



Tecnológico de Monterrey

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

Materia

Desarrollo de Proyectos de Análisis de Datos (GPO 302)

Alumno

Sofia Isabel Ibarra Ayala - A01737783

Actividad

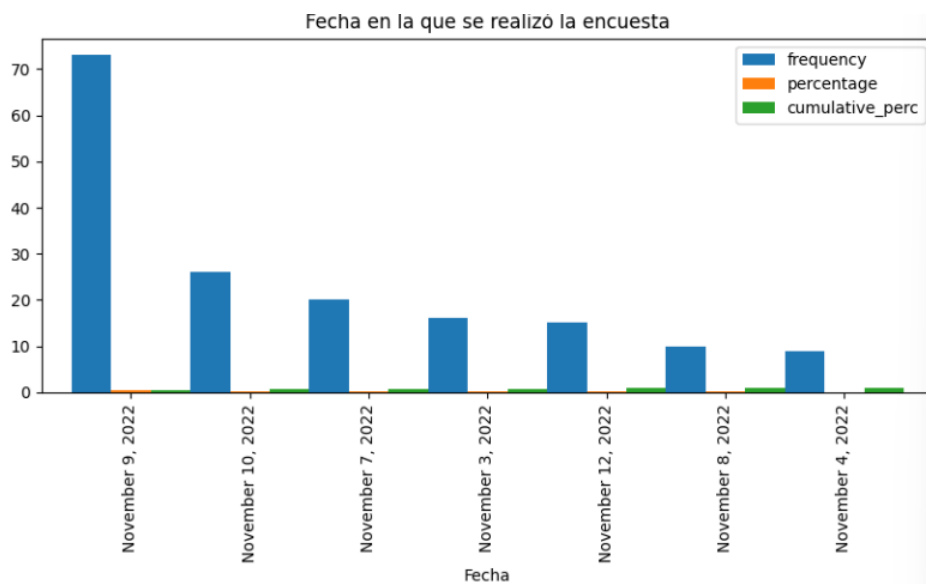
Actividad 4. Extraccion de Caracteristicas

Fecha de entrega

17 de Noviembre de 2023

FILA 1

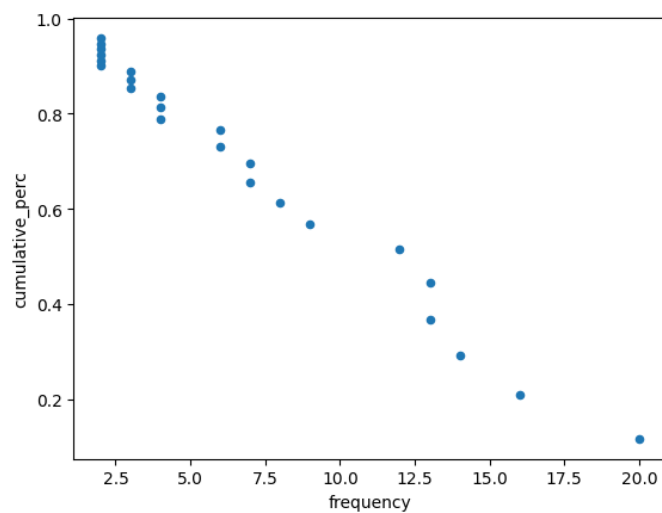
	frequency	percentage	cumulative_perc
_title			
November 9, 2022	73	0.426901	0.426901
November 10, 2022	26	0.152047	0.578947
November 7, 2022	20	0.116959	0.695906
November 3, 2022	16	0.093567	0.789474
November 12, 2022	15	0.087719	0.877193
November 8, 2022	10	0.058480	0.935673
November 4, 2022	9	0.052632	0.988304



En la grafica podemos ver que el dia 9 de noviembre fue cuando mas se realizaron encuestas y el menor dia de encuestas fue el 4 de noviembre.

FILA 2

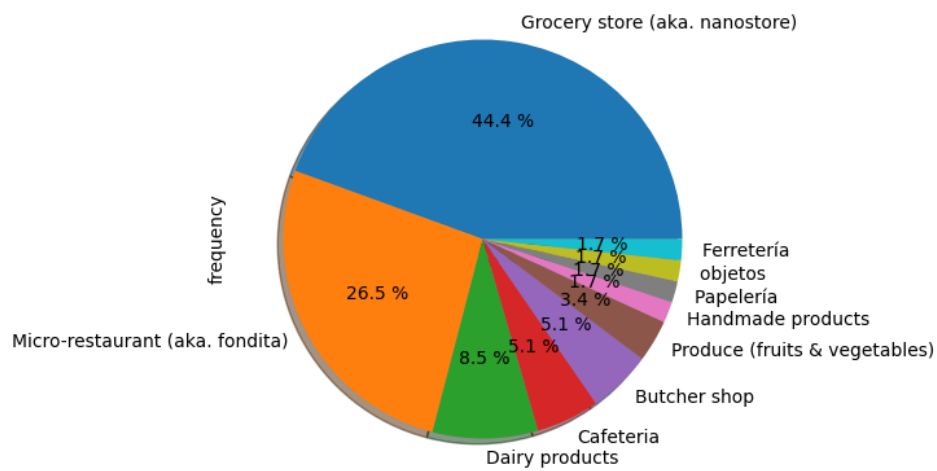
_updated_by			
Salomon Abdala Perez	20	0.116959	0.116959
Ángel Francisco Altamirano Campos	16	0.093567	0.210526
José Zapata	14	0.081871	0.292398
Emilio Garza	13	0.076023	0.368421
Benjamin Barbosa	13	0.076023	0.444444
Pedro Contreras	12	0.070175	0.514620
Eduardo Zárate	9	0.052632	0.567251
Alejandro Matias	8	0.046784	0.614035
Harry Hernández	7	0.040936	0.654971
Francisco Adán	7	0.040936	0.695906
Hiram Jiménez	6	0.035088	0.730994
Ismael López	6	0.035088	0.766082
Mauro Munguía	4	0.023392	0.789474
Alan Bravo	4	0.023392	0.812865
Sandra Carreón	4	0.023392	0.836257
Jorge Mason	3	0.017544	0.853801
Jesús Herrera	3	0.017544	0.871345
Ricardo Galindo Bulos	3	0.017544	0.888889
Yael Loeza	2	0.011696	0.900585
Manuel Flores	2	0.011696	0.912281
Juan Spinola	2	0.011696	0.923977
Azael Mendoza	2	0.011696	0.935673
Irvin Vásquez Figueroa	2	0.011696	0.947368
Sebastian Salem Barranco Olvera	2	0.011696	0.959064



