

PROYECTO DE TITULACIÓN
VALIDACIÓN DE DATOS PARA LA GESTIÓN DE VENTAS.

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PRESENTA:
ANA VICTORIA ROBLES HURTADO.

ASESOR:
FELIPE ESPINOZA AGUILAR.

2. Agradecimientos.

Estoy infinitamente agradecida con Dios por darme la fuerza, la inteligencia y la paciencia para poder lograr una meta más en mi vida, el permitirme luchar por un triunfo más lo cual es muy importante para mí, ya que he logrado estar en esta etapa universitaria ahora. También agradecer de corazón a mi papá Adrián Robles Mijares y a mi mamá Alejandra Hurtado Morales por apoyarme y orientarme en todo el proceso de mis estudios, así como también mantenerme resiliente dentro de cada uno de estos semestres dándome el mejor ánimo y porras para poder avanzar con los mejores resultados, sin dejar a un lado a mi hermana Ariadna Robles Hurtado y a mi hermano Adrian Robles Hurtado por estar acompañándome en cada una de mis actividades y esfuerzos en lo largo de este periodo.

Así mismo reconocer y agradecer a mi asesor externo el Ing. Fabián Alejandro López Hernández por darme su confianza para poder implementar un cambio en su área laboral, quiero agradecerle de ante mano por su paciencia, por su compromiso y compartirme cada uno de sus conocimientos para poder enriquecer los míos y así desarrollar de manera eficiente mis habilidades dentro de lo profesional y personal.

De la misma manera, aprovecho este espacio para poder darle las gracias por el compromiso y la responsabilidad dentro de estos seis meses a mi asesor interno el Ing. Felipe Aguilar Espinoza por darme de su tiempo para mejorar e implementar nuevas estrategias y métodos de mejora a mi proyecto, siendo una persona muy paciente y con toda su disposición para escucharme y explicarme.

Finalmente, agradecer y compartir de mi felicidad a todas y a cada una de las personas que me acompañaron y estuvieron conmigo en el largo de estos años, a mis maestros por compartir de la mejor manera sus experiencias y conocimientos, a mis compañeros por formar parte de este esfuerzo siendo un apoyo para obtener este logro día con día, a mis amigos por estar apoyándome con mis actividades y a todos los que están conmigo ahora. Gracias.

3. Resumen.

En las empresas internacionales viven día con día realizando mejoras de calidad para llegar a la excelencia de sus productos y poder alcanzar un record más alto de reconocimiento y preferencia por los clientes. Es por eso que, Cervecería Modelo de México S. de R.L. de C.V busca la mayor cantidad de métodos de calidad y mejoras continuas para la implementación interna y externa dentro de su empresa buscando cada vez más un mejor porcentaje de excelencia, indagando y obteniendo resultados a través de encuestas de satisfacción con sus principales clientes.

Poder mejorar la calidad de su servicio y producto es lo primordial para la empresa. Por eso mismo Cervecería Modelo de México S de R.L. de C.V. está en cambios todo el tiempo para poder ofrecer el mejor producto de cerveza y brindar la máxima atención a sus clientes, teniendo un contacto de comunicación con ellos para así brindarles una atención personalizada y con una gran escucha activa para poder atender y cubrir dichas necesidades del mismo. Por ende, una de las principales áreas de oportunidad dentro del área Customer Hub México, en TeleSale era la modificación de la base de datos en clientes, el cual disminuía en gran porcentaje en contactación y un mayor número de ventas que se perdían día con día.

Con el objetivo que presenta la empresa, el presente proyecto “Validación de datos para la gestión de ventas” implementó el método de Kaizen para conocer el punto inicial del problema y poder desarrollar una solución que englobe de manera eficiente esta área de oportunidad implementando los procesos correspondientes que se llevan a cabo dentro de Kaizen, así como también se implementaron diversas herramientas para gestionar datos importantes y sin dejar a un lado el uso de 5'S para optimizar la organización de documentos y reducir archivos erróneos.

Se logró crear una base de datos correcta y limpia, así como también se redujo la cantidad de números e información incorrecta de cada cliente, teniendo una comunicación positiva y trato personal con el cliente, informándoles las nuevas innovaciones, los nuevos beneficios y la comodidad de elegir voluntariamente el producto que Cervecería Modelo de México S de R.L. de C.V. les ofrece, se crearon nuevas estrategias en donde se obtuvo la confianza de sus principales clientes, sin dejar una

lado el objetivo más grande que es la digitalización actual de 2024, estableciendo una forma más fácil y practica de realizar sus compras por medio de la aplicación Bees México.

A continuación, se muestra con mayor visibilidad y exactitud la elaboración del proyecto, exponiendo cada una de las fases de manera más explícita.

4. Índice.

2. Agradecimientos.	1
3. Resumen.....	3
4. Índice.	5
Lista de Tablas.....	6
Lista de Ilustraciones	6
Lista de Figuras	7
Capítulo 2: generalidades del proyecto	8
5.- Introducción	8
6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.	9
7. Problemas a resolver, priorizándolos.	13
8. Justificación	15
9. Objetivos General	16
Objetivos Específicos.....	16
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO	17
10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).	17
CAPÍTULO 4: DESARROLLO	28
11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.....	28
Cronograma de actividades	28
CAPÍTULO 5: RESULTADOS	37
12. Resultados	37
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.....	48
13. Conclusiones del Proyecto	48
CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS.....	49
14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.	49

<i>CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN</i>	<i>50</i>
<i>15. Fuentes de información</i>	<i>50</i>

Lista de Tablas

Tabla 1 Análisis FODA.....	14
Tabla 2 Diversos autores: Procesos Administrativos.....	20
Tabla 3 Ventajas de la base de datos.	22
Tabla 4 Proceso de ventas	24
Tabla 5 Cronograma de plan de acción para actividades planteadas.	28
Tabla 6 Cortes con área de oportunidad en mes de marzo.....	29
Tabla 7 Corte al empezar a aplicar Google Forms para recaudar información correcta con cada cliente.....	30
Tabla 8 Tipificación en cada llamada, descarga realizada desde Bees ONE	32
Tabla 9 Base general de agencias en la UEN ACAPULCO	32
Tabla 10 Desglose de cada agencia dentro de Acapulco, Gro.....	33
Tabla 11 Resultado final obtenido, incrementando un gran alcance de Call Customer	37
Tabla 12 Resultados de auditorías 5's	45
Tabla 13 TOP 5'S SALA MX	46

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama gerencial de sala Mexico, dentro de la UEN ACAPULCO	
Ilustración 2 Aplicación BEES ONE MX.....	11
Ilustración 3 Aplicación Bees One Mx, herramienta de Agente televenta para asesoría al cliente.	11
Ilustración 4 Ubicación precisa de Grupo Modelo	12
Ilustración 5 Equipo colaborador de Customer Hub UEN ACAPULCO	13
Ilustración 6 Función de la dirección de ventas.....	23
Ilustración 7 Aplicación de Excel.....	26
Ilustración 8 Aplicación de Forms Google	27

Ilustración 9 Power BI	27
Ilustración 10 Informe proporcionado desde coordinación, en donde se recopila toda los datos obtenidos por los agentes.	34
Ilustración 11 Evidencia del proceso de Power BI en donde se lleva cada seguimiento planteado.	35
Ilustración 12 Desorganización de sitio, sin implementar 5's como estrategia.....	35
Ilustración 13 Resultados obtenidos diariamente para la actualización de datos constantes.	38
Ilustración 14 Ejecución de dashboard y visualización de UEN ACAPULCO en productividad.	39
Ilustración 15 Operativo coberturas e innovaciones en UEN ACA	40
Ilustración 16 Correos semanales del avance de metas y productividad.....	41
Ilustración 17 Resultado de Power BI, logrando tener resultados específicos en cada momento para la visualización y empuje a la meta del KPI.....	41
Ilustración 18 Alcances obtenidos en el lapso de feb - mayo.	42
Ilustración 19 Variable en febrero - marzo	42
Ilustración 20 Compensación variable mayo.....	43
Ilustración 21 Evidencia de capacitación 5's para estrategia.....	44
Ilustración 22 Evidencia de espacio físico 5's	45
Ilustración 23 Reconocimiento a los mejores AGENTES.	47

Lista de Figuras

Figura 3 1 Proceso Administrativo	19
Figura 3 2 Funciones de la administración de empresa	25
Figura 3 3 Formato de google forms para obtener datos correctos de cada cliente, realizándose en cada llamada realizada.	31
Figura 3 4 Grafica del porcentaje obtenido con base al tiempo de llamada con el cliente.	39
Figura 3 5 Calling time enero a abril	43

CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO

5.- Introducción

El proceso de calidad y mejora continua es un punto muy importante en cada empresa a nivel mundial, puesto que a través de la calidad se establecen mejores indicadores para el alcance de metas acordadas y una mejor posición dentro del mundo empresarial. El llevar a cabo un margen de calidad de excelencia, permite conocer de manera profunda tu producto y las preferencias del mercado. El aplicar un método de mejora continua, aporta a una empresa beneficios y oportunidades para la corrección de procesos, productos y ajustes dentro de una área específica y establecida, encontrando los puntos de errores, fallas y desperdicio de tiempo o recursos. Dentro del siglo XIX surge la revolución industrial, donde se presenta la necesidad de sistematizar la producción, con el objetivo de incrementar la calidad del servicio o del producto para el mercado.

Aplicando de manera responsable cada uno de los pilares correspondientes, los cuales son: continuidad; haciendo énfasis en el concepto de la perfección de los procesos empresariales, los cuales no existe, puesto que, siempre se debe estar buscando la manera de mejorar y crear una búsqueda constante del mismo, por ende también se encuentra el pilar de cultura en donde es posible incorporar el proceso en todo el equipo para crear un hábito laboral, y finalmente el pilar bueno para todos, enfocándose en la importancia de la mejora, buscando la ejecución y los beneficios en todos y cada una de las áreas, creando la estandarización y la calidad de cada una de ellas.

Es por eso que dentro de este proyecto “Validacion de datos para la gestión de ventas” se implementó la ejecución de una mejora continua para la estandarización de datos de los clientes. Eliminando los errores dentro de la base de datos, los cuales un gran número de valores erróneos que están afectando un alto porcentaje dentro de la uen Acapulco, evitando contactación, venta y productividad en la empresa.

Se pone en práctica el método de mejora continua y 5's, ya que las 5's viene desde la metodología implementada por Toyota Production System, donde se justifica la organización, orden y limpieza dentro de un trabajo, logrando una mejor eficiencia y así mismo estableciendo una estandarización dentro del área de customer hub, ejecutando los pasos correspondientes para evitar acumulación de basura y datos erróneos,

implementando la limpieza de datos y documentos de manera constante en cada una de las llamadas de los clientes, creando una habito laboral para mantener una base realmente trabajada y limpia.

Logrando una base establecida e implementando un tiempo de calidad con el cliente y mejorando un flujo de productividad sin espacios muertos y con excelencia.

6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.

La empresa de Cervecería Modelo de México S. de R.L. de C.V. se fundó en 1925 con un grupo de personas españolas, en donde se creó la cerveza negra modelo en 1926. Sin embargo, en 2012 se anuncia la compra de la mayoría de las acciones a la empresa AbInbev, una empresa de origen belga, la cual quedó con el 95% de las acciones, AbInbev, se decide mantener el mismo nombre y las mismas operaciones de Cervecería Modelo de México S. de R.L. de C.V. puesto que tienen una buena reputación dentro del mercado, ponderándose como la marca más valiosa de américa latina, dejando un valor de mercado alto, con más de 7,027 millones de dólares. Así mismo plantean su misión y visión de la siguiente manera:

- Misión: Somos una empresa con fusión internacional en el mercado cervecero comprometidos con orgullo y pasión logramos que nuestros grupos de interés fomenten nuestros valores, se comprometan y responsabilicen con la organización y con la familia.
- Visión: Lograr que para el 2020 nuestros productos conquisten el mercado internacional obteniendo mayores ingresos para mantener el liderazgo y posicionamiento como la cervecera número uno a nivel global.

