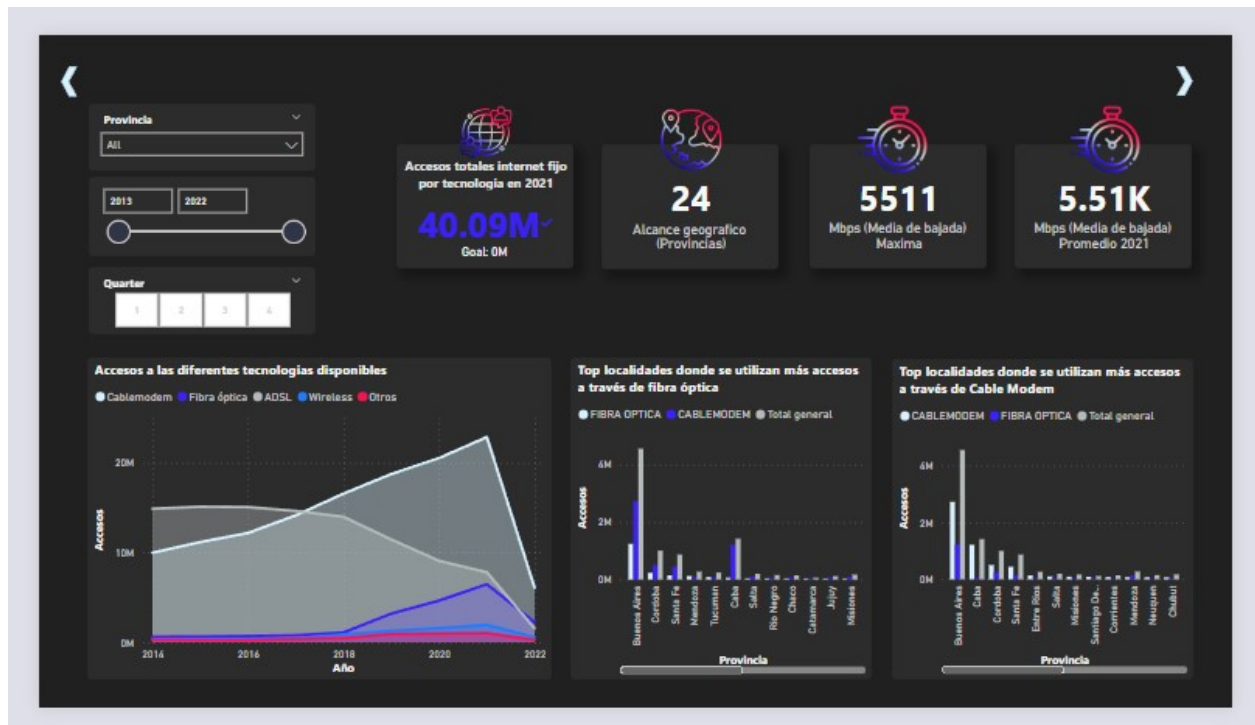


Presentación telecomunicaciones (Storytelling):

Realice un sondeo previo de los datasets disponibles, entonces pensé, que es una de las cosas más importantes necesarias para que una empresa prospere, "los clientes", Entonces cual es uno de los factores más importantes para un cliente de una empresa de telecomunicaciones, para captar ese cliente y mantenerlo en el tiempo, la calidad del servicio, disponibilidad y velocidad con la que se puede comunicar. Por otro lado también es relevante tener transparencia en los precios y planes ofrecidos, así como garantizar la seguridad y la privacidad de la información

En base a la información proporcionada podemos medir el desempeño de la empresa con los siguientes KPI's que vemos por aquí:



Son indicadores clave de rendimiento (KPI), metas que le ayudan a medir el progreso con respecto a sus objetivos más estratégicos. Se pueden tener muchos tipos de métricas, sin embargo los KPI son objetivos "clave" para el éxito de su negocio.

Entonces en base a todo eso y los datos disponible tenemos:

1 . Clientes activos: ya que cuantos más clientes tenga, mayor será su presencia en el mercado y mayor será su capacidad para generar ingresos y ganancias. Aquí tomamos los accesos en el 2021 que es el año más reciente con los datos completos, y mediante los accesos podemos ver el volumen y la actividad de los clientes.

