

Actividad 2: Fundamentos de Visualización para el Análisis de Datos: Equipo 3, lote 3: Alejandro Campos, Alejandro Cita, Iván Gómez, Leticia Florido.

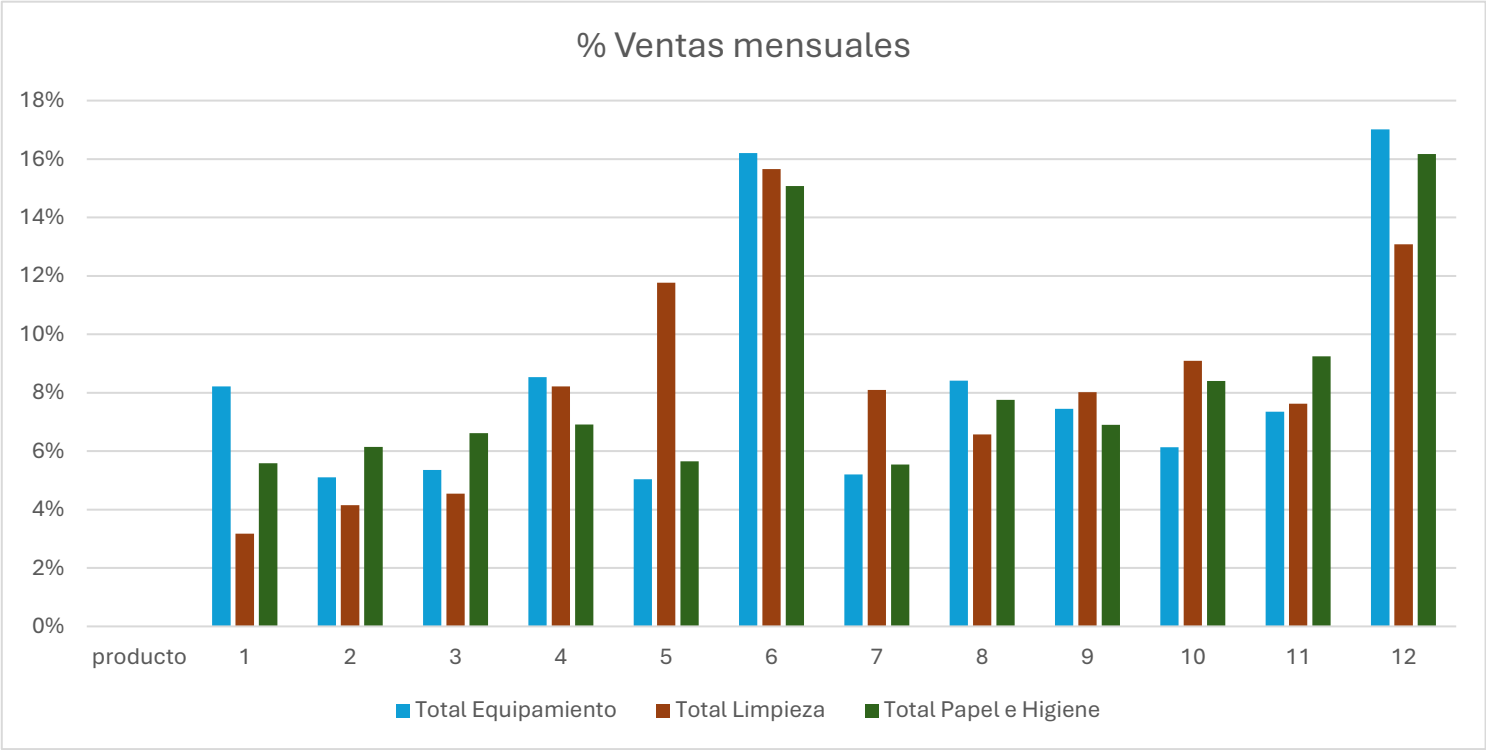
• Análisis de Ventas Mensuales

Las ventas totales a lo largo del periodo muestran una fuerte concentración de ingresos los meses de mayo, junio y diciembre como los más relevantes.

