

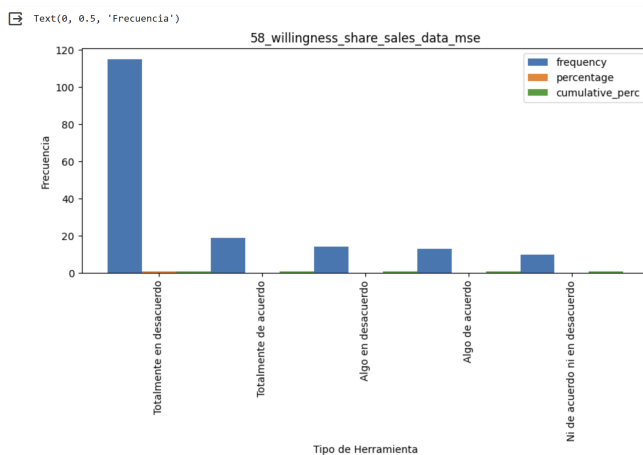
Reporte de hallazgos

Alan Méndez Martínez - A01734682

Variable categórica 1:

58_willingness_share_sales_data_mse

	frequency	percentage	cumulative_perc
58_willingness_share_sales_data_mse			
Totalmente en desacuerdo	115	0.672515	0.672515
Totalmente de acuerdo	19	0.111111	0.783626
Algo en desacuerdo	14	0.081871	0.865497
Algo de acuerdo	13	0.076023	0.941520
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	0.058480	1.000000

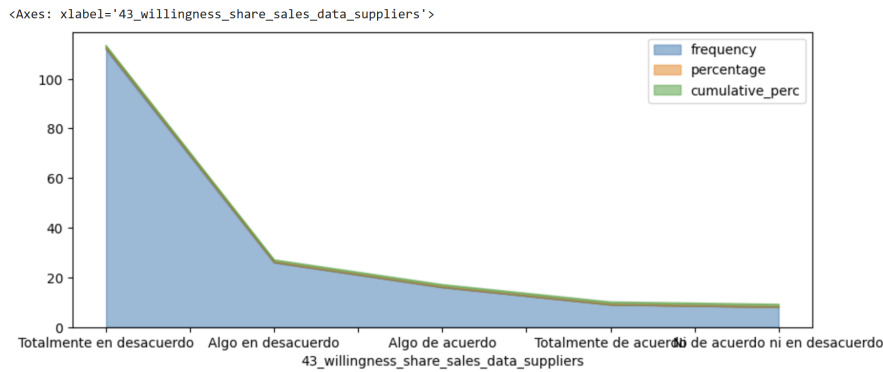


Analizando la tabla y la gráfica se puede ver que la mayoría de personas (115) estuvieron totalmente en desacuerdo de compartir datos de ventas mientras 19 personas estuvieron totalmente de acuerdo y 37 personas estuvieron entre algo en desacuerdo, algo de acuerdo y en ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Variable categórica 2:

43_willingness_share_sales_data_suppliers

	frequency	percentage	cumulative_perc
43_willingness_share_sales_data_suppliers			
Totalmente en desacuerdo	112	0.654971	0.654971
Algo en desacuerdo	26	0.152047	0.807018
Algo de acuerdo	16	0.093567	0.900585
Totalmente de acuerdo	9	0.052632	0.953216
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	0.046784	1.000000



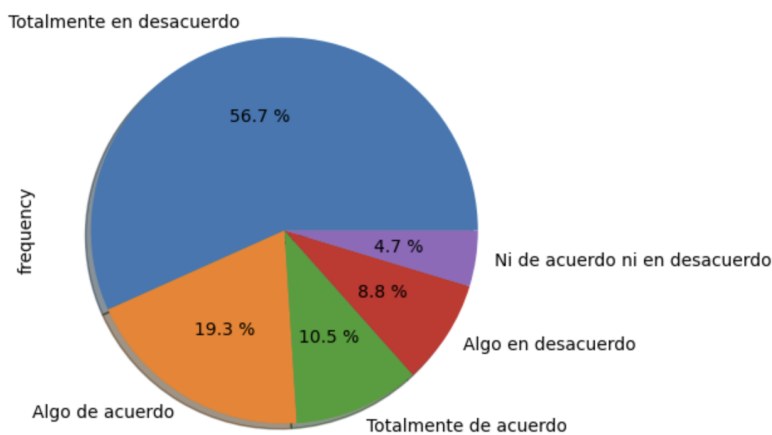
Dentro de la tabla y la gráfica se puede ver como la mayoría de personas (112) estuvo totalmente en desacuerdo de compartir datos de sus proveedores mientras solo 9 personas estuvieron totalmente de acuerdo en brindar datos de sus proveedores.

