Detalle por Asesor .....	14
-----------------------------------	----

## **Resumen**

Este trabajo presenta la visualización de los datos de ventas de un equipo de vendedores de Telefónica en Cúcuta, Colombia, con el propósito de evaluar su rendimiento durante los primeros nueve meses del 2023. La información, recopilada de enero a septiembre, se somete a un análisis detallado, siguiendo las pautas del seminario de análisis y visualización de datos.

En una primera etapa, se genera un informe mensual detallado de las ventas correspondientes a cada mes del 2023, seguido por un análisis destinado a medir el desempeño del equipo. La metodología aplicada se basa en los conocimientos adquiridos durante el seminario de análisis y visualización de datos, y el documento resultante se comparte a través de un enlace de Google Drive para su acceso por parte de las personas interesadas.

La recolección de datos se realiza desde la base de datos del equipo de trabajo que será objeto de evaluación, y se lleva a cabo un filtrado y procesamiento exhaustivo antes de proceder con la visualización. El objetivo principal es no solo evaluar el rendimiento de los vendedores, sino también proporcionar ideas valiosas para el equipo y los líderes en Telefónica.

### **Palabras clave**

Visualización de datos, Desempeño, Telefónica, Evaluación, Resultados, Análisis de ventas, Seminario, Fuerza de venta, Asesores, Estrategias de venta.

## Marco conceptual y contextual

El análisis y la visualización de datos son herramientas clave para la toma de decisiones informadas y estratégicas. Los avances tecnológicos, junto con la creciente cantidad y variedad de datos, han impulsado un cambio significativo en la forma en que las empresas enfrentan desafíos y aprovechan oportunidades. Este cambio se refleja en el uso generalizado de plataformas importantes que son indispensables como Microsoft Excel y Power BI, entre otras, para el análisis y la visualización de datos (Puig, 2023; MEL, 2020).

Según la Universidad de Cataluña (2020), las herramientas de análisis y visualización de datos facilitan enormemente el análisis de datos al optimizar la gestión de estos, aunque estas funcionan de manera diferente y ofrecen características distintas. Estas herramientas se enmarcan en el concepto de Business Intelligence (BI), que se define como el conjunto de procesos, metodologías y tecnologías que permiten transformar los datos en información útil y relevante para la toma de decisiones empresariales (del Conocimiento, 2016).

Entre las herramientas de BI más utilizadas se encuentran Excel y Power BI, que son productos de Microsoft. Excel es una hoja de cálculo que permite realizar operaciones matemáticas, estadísticas y financieras con los datos, así como crear gráficos y tablas dinámicas. Power BI es una plataforma de análisis de datos que permite integrar datos de diferentes fuentes, crear modelos y medidas, y generar informes interactivos y visuales (Universidad de Cataluña, s/f).

Estas herramientas mejoran el desempeño de la empresa al permitir automatizar procesos, integrar datos de diferentes fuentes, identificar patrones y tendencias, y generar informes. La representación analítica y visual de estos datos es fundamental para facilitar la comprensión de la información generada. La visualización de datos utiliza elementos gráficos como cuadros, mapas, tablas, gráficos, dashboards, entre otros, para representar y comunicar los datos e información de forma clara y efectiva (IBM, s/f).

Además, la visualización de datos permite contar historias con los datos, captando la atención e interés de la audiencia (IBM, s/f). Por ejemplo, en el caso de Movistar, se puede utilizar la visualización de datos para mostrar el posicionamiento y la competitividad de la empresa Movistar en el mercado Colombiano, así como el desempeño de sus asesores comerciales y los servicios o productos más vendidos.

"La actividad de Telefónica, que opera bajo la marca comercial Movistar, se centra en los negocios de telefonía fija y móvil, servicios de banda ancha, conectividad a Internet móvil y televisión satelital. Telefónica está presente en 808 municipios con telefonía fija, 972 con telefonía móvil y en 155 municipios con tecnología 4G LTE" (Movistar, 2020, párr. 2).

Dentro de la estructura organizacional de la empresa Movistar, ubicada en la región Oriente - Cúcuta Planta PAP, 17 asesores se dedican a la venta de servicios de telefonía móvil, fija, internet y televisión. Estos asesores abarcan tanto clientes residenciales como corporativos,



con el objetivo de cumplir metas comerciales y proporcionar una atención al cliente de calidad que genere satisfacción y fidelización.

La aplicación de estas herramientas y técnicas de análisis de big data puede revelar patrones de comportamiento del cliente, permitiendo a empresas como Movistar adaptar sus ofertas y estrategias de servicios y productos de manera más efectiva. Esta integración de Big Data en el análisis de datos amplía la capacidad de la empresa para comprender las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes a un nivel más profundo (del Conocimiento, 2019).

