

REPUBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO PARA LA
PELUQUERÍA “JELMY’S” DE LA CIUDAD DEL TENA EN LA
PROVINCIA DE NAPO.**

Informe Técnico del Examen de carácter complejo práctico, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración.

AUTOR: Shiguango Alvarado Yajaira Gricelda

TUTOR: Tnlgo. Klever Gonzalo Ocampo Urbina

Fecha: Tena 19 de enero de 2024

Tena - Ecuador

2023 - IIS

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 2. ANÁLISIS | 3 |
| 2.1. Metodología..... | 3 |
| 2.2. Línea de Investigación..... | 3 |
| 2.2.1. Sub línea de investigación | 3 |
| 2.3. Delimitación | 3 |
| 2.2.3. Delimitación temporal | 3 |
| 2.4. Beneficiarios..... | 4 |
| 2.4.1 Directos | 4 |
| 2.4.2 Indirectos | 4 |
| 2.5. Tipos de investigación..... | 4 |
| 2.5.1. Investigación Descriptiva | 5 |
| 2.5.2. Investigación de Campo | 5 |
| 2.5.3. Investigación Bibliográfica | 6 |
| 2.5.4. Enfoque | 6 |
| 2.5.4.1 Enfoque Cualitativo..... | 6 |
| 2.6. Metodología por objetivo | 7 |
| 2.6.1 Objetivo 1. Analizar la situación actual de la empresa JELMY´S realizando levantamiento de información de los servicios que ofrece..... | 7 |
| 2.6.1.1 Entrevista | 7 |
| 2.6.1.2 Encuesta | 8 |
| 2.6.1.3. Población y Muestra | 9 |
| 2.6.1.4 FODA | 10 |
| 2.6.2 Objetivo 2. Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo electrónico para la Peluquería "JELMY´S"..... | 11 |
| 2.6.2.1 Catalogo Digital | 11 |
| 2.6.2.2 Cuadro comparativo | 12 |
| 2.6.3 Objetivo 3. Implementar un catálogo en línea de la peluquería ´´JELMY´S´´ de la ciudad del Tena. | 12 |
| 3. PROPUESTA..... | 13 |
| 3.1 Resultado Objetivo 1. Analizar la situación actual de la empresa JELMY´S realizandolevantamiento de información de los servicios que ofrece. | 13 |
| 3.1.1 Entrevista..... | 13 |
| 3.1.2 Encuestas | 13 |
| Análisis:..... | 14 |
| Análisis | 14 |
| Análisis | 15 |

| | |
|--|-----------|
| Análisis | 16 |
| Análisis | 17 |
| 3.1.3 FODA | 18 |
| 3.2 Resultado del Objetivo 2. Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo electrónico para la peluquería "JELMY´S" | 18 |
| 3.2.1 Tabla comparativa | 19 |
| 3.3 Resultado del objetivo 3. Implementar un catálogo en línea de la peluquería "JELMY´S" de la ciudad del Tena. | 20 |
| 4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA | 21 |
| 5. ANEXOS | 23 |

INDICE DE TABLA

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Tipos de investigación y herramientas para cada objetivo | 10 |
| Tabla 2. Tipos de entrevista | 11 |
| Tabla 3 Población de la Investigación | 15 |
| Tabla 4 Muestra de Investigación | 16 |
| Tabla 5. Entrevista Al Propietario | 19 |
| Tabla 6. ¿Conoce usted sobre el catálogo electrónico? | 21 |
| Tabla 7. ¿Qué tan probable sería que utilice un catálogo electrónico para conocer los servicios ofrecidos por JELMY´S Peluquería antes de visitar el lugar? | 22 |
| Tabla 8. En la siguiente escala, ¿Cuánto valoraría la conveniencia de explorar los servicios de JELMY´S Peluquería a través de un catálogo electrónico en comparación con métodos tradicionales? | 23 |
| Tabla 9. ¿Cuáles serían las características claves que le gustaría ver en un catálogo electrónico de la peluquería JELMY´S para que sea más atractivo y útil para usted? | 24 |
| Tabla 10. Resumen pregunta 5 | 25 |
| Tabla 11. Tabla Comparativa | 27 |

INDICE DE FIGURA

| | |
|---|----|
| Figura 1. Población de la Investigación | 15 |
| Figura 2. Estructura FODA | 17 |
| Figura 3. Análisis FODA Peluquería "JELMY´S" | 26 |

APROBACION DEL TUTOR

Tlgo. Klever Gonzalo Ocampo Urbina
DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TENA

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter complejo práctico denominado: IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO PARA DE LA PELUQUERÍA "JELMY'S" DE LA CIUDAD DEL TENA EN LA PROVINCIA DE NAPO, de autoría de la Srta. **YAJAIRA GRICELDA SHIGUANGO ALVARADO**, con CC. 1500946049 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Examen de carácter complejo práctico antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen el respectivo reglamento e institución.

Tena, 19 de enero de 2024



Tlgo. Klever Gonzalo Ocampo Urbina

TUTOR DEL EXAMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

RESUMEN

JELMY'S Peluquería ha culminado un proyecto integral de implementación de catálogo electrónico en tres fases esenciales. Inicialmente, se realizó un análisis profundo de la situación actual de la empresa, destacando los servicios y áreas de mejora. La segunda fase se centró en la identificación de la herramienta más adecuada para la creación del catálogo electrónico. La búsqueda se llevó a cabo de manera minuciosa, evaluando diversas opciones con el objetivo de seleccionar una herramienta que no solo reflejara la diversidad y calidad de los servicios, sino que también mejorara significativamente la experiencia del cliente y fortaleciera la presencia digital de JELMY'S. Esta elección estratégica sienta las bases para una implementación exitosa del catálogo. La tercera fase consistió en la exitosa implementación del catálogo en línea, marcando un hito significativo en la modernización y optimización de JELMY'S. Este proyecto responde a la creciente demanda de soluciones tecnológicas, mejorando la visibilidad y eficiencia de la peluquería. La presencia digital proporciona a los clientes un acceso fácil a información detallada, mejorando la competitividad de JELMY'S y estableciéndolo como referente en adaptación a las tendencias del sector en la ciudad del Tena, provincia de Napo. Este proyecto representa un compromiso claro por parte de JELMY'S con la innovación y la mejora continua para satisfacer las expectativas de sus clientes en la pintoresca ciudad del Tena, provincia de Napo.