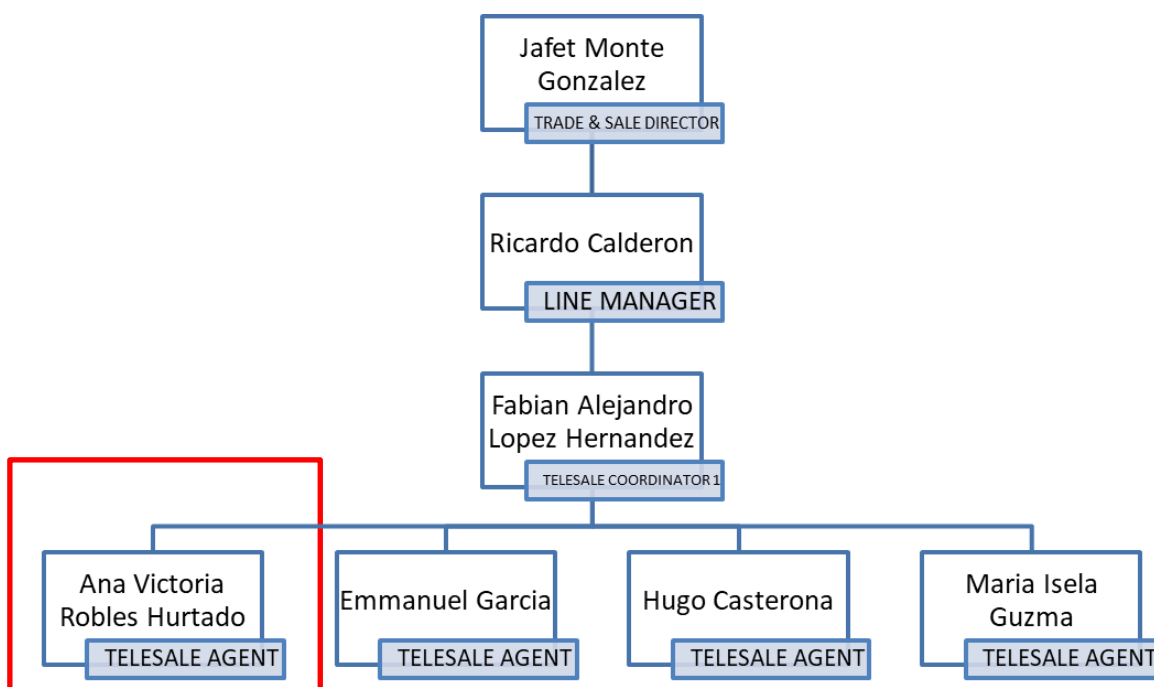
Sin embargo, AbInbev desarrolla el área de Customer Hub enfocado en TeleSale en donde se desarrolla un giro de servicios hacia el cliente y para la empresa, enfocándose en el mundo de la digitalización, para que los clientes puedan realizar sus compras por medio de una aplicación digital llamada Bees One, en donde el colaborador otorga una asesoría personalizada por medio de llamadas telefónicas.

Dentro de la orientación se aprovecha el momento para poder incrementar la venta y así maximizar la mayor cantidad pedidos por día. Por ende, se gestionan los datos de los clientes de la Cervecería Modelo de México S de R.L. de C.V. para tener el contacto directo con ellos y lograr el objetivo de la digitalización actual.

Es por ello, que se aplica el proyecto de “Validación de datos para la gestión de venta” en donde se hará uso de herramientas de calidad y gestión de datos, como los que son forms, tablas dinámicas y comparativas, así como también la limpieza de la base de datos por cliente a través de formularios correspondientes.

A continuación, se presenta el organigrama del área ventas:

Ilustración 1 Organigrama gerencial de sala Mexico, dentro de la UEN ACAPULCO



Así como se mencionó anteriormente, uno de los objetivos más importante s la digitalización con el cliente para así poder actualizar constantemente los benéficos y oportunidades para obtener mejores precios, productos y premios. Donde el cliente lo pueda conocer al instante manteniendo la aplicación Bees One Mx actualizada las 24 horas de los 7 días de la semana.

En la siguiente figura se muestra las herramientas de digitalización que se utilizan a lo largo de la jornada laboral tanto como colaborador como clientes.

Ilustración 2 Aplicación BEES ONE MX

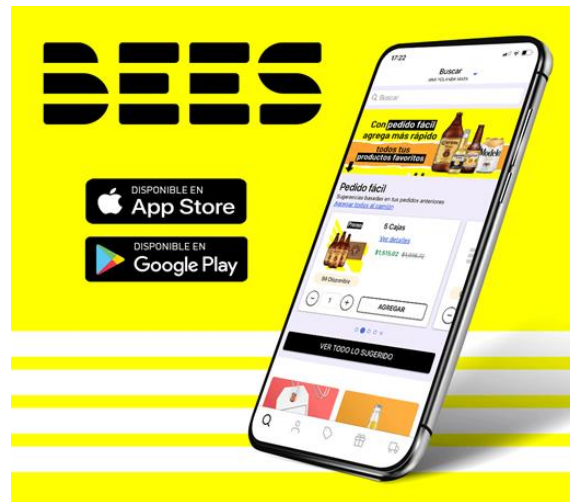


Ilustración 3 Aplicación Bees One Mx, herramienta de Agente televenta para asesoría al cliente.

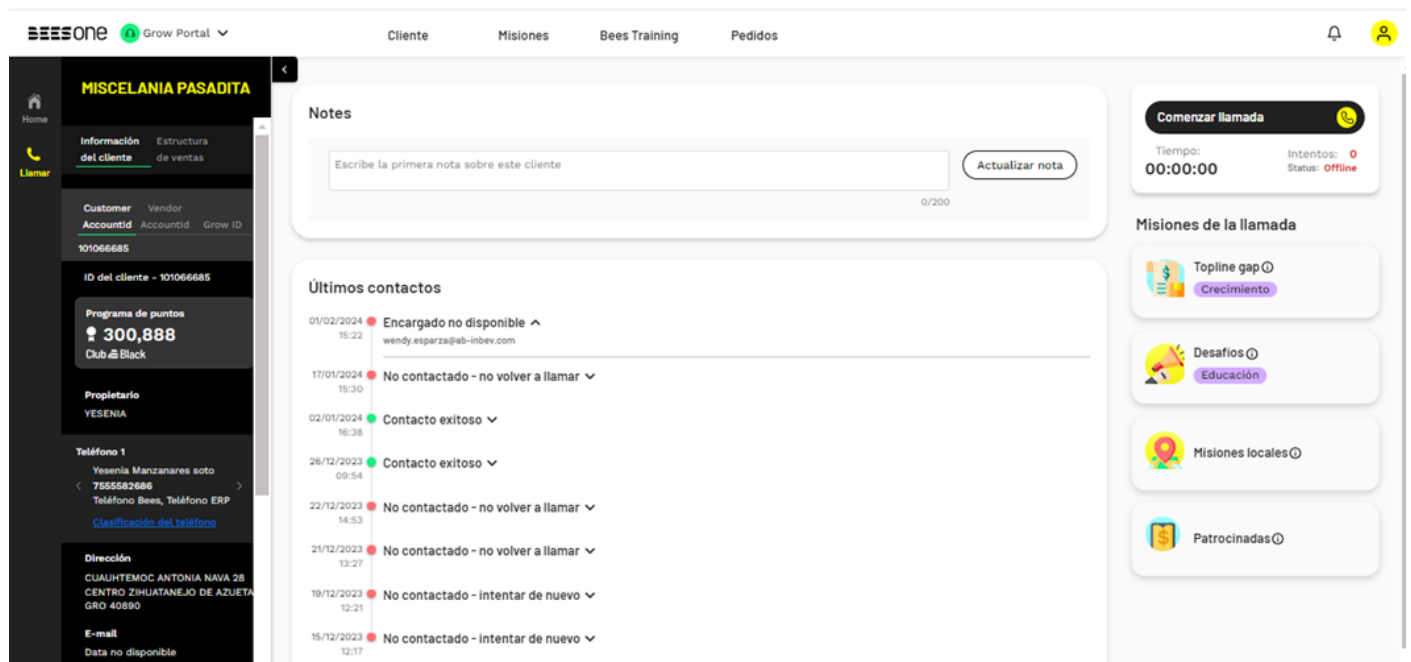
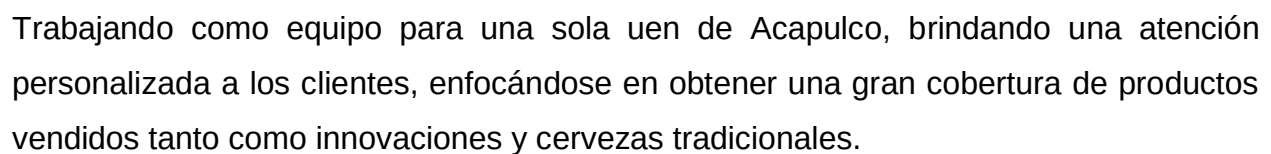


Ilustración 4 Ubicación precisa de Grupo Modelo



12

Ilustración 5 Equipo colaborador de Customer Hub UEN ACAPULCO



7. Problemas a resolver, priorizándolos.

Para reconocer las problemáticas del área Customer Hub en Acapulco se implementó un análisis FODA en donde se puntualizan de manera más específica las problemáticas a resolver

Análisis FODA

Tabla 1 Análisis FODA

FORTALEZA -Ventas automaticas por elreconocimiento de la marca. -Mayor numero de clientes a nivel nacional. -Beneficios dentro de la aplicacion bees. -Recompesa por mayor numero de compra con el cliente.	OPORTUNIDADES -Compromiso de calidad a los clientes. -Cubrir necesidades de los clientes para su establecimieto. -Escucha activa de las necesidades del cliente. -Responsabilidad de entrega de producto.
DEBILIDADES -Datos erroneos de los clientes. -Abandono a clientes minoristas. - Malos equipo para su clientes. -Actualizacion de base de datos.	AMENAZA -cerveceras competidoras con servicio de calidad. -Mejor saisfaccion del cliente en otras cerveceras. -Facilidad de herramintas para trabajar. -Mal monioreo en su area de reparto.

Identificando el análisis realizado por el FODA se detectan las siguientes problemáticas:

1. Actualización de datos para la contactación con el cliente:
2. Base de datos con información incorrecta.
3. Falta de seguimiento al cliente para la recuperación de ventas.
4. Escucha de las necesidades del nuestro cliente.
5. Identificación de las áreas de oportunidad con nuestros colaboradores.

8. Justificación

En las empresas internacionales tiene como principio el apegarse a las mejores herramientas de calidad para poder posicionarse en la excelencia a través de la competitividad, y en los primeros lugares del mejor ranking, es por eso que existen diversos métodos de calidad, los cuales les ayuda a optimizar y mejorar sus operaciones dentro de las empresas, reconociendo a las mejores empresas internacionales como lo son: Amazon, Tesla, Apple, entre otras.

Los métodos de calidad que mejoran la producción y optimizan los tiempos, es el método Kaizen, un método de mejora en donde estimula de manera eficiente el aumento de productividad y exige el cambio de paradigmas para poder adoptar un pensamiento resultadista. Llevando completamente a cabo los pilares fundamentales del método Kaizen, que son: planificar, hacer, comprobar y actuar, donde a través de dichos pilares se refleja cambios positivos, eliminando malas prácticas, mejor comunicación y rendimiento en el trabajo colaborativo. Sin dejar a un lado el factor más importante que lleva de la mano el método Kaizen, que es nombrado 5's en donde nos apoya con la organización de la empresa, garantizando una estandarización dentro de los parámetros establecidos, a través de los conceptos japonés: seiri, seiton, seiso, seiketsu, sheitzuke.

Este proyecto está enfocado en las áreas de oportunidad que se han identificado a través de los resultados anteriores con base a la contactación del cliente y al declive de números que se han estado manifestando a través de tablas comparativas y graficas semanales, representados por gestión ineficiente de los datos de clientes.

