



## Taller Final: Caso Empresa WirallesTEC

### Visualización para la Toma de Decisiones

#### Introducción del Caso

Rafael, fundador y CEO de WirallesTEC, ha forjado su red de tiendas tecnológicas desde cero, posicionándose como referente en productos de computación, accesorios para gamers y oficinistas, y dispositivos innovadores. Sin embargo, tras años de crecimiento sostenido, la empresa enfrenta ahora uno de sus mayores desafíos: un potencial cierre de una de las sucursales de ventas.

Este evento ha encendido las alarmas de Rafael, quien ahora evalúa con atención el desempeño de todas las sucursales, buscando prevenir cierres, fortalecer la eficiencia y garantizar la sostenibilidad del negocio en un mercado cada vez más competitivo.

#### Visiones Contrapuestas: Variedad vs. Fuerza de Ventas

Rafael sospecha que la falta de variedad de productos en algunas sucursales ha sido un factor determinante en la disminución de ventas. Cree firmemente que ampliar el inventario puede captar nuevos clientes, responder mejor a las demandas del mercado y revitalizar la propuesta de valor de la empresa.

Por otro lado, Ana, gerente de ventas de WirallesTEC, sostiene una visión distinta. Para ella, el problema radica en la insuficiencia de personal capacitado en ventas. Ana argumenta que sin un equipo sólido de vendedores, ningún producto se vende solo, y que la atención al cliente personalizada es clave para retener y fidelizar compradores.

Ana propone una estrategia a corto plazo basada en tres frentes:

- Promociones agresivas.
- Capacitación intensiva para el equipo actual.
- Contratación selectiva de nuevos vendedores, especialmente en las sucursales con bajo desempeño.

Rafael, preocupado por los costos, propone un enfoque más prudente: ampliar el portafolio de productos, ajustando estratégicamente la inversión en personal.

Durante una reunión estratégica, ambos líderes discuten abiertamente sus perspectivas. Rafael insiste en que sin diversidad de productos no se atraerán suficientes clientes; Ana insiste en que sin un equipo de ventas comprometido, no habrá quien convenza al cliente de comprar.

Finalmente, ambos coinciden en explorar un enfoque híbrido:

- Invertir en una mayor variedad de productos en ciertas tiendas clave.
- Reforzar el equipo de ventas en sucursales críticas, pero sin exceder los límites presupuestales.



## Entregable Final

Cada equipo debe construir una historia basada en datos, utilizando visualizaciones claras, coherentes y estratégicas que permitan interpretar el caso de la empresa WirallesTEC y generar un llamado a la acción sólido.

Los estudiantes tienen libertad total para adoptar la perspectiva de cualquiera de los gerentes (Rafael o Ana), o incluso proponer un enfoque alternativo que combine elementos de ambas visiones. El objetivo principal es aportar valor a la toma de decisiones en la empresa a partir del análisis visual de los datos disponibles.

La historia visual debe:

1. Comunicar con claridad el problema o reto identificado.
2. Justificar la postura o enfoque propuesto con evidencia visual.
3. Concluir con una propuesta de acción concreta y argumentada.

## Presentación Oral

- Formato: Equipos de tres estudiantes.
- Duración:
  - 20 minutos para exposición de la historia visual.
  - 5 minutos para responder preguntas del jurado o audiencia.
- Requisitos:
  - Uso obligatorio de visualizaciones como base del discurso.
  - Explicación del enfoque asumido y de las decisiones visuales tomadas.
  - Participación equitativa de los tres integrantes del equipo.