Palabras claves: Catálogo electrónico, Modernización, Servicios de peluquería, Marketing, Presencia digital, Implementación, Estrategia, Competitividad.

ABSTRACT

JELMY'S hair salon has completed a comprehensive electronic catalog implementation project in three essential phases. Initially, an in-depth analysis of the company's current situation was carried out, highlighting services and areas for improvement. The second phase focused on identifying the most appropriate tool for creating the electronic catalog. The search was carried out meticulously, evaluating various options with the aim of selecting a tool that not only reflected the diversity and quality of services, but also significantly improved the customer experience and strengthened the digital presence of JELMY'S hair salon. This strategic choice lays the foundation for a successful catalog implementation. The third phase consisted of the successful implementation of the online catalog, marking a significant milestone in the modernization and optimization of JELMY'S hair salon. This project responds to the growing demand for technological solutions, improving the visibility and efficiency of the hair salon. The digital presence provides customers with easy access to detailed information, improving the competitiveness of JELMY'S hair salon and establishing it as a reference in adaptation to sector trends in the city of Tena, province of Napo. This project represents a clear commitment on the part of JELMY'S hair salon to innovation and continuous improvement to meet the expectations of its customers in the picturesque city of Tena, province of Napo.

Keywords: Electronic catalog, Modernization, Hairdressing services, Marketing, Digital presence, Implementation, Strategy, Competitiveness.

1. INTRODUCCIÓN

A nivel global, la implementación de un catálogo electrónico sigue principios fundamentales, la eradigital actual, es el éxito de cualquier negocio. Los clientes de hoy en día están más conectados que nunca y esperan poder comprar productos y servicios en línea desde la comodidad de sus hogares. Para satisfacer esta demanda, muchas empresas están adoptando por la tecnología y creando catálogos de ventas digitales. Según (Cárdenas, 2019). Muchas personas destacan la importancia de tener un catálogo electrónico para llegar a un público global. Se resalta cómo una herramienta que permite superar las barreras geográficas y llegar a clientes de todo el mundo.

El catálogo de ventas digital es vital para cualquier negocio que desee tener éxito la empresa para que así sus productos sean más accesibles y fácilmente disponibles. Con la creciente popularidad de las compras en línea, tener un catálogo de ventas digital también puede ayudar a una empresa a mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías de marketing. Un catálogo de ventas digital bien diseñado puede ser una herramienta poderosa para aumentar las ventas y mejorar la visibilidad en línea de una empresa.

A nivel nacional, la implementación de un catálogo electrónico tiene un impacto significativo en diversos aspectos del negocio y en la experiencia del cliente. La incorporación de un catálogo electrónico en una peluquería a nivel nacional no solo representa una evolución en la forma en que se presentan los servicios, sino que también desencadena una serie de impactos tanto en la gestión interna del negocio como en la relación con la clientela. Esto implica una planificación estratégica que abarque desde la identificación de servicios ofrecidos hasta la gestión de reservas y la promoción y ofertas, incluyendo galerías de imágenes para mostrar estilos de cabello y trabajos anteriores.

A nivel local, la implementación de un catálogo electrónico para la Peluquería "JELMY'S" en la ciudad del Tena, provincia de Napo, puede tener repercusiones significativas ya que, en los últimos años, hemos experimentado una

transformación significativa en la forma en que hacemos negocios y nos comunicamos con los demás. La era digital ha cambiado y ha creado nuevas oportunidades para las empresas que buscan expandir su alcance y atraer nuevos clientes.

En el dinámico entorno empresarial actual, la implementación de estrategias innovadoras se convierte en un factor crucial para el éxito y la supervivencia de los negocios. En este contexto, la presente investigación se centra en la implementación de un catálogo electrónico para la Peluquería "JELMY'S" ubicada en la pintoresca ciudad del Tena, en la provincia de Napo. Este proyecto surge como respuesta a la creciente demanda de soluciones tecnológicas que optimicen la oferta de servicios y mejoren la experiencia de los clientes en el sector de la peluquería.

La Peluquería "JELMY'S" ha sido un referente en el arte de la belleza en la ciudad del Tena, brindando servicios de calidad a su distinguida clientela. Sin embargo, la falta de presencia digital y la necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias del mercado han motivado la exploración de alternativas que impulsen la visibilidad y eficiencia de sus servicios.

Desde una perspectiva conceptual, esta investigación se enmarca en la convergencia de la tecnología de la información y el sector de servicios. La implementación de un catálogo electrónico se sitúa en la intersección de la gestión empresarial y las herramientas digitales, buscando potenciar la competitividad y la modernización de la Peluquería "JELMY'S". Se explorarán teorías relacionadas con la transformación digital de empresas de servicios para fundamentar la importancia estratégica de este proyecto.