Variable categórica 3:

47_willingness_reorder_suppliers_lower_prices

	frequency	percentage	cumulative_perc
47_willingness_reorder_suppliers_lower_prices			
Totalmente en desacuerdo	97	0.567251	0.567251
Algo de acuerdo	33	0.192982	0.760234
Totalmente de acuerdo	18	0.105263	0.865497
Algo en desacuerdo	15	0.087719	0.953216
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	0.046784	1.000000

<Axes: ylabel='frequency'>



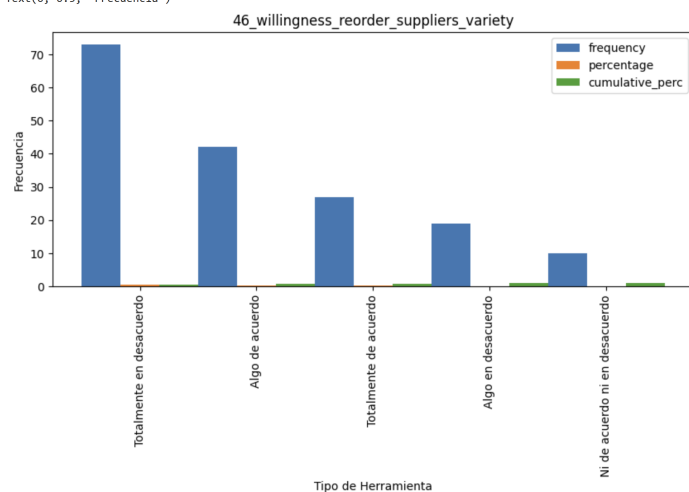
De acuerdo la tabla y la gráfica de pastel se puede observar como un poco más de la mitad(56.7%) estuvieron totalmente en desacuerdo en estar dispuestos a reordenar a los proveedores precios más bajos, el 19.3 % estuvo algo de acuerdo y el 4.7% optó ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Variable categórica 4:

46_willingness_reorder_suppliers_variety

	frequency	percentage	cumulative_perc
46_willingness_reorder_suppliers_variety			
Totalmente en desacuerdo	73	0.426901	0.426901
Algo de acuerdo	42	0.245614	0.672515
Totalmente de acuerdo	27	0.157895	0.830409
Algo en desacuerdo	19	0.111111	0.941520
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	0.058480	1.000000

Text(0, 0.5, 'Frecuencia')



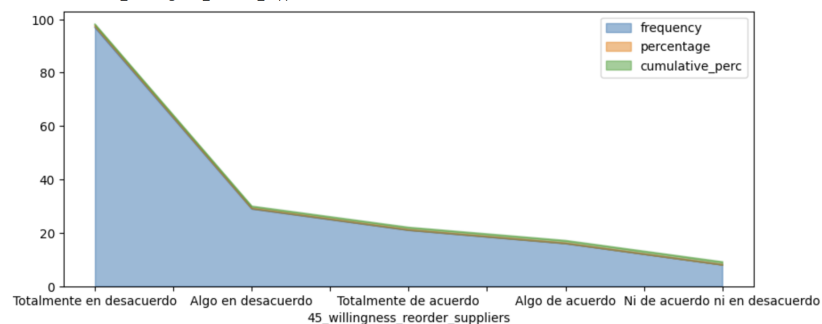
Dentro de tabla y gráfico se puede ver un comportamiento descendiente casi lineal donde mayormente estuvieron totalmente en desacuerdo, por en medio del gráfico totalmente en desacuerdo y menormente ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Variable categórica 5:

45_willingness_reorder_suppliers

	frequency	percentage	cumulative_perc
45_willingness_reorder_suppliers			
Totalmente en desacuerdo	97	0.567251	0.567251
Algo en desacuerdo	29	0.169591	0.736842
Totalmente de acuerdo	21	0.122807	0.859649
Algo de acuerdo	16	0.093567	0.953216
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	0.046784	1.000000

<Axes: xlabel='45_willingness_reorder_suppliers'>



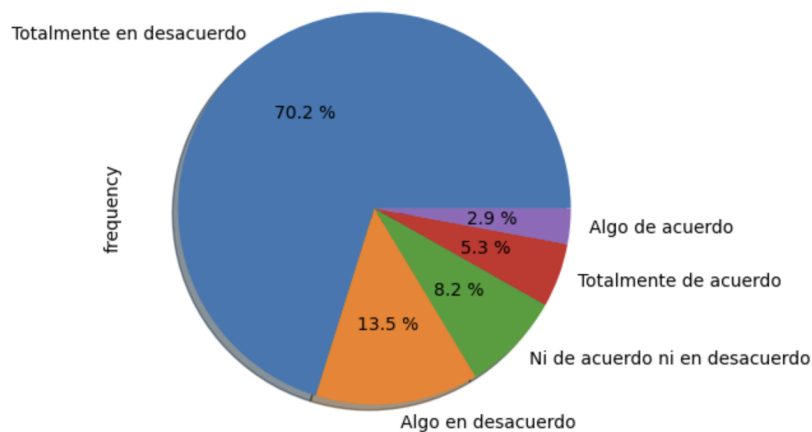
Analizando la tabla y el gráfico de área se puede ver que la mayoría de personas (97) estuvieron totalmente en desacuerdo de compartir datos de ventas mientras 29 personas estuvieron algo en desacuerdo, 21 personas estuvieron totalmente de acuerdo.