Lo cual es importante enfocarnos en gestionar correctamente la base de clientes, ya que por lo contrario se han perdido gran número de ventas y rentabilidad del producto, mostrando un mínimo ingreso económico a la empresa y afectando a la producción del producto, así como también el contrato a varios colaboradores por falta de presupuesto.

Al mejorar y organizar la gestión de datos, se logra una mejor interacción con el cliente, aumentando la cantidad de llamadas y contactación, brindándoles la atención necesaria y escuchando las necesidades de cada uno de ellos para la mejora de la empresa.

Reduciendo de manera óptima los tiempos muertos por datos errores o inútiles, abarcando un universo más amplio de clientes y cumpliendo de manera eficaz un servicio de entrega del producto. Así también se incrementa de gran manera el nivel de ingreso económico para la empresa, buscando la colocación de venta a clientes recuperados.

Logrando implementar este método de calidad y mejora Kaizen como un hábito diario para los colaboradores, logrando mantener una gestión de datos correctos para evitar los tiempos muertos y cada vez aumentar los objetivos y alcances de la empresa.

9. *Objetivos General*

Adaptar el método de Kaizen para la mejora continua dentro de Customer Hub enfocado en Acapulco, gestionando la base de datos para obtener una máxima contactabilidad, poder alcanzar la meta establecida y alcanzando los niveles de productividad, llegando al nivel de excelencia dentro de la empresa. Así como tener una base correcta dentro de la plataforma e impulsar el mayor número de ventas, llevando de la mano el factor de 5's para la organización y la estandarización administrativa de Customer Hub México.

Objetivos Específicos

- Disminuir el tiempo muerto derivado a datos erróneos.
- Implementar el factor de las 5's para la gestión de datos en los clientes.
- Alcanzar el mayor porcentaje de contactabilidad con datos correctos para llegar al número requerido en cada KPI (Key Performance Indicator).
- Agilizar la productividad en TeleSale Agent para poder cubrir el mayor alcance del universo de clientes.
- Tener un tiempo de llamada óptimo, llevando de la mano una gestión de datos correctos y así poder tener un contacto exitoso.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).

10.1 Antecedentes de la administración.

10.1.1. Concepto de la administración.

Administración viene del latín *administrare* haciendo énfasis a gobernar, regir y disponer de bienes. Así como también, consiste en poder planificar, organizar, dirigir y tener el control de cualquier proceso que se lleve a cabo en cualquier acción que esté por ponerse en marcha, para así poder tener un resultado de excelencia y un alcance positivo de las metas establecidas.

10.1.2. Historia de la administración.

La evolución de la administración influye al desarrollo tecnológico, científico e industrial el cual era necesario implementar la organización de la producción empresarial, puesto que lo primordial de las empresas era la decisión y la ejecución de la demanda para poder alcanzar de manera óptima sus objetivos establecidos, por ende, se atribuyó la administración para poder realizar procesos de manera eficaz y eficientes en cada desarrollo. Principalmente en algunas zonas tenían un bajo nivel de complejidad sobre el conocimiento de áreas específicas.

Sin embargo, la principal administración surge en el siglo XX dentro de los pueblos egipcios, romanos y griegos, ya que se estableció la primera institución pionera como lo es: La Iglesia Católica y La Milicia, pues se basaron en un proceso administrativo empresarial e implementaron estructuras de organización, métodos y procesos de trabajo.

En el año 1810 Robert Owen, tenía como objetivo establecer el modelo ilustrado de la organización industrial con el objetivo de atenuar los problemas provocados por la revolución. Años después, en 1901, Henry Laurence Gantt busca la manera de obtener una mejor organización creando la gráfica de Gantt asociando tres variables; actividad,

tiempos y responsables. Más tarde, en 1911, se cambia la “iniciativa de la parte obrera” por “la iniciativa del administrador” haciendo énfasis a las tareas y la racionalización por Frederick Winslow Taylor.

Posteriormente, se centraliza la teoría clásica de la administración, por Henry Fayol en 1916, el cual impulsa la importancia de la estructura de la organización en las empresas para así poder cumplir con los objetivos de manera eficiente. En conjunto a los métodos implementados en años pasados, Elton Mayo en 1932 busca incorporar los conceptos de cultura y valores organizacionales, ya que él enfatizaba las relaciones personales, motivación, comunicación, liderazgo y dinámica de grupo como base primordial para una buena administración.

10.2. La administración en la empresa.

10.2.1. Empresa.

“Una empresa es una organización económica, financiera, social y jurídica compuesta por clientes, productos y/o servicio y dirección, que combina información, personal, equipos y materias primas para transformarlos en productos y/o servicios, información y dinero, mediante decisiones, dirección, planificación, organización, información y control”. (Estallo, 2002)

Así mismo, se considera a la empresa como una estructura de interacción con estrategias, metodologías de mejora, tecnología y elementos que se integran de la mejor manera para poder lograr objetivos y metas establecidas dentro de dicha organización. Puesto que hay elementos que son clave para el comportamiento de la organización como es la estructura que hace relación a las personas en términos de poder y deber. Sin dejar a un lado, la tecnología que se involucra y hacer el proceso del diseño laboral con las personas y las tareas asignadas por el mismo, así como también, las personas son un punto importante para el sistema social ya que atribuyen a la organización de grupos internos y externos.

10.2.2. Organización.

“La organización es la fase administrativa que se ocupa de la integración de los recursos con que se cuenta y que son indispensables para el funcionamiento eficaz y eficiente (efectivo) de un área o de una empresa en su totalidad, de un conjunto de ellas (corporación); o, de un sistema. Contempla la estructuración técnica y administrativa de las interrelaciones jerárquicas y las funciones necesarias” (Trosino, 2017)

10.2.3. Procesos administrativos.

Los procesos administrativos tienen como finalidad el definir de manera estructurada las actividades de una empresa con el objetivo de alcanzar las metas de la organización. Puesto que, existe una diversidad de metodologías que se manejan estricta para poder alcanzar las métricas y estándares dentro de la organización.

Figura 3 1 Proceso Administrativo



Tabla 2 Diversos autores: Procesos Administrativos

Autores	Procesos administrativos.
Henry Fayol	Previsión, organización, comando, coordinación y control.
Koontz y O' Donell	Planeación, organización, integración, coordinación y control.
George R. Terry	Planificación, organización, ejecución y control.
Agustin Reyes Ponce	Revisión, planificación, organización, integración, dirección y control.
Burt K. Scanlan	Planeación, organización, dirección y control.

10.3. Importancia de una base de datos para tener una empresa mejor administrada.

10.3.1. Concepto de base de datos.

La base de datos se implementa en 1960, después de encontrar diversos problemas en las antiguas empresas, en donde diferentes departamentos requerían algunos datos correspondientes, y no se obtenía dicha información, lo cual en el paso del tiempo solo era información obsoleta. Desde ahí se implanta la base de datos, el cual es necesario integrarlos en un solo establecimiento y dar acceso a la misma cuando se requiera. La base de datos permite a la administración de la empresa tener una organización a la información de usuarios y/o clientes, guiando un control realizándose por medio de inserción, eliminación y actualización de datos.

Sobre esto mismo, se considera importante el conocimiento de la gestión de información para así poder realizar transacciones correctas.

Así como también, se implementa una serie de procesos para poder realizar una base de datos correcta y pueda alcanzar el objetivo planteado de la organización, dando un máximo porcentaje de rendimiento y excelencia.

10.3.2. Sistema de Base de Datos (SBD)

La base de datos es un sistema de registro computarizado en donde se lleva a cabo la gestión de información en donde se lleva un almacenamiento para el registro de diversos usuarios, administrando, recuperando y actualizando constantemente para así poder crear una base correcta y obtener resultado eficiente de dicha gestión. Así mismo, el sistema de base de datos se simplifica de dos diferentes maneras, en la cual se considera importante identificar el tipo de SBD para poder poner en practica dentro de la empresa, siendo así una herramienta de uso fácil y de mejoras en el área.

Los tipos de SBD que se consideran importantes son: integrada, que se enfoca en, la unificación de archivos de un mundo diverso, con el objetivo de llevar a cabo el proceso de administración y conocer todos los usuarios que están dentro de la organización. Y posteriormente, está el sistema de base de datos compartida, que, de manera puntual se encarga se reclutar la información en una misma base, dando el acceso a cada integrante del área para así poder usarlo con fines diferentes.

10.3.3. Base de datos y su función.

“La base de datos es un conjunto de datos persistentes que es utilizado por los sistemas de una aplicación de una empresa dada”. Date, C. J., Ruiz Faudón, S. L. M. (2001).

Primordialmente, el uso de la base de datos tiene diferentes funciones para llevar un control correcto, llegando a optimizar tiempos gracias a la utilidad del mismo, unas de las funciones dentro de la base de datos son las siguientes:

- Agregar nuevos archivos a la base de datos.
- Insertar nuevos datos dentro de archivos existentes.
- Recuperación de datos dentro de los archivos.
- Modificación de datos existentes.
- Eliminar datos errores que detienen operación.
- Recuperar usuarios del archivo.

10.3.4. Ventajas de una base de datos.

Tabla 3 Ventajas de la base de datos.

Ventaja	Concepto
Compactación	No hay necesidad de grandes cantidades en papel.
Velocidad	La máquina puede recuperar y actualizar datos más rápido que un humano, existe consultas específicas y a son respondidas con rapidez sin la necesidad de búsquedas manuales o visuales que llevan tiempo.
Tiempo eficiente	Búsqueda directa en archivos especiales del SBD y resultados veloces.
Actualización	Archivos incorrectos se remueven a carpeta de eliminados, manteniendo documentos aceptables para la operación optimizando eficiencia en la administración.

10.4. Ventas dentro de una empresa.

10.4.1. Función de la dirección de ventas.

Todas y cada una de las empresas deben de tener un relación coherente, comercial y general, con un desarrollo en marketing avanzado para poder construir un pilar de ventas eficiente, desarrollando de una manera óptima el potencial obtenido como meta.

Sin embargo, se debe considerar que los productos o servicio debe de contar con un excelente posicionamiento hablando de puntos específicos como lo son: rentabilidad, espacio, producto, cliente, comercial y ciencia. A continuación, se muestra una descripción puntual y específico de cada uno de ellos.

Ilustración 6 Función de la dirección de ventas.



10.4.2.Importancia de la función de ventas.

“Todo negocio tiene la oportunidad de realizar distintos tipos de ventas de sus productos o servicios. En particular de decisión de vender de manera directa, o mediante el uso de canales de distribución masiva, lo que conlleva a usar, o no, publicidad para mejorar el desempeño de ventas del producto o servicio. Pocas empresas pueden abstenerse de tener una fuerza de ventas, si bien es cierto que una empresa puede invertir millones de pesos en publicidad, necesitará de una fuerza de ventas que cierre los negocios”. (Morales, 2014)

10.4.3.Tendencia de organización de ventas.

“En la organización de ventas buscan potenciar la capacidad de retención de los clientes existentes, potenciar el proveedor preferente y focalizar la gestión del precio de venta. Se construyen propuestas de organización basadas en el concepto de la arquitectura de ventas, la interrelación entre los distintos especialistas” (Morales, 2014)

Así como también, se da a conocer el proceso de llevar a cabo una venta de manera exitosa, obteniendo resultados óptimos, llegando a la excelencia en el resultado. El proceso que se lleva a cabo es:

Tabla 4 Proceso de ventas

<i>Proceso de venta.</i>
Contacto e inicio del proceso de venta.
Presentación.
Objeciones y resistencia de venta.
Cierre de venta.
Actividades Post-Venta.

