

REPÚBLICA DEL ECUADOR



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



ADMINISTRACIÓN

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE LA
PIZZERÍA LUIGY DEL CANTÓN ARCHIDONA DE LOS PRODUCTOS
QUE OFERTAN AL MERCADO.**

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

AUTOR: AVILEZ CHIMBO KATTY JICELA

TUTOR: LCDA. VERONICA GISSELA ZUÑA CADPATA

Tena - Ecuador

2024

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	3
1 INTRODUCCIÓN	6
2 ANÁLISIS	9
2.1 Metodología	9
2.2 Ubicación del Área del estudio	10
2.3 Ubicación geográfica	10
2.4 Tipos de investigación	11
2.4.1 Investigación de campo.....	11
2.4.2 Investigación descriptiva.....	11
2.4.3 Método deductivo.....	11
2.5 Técnicas e Instrumentos	12
2.5.1 Encuestas.....	12
2.5.2 Entrevistas.....	12
3 Metodología de investigación	14
3.1 Metodología para el Objetivo 1: Analizar la situación actual de la “Pizzería Luigy” del Cantón Archidona.	14
3.2 Metodología para el Objetivo 2: Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo digital para la “Pizzería Luigy”, que permita exhibir su amplia gama de productos.	15
3.3 Metodología para Objetivo 3: Implementar el catálogo electrónico de la “Pizzería Luigy” de los productos que ofertan al mercado.	16
4 PROPUESTA	17
4.1 Resultado del Objetivo 1: Analizar la situación actual de la “Pizzería Luigy” del Cantón Archidona.	17
Resultado de la encuesta	21
4.2 Resultado del Objetivo 2: Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo digital para la “Pizzería Luigy”, que permita exhibir su amplia gama de productos.	31
4.3 Resultado del Objetivo 3: Implementar el catálogo electrónico de la “Pizzería Luigy” de los productos que ofertan al mercado.	32
5 CONCLUSIONES	43
6 RECOMENDACIONES	43
7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	44
8 ANEXOS	45

INDICE DE TABLA

Tabla 1. Matriz FODA	14
Tabla 2. Tipos de Aplicaciones	15
Tabla 3. Análisis Foda.....	18
Tabla 4. Entrevista al propietario	19
Tabla 5. Género	21
Tabla 6. Preferencia del consumidor.....	22
Tabla 7. Existencia de la pizzería Luigy	23
Tabla 8. Matriz de preferencias.....	23
Tabla 9. Rango de otros proveedores.....	25
Tabla 10. Rango de navegación	26
Tabla 11. Matriz de difusión de productos.....	27
Tabla 12. Visualización de catálogos electrónicos para compras. ... ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 13. Visualización de catálogos electrónicos para compras.	29
Tabla 14. Implementación de un catálogo electrónico.....	30

INDICE DE GRAFICO

Gráfico 1. Género.....	21
Gráfico 2. Preferencia del consumidor.....	22
Gráfico 3. Existencia de la pizzería Luigy	23
Gráfico 4. Matriz de preferencias.....	24
Gráfico 5. Rango de otros proveedores.....	25
Gráfico 6. Rango de navegación	26
Gráfico 7. Matriz de difusión de productos.....	27
Gráfico 8. Visualización de catálogos electrónicos para compras.	28
Gráfico 9. Visualización de catálogos electrónicos para compras.	29
Gráfico 10. Implementación de un catálogo electrónico.....	30

APROBACIÓN DEL TUTOR

LCDA. VERÓNICA GISSELA ZUÑA CADPATA

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter complejo práctico denominado: IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE LA PIZZERÍA LUIGY EN EL CANTÓN ARCHIDONA DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTAN AL MERCADO, de autoría del señorita **KATTY JICELA AVILEZ CHIMBO**, con CC. 150093145-4 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, 12 de enero de 2024



LCDA. VERÓNICA GISSELA ZUÑA CADPATA

TUTOR DEL EXAMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

RESUMEN

La implementación de un catálogo electrónico permite promocionar los productos de un emprendimiento a la ciudadanía, esto facilita que los ciudadanos o clientes revisen la variedad de productos, escojan de acuerdo a su necesidad, realicen sus pedidos y obtengan rápidamente. El presente proyecto de investigación se aplica al local denominado, Pizzería Luigi, ubicado en el cantón Archidona de la provincia de Napo, como todo local comercial busca posicionarse en el mercado y por esa razón el interés de la “Implementación de un catálogo electrónico” para lo cual se parte de un objetivo general y tres objetivos específicos, que siguiendo procesos metodológicos se busca alcanzar lo establecido en la investigación. Una vez definido el objetivo general, se cumplió con los tres objetivos específicos, el primero busca saber la situación actual del local, para ello se aplica un método de trabajo de campo y se aplica herramientas como el análisis FODA, la encuesta y la entrevista, en el segundo objetivo se realizó un proceso analítico bibliográfico de plataformas y páginas web para definir la herramienta con la cual se desarrolló el catálogo electrónico, considerando así Google sites y finalmente en el tercer objetivo se presenta el proyecto como tal es decir el catálogo electrónico para la Pizzería Luigi, el cual busca generar rentabilidad, posicionar su marca y producto y acercar los servicios a sus clientes de forma rápida y eficiente.

Palabras claves: Catalogo electrónico, productos, mercado. Páginas web, plataformas web.

ABSTRACT

The present research project is applied to the premises called Pizzeria Luigi, located in the Archidona canton of the province of Napo, like any commercial premises seeks to position itself in the market and for that reason the interest of the "Implementation of an electronic catalog" to which is based on a general objective and three specific objectives, which, following methodological processes, seeks to achieve what was established in the research. Once the general objective was defined, the three specific objectives were met, the first seeks to know the current situation of the premises, for this a field work method is applied and tools such as SWOT analysis are applied in order to mitigate its weaknesses, enhance opportunities and minimize their threats through their strengths, the survey was carried out on the population of Archidona to a sample population of 379 people; Among the most relevant results, 57% of the population were unaware of the existence of the Luigi Pizzeria; 99% of the respondents are interested in the implementation of the catalog and in the second objective a comparative table was made to define the tool with which the electronic catalog was developed, thus considering Google sites and finally in the third objective the implementation is presented. of the electronic catalog for Pizzeria Luigi promoting on social networks, which seeks to generate profitability, position its brand and product and bring services closer to its customers quickly and efficiently.

Keywords: Electronic catalog, products, market. Web pages, web platforms.

Reviewed by:



BEd. Jefferson Intriago Burgos, M.Ed.
ID. 1313123976

Teacher of English Center of IST Tena.

1 INTRODUCCIÓN

La investigación trata de analizar el papel que tiene el comercio electrónico en el nivel de ventas de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes) de algunos sectores claves, (Industria, Comercio y Servicios), para lo cual se busca conocer el estado actual del comercio electrónico y su importancia, las causas de su utilización y no utilización, y el posicionamiento que tiene en los planes estratégicos de dichas organizaciones. (Sanabria Díaz, Torres Ramírez, & López Posada, 2012)

Afirma (Layne, 1998) que es un medio para orientar al usuario en búsquedas más sofisticadas; a las interfaces cliente-servidor para estandarizar las interfaces de usuario con respecto a diferentes sistemas (por ejemplo, Z39.50) y a las interfaces Web en las que el catálogo Web de la biblioteca «sirve», es decir, pone a disposición páginas Web. En la actualidad se implementan OPACs basados en interfaces Web, con plataforma cliente-servidor, uso de protocolo Z39.50 y enlaces a otros recursos, pero advierte que estos constituyen aún, sistemas no integrados de acceso a los recursos: se accede por separado al catálogo de la biblioteca.

Según (Schmitt & Massucco, 2020), los consumidores han mostrado una disposición positiva para aumentar la frecuencia de las compras en línea. Las categorías más necesarias son comestibles, alimentos y hogares. Asimismo, el informe señaló que el 72% de los consumidores utilizan teléfonos, computadoras y tabletas.