La cultura organizacional de la empresa Telefónica también desempeña un papel fundamental. Esta tiene una cultura organizacional basada en cuatro valores: confianza, apertura, colaboración y diversidad. Estos valores orientan el comportamiento de los empleados hacia los clientes, fomentando la innovación, la calidad y la adaptación al entorno. Gracias a esta cultura y al uso de herramientas de big data e inteligencia artificial, Movistar se diferencia de sus competidores en el sector de las telecomunicaciones, ofreciendo soluciones personalizadas y eficientes a las necesidades de sus usuarios y garantizando la excelencia en sus procesos de negocio (Movistar, 2020).

En este contexto, es relevante mencionar las perspectivas de HubSpot sobre la importancia del análisis de ventas. HubSpot (2020) explica que el reporte de ventas es un informe que permite a las empresas tener una visión más completa de sus actividades comerciales. Su objetivo es evaluar situaciones de la organización para tomar las mejores decisiones que encaminen a la empresa; además, analiza el volumen de las ventas y el desempeño de los ejecutivos. Asimismo, HubSpot (2020) destaca la importancia del análisis de ventas como un proceso sistemático de evaluación. El análisis de ventas es el proceso de evaluación sistemática de componentes específicos que impactan las operaciones de ventas de una empresa. Este implica recopilar y analizar datos sobre transacciones, comportamiento de clientes y otros factores que brindan una visión integral de la gestión y el trabajo de los equipos de ventas. Estas perspectivas de HubSpot añaden una capa adicional al entendimiento de cómo las empresas, como Telefonía Movistar, pueden beneficiarse de un análisis profundo de sus operaciones comerciales.

## **Desarrollo e implementación del aprendizaje**

A través de la revisión detallada de las ventas realizadas por el grupo de asesores de ventas, se evaluó el desempeño individual de cada uno en cada trimestre. Este análisis permitió identificar los servicios más populares entre los clientes, resaltando que los productos Tríos de Fibra Óptica son particularmente exitosos en la región de Cúcuta.

Este descubrimiento es esencial para diseñar estrategias de aprendizaje específicas que fortalezcan aún más la capacidad de los asesores para satisfacer las preferencias de los clientes con respecto a los productos Tríos de Fibra Óptica. Al reconocer esta fortaleza, se puede desarrollar un plan de formación centrado en mejorar las habilidades y conocimientos relacionados con este servicio.

Asimismo, se observa que algunos de los 17 asesores presentan cifras que sugieren áreas de mejora. Se implementará un seguimiento más detallado para identificar y abordar posibles oportunidades de desarrollo. Esta estrategia individual no solo contribuirá a mejorar las cifras de estos asesores en lo que resta del año 2023, sino que también garantizará una evaluación anual positiva, proporcionando a cada asesor las herramientas necesarias para alcanzar la meta.

El desarrollo e implementación del aprendizaje se dirigirá hacia la optimización de las fortalezas identificadas y una atención especializada para mejorar las áreas de oportunidad, asegurando así que el equipo de asesores esté capacitado y preparado para contribuir al éxito continuo de Telefónica en la región de Cúcuta.

### **1. Fases y métodos**

#### **1.1 Fase de análisis**

En esta etapa de análisis, se llevará a cabo la evaluación de los datos recopilados sobre las ventas de los servicios fibra naked, trío y dúo de Telefónica Movistar. Inicialmente, se procederá a definir estos servicios o productos proporcionados por Movistar. La tarea consistirá en identificar patrones, tendencias y factores influyentes en el rendimiento de los asesores, utilizando herramientas analíticas avanzadas para garantizar una comprensión completa de la situación.

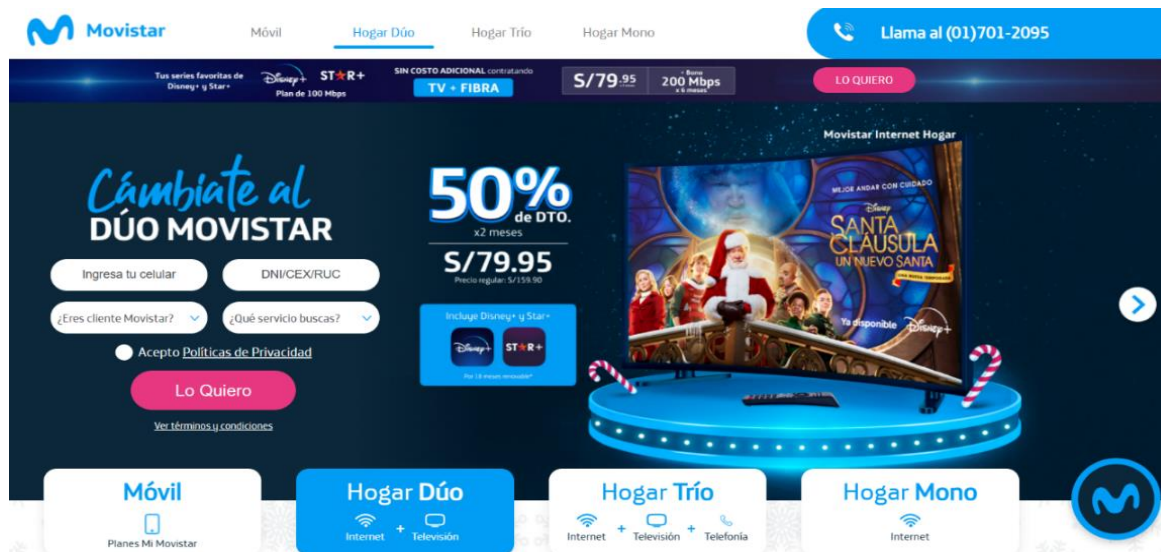
En este contexto, según los datos suministrados por Movistar (2020), Movistar se presenta como una destacada empresa de tecnologías de la información y la comunicación que opera bajo la marca reconocida de Movistar. Su enfoque abarca servicios de telefonía fija y móvil, banda ancha, Internet móvil y televisión satelital. Con presencia en 808 municipios con telefonía fija, 972 con telefonía móvil y 155 con tecnología 4G LTE, Telefónica cerró el primer trimestre de 2017 con una base de clientes de 16,4 millones en todo el país. Su

