

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

Campus Puebla

Desarrollo de proyectos de análisis de datos (Gpo 301)



Actividad 4 (Extracción de Características)

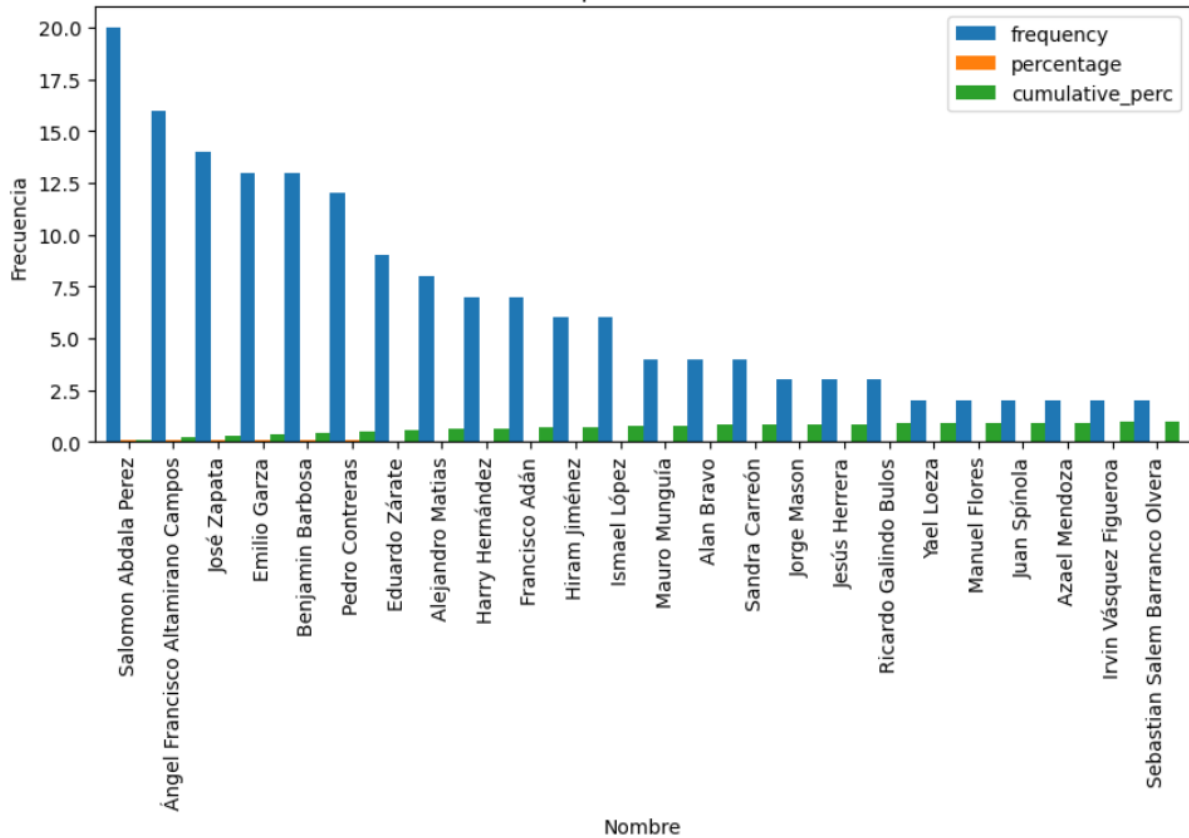
Presenta:

Diego Ángel Pérez Terán - A0173385

Análisis de hallazgos

Gráfica 1

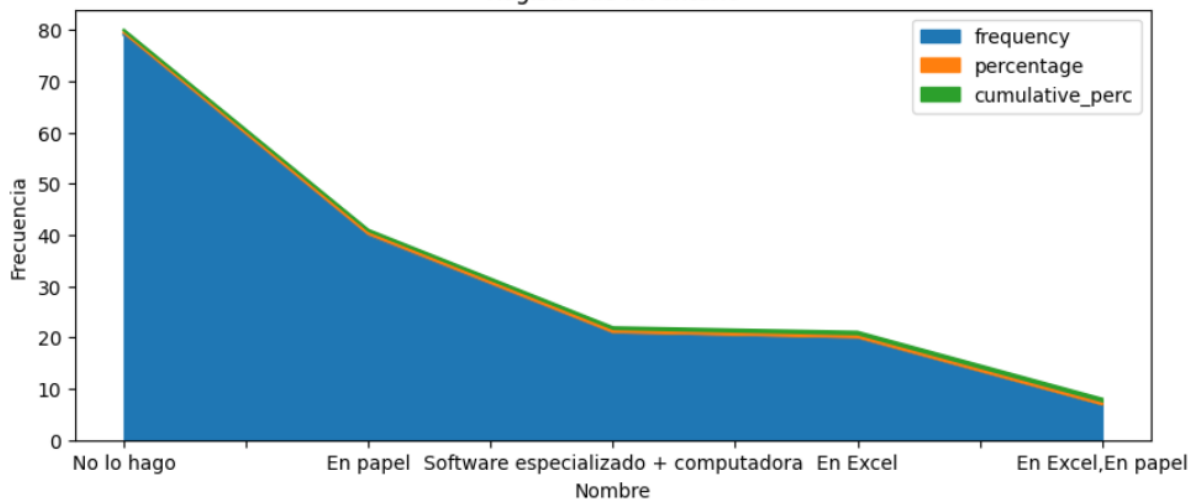
Estudiante que realiza la encuesta



Para esta gráfica se pueden observar los estudiantes más destacados en cuanto a realización de encuestas, el que más encuestas realizó parece ser Salomón Abdalá.

Gráfica 2

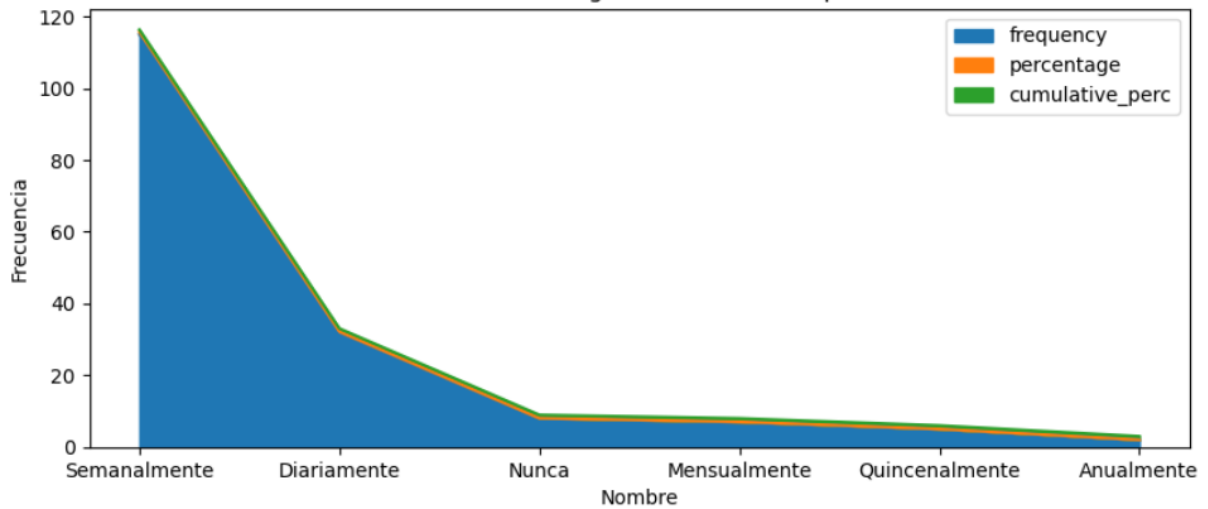
Registro de Inventario



Para este gráfico se puede ver que la mayoría de negocios entrevistados no realizan registro de inventario.

Gráfica 3

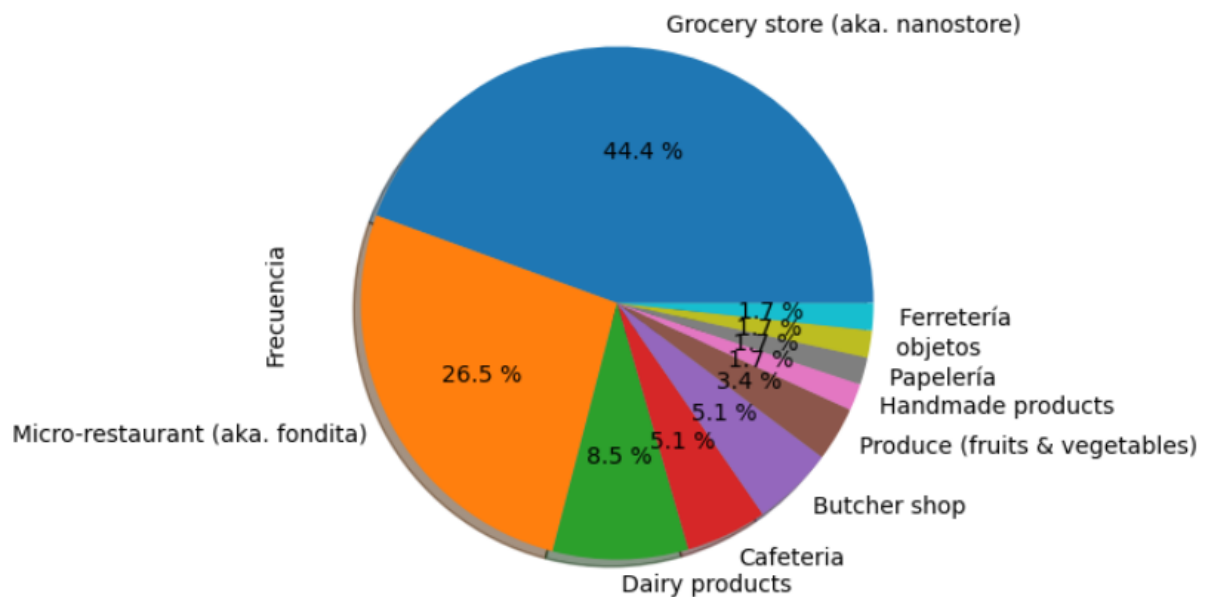
Frecuencia de organización de las repisas



