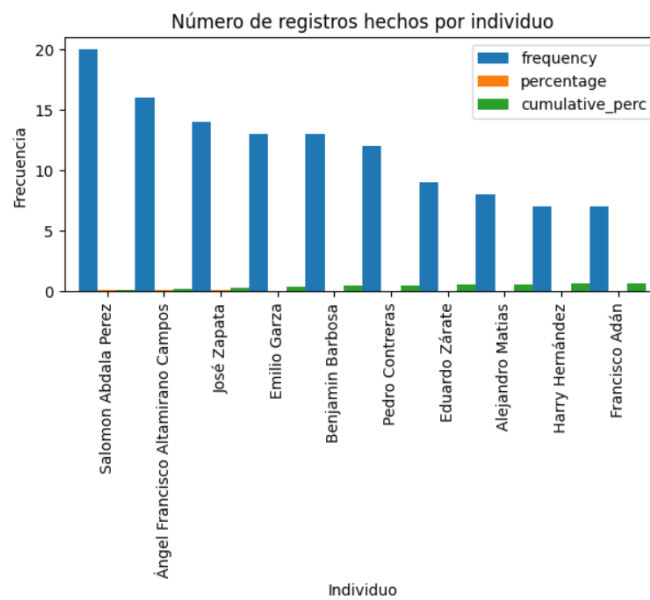


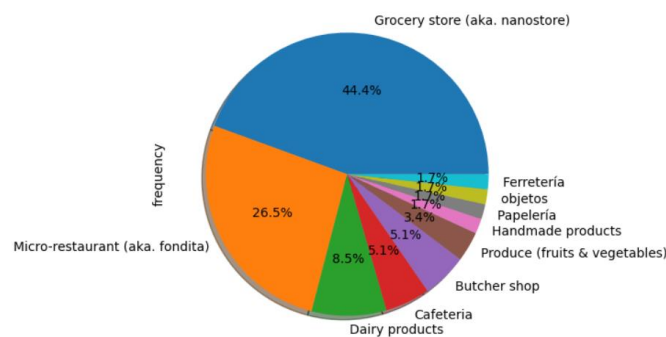
Actividad 4. Extracción de Características

_updated_by



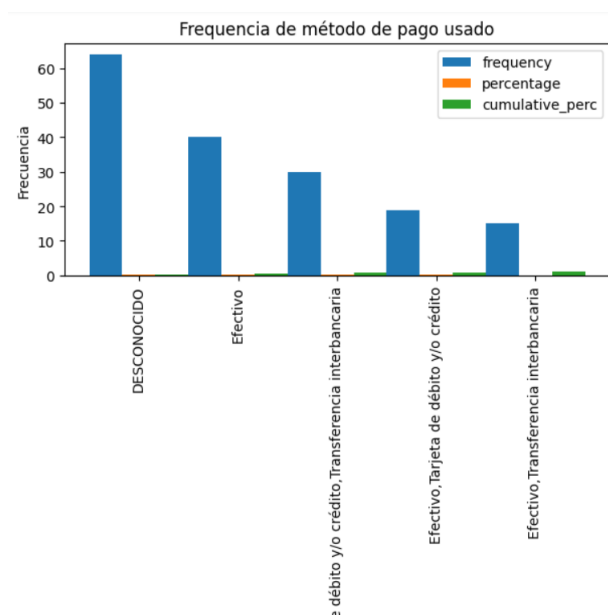
En la gráfica resultante de esta columna, podemos ver el número de registros que realizó cada uno de los individuos que participaron en el estudio. Como se puede observar, de la segmentación que realizamos, el individuo que más negocios analizó fue Salomón Abdala Pérez, mientras que Francisco Adán fue el que menos negocios registró.