Como afirma (Pérez, 2019) los beneficios de los catálogos electrónicos para empresas son: reducción de los costos de producción, expansión de los mercados, reducción de los costos de procedimientos, y reducción de los costos de publicidad. Todas las características describen a un catálogo electrónico como un canal interactivo

que une a empresa con sus proveedores, clientes, personal en general. Un catálogo, por ejemplo, podría contener solo descripciones de los productos y su precio, sin incluir búsqueda, ni descripciones generales.

Uno de los términos que se ha puesto muy de moda es el comercio Electrónico, que es la compra y venta de bienes y servicios a través de sitios Web en el internet. Su aplicación no está restringida a tan solo las grandes compañías, ya que empresas pequeñas y medianas pueden tener también acceso a bases de datos con información comercial de posibles proveedores y clientes en todo el mundo.

Los catálogos digitales pueden aportar mucho en una empresa. Un catálogo electrónico es una publicación online, es decir, una interfaz gráfica, en la que se muestran los productos y servicios ofrecidos por una empresa, pueden almacenar grandes cantidades de artículos y permiten organizarlos y clasificarlos de distintas maneras para que los usuarios puedan realizar búsquedas rápidas y efectivas; tienen como objetivo la publicidad, venta y distribución, como así también al cliente.

Los beneficios de los catálogos digitales para empresas mayoristas y comercios minoristas son: reducción de los costos de producción, expansión de los mercados, reducción de los costos de procedimiento, reducción de los costos de publicidad campañas de información de potenciales clientes.

Actualmente, Luigi Pizzería no cuenta con un catálogo electrónico que permita conocer los productos que presentan además favorecer en el tema de pedidos, es por ello que ha perdido clientes. Por lo tanto, es importante implementar el catálogo electrónico, así tener un canal de venta en línea. Esto con el objetivo de facilitar métodos de compra alternativos y aprovechar como factor clave. En esta investigación,

se plantea la implementación de un catálogo electrónico que permita renovar el contenido sin grandes costos, incluso con los mismos productos, a fin de buscar nuevas presentaciones y para poder captar el porcentaje total de clientes que no pueden comprar porque no pueden satisfacer sus necesidades eligiendo canales de venta online. Luigi Pizzería promocionará sus productos a través de un catálogo electrónico, con la finalidad de aumentar clientes y posicionarse en el mercado.

En primer lugar, se pretende realizar un diagnóstico del análisis de situación actual de la pizzería Luigi, sobre catálogo electrónico para mejorar su amplia gama de productos. En segundo lugar, es identificar la herramienta digital para la creación del catálogo electrónico donde se oferten todos los productos. Por último, llegar a implementar el catálogo electrónico de la Pizzería Luigi.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Implementar un catálogo electrónico de los productos que oferta la Pizzería Luigi del Cantón Archidona.

Objetivo específico

- Analizar la situación actual de la “Pizzería Luigi” del Cantón Archidona.
- Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo digital para la “Pizzería Luigi”, que permita exhibir su amplia gama de productos.
- Implementar el catálogo electrónico de la “Pizzería Luigi” de los productos que ofertan al mercado.

2 ANÁLISIS

2.1 Metodología

Para llevar a cabo el estudio de investigación sobre la “Implementación de un catálogo electrónico de la Pizzería Luigi del cantón Archidona de los productos que ofertan al mercado”. se empleó una investigación mixtos.

Según (Sarduy Domínguez, 2007) Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos, críticos de investigación e implican la recolección del análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

En este estudio, se utilizó una investigación mixta para analizar el desarrollo y la percepción de los clientes con respecto al servicio brindado en el local de la ciudad de Archidona. La investigación se basa en el enfoque mixto que se relaciona en el método cuantitativo y cualitativo, es cualitativo ya que se analiza una situación que es parte de la realidad existente, además para realizar esta investigación se ha acudido al lugar de trabajo del dueño del local Pizzería Luigi cantón Archidona mediante una entrevista, con el fin de obtener datos que permitan dar un diagnóstico acerca de la Implementación de un catálogo electrónico de la Pizzería Luigi del cantón Archidona de los productos que ofertan al mercado . Es cuantitativo ya que los datos obtenidos recogen datos numéricos cuantificables obtenidas de unas encuestas dirigidas a la población de Archidona posteriormente serán analizados y verificados de manera estadística, para luego realizar el respectivo análisis, verificación, e interpretación de los mismos.

2.2 Ubicación del Área del estudio

La definición del ámbito geográfico de la investigación se realiza al identificar la ubicación exacta del área de estudio. En esta situación específica, el lugar designado se encuentra en el cantón Archidona, perteneciente a la provincia de Napo

Ubicación política

Provincia: Napo

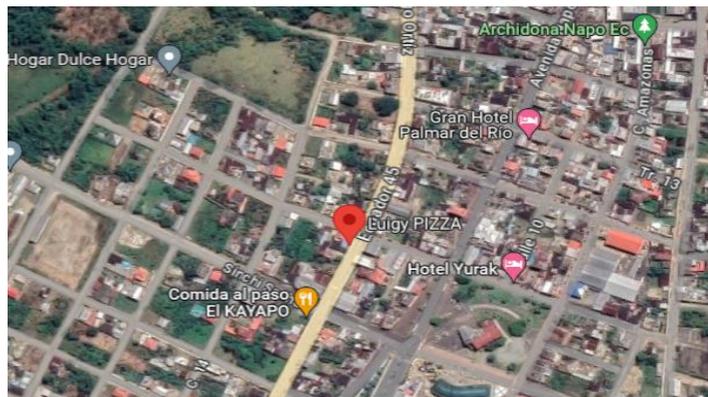
Cantón: Archidona

Parroquia: Archidona

2.3 Ubicación geográfica

La Parroquia Archidona, incluyendo el local comercial, se encuentra geográficamente ubicada en la Provincia de Napo, específicamente en el cantón Archidona, que forma parte de la región amazónica de Ecuador.

Ubicación referencial de la parroquia Archidona



2.4 Tipos de investigación

2.4.1 Investigación de campo

Según (Feliberto, Martins Santa Paella, 2010) definen: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables.

La investigación se realizó mediante las siguientes modalidades, primeramente, de campo ya que la información se obtiene en el lugar donde se está generando el problema e intervienen todas las personas involucradas, en este caso la Pizzería Luigy.

2.4.2 Investigación descriptiva

Según, (Fernández, 2006) señalan que una investigación descriptiva consiste en presentar la información tal cual es, indicando cual es la situación en el momento de la investigación analizando, interpretando, imprimiendo, y evaluando lo que se desea.

La investigación descriptiva está relacionada con la recopilación datos que se realiza mediante la encuesta, entrevista y de esa manera interpretar la información obtenida, para saber la situación actual de la Pizzería Luigy.

2.4.3 Método deductivo

“Consiste en un razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a una ley general para todos los fenómenos de un mismo género. La inducción es, así, una generalización que conduce de los casos particulares a la ley general. Basada en la

experiencia de algunos casos de un fenómeno, pasa a dar una ley para todos los casos de fenómenos de la misma especie”

También se empleó el método inductivo donde se recopilan evidencias a través de la observación o la experiencia directa y se analizan con el objetivo de llegar a la afirmación propuesta en la investigación.

2.5 Técnicas e Instrumentos

2.5.1 Encuestas

Por parte de, (Ferrando, García, 1986) que la encuesta es “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y explicar una serie de características”.

2.5.2 Entrevistas

Según (Calderón Noguera, Donald Freddy, Julia, 2011) “es posible entender la técnica de la entrevista como: el procedimiento de recolección de información basado en una interacción entre dos personas o más.