2. ANÁLISIS

2.1. Metodología

La metodología, en el contexto de la investigación, se refiere al conjunto de métodos, técnicas y procedimientos que se utilizan para llevar a cabo un estudio o investigación. Implica la planificación y organización sistemática de cómo se recopilarán, analizarán e interpretarán los datos con el objetivo de responder a las preguntas de investigación o alcanzar los objetivos propuestos. (Cohen, 2019)

En el contexto de la investigación según Cohen (2019), “la metodología se define como el conjunto de métodos, técnicas y procedimientos utilizados para llevar a cabo un estudio o investigación. Incluye la planificación y organización sistemática de la recopilación, análisis e interpretación de datos con el propósito de abordar las preguntas de investigación o alcanzar los objetivos planteados”

2.2. Línea de Investigación

Administración de Empresas

2.2.1. Sub línea de investigación

Aseguramiento de la calidad de Empresas públicas y privadas.

2.3. Delimitación

Delimitación espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena Ciudad: Tena

Parroquia: Tena

2.2.3. Delimitación temporal

Ciclo
Académico
2023-IIS

2.4. Beneficiarios

2.4.1 Directos

Peluquería
"JELMY'
S"

2.4.2 Indirectos

Clientes de
la
peluquería

2.5. Tipos de investigación

De acuerdo con Tevni Grajales G, (2015) “la investigación se puede clasificar de diversas maneras. Enfoques positivistas promueven la investigación empírica con un alto grado de objetividad suponiendo que, si alguna cosa existe, existe en alguna cantidad y su existe en algunacantidad se puede medir. Esto da lugar al desarrollo de investigaciones conocidas como cuantitativas, las cuales se apoyan en las pruebas estadísticas tradicionales”. (pág. 5)

Tabla 1. Tipos de investigación y herramientas para cada objetivo

| OBJETIVO | TIPOS DE INVESTIGACIÓN | HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN |
|---|---|--------------------------------------|
| Objetivo 1: Analizar la situación actual de la empresa JELMY'S realizando levantamiento de información de los servicios que ofrece. | Descriptiva De campo Bibliográfica Cualitativa | Entrevista Encuesta FODA |
| Objetivo 2: Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo electrónico para la Peluquería "JELMY'S" | Descriptiva De campo Bibliográfica Cualitativa | Cuadros Comparativos |
| Objetivo 3: Implementar un catálogo en línea de la peluquería "JELMY'S" de la ciudad de Tena. | Descriptiva De campo Bibliográfica Cualitativa | Informe |

Realizado por: Shiguango Y, (2023)

2.5.1. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el "qué", en lugar del "por qué" del sujeto de investigación. (Arias, 2021)

En primer lugar, la investigación descriptiva permite obtener una comprensión detallada y precisa de la situación actual en la peluquería JELMYS. Esto implica recopilar información detallada sobre los productos y servicios ofrecidos, la clientela existente, los procesos internos y las preferencias del cliente.

2.5.2. Investigación de Campo

Según (Palella, 2017), la investigación de campo consiste en la recolección de datos directo de la realidad, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables

debido a que se pierde el entorno de naturalidad en el cual se manifiesta.

La investigación de campo es aquella que implica la extracción de información y datos directamente de la situación real en el lugar de los hechos, empleando técnicas y métodos de recolección como encuestas o entrevistas para dar respuesta a una determinada situación o un problema planteado previamente.

2.5.3. Investigación Bibliográfica

Según (Méndez, 2008) la investigación bibliográfica forma parte de la investigación cuantitativa, ya que contribuye a la formulación del problema de investigación gracias a la elaboración de los aspectos teóricos e históricos. Así la exploración bibliográfica contribuye a la estructuración de las ideas originales del proyecto, contextualizándolo tanto en su perspectiva teórica, metodológica como histórica específica.

2.5.4. Enfoque

Enfoque es una palabra que se emplea en el idioma español para hacer referencia a la acción y la consecuencia de enfocar. Este verbo, a su vez, posee cuatro definiciones de acuerdo a la información proporcionada por la Real Academia Española (RAE). (Porto, 2021)

2.5.4.1 Enfoque Cualitativo

Los autores Blasco y Pérez (2015), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

2.6. Metodología por objetivo

2.6.1 Objetivo 1. Analizar la situación actual de la empresa JELMY´S realizando levantamiento de información de los servicios que ofrece.

Con el propósito de analizar la situación actual de la empresa JELMY'S y llevar a cabo un detallado levantamiento de información sobre los servicios que ofrece, se realizará entrevistas con el representante de la peluquería. Estas entrevistas estarán enfocadas en obtener una comprensión exhaustiva de la variedad de servicios proporcionados por JELMY'S, abarcando aspectos como tratamientos capilares, servicios de estilismo, productos utilizados y posibles ofertas adicionales para los clientes. Por ello, este estudio se enfoca en analizar la situación actual de JELMY´S mediante la herramienta FODA para identificar la eficiencia y reducir errores mediante la implementación de un catálogo electrónico.

2.6.1.1 Entrevista

La entrevista es una técnica muy utilizada para la recolección de datos cualitativos. Entre sus principales bondades se encuentra que permite la obtención de información amplia, profunda y de carácter sustancial. (Solís, 2020)

De esta definición podemos concluir que la palabra entrevista es una conversación entre dos personas donde cuyo propósito es recabar datos para poder alcanzar los objetivos establecidos, detallamos en la tabla adjunta, como un resumen de tipos de entrevistas para este trabajo investigativo.

Tabla 2. Tipos de entrevista.

| TIPOS DE ENTREVISTA | | |
|---|--|---|
| ESTRUCTURADA | NO ESTRUCTURADA | SEMIESTRUCTURADA |
| Comparar fácilmente varios candidatos a un puesto de trabajo. | Profundizar en las discusiones. | Se cuenta con una lista de temas y preguntas, pero se pueden variar. |
| Ayuda a evitar la pérdida de oportunidades. | Se adapta a los cambios de tema. | El orden de las preguntas también puede variar según el flujo de la conversación. |
| Reduce las opiniones sesgadas de los posibles candidatos. | Improvisa las preguntas pertinentes durante la | Es imposible que se necesiten preguntas adicionales |
| Son más rápidas de realizar | Entrevista | |

Realizado por: Shiguango Y, (2023)

De esta manera, se plantea que las entrevistas serán el método más conveniente recolección de datos se fundamenta en su capacidad para profundizar en la comprensión de aspectos específicos relacionados con la implementación de un catálogo electrónico para la peluquería JELMY'S.