Podemos ver que la persona que realizo mas encuestas en general fue Salomon

FILA 3

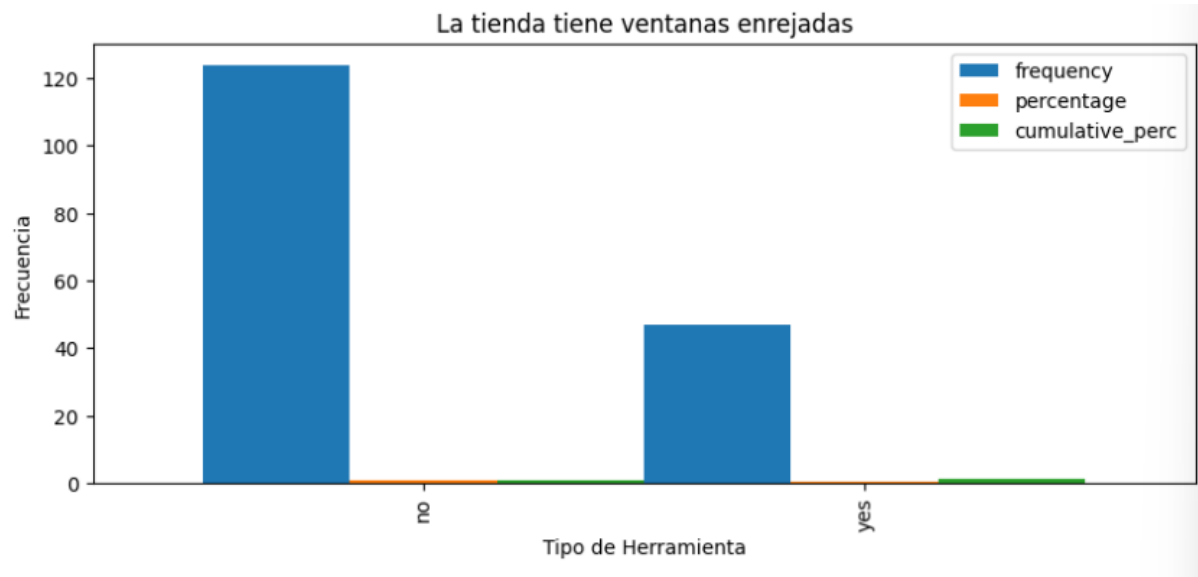
232_type_of_store	frequency	percentage	cumulative_perc
Grocery store (aka. nanostore)	52	0.304094	0.304094
Micro-restaurant (aka. fondita)	31	0.181287	0.485380
Dairy products	10	0.058480	0.543860
Cafeteria	6	0.035088	0.578947
Butcher shop	6	0.035088	0.614035
Produce (fruits & vegetables)	4	0.023392	0.637427
Handmade products	2	0.011696	0.649123
Papelería	2	0.011696	0.660819
objetos	2	0.011696	0.672515
Ferretería	2	0.011696	0.684211



La mayoría de las encuestas reliazadas fue por Grocery store

FILA 4

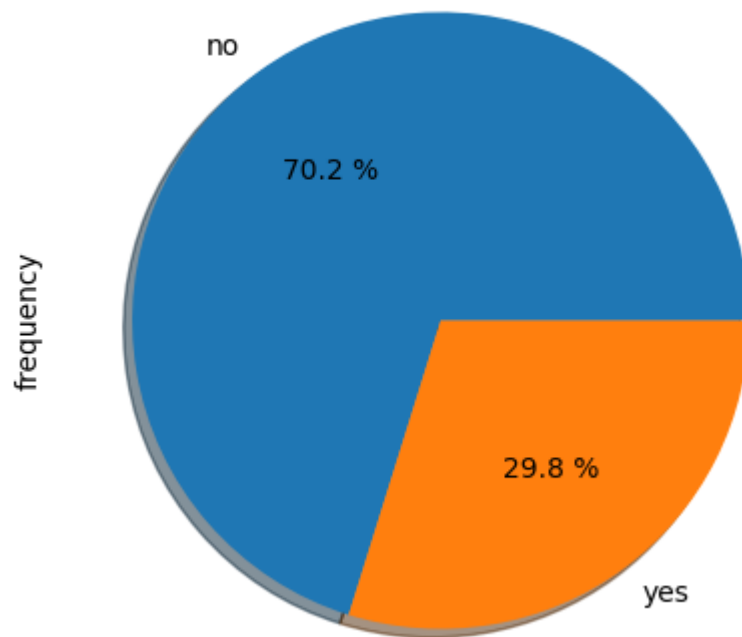
	frequency	percentage	cumulative_perc
108_does_the_micro_retailer_has_a_barred_window_			
no	124	0.725146	0.725146
yes	47	0.274854	1.000000



La mayoría de los negocios no cuentan con ventanas enredadas

FILA 5

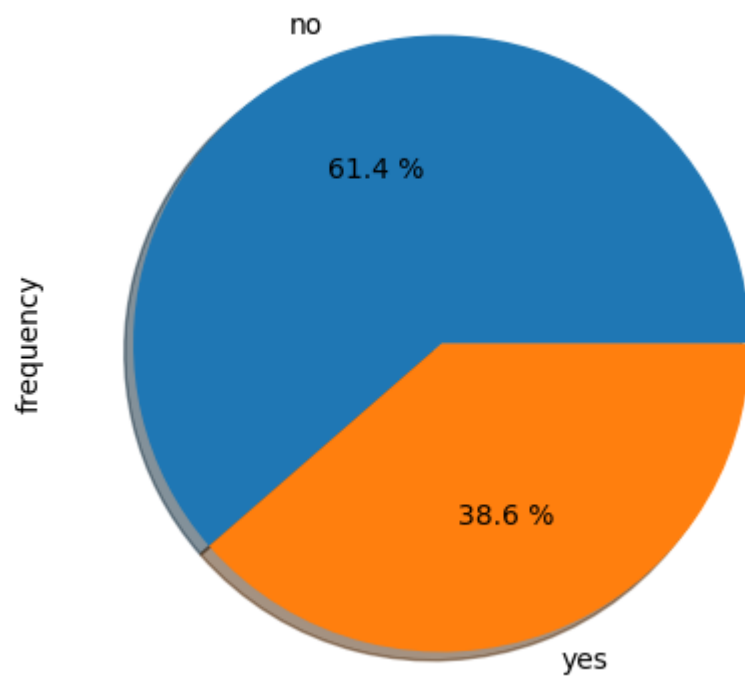
	frequency	percentage	cumulative_perc
99_does_the_micro_retailer_exhibits_products_outside_			
no	120	0.701754	0.701754
yes	51	0.298246	1.000000



Podemos ver que la mayoría de los negocios no exhibe sus productos afuera de la tienda

