

Análisis-Extracción de características

Leonardo Isaías Guevara Pioquinto

En el presente informe, se detalla el análisis de una actividad enfocada en la extracción y sustitución de características, con el objetivo de comparar diferentes instancias dentro de un mismo atributo. A través de diversos métodos, se exploraron distintos aspectos relacionados con encargados, tipos de tiendas, dispositivos utilizados y estrategias implementadas durante la pandemia. Los resultados obtenidos revelan patrones interesantes que arrojan luz sobre las prácticas comunes en el ámbito de los negocios. A continuación, se ampliará cada punto de análisis, brindando mayor contexto y detalle sobre los hallazgos.

Durante el desarrollo de esta actividad, se aplicaron métodos de extracción y sustitución de características para analizar diferentes aspectos del entorno empresarial. Uno de los primeros puntos de estudio fue la distribución de las observaciones registradas por los encargados. En el primer gráfico presentado, se destaca que Salomo fue el encargado que acumuló la mayor cantidad de encuestados, mientras que Pedro registró la menor cantidad. Es importante mencionar que la diferencia entre ambos encargados fue mínima, lo que indica que la distribución de las responsabilidades fue relativamente equitativa.

En cuanto al tipo de tienda en la cual se aplicó la encuesta, la segunda gráfica revela que las tiendas de comestibles predominaron en el estudio. Este dato sugiere que este tipo de establecimientos son comunes y pueden ser considerados una parte integral del tejido empresarial en la muestra analizada. Es relevante señalar que, aunque las tiendas de comestibles fueron las más frecuentes, también se observaron otros tipos de tiendas, lo que indica una diversidad dentro del mercado estudiado.

En la tercera gráfica, se examinaron los tipos de dispositivos utilizados en las tiendas. Tanto en la tabla como en la gráfica, se destaca que el teléfono celular es el dispositivo más utilizado en comparación con otros sistemas tecnológicos. Esta tendencia sugiere que los encargados de las tiendas confían en la portabilidad y versatilidad de los teléfonos celulares para llevar a cabo sus operaciones diarias. Es probable que la facilidad de acceso y la amplia gama de aplicaciones disponibles en los dispositivos móviles influyan en esta preferencia.

Otro aspecto destacable dentro de este análisis se encuentra en la gráfica que muestra el mecanismo utilizado para la planeación de las ventas. Se observa que el cuaderno es el método más predominante, representando un 13.5% de las respuestas. A continuación, se encuentra un software especializado y, en tercer lugar, el uso de Excel. Estos resultados indican que, a pesar de la disponibilidad de tecnologías más avanzadas, muchos encargados de tiendas todavía optan por métodos tradicionales para llevar un registro y planificar sus ventas. Esto podría deberse a la comodidad, familiaridad o percepción de eficacia de dichos métodos.

En conclusión, el análisis de las características extraídas y sustituidas revela información valiosa sobre el entorno empresarial estudiado. Los resultados obtenidos muestran que Salomo fue el encargado con mayor número de encuestados, mientras que Pedro registró la menor cantidad, aunque la diferencia es mínima.