

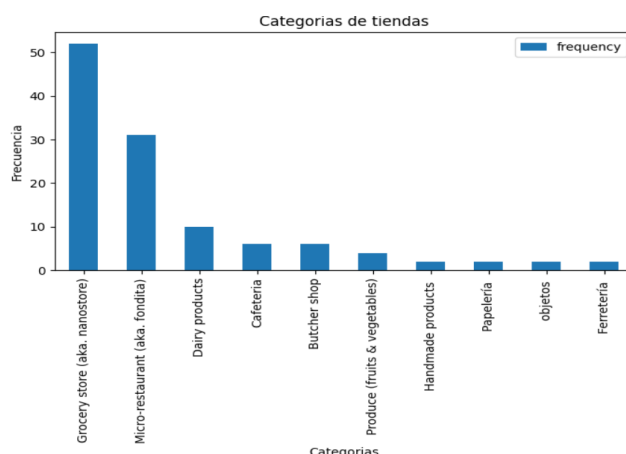
“Reporte de hallazgos”

Este informe presenta un análisis detallado de las pequeñas empresas locales en nuestros alrededores. A través de tablas y gráficas, examinamos sus desempeños, retos y oportunidades, brindando una visión clara de su impacto en nuestra comunidad.

En este análisis se presentan principalmente graficas de barras y de pastel, ya es la mejor forma en la que se puede visualizar los resultados de las tablas.

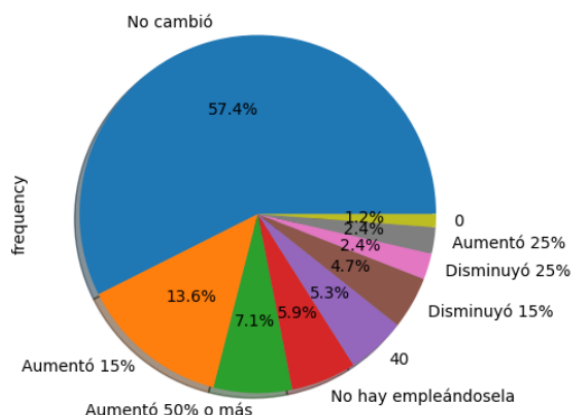
Gráfica 1:

Estos resultados sugieren que las necesidades básicas de alimentación y alimentación son las más importantes para los consumidores mexicanos. Las tiendas de comestibles y los micro-restaurantes ofrecen una amplia gama de productos y servicios a precios asequibles. Las tiendas de productos lácteos también son populares, ya que ofrecen productos frescos y nutritivos.



Gráfica 2:

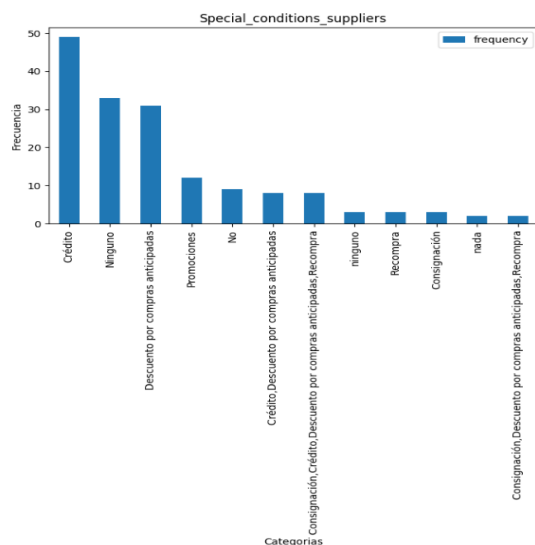
Las categorías más pequeñas son "Aumentó 50% o más" y "No hay empleados", que representan el 40% y el 0% de los empleados, respectivamente. Esto significa que una minoría de empleados de estas empresas recibió un aumento salarial significativo el año pasado, y que no hubo cambios en el salario promedio para un pequeño porcentaje de empleados.



Gráfica 3:

El gráfico muestra que la mayoría de las personas en México utilizan registros de inventario en papel. El uso de registros de inventario en Excel es más común en las empresas grandes, mientras que el uso de registros de inventario en Excel y papel es más común en las empresas que combinan el uso de sistemas de inventario digital y manual.



