

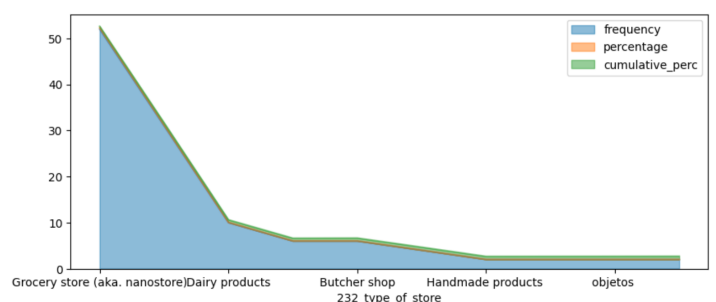
Reporte de Actividad 4 (Extracción de Características)

En esta actividad trabajé con el archivo de `microretailer_mit_lift_lab`, el cuál es a cerca sobre un estudio de varias tiendas, para ello como primer paso analice sus datos y que variables tenía, cuáles eran sus dtype y si contiene valores nulos, varias columnas tenían nulos por lo que tuve que analizar qué variables eliminar, cuáles cambiar (por los métodos de media, string, backwardfill y forwardfill). Posteriormente apliqué el método de Rango Intercuartílico para eliminar Outliers del dataframe ya que la distribución de los datos no necesariamente es normal y puede contener valores atípicos que afecten a la media y desviación estándar. El método del IQR es más robusto y se basa en la mediana y el rango intercuartílico para identificar los valores atípicos.

Por último extraje características a partir de aplicar un análisis univariado, a 20 variables categóricas las cuáles fueron las siguientes:

- VARIABLE 1 : 214_customer_relationship_tools**

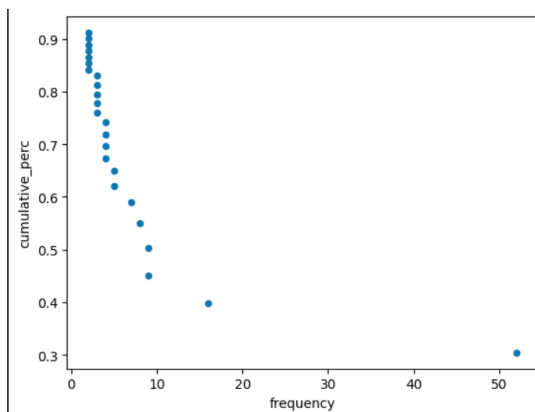
	frequency	percentage	cumulative_perc
232_type_of_store			
Grocery store (aka. nanostore)	52	0.304094	0.304094
Micro-restaurant (aka. fondita)	31	0.181287	0.485380
Dairy products	10	0.058480	0.543860
Cafeteria	6	0.035088	0.578947
Butcher shop	6	0.035088	0.614035
Produce (fruits & vegetables)	4	0.023392	0.637427
Handmade products	2	0.011696	0.649123
Papelería	2	0.011696	0.660819
objetos	2	0.011696	0.672515
Ferretería	2	0.011696	0.684211



El estudio parece ser que se realizó a dueños de tiendas y se encontró que la mayoría de las tiendas eran tiendas de abarrotes (52), seguidas de micro-restaurantes o fonditas (31). También se identificó que algunas tiendas se especializan en productos lácteos, cafeterías y carnicerías, mientras que menos tiendas se enfocan en productos frescos como frutas y verduras, y otros ofrecen productos hechos a mano, papelería y ferretería.

- VARIABLE 2 : 184_store_devices**

	frequency	percentage	cumulative_perc
184_store_devices			
Smartphone	52	0.304094	0.304094
Analog cash register	16	0.092597	0.396691
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer)	9	0.052632	0.449323
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer), Smartphone	9	0.052632	0.501955
Analog cash register, Smartphone	8	0.046794	0.548749
Security cameras, Smartphone	7	0.040956	0.589705
Dataphone (i.e. card payments), Security cameras, Smartphone	5	0.029240	0.618945
Security cameras	5	0.029240	0.648185
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer), Security cameras, Smartphone	4	0.023392	0.672515
Analog cash register, Security cameras	4	0.023392	0.695907
Analog cash register, Security cameras, Smartphone	4	0.023392	0.719299
Dataphone (i.e. card payments)	4	0.023392	0.742691
Dataphone (i.e. card payments), POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer), Smartphone	3	0.017544	0.760234
Dataphone (i.e. card payments), Security cameras	3	0.017544	0.777778
Analog cash register, POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer), Security cameras	3	0.017544	0.795322
Dataphone (i.e. card payments), Smartphone	3	0.017544	0.812866
Analog cash register, POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer), Security cameras, Smartphone	3	0.017544	0.830409
Dataphone (i.e. card payments), POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer), Security cameras	2	0.011696	0.842105
None	2	0.011696	0.853801
POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer), Security cameras	2	0.011696	0.865497
Analog cash register, Dataphone (i.e. card payments), Security cameras, Smartphone	2	0.011696	0.877193
Analog cash register, Dataphone (i.e. card payments), Security cameras	2	0.011696	0.888889
Analog cash register, Dataphone (i.e. card payments)	2	0.011696	0.900585
Dataphone (i.e. card payments), POS system (i.e. computer + bar code scanner + printer)	2	0.011696	0.912281