impacto en el sector de las telecomunicaciones se distingue por una historia rica, innovación constante y un compromiso sólido con la conectividad, contribuyendo a mejorar la vida digital de las personas en todo el país.

Los productos y servicios más reconocidos de la empresa Movistar, disponibles para clientes residenciales y corporativos, son fibra naked o mono, trío y dúo. Estos hacen referencia a diferentes combinaciones de servicios de telecomunicaciones que ofrecen diversas opciones de productos y funciones. A continuación, se presenta una explicación más detallada de cada uno:

- ✓ Servicios Naked o Mono: es un servicio de conexión a Internet de alta velocidad mediante tecnología de fibra óptica. El cual se centra exclusivamente en proporcionar una conexión rápida y estable a Internet, sin incluir servicios adicionales como telefonía fija o televisión.
- ✓ Servicios Trío: es un paquete integral que combina tres servicios fundamentales: telefonía fija para llamadas, televisión con una variedad de canales y servicios de conexión a Internet de alta velocidad.
- ✓ Servicios Dúo: es una opción que permite a los clientes elegir dos servicios principales según sus necesidades. Las combinaciones incluyen telefonía fija, televisión e Internet, proporcionando flexibilidad para adaptarse a diferentes preferencias.

Ilustración 1. Servicios y productos prestados por la empresa Movistar Colombia.



Fuente: [Movistar Dúo Internet + TV HD para tu hogar | Pídelo aquí \(movistarhogar.pe\)](https://movistarhogar.pe)

## 1.2 Fase de Recopilación y tratamiento de datos

- ✓ Se llevará a cabo la recopilación de información clave de bases de datos abiertas para la futura visualización.
- ✓ Se realizará un análisis inicial de los datos de la empresa de telecomunicaciones para comprender su estructura y evaluar su calidad.
- ✓ Se procederá a corregir posibles errores en los datos y a ajustarlos según las necesidades de la herramienta de diseño seleccionada.
- ✓ Se realizará una limpieza exhaustiva de los datos, asegurando su integridad y aplicando transformaciones necesarias para mejorar su calidad y utilidad.
- ✓ Los datos tratados serán ajustados para integrarse eficazmente en la fase de diseño, optimizando la presentación final.

## 1.3 Fase de diseño de la visualización

En esta fase, se centrará en el uso de Microsoft Excel para diseñar visualizaciones claras y efectivas basadas en la base de datos proporcionada. Se emplearán gráficas para destacar patrones y tendencias clave. La base de datos incluye información detallada sobre el mes, fecha de ingreso, supervisor, cédula del asesor, nombre del asesor, cliente, barrio, sistema, localidad, producto, plan de televisión, FS, pedido y estado en GRETA.

## Selección de Variables Clave

En esta etapa, la atención se centrará en variables específicas que proporcionarán información clave sobre el desempeño de los asesores y los servicios de telecomunicaciones. Las variables seleccionadas son:

**Ventas Totales de Servicios Trío (Histórico 2023):**

Se analizará el historial completo de ventas de servicios trío realizadas por cada asesor a lo largo del año 2023. Esta información revelará la contribución individual de cada asesor al éxito general de los servicios trío.

**Ventas de Fibra Trío por Mes (Enero a Septiembre 2023):**

Se examinarán las ventas mensuales de servicios trío específicamente relacionadas con la fibra. Este análisis detallado por mes permitirá identificar patrones estacionales y evaluar el rendimiento a lo largo del tiempo.

**Informe de Ventas Totales 1Q (Enero, Febrero y Marzo) 2023 de Dúo, Naked y Trío:**

Se consolidarán y presentarán las ventas totales de los servicios dúo, naked y trío durante el primer trimestre del año 2023. Este informe proporcionará una visión general del rendimiento en los primeros tres meses del año.