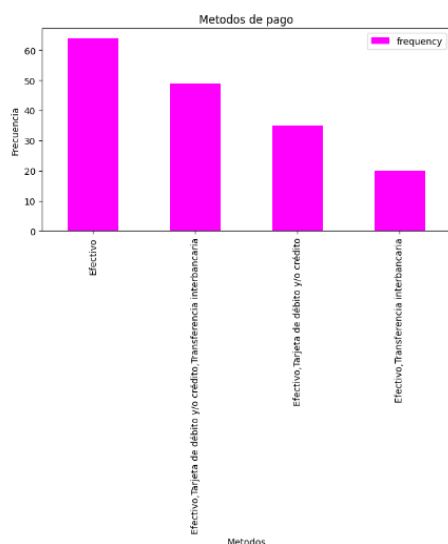
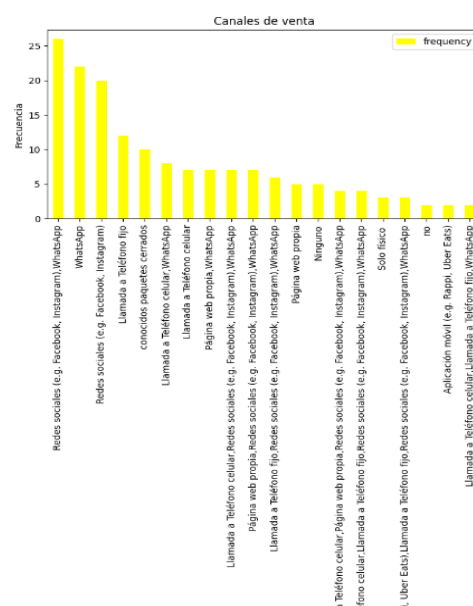


Gráfica 4:

Las condiciones más comunes son el crédito, el descuento por compras anticipadas y las promociones. Estas condiciones están diseñadas para fomentar la compra y la lealtad de los clientes. Las condiciones menos frecuentes son la recompra, la consignación y la combinación de crédito, descuento por compras anticipadas y recompra. Estas condiciones están diseñadas para gestionar el riesgo o el inventario.

Gráfica 5:

Estos resultados sugieren que los proveedores mexicanos utilizan una combinación de canales para vender sus productos. Los canales más comunes son las tiendas físicas, que ofrecen una experiencia de compra personal y conveniente. Las ventas directas son una forma eficaz de llegar a los clientes que no están familiarizados con los productos o servicios del proveedor. Las ventas en línea son una forma conveniente de comprar productos y servicios desde cualquier lugar.

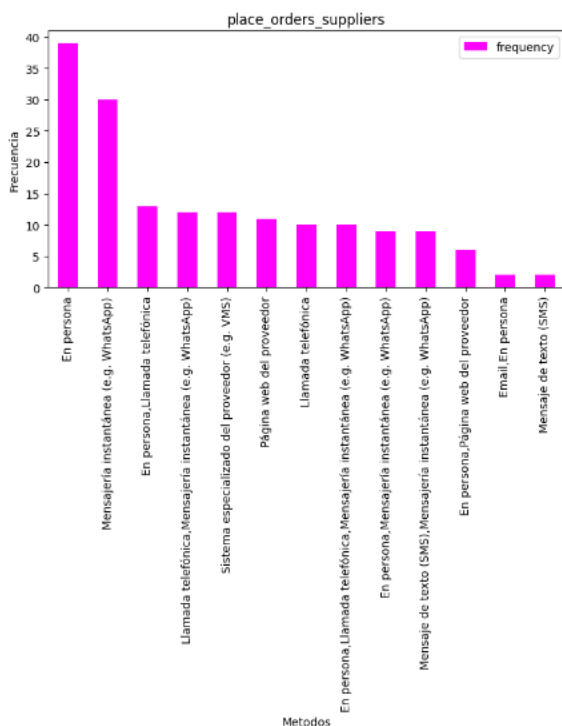
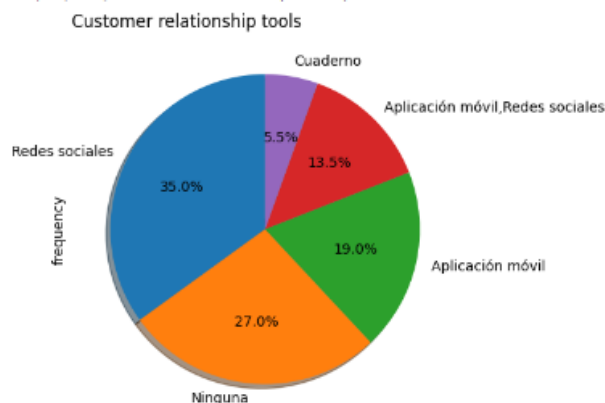