232_type_of_store



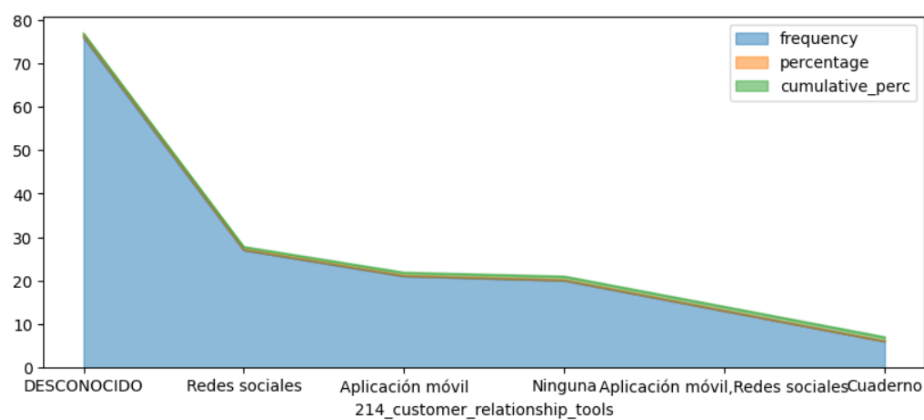
En el tipo de tienda, podemos ver que el 44.4% de los negocios analizados fueron “grocery stores”, seguidos de los microrestaurantes. En último lugar, podemos ver algunos negocios como ferreterías, papelerías, o de productos hechos a mano.

189_payment_methods



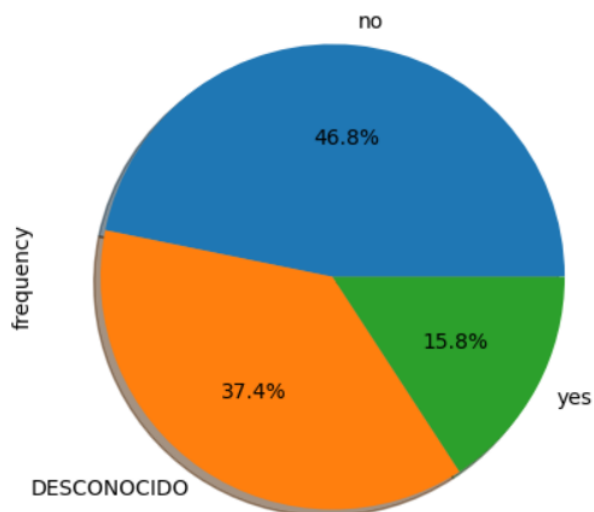
La tercera columna analizada corresponde a el tipo de método de pago que aceptan los negocios. Se observa que la mayor frecuencia es la de negocios que no compartieron este dato. Seguido del efectivo. Esto nos muestra inmediatamente que la mayor parte de los negocios son, hasta cierto punto, informales, ya que no tienen otro método de cobro.

214_customer_relationship_tools



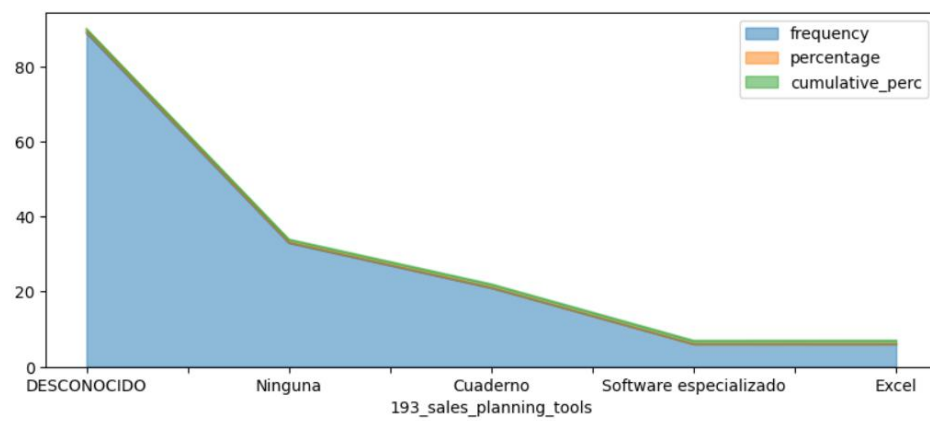
La columna de customer relationship tools, nos muestra que la mayor cantidad de negocios no compartieron su método de enganche con clientes nuevos. Sin embargo, si podemos ver que el método predilecto de relacionarse con los clientes son las redes sociales. También, es alarmante el número de negocios que no cuentan con ninguna estrategia. Cabe destacar que la técnica menos usada es a través de un cuaderno.