Variable categórica 6:

44_willingness_inventory_management_suppliers

	frequency	percentage	cumulative_perc
44_willingness_inventory_management_suppliers			
Totalmente en desacuerdo	120	0.701754	0.701754
Algo en desacuerdo	23	0.134503	0.836257
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	0.081871	0.918129
Totalmente de acuerdo	9	0.052632	0.970760
Algo de acuerdo	5	0.029240	1.000000

<Axes: ylabel='frequency'>



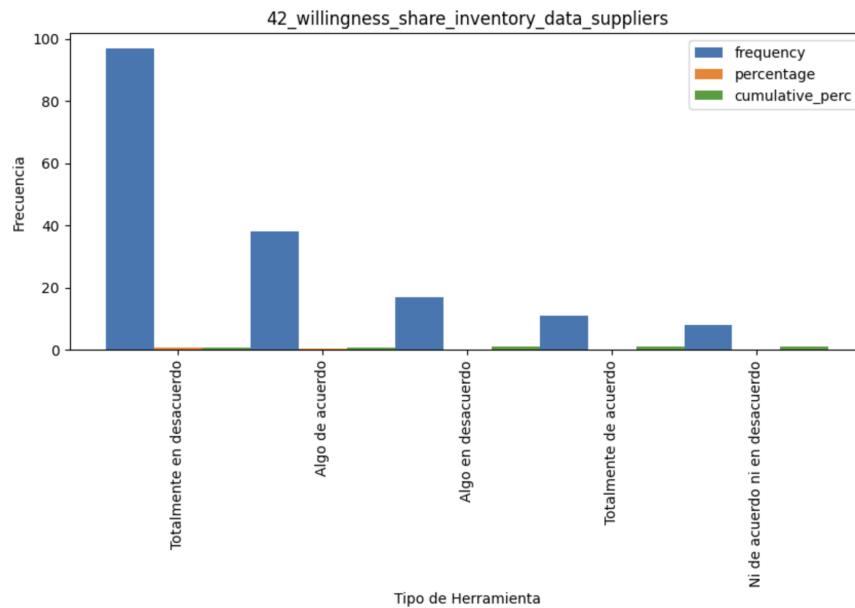
Analizando la tabla y la gráfica se puede ver que la mayoría de personas (120) estuvieron totalmente en desacuerdo de compartir datos de manejo de inventario proveedores, 23 personas estuvieron algo de acuerdo.

Variable categórica 7:

42_willingness_share_inventory_data_suppliers

	frequency	percentage	cumulative_perc
42_willingness_share_inventory_data_suppliers			
Totalmente en desacuerdo	97	0.567251	0.567251
Algo de acuerdo	38	0.222222	0.789474
Algo en desacuerdo	17	0.099415	0.888889
Totalmente de acuerdo	11	0.064327	0.953216
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	0.046784	1.000000

Text(0, 0.5, 'Frecuencia')

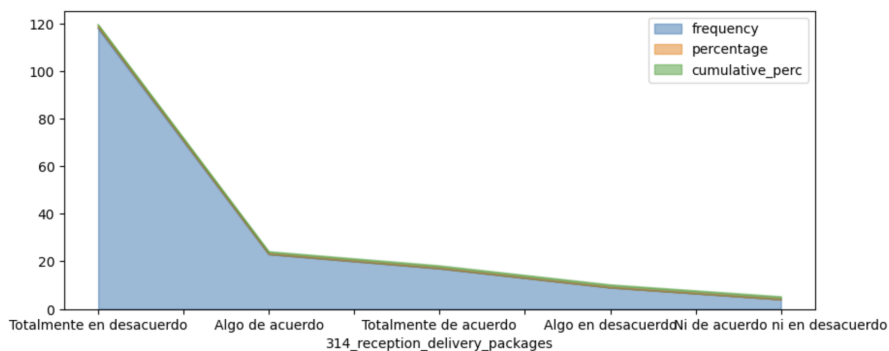


Observando la tabla y la gráfica se puede ver que la mayoría de personas (97) estuvieron totalmente en desacuerdo de compartir datos de gestión de inventario proveedores, 38 personas estuvieron algo de acuerdo y 8 Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Variable categórica 8:

314_reception_delivery_packages

	frequency	percentage	cumulative_perc
314_reception_delivery_packages			
Totalmente en desacuerdo	118	0.690058	0.690058
Algo de acuerdo	23	0.134503	0.824561
Totalmente de acuerdo	17	0.099415	0.923977
Algo en desacuerdo	9	0.052632	0.976608
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	0.023392	1.000000

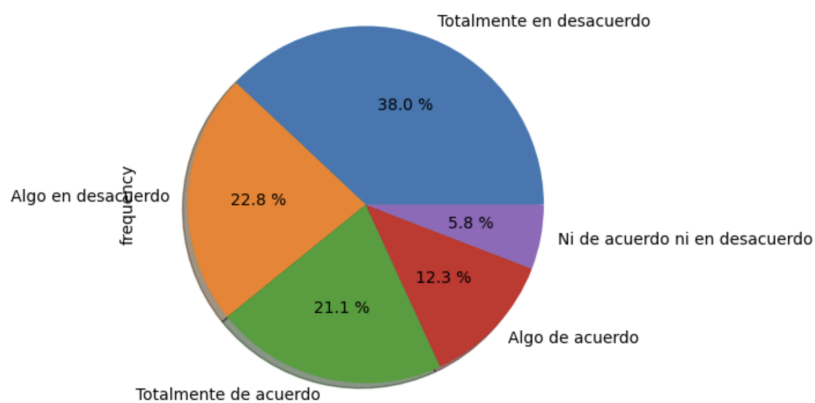


Checando la tabla y la gráfica se puede ver que la mayoría de personas (118) estuvieron totalmente en desacuerdo de compartir datos de paquetes, 23 personas estuvieron algo de acuerdo y 4 Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Variable categórica 9:

313_home_deliveries

	frequency	percentage	cumulative_perc
313_home_deliveries			
Totalmente en desacuerdo	65	0.380117	0.380117
Algo en desacuerdo	39	0.228070	0.608187
Totalmente de acuerdo	36	0.210526	0.818713
Algo de acuerdo	21	0.122807	0.941520
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	0.058480	1.000000

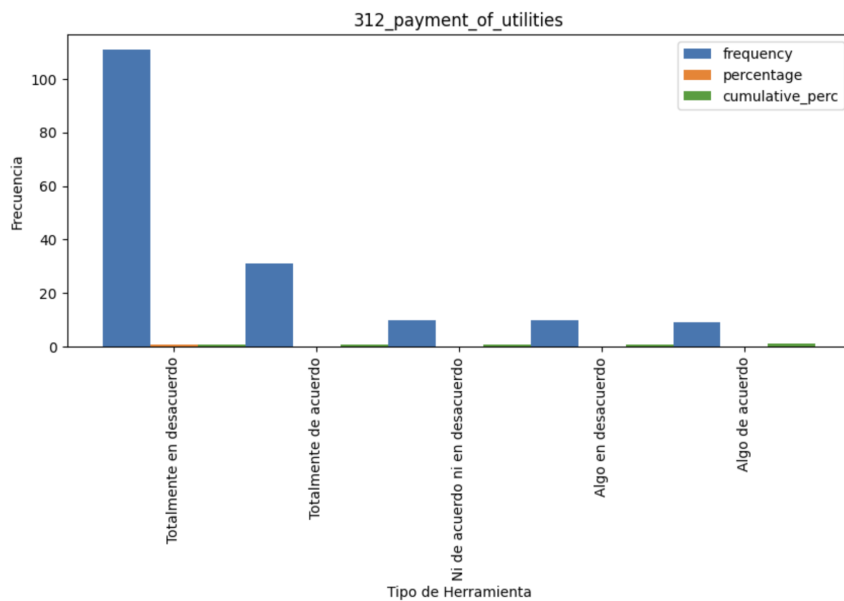


Analizando la tabla y la gráfica se puede ver que la mayoría de personas (65) estuvieron totalmente en desacuerdo de compartir datos de paquetes y 39 personas estuvieron algo de acuerdo.

Variable categórica 10:

312_payment_of_utilities

	frequency	percentage	cumulative_perc
312_payment_of_utilities			
Totalmente en desacuerdo	111	0.649123	0.649123
Totalmente de acuerdo	31	0.181287	0.830409
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	0.058480	0.888889
Algo en desacuerdo	10	0.058480	0.947368
Algo de acuerdo	9	0.052632	1.000000

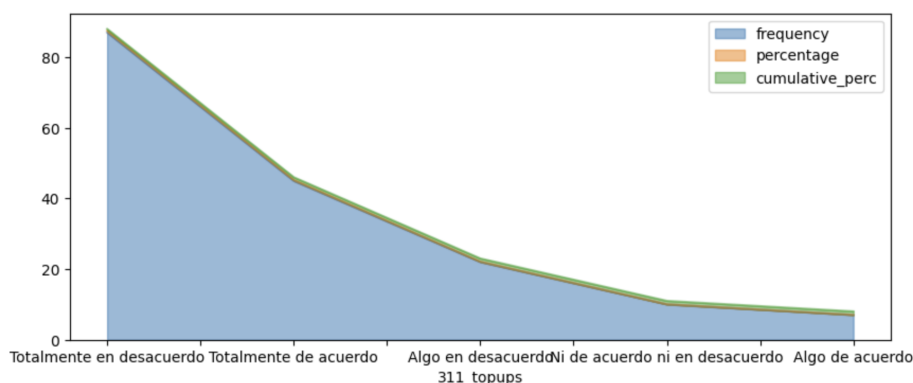


Observando la tabla y la gráfica se puede ver que la mayoría de personas (111) estuvieron totalmente en desacuerdo de compartir datos de utilidades, 31 personas estuvieron totalmente de acuerdo y 9 algo de acuerdo.

Variable categórica 11:

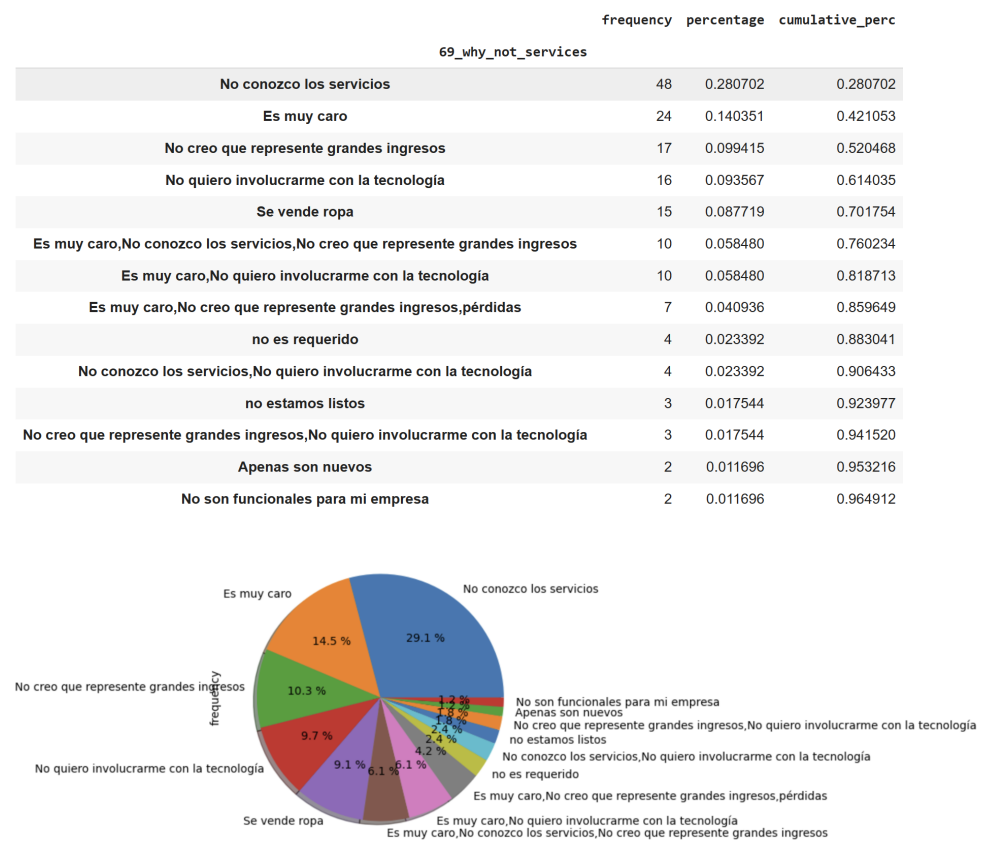
311_topups

	frequency	percentage	cumulative_perc
311_topups			
Totalmente en desacuerdo	87	0.508772	0.508772
Totalmente de acuerdo	45	0.263158	0.771930
Algo en desacuerdo	22	0.128655	0.900585
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	0.058480	0.959064
Algo de acuerdo	7	0.040936	1.000000



De acuerdo la tabla y la gráfica se puede observar como un poco más de la mitad(87 personas) estuvieron totalmente en desacuerdo en estar dispuestos a brindar datos de pagos adicionales, 45 estuvieron totalmente de acuerdo y 10 optaron por ni de acuerdo ni en desacuerdo.

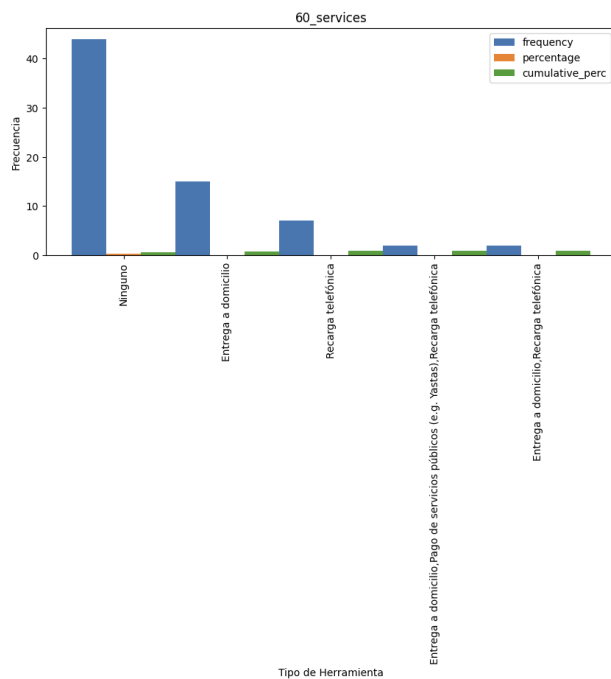
Variable categórica 12:
69_why_not_services



De acuerdo la tabla y la gráfica de pastel se puede observar como un poco más de un cuarto (29.1%) dijeron que no conocían los servicios y el 14.5 dijeron que es muy caro.

Variable categórica 13:
60_services

	frequency	percentage	cumulative_perc
60_services			
Ninguno	44	0.257310	0.571429
Entrega a domicilio	15	0.087719	0.766234
Recarga telefónica	7	0.040936	0.857143
Entrega a domicilio,Pago de servicios públicos (e.g. Yastas),Recarga telefónica	2	0.011696	0.883117
Entrega a domicilio,Recarga telefónica	2	0.011696	0.909091

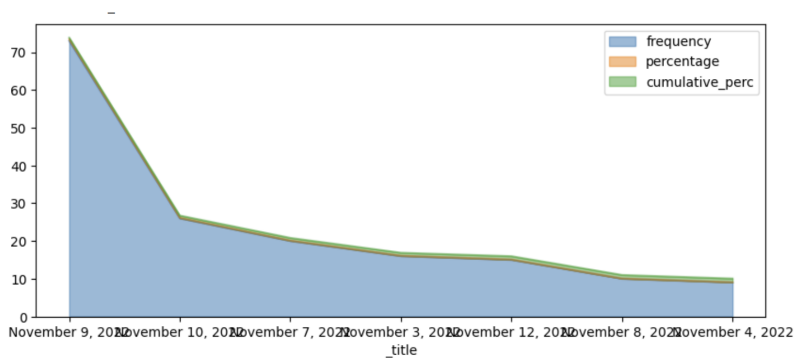


Según la tabla y la gráfica de servicios se puede observar como un poco más de cuarenta personas cuentan con ningún servicio, y 15 personas cuentan con entrega a domicilio.