2.6.1.2 Encuesta

La encuesta es una técnica mediante la cual se solicita a los encuestados describir la información mediante un cuestionario oral o escrito. El propósito de la encuesta es establecer contacto con los encuestados obteniendo una muestra representativa de población. (Rodríguez & Pérez, 2017)

La herramienta empleada fue un cuestionario estructurado de preguntas cerradas, el mismo estuvo estructurado con cinco preguntas de selección múltiple. (Anexo 2)

2.6.1.3. Población y Muestra

De acuerdo con Tamayo M (2015). “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”

Según Tamayo M, (2015). “El muestreo es un instrumento de gran validez, en la investigación, con el cual el investigador selecciona las unidades representativas a partir de las cuales obtendrá los datos que le permitirá extraer inferencias acerca de la población sobre la cual se investiga.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2023) la población de la parroquia de Tena está compuesta por 39.578 habitantes, de los cuales 29.724 se encuentran en el área urbana y 23.907 pertenecen a los habitantes económicamente activa. Por lo que se procedió a calcular la población económicamente activa de la investigación considerando los sujetos de investigación que se exponen en la tabla 3 y gráfico 1.

Tabla 3 Población de la Investigación

| Sector Investigado | Población |
|---------------------------------|---------------|
| Habitantes de la Ciudad de Tena | 23.307 |
| Propietaria de JELMY'S | 1 |
| TOTAL | 23.308 |

Fuente: INEC (2023)

Figura 1 Población de la Investigación



Fuente: INEC (2023)

Para el cálculo de la muestra se procedió a aplicar la siguiente fórmula

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

N= Tamaño de la población n=Tamaño de la muestra

N = tamaño de la población.

σ = Valor constante de desviación estándar (0,8)

Z = Nivel de Confianza

e = Límite aceptable de error Muestral

$$n = \frac{23307 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(23307 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{22.384,04}{0.0025(23306) + 0,25 \cdot 3,84}$$

$$n = \frac{22.384,04}{59.245} = 378 \text{ encuestas}$$

Por lo que se estableció que deben aplicarse 378 encuestas a una muestra representativa del universo de la población.

Tabla 4 Muestra de Investigación

| Sector Investigado | Población |
|---------------------------------|------------|
| Habitantes de la Ciudad de Tena | 378 |
| Propietaria de JELMY'S | 1 |
| TOTAL | 379 |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

2.6.1.4 FODA

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una

perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada (Talancón, 2006).

Figura 2. Estructura FODA



Realizado por: Singuango, Y (2023)

2.6.2 Objetivo 2. Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo electrónico para la Peluquería "JELMY'S".

En el contexto actual, la presencia en línea se ha vuelto esencial para el crecimiento y la visibilidad de los negocios. El objetivo específico para la Peluquería "JELMY'S" es identificar la herramienta más apropiada y eficiente para la creación de un catálogo electrónico que no solo refleje la diversidad y calidad de sus servicios, sino que también mejore la experiencia del cliente y fortalezca su presencia digital.

2.6.2.1 Catalogo Digital

Según Helena G, (2018). "El crecimiento de los canales digitales en el sector de los materiales de la construcción obliga a tomar medidas en la gestión de información de producto". Al estar cada vez más presentes en múltiples canales, los puntos de contacto con el cliente profesional aumentan.

2.6.2.2 Cuadro comparativo

Un cuadro comparativo es una herramienta de estudio y exposición de ideas, que se utilizara para comparar dos o más elementos teniendo en cuenta sus semejanzas, diferencias o características distintivas. (Concepto, 2013-2023)

2.6.3 Objetivo 3. Implementar un catálogo en línea de la peluquería ‘‘JELMY’S’’ de la ciudad del Tena.

El propósito principal de este proyecto es llevar a cabo la creación y puesta en marcha de un catálogo en línea para la reconocida peluquería 'JELMY'S', localizada en la ciudad del Tena. Esta iniciativa tiene como objetivo primordial modernizar y optimizar la presencia digital de la peluquería, proporcionando a sus clientes y potenciales clientes un acceso fácil y conveniente a información detallada sobre los servicios ofrecidos.

A continuación, se presentan los elementos claves que debe contener el informe:

- Carátula
- Misión
- Visión
- Introducción
- Antecedentes
- Objetivos
- Desarrollo / Resultados
- Conclusiones
- Recomendaciones

3. PROPUESTA

3.1 Resultado Objetivo 1. Analizar la situación actual de la empresa JELMY'S realizandolevantamiento de información de los servicios que ofrece.

3.1.1 Entrevista

La entrevista con la propietaria de la peluquería Jelmy's proporciona una visión integral y positiva sobre la implementación de un catálogo electrónico en el negocio. Aunque no se ha utilizado previamente un catálogo electrónico, la disposición a adoptar esta tecnología como una herramienta para optimizar estrategias y aumentar las ventas es evidente. La entrevista destaca la importancia de un catálogo que se enfoque en mostrar los servicios de manera atractiva y detallada, incluyendo precios e imágenes. Esto refleja una comprensión clara de la relevancia de la presentación visual y la información completa para atraer y retener clientes.