FILA 6

	frequency	percentage	cumulative_perc
102_does_the_micro_retailer_sells_fresh_products_			
no	105	0.614035	0.614035
yes	66	0.385965	1.000000

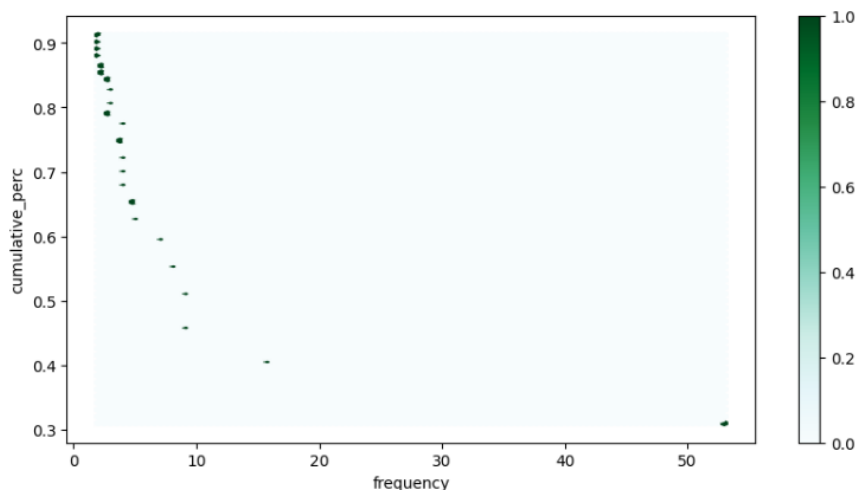


Podemos ver que la mayoría de los negocios no vende productos frescos.

FILA 7

	frequency	percentage	cumulative_perc
184_store_devices			
Smartphone	53	0.309942	0.309942
Analog cash register	16	0.093567	0.403509
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer)	9	0.052632	0.456140
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer),Smartphone	9	0.052632	0.508772
Analog cash register,Smartphone	8	0.046784	0.555556
Security cameras,Smartphone	7	0.040936	0.596491
Dataphone (i.e. card payments),Security cameras,Smartphone	5	0.029240	0.625731
Security cameras	5	0.029240	0.654971
Dataphone (i.e. card payments)	4	0.023392	0.678363
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer),Security cameras,Smartphone	4	0.023392	0.701754
Dataphone (i.e. card payments),Security cameras	4	0.023392	0.725146
Analog cash register,Security cameras	4	0.023392	0.748538
Analog cash register,Security cameras,Smartphone	4	0.023392	0.771930
Analog cash register,POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer),Security cameras,Smartphone	3	0.017544	0.789474
Analog cash register,POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer),Security cameras	3	0.017544	0.807018
Dataphone (i.e. card payments),Smartphone	3	0.017544	0.824561
Dataphone (i.e. card payments),POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer),Smartphone	3	0.017544	0.842105
Dataphone (i.e. card payments),POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer),Security cameras	2	0.011696	0.853801
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer),Security cameras	2	0.011696	0.865497
Analog cash register,Dataphone (i.e. card payments),Security cameras,Smartphone	2	0.011696	0.877193

<Axes: xlabel='frequency', ylabel='cumulative_perc'>

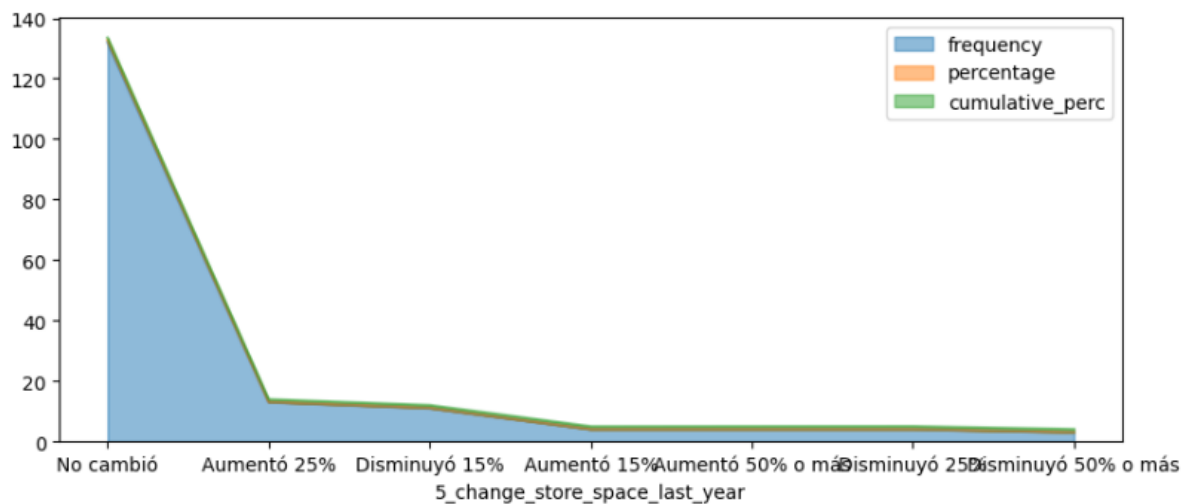


Tiene una frecuencia mucho mayor

FILA 8

	frequency	percentage	cumulative_perc
5_change_store_space_last_year			
No cambió	132	0.771930	0.771930
Aumentó 25%	13	0.076023	0.847953
Disminuyó 15%	11	0.064327	0.912281
Aumentó 15%	4	0.023392	0.935673
Aumentó 50% o más	4	0.023392	0.959064
Disminuyó 25%	4	0.023392	0.982456
Disminuyó 50% o más	3	0.017544	1.000000