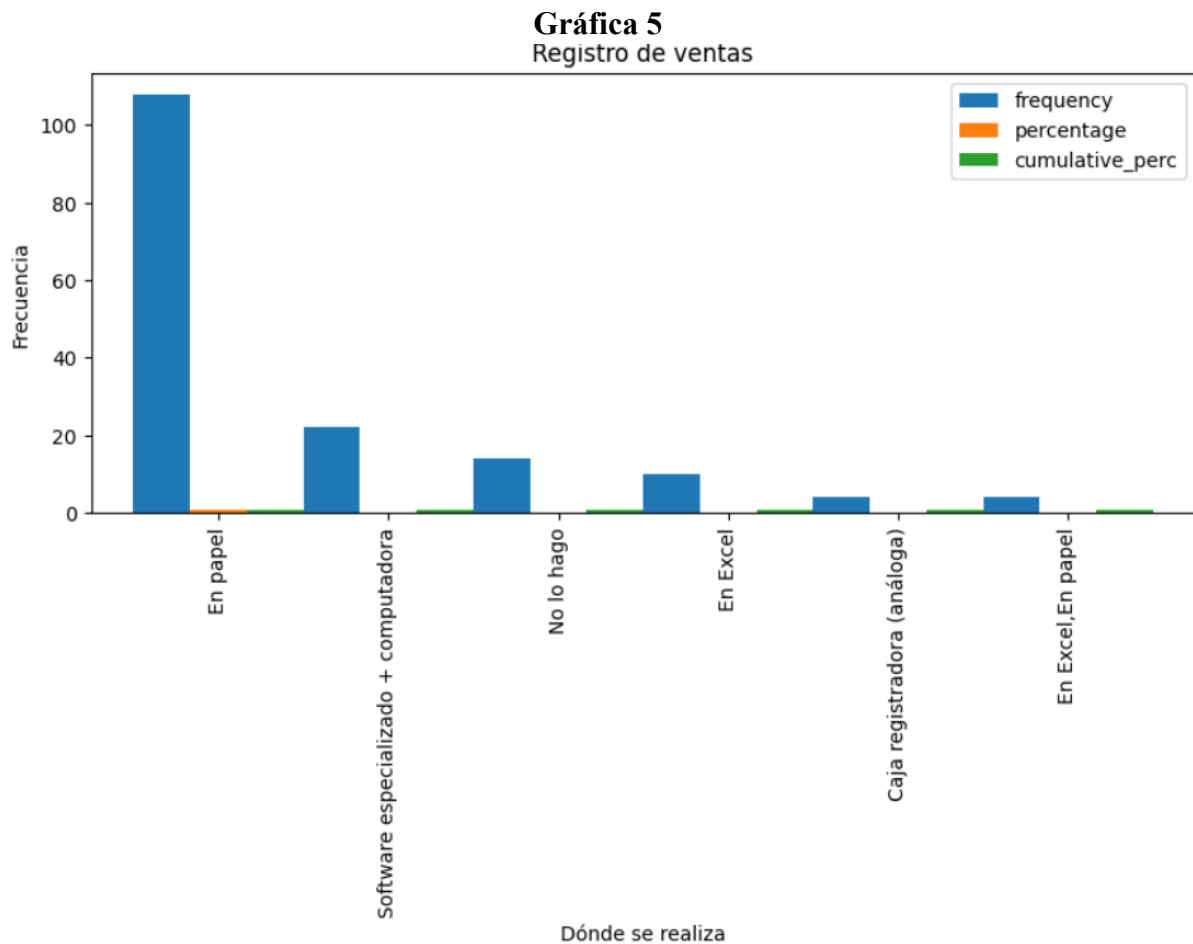
En este gráfico se puede apreciar que la mayoría de negocios encuestados organizan sus repisas de manera semanal.