Variable categórica 14:

_title

	frequency	percentage	cumulative_perc
_title			
November 9, 2022	73	0.426901	0.426901
November 10, 2022	26	0.152047	0.578947
November 7, 2022	20	0.116959	0.695906
November 3, 2022	16	0.093567	0.789474
November 12, 2022	15	0.087719	0.877193
November 8, 2022	10	0.058480	0.935673
November 4, 2022	9	0.052632	0.988304

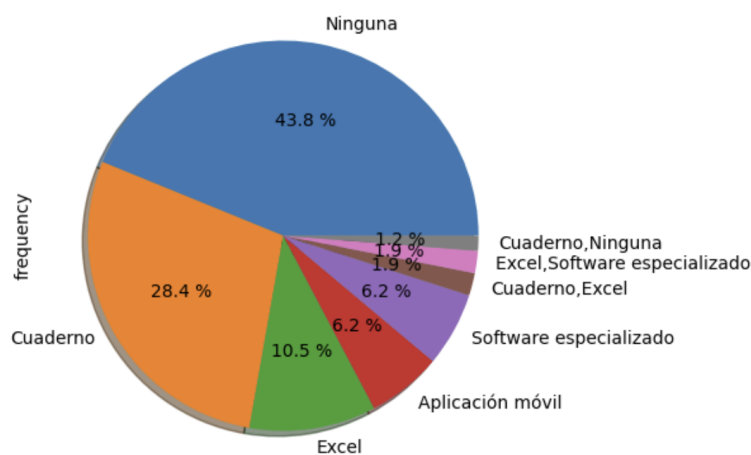


Se puede observar como la mayoría de personas contestaron la encuesta el 9 de Noviembre del 2022 y la minoría el día 4 del mismo mes.

Variable categórica 15:

193_sales_planning_tools

	frequency	percentage	cumulative_perc
193_sales_planning_tools			
Ninguna	71	0.415205	0.415205
Cuaderno	46	0.269006	0.684211
Excel	17	0.099415	0.783626
Aplicación móvil	10	0.058480	0.842105
Software especializado	10	0.058480	0.900585
Cuaderno,Excel	3	0.017544	0.918129
Excel,Software especializado	3	0.017544	0.935673
Cuaderno,Ninguna	2	0.011696	0.947368

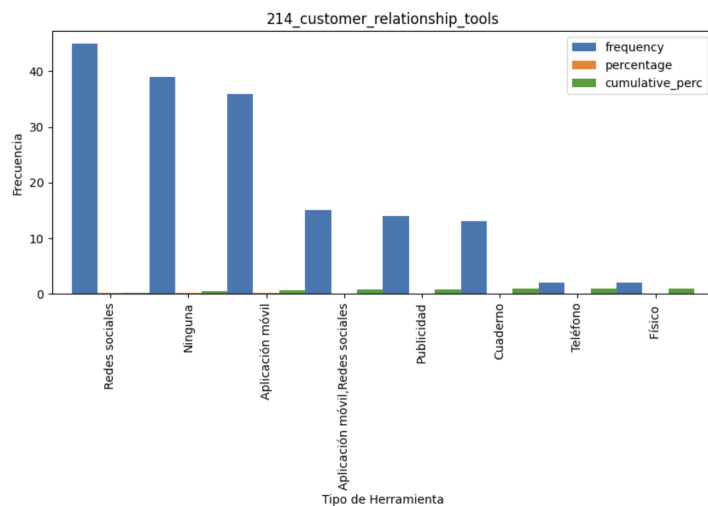


De acuerdo la tabla y la gráfica de pastel se puede observar como casi la mitad (43.8%) dijeron que usan ninguna de las herramientas de planeación y 28.4% dijo que usan libreta.

Variable categórica 16:

214_customer_relationship_tools

	frequency	percentage	cumulative_perc
214_customer_relationship_tools			
Redes sociales	45	0.263158	0.263158
Ninguna	39	0.228070	0.491228
Aplicación móvil	36	0.210526	0.701754
Aplicación móvil,Redes sociales	15	0.087719	0.789474
Publicidad	14	0.081871	0.871345
Cuaderno	13	0.076023	0.947368
Teléfono	2	0.011696	0.959064
Físico	2	0.011696	0.970760

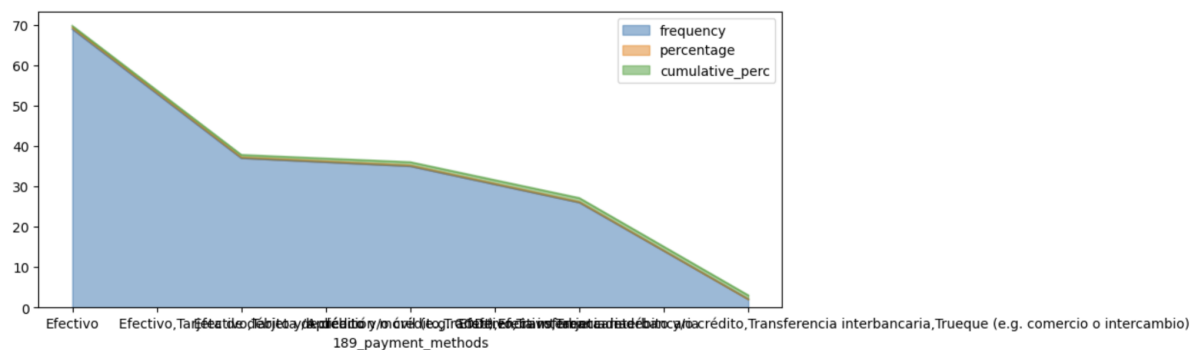


Se puede ver en el gráfico como la mayoría de los negocios ocupa redes sociales y en segundo lugar otros negocios no utilizan nada para contactarse con sus clientes.