33_credit_to_customers



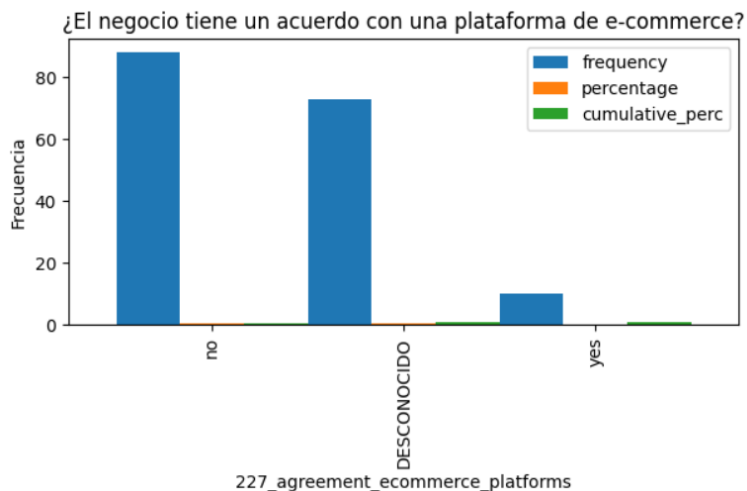
La columna que registra si los negocios ofrecen créditos o no a sus clientes, nos demuestra que de los registros que tenemos, es casi tres veces mayor, el número de negocios que no ofrecen créditos a sus clientes, a diferencia de aquellos que si lo hacen.

193_sales_planning_tools



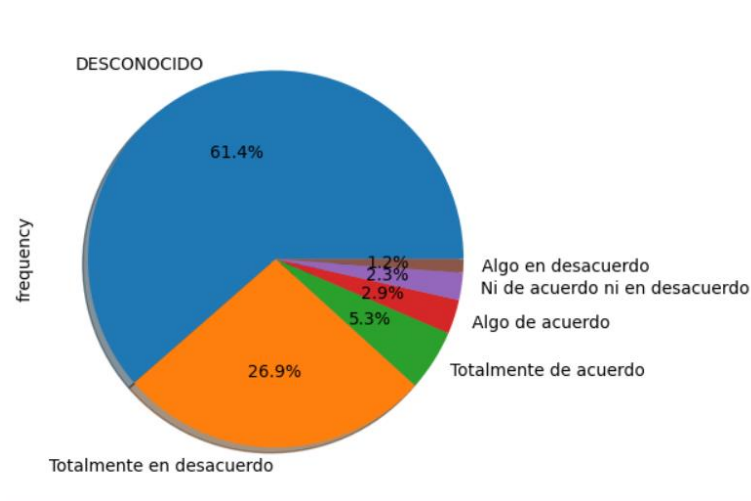
La columna correspondiente a esta gráfica analiza el tipo de herramienta de planificación y cuenta de ventas. Se observa que la mayoría de los negocios no compartió este dato, y de los que lo hicieron, muchos no utilizan ninguna. Se aprecia que el software especializado y el Excel son aquellos que menos negocios usan, lo cuál puede llegar a ser dañino para su esquema de ventas.