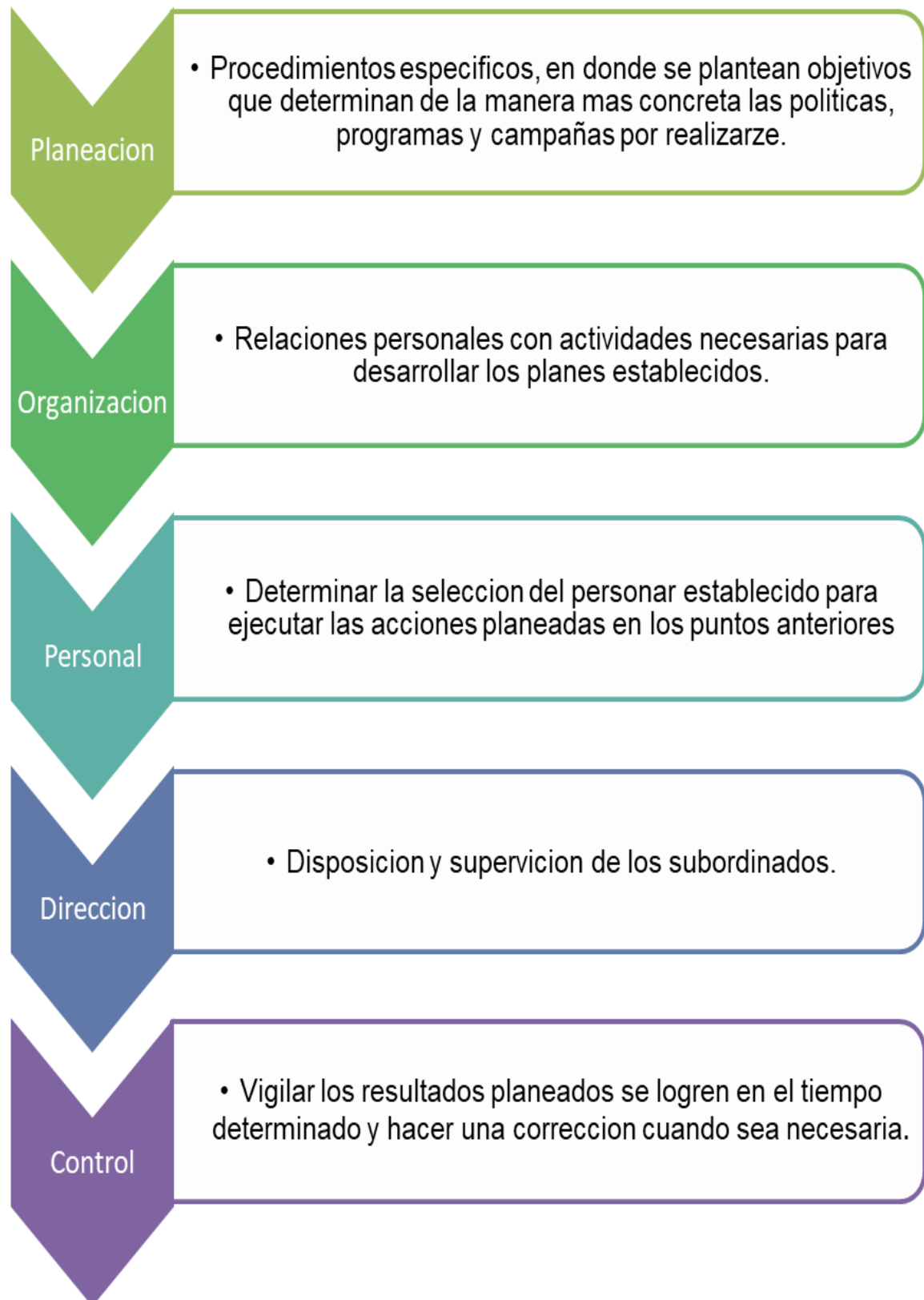
10.4.4. Rol de directores de ventas.

“Las actividades del director de ventas se muestran escalonadamente: una función de supervisión, que coincide aproximadamente con el concepto fayoliano de «administración» -prever, organizar, mandar, coordinar-. Esta función está unida a la percepción de rol por parte del vendedor y he puesto una doble flecha en la unión: esto quiere decir que se trata de un proceso bidireccional en el cual el jefe define el rol, pero lo hace teniendo en cuenta que el colaborador lo comprende y lo asume y eventualmente colabora aportando una crítica constructiva” (Castells, 2017)

10.4.5. Función de la administración.

Es indispensable tener una disciplina dentro de una organización, puesto que esto es de gran ayuda para poder tener un control estandarizado, evitando la generación de tiempos muertos. Es por eso que hay funciones específicas en donde se lleva a cabo al mismo objetivo.

Figura 3 2 Funciones de la administración de empresa



10.5. Tipos de programas que se utilizan en la empresa Grupo Modelo

10.5.1.Excel

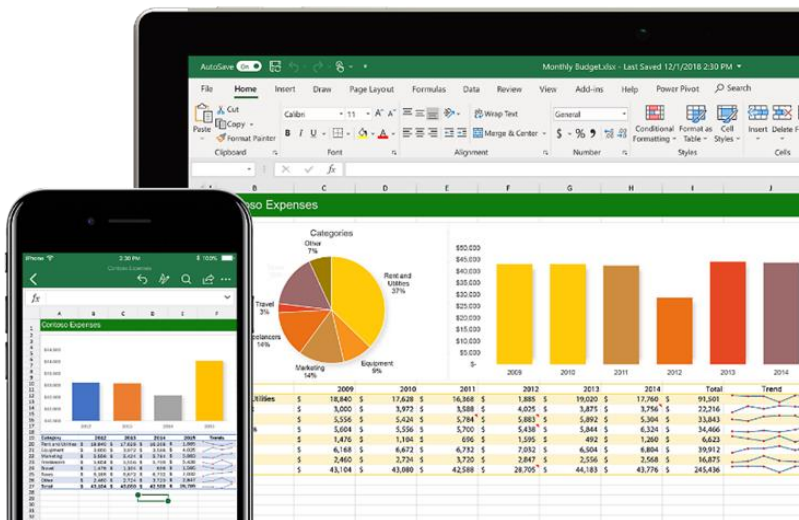
- Tablas dinámicas

“Una tabla dinámica es una herramienta avanzada para calcular, resumir y analizar datos que le permite ver comparaciones, patrones y tendencias en ellos. Las tablas dinámicas funcionan de forma un poco distinta dependiendo de la plataforma que use para ejecutar Excel”. (Microsoft, 2024)

- Cruces.

“Cruces devuelve los valores y de una serie de nuevos valores x especificados con valores x e y existentes. También puede usar la función de hoja de cálculo Cruces para ajustar una curva exponencial a los valores x e y existentes”. (Microsoft, 2024)

Ilustración 7 Aplicación de Excel

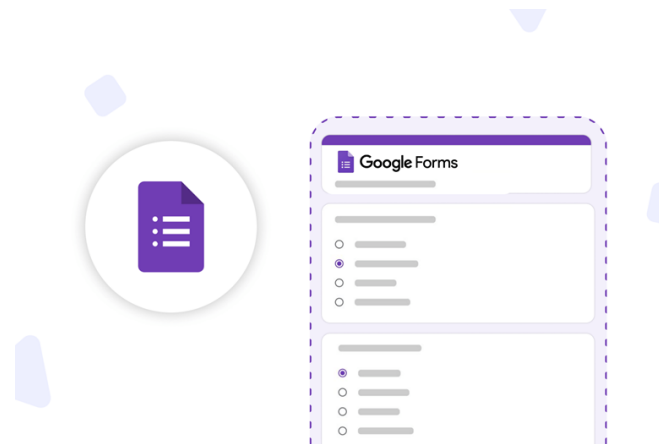


10.5.2.Formularios Google.

“Gestiona registros de eventos, crea encuestas de opinión rápidas y cuestionarios, y mucho más. Con Formularios de Google, puedes crear encuestas o cuestionarios directamente en tu navegador web o móvil, sin tener que usar ningún software especial.

Puedes ver los resultados al instante, en el momento en que se envían, y organizarlos en gráficos para consultarlos fácilmente”. (Google, 2024)

Ilustración 8 Aplicación de Forms Google



10.5.3. Power BI

“Es una colección de servicios de software, aplicaciones y conectores que funcionan conjuntamente para convertir orígenes de datos sin relación entre sí en información coherente, interactiva y atractiva visualmente. Sus datos podrían ser una hoja de cálculo de Excel o una colección de almacenes de datos híbridos locales y basados en la nube. Power BI permite conectarse con facilidad a los orígenes de datos, visualizar y descubrir qué es importante y compartirlo con cualquiera o con todos los usuarios que desee.” (Microsoft, 2024)

Ilustración 9 Power BI



CAPÍTULO 4: DESARROLLO

11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.

Planificar un cronograma es de suma importancia ya que se llevará un control específico y establecido dentro del periodo del proyecto, considerando las acciones que se van a tomar con base al nivel de dificultad que toma cada uno de ellos. Poniendo en marcha cada plan de acción y método de mejora para así tener resultados óptimos y mejorar la base de datos a un nivel de excelencia, evitando tiempos muertos y recuperando un alcance mínimo del 90% de contacto.

Dentro de este cronograma, se ejecutan los tiempos específicos que se llevan a cabo en cada método de calidad (Kaizen / 5's) y en cada acción realizada por los Agentes Digitales.

Cronograma de actividades

Tabla 5 Cronograma de plan de acción para actividades planteadas.

ACCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
<i>Identificación de datos, para reconocer las áreas de oportunidad</i>							
<i>Plan de acción para la solución de problemas e implementar mejoras.</i>							
<i>Ejecución del plan acción, programas de recuperación de datos y métodos de mejora continua.</i>							
<i>Revisión y corrección de datos obtenidos para mejorar la calidad de la base de datos y gestionar ventas de mejor calidad.</i>							
<i>Resultados visibles a través de graficas en cuanto al nivel de contacto y aumento de productividad por agente por medio de ventas mensuales</i>							

Posteriormente al plan de acción acordado, se puso en práctica diversas metodologías para poder acertar a un resultado positivo y llegar de la forma más coherente a la excelencia, buscando una calidad del 100 por ciento en cada una de nuestras llamadas, para la gestión de ventas.

Se aplicó un método de recuperación de datos, en el cuál se hace con base a la plataforma de forms google, una herramienta de calidad y de facilidad para el uso de recuperación de datos y para el manejo diario dentro del área de Customer Hub Mx, especialmente en la UEN ACAPULCO.

Este forms fue utilizado diariamente para que se gestione la información correcta de cada uno de los clientes asignados, dependiendo el día correspondiente, en donde se recuperó información precisa de los clientes para así poder agilizar en un futuro el contacto directo hacia ellos, evitando la pérdida de tiempo por falta de datos actualizados.

Los datos recuperados dentro de esta área de oportunidad por los meses de marzo, abril y mayo son los siguientes:

Tabla 6 Cortes con área de oportunidad en mes de marzo

MARZO					
CONTACTO	AGENTE				
TIPIFICACION	Emma	Vicky	Hugo	Isela	Total general
Contacto con venta	13	23	16	12	64
Contacto sin venta	23	34	27	21	105
Encargado no disponible	43	32	44	54	173
Llamar mas tarde	23	19	23	21	86
PDV cerrado/duplicado	7	12	17	11	47
Total general	109	120	127	119	475
	31%	45%	40%	26%	41%
NO CONTACTO	AGENTE				
TIPIFICACION	Emma	Vicky	Hugo	Isela	Total general
No contactado	243	199	232	365	1039
Telefono incorrecto	113	67	87	99	108
Total general	356	266	319	464	1147
	77%	69%	72%	80%	71%

Tabla 7 Corte al empezar a aplicar Google Forms para recaudar información correcta con cada cliente.

ABRIL					
CONTACTO	AGENTE				
TIPIFICACION	Emma	Vicky	Hugo	Isela	Total general
Contacto con venta	30	33	31	22	116
Contacto sin venta	47	51	67	59	224
Encargado no disponible	23	51	47	35	156
Llamar mas tarde	77	67	71	77	292
PDV cerrado/duplicado	7	12	17	11	47
Total general	184	214	233	204	835
	55%	51%	62%	49%	54%
NO CONTACTO	AGENTE				
TIPIFICACION	Emma	Vicky	Hugo	Isela	Total general
No contactado	167	166	198	226	757
Telefono incorrecto	167	254	177	187	785
Total general	334	420	375	413	1542
	64%	66%	62%	67%	65%

Presentando a continuación el formato de forms google, manejado por los agentes de televenta, creando una ejecución precisa dentro de la llamada de BEES ONE.