**Informe de Ventas Totales 2Q (Abril, Mayo y Junio) 2023 de Dúo, Naked y Trío:**

Se consolidarán y presentarán las ventas totales de los servicios dúo, naked y trío durante el segundo trimestre del año 2023. Este informe ofrecerá una evaluación intermedia del desempeño.

**Informe de Ventas Totales 3Q (Julio, Agosto y Septiembre) 2023 de Dúo, Naked y Trío:**

Se consolidarán y presentarán las ventas totales de los servicios dúo, naked y trío durante el tercer trimestre del año 2023. Este informe brindará una perspectiva completa del rendimiento durante la mayor parte del año.

✓ **Detalle de Altas por Asesor:**

En esta fase, se profundizará en las altas de servicios realizadas por cada asesor, destacando la importancia de comprender las contribuciones individuales. Este análisis permitirá evidenciar la influencia de cada asesor en la generación de nuevas conexiones de servicios dúo, naked y trío. Proporcionar una visión detallada de las altas contribuirá a identificar patrones y tendencias específicas de cada asesor, ofreciendo valiosa información para la toma de decisiones estratégicas.

✓ **Gráficos Dinámicos:**

La herramienta de Microsoft Excel posibilitará la creación de gráficos dinámicos, constituyendo una herramienta visual clave. Estos gráficos permitirán observar de manera dinámica la distribución de asesores, evaluar el rendimiento de los productos y comprender

el estado de los pedidos a lo largo del tiempo. La importancia radica en proporcionar una representación gráfica que facilite la identificación instantánea de patrones emergentes y tendencias relevantes en la fuerza de ventas.

✓ **Tablas Dinámicas:**

La aplicación de tablas dinámicas será fundamental para resumir y analizar datos de manera minuciosa. Esta técnica proporcionará una visión más detallada de las áreas de oportunidad y fortalezas en el desempeño de los asesores. Asimismo, facilitará la evaluación de la eficiencia de los diferentes productos y planes de televisión. El énfasis recae en la capacidad de estas tablas para ofrecer una visión detallada y estructurada de los datos, permitiendo insights más profundos.

✓ **Interactividad:**

La implementación de interactividad en las visualizaciones constituye un elemento clave para maximizar la utilidad de la herramienta. Permite a los usuarios filtrar la información según criterios específicos, como supervisor, localidad o producto. Esta funcionalidad brinda flexibilidad en la exploración de datos, empoderando a los usuarios para enfocarse en áreas específicas de interés. La interactividad potencia la capacidad de análisis y adaptación de la visualización a las necesidades individuales.

✓ **Diseño Atractivo:**

La presentación visual se diseñará de manera atractiva y fácil de entender, utilizando colores y formatos que destaquen la información clave. Se buscará una presentación ordenada y profesional.

#### **1.4 Fase de realización de informes**

La fase final consistirá en la elaboración de un informe detallado que sintetice los hallazgos del análisis y la visualización de datos. Este informe proporcionará recomendaciones específicas para mejorar el rendimiento y la eficiencia en la oferta de servicios de fibra naked, trío y dúo. La información estará disponible en el drive corporativo para su fácil acceso y revisión.

Estas fases y métodos garantizarán un enfoque sistemático y efectivo para analizar y visualizar datos, brindando a Telefónica una visión clara y fundamentada para optimizar sus servicios de telecomunicaciones en la región de Cúcuta.

## Figuras y tablas

*Ilustración 2. Cantidad de Ventas Fibra – producto (TRIO) mensual del año 2023*

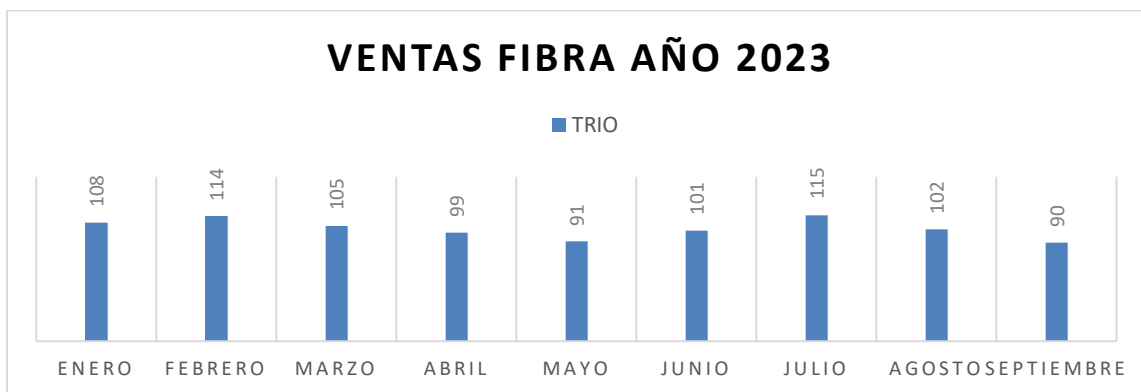


Gráfico 2. Ilustra de forma clara y concisa las ventas mensuales del servicio Trío de fibra óptica a lo largo del año 2023. Cada barra representa un mes, ofreciendo una visión detallada de las fluctuaciones en la demanda durante los nueve meses evaluados.

