Para empezar, considero que fue un poco difícil encontrar información dentro del df debido a que había muchos datos vacíos. Asumo que esto es debido a que no todos los encuestados tuvieron que responder las mismas preguntas. A pesar de la condición de la base de datos creo que gracias al análisis univariado pude visualizar una mayoría de las preguntas tal y como lo esperaba. En este caso, quizás no todas eran adecuadas para aplicárseles gráficas de dispersión o de área, pero todas se podían visualizar de manera correcta con una de barras o de pastel.

Las conclusiones que encuentro dentro de las columnas que analicé son las siguientes:

* Una mayoría de los encuestados son empresas MiPYMes, que no tienen gran adopción por tecnología ni softwares emergentes
* Una mayoría no tiene canales de mercadotecnia ni ningún medio de comunicación con los clientes
* Una mayoría registró no haber tenido crecimiento en el año anterior y consecuentemente es una mayoría quien no ha podido subir los sueldos de sus empleados
* Son muy pocos los encuestados que tienen distintos métodos de pago, entre ellos por algún canal de e-commerce o venta a crédito
* Una parte significativa no paga impuestos adecuadamente, no llevan sus ventas en sistemas establecidos ni tienen una herramienta para ERP.

Creo que desde la primera pregunta graficada se podía observar claramente que los encuestados eran pequeñas empresas. Más que criticar, creo que es importante entender el contexto en el que estas empresas se desarrollan y entender con qué herramientas se les puede ayudar. Sistemas sobre complicados como ERP’s podrían perjudicar la manera en la que la mayoría de los negocios funcionan, pero establecer canales de contacto con los clientes a través de medios más accesibles como WhatsApp podría ayudarlos a crecer y con el paso del tiempo incluso motivarlos a utilizar plataformas de e-commerce como Rappi para expandir su alcance actual.