Gráfica 6:

El gráfico muestra que los consumidores mexicanos prefieren métodos de pago convenientes y accesibles. El efectivo es el método de pago más común, seguido de la tarjeta de débito y/o crédito y la transferencia interbancaria. Los métodos de pago menos comunes son el cheque y el pago en línea.

Gráfica 7:

El gráfico muestra que la mayoría de los clientes no utilizan ninguna herramienta de relación con el cliente. Las herramientas de relación con el cliente son más comunes entre las empresas grandes y medianas, las empresas que venden productos o servicios complejos y las empresas que operan en línea

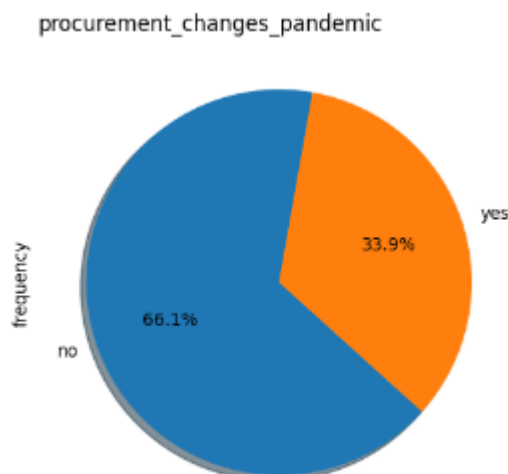


Gráfica 8:

Los métodos más comunes son aquellos que son convenientes y eficientes. El teléfono es un método conveniente que permite a los proveedores comunicarse con los clientes en tiempo real. El correo electrónico es un método eficiente que permite a los proveedores enviar y recibir información de forma rápida. El sistema especializado del proveedor es un método conveniente y eficiente que permite a los proveedores realizar pedidos de forma automática.

Gráfica 9:

El gráfico muestra que la pandemia ha provocado un cambio significativo en los hábitos de compra de las personas. La mayoría de las personas han cambiado algunos de sus procesos de compra, mientras que un pequeño porcentaje ha cambiado todos sus procesos de compra.



Gráfica 10:

Los proveedores mexicanos están adoptando métodos de pago digital para ofrecer a sus clientes una experiencia de compra más conveniente y segura.

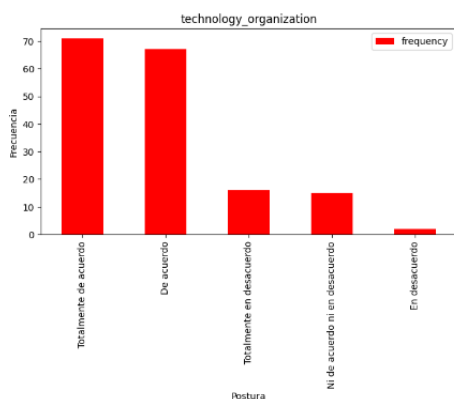
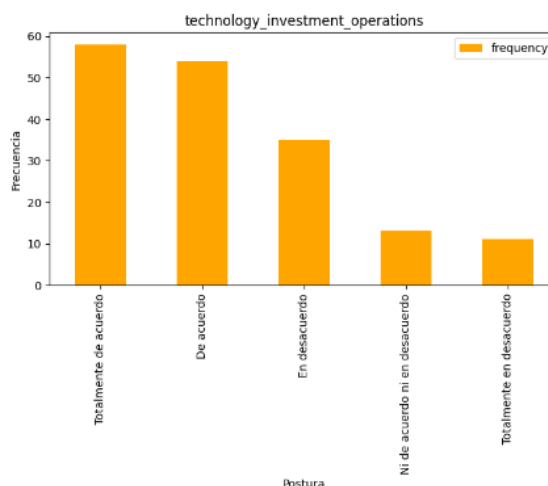