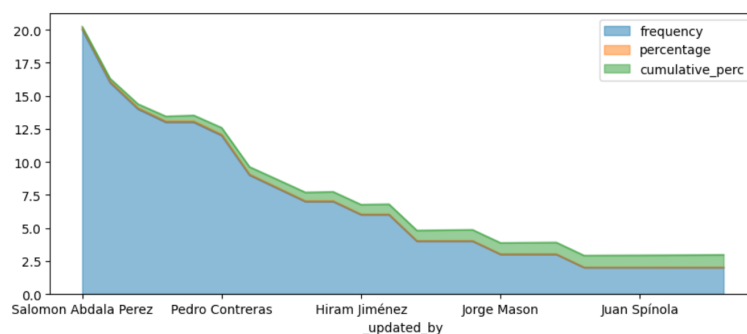


La tabla presenta los dispositivos utilizados por los dueños de tiendas. Los hallazgos indican que:

- ❖ El 30,4% de los dueños de tiendas utiliza solo smartphones para su negocio.
- ❖ El 9,4% de los dueños de tiendas utiliza solo una registradora analógica.
- ❖ El 5,3% de los dueños de tiendas utiliza un sistema POS que incluye una computadora, escáner de códigos de barras e impresora.
- ❖ El 5,2% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de sistema POS y smartphones.
- ❖ El 4,4% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de registradora analógica y smartphones.
- ❖ Las cámaras de seguridad son utilizadas por el 4% de los dueños de tiendas.
- ❖ El 2,7% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de datáfono, cámaras de seguridad y smartphones.
- ❖ El 2,7% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de datáfono y cámaras de seguridad.
- ❖ El 2,2% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de registradora analógica y cámaras de seguridad.
- ❖ El 2,2% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de registradora analógica, cámaras de seguridad y smartphones.
- ❖ El 1,9% de los dueños de tiendas utiliza solo datáfono para su negocio.
- ❖ El 1,6% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de datáfono, sistema POS y smartphones.
- ❖ El 1,6% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de registradora analógica, sistema POS y cámaras de seguridad.
- ❖ El 1,6% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de datáfono y smartphones.
- ❖ El 1,6% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de registradora analógica, sistema POS, cámaras de seguridad y smartphones.
- ❖ El 1,1% de los dueños de tiendas utiliza una combinación de datáfono, sistema POS y cámaras de seguridad.
- ❖ El 1,1% de los dueños de tiendas no utiliza ningún dispositivo para su negocio.

● VARIABLE 3 : _updated_by

_updated_by	frequency	percentage	cumulative_perc
Salomon Abdala Perez	20	0.116959	0.116959
Ángel Francisco Altamirano Campos	16	0.093567	0.210526
José Zapata	14	0.081871	0.292398
Emilio Garza	13	0.076023	0.368421
Benjamin Barbosa	13	0.076023	0.444444
Pedro Contreras	12	0.070175	0.514620
Eduardo Zárate	9	0.052632	0.567251
Alejandro Matias	8	0.046784	0.614035
Harry Hernández	7	0.040936	0.654971
Francisco Adán	7	0.040936	0.695906
Hiram Jiménez	6	0.035088	0.730994
Ismael López	6	0.035088	0.766082
Mauro Munguía	4	0.023392	0.789474
Alan Bravo	4	0.023392	0.812865
Sandra Carreón	4	0.023392	0.836257
Jorge Mason	3	0.017544	0.853801
Jesús Herrera	3	0.017544	0.871345
Ricardo Gallindo Bulo	3	0.017544	0.888889
Yael Loeza	2	0.011696	0.900585
Manuel Flores	2	0.011696	0.912281
Juan Spínola	2	0.011696	0.923977
Axel Mendoza	2	0.011696	0.935673
Irvin Vázquez Figueroa	2	0.011696	0.947368
Sebastian Salem Barranco Olivera	2	0.011696	0.959064