227_agreement_ecommerce_platforms



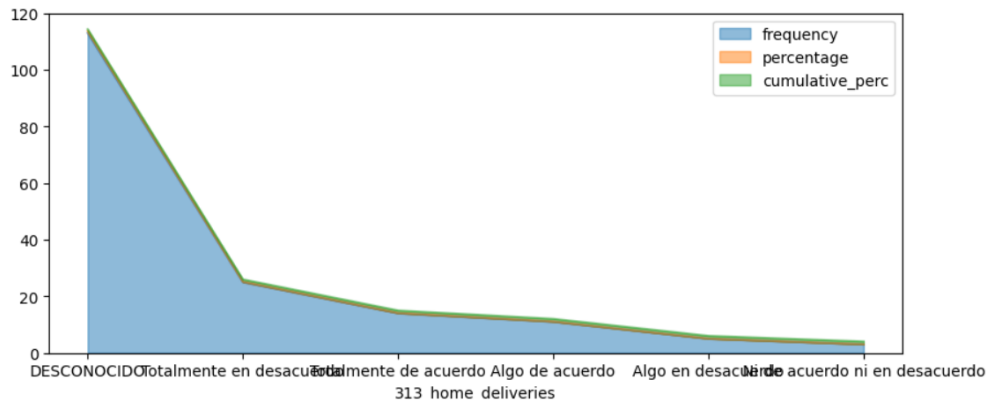
El anterior gráfico nos demuestra que es aproximadamente 8 veces mayor el número de negocios que no se encuentran con alguna plataforma de e-commerce respecto a las que sí. Esto, junto con la gráfica de relación con los clientes, nos demuestra la poca inmersión que tienen los negocios de este estudio con plataformas tecnológicas y digitales.

312_payment_of_utilities



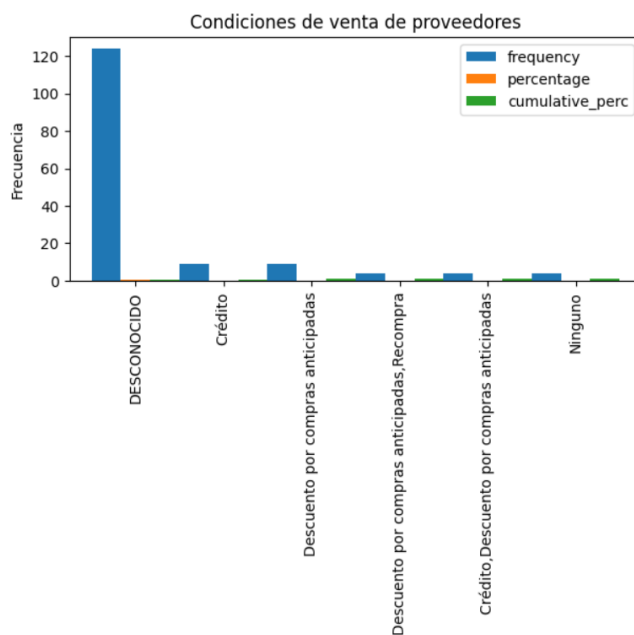
Del anterior gráfico podemos observar que la mayor cantidad de negocios no compartió este dato, mientras que de los que sí, un 26.9% del estudio total, están totalmente en desacuerdo con compartir utilidades del negocio con sus colaboradores, seguidos de los que se encuentran totalmente de acuerdo con realizar esta repartición.

313_home_deliveries



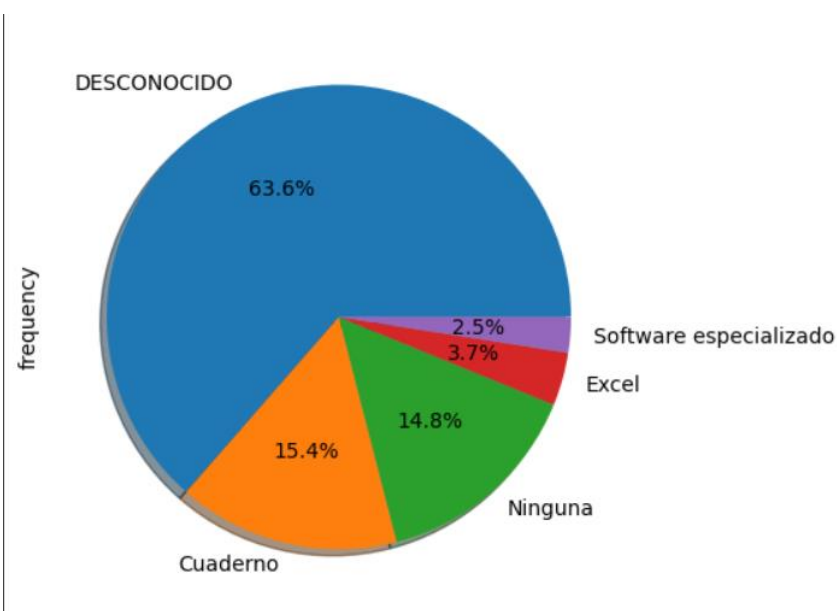
Igualmente que en el análisis anterior, se puede observar que la mayoría de los registros son desconocidos, seguidos por un sector que se encuentra totalmente en desacuerdo con tener servicio de entrega a domicilio, mientras que después, siguen aquellos negocios que se encuentran totalmente de acuerdo con ofrecer este servicio a sus clientes.