Tabla 5. Entrevista Al Propietario

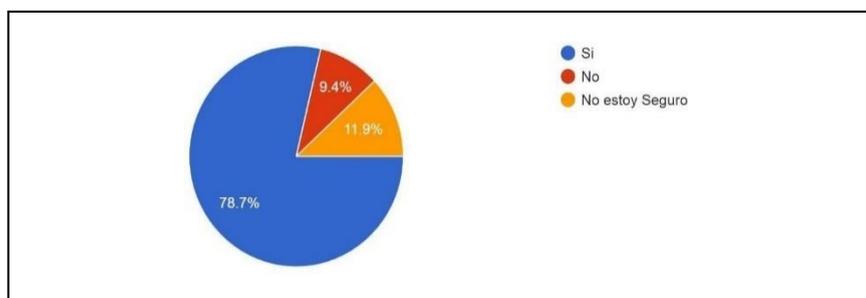
3.1.2 Encuestas

Tabla 6. ¿Conoce usted sobre el catálogo electrónico?

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje % |
|-----------------|------------|--------------|
| Si | 277 | 78.7% |
| No | 40 | 9.4% |
| No estoy seguro | 51 | 11.9% |
| Total | 368 | 100% |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Ilustración 1. ¿Conoce usted sobre el catálogo electrónico?



Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Análisis:

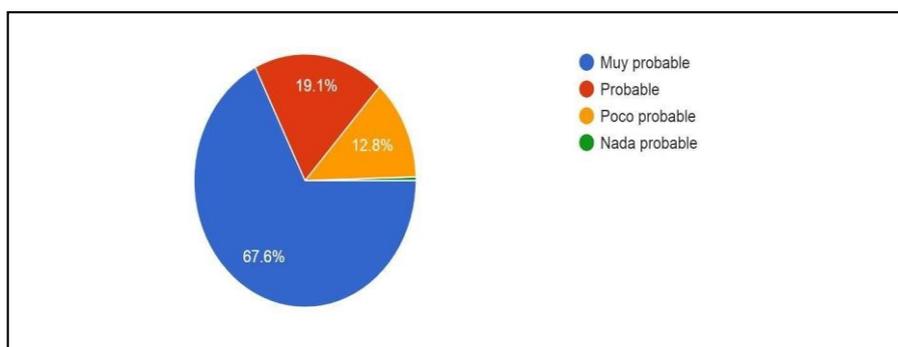
Una vez realizada la encuesta a 368 personas, sobre si conoce sobre el catálogo electrónico 78.7% dijo Si, el 9,4% Dijo que No, el 11.9% no están seguros de conocer el catálogo electrónico. En general, la mayoría de las personas están al menos familiarizadas con el catálogo electrónico, lo cual es alentador para la implementación de esta herramienta.

Tabla 7. ¿Qué tan probable sería que utilice un catálogo electrónico para conocer los servicios ofrecidos por JELMY´S Peluquería antes de visitar el lugar?

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje % |
|---------------|------------|--------------|
| Muy probable | 229 | 67.6% |
| Probable | 82 | 19,1% |
| Poco probable | 55 | 12.8% |
| Nada probable | 2 | 0.5% |
| Total | 368 | 100% |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Ilustración 2. ¿Qué tan probable sería que utilice un catálogo electrónico para conocer los servicios ofrecidos por JELMY´S Peluquería antes de visitar el lugar?



Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Análisis

Una vez realizada la encuesta a 368 personas, sobre qué tan probable sería que utilice un catálogo electrónico para conocer los servicios ofrecidos por JELMY´S Peluquería antes de visitar el lugar 67.6% dijo Muy probable, el 19,1% Probable, el 12.8% Poco probable y el 0.5% Nada probable en utilizar el catálogo electrónico para visitar la peluquería Jelmy´s.

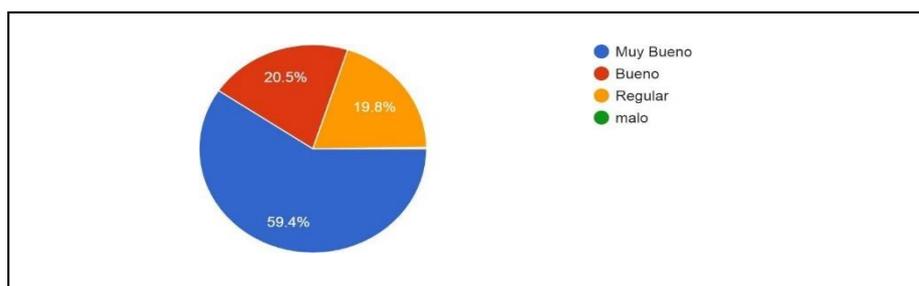
La mayoría de las personas demuestra un alto nivel de interés y disposición para utilizar el catálogo electrónico antes de visitar la peluquería, lo cual es un indicador positivo para la implementación de esta herramienta.

Tabla 8. En la siguiente escala, ¿Cuánto valoraría la conveniencia de explorar los servicios de JELMY'S Peluquería a través de un catálogo electrónico en comparación con métodos tradicionales?

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Muy bueno | 194 | 59.4% |
| Bueno | 88 | 20,5% |
| Regular | 85 | 19.8% |
| Malo | 1 | 0.2% |
| Total | 368 | 100% |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Ilustración 3. En la siguiente escala, ¿Cuánto valoraría la conveniencia de explorar los servicios de JELMY'S Peluquería a través de un catálogo electrónico en comparación con métodos tradicionales?



Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Análisis

Una vez realizada la encuesta a 368 personas, cuánto valoraría la conveniencia de explorar los servicios de JELMY'S Peluquería a través de un catálogo electrónico 59.4% dijo Muy bueno, el 20,5% Bueno, el 19.8% Regular y el 0.2% Malo en valorar la conveniencia de explorar los servicios de la peluquería Jelmy's en un catálogo electrónico.