Las entrevistas personales o en grupo posibilitan la recolección de información cualitativa y adquirir un entendimiento más profundo de las vivencias y puntos de vista de los clientes. Las entrevistas pueden llevarse a cabo tanto con clientes individuales como con profesionales expertos en atención al cliente, con el propósito de obtener conocimientos valiosos. (Ortiz, 2005)

Muestra

De acuerdo (Condori-Ojeda, 2020) debe contar con un listado de todos los individuos o miembros de la población enumerados del 1 hasta N (N = tamaño de la población). Para seleccionar una muestra de tamaño n de la población N, se escogen los individuos de acuerdo a una tabla de números aleatorios.

Al ser la población de gran tamaño 755 se realizó el muestreo respectivo, ya que esto permite ahorrar tiempo y recursos, la población a estudiar es finita cuando el universo o población es inferior a 100.000, por lo que se cita la siguiente fórmula dada en Fisher & Navarro (1999):

$$n = \frac{a^2 N p q}{e^2 (N - 1) + a^2 p q}$$

Donde n= número de elementos (Tamaño de la muestra)

a= nivel de confianza

N=universo o población

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= (precisión de los resultados)

Parámetro	Valor a insertar
a=	95% (1,96)
N=	24696
p=	50
q=	50
e=	5%
n=	379

$$n = \frac{(1,96)^2 (24696) * (50\%) * (50\%)}{(5)^2 (24696-1) + (1,96)^2 (50\%) * (50\%)}$$

$$n = \frac{(3,84) * (24696) * (0,50) * (0,50)}{(0,05)^2 (24696-1) + (3,84) * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{2370}{62,7} = 379$$

3 Metodología de investigación

3.1 Metodología para el Objetivo 1: Analizar la situación actual de la “Pizzería Luigy” del Cantón Archidona.

Con el fin de alcanzar el primer objetivo, se procedió a acercarse al establecimiento y se mantuvo una conversación con el propietario del lugar. Se presentó una petición para obtener su autorización con respecto a la ejecución del proyecto de integración curricular.

Para realizar la investigación se elaboró un análisis FODA para conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a las que se enfrenta la Pizzería Luigy, por lo cual se utilizó como herramienta la entrevista, encuesta con 10 preguntas abiertas a la población de Archidona para obtener resultados sobre los criterios de valoración del de la implementación del catálogo electrónico.

ANÁLISIS FODA

Se define como una herramienta que permite determinar la situación actual de la organización, la cual analiza los ambientes interno y externo. En el interno se encontrarán las fortalezas y debilidades de la empresa; mientras que en el externo encontraremos las oportunidades y amenazas, las cuales nos permiten tener diferentes puntos de vista. (Amparano, 2005)

Tabla 1. *Matriz FODA*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

3.2 **Metodología para el Objetivo 2:** Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo digital para la “Pizzería Luigi”, que permita exhibir su amplia gama de productos.

Para poder Identificar la herramienta se obtuvo información de diversos tipos de plataformas, para lo cual se realizó un cuadro comparativo de las características y funcionalidades de las siguientes aplicaciones:

Tabla 2. Tipos de Aplicaciones

APLICACIONES	CANVA	GOOGLE SITES	TREINTA
Concepto	Es una plataforma de diseño gráfico en línea que se utiliza para crear presentaciones	Esta aplicación permite crear un sitio web o una intranet de una forma tan sencilla como editar un sitio.	Es una funcionalidad que ofrece tu App Treinta, donde puedes subir todos tus productos
Tipo de plataforma	En línea, basada en web	En línea, basada en web	En línea, basada en web

Propósito principal	Diseño gráfico y creación de contenido visual	Creación de sitios web	Gestión de proyectos
Interfaz del usuario	Intuitiva, enfocada en el diseño	Sencilla, orientada a la creación de sitios web	Simple y eficiente, enfocado en
Plantillas prediseñadas	Amplia variedad de plantillas para diversos propósitos	Plantillas limitadas pero funcionales	No centrado en plantillas, pero con opciones
Nivel de personalización	Alto, ofrece muchas opciones de personalización	Moderado, brinda opciones limitados de personalización	Moderado, con énfasis en la simplicidad
Precio Básico	Ofrece una versión gratuita y planes de pagos adicionales	Gratuito con opciones premium disponibles	Gratuito con opciones premium disponibles

Fuente: Elaborado propia (2023)

3.3 Metodología para Objetivo 3: Implementar el catálogo electrónico de la “Pizzería Luigi” de los productos que ofertan al mercado.

De acuerdo al análisis realizado en el objetivo 2, se elaborará un informe de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, se identifica la plataforma idónea para la creación del catálogo electrónico, por lo que se procede con la creación respectiva y la finalidad del informe será conocer la implementación del catálogo

electrónico en la Pizzería Luigy en el cantón Archidona, conocer su amplia gama de productos que ofrece.

La estructura del informe será de la siguiente manera:

- Carátula o portada
- Introducción
- Misión y visión
- Objetivo general y específico
- Desarrollo
- Conclusión
- Recomendación

4 PROPUESTA

4.1 Resultado del Objetivo 1: Analizar la situación actual de la “Pizzería Luigy” del Cantón Archidona.

Para el cumplimiento del objetivo 1, se utilizó un análisis FODA de la Pizzería Luigy, con el objetivo de analizar la situación actual en relación a la Implementación del catálogo electrónico, al mismo tiempo identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Análisis Foda

Tabla 3. *Análisis Foda*

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
Ofrece una extensa gama de productos de calidad.	Puede aprovechar la oportunidad de llegar a nuevos mercados.
Local acogedor y un ambiente agradable.	Incorporación de tecnologías para el usuario.
Implementa sistemas seguros para las transacciones en línea.	Implementar programas de lealtad para incentivar a los clientes.
DEBILIDADES	AMENAZAS
La necesidad de conexión a internet.	La creciente competencia de otro mercado.
Tiempo de espera durante horas.	Cambios en las preferencias del consumidor.
Falta de presencia de redes sociales.	Fluctuación de precios.

Fuente: Elaborado propia (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

A continuación, se presenta el método de investigación cualitativa, donde se realizó una entrevista al dueño del local de la Pizzería Luigi, por ello también se utilizó el método cuantitativo que se realizó a la población mediante una encuesta en la parroquia de Archidona.

Entrevista 1

Tabla 4. Entrevista al propietario

N°	Preguntas	Respuestas
1	¿Qué falencias existe en su local en relación a la atención al cliente?	Mas relevante es en la Atención al Cliente
2	¿Cuál es el promedio de clientes que suele atender al día?	Entre 20 clientes al día
3	¿Cuántas personas tiene contratadas para la atención al cliente?	Tenemos 5 personales que trabajan rotativamente.
4	¿Qué falencia tiene en su local?	Falta de personal en el área de atención, y la tecnología.
5	¿Tiene suficiente espacio disponible en su establecimiento comercial?	Nuestro local ofrece un espacio amigable
6	¿Su establecimiento ofrece bienes y servicios de altos o bajo costo?	Tenemos productos de calidad de precios medibles.
7	¿Existe la suficiente seguridad en la zona que está ubicada su local?	Hasta el momento es un lugar seguro para atender nuestros clientes.
8	¿Como considera usted responde a las inquietudes o reclamos hechos por sus clientes?	Las inquietudes de los clientes, se toma de manera respetosa.
9	¿Cuáles han sido los medios por los cuales usted mantiene contacto con sus clientes?	WhatsApp Bussines

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

Análisis de la entrevista

El propósito de la entrevista consistió en obtener información del establecimiento comercial, identificando deficiencias presentes en el local con el fin de proponer una solución que contribuya a la mejor de la experiencia del cliente y la calidad del servicio, detectando sus debilidades para proponer mejor que elevan la calidad del servicio al cliente. De acuerdo, la entrevista realiza al dueño del local se pudo observar las falencias que existe por lo cual se buscó la solución mediante la implementación del catálogo electrónico para ofrecer su amplia gama de productos.