53_special_conditions_suppliers



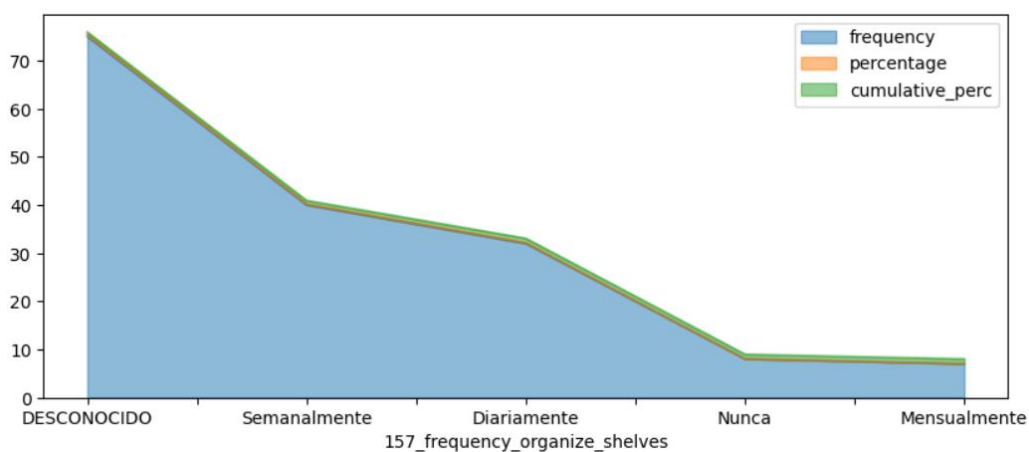
La columna presenta cuáles son algunas de las ventajas que les dan los proveedores a cada negocio. Podemos observar que la que tiene mayor frecuencia, después de los valores desconocidos, es el crédito, seguido del descuento por compra anticipada. Cabe destacar que muy pocos negocios son aquellos que no gozan de ninguno.

192_procurement_planning_tools



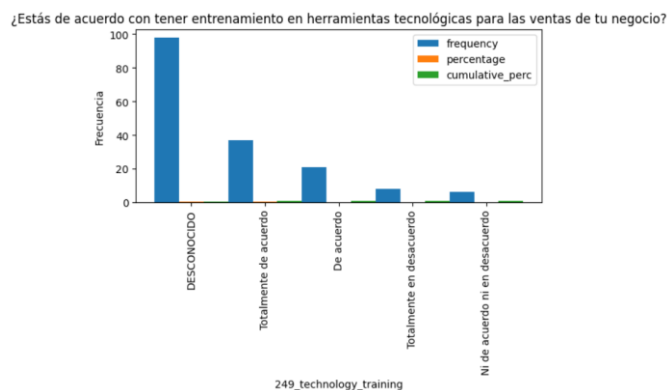
De la gráfica podemos ver igualmente que son muy pocos negocios aquellos que utilizan alguna herramienta o software tecnológico para realizar la planeación de inventario para sus negocios, mientras que la mayoría se concentran en realizarlo de manera manual, o definitivamente no realizar esta estrategia.