Figura 3 3 Formato de google forms para obtener datos correctos de cada cliente, realizándose en cada llamada realizada.

The image shows a Google Form titled "Validación ACAPULCO". At the top right, there is a three-dot menu icon. Below the title, a message reads: "Hola, Fabian Alejandro. Cuando envíe este formulario, el propietario verá su nombre y dirección de correo electrónico." Below this is a red asterisk and the word "Obligatorio". The form contains three questions, each marked with a red asterisk:

- 1. Numero de cliente *
Below the question is a text input field with the placeholder text: "El número debe estar comprendido entre 100000000 y 410000000".
- 2. Número de teléfono *
Below the question is a text input field with the placeholder text: "Escriba su respuesta".
- 3. Tipo de llamada *
Below the question are four radio button options:
 - ☐ Contestó
 - ☐ No contestó
 - ☐ Buzón
 - ☐ Tel incorrecto

At the bottom left of the form is a blue button with the text "Enviar".

Una vez aplicada la encuesta sobre el plazo de marzo, abril y mayo, dentro de la llamada, se hizo el registro y la validación diaria para poder gestionar, cambiar y actualizar los datos correctos dependiendo del cliente, eliminando de manera eficaz los datos erróneos que se tienen dentro de la base de datos, para así poder tener un proceso de mejora continua día con día, evitando la acumulación de residuos innecesarios que provocan menor interacción con el cliente y pérdida de ventas.

Se analiza cada una de las respuestas obtenidas por el forms google, en donde verídicamente se registró un pésimo contacto con el cliente, teniendo un gran número de alertas como: no contesto – intentar de nuevo, pendientes por marcar y sin respuesta.

Tabla 8 Tipificación en cada llamada, descarga realizada desde Bees ONE

Cuenta de DRV	TIPIFICACION BEES ONE								
AGENCIAS	Call Later Today	Incorrect Phone Number	No Answer	No Answer - try again	Pendientes por marcar	Poc Closed Duplicated	Responsible Not Available	Success on contact	Total general
CMM Acapulco	191	135	375	212	1352	29	253	1215	3762
CMM Guerrero	154	97	179	93	881	39	232	1066	2741
Total general	345	232	554	305	2233	68	485	2281	6503

Tabla 9 Base general de agencias en la UEN ACAPULCO

Agencias	BASE	Buzón	Contestó	No contestó	Tel incorrecto	TOCADOS	Pendiente por llamar	Alcance
CMM Atoyac	284					0	284	0.0%
CMM Ayutla	4					0	4	0.0%
CMM Cayaco	2164	61	109	118	24	312	1852	16.8%
CMM Chilapa	239					0	239	0.0%
CMM Cruz Grande	543		1			1	542	0.2%
CMM Iguala	901					0	901	0.0%
CMM M Guerrero	794					0	794	0.0%
CMM Marquelia	252			1		1	251	0.4%
CMM Ometepec	405					0	405	0.0%
CMM Pie de la Cuesta	78	1		2		3	75	4.0%
CMM Puerto Vallarta	7					0	7	0.0%
CMM Taxco	3					0	3	0.0%
CMM Tierra Colorada	27					0	27	0.0%
CMM Zihuatanejo	802					0	802	0.0%
TOTAL ZONA:	6,503	62	110	121	24	317	6,186	2%

Un punto muy importante dentro de nuestro objetivo es minimizar los números en rojo, ya que por consecuencia a estos se obtiene una baja productividad en la operación de Customer Hub Mx. Ya que son clientes que posiblemente requieren un servicio personalizado para poder realizar sus compras frecuentemente, y para llegar a ello se requiere de una validación de datos y corrección de base para poder obtener un alcance máximo de contacto, cerrando cada una de las llamadas con un alcance máximo de calidad y un máximo número de ventas por día.

Estas son las agencias que tiene la UEN ACAPULCO, las cuales son unas de las áreas más afectadas, puesto que se tienen que recuperar para la venta de cerveza, ya que debe de ser una zona de venta alta por la locación turística en la que se encuentra.

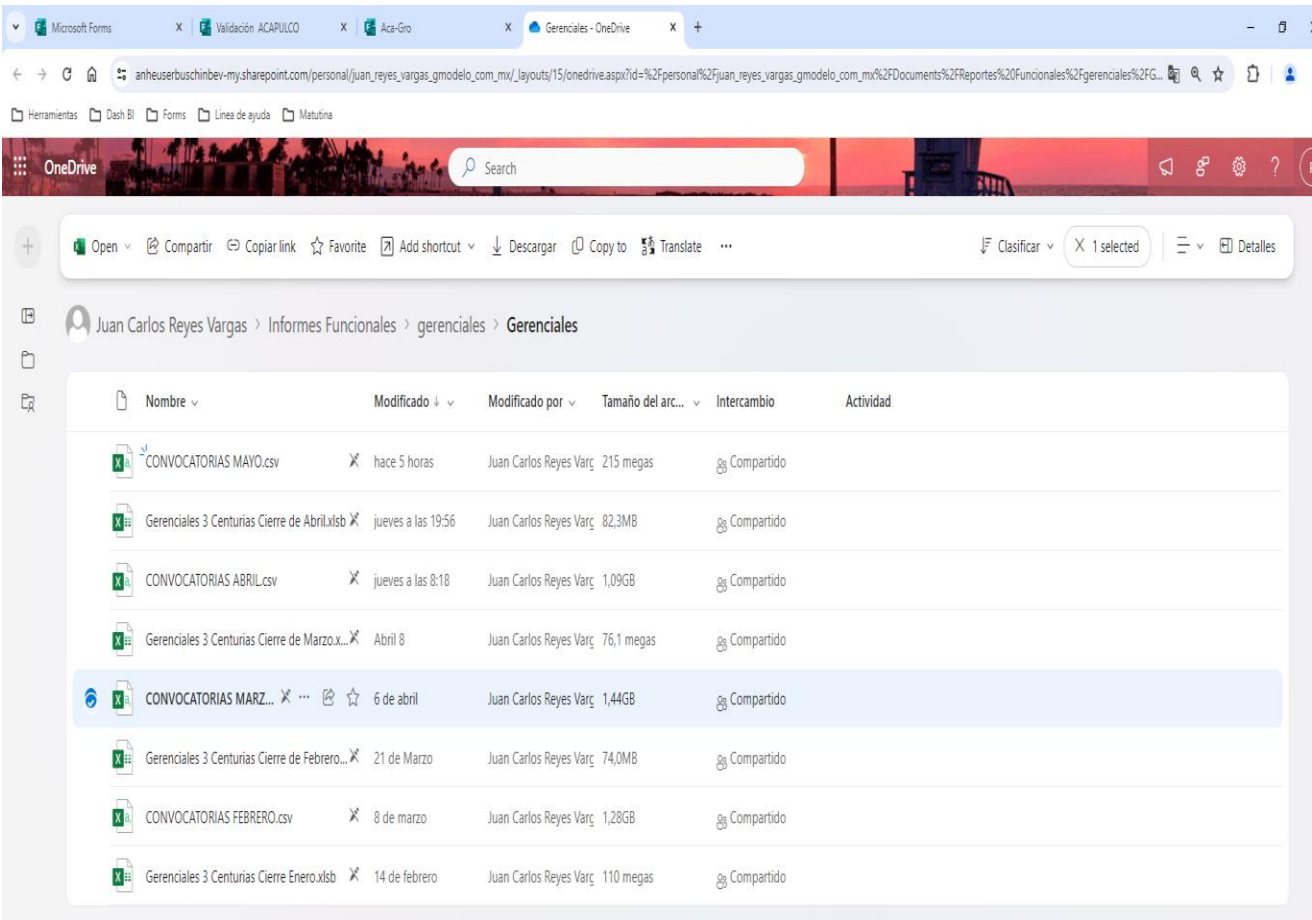
Tabla 10 Desglose de cada agencia dentro de Acapulco, Gro.

Agencias	No. de clientes
CMM Atoyac	284
CMM Ayutla	4
CMM Cayaco	2164
CMM Chilapa	239
CMM Cruz Grande	543
CMM Iguala	901
CMM M Guerrero	794
CMM Marquelia	252
CMM Ometepec	405
CMM Pie de la Cuesta	78
CMM Puerto Vallarta	7
CMM Taxco	3
CMM Tierra Colorada	27
CMM Zihuatanejo	802
Total general	6503

Se plasma a continuación un modelo de trabajo en donde mi superior inmediato recopila de manera mensual, cada una de la información obtenida para la observación del avance y realizar un análisis en donde se visualice de manera detallada cada uno de estos resultados y checar si evidentemente se ha creado una mejora para el contacto y para el

alcance de metas establecidas. En dicho informe funcional, se ejecuta el proceso mensual para las bases de datos de clientes correspondientes.

Ilustración 10 Informe proporcionado desde coordinación, en donde se recopila toda los datos obtenidos por los agentes.



Dentro, de este método de calidad, se aplica el uso de Power BI, en donde se logra estabilizar la actualización continua de cada KPI en donde podemos observar el avance constante que se ha tenido en el transcurso de los tres meses implementados.

Ilustración 11 Evidencia del proceso de Power BI en donde se lleva cada seguimiento planteado.

POC_ID	DRV	UEN	Agencia	Coordinador	LO	Call List	Pendientes VS LO	Tocados Grow	No Tocados Grow	% No Tocados Grow	HIT	% HIT
100257222	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cruz Grande	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257244	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Iguala	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	0	1	0	1	100 %	0	0 %
100257249	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cruz Grande	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257267	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257276	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cruz Grande	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257312	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257331	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Iguala	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257338	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	0	1	0	1	100 %	0	0 %
100257393	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Iguala	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257422	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Zihuatanejo	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257453	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Iguala	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	0	1	0	1	100 %	0	0 %
100257457	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Iguala	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257465	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	0	1	0	1	100 %	0	0 %
100257483	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Iguala	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257495	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257524	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cruz Grande	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	0	1	0	1	100 %	0	0 %
100257539	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257578	CMM Centro Pacifico	CMM Guerrero	CMM Iguala	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257595	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257623	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257674	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Omiltepec	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257698	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cruz Grande	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
100257711	CMM Centro Pacifico	CMM Acapulco	CMM Cayaco	Fabian Alejandro Lopez Hernandez	1	1	0	0	1	100 %	0	0 %
Total					6.231	5.735	496	3.125	3.106	50 %	2.724	44 %

Así como también se trabaja acerca de las 5's para poder estandarizar el proceso de la gestión de datos, llevando un control en la validación de documentos y asignando cada archivo correspondiente en su carpeta asignada. Esta actividad se plantea con el objetivo de poder ubicar de manera eficaz cada dato del cliente de manera óptima, optimizando tiempo y mejor calidad hacia el cliente.