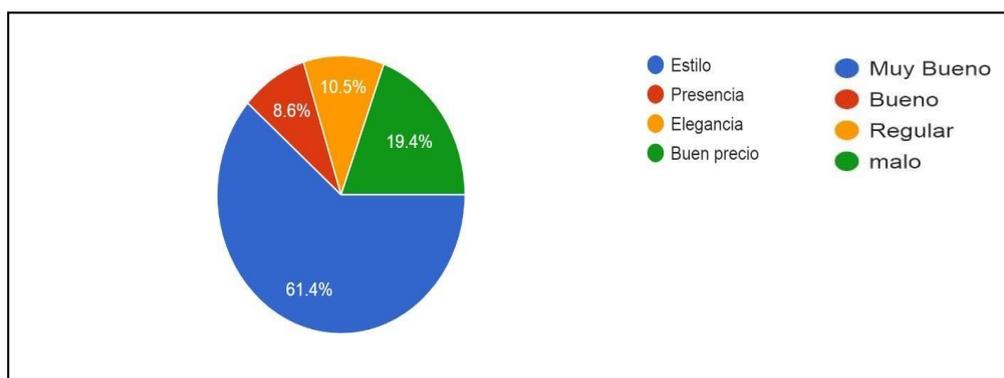
La mayoría de las personas valora positivamente la conveniencia de explorar los servicios de JELMY'S Peluquería a través de un catálogo electrónico. Aunque hay un grupo que califica la conveniencia como "Regular", la proporción es relativamente baja, indicando una percepción mayoritariamente positiva.

Tabla 9. ¿Cuáles serían las características claves que le gustaría ver en un catálogo electrónico de la peluquería JELMY´S para que sea más atractivo y útil para usted?

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Muy bueno | 194 | 59.4% |
| Bueno | 88 | 20,5% |
| Regular | 85 | 19.8% |
| Malo | 1 | 0.2% |
| Total | 368 | 100% |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Ilustración 4. ¿Cuáles serían las características claves que le gustaría ver en un catálogo electrónico de la peluquería JELMY´S para que sea más atractivo y útil para usted?



Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Análisis

Una vez realizada la encuesta a 368 personas, cuáles serían las características claves que le gustaría ver en un catálogo electrónico de la peluquería JELMY´S 61.4% Estilo, el 8,6% Presencia, el 10.5% Elegancia y el 19.4% Buen precio sería las características claves que les gustaría ver en la peluquería Jelmy´s en un catálogo electrónico.

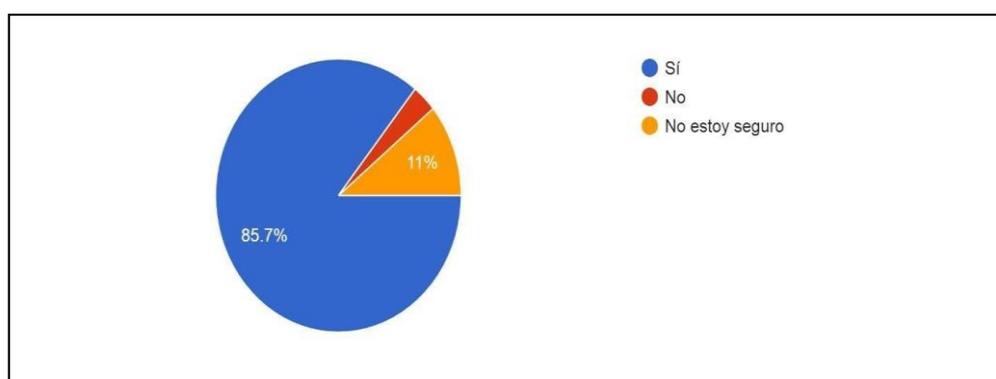
La estética y el estilo son aspectos fundamentales para la mayoría de las personas, lo que sugiere que la presentación visual y la representación de los servicios en el catálogo deben ser cuidadosamente consideradas.

Tabla 10. ¿Consideraría más fácil programar una cita o hacer reservas de servicios específicos con la ayuda de un catálogo electrónico?

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje % |
|-----------------|------------|--------------|
| Si | 307 | 85.7% |
| No | 14 | 3.3% |
| No estoy seguro | 47 | 11% |
| Total | 368 | 100% |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Ilustración 5. ¿Consideraría más fácil programar una cita o hacer reservas de servicios específicos con la ayuda de un catálogo electrónico?



Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Análisis

Una vez realizada la encuesta a 368 personas, sobre si consideraría más fácil programar una cita o hacer reservas de servicios específicos con la ayuda de un catálogo electrónico 85.7% dijo Si, el 3,3% Dijo que No, el 11% no están seguros de considera más fácil programar una cita mediante el catálogo electrónico.

Estos resultados indican una aceptación generalizada de la idea de utilizar un catálogo electrónico para programar citas o hacer reservas de servicios específicos, ofreciendo una oportunidad para mejorar la eficiencia y comodidad en la gestión de citas para la clientela de JELMY'S Peluquería.

3.1.3 FODA

Este análisis FODA busca proporcionar una visión detallada y estratégica que oriente la planificación y ejecución de la transición hacia un catálogo digital y desempeño de nuestra peluquería JELMYS, hemos decidido llevar a cabo un exhaustivo análisis FODA. Este enfoque estratégico nos permitirá identificar de manera integral las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta nuestro negocio.

Figura 3. Análisis FODA Peluquería "JELMY'S"

| | |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Experiencia.➤ Servicios personalizados.➤ Infraestructura propia.➤ Calidad permanente de los servicios. | <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Competencia Intensa.➤ Impacto Económico.➤ Cambios en la Legislación Laboral. |
| <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Expansión de Servicios.➤ Digitalización y Marketing Online.➤ Capacitación. | <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Incremento de precios en las materias primas.➤ Falta de demanda de servicios del mercado.➤ Falta de presupuesto para remodelación del local. |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

El análisis FODA de la Peluquería "JELMY'S" revela una serie de aspectos cruciales que proporcionarán una guía estratégica para el futuro del negocio. Las fortalezas, como el talento del equipo y la infraestructura moderna, destacan la posición sólida de la peluquería en el mercado. La lealtad del cliente añade un componente invaluable a la fortaleza general del negocio.