Gráfica 4

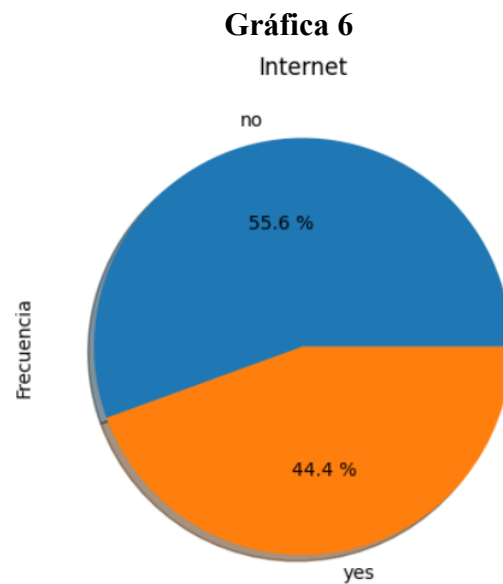
Tipo de tienda



Esta gráfica de pastel muestra el tipo de negocios más encuestados, dónde destacan las tiendas de dulces.



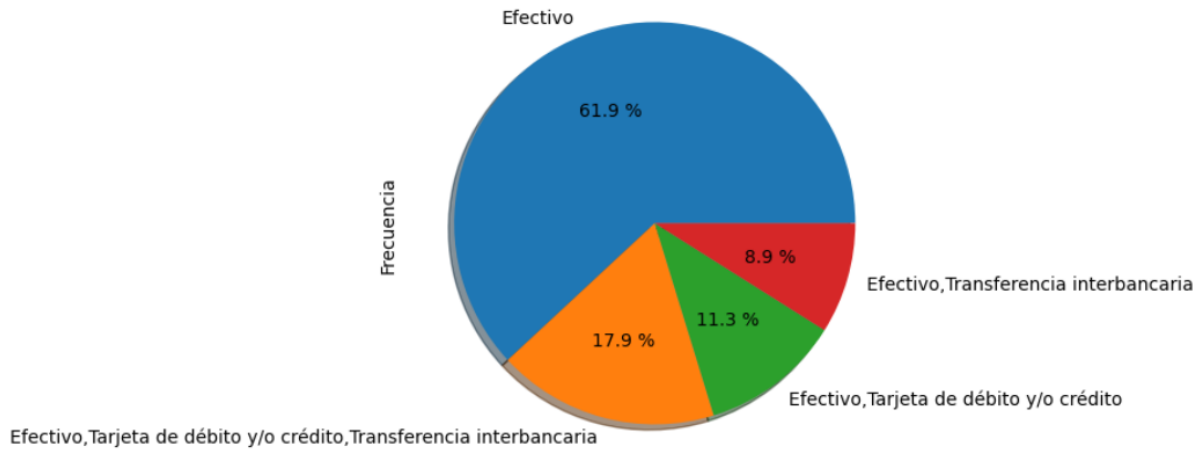
En este caso el registro de ventas más destacado fue el método del papel, lo que indica que la mayoría de tiendas no hacen registros en algún medio digital.



La gráfica 6 demuestra que la mayoría de locales entrevistados no tienen internet.