Antes de comenzar con la clasificación de las 5's, se tiene de la siguiente manera:

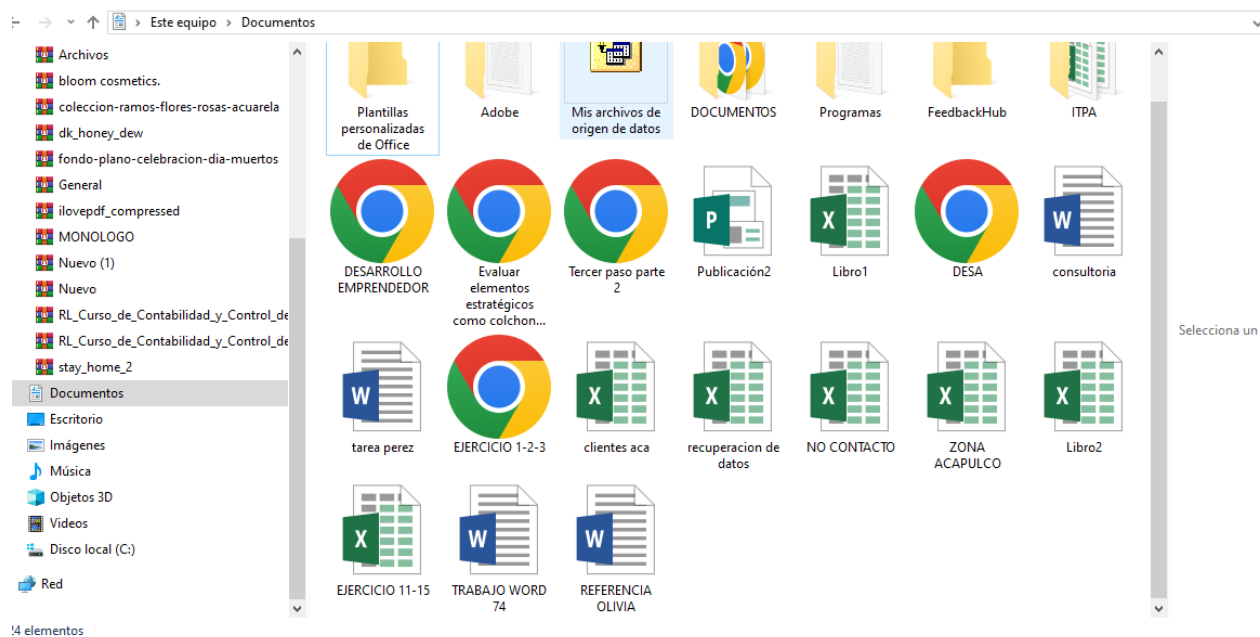


Ilustración 12 Desorganización de sitio, sin implementar 5's como estrategia.

Se ejecuta la implementación de 5's para establecer una organización estandarizada, asegurando un flujo continuo en la búsqueda de datos por cliente, así como también es importante tener una base de datos con nombre correspondiente, teniendo la carpeta establecida para una búsqueda eficiente. Asegurando que los residuos de datos erróneos no saturen el espacio dentro de sitio, evitando tiempos muertos por la confusión de datos inactivos.

CAPÍTULO 5: RESULTADOS

12. Resultados

Resultado de método Google Forms.

Se logró aplicar en el área de Customer Hub Mex, un método de Google Forms en donde se recuperó el mayor porcentaje de números por clientes, logrando una actualización de datos optimizada, obteniendo un contacto exitoso y con excelencia hacia el cliente. Dicho forms se aplicó en cada uno de los clientes que se encuentran en las agencias correspondientes en el estado de Acapulco, Gro.

Al igual, se observó un gran aumento de productividad y tiempo en llamada con el cliente, obteniendo un gran número de coberturas en producto de innovación y cerveza tradicional. Así como también se incrementó el porcentaje más alto de metas establecidas.

Tabla 11 Resultado final obtenido, incrementando un gran alcance de Call Customer

RESULTADO GENERAL MARZO - JUNIO	
Etiquetas de fila	Cuenta de CALL_TYPIIFICATION
Call Later Today	646
Incorrect Phone Number	449
No Answer	647
No Answer - try again	215
Poc Closed Duplicated	145
Responsible Not Available	876
Success on contact	3752
Total general	6730

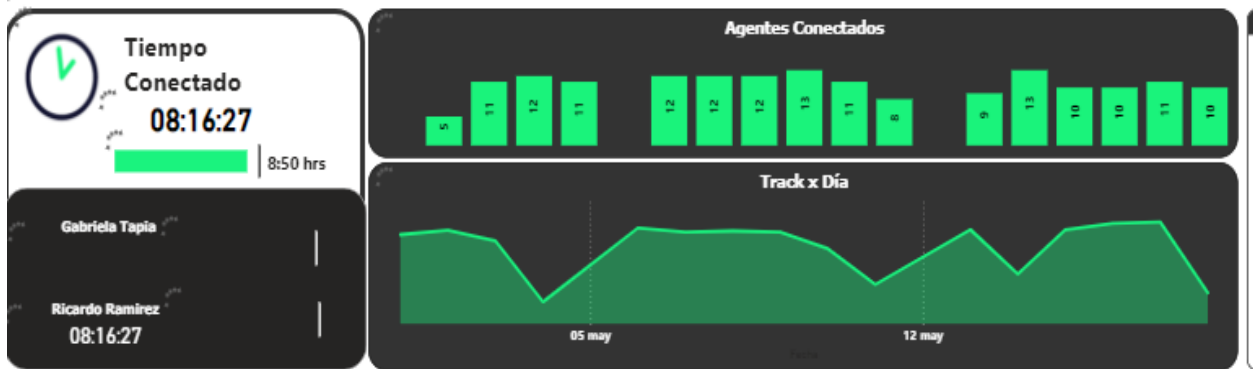
Ilustración 13 Resultados obtenidos diariamente para la actualización de datos constantes.

1	CALL_ID	DATE_POCID	COUNTRY	DATE	USER_ID	POC_ID	cruce vicky	CUSTOMER_	POTENTIAL	REGION	CALL_TYPIIFICATION
2	101021954	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	wendy.espai	101021954	101021954	101021954		21	CMM Acapul Responsible Not Available
3	400075915	9 2024-04-094	MX	09/04/2024	claudia.mon	400075915	400075915	400075915		21	CMM Acapul Success on contact
4	4d97445a-f0	2024-04-091	MX	09/04/2024	emmanuel.g	101218315	#N/A			22	CMM Guerre Call Later Today
5	100263044	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	emmanuel.g	100263044	100263044	100263044		22	CMM Guerre Call Later Today
6	100277911	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	maria.guzma	100277911	100277911	100277911		22	CMM Guerre No Answer - try again
7	100268656	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	wendy.espai	100268656	100268656	100268656		21	CMM Acapul Success on contact
8	100584086	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	hugo.castore	100584086	100584086	100584086		22	CMM Guerre Call Later Today
9	101034846	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	hugo.castore	101034846	101034846	101034846		21	CMM Acapul Responsible Not Available
10	101020789	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	ana.robles@	101020789	101020789	101020789		21	CMM Acapul Responsible Not Available
11	100262889	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	maria.guzma	100262889	100262889	100262889		21	CMM Acapul No Answer - try again
12	e4abc51d-a9	2024-04-091	MX	09/04/2024	maria.guzma	101222648	101222648			22	CMM Guerre No Answer - try again
13	100770725	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	maria.guzma	100770725	100770725	100770725		21	CMM Acapul Success on contact
14	c8de9979-bc	2024-04-091	MX	09/04/2024	ma.garcias@	101259690	#N/A			22	CMM Guerre Responsible Not Available
15	100268862	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	maria.guzma	100268862	100268862	100268862		21	CMM Acapul Responsible Not Available
16	100941703	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	ana.robles@	100941703	100941703	100941703		22	CMM Guerre Responsible Not Available
17	afdbb09c-00	2024-04-091	MX	09/04/2024	maria.guzma	101253731	#N/A			22	CMM Guerre Success on contact
18	101150738	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	ana.robles@	101150738	101150738	101150738		21	CMM Acapul Incorrect Phone Number
19	100582495	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	ana.robles@	100582495	#N/A	100582495		22	CMM Guerre Success on contact
20	101054339	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	emmanuel.g	101054339	101054339	101054339		22	CMM Guerre Call Later Today
21	f3eb41e7-46	2024-04-091	MX	09/04/2024	wendy.espai	101251568	#N/A			22	CMM Guerre Responsible Not Available
22	100277703	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	hugo.castore	100277703	100277703	100277703		21	CMM Acapul Success on contact
23	101030362	9 2024-04-091	MX	09/04/2024	hugo.castore	101030362	101030362	101030362		21	CMM Acapul Responsible Not Available

Implementación del Dash Board con Power BI

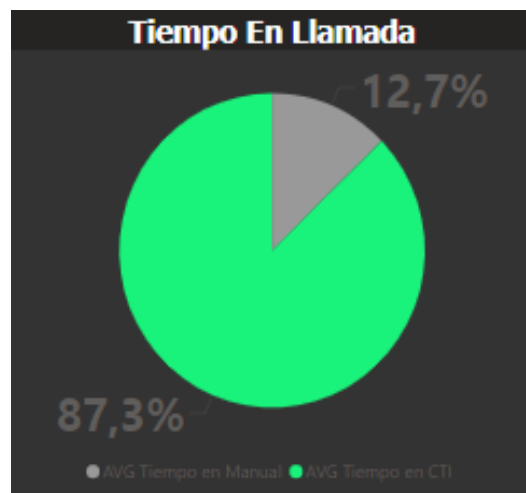
A través de la implementación de Power BI se logró estandarizar de manera continua el avance diario de cada uno de nuestros colaboradores. Donde se mostró en el transcurso de los meses marzo, abril, mayo y junio el avance diario que se logró. Así como también se obtuvo un gran número de llamadas realizadas, obteniendo un número del 5,735 call list. Teniendo la actualización cada 4 horas de todas las agencias dentro de la UEN ACA. Facilitando la visualización del alcance de cada KPIS, enfocando la plataforma únicamente en la zona de Acapulco, Gro.

Ilustración 14 Ejecución de dashboard y visualización de UEN ACAPULCO en productividad.



Se ejecutó un dashboard en donde se visualizó el crecimiento continuo de cada uno de los Televentas México, visualizando diariamente la evolución constante del mismo, de esta manera se facilita de mejor manera el alcance de metas establecidas. Por ende, se quedó como herramienta de trabajo para poder puntuar a las áreas de oportunidad previas e implementar el ciclo de la mejora continua, en donde de la misma manera se estará trabajando por ciclos mensuales. Así como también, gracias al plan de acción acordado, pudimos dar avance al contacto y al incremento de ventas diarias, como las siguientes:

Figura 3 4 Grafica del porcentaje obtenido con base al tiempo de llamada con el cliente.



En la gráfica anterior, se visualizó un resultado positivo y excelente, puesto que ahora existe un porcentaje del 87% en tiempo CTI de tiempo en contacto hacia el cliente, el dónde CTI es la plataforma en donde de manera automática contacta al cliente para generar y personalizar la atención al cliente, logrando de manera exitosa la venta, la su función CTI se enfoca en cargar una base de datos correctos del cliente para que se genere una marcación automática, lo cual, los resultados son exitosos puesto que solo nos quedamos con un porcentaje mínimo con área de oportunidad.

Ilustración 15 Operativo coberturas e innovaciones en UEN ACA



Dicho avance se presentó de manera general a gerencia y a toda la sala México compartiendo la estrategia implementada, logrando un crecimiento en conjunto con el equipo y obteniendo un máximo alcance, con base a todo México.

Es por eso, que se registran los envíos semanales. Así mismo, se realizó una visual para todos los agentes de la Sala México, en dónde haya una visualización clara y puntual, mostrando el crecimiento y el avance continuo del mismo. Como se visualiza en seguida:

Ilustración 16 Correos semanales del avance de metas y productividad.