Resultado de la encuesta

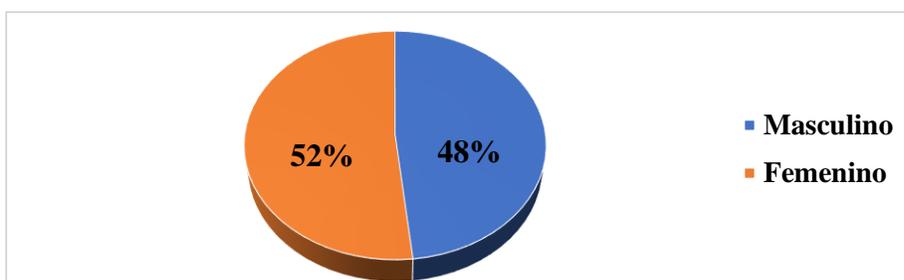
La encuesta se realizó a la población de Archidona mediante la plataforma Google Forms y de esa manera obtener resultados precisos acerca de cómo se encuentran la Pizzería Luigy.

Pregunta 1. ¿Cuál es su género?

Tabla 5. Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	183	48%
Femenino	196	52%
Total	379	100%

Gráfico 1. Género



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

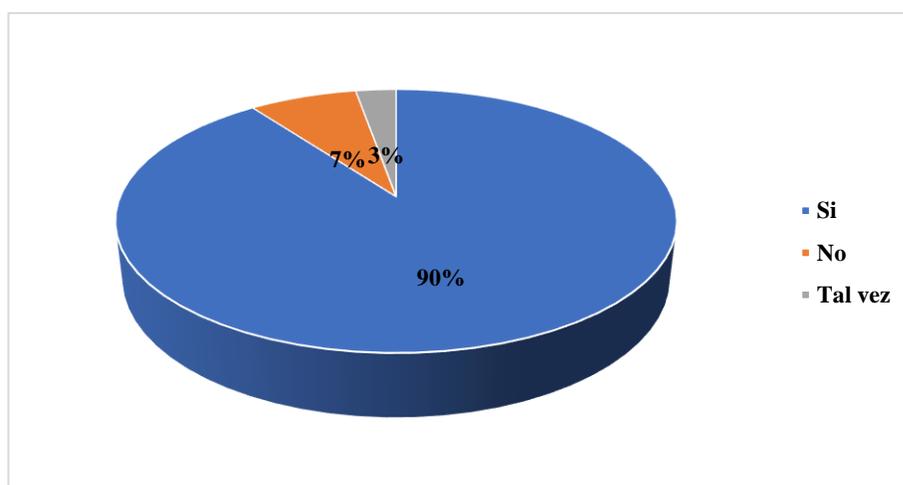
Interpretación: De acuerdo a la pregunta 1 se puede analizar que dentro de la encuesta realizada el 52% de los encuestados son de género femenino, mientras que el 48% de los encuestados son de género masculino por lo que se puede denotar que la población femenina fue el género mayor porcentaje encuestado por la acogida al momento. De la encuesta aplicada más de 52% de encuestados corresponden al género femenino indicando que existió mayor aceptación a la implementación del catálogo electrónico.

Pregunta 2. ¿Le gusta la pizza?

Tabla 6. *Preferencia del consumidor*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	90%
No	3	8%
Tal vez	8	3%
Total	379	100%

Gráfico 2. *Preferencia del consumidor.*



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

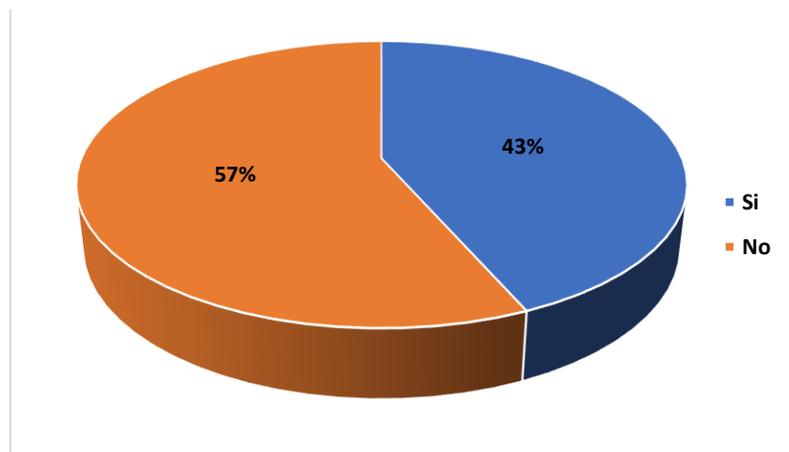
Interpretación: De las personas encuestadas, el 90% equivalente 368 habitantes nos manifestó que le gusta la pizza, mientras el 3% equivalente a 8 tal vez y un 2.1% equivalente 3 no les gusta la pizza.

Pregunta 3. ¿Conoce la Pizzería Luigi?

Tabla 7. Existencia de la pizzería Luigi

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	165	43%
No	214	57%
Total	379	100%

Gráfico 3. Existencia de la pizzería Luigi



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

Interpretación: En la información recopilada, las personas encuestadas 57% equivalente a 214 habitantes nos manifestó no conoce donde está ubicado la Pizzería Luigi y el 43% similar a 165 habitantes si conoce el luga

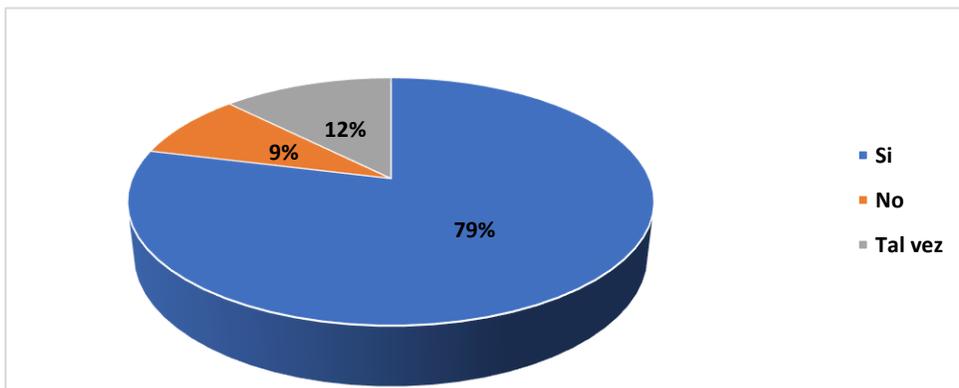
Pregunta 4. ¿A usted, le gustaría ver los productos desde casa?

Tabla 8. Matriz de preferencias.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	314	79%

No	26	9%
Tal vez	39	12%
Total	379	100%

Gráfico 4. Matriz de preferencias.



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)
Elaborado por: Katty Jicela Avilez chimbo (2023)

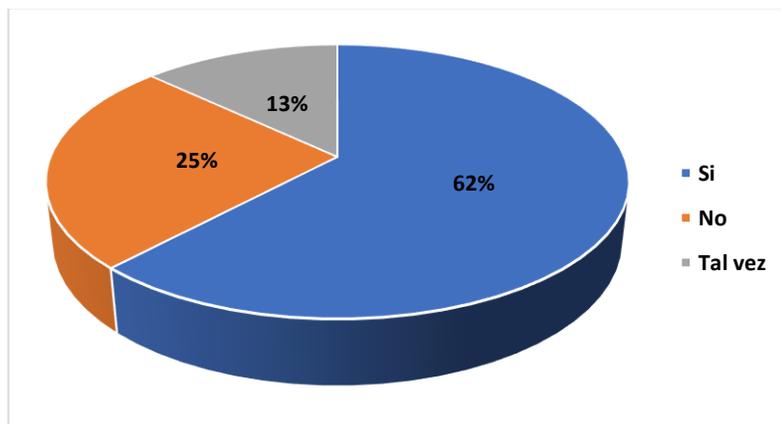
Interpretación: En el gráfico 4, se observan los resultados datos relacionados si desean ver desde casa los productos que ofrece Luigi pizzería 79% equivalente a 314 encuestados, señala 12% equivalente 39 posiblemente que tal vez les agradaría ver, mientras 9% equivalente 26 de los encuestados afirman que no desean ver desde su domicilio.