Gráfica 7

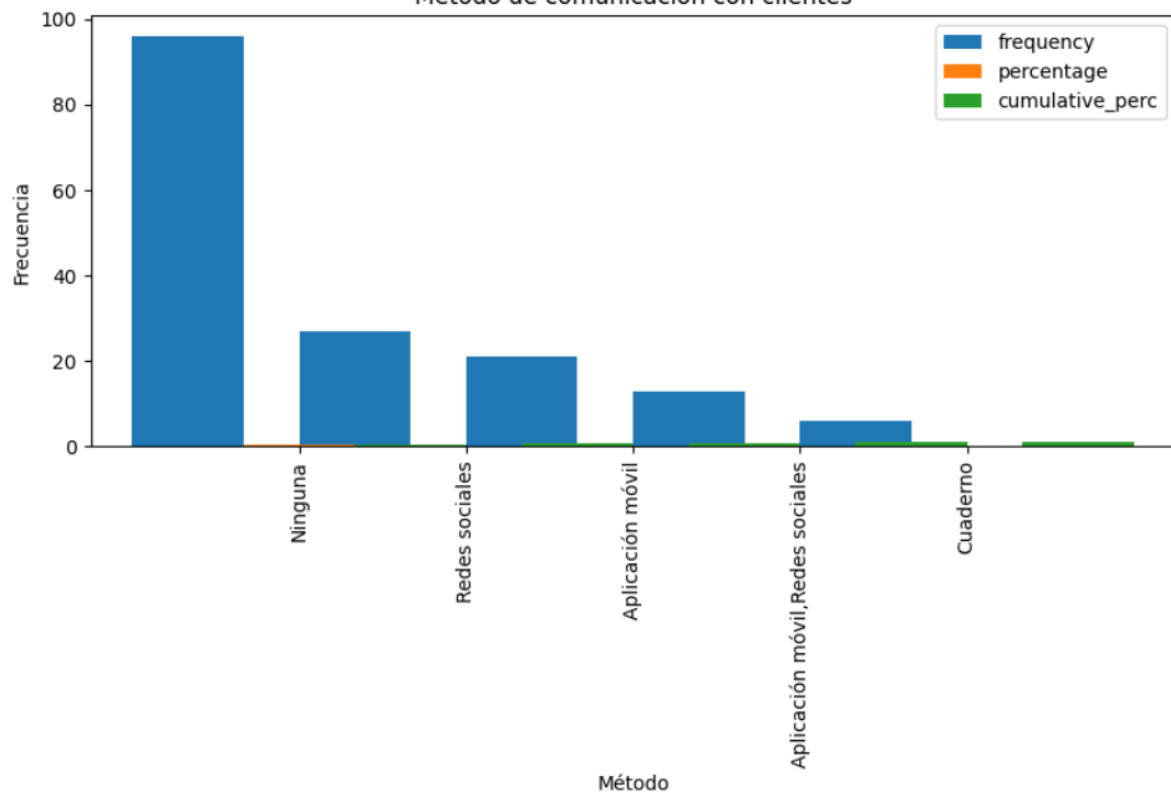
Métodos de pago



La gráfica 7 muestra el método de pago aceptado por el negocio, dónde el más destacado es el Efectivo, lo cuál es congruente con la falta de wifi.

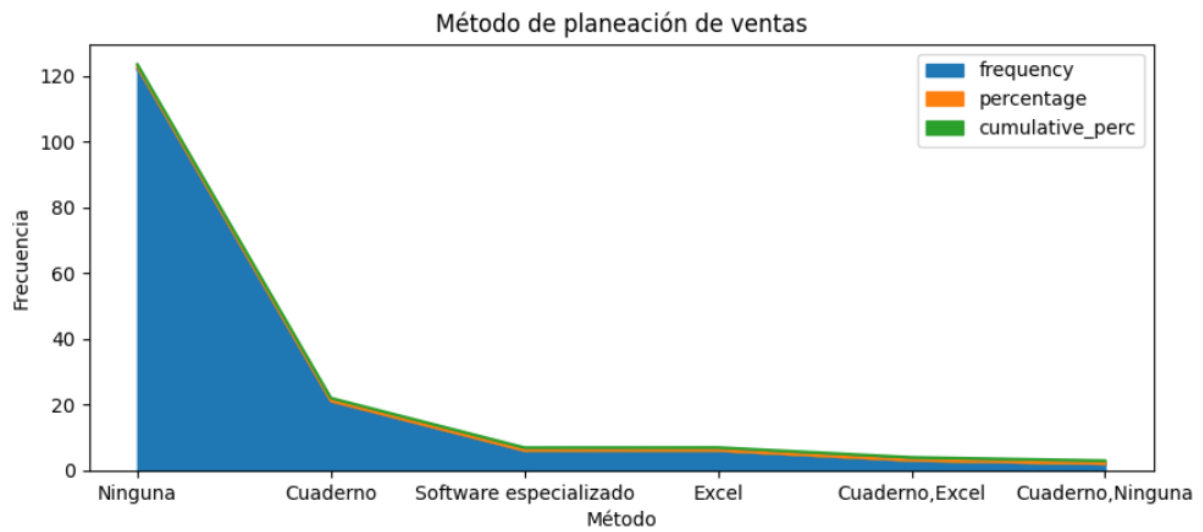
Gráfica 8

Método de comunicación con clientes



En la figura 8 se puede ver que la mayoría de negocios no tiene un medio de comunicación externo o digital con los clientes.

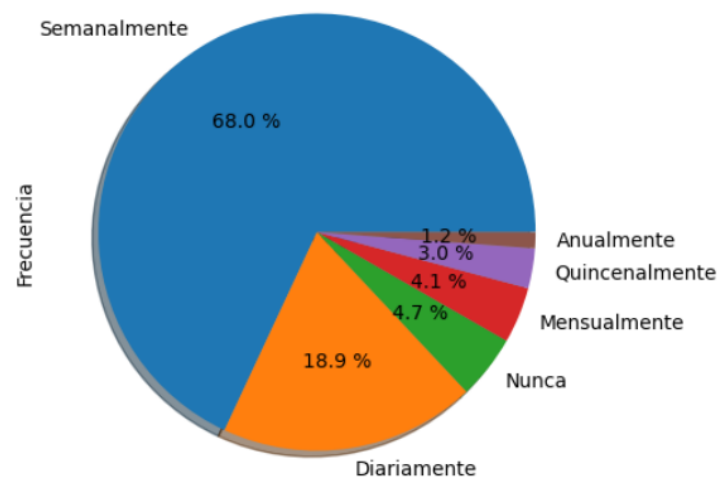
Gráfica 9



La figura 10 demuestra que la mayoría de negocios encuestados no planean sus ventas.