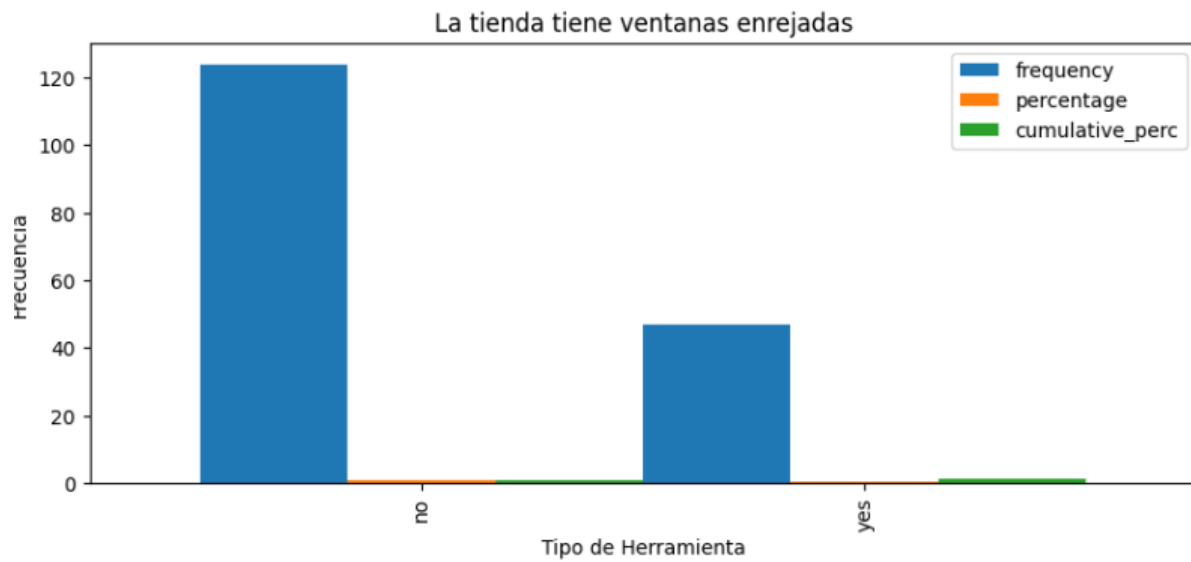
<Axes: xlabel='5_change_store_space_last_year'>



Podemos ver que el espacio de las tiendas no cambio mucho en el ultimo año

FILA 9

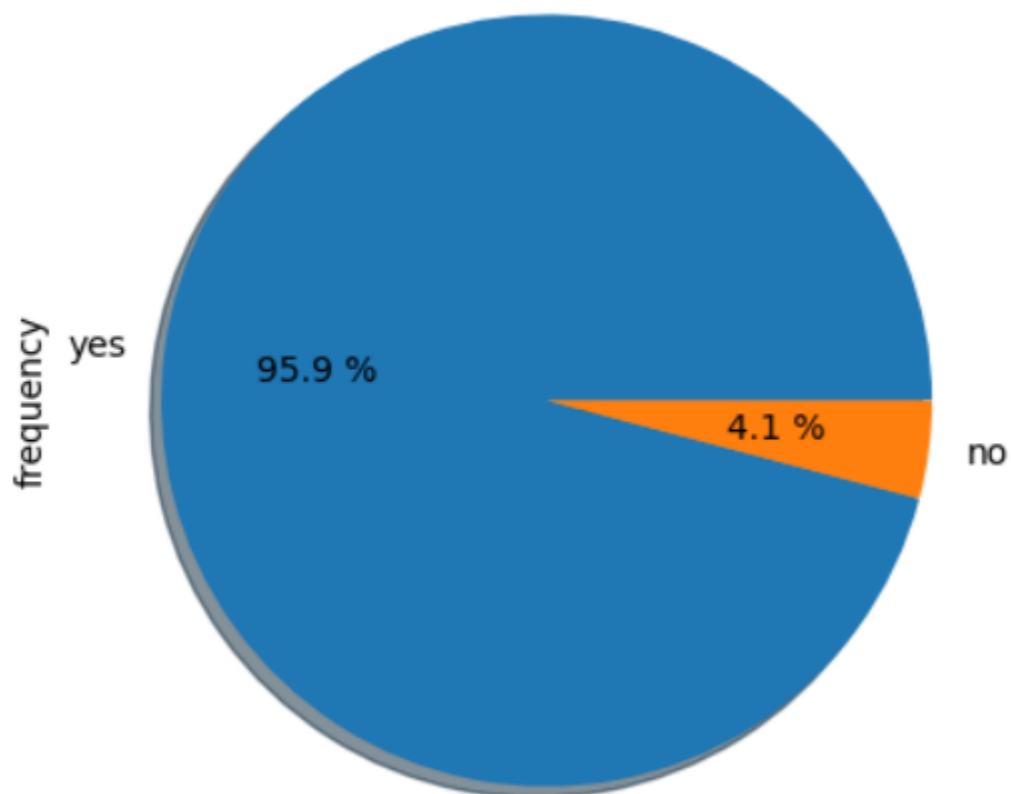
	frequency	percentage
hola_somos_estudiantes_del_tec_de_monterrey_estamos_realiz		
yes	113	0.660819
no	58	0.339181



POdemos ver que la mayoria de personas entrevistas contesto que no

FILA 10

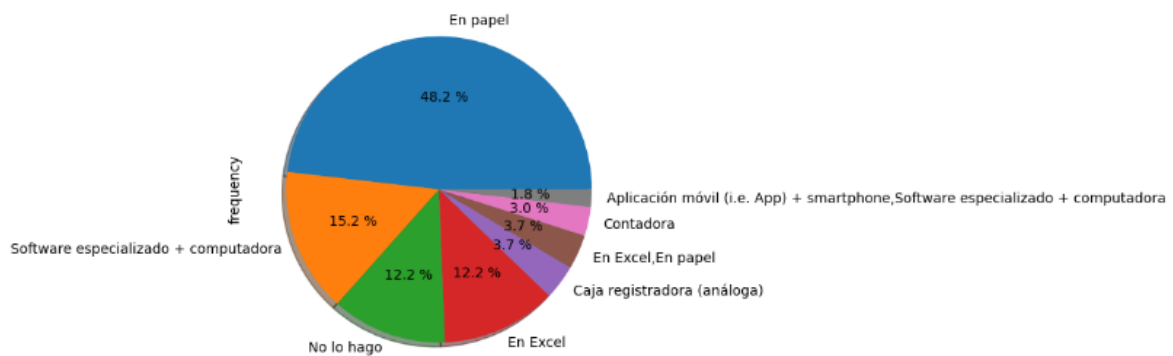
	frequency	percentage	ci
le_comento_que_toda_esta_informacin_es_confidencial			
yes	164	0.959064	
no	7	0.040936	