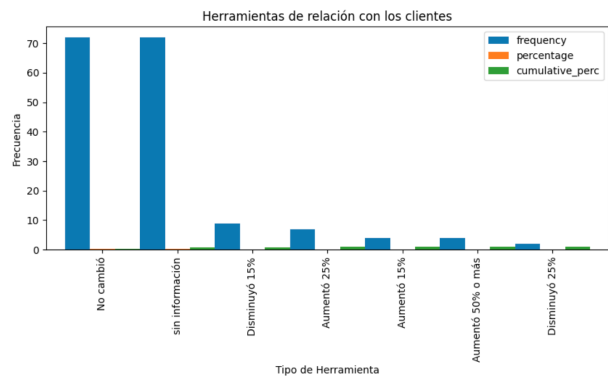
En la tabla se presenta la frecuencia de actualizaciones realizadas por diferentes usuarios en un sistema. Se observa que:

- ❖ El usuario Salomon Abdala Perez es el que ha realizado más actualizaciones, con un total de 20.
- ❖ El 21.05% de las actualizaciones han sido realizadas por los tres usuarios con mayor frecuencia: Salomon Abdala Perez, Ángel Francisco Altamirano Campos y José Zapata.

- ❖ El 44.44% de las actualizaciones han sido realizadas por los cinco usuarios con mayor frecuencia: Salomon Abdala Perez, Ángel Francisco Altamirano Campos, José Zapata, Emilio Garza y Benjamin Barbosa.
- ❖ El 52.76% de las actualizaciones han sido realizadas por los seis usuarios con mayor frecuencia: Salomon Abdala Perez, Ángel Francisco Altamirano Campos, José Zapata, Emilio Garza, Benjamin Barbosa y Pedro Contreras.
- ❖ El 11.7% de los usuarios han realizado dos actualizaciones cada uno.
- ❖ En resumen, la mayoría de las actualizaciones han sido realizadas por un pequeño grupo de usuarios, siendo Salomon Abdala Perez el que ha realizado la mayor cantidad.

● VARIABLE 4 : 5_change_store_space_last_year

5_change_store_space_last_year	frequency	percentage	cumulative_perc
No cambió	72	0.421053	0.421053
sin información	72	0.421053	0.842105
Disminuyó 15%	9	0.052632	0.894737
Aumentó 25%	7	0.040936	0.935673
Aumentó 15%	4	0.023392	0.959064
Aumentó 50% o más	4	0.023392	0.982456
Disminuyó 25%	2	0.011696	0.994152

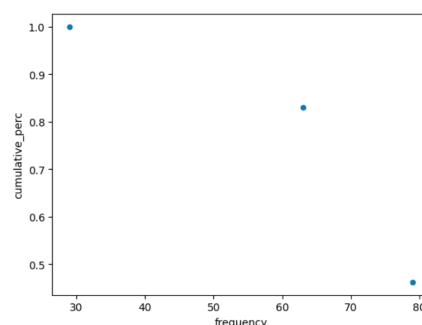


En la encuesta a los dueños de las tiendas, se les preguntó si habían realizado cambios en el espacio de su tienda en el último año. De los encuestados:

- ❖ El 42.11% indicó que no había realizado cambios.
- ❖ El 42.11% no proporcionó información sobre los cambios realizados.
- ❖ El 9.47% disminuyó el espacio de su tienda en un 15%.
- ❖ El 4.09% aumentó el espacio de su tienda en un 25%.
- ❖ El 2.34% aumentó el espacio de su tienda en un 15%.
- ❖ El 2.34% aumentó el espacio de su tienda en un 50% o más.
- ❖ El 1.17% disminuyó el espacio de su tienda en un 25%.
- ❖ Es importante destacar que el 42.11% de los encuestados no proporcionó información, lo que puede limitar la interpretación de los resultados. Sin embargo, se observa que la mayoría de los dueños de tiendas no han realizado cambios en el espacio de su tienda en el último año.

● VARIABLE 5 : 20_reviews_finances_monthly

20_reviews_finances_monthly	frequency	percentage	cumulative_perc
yes	79	0.461988	0.461988
sin información	63	0.368421	0.830409
no	29	0.169591	1.000000

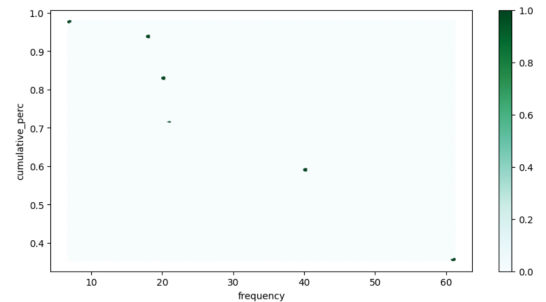


De los dueños de tiendas encuestados. Los hallazgos son:

- ❖ El 46.2% realiza revisiones financieras mensuales.
- ❖ El 36.8% no proporcionó información al respecto.
- ❖ El 17% no realiza revisiones financieras mensuales.