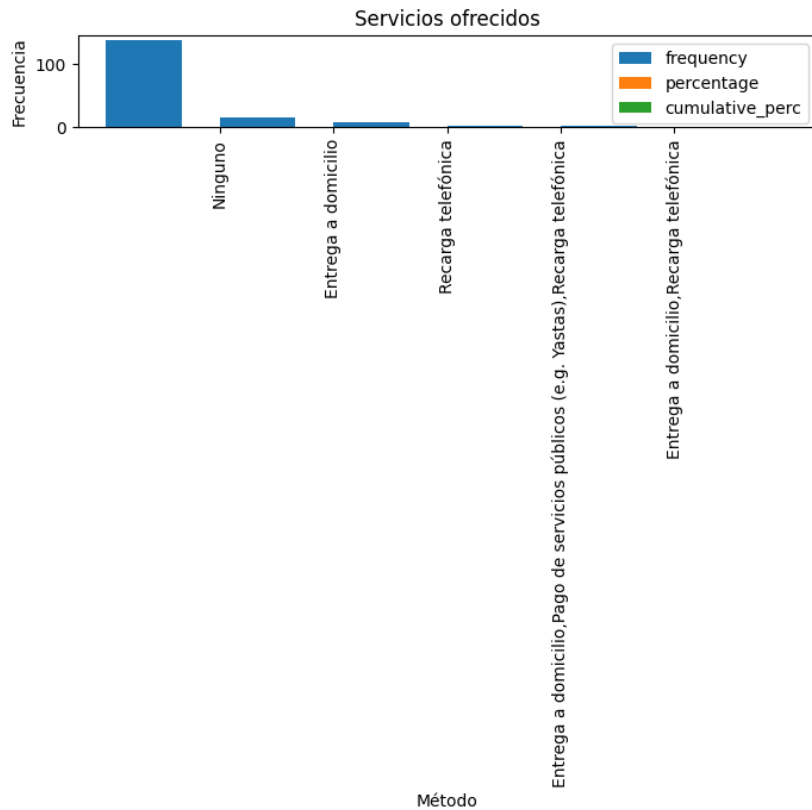
Gráfica 10

Cambios en las adquisiciones durante la pandemia



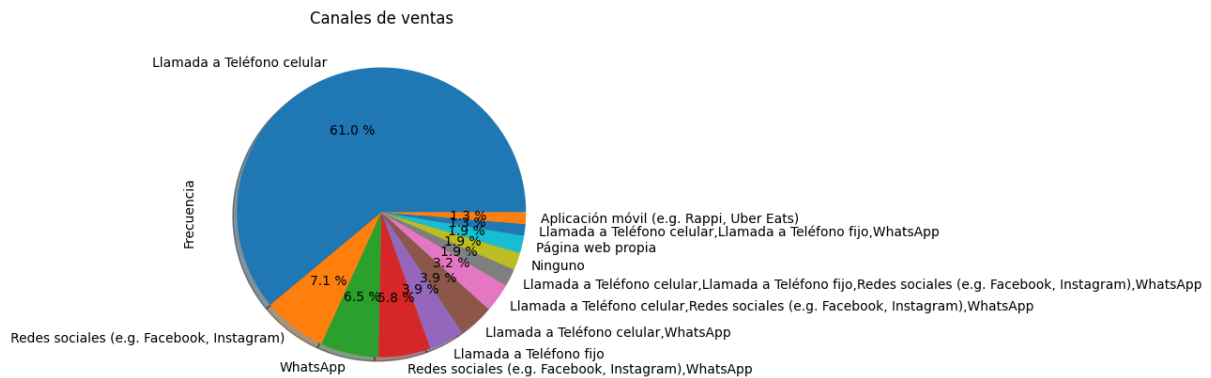
La mayoría de los cambios en las adquisiciones durante la pandemia fueron semanales.