la mayoria de las personas acepto que esa informacion es confidencial

FILA 11

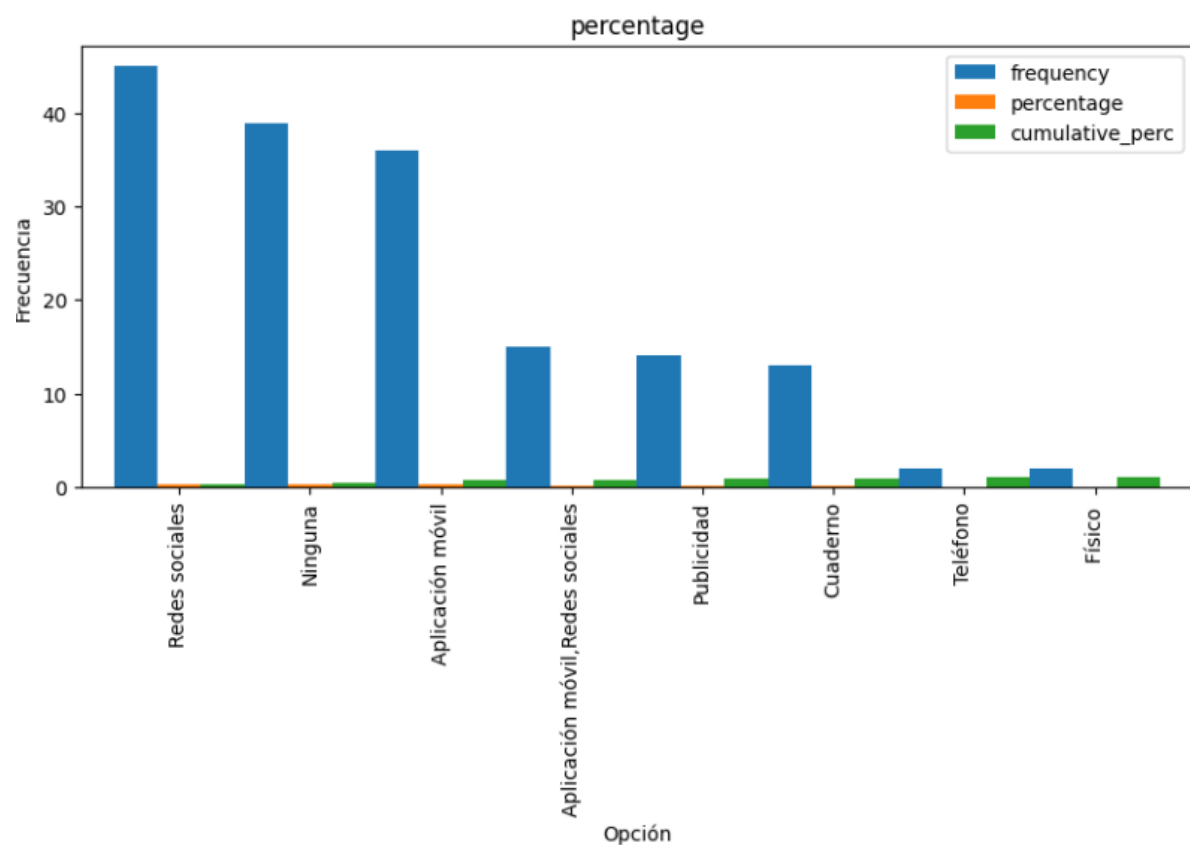
	frequency	percentage	cumulative_perc
18_sales_records			
En papel	79	0.461988	0.461988
Software especializado + computadora	25	0.146199	0.608187
No lo hago	20	0.116959	0.725146
En Excel	20	0.116959	0.842105
Caja registradora (análoga)	6	0.035088	0.877193
En Excel,En papel	6	0.035088	0.912281
Contadora	5	0.029240	0.941520
Aplicación móvil (i.e. App) + smartphone,Software especializado + computadora	3	0.017544	0.959064



la mitad de los negocios llevan a cabo sus registros de ventas en papel. El resto utilizan distintos métodos

FILA 12

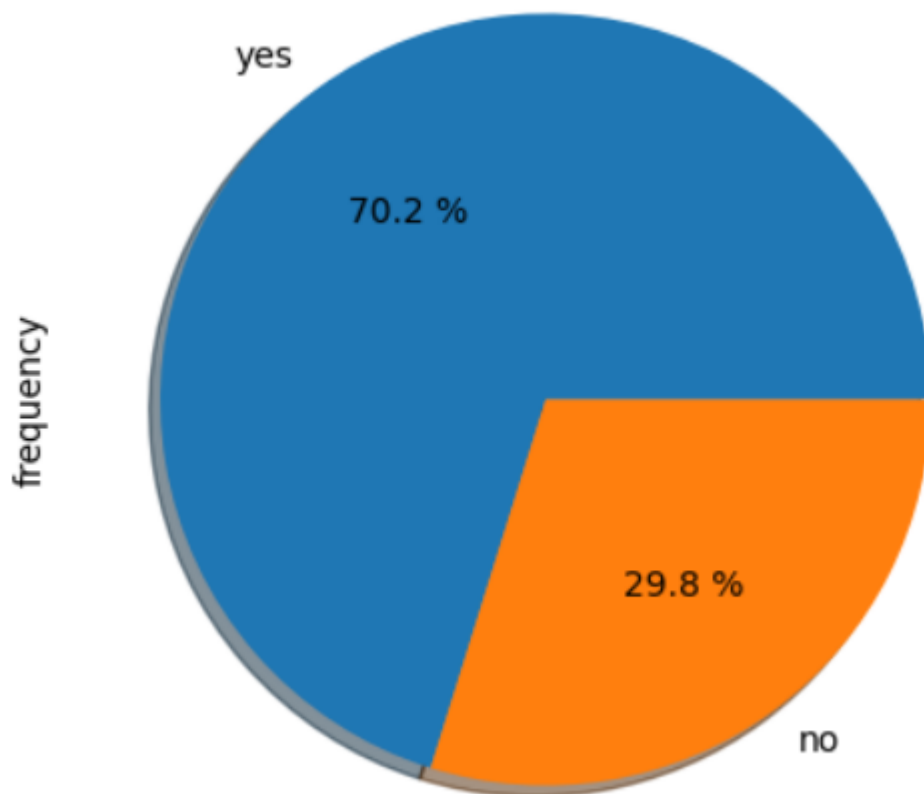
	frequency	percentage	cumulative_perc
214_customer_relationship_tools			
Redes sociales	45	0.263158	0.263158
Ninguna	39	0.228070	0.491228
Aplicación móvil	36	0.210526	0.701754
Aplicación móvil,Redes sociales	15	0.087719	0.789474
Publicidad	14	0.081871	0.871345
Cuaderno	13	0.076023	0.947368
Teléfono	2	0.011696	0.959064
Físico	2	0.011696	0.970760



podemos ver que la mayoría de las personas se relacionan mediante las redes sociales