Al analizar los datos, se destaca un inicio robusto en enero con 108 unidades vendidas, marcando el punto más alto en el año. Sin embargo, se observa una tendencia a la baja en los meses subsiguientes, alcanzando su punto más bajo en mayo con 91 unidades. A partir de junio, se aprecia una recuperación gradual, con notables picos en julio (115 unidades) y febrero (114 unidades).

En términos generales, el primer trimestre muestra fortaleza en las ventas, seguido de una disminución en el segundo trimestre y una recuperación en el tercero. Julio se destaca como el mes más exitoso, mientras que septiembre representa el periodo con menor rendimiento.

Este análisis proporciona información valiosa para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo ajustar las estrategias de marketing y promoción para capitalizar los periodos de mayor demanda, como enero y julio, y optimizar la eficiencia en meses con menor rendimiento, como mayo y septiembre.

*Ilustración 3. Histórico consolidado de ventas Fibra - producto (TRIO) por Asesor año*

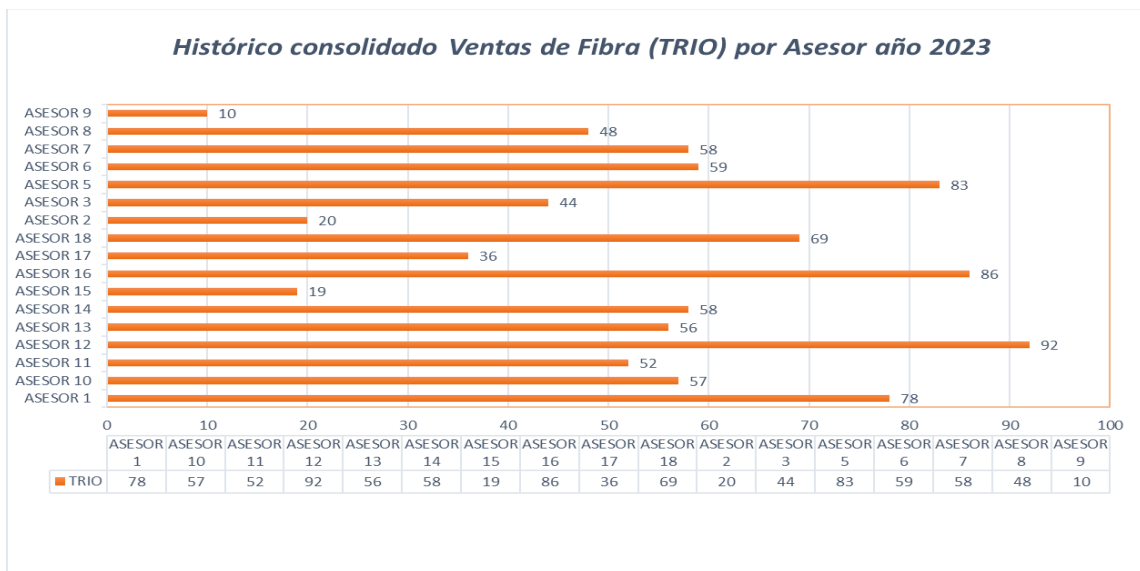


Gráfico 3. Histórico consolidado de ventas de fibra óptica, se muestra específicamente del producto Trío, por asesor durante el año 2023. Cada barra representa a un asesor y muestra la cantidad total de unidades vendidas en el año 2023.

Al analizar, se evidencia de forma clara y concisa una variabilidad considerable en el rendimiento de los asesores a lo largo del año. El asesor 12 destacó como el más exitoso, logrando vender 92 unidades en total. Le siguen el asesor 5 con 83 unidades y el asesor 16 con 86 unidades, lo que sugiere un desempeño sólido de estos tres asesores a lo largo del periodo evaluado.

En contraste, el asesor 9 registró el rendimiento más bajo, con solo 10 unidades vendidas durante el año. Asimismo, los asesores 15, 2 y 3 también presentaron cifras relativamente bajas, con 19, 20 y 44 unidades vendidas respectivamente.

En términos generales, la distribución de las ventas entre los asesores varía significativamente, lo que indica la necesidad de evaluar y compartir las mejores prácticas entre el equipo. Este análisis permite identificar áreas de oportunidad para mejorar el rendimiento, así como reconocer y recompensar a los asesores más destacados. Además, brinda información valiosa para la asignación estratégica de recursos y el desarrollo de estrategias personalizadas para cada asesor.