Gráfica 11



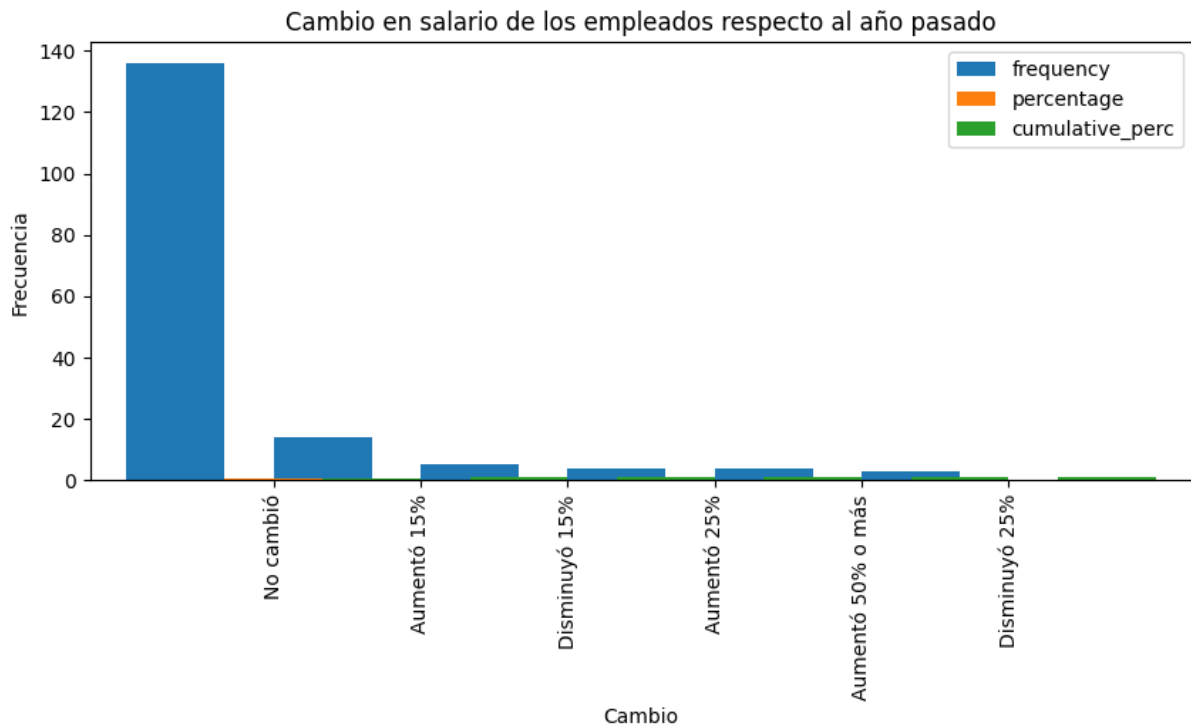
La gráfica 11 dice que la mayoría de negocios no ofrece ningún servicio además del hallado en la tienda, un porcentaje minúsculo ofrece entregas a domicilio y un porcentaje aún menor ofrece recargas telefónicas.

Gráfica 12



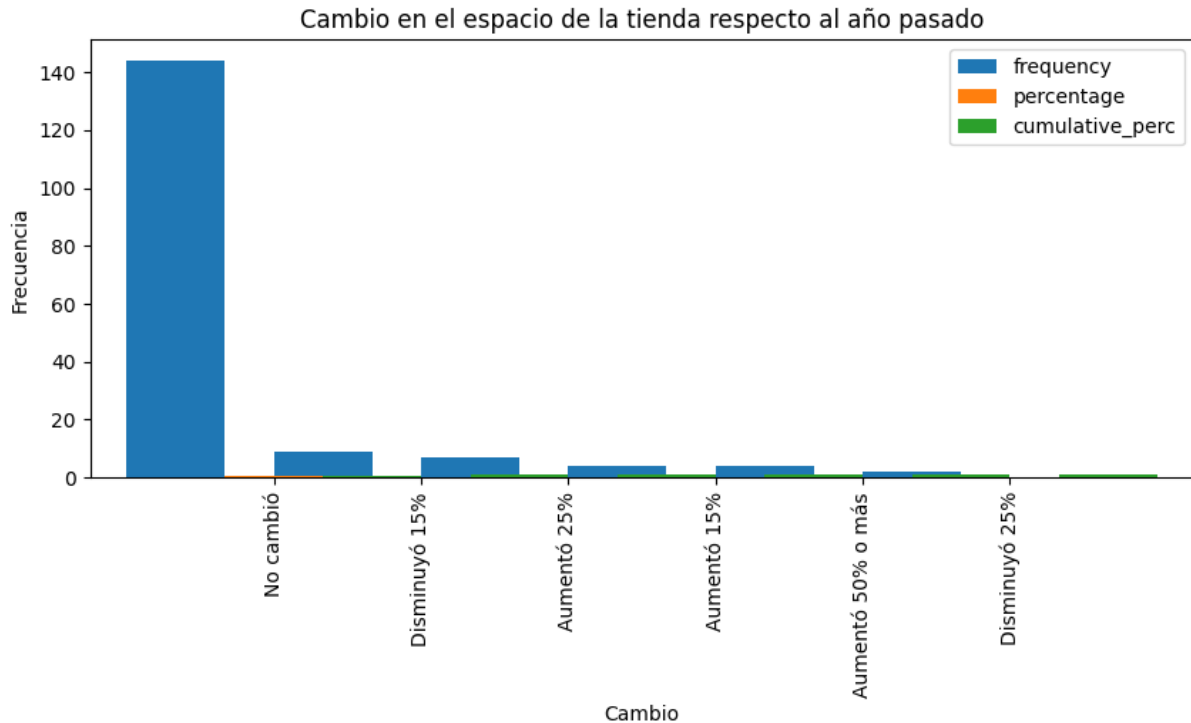
La gráfica 12 dice que los canales de ventas externos son en su mayoría llamadas telefónicas.