FILA 13

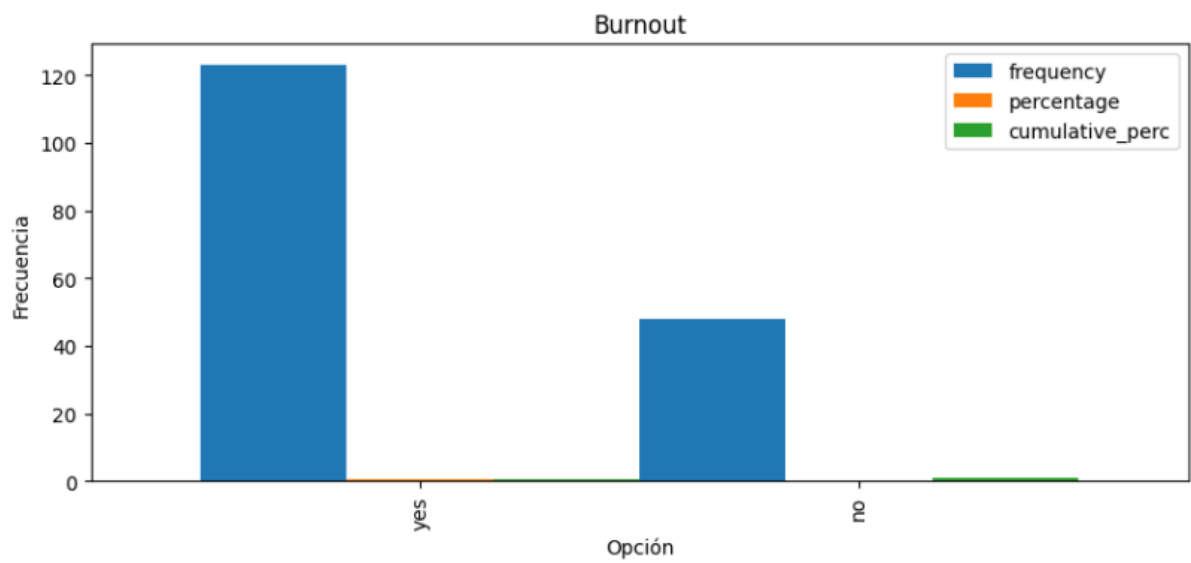
	frequency	percentage	cumulative_perc
20_reviews_finances_monthly			
yes	120	0.701754	0.701754
no	51	0.298246	1.000000



podemos ver que la mayoria de las personas revisan sus finanzas mensualmente

FILA 14

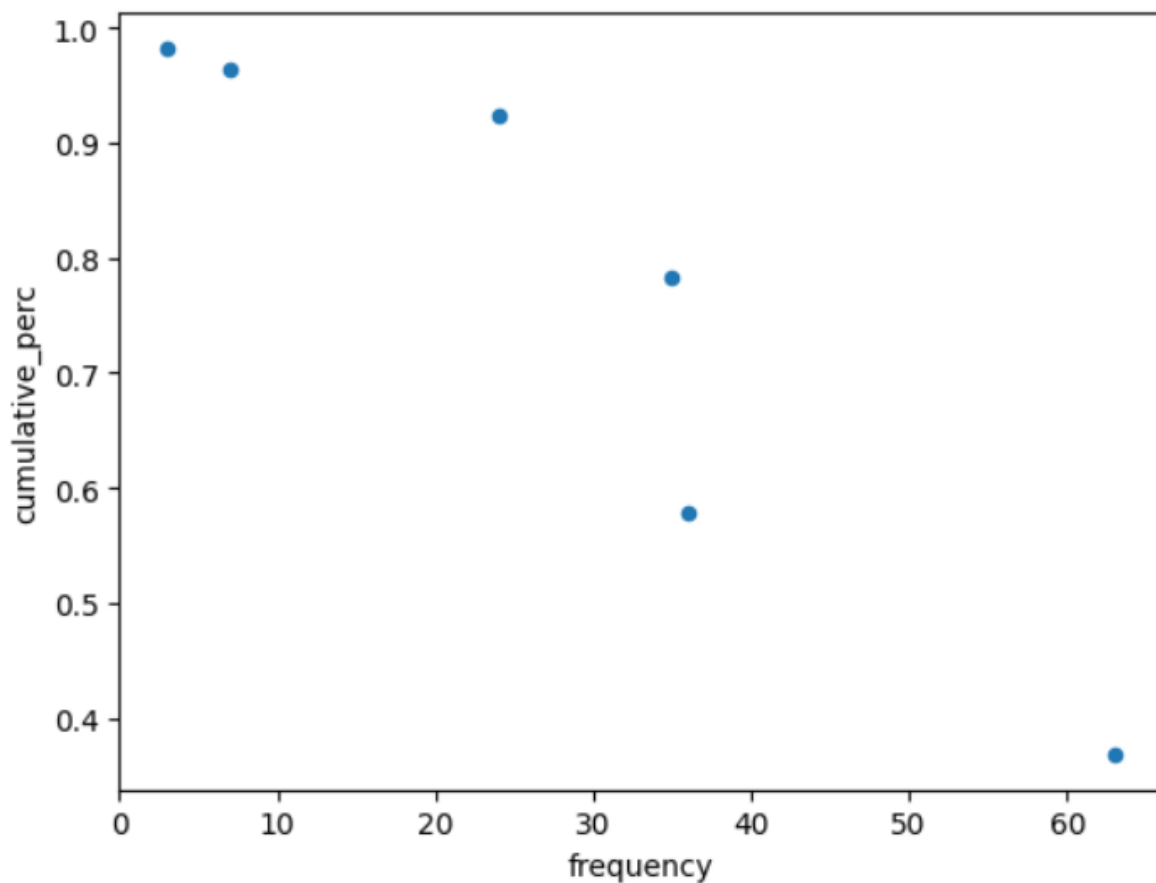
	frequency	percentage	cumulative_perc
19_tax_id			
yes	123	0.719298	0.719298
no	48	0.280702	1.000000



podemos ver que la mayoría de las tiendas si paga sus impuestos y son pocos los que no