Gráfica 11:

El gráfico muestra que la mayoría de las personas creen que la capacitación en tecnología es importante para el desarrollo personal y profesional. El 76% de las personas están de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 20% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 4% están en desacuerdo.

Gráfica 12:

En general, los resultados de la encuesta sugieren que la mayoría de las personas creen que la inversión en tecnología es importante para el desarrollo personal y profesional. La inversión en tecnología puede ayudar a las personas a desarrollar sus habilidades y conocimientos, mejorar su empleabilidad y contribuir a la sociedad.



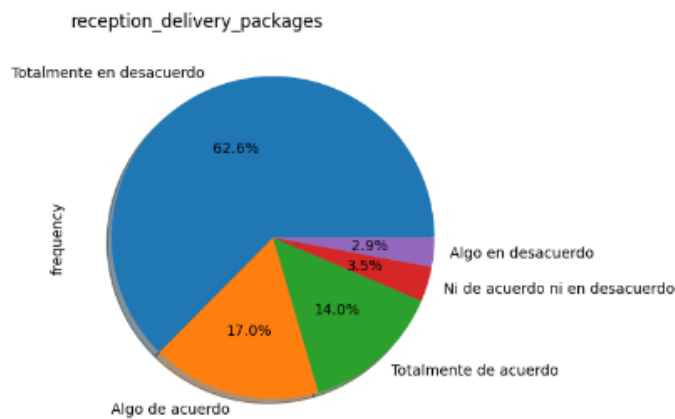
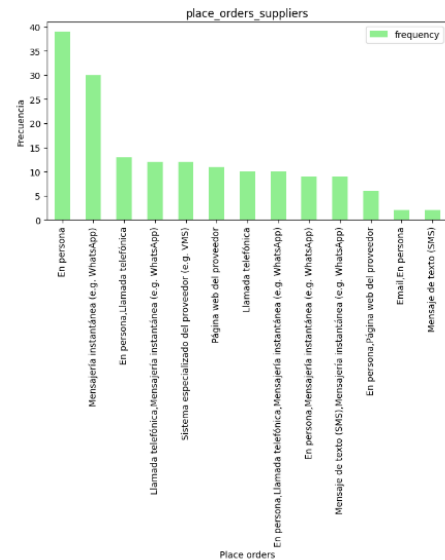
Gráfica 13:

En general, los resultados de la encuesta sugieren que la mayoría de los emprendedores pequeños, creen que la inversión en tecnología es importante para el éxito de la organización. La inversión en tecnología puede ayudar a las organizaciones tecnológicas a desarrollar nuevos productos y

servicios, mejorar sus procesos operativos y brindar una mejor experiencia al cliente.

Gráfica 14:

El efectivo es el método de pago más conveniente, ya que no requiere ningún equipo especial. La transferencia interbancaria es un método de pago seguro y conveniente, ya que permite a los proveedores recibir pagos directamente en su cuenta bancaria. La tarjeta de crédito es un método de pago seguro que ofrece a los proveedores protección contra el fraude.