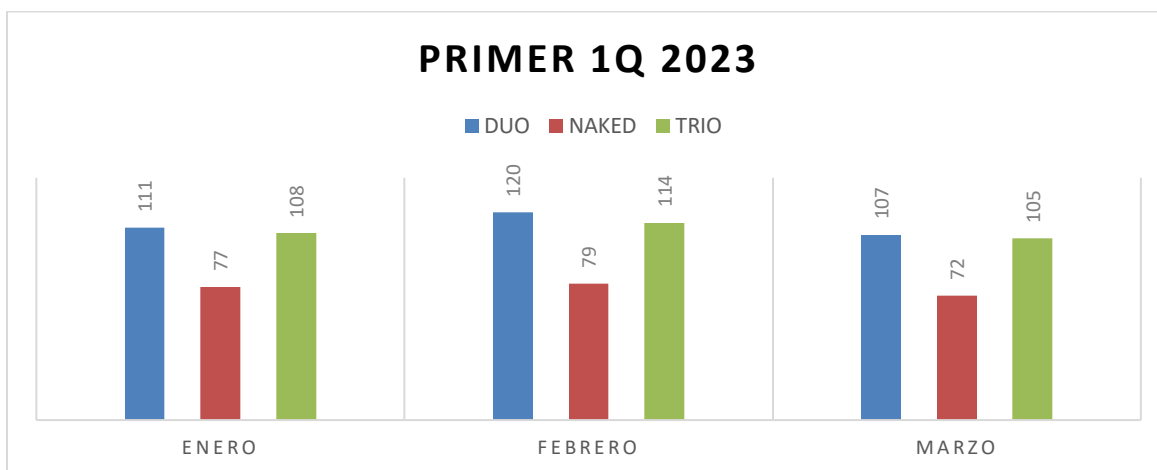
*Ilustración 4. Informe de Ventas Totales 1Q 2023*

Gráfico 4. En este resumen se ilustra de forma clara y concisa las ventas del primer trimestre de 2023, desglosadas por producto (DUO, NAKED, y TRIO) y mes. Cada tres barras representan un mes con las cantidades de unidades vendidas para cada producto.

En enero, las ventas alcanzaron con el producto TRIO liderando las cifras con 108 unidades, seguido de DUO con 111 unidades y NAKED con 77 unidades. Febrero presenta nuevamente aumento en TRIO encabeza las ventas con 114 unidades, seguido de DUO con 120 unidades y NAKED con 79 unidades. Marzo cierra el primer trimestre con: TRIO mantiene su posición líder con 105 unidades, seguido por DUO con 107 unidades y NAKED con 72 unidades.

En términos generales, el TRIO muestra un desempeño sólido a lo largo de los tres meses, siendo el principal impulsor de las ventas. DUO también mantiene cifras consistentes, mientras que NAKED, aunque contribuye significativamente, presenta cifras ligeramente más bajas en comparación con los otros dos productos.

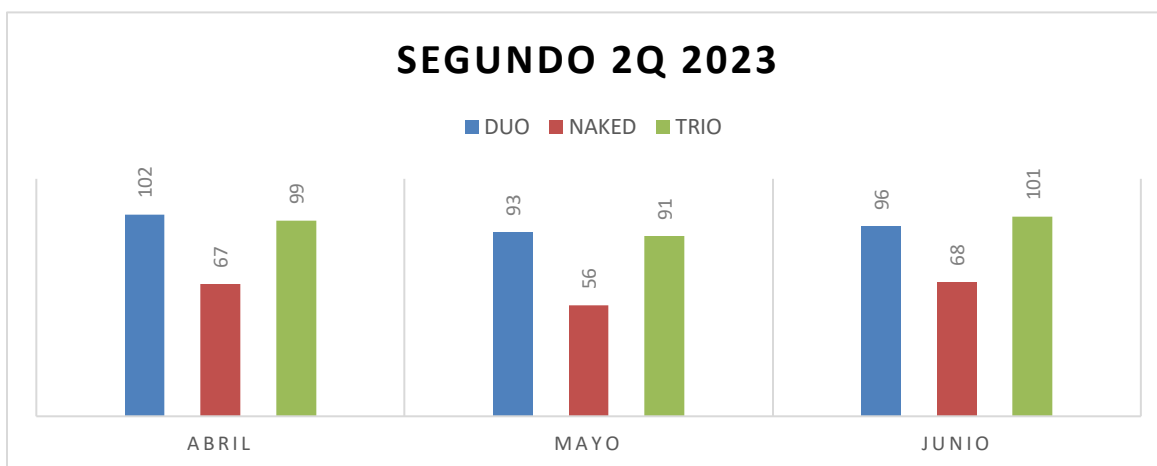
*Ilustración 5. Informe de Ventas 2Q 2023*

Gráfico 5. Continuación del resumen donde se evidencia de forma clara las ventas del segundo trimestre de 2023, desglosadas por producto (DUO, NAKED, y TRIO) y mes. En abril, con el producto TRIO liderando las cifras con 99 unidades, seguido de DUO con 102 unidades y NAKED con 67 unidades. Mayo presenta una disminución en las ventas totales. Una vez más, TRIO encabeza las ventas con 91 unidades, seguido de DUO con 93 unidades y NAKED con 56 unidades. Junio cierra el segundo trimestre, donde TRIO mantiene su posición líder con 101 unidades, seguido por DUO con 96 unidades y NAKED con 68 unidades.