Pregunta 5. ¿Ha visualizado los catálogos de otros proveedores?

Tabla 9. Rango de otros proveedores.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	235	62%
No	98	25%
Tal vez	46	13%
Total	379	100%

Gráfico 5. Rango de otros proveedores.



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

Interpretación: Por los datos obtenidos en el gráfico 5 se puede describir que 379 habitantes equivalente al 100% de la muestra, un 62% equivalente a 235 habitantes consideran que, si han visto catálogos de otros proveedores, mientras que el 25%

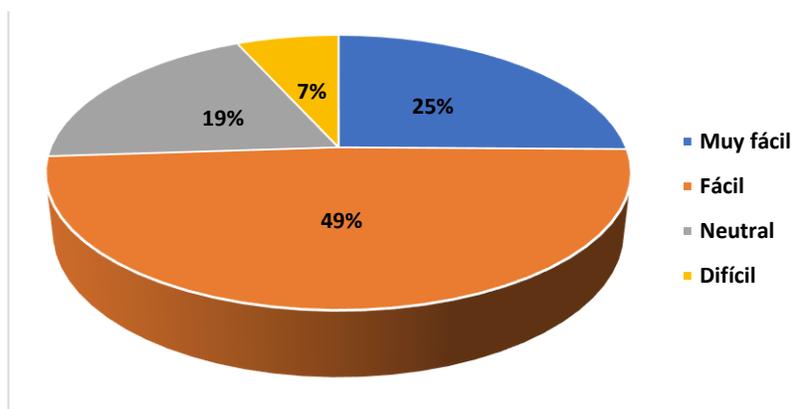
equivalente a 98 habitantes nos manifiestan que no tienen conocimiento de un catálogo electrónico y 13% equivalente 46 habitantes revelan que talvez.

Pregunta 6. ¿Cómo calificaría la facilidad de navegación en el catálogo electrónico?

Tabla 10. *Rango de navegación*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy fácil	100	25%
Fácil	206	49%
Neutral	70	19%
Difícil	3	7%
Total	379	100%

Gráfico 6. *Rango de navegación*



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

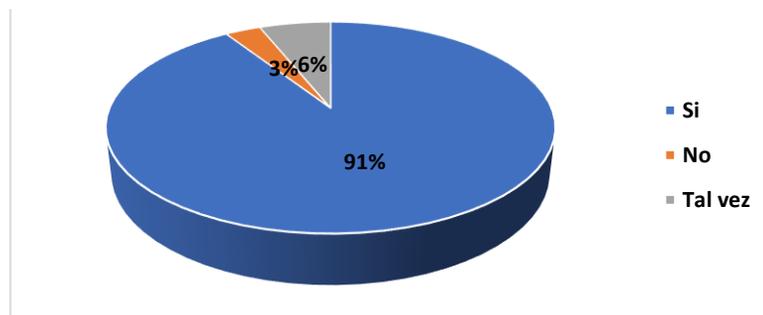
Interpretación: Al realizar las encuestas 379 habitantes lo cual constituye el 100% de la muestra, un 49% equivalente a 206 habitantes lo cual afirma que es fácil de utilizar el catálogo electrónico, por lo tanto, el 25% que constituye 100 habitantes respondieron que es muy fácil, mientras que un 19% equivalente a 70 habitantes que es neutral y el 7% equivalente a 3 es difícil.

Pregunta 7. ¿Te gustaría ver los productos un catálogo electrónico?

Tabla 11. Matriz de difusión de productos.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	340	91%
No	14	3%
Tal vez	25	6%
Total	379	100%

Gráfico 7. Matriz de difusión de productos.



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

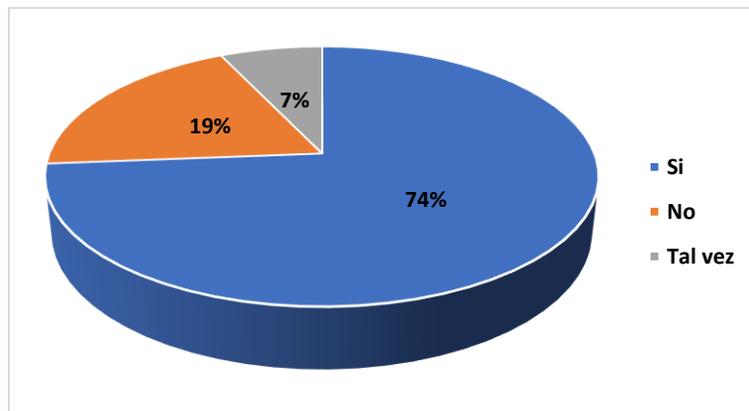
Interpretación: En el gráfico 7, se observan los resultados de la pregunta 8 en la que se conocieron datos relacionados sobre, te gustaría ver los productos un catálogo electrónico las cuales se encuestaron 379 habitantes que representan el 100% de muestra, el 91% equivalente a 340 habitantes afirman que, si le gustaría ver productos en catálogos electrónicos, un 6% semejante a 25 habitantes indican que tal vez y un 3% similar a 14 habitantes manifiestan que no.

Pregunta 8. ¿Ha utilizado un catálogo electrónico para realizar compras?

Tabla 12. Visualización de catálogos electrónicos para compras.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	277	74%
No	73	19%
Tal vez	29	7%
Total	379	100%

Gráfico 8. Visualización de catálogos electrónicos para compras.



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

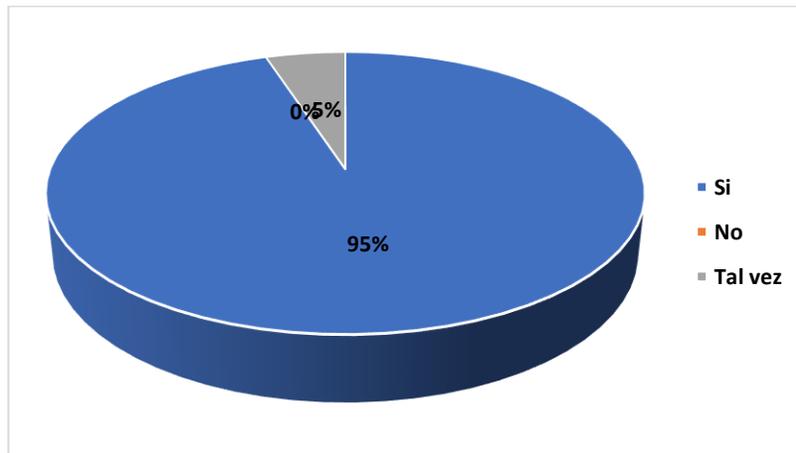
Interpretación: Acorde al grafico 8 se determina que 379 habitantes constituyen al 100% de la muestra 74% equivalente a 277 habitantes manifiesta si han utilizado el catálogo para ver diferentes productos que ofrecen, mientras 19% equivalente 73 revelan que no utilizan y 7%. equivalente 29 habitantes nos manifiesta que tal vez.

Pregunta 9. ¿Te gustaría conocer los productos que ofertan Pizzería Luigi en un catálogo electrónico?

Tabla 13. Visualización de catálogos electrónicos para compras.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	358	95%
No	0	0%
Tal vez	20	5%
Total	379	100%

Gráfico 9. Visualización de catálogos electrónicos para compras.