Gráfica 13



El cambio en los salarios de los empleados de un año para otro en general no cambió, son pocos los casos dónde hubo un cambio de apenas el 15%. Lo cuál no es tan malo considerando que era un periodo-post pandemia.

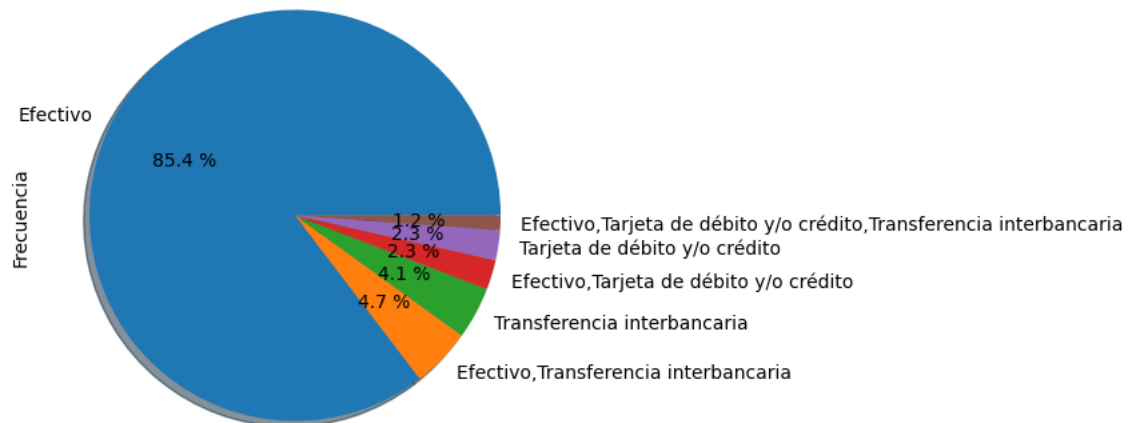
Gráfica 14



El espacio en los negocios no cambió respecto al año pasado, por lo menos en su mayoría.

Gráfica 15

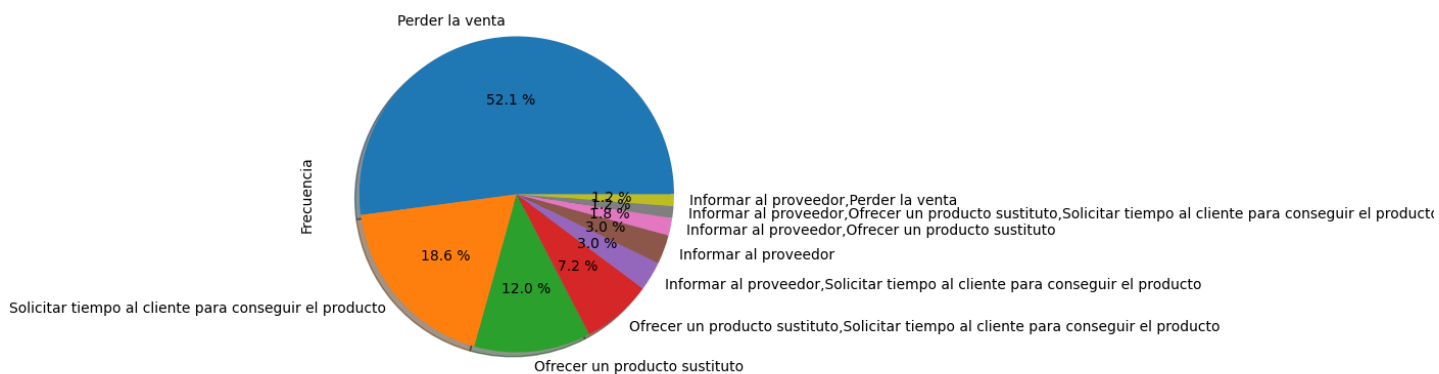
Métodos de pago con los proveedores



Los métodos de pago para proveedores en su mayoría fueron en efectivo, de ahí los siguientes más utilizados son transferencias interbancarias.

Gráfica 16

Maniobras cuando hay "stockout"



Las maniobras cuando se presentaba el caso de “stockout” en su mayoría era perder la venta, como segunda opción más frecuente se presenta el solicitar más tiempo al cliente para conseguir el producto.

Observaciones y consideraciones pertinentes:

En general se debe considerar que la base de datos estaba bastante llena de valores nulos, lo cuál obliga al analista (en mi caso yo) a rellenar dichos valores con lo que el juicio y su conocimiento previo le da a entender que es la mejor opción para rellenar los valores nulos. En ese sentido entre más valores nulos, menos objetivo se vuelve el análisis, es ahí donde radica la importancia de tener bases de datos de calidad.