● VARIABLE 6 : 49_inventory_records

	frequency	percentage	cumulative_perc
49_inventory_records			
sin información	61	0.356725	0.356725
En papel	40	0.233918	0.590643
Software especializado + computadora	21	0.122807	0.713450
En Excel	20	0.116959	0.830409
No lo hago	18	0.105263	0.935673
En Excel,En papel	7	0.040936	0.976608

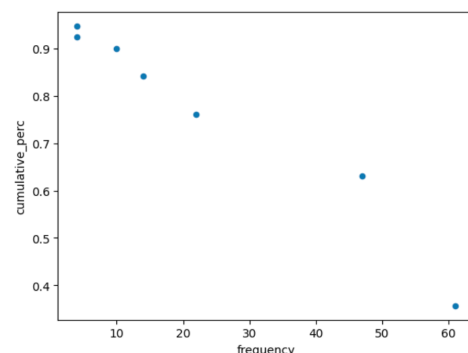


La tabla muestra los resultados de una encuesta realizada a los dueños de tiendas sobre cómo llevan registro de su inventario. Los hallazgos son:

- ❖ Un 35.7% de los encuestados no proporcionaron información sobre cómo llevan registro de su inventario.
- ❖ Un 23.4% de los encuestados llevan registro de su inventario en papel.
- ❖ Un 12.3% de los encuestados utilizan software especializado y una computadora para llevar registro de su inventario.
- ❖ Un 11.7% de los encuestados utilizan Excel para llevar registro de su inventario.
- ❖ Un 10.5% de los encuestados no llevan registro de su inventario.
- ❖ Un 4.1% de los encuestados utilizan tanto Excel como papel para llevar registro de su inventario.
- ❖ En general, una minoría de los encuestados utilizan software especializado o herramientas digitales para llevar registro de su inventario, mientras que la mayoría lo hacen en papel o no proporcionaron información al respecto.

● VARIABLE 7 : 18_sales_records

	frequency	percentage	cumulative_perc
18_sales_records			
sin información	61	0.356725	0.356725
En papel	47	0.274854	0.631579
Software especializado + computadora	22	0.128655	0.760234
No lo hago	14	0.081871	0.842105
En Excel	10	0.058480	0.900585
Caja registradora (análoga)	4	0.023392	0.923977
En Excel,En papel	4	0.023392	0.947368



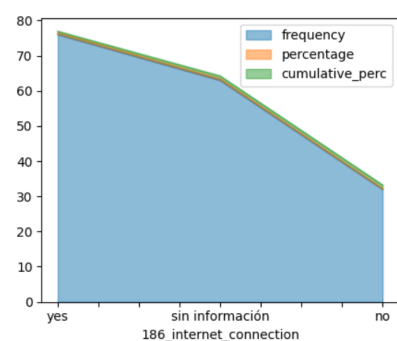
La tabla muestra los resultados de una encuesta realizada a los dueños de tiendas sobre cómo llevan registro de sus ventas. Los hallazgos son:

- ❖ Un 35.7% de los encuestados no proporcionaron información sobre cómo llevan registro de sus ventas.
- ❖ Un 27.5% de los encuestados llevan registro de sus ventas en papel.

- ❖ Un 12.9% de los encuestados utilizan software especializado y una computadora para llevar registro de sus ventas.
- ❖ Un 8.2% de los encuestados no llevan registro de sus ventas.
- ❖ Un 5.8% de los encuestados utilizan Excel para llevar registro de sus ventas.
- ❖ Un 2.3% de los encuestados utilizan una caja registradora análoga.
- ❖ Un 2.3% de los encuestados utilizan tanto Excel como papel para llevar registro de sus ventas.
- ❖ En general, una minoría de los encuestados utilizan software especializado o herramientas digitales para llevar registro de sus ventas, mientras que la mayoría lo hacen en papel o no proporcionaron información al respecto.

● VARIABLE 8 : 186_internet_connection

	frequency	percentage	cumulative_perc
186_internet_connection			
yes	76	0.444444	0.444444
sin información	63	0.368421	0.812865
no	32	0.187135	1.000000

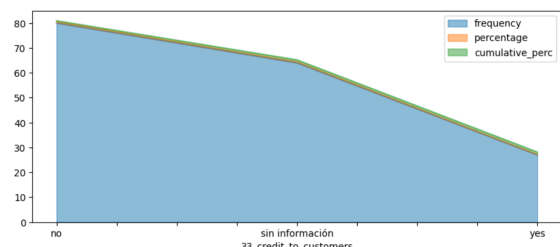


La tabla muestra los resultados de una encuesta realizada a los dueños de tiendas sobre si tienen conexión a Internet en su negocio. Los hallazgos son:

- ❖ Un 44.4% de los encuestados tienen conexión a Internet en su negocio.
- ❖ Un 36.8% de los encuestados no proporcionaron información sobre si tienen conexión a Internet en su negocio.
- ❖ Un 18.7% de los encuestados no tienen conexión a Internet en su negocio.
- ❖ En general, casi la mitad de los encuestados tienen conexión a Internet en su negocio, mientras que una minoría no tienen conexión y un porcentaje significativo no proporcionó información sobre su conexión a Internet.