3.2 Resultado del Objetivo 2. Identificar la herramienta adecuada para la reacción del catálogo electrónico para la peluquería "JELMY'S".

3.2.1 Tabla comparativa

En el proceso de cumplimiento del objetivo de seleccionar la herramienta idónea para la creación del catálogo electrónico de la Peluquería "JELMY'S", se llevó a cabo un detenido análisis comparativo entre tres opciones destacadas: Google Sites, Canva y Catálogo Machine.

Tabla 11. Tabla Comparativa.

| Descripción | Características | Ventajas | Desventajas |
|---|--|--|---|
| <p>Google Sites</p>  | <p>Integración con Google Workspace: Permite una fácil colaboración y compartición de documentos al integrarse con otras herramientas de Google como Google Drive, Google Docs, y más.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Integración con otros servicios de Google. ➤ Facilidad de uso y accesibilidad. ➤ Colaboración en tiempo real para edición. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitado en diseño y personalización avanzada. ✓ Funcionalidades específicas podrían ser limitadas. |
| <p>Canva</p>  | <p>Herramientas de Diseño Avanzadas: Canva destaca por ofrecer una amplia gama de herramientas de diseño, permitiendo la creación de catálogos visualmente atractivos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplia gama de herramientas de diseño. ➤ Plantillas prediseñadas para catálogos. ➤ Interfaz intuitiva y fácil de aprender. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Funcionalidades avanzadas pueden requerir suscripción. ✓ Menos orientado a la colaboración en tiempo real. |
| <p>Catalog Machine</p>  | <p>Especialización en Catálogos: Diseñado específicamente para la creación de catálogos, ofrece herramientas y funciones especializadas en este ámbito.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Especializado en la creación de catálogos. ➤ Funcionalidades específicas para comercio electrónico. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Puede requerir tiempo para aprender todas las funciones. ✓ Posiblemente, menos integración con otros servicios ✓ Funcionalidades avanzadas pueden requerir suscripción. |

Elaborado por: Shiguango Y, (2023)

Después de una exhaustiva evaluación de las opciones disponibles, se determina que, en términos de simplicidad y accesibilidad gratuita, Google Sites emerge como la elección más destacada para la creación del

catálogo electrónico de la Peluquería "JELMY'S". La interfaz fácil de usar y la integración nativa con otros servicios de Google ofrecen una solución accesible y directa.

3.3 Resultado del objetivo 3. Implementar un catálogo en línea de la peluquería "JELMY'S" de la ciudad del Tena.

Esta iniciativa tiene como objetivo primordial modernizar y optimizar la presencia digital de la peluquería, proporcionando a sus clientes y potenciales clientes un acceso fácil y conveniente a información detallada sobre los servicios ofrecidos.

A continuación, se presentan los elementos claves que debe contener el informe:

- Carátula
- Misión
- Visión
- Introducción
- Antecedentes
- Objetivos
- Desarrollo / Resultados
- Conclusiones
- Recomendaciones

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

Arias, E. R. (2021). <https://economipedia.com/author/e-rus>. Obtenido de <https://economipedia.com/author/e-rus>

Bunge, M. (2016). <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-metodo-y-metodologia>. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-metodo-y-metodologia>

Cardenas, L. (2019). *El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones*. Obtenido de *El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones*

Cohen, N. (2019). Metodología de la investigación. En *Metodología de la investigación*.

Concepto. (2013-2023). <https://concepto.de/cuadro-comparativo/>. Obtenido de <https://concepto.de/cuadro-comparativo/>

Fernandez, R. (2018). *Procesos_de_compras_diciembre:*. Obtenido de https://www.unemi.edu.ec/wp-content/uploads/2019/01/Procesos_de_compras_diciembre_2018.pdf

Font, H. G. (2018). <https://www.telematel.com/blog/que-es-el-catalogo-digital/>. Obtenido de <https://www.telematel.com/blog/que-es-el-catalogo-digital/>

G, T. G. (2015). <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>.

Obtenido de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf> (2012).

<https://core.ac.uk/download/pdf/326424046.pdf>. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326424046.pdf>

Peiró, R. (2021). <https://economipedia.com/definiciones/google-sites.html>. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/google-sites.html>

Perez, B. Y. (2015). <https://www.eumed.net/tesis->

doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html. Obtenido de
[https://www.eumed.net/tesis-
doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)

Porras, M. D. (2020). *IMPACTO DEL COVID-19 EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO*. Obtenido

de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/>

Porto, J. P. (2021). <https://definicion.de/enfoque/>. Obtenido de <https://definicion.de/enfoque/> Solís,

L. D. (2020). [https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-
investigacion-](https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-)

[cualitativa/](https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/). Obtenido de [https://investigaliacr.com/investigacion/la-
entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/](https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/)

Talancón, H. P. (2006). <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>.
Obtenido de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

Tamayo. (2007). [https://www.eumed.net/tesis-
doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html).

Obtenido de [https://www.eumed.net/tesis-
doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html)

Tamayo, M. (2015). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de [https://tesis-
investigacion-
cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-
poblacion.html](https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html)

5. ANEXOS

Ilustración 1 Solicitud de levantamiento de información

Tena, 10 de noviembre de 2023.