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

Interpretación: En el gráfico 9, se determina que 379 habitantes constituyen al 100% de la muestra, el 95% equivalente 358 habitantes mencionan si le gustaría conocer los productos, mientras 5% equivalente 20 habitantes manifiestan que tal vez y 0.1%

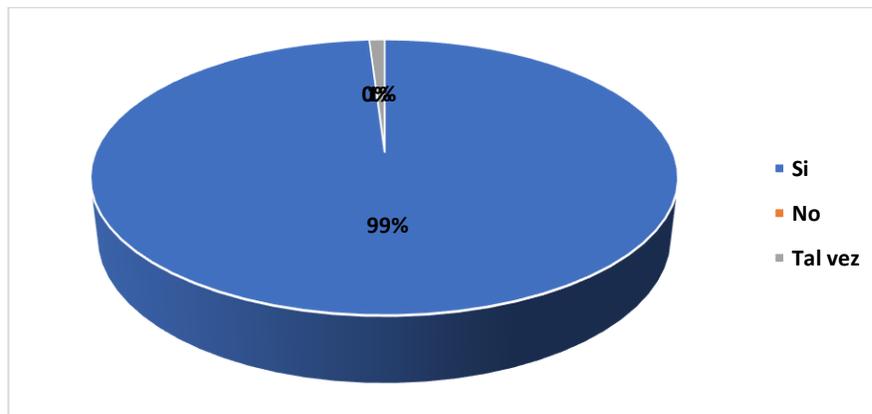
equivalente a 1 habitante no ha visualizado catálogo electrónico hasta hoy en día por lo que es importante implementar el catálogo electrónico.

Pregunta 10. ¿Le gustaría que se implemente en el local un catálogo electrónico donde promocióne su amplia gama de productos?

Tabla 14. *Implementación de un catálogo electrónico.*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	373	99%
No	0	0%
Tal vez	6	1%
Total	379	100%

Gráfico 10. *Implementación de un catálogo electrónico.*



Fuente: Encuesta aplicada a la población de Archidona (2023)

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)

Interpretación: De los resultados obtenidos se puede observar en la pregunta 10 mediante una encuesta que se realizó a 379 habitantes de la población de Archidona que constituyen al 100% de la muestra, se puede detallar que 99% equivalente 373 habitantes considerando que, si están de acuerdo, por lo cual se manifestó que 1%

equivalente 6 a habitantes afirman que tal vez, en este aspecto se puede aseverar que la mayoría de los encuestados consideran si la implantación del catálogo electrónico.

4.2 Resultado del Objetivo 2: Identificar la herramienta adecuada para la creación del catálogo digital para la “Pizzería Luigi”, que permita exhibir su amplia gama de productos.

Para el cumplimiento del objetivo 2, se identificó la aplicación de Google sites la cual usaremos para la implementación del catálogo electrónico de la Pizzería Luigi del cantón Archidona, la cual se mostrará las características, ventajas y desventajas de la herramienta.

Tabla 12. Matriz de relación de plataformas digitales.

Característica	Google Sites	Ventaja	Desventaja
Aplicación gratuita	Herramienta	Mejorar el trabajo colaborativo.	Ofrece herramientas SEO básicas
Páginas optimizadas	En línea	Agilizar los procesos	No permite enlace patrocinados
Web personalizada	Gratuita		Poca capacidad enlaces patrocinados
Funcionalidades de Google	Rápida	Personalizar diseños	Es difícil de personalizar
Fácil de usar:			

Elaborado por: Katty Jicela Avilez Chimbo (2023)



4.3 Resultado del Objetivo 3: Implementar el catálogo electrónico de la “Pizzeria Luigy” de los productos que ofertan al mercado.



**INFORME IMPLEMENTACIÓN
DE UN CATÁLOGO
ELECTRÓNICO DE LA
PIZZERÍA LUIGY DEL CANTÓN
ARCHIDONA DE LOS
PRODUCTOS QUE OFERTAN
AL MERCADO**



Autor:

Katty Jicela Avilez Chimbo



2023



MISIÓN

En Luigy Pizzería, nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes una experiencia gastronómica excepcional, brindando pizzas de la más alta calidad elaboradas con ingredientes únicos y auténticos. Nos comprometemos a superar las expectativas de nuestros clientes mediante un servicio amigable, un ambiente acogedor y una atención cuidadosa a cada detalle.



VISIÓN

Luigy pizzería, aspiramos a ser reconocidos por la provincia de Napo como el destino preferido para los amantes de la pizza, no solo por la calidad excepcional de nuestros productos, sino también por la experiencia única que ofrecemos. Nos esforzamos por destacarnos como un referente en la industria, superando las expectativas de nuestros clientes y estableciendo estándares más altos en cada aspecto de nuestro negocio.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Informar sobre el cumplimiento de “Implementación del catálogo electrónico de la pizzería Luigi del cantón Archidona de los productos que ofertan al mercado” con base en los resultados obtenidos en la investigación.

Objetivo específico

- Proporcionar una experiencia única al usuario más intuitiva, rápida y agradable al acceder a los servicios que ofrece la Pizzería Luigi.
- Asegurar que los usuarios puedan ingresar los servicios de la Pizzeria.
- Presentar descripciones detalladas de la implantación del catálogo electrónico de la pizzería Luigi del cantón Archidona.

DESARROLLO

Proporcionar una experiencia única al usuario más intuitiva, rápida y agradable al acceder a los servicios que ofrece la Pizzería Luigi.

Para realizar la investigación “Implementación del catálogo electrónico de la Pizzería Luigi del cantón Archidona de los productos que ofertan al mercado” para creación del catálogo electrónico se utilizó la siguiente herramienta:

Google Sites

Es una aplicación web que forma parte del paquete Google Workspace, que te permite crear un sitio web tú mismo sin tener que recurrir a la ayuda de un diseñador web, un programador o alguien del departamento de ti de tu empresa.

Catálogo electrónico

Es un sitio web, una aplicación móvil o una pieza de software que permite crear y distribuir catálogos de productos de forma rápida y sin esfuerzo.

Características específicas asociados con Google Sites:

Conexión a internet	Google Sites es una aplicación basada en la web, por lo que se necesita una conexión a Internet para acceder y editar los sitios.
Navegador Web compatible	Google Sites es compatible con varios navegadores web, como Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari y Microsoft Edge
Dispositivo compatible	Puedes acceder y editar Google Sites desde computadoras de escritorio, computadoras portátiles, tabletas y dispositivos móviles

Herramienta de Edición Sencillas	Google Sites está diseñado para ser fácil de usar, y no requiere habilidades avanzadas de codificación o diseño.
---	--

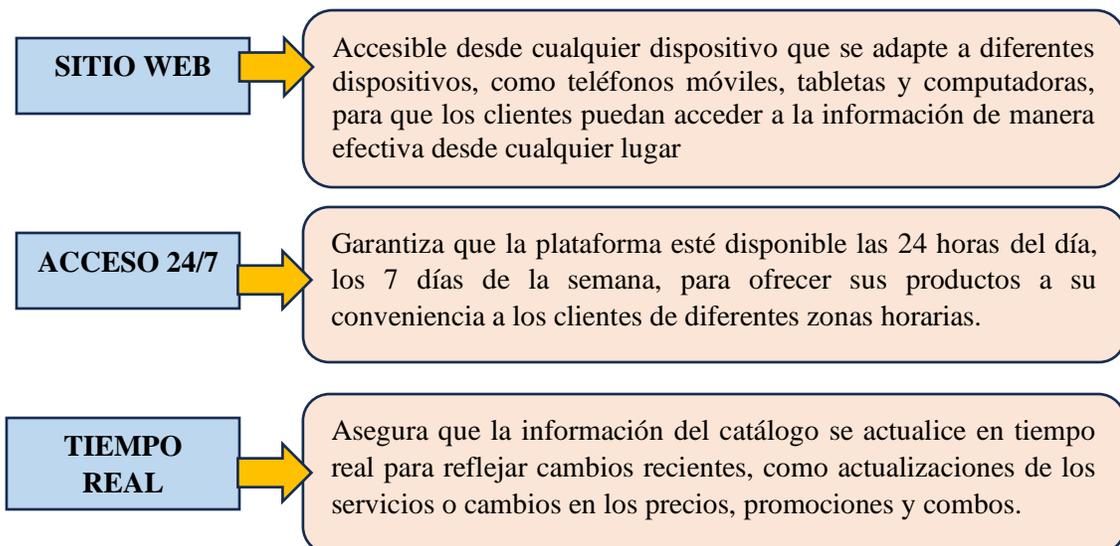
Al implementar las características, podemos ofrecer a los usuarios una experiencia única más intuitiva, rápida y agradable al acceder a los servicios del catálogo electrónico.