● VARIABLE 9 : 33_credit_to_customers

	frequency	percentage	cumulative_perc
33_credit_to_customers			
no	80	0.467836	0.467836
sin información	64	0.374269	0.842105
yes	27	0.157895	1.000000



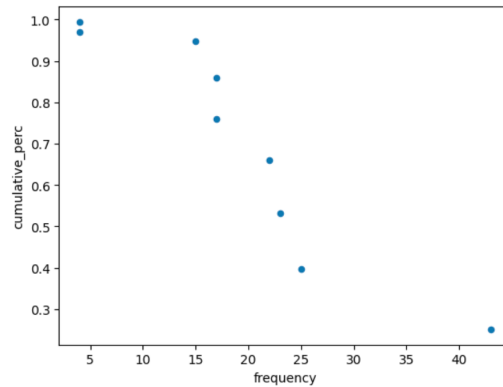
La tabla muestra los resultados de una encuesta realizada a los dueños de tiendas sobre si ofrecen crédito a sus clientes. Los hallazgos son:

- ❖ Un 46.8% de los encuestados no ofrecen crédito a sus clientes.
- ❖ Un 37.4% de los encuestados no proporcionaron información sobre si ofrecen crédito a sus clientes.
- ❖ Un 15.7% de los encuestados ofrecen crédito a sus clientes.

- ❖ En general, la mayoría de los encuestados no ofrecen crédito a sus clientes, mientras que una minoría ofrece crédito y un porcentaje significativo no proporcionó información sobre si ofrecen crédito o no.

● VARIABLE 10 : 38_average_margin_profits

	frequency	percentage	cumulative_perc
38_average_margin_profits			
10%	43	0.251462	0.251462
20%	25	0.146199	0.397661
50% +	23	0.134503	0.532164
5%	22	0.128655	0.660819
30%	17	0.099415	0.760234
40%	17	0.099415	0.859649
15%	15	0.087719	0.947368
35%	4	0.023392	0.970760
25%	4	0.023392	0.994152

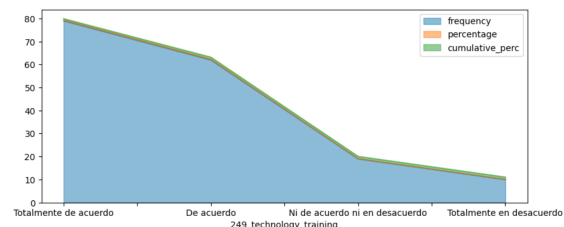


La tabla muestra los resultados de una encuesta realizada a los dueños de tiendas sobre sus márgenes de beneficio promedio. Los hallazgos son:

- ❖ Un 25.1% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 10%.
- ❖ Un 14.6% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 20%.
- ❖ Un 13.4% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 50% o más.
- ❖ Un 12.9% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 5%.
- ❖ Un 9.9% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 30%.
- ❖ Un 9.9% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 40%.
- ❖ Un 8.8% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 15%.
- ❖ Un 2.3% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 35%.
- ❖ Un 2.3% de los encuestados reportaron un margen de beneficio del 25%.
- ❖ En general, la mayoría de los encuestados reportaron márgenes de beneficio del 10% al 50%, mientras que una minoría reportó márgenes de beneficio superiores al 50% o inferiores al 5%.

● VARIABLE 11 : 249_technology_training

	frequency	percentage	cumulative_perc
249_technology_training			
Totalmente de acuerdo	79	0.461988	0.461988
De acuerdo	62	0.362573	0.824561
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	0.111111	0.935673
Totalmente en desacuerdo	10	0.058480	0.994152



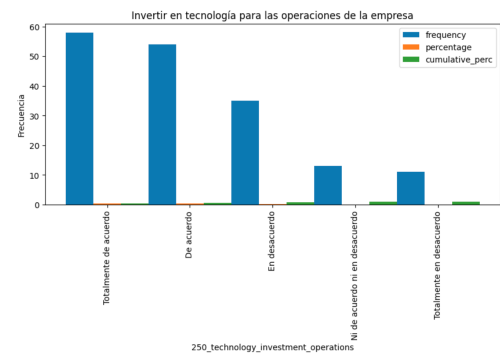
La tabla muestra los resultados de una encuesta realizada a los dueños de tiendas sobre su acuerdo con el entrenamiento en tecnología. Los hallazgos son:

- ❖ Un 46.2% de los encuestados están totalmente de acuerdo con el entrenamiento en tecnología.
- ❖ Un 36.3% de los encuestados están de acuerdo con el entrenamiento en tecnología.
- ❖ Un 11.1% de los encuestados ni están de acuerdo ni en desacuerdo con el entrenamiento en tecnología.