Ventas mensuales														
Suma de total	mes													
categoría	producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total general
Equipamiento	Batas	379,65	268,77	307,17	726,85	177,61	633,53	222,77	436,06	470,72	383,05	636,78	672,10	5.315,06
Equipamiento	Guantes	672,80	276,99	292,65	415,12	207,17	933,38	198,26	586,46	297,33	183,00	397,69	1.136,05	5.596,90
Equipamiento	Mascarillas	235,30	255,39	239,70	195,75	405,34	974,67	395,38	296,16	399,94	395,45	118,96	861,03	4.773,07
Total Equipamiento		1.287,75	801,15	839,52	1.337,72	790,12	2.541,58	816,41	1.318,68	1.167,99	961,50	1.153,43	2.669,18	15.685,03
Limpieza	Desinfectant	222,73	315,08	271,18	274,62	608,90	688,85	356,36	195,08	456,22	595,25	502,80	601,10	5.088,17
Limpieza	Detergente	82,19	117,22	254,61	473,13	560,13	861,57	237,46	454,65	376,09	590,70	376,29	844,11	5.228,15
Limpieza	Multiusos	195,11	220,57	189,68	545,84	683,78	914,64	680,97	385,31	430,52	245,38	321,88	615,00	5.428,68
Total Limpieza		500,03	652,87	715,47	1.293,59	1.852,81	2.465,06	1.274,79	1.035,04	1.262,83	1.431,33	1.200,97	2.060,21	15.745,00
Papel e Higiene	Papel higiéni	370,44	489,90	396,09	318,18	424,27	1.000,86	322,77	487,07	279,75	240,87	751,20	901,20	5.982,60
Papel e Higiene	Servilletas	241,53	149,88	296,09	372,73	269,67	534,34	280,17	258,01	441,07	460,13	441,01	1.108,39	4.853,02
Papel e Higiene	Toallas	226,81	282,71	300,00	345,70	154,01	727,78	229,24	418,62	315,01	560,44	196,00	416,70	4.173,02
Total Papel e Higiene		838,78	922,49	992,18	1.036,61	847,95	2.262,98	832,18	1.163,70	1.035,83	1.261,44	1.388,21	2.426,29	15.008,64
Total general		2.626,56	2.376,51	2.547,17	3.667,92	3.490,88	7.269,62	2.923,38	3.517,42	3.466,65	3.654,27	3.742,61	7.155,68	46.438,67

% Ventas mensuales														
categoría	producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total general
Equipamiento	Batas	7%	5%	6%	14%	3%	12%	4%	8%	9%	7%	12%	13%	100%
Equipamiento	Guantes	12%	5%	5%	7%	4%	17%	4%	10%	5%	3%	7%	20%	100%
Equipamiento	Mascarillas	5%	5%	5%	4%	8%	20%	8%	6%	8%	8%	2%	18%	100%
Total Equipamiento		8%	5%	5%	9%	5%	16%	5%	8%	7%	6%	7%	17%	100%
Limpieza	Desinfectant	4%	6%	5%	5%	12%	14%	7%	4%	9%	12%	10%	12%	100%
Limpieza	Detergente	2%	2%	5%	9%	11%	16%	5%	9%	7%	11%	7%	16%	100%
Limpieza	Multiusos	4%	4%	3%	10%	13%	17%	13%	7%	8%	5%	6%	11%	100%
Total Limpieza		3%	4%	5%	8%	12%	16%	8%	7%	8%	9%	8%	13%	100%
Papel e Higiene	Papel higiéni	6%	8%	7%	5%	7%	17%	5%	8%	5%	4%	13%	15%	100%
Papel e Higiene	Servilletas	5%	3%	6%	8%	6%	11%	6%	5%	9%	9%	9%	23%	100%
Papel e Higiene	Toallas	5%	7%	7%	8%	4%	17%	5%	10%	8%	13%	5%	10%	100%
Total Papel e Higiene		6%	6%	7%	7%	6%	15%	6%	8%	7%	8%	9%	16%	100%
Total general		6%	5%	5%	8%	8%	16%	6%	8%	7%	8%	8%	15%	100%

Actividad 2: Fundamentos de Visualización para el Análisis de Datos: Equipo 3, lote 3: Alejandro Campos, Alejandro Cita, Iván Gómez, Leticia Florido.