Ventajas de cómo utilizar el catálogo electrónico en la aplicación de Google sites.

- Mejorar el trabajo colaborativo
- Manejar la seguridad de la información
- Usar aplicaciones para mantenerse conectado
- Integrar y configurar un dominio web.

Asegurar que los usuarios puedan ingresar los servicios de la Pizzería.

Para ofrecer a los clientes que puedan acceder a la información de los servicios en cualquier momento y lugar, se puede considerar las plataformas en línea como:



CONTROL CONTINUO

Asegurar la disponibilidad del servicio y abordar cualquier problema de manera proactiva.

Presentar descripciones detalladas de la implantación del catálogo electrónico de la pizzería Luigy del cantón Archidona.

Para el cumplimiento del objetivo tres se diseñó el catálogo electrónico, en la herramienta Google sites. La aplicación realizada es un sistema de gestión web, por lo que se ha considerado un análisis bajo un aspecto más importante que es:

- La aplicación ha sido realizada bajo la supervisión del local Luigy pizzería debido a que el módulo de consulta es importante dentro del catálogo electrónico para el desarrollo primordiales.

Redes Sociales

Para llegar a los clientes se a utilizado presencia en las redes sociales promocionando una interacción dinámica con los clientes, permitiendo que los usuarios conozcan los servicios que ofrece Luigy pizzería.

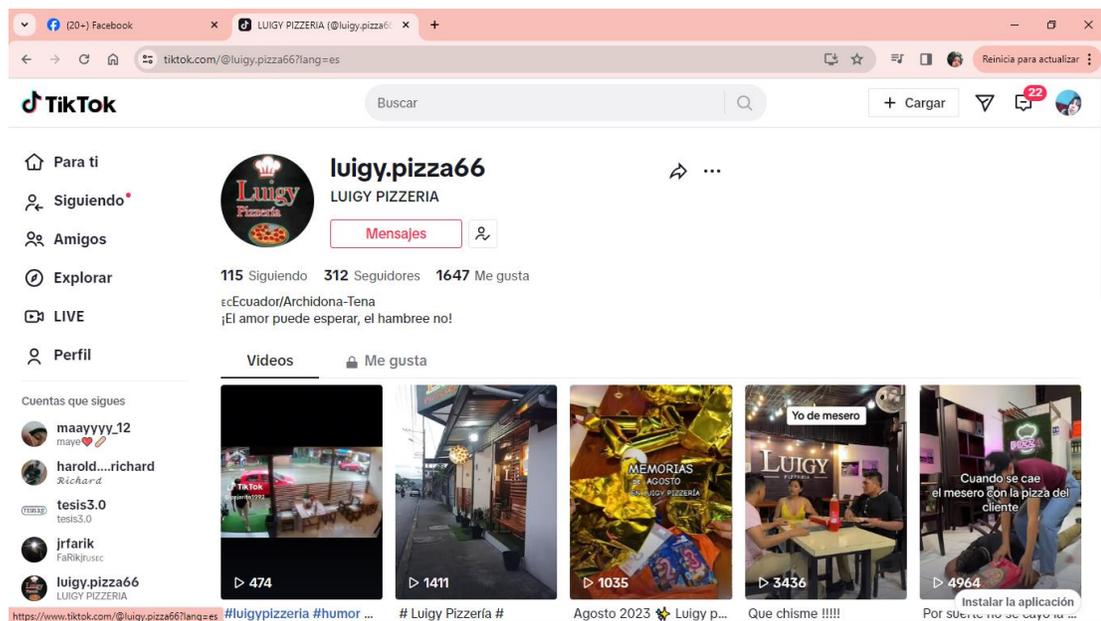
Página de Facebook



Fuente: <https://www.facebook.com/luigypizzeria>

Facebook proporciona una plataforma versátil para conectar con los clientes, promocionar y ofrecer acceso fácil a la información de los servicios. Al mantener una presencia activa y atractiva en esta red social, puede aumentar su visibilidad y atraer a clientes tanto locales como virtuales.

Página Tik Tok



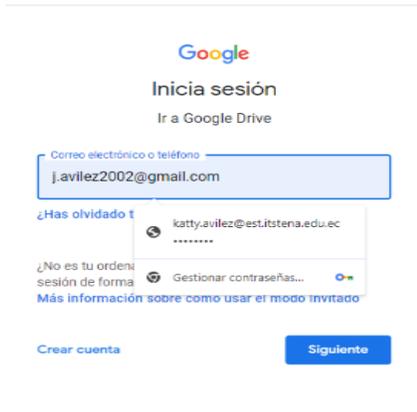
Fuente: <https://www.tiktok.com/@luigy.pizza66?lang=es>

TikTok es una plataforma de redes sociales que se centra en videos cortos y creativos. Se ha vuelto increíblemente popular y puede ser una herramienta efectiva para llegar a un público más joven y comprometer a la audiencia de una manera única.

Pasos para utilizar el catálogo electrónico

Paso 1: Ingresar a la aplicación Google sites

- Ingresar con el correo electrónico
- Mediante un Link
- código QR



Link para ingreso al catalogo electronico:

<https://sites.google.com/est.itstena.edu.ec/luigypizzeria/inici>

Plataforma digital



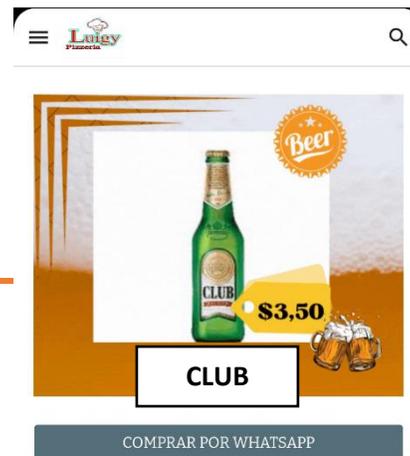
Paso 2: Seccione el botón de servicios online donde observara varios productos de Luigy Pizzería.



Los productos están con sus respectivos precios.



Paso 3: Para realizar el pedido se agregó la opción Comprar por WhatsApp donde podrá realizar de manera fácil su pedido desde casa.



Paso 4: Ingrese en la opción sobre nosotros donde podrá conocer Historia de Luigi Pizzería, Visión y Misión.



Paso 5: Finalmente se agregó el Horario de atención

HORARIO DE ATENCIÓN

LUNES	2:00-11:30 P.M
MARTES	2:00-11:30 P.M
MIÉRCOLES	2:00-11:30 P.M
VIERNES	2:00-11:30 P.M
SÁBADO	2:00-11:30 P.M
DOMINGO	2:00-11:30 P.M



CONCLUSIONES

- El catálogo electrónico tiene como objetivo principal brindar a los clientes los productos de la Pizzería Luigi de su amplia gama, facilitando sus pedidos desde casa.
- La satisfacción del cliente es nuestra prioridad. Nos esforzamos por superar tus expectativas en cada orden, desde la calidad de los productos hasta la rapidez y eficiencia en la entrega. Tu felicidad es nuestra recompensa.
- En nuestra pizzería, creemos que cada cliente es único. Por eso, ofrecemos la posibilidad de personalizar tu pizza según tus preferencias. Desde la masa hasta los ingredientes, tú decides cómo quieres disfrutar de tu pizza.