2 . Alcance geográfico: medido en términos de la cantidad de provincias en los que la empresa tiene presencia o realiza operaciones. Este KPI puede ser útil para medir el nivel de expansión de la empresa y

su capacidad para llegar a nuevos mercados. La empresa tiene presencia en las 24 provincias de Argentina, vamos a analizar el impacto y el volumen en algunas de ellas más adelante

3 . Velocidad de bajada: tenemos la velocidad máxima disponible y la velocidad promedio en el 2021. La velocidad de la conexión a internet es una medida importante para determinar la calidad del servicio que se está ofreciendo.

Continuamente poniéndome en la posición del cliente, nos podemos preguntar, "que prefiere el cliente" y "porque lo prefiere y lo elije"

Entonces pasamos a el primer gráfico "Accesos a las diferentes tecnologías disponibles" muestra las tecnologías con más accesos, es decir la más usada de Internet fijo, y como ha cambiado en el tiempo. Se observa una disminución significativa en el número de accesos a internet fijo en el año 2022 en comparación con los años anteriores, en todas las tecnologías. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la disminución observada en el año 2022 puede deberse al hecho de que solo se cuenta con registros de un trimestre, lo que no proporciona una imagen completa de la situación. En consecuencia, la baja en el número de accesos a internet fijo en el año 2022 podría ser una tendencia temporal y no necesariamente una disminución permanente por lo que no sería acertado tomar esos valores para todo el año.

Aclarando eso, entonces podemos ver una tendencia de aumento de fibra óptica y cablemodem

Por lo que me pareció acertado enfocarme en esas dos tecnologías, para comprender las razones detrás de la elección de los clientes por estas, y cómo se puede implementar este conocimiento a campañas de marketing a cada grupo en particular. La segmentación de clientes y la identificación de las razones detrás de la elección de los clientes por ciertas tecnologías son factores críticos para el éxito de la empresa

Con lo dicho anterior mente se evalúan esas tecnologías en las categorías propuestas inicialmente "calidad, disponibilidad y velocidad"

En los siguientes dos graficos se analizan las tecnologías con respecto a las provincias y la demanda dentro de ellas.

Buenos Aires es la provincia con mayor población en Argentina, lo que podría influir en su posición como la provincia con más accesos de fibra óptica, cable módem y total de accesos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la infraestructura de redes y la adopción de tecnología también pueden ser factores importantes en la cantidad de accesos de fibra óptica y cable módem en una provincia determinada.

Al analizar los datos de acceso a Internet fijo por tecnología y localidad, podemos identificar las 10 provincias con mayor número de accesos de fibra óptica, cable módem y total de accesos. Estos datos son importantes para aplicar una segmentación de clientes, ya que nos permiten identificar los

mercados más prometedores para ofrecer servicios de Internet fijo por fibra óptica y cable módem, y adaptar nuestras estrategias de marketing y ventas en consecuencia.

Además, al analizar la relación entre el número de accesos de fibra óptica y cable módem en cada provincia, podemos identificar patrones y tendencias en la adopción de tecnología y las preferencias de los consumidores en diferentes regiones de Argentina. Esto nos puede ayudar a entender mejor las necesidades y preferencias de nuestros clientes y a desarrollar productos y servicios que satisfagan estas necesidades de manera efectiva.



Pasando a la siguiente página continuamos con el foco en los clientes, en la constante mejora de los servicios ofrecidos, en estos primeros gráficos se observa un patrón de aumento constante en la velocidad de bajada del internet fijo en las cinco provincias con mayor acceso a la tecnología de fibra óptica y cablemódem. Este aumento sugiere que los usuarios de estas tecnologías pueden estar prefiriéndolas debido a su capacidad para ofrecer velocidades de descarga más rápidas y confiables en comparación con otras tecnologías de acceso a la internet fija.

Analizando de manera general la evolución de la empresa en este segundo grafico, la velocidad de bajada promedio. Vemos un aumento progresivo, lo que puede tener un impacto positivo en la experiencia del usuario, permitiendo descargar y cargar contenido más rápido, transmitir videos con mayor calidad y estabilidad, y realizar otras actividades en línea de manera más eficiente. Lo que hace tener mayor probabilidad de mantener a los clientes a largo plazo y obtener nuevos

Por último analizamos los ingresos de los servicios ofrecidos por la empresa, esto sugiere que el servicio de Telefonía Móvil es el más popular y rentable de los tres servicios, seguido de Internet Fijo y luego de

Telefonía Fija. Sin embargo se tendría que hacer un análisis más profundo en cuanto a infraestructura e inversión, para medir realmente el retorno de la inversión.

En conclusión se puede usar toda la información proporcionada para segmentar a los clientes, crear mejores estrategias de marketing y expandir la empresa mejorando los servicios ofrecidos.