Actividad 2: Fundamentos de Visualización para el Análisis de Datos: Equipo 3, lote 3: Alejandro Campos, Alejandro Cita, Iván Gómez, Leticia Florido.

- **Análisis del Tiempo Promedio**

El desglose por categorías revela que el cliente Sanitario es el más eficiente, logrando los tiempos de atención más rápidos. Por otro lado, al comparar los canales, la gestión Comercial demuestra ser mucho más ágil y breve que la vía Online, la cual tiende a aumentar significativamente la duración del proceso

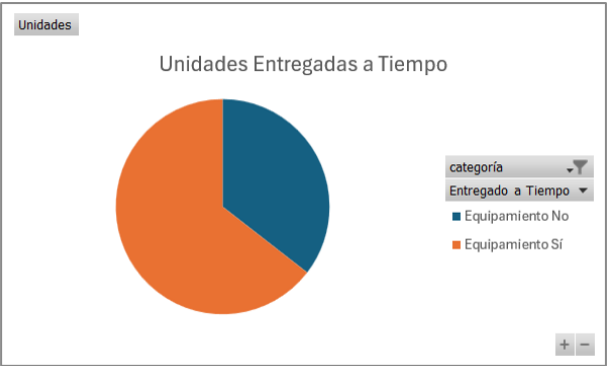
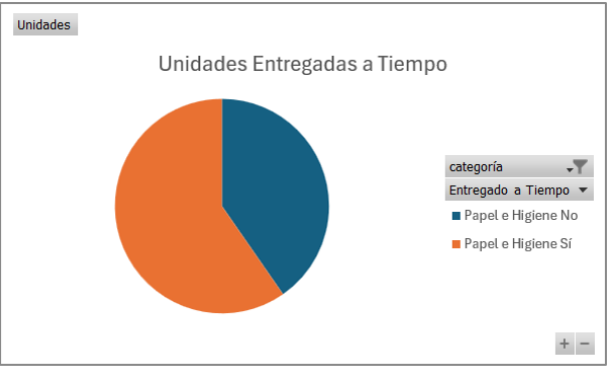
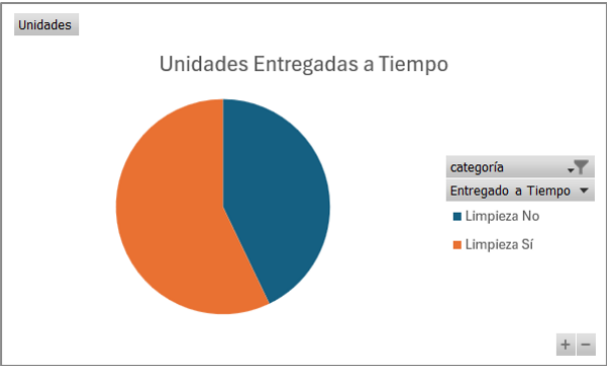
Tiempo Promedio por Tipo de Cliente		
☐ A Coruña	Hostelero	3,52
A Coruña	Profesional	3,58
A Coruña	Sanitario	2,75
Total A Coruña		3,35
☐ Barcelona	Hostelero	3,51
Barcelona	Profesional	3,46
Barcelona	Sanitario	2,83
Total Barcelona		3,34
☐ Bilbao	Hostelero	3,50
Bilbao	Profesional	3,57
Bilbao	Sanitario	3,24
Total Bilbao		3,49
☐ Granada	Hostelero	3,88
Granada	Profesional	2,92
Granada	Sanitario	4,00
Total Granada		3,49
☐ Madrid	Hostelero	3,44
Madrid	Profesional	3,05
Madrid	Sanitario	3,34
Total Madrid		3,24
☐ Sevilla	Hostelero	3,02
Sevilla	Profesional	3,17
Sevilla	Sanitario	2,89
Total Sevilla		3,06
☐ Valencia	Hostelero	3,19
Valencia	Profesional	3,00
Valencia	Sanitario	2,95
Total Valencia		3,06
☐ Zaragoza	Hostelero	3,59
Zaragoza	Profesional	2,95
Zaragoza	Sanitario	3,50
Total Zaragoza		3,20
Total general		3,27