En este trimestre, TRIO continúa destacándose como el principal impulsor de las ventas, manteniendo cifras sólidas en cada mes. DUO y NAKED también contribuyen de manera consistente, aunque se observa una ligera variabilidad en sus cifras mensuales.

*Ilustración 6. Informe de Ventas 3Q 2023*

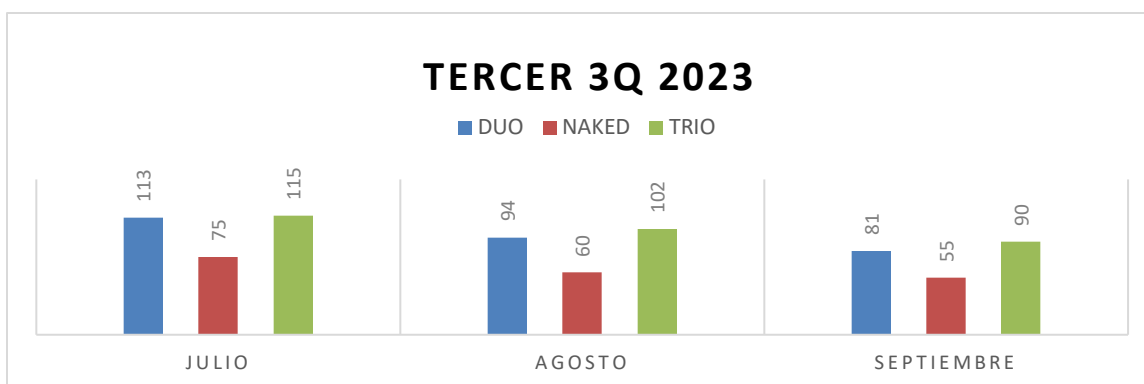


Gráfico 6. Resumen donde se observa claramente el resultado de las ventas del tercer trimestre de 2023, desglosadas por producto (DUO, NAKED, y TRIO) y mes. En julio, las ventas del producto TRIO es líder con 115 unidades, seguido por DUO con 113 unidades y NAKED con 75 unidades. Agosto presenta una disminución en las ventas totales, Nuevamente, TRIO encabeza las ventas con 102 unidades, seguido de DUO con 94 unidades y NAKED con 60 unidades. Septiembre cierra el tercer trimestre con un total de 226 unidades vendidas. TRIO mantiene su posición líder con 90 unidades, seguido por DUO con 81 unidades y NAKED con 55 unidades.

Durante este trimestre, TRIO continúa siendo el principal generador de ventas, manteniendo cifras destacadas en cada mes. DUO y NAKED, aunque muestran una ligera variabilidad en sus cifras mensuales, contribuyen de manera consistente al desempeño general de las ventas.

*Tabla 1. Detalle por Asesor*

<b>No</b>	<b>SUPERVISORA</b>	<b>ASESORES</b>	<b>FO ALTA</b>
1	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 1	141
2	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 2	37
3	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 3	98
4	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 18	123
5	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 5	148
6	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 6	110
7	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 7	129
8	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 8	90
9	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 9	20
10	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 10	96
11	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 11	73
12	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 12	136
13	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 13	124
14	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 14	114
15	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 15	28
16	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 16	147
17	JESSICA SANGUINO ORTEGA	ASESOR 17	69
	<b>TOTAL</b>		<b>1683</b>

Tabla 1. La tabla muestra de forma clara y ordenada la cantidad de altas realizadas por cada asesor. Cada fila representa a un asesor específico, proporcionando un análisis del rendimiento individual en la generación de altas. Esta información permite una evaluación de la contribución de cada miembro del equipo en este aspecto.

Al analizar los datos, se evidencia que el asesor 5 destacó con más altas ejecutadas, logrando vender 148 servicios en total. Seguidos de los asesores 16 y 1 con 147 y 141 servicios respectivamente, lo que sugiere un desempeño sólido de estos tres asesores a lo largo del periodo evaluado.

En contraste, los asesores 9, 15 y 20 registraron los rendimientos más bajos, con solo 20, 28 y 37 ventas respectivamente durante el año.

Este análisis permite identificar áreas de oportunidad para mejorar el rendimiento, así como reconocer y recompensar a los asesores más destacados. Además, brinda información valiosa para la asignación estratégica de recursos y el desarrollo de estrategias personalizadas para cada asesor.