- ❖ Un 5.8% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con el entrenamiento en tecnología.
- ❖ En general, la mayoría de los encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo con el entrenamiento en tecnología, mientras que una minoría está en desacuerdo o ni está de acuerdo ni en desacuerdo.

● VARIABLE 12 : 250_technology_investment_operations

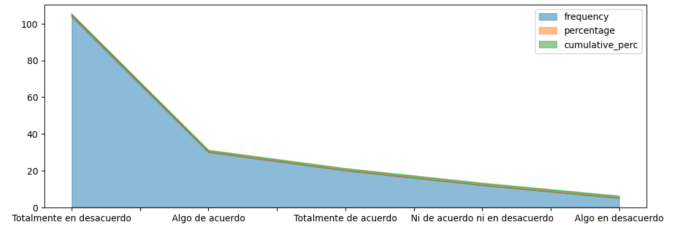
	frequency	percentage	cumulative_perc
250_technology_investment_operations			
Totalmente de acuerdo	58	0.339181	0.339181
De acuerdo	54	0.315789	0.654971
En desacuerdo	35	0.204678	0.859649
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	0.076023	0.935673
Totalmente en desacuerdo	11	0.064327	1.000000



Para la pregunta sobre la inversión en tecnología en operaciones, el 65% de los dueños de tiendas están de acuerdo o totalmente de acuerdo en invertir en tecnología. Sin embargo, un 20% están en desacuerdo y un 6% están totalmente en desacuerdo. Solo el 8% de los dueños de tiendas no tienen una opinión clara sobre la inversión en tecnología en operaciones.

● VARIABLE 13 : 312_payment_of_utilities

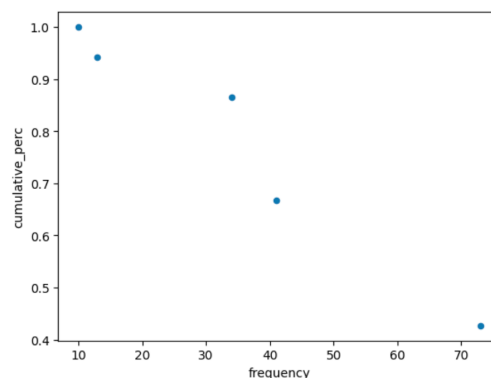
	frequency	percentage	cumulative_perc
312_payment_of_utilities			
Totalmente en desacuerdo	104	0.608187	0.608187
Algo de acuerdo	30	0.175439	0.783626
Totalmente de acuerdo	20	0.116959	0.900585
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	0.070175	0.970760
Algo en desacuerdo	5	0.029240	1.000000



De acuerdo a la tabla, podemos concluir que la mayoría de los dueños de las tiendas encuestados están en total desacuerdo con el pago de reparto de utilidades. Solo un pequeño porcentaje está de acuerdo o algo de acuerdo con el pago de reparto de utilidades. Además, se observa que un porcentaje significativo de los encuestados no tiene una opinión clara sobre este tema.

● VARIABLE 14 : 313_home_deliveries

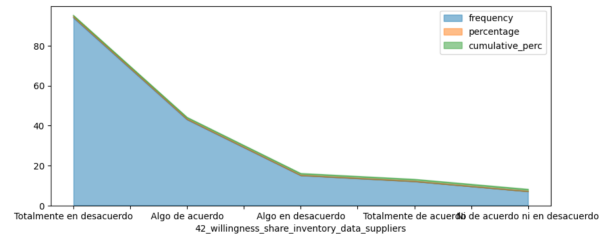
	frequency	percentage	cumulative_perc
313_home_deliveries			
Totalmente en desacuerdo	73	0.426901	0.426901
Algo de acuerdo	41	0.239766	0.666667
Totalmente de acuerdo	34	0.198830	0.865497
Algo en desacuerdo	13	0.076023	0.941520
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	0.058480	1.000000



De la tabla se puede observar que en general, los dueños de las tiendas encuestados tienen una buena disposición hacia las entregas a domicilio, con un 63.4% de respuestas en los niveles de acuerdo. Además, el 42.7% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con la afirmación "no estoy interesado en ofrecer entregas a domicilio".