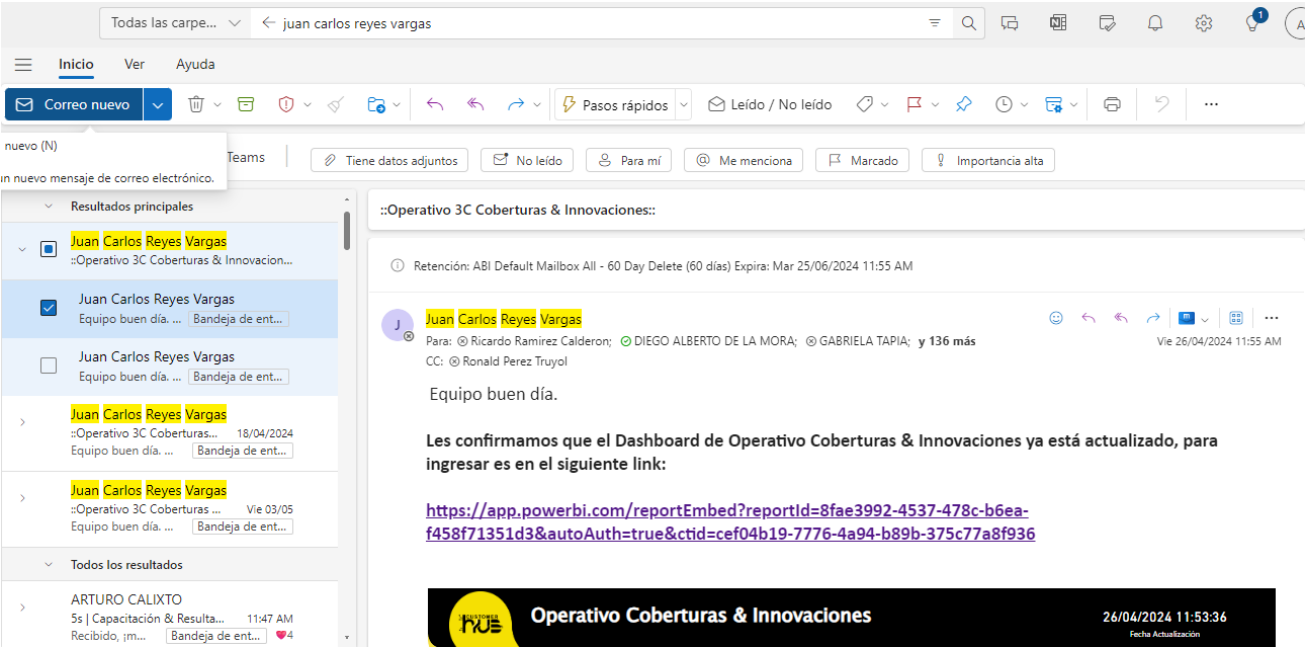
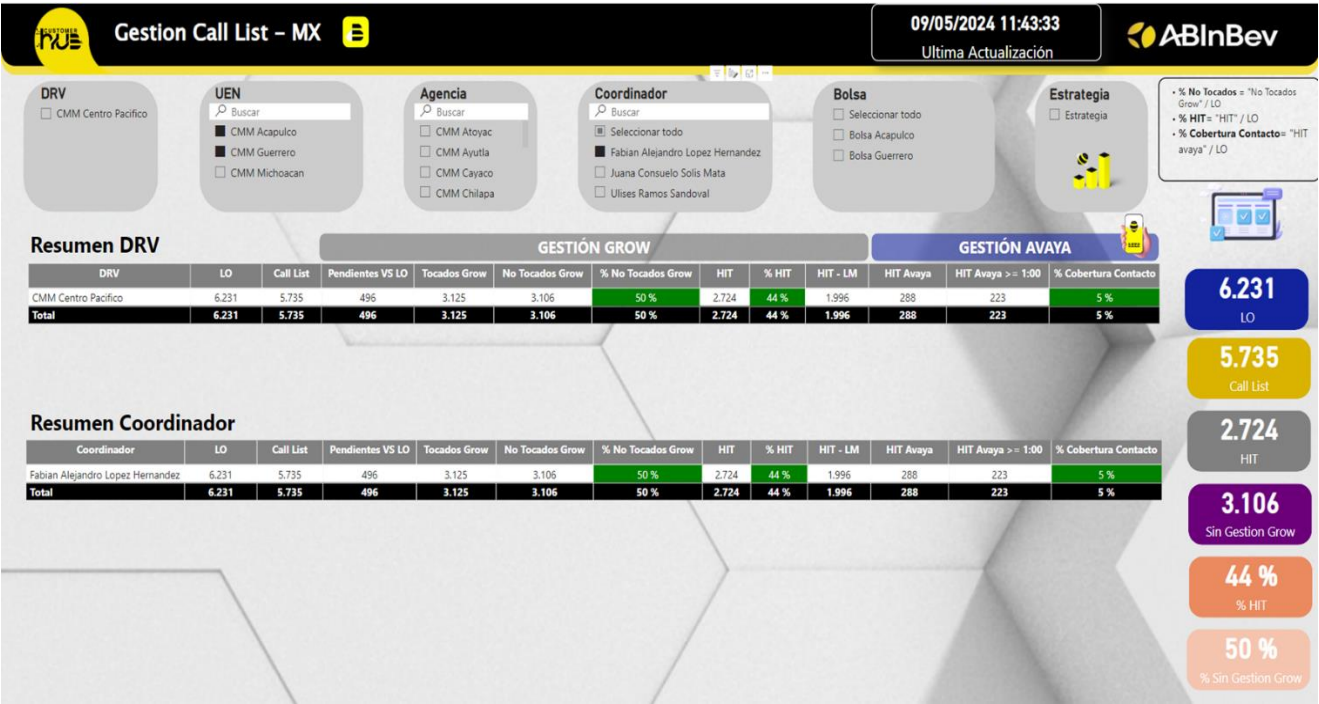
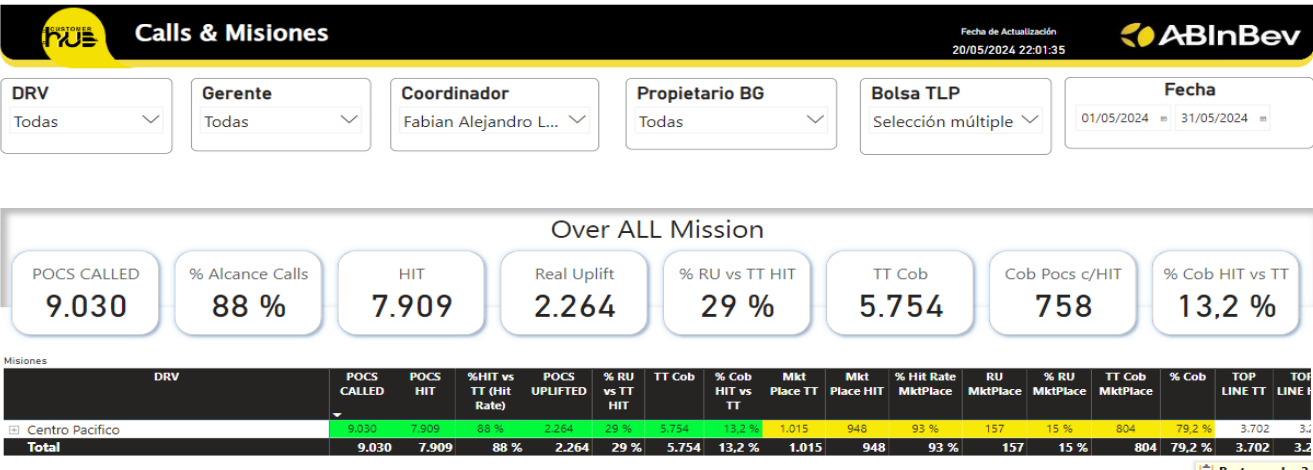


Ilustración 17 Resultado de Power BI, logrando tener resultados específicos en cada momento para la visualización y empuje a la meta del KPI



Sin embargo, se observó el crecimiento constante de la UEN Acapulco, incrementando de un 56% a un 86% en el transcurso de 4 meses, implementando el plan de acción acordado, por ende, se estableció un incentivo adicional a los agentes de televentas de México para poder cautivar el desarrollo y crecimiento del mismo.

Ilustración 18 Alcances obtenidos en el lapso de feb - mayo.



Asi mismo, se generó un apartado muy importante para los agentes de televentas, en donde pueden analizar frecuentemente el porcentaje de sus KPIS para su sueldo variable. Así mismo se consideró importante la visibilidad de contacto e influenciadas, mostrando de manera monetaria su avance de metas y resultado óptimo del proyecto establecido, logrando un cobro adicional al 25% de su sueldo fijo.

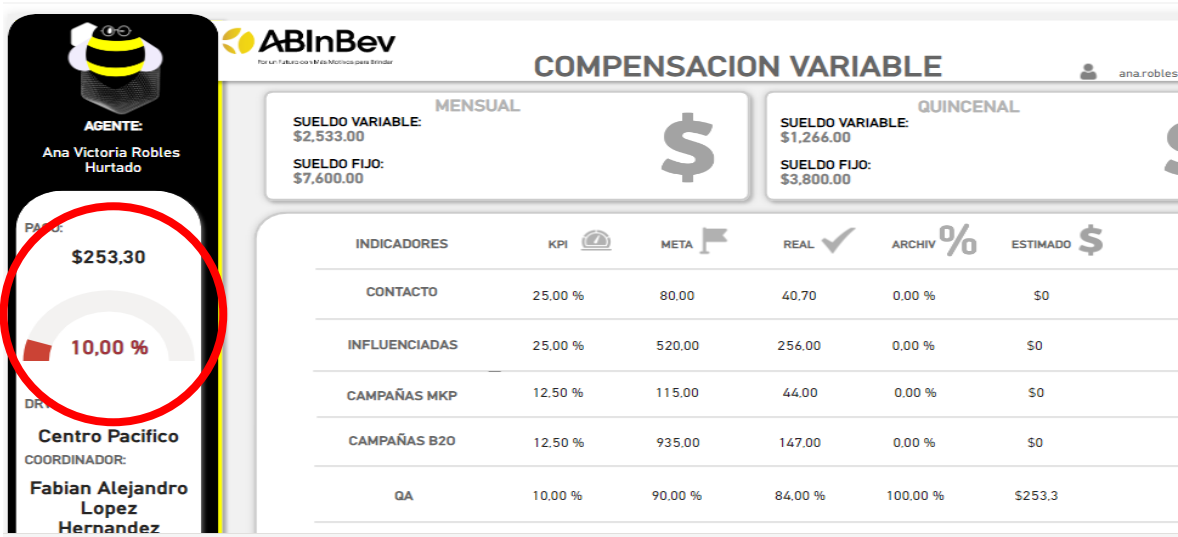


Ilustración 19 Variable en febrero - marzo

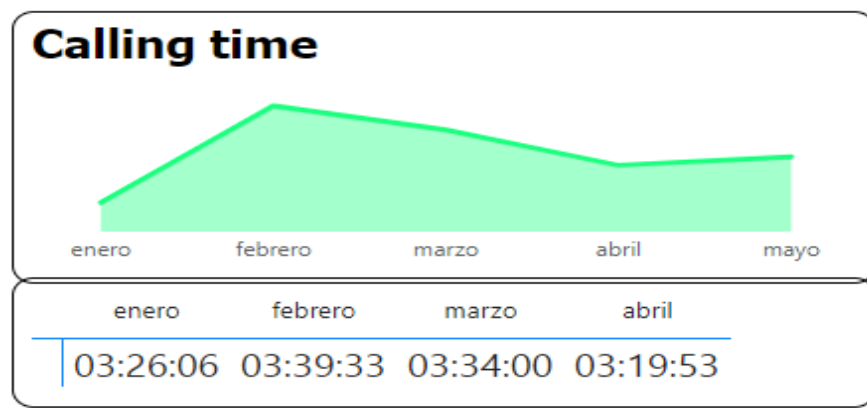
Ilustración 20 Compensación variable mayo



Aumento de tiempo en productividad por agente, reduciendo el tiempo muerto.

Una vez realizada la validación de datos para la gestión de ventas, se puede obtener un alcance superior de 4:00 horas en llamada con el cliente y un alcance de 9 horas conectados. Esto resulta de manera eficiente a la empresa puesto que el área de oportunidad detectada disminuyó un gran porcentaje. De la misma manera, por medio del tabulador Power BI, sección productividad 2,0 se registra el tiempo de dispersión en el que se dejó de interactuar con el cliente, notando un rango de 10 o -10 dentro del horario laboral.