Tiempo Promedio por Canal		
☐ A Coruña	Comercial	3,06
A Coruña	Online	3,69
Total A Coruña		3,35
☐ Barcelona	Comercial	3,17
Barcelona	Online	3,62
Total Barcelona		3,34
☐ Bilbao	Comercial	3,14
Bilbao	Online	4,19
Total Bilbao		3,49
☐ Granada	Comercial	3,33
Granada	Online	3,74
Total Granada		3,49
☐ Madrid	Comercial	3,01
Madrid	Online	3,61
Total Madrid		3,24
☐ Sevilla	Comercial	2,92
Sevilla	Online	3,38
Total Sevilla		3,06
☐ Valencia	Comercial	2,79
Valencia	Online	3,39
Total Valencia		3,06
☐ Zaragoza	Comercial	3,29
Zaragoza	Online	3,09
Total Zaragoza		3,20
Total general		3,27

• **Análisis de Cumplimiento de Entregas**

Las cifras revelan un volumen excesivo de retrasos en todas las líneas de negocio, con incidencias que superan el 35% incluso en la categoría más puntual. El segmento de Limpieza presenta la situación más crítica, donde las entregas fuera de plazo rozan casi la mitad del total de envíos. Esta alta tasa de incumplimiento generalizada evidencia una necesidad urgente de revisión y mejora en los procesos logísticos.


Unidades Entregadas a Tiempo			
cat eg oría	Entregado a Tiempo	Unidades	%
Equipamiento	No	699,00	35%
Equipamiento	Sí	1.271,00	65%
Limpieza	No	773,00	43%
Limpieza	Sí	1.030,00	57%
Papel e Higiene	No	683,00	40%
Papel e Higiene	Sí	1.010,00	60%
Total general		5.466,00	



Actividad 2: Fundamentos de Visualización para el Análisis de Datos: Equipo 3, lote 3: Alejandro Campos, Alejandro Cita, Iván Gómez, Leticia Florido.

- **Análisis de Desempeño de Agentes**

Los datos muestran dos perfiles de alto rendimiento claramente diferenciados: Jacinto, quien lidera el ranking en satisfacción del cliente priorizando la calidad de servicio, y Manuela, que domina en volumen de ventas y horas de formación. Esta comparativa sugiere que, aunque la mayor carga formativa impulsa notablemente la productividad comercial, el principal reto organizativo reside en equilibrar ese volumen de ventas con la excelencia en la atención que demuestra Jacinto.

Unidades Entregadas a Tiempo			
Agente 	Promedio Satisfacción Cliente	Horas de Formación	Unidades Vendidas
Jacinto	4,07	1.080,80	569,00
Maite	4,05	1.050,00	453,00
Emilio	3,98	909,20	468,00
Jose Ignacio	3,96	999,50	573,00
Leonardo	3,95	1.081,80	533,00
Cristian	3,93	1.057,80	592,00
Dani	3,92	1.109,50	563,00
Manuela	3,89	1.268,40	682,00
Amador	3,85	886,10	529,00
Feliciana	3,78	957,50	504,00
Total general	3,94	10.400,60	5.466,00