FILA 15

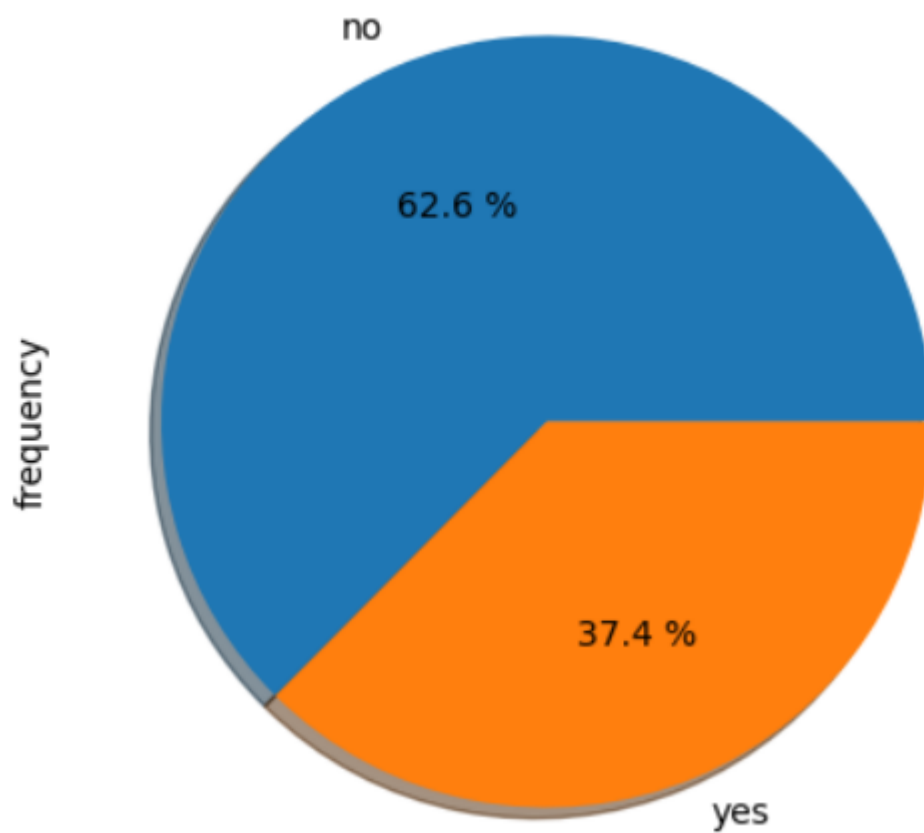
	frequency	percentage	cumulative_perc
49_inventory_records			
En papel	63	0.368421	0.368421
No lo hago	36	0.210526	0.578947
En Excel	35	0.204678	0.783626
Software especializado + computadora	24	0.140351	0.923977
En Excel,En papel	7	0.040936	0.964912
En papel,Mental	3	0.017544	0.982456



Podemos ver que la mayoría de las tiendas lleva sus registros en papel mientras que las demás tiendas usan otros métodos o no lo hacen

FILA 16

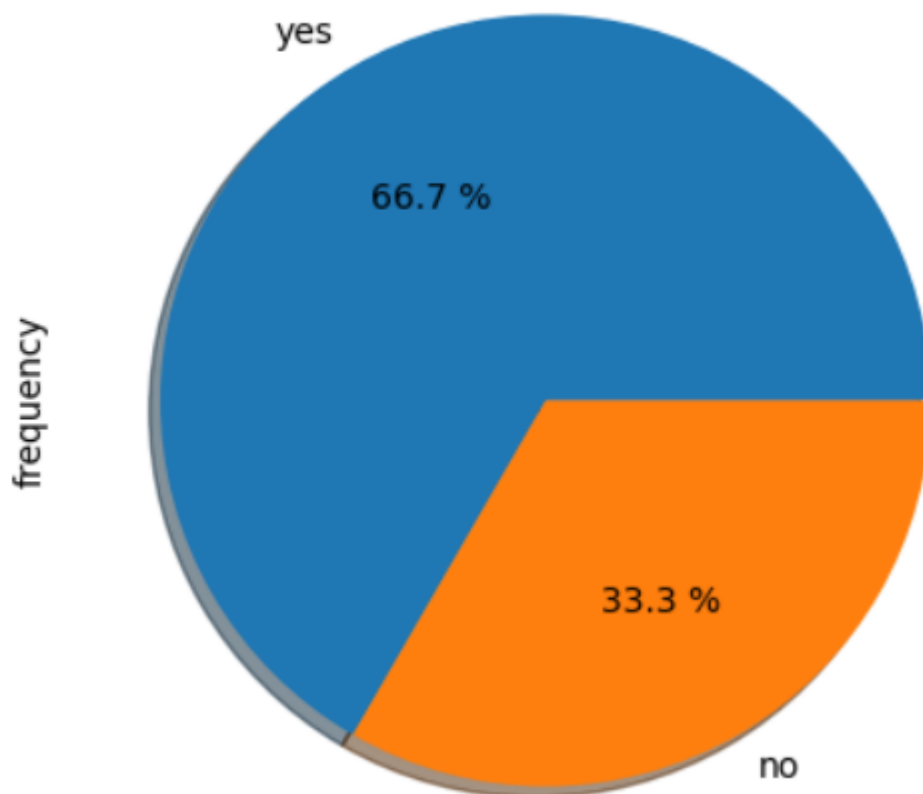
	frequency	percentage	cumulative_perc
310_burnout			
no	107	0.625731	0.625731
yes	64	0.374269	1.000000



podemos ver que la mayoria de las personas no sufren de cansancio, al menos solo las personas que contestaron la entrevista

FILA 17

	frequency	percentage	cumulative_perc
186_internet_connection			
yes	114	0.666667	0.666667
no	57	0.333333	1.000000