Variable categórica 17:

189_payment_methods

	frequency	percentage	cumulative_perc
189_payment_methods			
Efectivo	69	0.403509	0.403509
Efectivo, Tarjeta de débito y/o crédito	37	0.216374	0.619883
Efectivo, Tarjeta de débito y/o crédito, Transferencia interbancaria	35	0.204678	0.824561
Efectivo, Transferencia interbancaria	26	0.152047	0.976608
Aplicación móvil (e.g. CODI), Efectivo, Tarjeta de débito y/o crédito, Transferencia interbancaria, Trueque (e.g. comercio o intercambio)	2	0.011696	0.988304

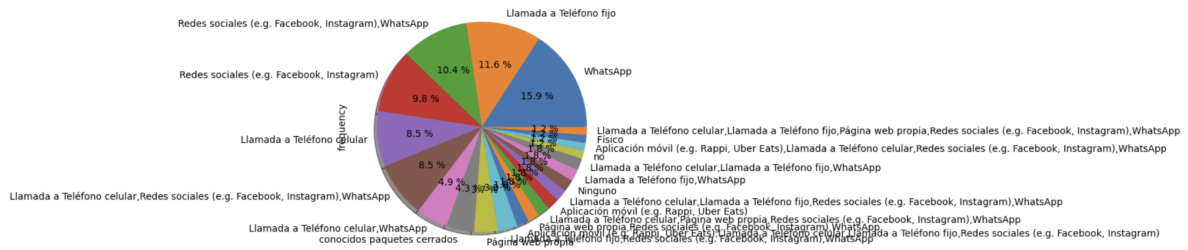


Analizando la tabla y la gráfica se puede observar como el método de pago que más utilizan los negocios es Efectivo, siguiendo Efectivo, Tarjeta de débito y/o crédito.

Variable categórica 18:

210_sales_channels

	frequency	percentage	cumulative_perc
210_sales_channels			
WhatsApp	26	0.152047	0.152047
Llamada a Teléfono fijo	19	0.111111	0.263158
Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	17	0.099415	0.362573
Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram)	16	0.093567	0.456140
Llamada a Teléfono celular	14	0.081871	0.538012
Llamada a Teléfono celular,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	14	0.081871	0.619883
Llamada a Teléfono celular,WhatsApp	8	0.046784	0.666667
conocidos paquetes cerrados	7	0.040936	0.707602
Página web propia	6	0.035088	0.742690
Llamada a Teléfono fijo,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	5	0.029240	0.771930
Aplicación móvil (e.g. Rappi, Uber Eats),Llamada a Teléfono celular,Llamada a Teléfono fijo,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram)	3	0.017544	0.789474
Página web propia,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	3	0.017544	0.807018
Llamada a Teléfono celular,Página web propia,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	3	0.017544	0.824561
Aplicación móvil (e.g. Rappi, Uber Eats)	3	0.017544	0.842105
Llamada a Teléfono celular,Llamada a Teléfono fijo,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	3	0.017544	0.859649
Ninguno	3	0.017544	0.877193
Llamada a Teléfono fijo,WhatsApp	3	0.017544	0.894737
Llamada a Teléfono celular,Llamada a Teléfono fijo,WhatsApp	3	0.017544	0.912281
no	2	0.011696	0.923977
Aplicación móvil (e.g. Rappi, Uber Eats),Llamada a Teléfono celular,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	2	0.011696	0.935673
Físico	2	0.011696	0.947368
Llamada a Teléfono celular,Llamada a Teléfono fijo,Página web propia,Redes sociales (e.g. Facebook, Instagram),WhatsApp	2	0.011696	0.959064