157_frequency_organize_shelves



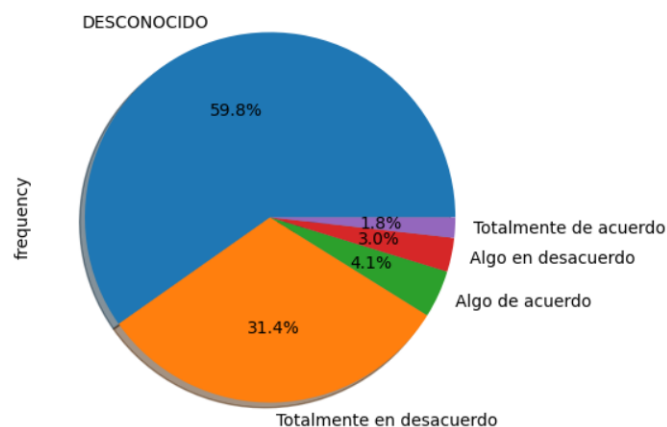
El gráfico anterior nos visualiza como son la mayoría de negocios los que organizan sus estantes y anaqueles con mayor frecuencia, siendo de forma semanal e incluso diaria. Son pocos aquellos que lo realizan de manera mensual o que nunca realizan este proceso de organización.

249_technology_training



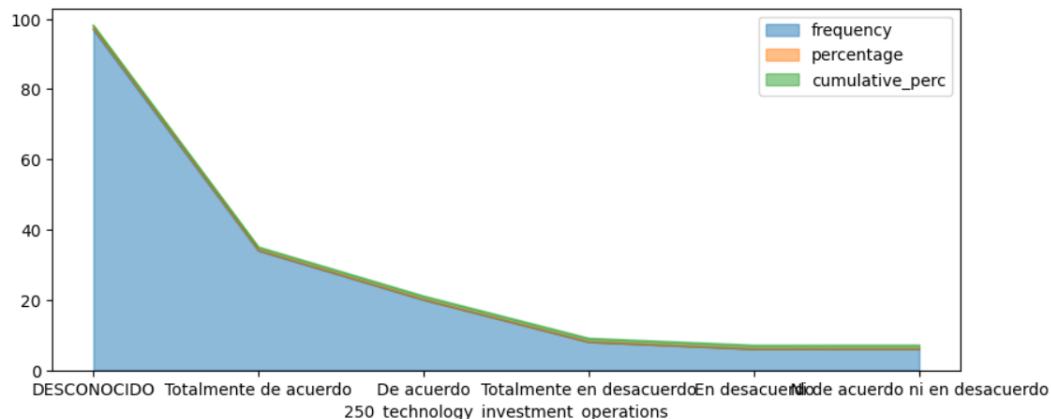
Este gráfico nos muestra una contradicción con varios de los análisis anteriores, ya que como se concluyó, son pocos los negocios que cuentan con herramientas tecnológicas implementadas en su negocio, sin embargo, aquí se declara que la mayoría de ellos están de acuerdo en tener un entrenamiento en ellas.

43_willingness_share_sales_data_suppliers



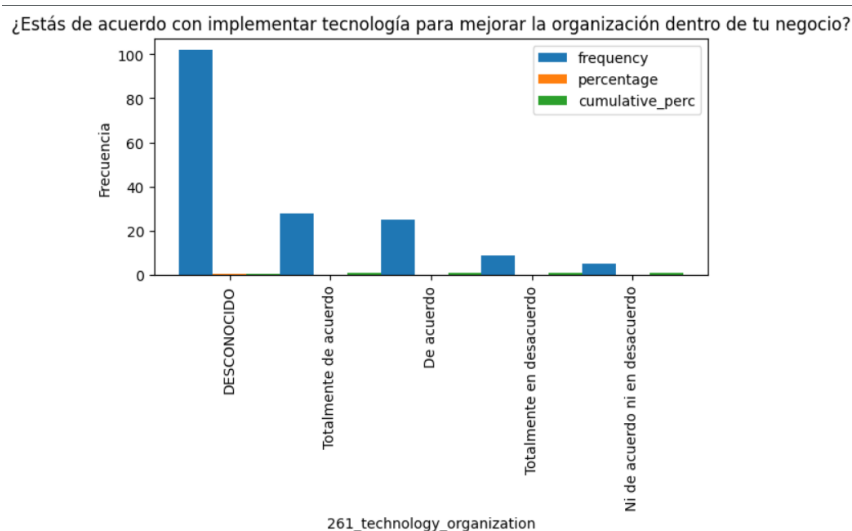
La gráfica presenta el análisis del tema de compartir sus datos de ventas con proveedores, lo que nos puede orillar a pensar que quizá sea por un tema de privacidad o confidencialidad. De cualquier forma, es notorio que es muchísimo menor el número de negocios dispuestos a compartir esta información a comparación de aquellos que si lo podrían hacer.