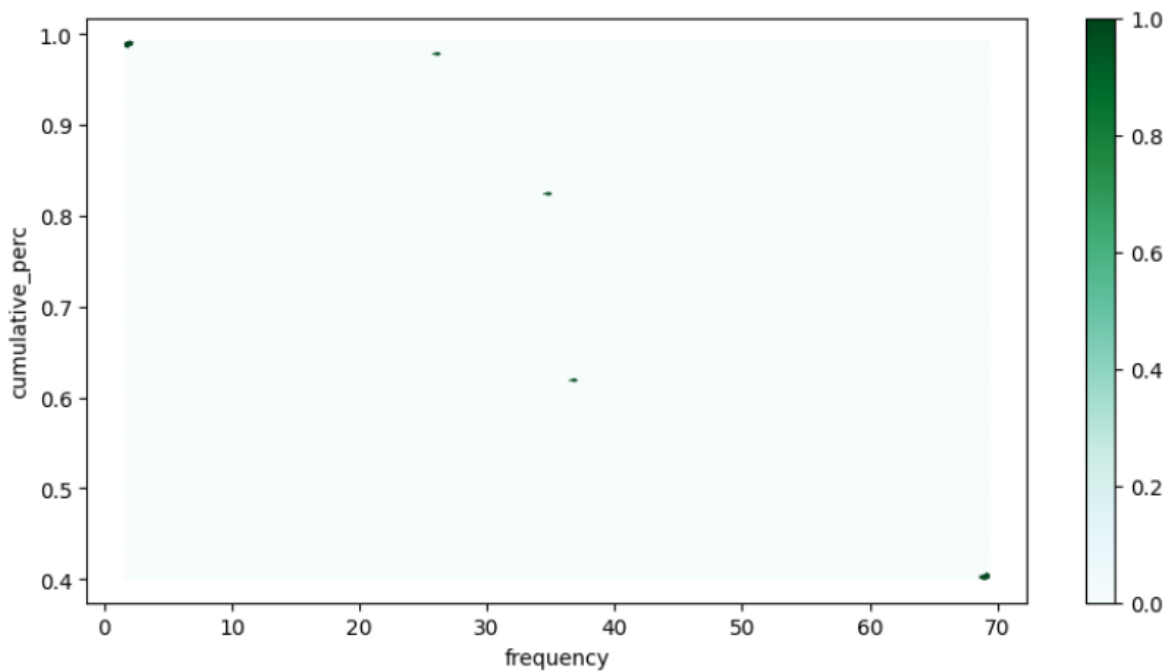


Podemos ver que la mayoria de las personas si tiene conexion a internet

FILA 18

	frequency	percentage	cumulative_perc
189_payment_methods			
Efectivo	69	0.403509	0.403509
Efectivo,Tarjeta de débito y/o crédito	37	0.216374	0.619883
Efectivo,Tarjeta de débito y/o crédito,Transferencia interbancaria	35	0.204678	0.824561
Efectivo,Transferencia interbancaria	26	0.152047	0.976608
Aplicación móvil (e.g. CODI),Efectivo,Tarjeta de débito y/o crédito,Transferencia interbancaria,Trueque (e.g. comercio o intercambio)	2	0.011696	0.988304

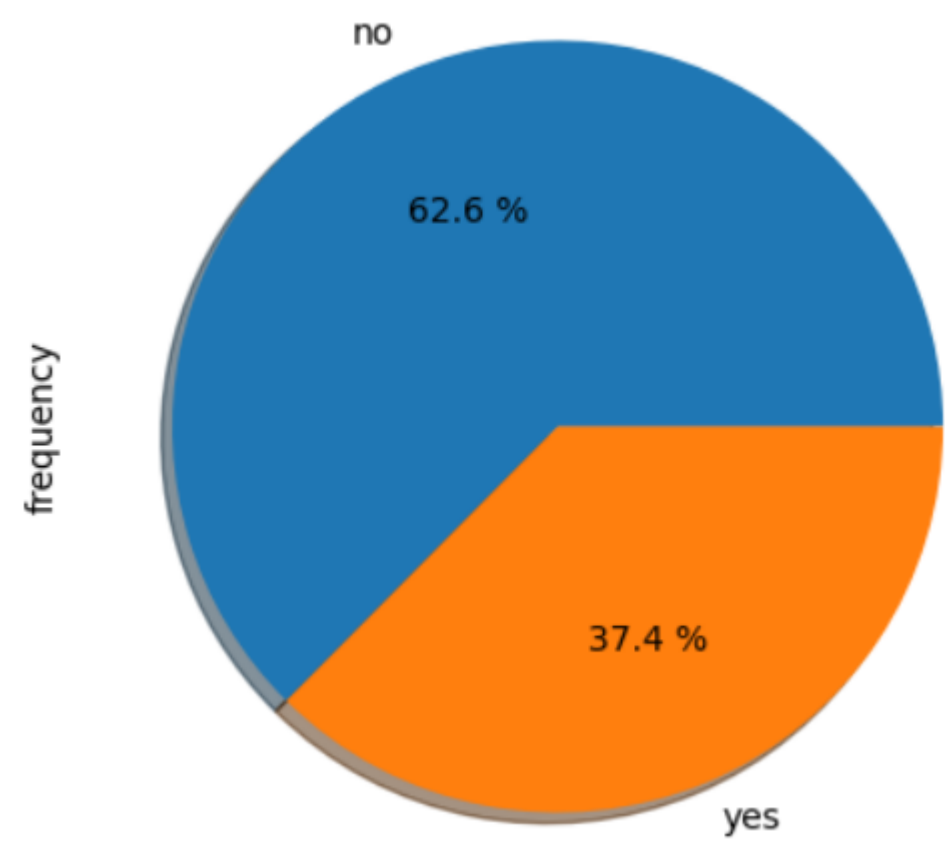
<Axes: xlabel='frequency', ylabel='cumulative_perc'>



podemos ver que la mayoría de pagos se llevan a cabo por efectivo y despues van variando como se puede ver en la tabla

TABLA 19

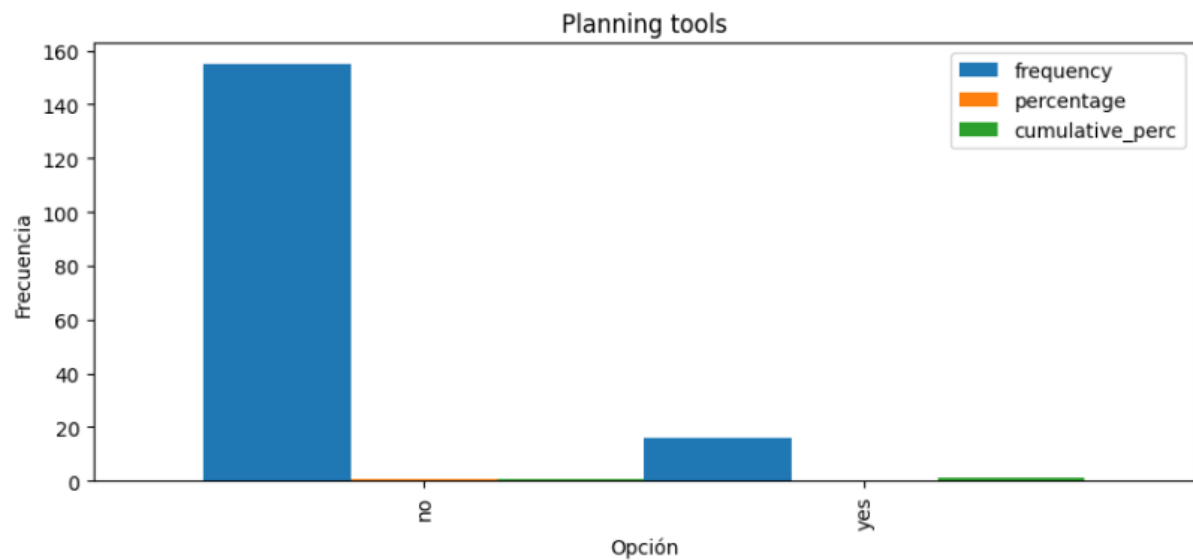
	frequency	percentage	cumulative_perc
33_credit_to_customers			
no	117	0.684211	0.684211
yes	54	0.315789	1.000000



Podemos ver que la mayor parte de las tiendas no le dan crédito a sus clientes, mientras que son pocas las que sí

FILA 20

	frequency	percentage	cumulative_perc
227_agreement_ecommerce_platforms			
no	155	0.906433	0.906433
yes	16	0.093567	1.000000



podemos ver que la mayor parte de las tiendas no tienen acuerdos en plataformas de comercio electronicos.