● VARIABLE 15 : 42_willingness_share_inventory_data_suppliers

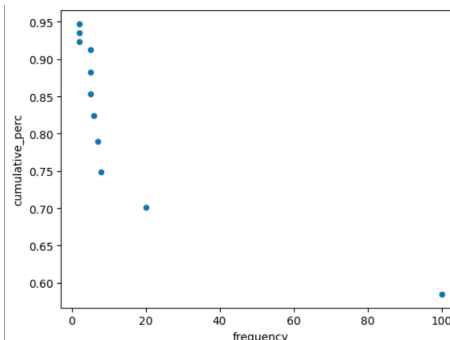
	frequency	percentage	cumulative_perc
42_willingness_share_inventory_data_suppliers			
Totalmente en desacuerdo	94	0.549708	0.549708
Algo de acuerdo	43	0.251462	0.801170
Algo en desacuerdo	15	0.087719	0.888889
Totalmente de acuerdo	12	0.070175	0.959064
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	0.040936	1.000000



De la tabla se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con compartir los datos de sus proveedores o su inventario, representando el 54.97% y el 8.77% respectivamente. Por otro lado, se encuentra que un 25.15% de los encuestados están algo de acuerdo con compartir esta información y un 7.02% están totalmente de acuerdo. Además, hay un 4.09% de los encuestados que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la idea de compartir datos de sus proveedores o inventario.

● VARIABLE 16 : 185_place_orders_suppliers

	frequency	percentage	cumulative_perc
185_place_orders_suppliers			
sin información	100	0.584795	0.584795
En persona	20	0.116959	0.701754
Mensajería instantánea (e.g. WhatsApp)	8	0.046784	0.748538
En persona,Llamada telefónica,Mensajería instantánea (e.g. WhatsApp)	7	0.040936	0.789474
Llamada telefónica	6	0.035088	0.824561
En persona,Mensajería instantánea (e.g. WhatsApp)	5	0.029240	0.853801
Página web del proveedor	5	0.029240	0.883041
En persona,Llamada telefónica	5	0.029240	0.912281
Mensaje de texto (SMS),Mensajería instantánea (e.g. WhatsApp)	2	0.011696	0.923977
En persona,Página web del proveedor	2	0.011696	0.935673
Mensaje de texto (SMS)	2	0.011696	0.947368

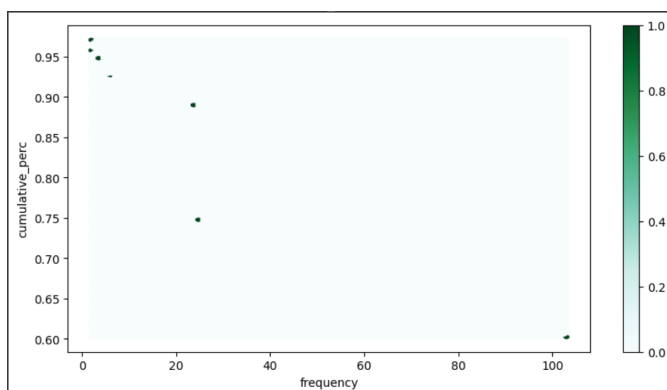


Esta tabla proporciona información sobre las formas en que las personas encuestadas realizan pedidos a sus proveedores.

- ❖ La mayoría de las personas encuestadas (58.48%) no proporcionaron información sobre cómo realizan sus pedidos a los proveedores.
- ❖ Entre las personas que proporcionaron información, la forma más común de realizar pedidos a los proveedores es en persona (11.7%).
- ❖ Otras formas de realizar pedidos incluyen el uso de mensajería instantánea, llamadas telefónicas y la página web del proveedor.
- ❖ Algunas personas utilizan combinaciones de diferentes formas de realizar pedidos, como en persona y mediante llamadas telefónicas o mensajería instantánea.

● VARIABLE 17 : 192_procurement_planning_tools

	frequency	percentage	cumulative_perc
192_procurement_planning_tools			
sin información	103	0.602339	0.602339
Cuaderno	25	0.146199	0.748538
Ninguna	24	0.140351	0.888889
Excel	6	0.035088	0.923977
Software especializado	4	0.023392	0.947368
Aplicación móvil,Cuaderno	2	0.011696	0.959064
Cuaderno,Excel	2	0.011696	0.970760

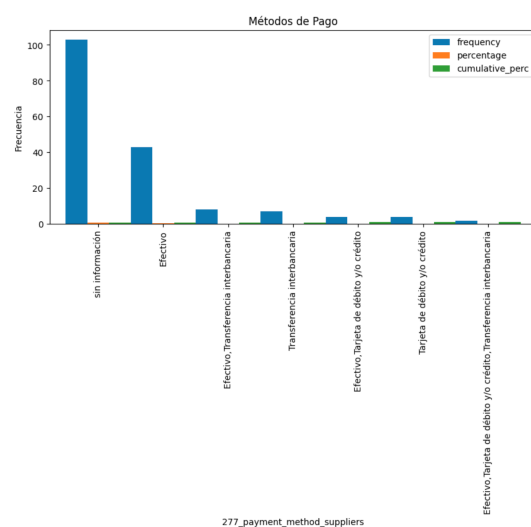


Esta tabla proporciona información sobre las herramientas de planificación que utilizan las personas con tiendas encuestadas para planificar sus adquisiciones.