250_technology_investment_operations



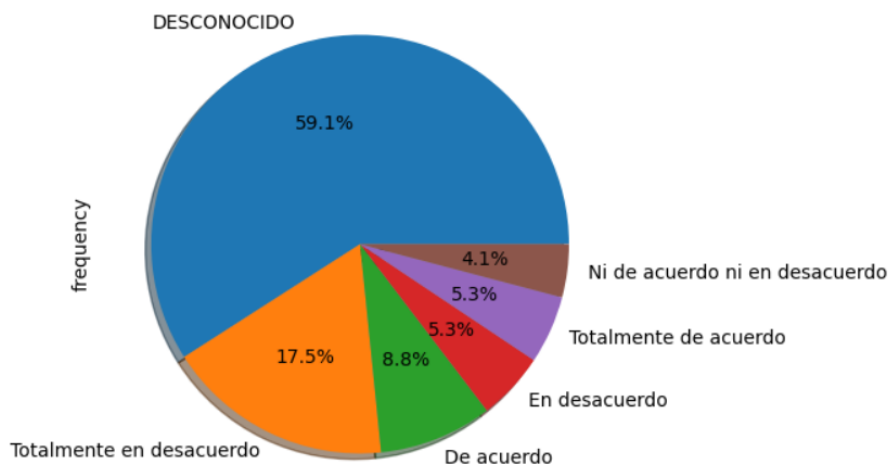
De nueva cuenta, la gráfica presenta una contradicción respecto a los anteriores análisis, ya que muestra como la mayoría de los negocios se presentan en el sesgo de “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo” respecto a la inversión en tecnología, mientras que también la mayoría denota poca aplicación de ellas. Esto podría traducirse como una limitación por capital financiero quizás.

261_technology_organization



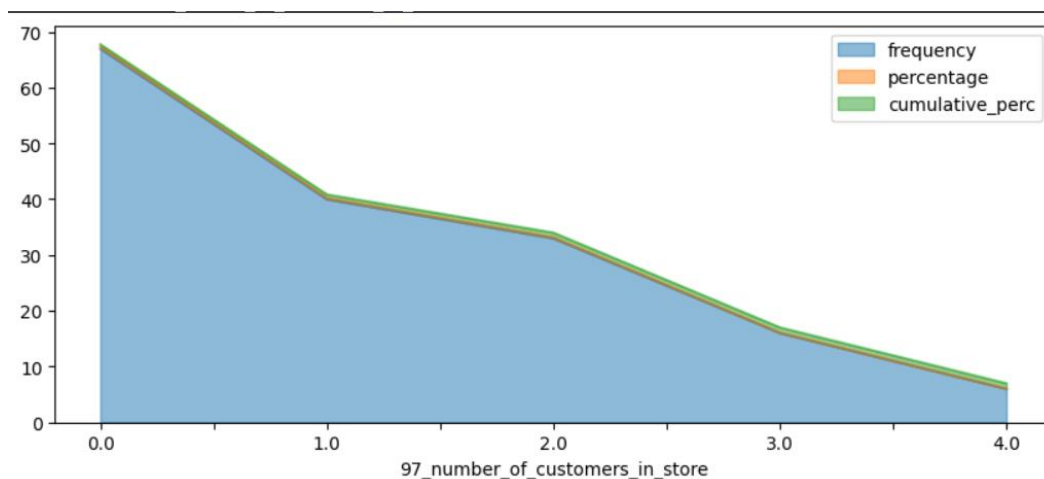
De nueva cuenta, la gráfica presenta una contradicción respecto a los anteriores análisis, ya que muestra como la mayoría de los negocios se presentan en el sesgo de “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo” respecto a la inversión en tecnología, mientras que también la mayoría denota poca aplicación de ellas. Esto podría traducirse como una limitación por capital financiero quizás.