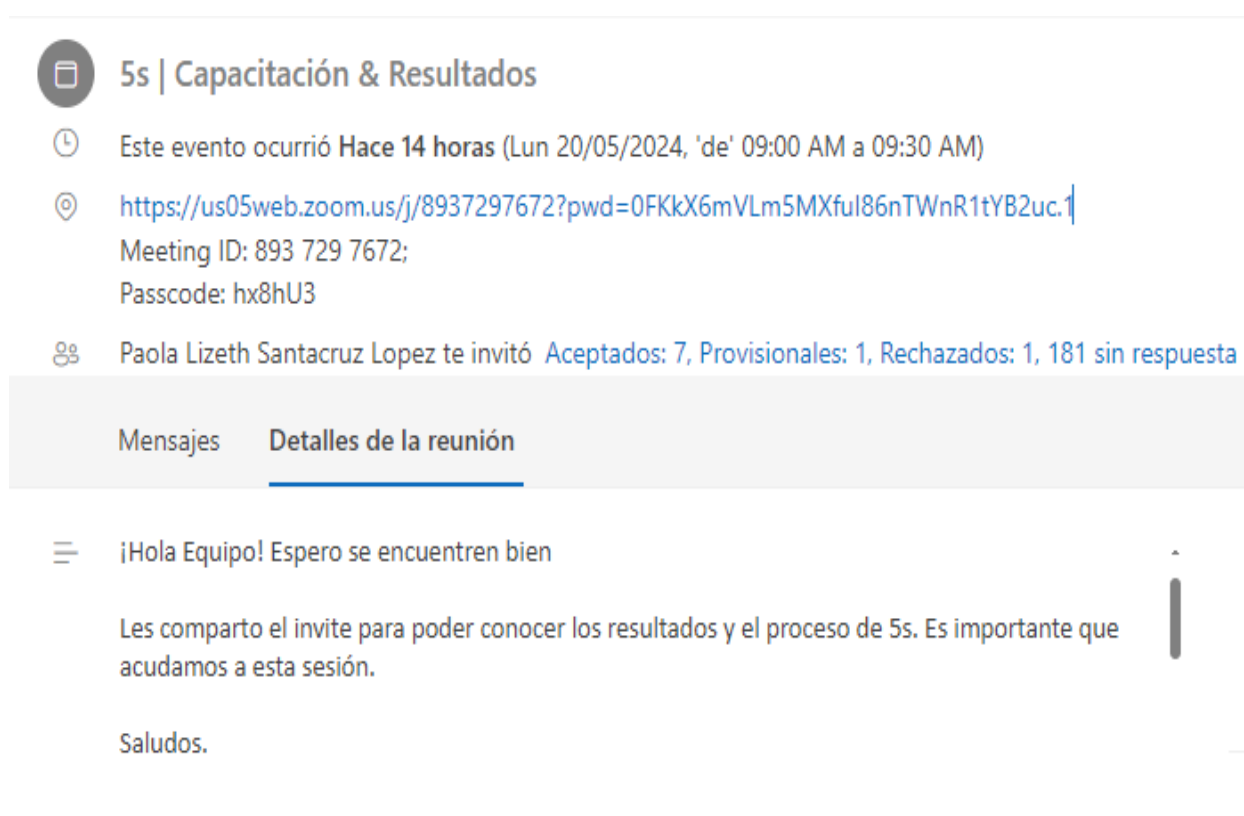
Figura 3 5 Calling time enero a abril



Resultados de la ejecución de 5's como uso de estrategia y estandarización de gestión de datos.

Se estandarizó de manera muy estricta la organización de sitio, de manera física como digital, en donde se crearon carpetas correspondientes para cada dato. Cada carpeta con tres niveles para la ejecución y respaldo de cada dato obtenido por medio de llamadas y así optimizar y reducir los tiempos muertos por los datos inestables e incorrectos.

Ilustración 21 Evidencia de capacitación 5's para estrategia.



Sin embargo, esta estrategia de 5's se estableció la para ejecución continua en cada lapso a tres semanas, logrando la actualización de datos correctos y encontrando el alcance de un 95% de excelencia para la operación. Sin perder o aumentar el volumen de datos erróneos provocando nuevamente la perdida de interacción con el cliente.

A continuación, se muestra los resultados y las áreas de oportunidad que se obtuvieron en el lapso de la metodología 5's:

1.El escritorio y cajones están limpios y ordenados.
 No hay artículos no esenciales para su operación, (objetos permitidos : libros, libretas, carpetas, audífonos, agua) -

2.Asistencia a la oficina, el auditado utiliza CTS App y conoce su rol de asistencia o en el caso de lugares fijos evidencia de control de asistencia. (LOG CTS & PO evidencia CTS APP o Excel - CT & CHUB trazabilidad en excel)

CHECKLIST - ESPACIO FÍSICO



Cajones limpios y/o ordenados.



Escritorio limpio, ordenado y con **máximo 2 objetos no esenciales** (Los objetos esenciales son pc, mouse, monitor adicional, celulares, etc.)



Mochilas debajo de la mesa o dentro de cajoneras.

3 Fotografías del escritorio físico CTS - 1 CHUB

Ilustración 22 Evidencia de espacio físico 5's

Tabla 12 Resultados de auditorías 5's

Detalle de Auditoría									
% de cumplimiento	Físico		Digital						
	ESCRITORIO	ASISTENCIA	ESC VIRTUAL	ARCH LOCAL	CARPETAS ONEDRIVE	ARCH ONEDRIVE	CARPETAS TEAMS/SHAREPOINT	ARCHIVOS TEAMS / SHAREPOINT	
100%	1	1	1	1	1	1	1	1	
88%	1	1	1	1	1	1	0	1	
88%	1	1	1	1	0	1	1	1	
88%	1	0	1	1	1	1	1	1	
100%	1	1	1	1	1	1	1	1	
100%	1	1	1	1	1	1	1	1	
88%	1	1	1	1	1	1	0	1	
100%	1	1	1	1	1	1	1	1	
100%	1	1	1	1	1	1	1	1	
100%	1	1	1	1	1	1	1	1	
88%	1	1	1	1	1	1	0	1	
	11	10	11	11	10	11	8	11	
	100%	91%	100%	100%	91%	100%	73%	100%	

Sin embargo, dentro de nuestra operación UEN Acapulco se obtuvieron los mejores resultados a nivel sala México, por la ejecución y el constante seguimiento del mismo.

Tabla 13 TOP 5'S SALA MX

TOP 5S Abril

Dirección	Suma de Pts obtenidos Escritorio	Suma de Pts obtenidos Digitales	% de cumplimiento 5S
Ana Victoria Robles Hurtado	2	6	100%
Sandra Susana Ibarra Acosta	2	6	100%
Jose Ignacio Licea Cervantes	2	6	100%
Sandra Antillon	2	6	100%
Martha Alicia Ibarra	2	6	100%

Resultados oficiales a los mejores agentes dentro del proceso de la validación de datos.

Al momento en el que se puso en marcha el proyecto de validación de datos para la gestión de ventas, se implementó en cada una de las uen a nivel México para poder alcanzar y aumentar el porcentaje de productividad y de ventas. El cuál dicho proyecto impactó de manera positiva la ponderación mensual dentro de las DRV, sobrepasando el 100% asignado en cada zona. Así mismo, como incentivo para los Agente de tele venta se reconoció a los mejores agentes dentro de la DRV, resaltando a diversos agentes que pertenecen a la UEN Acapulco.

Ilustración 23 Reconocimiento a los mejores AGENTES.



CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

13. Conclusiones del Proyecto

Dentro de la “Validación de datos para la gestión de ventas” se pudo obtener un alcance óptimo dentro de la operación considerando este proceso y ejecución de proyecto muy impactante y emocionante, en donde inicialmente se aterrizó en las áreas de oportunidad más sobresalientes en la sala México, UEN Acapulco, Gro. Analizando de manera detallada cada una de ellas, principalmente; los espacios muertos en tiempo y considerando encontrar las razones por las cuales se generaba el mínimo porcentaje de productividad y ventas diarias, siendo detectadas por la falta de actualización de datos.

La base establecida se revisó de manera detallada cada uno de los 6 mil clientes que están dentro del sistema, considerando este proceso un reto de suma importancia y con mucha paciencia, pues se realizó un proceso de marcación manual, de frecuencia diaria, con el apoyo de cinco agentes ubicados en el organigrama ejecutado anteriormente.

Se encontraron diferentes escenarios dentro del proceso, así como lo son: datos inactivos e incorrectos, incluso con cliente ya dados de baja. Por ende, se implementó metodologías 5's, mejora continua, desarrollando un plan de acción y un análisis FODA en toda la operación. Repercutiendo de manera positiva a la empresa, nivel México.

En lo personal considero que fue un gran trabajo de investigación, obteniendo una mejora dentro de la Cervecería Modelo de México S. de R.L. de C.V.

Es de gran emoción observar como todo lo adquirido en el lapso de la carrera universitaria puede influir de manera positiva a una empresa internacional, dando un resultado positivo y alcanzando un margen de excelencia dentro de la operación, así como incrementar las ventas diarias por agente y reduciendo tiempos muertos generado por bases inestables.

Finalmente, dándome cuenta la importancia de implementar metodologías de calidad y de organización en cada área laboral, para así poder obtener mejores resultados y buscando la excelencia dentro de la misma, buscando un HIT positivo a nivel nacional en el mundo laboral.

CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS

14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.

1. Se estandarizó el proceso de obtener información de manera precisa a través de Google Forms para poder facilitar la recuperación de datos al mismo tiempo de la venta.
2. Se ejecutó plan de acción para poder incrementar las ventas con el algoritmo obtenido con base a las tablas dinámicas obtenidas por la recuperación de datos.
3. Se aumentó el porcentaje de coberturas por cliente, haciendo que los agentes alcancen sus metas establecidas.
4. Se ejecutó el programa de Power BI con la visualización constante para el empuje diario al alcance de mentas, específicamente en el KPI de contactación.
5. Se liberó un alto un porcentaje del 64% de residuos y datos erróneos por cliente, optimizando de manera eficiente la productividad de la operación Customer HUB.
6. Se implementó el método de calidad y servicio en las demás UEN dentro de sala México que atiende a todos los clientes nacionales.
7. Se reconoció de manera general a los mejores agentes al alcanzar las metas obtenidas después de la recuperación de datos.
8. Se logró implementar de manera permanente la ejecución de recuperación de números, para así no perder los datos correctos del cliente y brindarles una atención personalizada.

CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN

15. Fuentes de información

- Arguello Pazmiño, M., Llumiguano Poma, M. E., Gavilánez Cárdenas, C. V., & Torres Ordoñez, L. H. (2020). *Administración de empresas. Elementos básicos*. . Bruxelles, Belgium: Infinite Study.
- Benítez, M. Á., & Arias, Á. (2017). *Curso de introducción a la administración de base de datos*. . IT Campus Academy.
- Castells, M. A. (2017). *Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores*. Madrid: ESIC Editorial.
- Estallo, M. d. (2002). *Concepto, contenido y objeto de la administración de empresas*. Bogotá: UOC Papers.
- Euan, L. T. (2020). *Administración I*. CDMX, MEXICO: Maria Echave Walls.
- Google. (2024). *Google*. Obtenido de Empezar a usar Formularios en Google Workspace: <https://support.google.com/a/users/answer/9302965?hl=es>
- Microsoft. (2024). *Más Funciones*. Obtenido de Cruces: <https://support.microsoft.com/es-es/office/funci%C3%B3n-crecimiento-541a91dc-3d5e-437d-b156-21324e68b80d#:~:text=CRECIMIENTO%20devuelve%20los%20valores%20y,a%20los%20valores%20x%20e%20y%20existentes>.
- Microsoft. (12 de MAYO de 2024). *Power BI*. Obtenido de power-bi-overview: <https://learn.microsoft.com/es-es/power-bi/fundamentals/power-bi-overview>
- Microsoft. (2024). *Tablas Dinámicas*. Obtenido de Crear una tabla dinámica para analizar datos de una hoja de cálculo: <https://support.microsoft.com/es-es/office/crear-una-tabla-din%C3%A1mica-para-analizar-datos-de-una- hoja-de-c%C3%A1lculo-a9a84538-bfe9-40a9-a8e9-f99134456576#articleFooterSupportBridge=communityBridge>
- Morales, V. T. (2014). *Administración de ventas*. Mexico, DF: Grupo Editorial Patria.
- Trosino, J. C. (2017). *El gerente efectivo. Los fundamentos de la administración, el trabajo en equipo y el liderazgo*. Mexico, DF.: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración, México, Distrito Federal, 2017.