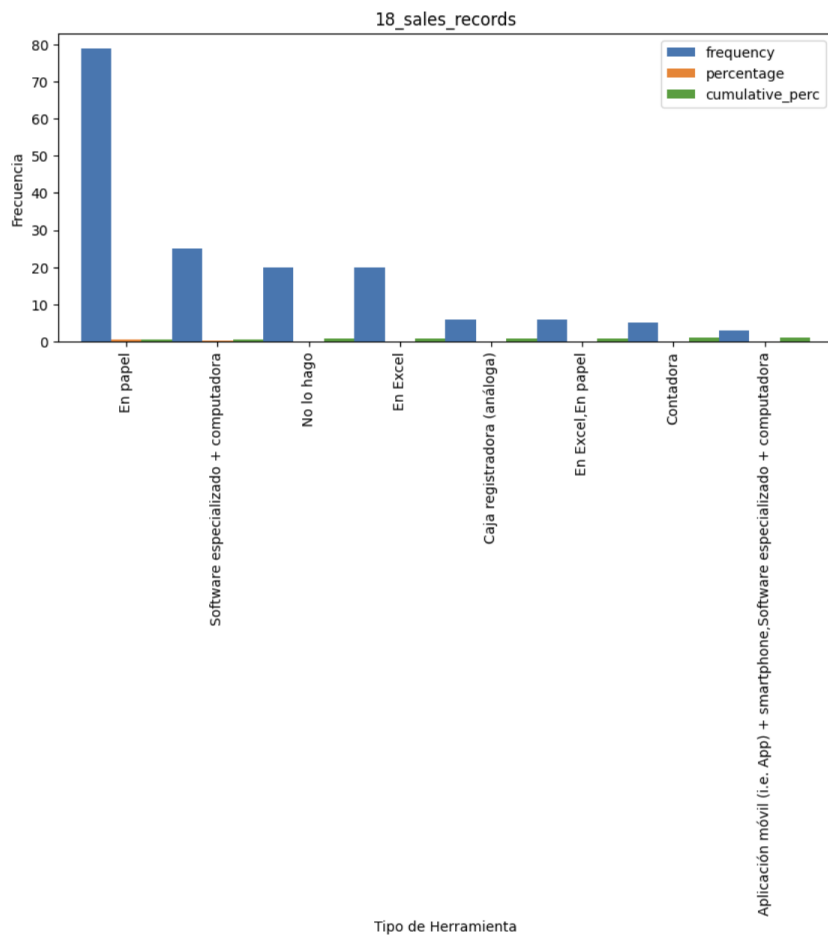


De acuerdo la tabla y la gráfica de pastel se puede observar como un poco más del 15% usan como canales de venta whatsapp, 11.6% llamadas a Teléfono fijo y un 10.4% utilizan redes sociales.

Variable categórica 19:

18_sales_records

	frequency	percentage	cumulative_perc
18_sales_records			
En papel	79	0.461988	0.461988
Software especializado + computadora	25	0.146199	0.608187
No lo hago	20	0.116959	0.725146
En Excel	20	0.116959	0.842105
Caja registradora (análoga)	6	0.035088	0.877193
En Excel,En papel	6	0.035088	0.912281
Contadora	5	0.029240	0.941520
Aplicación móvil (i.e. App) + smartphone,Software especializado + computadora	3	0.017544	0.959064

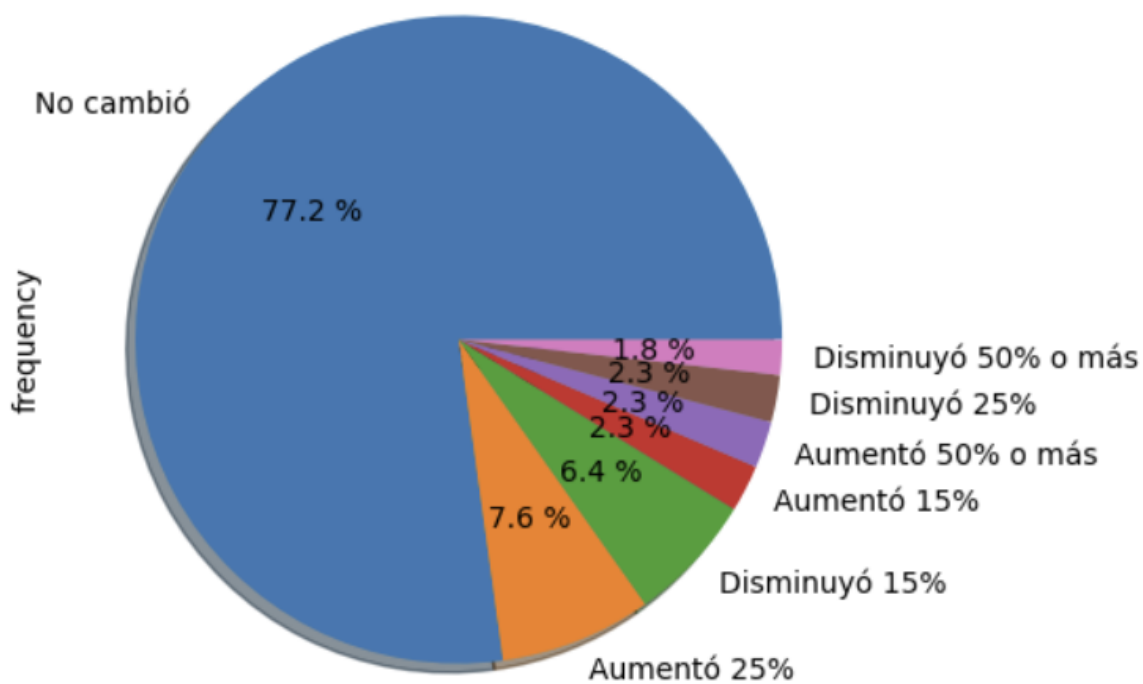


Prestando atención a la tabla y a la gráfica la mayoría de negocios llevan sus registros en papel(79) siguiéndoles uso de software especializado + computadora(25).

Variable categórica 20:

5_change_store_space_last_year

	frequency	percentage	cumulative_perc
5_change_store_space_last_year			
No cambió	132	0.771930	0.771930
Aumentó 25%	13	0.076023	0.847953
Disminuyó 15%	11	0.064327	0.912281
Aumentó 15%	4	0.023392	0.935673
Aumentó 50% o más	4	0.023392	0.959064
Disminuyó 25%	4	0.023392	0.982456
Disminuyó 50% o más	3	0.017544	1.000000



De acuerdo la tabla y la gráfica de pastel referentes a si cambió el espacio del local en el último año, se puede observar como un poco más de tres cuartos (77.2%) dijeron que no cambió y el 7.6% dijeron que aumentó un 25%.