- ❖ La mayoría de las personas encuestadas (60.23%) no proporcionaron información sobre las herramientas de planificación de adquisiciones que utilizan.
- ❖ Entre las personas que proporcionaron información, la mayoría (14.62%) dijo que utiliza un cuaderno para planificar las adquisiciones.
- ❖ Un pequeño porcentaje de personas informó que utilizan otros tipos de herramientas de planificación, como Excel (3.51%), software especializado (2.34%), o una combinación de herramientas, como aplicaciones móviles y cuadernos o cuadernos y Excel.

● VARIABLE 18 : 277_payment_method_suppliers

	frequency	percentage	cumulative_perc
277_payment_method_suppliers			
sin información	103	0.602339	0.602339
Efectivo	43	0.251462	0.853801
Efectivo,Transferencia interbancaria	8	0.046784	0.900585
Transferencia interbancaria	7	0.040936	0.941520
Efectivo,Tarjeta de débito y/o crédito	4	0.023392	0.964912
Tarjeta de débito y/o crédito	4	0.023392	0.988304
Efectivo,Tarjeta de débito y/o crédito,Transferencia interbancaria	2	0.011696	1.000000

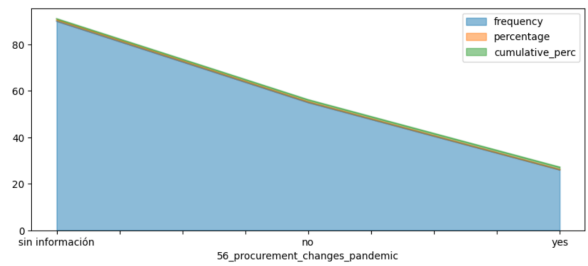


Esta tabla proporciona información sobre los métodos de pago que utilizan las personas encuestadas con sus proveedores.

- ❖ La mayoría de las personas encuestadas (60.23%) no proporcionaron información sobre el método de pago que utilizan con sus proveedores.
- ❖ Entre las personas que sí proporcionaron información, la mayoría (25.15%) dijo que utiliza efectivo como método de pago con sus proveedores.
- ❖ Un pequeño porcentaje de personas informó que utilizan otros métodos de pago, como transferencia interbancaria (4.09%), tarjeta de débito y/o crédito (2.34%), o una combinación de efectivo, transferencia interbancaria y tarjeta de débito y/o crédito (1.17%).

● **VARIABLE 19 : 56_procurement_changes_pandemic**

	frequency	percentage	cumulative_perc
56_procurement_changes_pandemic			
sin información	90	0.526316	0.526316
no	55	0.321637	0.847953
yes	26	0.152047	1.000000

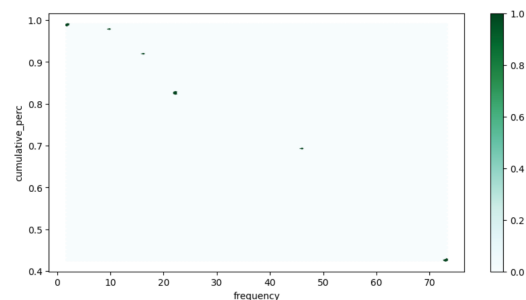


Esta tabla proporciona información sobre la percepción de los cambios en la adquisición de bienes y servicios (en este caso de las tiendas) durante la pandemia de COVID-19

- ❖ Más de la mitad de las personas encuestadas (52.63%) no proporcionaron información sobre si hubo cambios en la adquisición de bienes y servicios durante la pandemia.
- ❖ De las personas que sí proporcionaron información, la mayoría (32.16%) informó que no hubo cambios en la adquisición de bienes y servicios durante la pandemia.
- ❖ Un pequeño porcentaje de personas (15.20%) informó que sí hubo cambios en la adquisición de bienes y servicios durante la pandemia.
- ❖ Es importante tener en cuenta que un gran porcentaje de personas (52.63%) no proporcionó información sobre los cambios en la adquisición de bienes y servicios, lo que puede limitar la interpretación de los resultados.

● **VARIABLE 20 : 157_frequency_organize_shelves**

	frequency	percentage	cumulative_perc
157_frequency_organize_shelves			
Semanalmente	73	0.426901	0.426901
Diariamente	46	0.269006	0.695906
Mensualmente	22	0.128655	0.824561
Nunca	16	0.093567	0.918129
Quincenalmente	10	0.058480	0.976608
Anualmente	2	0.011696	0.988304



La mayoría de los encuestados, que son dueños de tiendas, organizan las estanterías semanalmente (42.7%) o diariamente (26.9%). Una proporción significativa de ellos (12.9%) lo hace mensualmente, mientras que un número menor nunca lo hace (9.4%). Un pequeño porcentaje de ellos (5.8%) lo hace quincenalmente y solo el 1.2% lo hace anualmente.