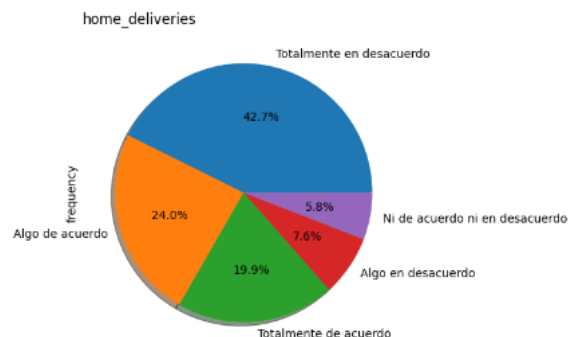


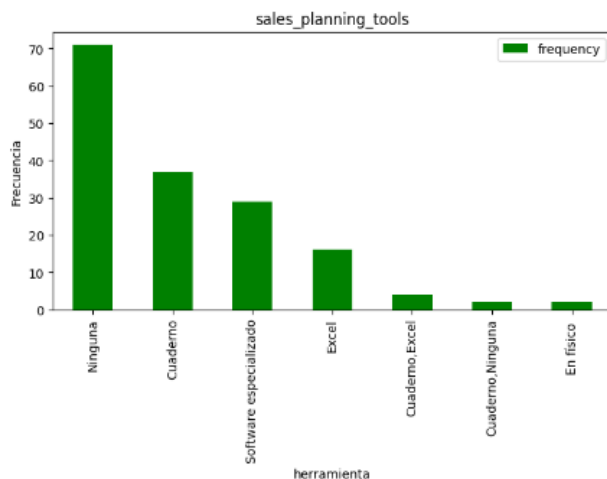
Gráfica 15:

En general, los resultados de la encuesta sugieren que la mayoría de los empresarios pequeños están en desacuerdo con el envío de su mercancía por paquetería. Las empresas de entrega de paquetes en México pueden mejorar la satisfacción de los clientes al mejorar la coordinación de la entrega de paquetes y al establecer expectativas realistas sobre los tiempos de entrega.

Gráfica 16:

En general en relación a lo anterior los empleadores de pequeñas empresas suelen no confiar en los envíos de sus mercancías.



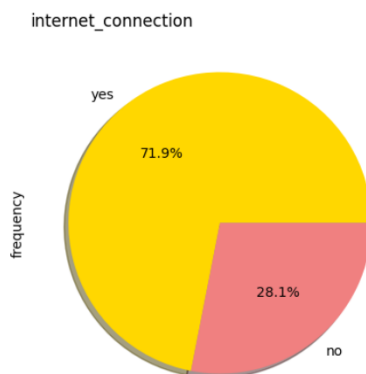
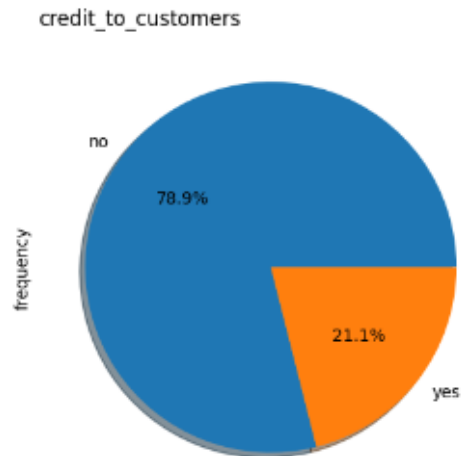


Gráfica 17:

El gráfico muestra que las hojas de cálculo y los cuadernos son herramientas de planificación de ventas comunes. Estas herramientas son sencillas de usar y pueden ser adecuadas para empresas pequeñas o que tienen necesidades básicas de planificación de ventas.

Gráfica 18:

Estos resultados sugieren que es relativamente poco común que las empresas pequeñas ofrezcan crédito a sus compradores. Esto se debe probablemente a que las empresas pequeñas tienen menos recursos que las empresas grandes y pueden ser más propensas a sufrir pérdidas si sus compradores no pagan.



Gráfica 19:

El gráfico proporciona una visión general del porcentaje de empresas pequeñas que tienen conexión a internet en México. Los resultados sugieren que la mayoría de las empresas pequeñas en México tienen conexión a internet.

Gráfica 20:

El gráfico proporciona una visión general del cambio en el espacio de las tiendas durante el último año en México. Los resultados sugieren que el mercado minorista mexicano es relativamente estable y que la mayoría de las tiendas no están experimentando cambios significativos en su tamaño. Sin embargo, el hecho de que un 25% de las tiendas aumentaron su espacio sugiere que hay algunas tiendas que están creciendo y expandiéndose.