RECOMENDACIONES

- Garantizar que el catálogo se actualice en tiempo real para reflejar cambios en el menú, promociones y la disponibilidad de productos.
- Destacar los productos especiales con imágenes llamativas y descripciones breves.
- Implementar un programa de puntos y recompensas para fomentar la lealtad. Ofrece descuentos o productos gratuitos después de acumular cierta cantidad de puntos.

5 CONCLUSIONES

- En Luigy Pizzería cantón Archidona, mediante el análisis foda se logró conocer la situación actual de cómo se encuentra el local, así obtuve resultados positivos y negativos con esta información se pudo concretar que es necesario la implementación del catálogo electrónico que permitirá posicionar marcas, vender productos y facilitar pedidos a los ciudadanos, la modernidad.
- Para el desarrollo del catálogo electrónico se utilizó Google sites ya que es una herramienta apropiada y es una plataforma de código abierto que aporta mucho en proyectos de investigación, en este trabajo se realizó una combinación de las mismas, generando una gran ilustración para los lectores.
- Como resultado del objetivo 3 se implementó el catálogo electrónico de acuerdo lo previsto ya que esto ayudara al crecimiento del local, es un gran beneficio para el dueño mostrar su amplia gama de productos de una manera radical.

6 RECOMENDACIONES

- Se recomienda considerar el presente estudio para que investigaciones futuras y con fines académicos profundicen aspectos metodológicos planteados para la creación de catálogos electrónicos y así otras investigaciones pueden acoger dichas recomendaciones o mejor de los casos mejorar los procesos investigativos.

- Se recomienda al dueño seguir investigando plataformas para el desarrollo de catálogos electrónicos, pero que siga utilizando Google sites ya que son muy interactiva y fácil de utilizar y permite generar combinación entre ellas.
- Realizar una pequeña campaña donde se haga conocer a los clientes que se cuenta con un catálogo electrónico de los productos de su amplia gama.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

Layne, Y. (18 de Enero de 1998). Los catálogos en línea de acceso público del Mercosur disponibles en entorno web. *Redalyc*, págs. 37-55.

Martins, S. P. (2010). Qué es la Investigación de Campo. *Investigacion cientifica*, 15.

Pérez, D. A. (2019). *ELABORACION DE UN CATALOGO ELECTRONICO DE CONTROL DE LOS*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Google academico.

Pérez, D. A. (2019). *ELABORACION DE UN CATALOGO ELECTRONICO DE CONTROL DE LOS PRODUCTOS*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Tuxtla.tecnm.mx.

Sanabria Díaz, V. L., Torres Ramírez, L. A., & López Posada, L. (16 de Enero de 2012). Comercio electrónico y nivel de ventas en las MiPyMEs del sector comercio, industria y. *EAN Escuela Administracion de Negocios*, págs. 132-154.

Sarduy Domínguez, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 12.

Schmitt, V. G. (2020). El comportamiento del consumidor de los aplicativos móviles para restaurantes en el contexto de la pandemia del COVID-19. .

Compendium: Cuadernos de Economía y Administración, págs. 303-31

8 ANEXOS

Ilustración 1. *Certificado de solicitud.*

Tena, 07 de noviembre de 2023

Sñr. Luis German Mena Lieta
DUEÑO DEL LOCAL LUIGY PIZZERÍA
Presente. -

De mi consideración:

Yo, **Avilez Chimbo Katty Jicela** con **C.C.I: 1500931454**, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior de Administración del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, del quinto semestre paralelo "B", me dirijo comedidamente a usted con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar **"Implementación de un catálogo electrónico de la Pizzería Luigy del Cantón Archidona de los productos que ofertan al mercado"**.

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

Atentamente,



Avilez Chimbo Katty Jicela
C.I 1500931454

Correo electrónico: katty.avilez@est.itstena.edu.ec



07/11/2023
Recibido

Ilustración 2. *Autorización por parte del dueño del local.*

AUTORIZO

Archidona 07 de noviembre de 2023

Srta. Avilez Chimbo Katty Jicela
Estudiante del Instituto Superior Tecnológico tena
de la Carrera de Tecnología Superior en Administración
Presente, -

Yo, **Luis German Mena Licta**, portador de la cedula de ciudadanía No.180451810-6 dueño del local Luigy Pizzeria, Autorizo para que la estudiante pueda realizar cualquier trámite referente a su trabajo de titulación.

Atentamente,



Luis German Mena Licta
C.I 180451810-6
PROPIETARIO

Ilustración 3. Formato de entrevista



ENTREVISTA PARA RECOPIACIÓN INFORMACIÓN

TEMA: IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE LA PIZZERÍA LUIGI EN EL CANTÓN ARCHIDONA QUE OFERTAN LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO.

ENTREVISTADOR: Katty Avilez

ENTREVISTA: Luis Mena

Nº	Preguntas	Respuestas
1	¿Qué falencias existe en su local en relación a la atención al cliente?	
2	¿Cuál es el promedio de clientes que suele atender al día?	
3	¿Cuántas personas tiene contratadas para la atención al cliente?	
4	¿Qué falencia existe en el local?	
5	¿Tiene suficiente espacio disponible en su establecimiento comercial?	
6	¿Su establecimiento ofrece bienes y servicios de altos o bajo costo?	
7	¿Existe la suficiente seguridad en la zona que está ubicada su local?	
8	¿Como considera usted responde a las inquietudes o reclamos hechos por sus clientes?	
9	¿Cuáles han sido los medios por los cuales usted mantiene contacto con sus clientes?	

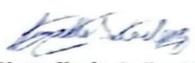
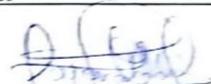
Elaborado por:	
 Katty Jicela Avilez Chiribaya ESTUDIANTE	
Validado por:	Legalizado:
 Leda. Verónica Gissela Zuñiga Cadpata TUTOR	 Leda. Yefaira Elizabeth Andy Lozada DOCENTE DE LA ASIGANTURA DE TITULACION

Ilustración 4. Formato de encuesta



ENCUESTA

TEMA: IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE LA PIZZERÍA LUIGI EN EL CANTÓN ARCHIDONA QUE OFERTAN LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO

Catalogo Electrónico están disponibles a través de internet, lo que permite a los usuarios acceder a ellos desde cualquier lugar, en cualquier momento de una manera rápida y efectiva.

Genero

Masculino
Femenino

Edad

Entre 15 a 20 años
Entre 21 a 25 años
Entre 26 a 30 años
Entre 31 a 35 años
Entre 36 años en adelante

1.- ¿Le gusta la pizza?

Si
No

2.- ¿Conoce la Pizzería Luigi?

Si
No

3.- ¿A usted, le gustaría ver los productos desde casa?

Si
No
Talvez

4.- ¿Ha visualizado los catálogos de otros proveedores?

Si
No
Talvez

5.- ¿Cómo calificaría la facilidad de navegación en el catálogo electrónico?

Muy fácil
Fácil
Neutral
Difícil

Muy difícil

6.- ¿Te gustaría ver los productos un catálogo electrónico?

Si
 No
 Talvez

7.- ¿Ha utilizado un catálogo electrónico para realizar compras?

Si
 No
 Tal vez

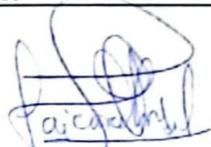
8.- ¿Te gustaría conocer los productos que ofrecen Pizzeria Luigi en un catálogo electrónico?

Si
 No
 Tal vez

9.- ¿Le gustaría que se implemente en el local un catálogo electrónico donde promocione su amplia gama de productos?

Si
 No
 Tal vez

¡Gracias por participación!

Elaborado por:	
 Katty Jicela Avilez Chimbo ESTUDIANTE	
Validado por:	Legalizado:
 Lcda. Verónica Gissela Zuña Cadpata TUTOR	 Lcda. Yajaira Elizabeth Andy Lozada DOCENTE DE LA ASIGANTURA DE TITULACION