## Conclusiones

Durante el desarrollo de este trabajo de grado, se logró implementar una herramienta de visualización interactiva que proporciona acceso eficiente a información clave para el equipo. La aplicación práctica de herramientas aprendidas permitió la creación de informes efectivos, facilitando la toma de decisiones para asegurar un cierre exitoso del año 2023.

La presentación atractiva de datos, como los cuartiles y los servicios más destacadas en el mercado, se compartió de manera accesible en el drive corporativo, garantizando que asesores, profesionales y líderes regionales puedan acceder fácilmente a la información crucial mediante un enlace.

Se logró implementar todas las funcionalidades requeridas, con las herramientas utilizadas, demostrando un manejo efectivo y adquirido durante el desarrollo del trabajo. Se destacó la capacidad para generar informes visuales que simplifican el análisis de datos y facilitan la toma de decisiones.

En conclusión, el trabajo no solo cumplió con los objetivos propuestos, sino que también destacó la importancia de la visualización de datos para una comprensión más profunda y una toma de decisiones informada en el contexto empresarial. Este enfoque, respaldado por herramientas accesibles de análisis y base datos, demuestra ser importante para optimizar el rendimiento, la eficiencia operativa y el logro de los objetivos comerciales en el contexto de Telefónica en la región de Cúcuta.

## Definiciones

- **Fibra Naked:** Definición: Configuración de servicios de telecomunicaciones que ofrece exclusivamente conexión a Internet mediante tecnología de fibra óptica, prescindiendo de servicios adicionales como telefonía o televisión.
- **Desempeño Trimestral (3Q):** Definición: Evaluación del rendimiento de los asesores de ventas en un periodo de tres meses, esencial para comprender las tendencias y tomar decisiones estratégicas.
- **Visualización Interactiva:** Definición: Representación gráfica de datos que permite la manipulación y exploración activa por parte del usuario, facilitando la comprensión y análisis de la información.
- **Altas Por Asesor:** Definición: Registro de nuevas conexiones o contratos realizados por un asesor de ventas, indicativo clave para medir su productividad y contribución al equipo.
- **Histórico Consolidado:** Definición: Resumen integral y acumulado de datos históricos, en este contexto, referido a las ventas de productos específicos a lo largo del tiempo.
- **Cuartiles de Ventas:** Definición: División de las ventas en cuatro partes iguales, proporcionando una comprensión detallada de la distribución y variabilidad de los resultados.

## Referencias

- Boletín trimestral del sector TIC - Cifras primer trimestre de 2023. (s/f). Gov.co. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-276966.html>
- Del Conocimiento, I. de I. (2016, octubre 19). *Aplicaciones Big Data en la empresa - IIC*. Instituto de Ingeniería del Conocimiento <https://www.iic.uam.es/innovacion/aplicaciones-big-data-empresa/>
- Herramientas de análisis de datos y su importancia. (s/f). Edu.co. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de <https://www.ucatalunya.edu.co/blog/las-mejores-herramientas-de-analisis-de-datos-y-su-importancia-para-la-toma-de-decisiones>
- Herramientas y soluciones de visualización de datos. (s/f). Ibm.com. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de <https://www.ibm.com/es-es/analytics/data-visualization>
- Ortega, C. (2023, abril 14). Herramientas de gestión de datos: Qué son, características y ejemplos. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/herramientas-de-gestion-de-datos/>
- Pipedrive Inc / Pipedrive OÜ. (2021, junio 2). Tres tipos de KPIs de ventas y tableros para mejorar tus ingresos. Pipedrive. <https://www.pipedrive.com/es/blog/kpis-ventas>
- Planes Movistar Dúo Internet Fibra + TV HD para tu Hogar. (s/f). Movistarhogar.pe. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de <https://movistarhogar.pe/duo-tv-internet?tsource=5077>
- Puig, A. T. (2023, noviembre 13). El poder del análisis de datos en la toma de decisiones empresariales. Mel - Management & eLearning. <https://blogs.uoc.edu/mel/es/el-poder-del-analisis-de-datos-en-la-toma-de-decisiones-empresariales/>
- Rodriguez, J. (2023, enero 2). Cómo crear un reporte de ventas (incluye ejemplos). Hubspot.es <https://blog.hubspot.es/sales/reporte-de-ventas>
- Telefónica Colombia - Acerca de nosotros. (s/f). Movistar.co. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de <https://descubre.movistar.co/telefonica-accesible/acerca-de-telefonica.html>
- (S/f-a). Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de

<http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.telefonica.co/wp-content/uploads/sites/4/2023/07/Informe-de-Gestion-Responsable-2022-VF-Julio-31-2023.pdf>

(S/f-b). Telefonica.co. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de <https://www.telefonica.co/wp-content/uploads/sites/4/2023/07/Informe-de-Gestion-Responsable-2022-VF-Julio-31-2023.pdf>

(S/f-c). Uam.es. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de <https://www.iic.uam.es/innovacion/big-data-e-inteligencia-artificial/>