# **Reporte de Extracción de Características**

Luis Alberto Mirón Toruño A017354889

Este reporte presenta los resultados de un análisis de datos sobre pequeños negocios, enfocado en su uso de tecnología y métodos de venta. A continuación se presentan los principales hallazgos:

## **1.- Tipo de tienda**

El tipo de tienda más frecuente es el denominado "grocery store" (tiendita), seguido de micro-restaurantes o fonditas y tiendas de lácteos, quesos, etc.

## **2.- Canales de venta**

El canal de venta más comúnmente utilizado por los negocios son las redes sociales, seguidas de la comunicación por WhatsApp. También se observa que una gran mayoría de negocios utilizan estos dos canales de manera combinada.

## **3.- Métodos de pago**

El principal método de pago fue el efectivo, seguido de la combinación de efectivo, tarjeta de crédito o débito y transferencia interbancaria.

## **4.- Herramientas de relación con clientes**

La mayoría de pequeños negocios utiliza las redes sociales para relacionarse con sus clientes, seguido de las aplicaciones móviles. Es interesante que el 11% de los negocios no utiliza herramientas para relacionarse con los clientes.

## **5.- Registros de inventario**

El 37.7% de los pequeños negocios llevan los registros de inventario en papel. Aproximadamente el 20% utiliza alguna clase de software especializado más computadora. El 19% utiliza Excel. Y un 17% de estos, no lleva registros de inventario.

## **6.- Registros de ventas**

La mayoría de los registros de las ventas se realizan en papel, seguido de software especializado + computador. Es importante destacar que una buena parte de los pequeños negocios no realizan el registro de las ventas.

## **7.- Exhibición de productos fuera del negocio**

La gran mayoría de pequeños negocios (70.2%) no exhiben sus productos afuera del negocio.

## **8.- Venta de productos frescos**

La gran mayoría de pequeños negocios (61.4%) no venden productos frescos.

## **9.- Utilización de registros de venta**

Se desconoce lo que la mayoría de los pequeños negocios hacen con sus registros de ventas.

## **10.- Herramientas de planeación de ventas**

El 20% de los negocios no utilizan herramientas de planeación de ventas. Únicamente un 12% de los negocios utilizan un cuaderno para ello, o el 3% hace uso de software especializado/Excel.

## **11.- Herramientas de planeación de compras**

Alrededor del 14% de los negocios utilizan cuadernos como su herramienta de planeación de compras. Otro 14% no hace uso de herramientas para planear sus compras. Únicamente un 5% de los negocios utilizan Excel para ello o software especializado.

## **12.- Espacio adicional inventario**

El 33% de los negocios de nuestra información filtrada no poseen espacio adicional de inventario. El 22.7% tiene un 20% de espacio extra, el 19.3% un 10% extra. La minoría de los negocios tienen porcentajes que van del 30% al 50%.

## **13.- Crédito a los clientes**

El 74.8% de los negocios de nuestra información filtrada no ofrecen crédito a sus clientes. Sólo el 25.2% de los pequeños negocios de nuestra información filtrada lo hacen.

## **14.- Conexión a internet**

El 70.4% de los negocios de nuestra información filtrada tienen acceso a internet. Por otro lado, aproximadamente el 30% de ellos no cuentan con una conexión a internet.

## **15.- Acuerdos con plataformas de comercio electrónico**

Aproximadamente el 90% de los negocios de nuestra información filtrada no tienen algún acuerdo con una plataforma de comercio electrónico. Únicamente el 10% de ellos tienen algún acuerdo.

## **16.- Presupuesto en tecnología**

39 de 70 negocios consideran una idea poco atractiva establecer un presupuesto en tecnología. Mientras que 24 de 70 piensan que es una buena idea.

## **17.- Entrenamiento en tecnología**

La mayoría (37/72) de los pequeños negocios están totalmente de acuerdo con la idea de tener un entrenamiento en tecnología. Cabe destacar que ningún dueño de negocio cree que esto sea una mala idea.

## **18.- Inversión en tecnología**

La mayoría (37/74) de los pequeños negocios están totalmente de acuerdo con la idea de invertir en tecnología. 14 dueños de pequeños negocios creen que es una idea poco atractiva.

## **19.- Organización tecnológica**

La mayoría (58/74) de los pequeños negocios están de acuerdo con la idea de ayudar a su negocio a organizarse con herramientas tecnológicas. 9 dueños de pequeños negocios creen que es una idea poco atractiva.

## **20.- Vehículo de entrega**

La mayoría de valores en esta columna son desconocidos.

Este análisis destaca la necesidad de que los pequeños negocios adopten herramientas tecnológicas y consideren la importancia de tener una presencia en línea. También se observa que muchos negocios podrían beneficiarse de establecer un presupuesto en tecnología y ofrecer entrenamiento a sus empleados para mejorar sus habilidades.