264_technology_budget



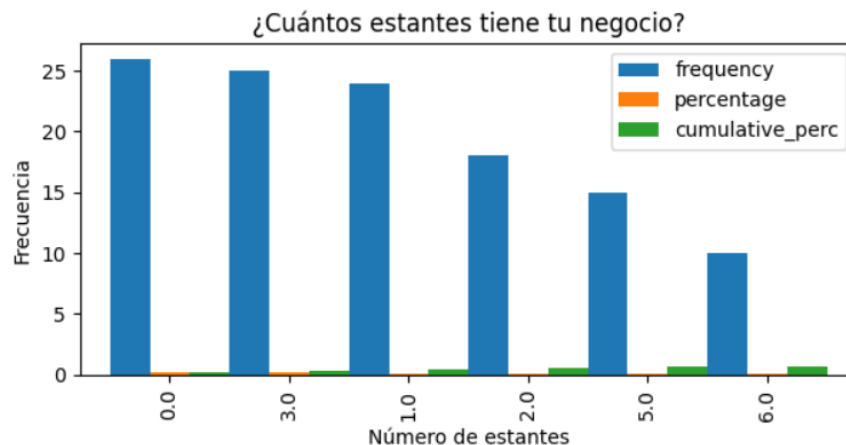
La gráfica nos muestra la poca disposición de los negocios en tener un presupuesto para tecnología y plataformas de software implementadas en su negocio. Esto puede tener relación con el hecho de que son muy pocos los negocios que verdaderamente implementan herramientas y software tecnológicos en sus operaciones.

97_number_of_customers_in_store



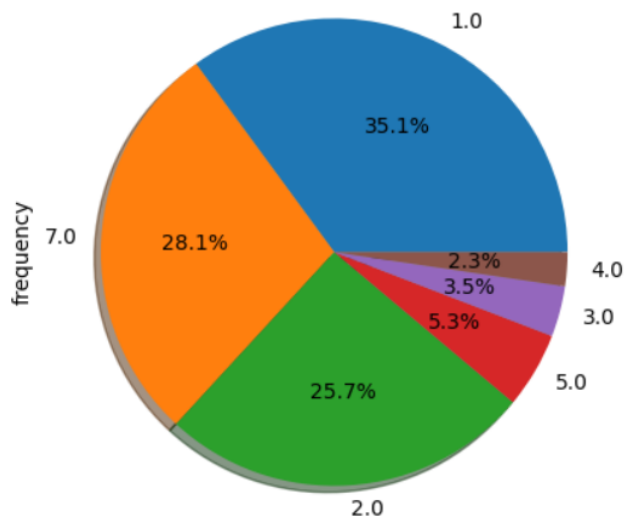
Del anterior gráfico se analiza cual es el número de clientes que se encuentran en la tienda al momento de realizar el registro. Puede observarse, desafortunadamente, que conforme crece el número de clientes, también el número de registros, por lo que se concluye que es más frecuente encontrarnos con negocios con menor número de afluencia.

104_how_many_shelves_does_the_micro-retailer_have



La gráfica nos presenta como es que el mayor número de negocios no cuenta con ningún estante, seguidos de aquellos que cuentan con 3 anaqueles. Esto nos indica que son negocios con una estructura pequeña.

172_supplier_frequency



La ultima gráfica nos presenta la frecuencia con la que son visitados los negocios por sus proveedores. Se observa que la mayor cantidad de registros corresponde a una frecuencia mayor, de 7, o de una frecuencia mínima, de 1 o 2.