Sra.
Jelmy Briceida Chinachi Yanza
Representante legal
Presente. -

De mi consideración:

Yo, **YAJAIRA GRICELDA SHIGUANGO ALVARADO**, con C.I: 1500946049, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, del quinto semestre paralelo "C", me dirijo comedidamente a usted con la finalidad de solicitar la autorización para desarrollar el Trabajo de Titulación, bajo la modalidad del Examen Complexivo con el tema "**Implementación De Un Catálogo Electrónico Para De La Peluquería "Jelmy'S" De La Ciudad Del Tena En La Provincia De Napo**".

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expreso mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,


YAJAIRA GRICELDA SHIGUANGO
ALVARADO
ESTUDIANTE SOLICITANTE
C.C: 1500946049
CEL: 09983802702
yajaira.chiguango@est.itstena.edu.ec


1500855604
Recibido
10-11-2023

Tena, 12 de noviembre de 2023.

CARTA DE ACEPTACIÓN

Srta.
Yajaira Shiguango
ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO TENA
Presente. -

De mi consideración expreso que para nosotros es un grato honor dirigirnos a usted y hacerle conocer que de acuerdo a la solicitud presentado por su parte pidiendo realizar un trabajo de titulación dentro de la **PELUQUERIA JELMY'S**. Le informamos que estamos totalmente de acuerdo con su petición y estamos prestos a brindar toda la información que fuera necesaria.

Con saludos cordiales y a tiempo agradecer su pedido, me despido deseándole éxito.

Atentamente,



Jelmy Chinachi
REPRESENTANTE LEGAL
C.C: 1500855604
CEL: 0992663229
kelmy.yanza2016@gmail.com



ENTREVISTA PARA RECOPIACION DE INFORMACION

TEMA: IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO PARA DE LA PELUQUERÍA "JELMY'S" DE LA CIUDAD DEL TENA EN LA PROVINCIA DE NAPO.

ENTREVISTADORA: Yajaira Shiguango

ENTREVISTADO: Jelmys Chirachi

Objetivo: Analizar la situación actual de la empresa JELMY'S realizando levantamiento de información de los servicios que ofrece.

DESARROLLO

1-º ¿A utilizado alguna vez un catálogo electrónico en su negocio?

No he utilizado un catálogo electrónico ya que la peluquería aun se maneja de manera tradicional

2.- Le gustaría implementar un catálogo electrónico para atraer más clientes?

Sí me gustaría implementar un catálogo electrónico por que así podría optimizar estrategias y elevar las ventas de mis productos y servicios

3.- ¿Qué es lo principal, que le gustaría que se enfoque en el catálogo electrónico?

Que se enfoque en mostrar los servicios, productos de una manera atractiva detallada como precios, imágenes videos.

4.- ¿Cree que un catálogo electrónico podría agilizar el proceso de reserva de citas para sus clientes?

Por su puesto que sí para dar una mejor atención al cliente y poder aprovechar al máximo el tiempo tanto de la persona que presta el servicio y de quien lo requiere

5.- ¿Cree que la implementación de un catálogo electrónico puede diferenciar su peluquería y mejorar su posición en el mercado local?

Por su puesto que sí, ya que facilitaría a nuestra clientela la posibilidad de acceso inmediato a todas sus necesidades ajenas de lo que ofrecemos sin grandes costos y aumentaría oportunidades de venta

6.- ¿En qué medida creen que un catálogo electrónico podría mejorar la visibilidad y accesibilidad de sus servicios?

Al 100% por que una empresa necesita visibilidad digital para estar en mente de consumidores y potenciales clientes y en consecuencia tener ventas, ser rentables, de la misma manera acceso inmediato al servicio

7.- ¿Tiene alguna preferencia en cuanto al estilo del catálogo digital?

Se puede tener preferencia al tener conocimiento de un catálogo electrónico, pero en lo personal no tengo ninguna preferencia.

| | |
|--|---|
| Elaborado por: | |
|  Yajaira Shiguango Estudiante | |
| Legalizado por: | |
|  Tlgo. Klever González Ocampo Urbina TUTOR EXAMEN COMPLEXIVO |  Lic. Yajaira Elizabeth Andi Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TITULACION |



ENCUESTA PARA RECOPIACION DE INFORMACION

TEMA: IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO PARA DE LA PELUQUERÍA “JELMY’S” DE LA CIUDAD DEL TENA EN LA PROVINCIA DE NAPO.

Objetivo: Analizar la situación actual de la empresa JELMY’S realizando levantamiento de información de los servicios que ofrece.

DESARROLLO

1.- Conoce ud sobre el catálogo electrónico

- a. Si
- b. No
- c. No estoy Seguro

1-º ¿Qué tan probable sería que utilice un catálogo electrónico para conocer los servicios ofrecidos por Jelmys Peluquería antes de visitar el lugar?

- Muy probable
- Probable
- Neutral
- Poco probable
- Nada probable

2.- En la siguiente escala, ¿cuánto valoraría la conveniencia de explorar los servicios de Jelmys Peluquería a través de un catálogo electrónico en comparación con métodos tradicionales?

- 1 Muy Bueno
- 2 Bueno
- 3 Regular
- 4 Malo



¿Cuáles serían las características claves que le gustaría ver en un catálogo electrónico de Jelmys Peluquería para que sea más atractivo y útil para usted?

- 1.- Estilo
- 2.- Presencia
- 3.- Elegancia
- 4.- Buen precio

¿Consideraría más fácil programar citas o hacer reservas de servicios específicos con la ayuda de un catálogo electrónico?

- a. Sí
- b. No
- c. No estoy seguro

| | |
|---|---|
| Elaborado por: | |
|  Yajaira Shiguango Estudiante | |
| Legalizado por: | |
|  Tlgo. Klever Gonzalo Ocampo Urbina TUTOR EXAMEN COMPLEXIVO |  Lic. Yajaira Elizabeth Andi Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TITULACION |



Ilustración 5 Reconocimiento del local



Ilustración 6 Entrevista con la propietaria