**ANÁLISIS Y DESARROLLO DE SOFTWARE**

**FAST BEAUTY**

**Objetivos, planteamiento y pregunta del problema, alcance y justificación**

**Fabian Cifuentes**

**Diego Borbón**

**Lizeth Mendez**

**Alejandro Betancourth**

**BOGOTA D.C**

**2023**

**Centro de Electricidad, Electrónica y telecomunicaciones**

**SENA - Bogotá**

**Objetivo General**

Gestionar citas para servicios en salones de belleza.

**Objetivos Específicos**

* Permitir que el establecimiento gestione las citas para atender a sus clientes.
* Facilitar a los consumidores de servicios de belleza agendar una cita sin que exista la necesidad de dirigirse al establecimiento.
* Proporcionar al establecimiento la facilidad de ofrecer sus servicios a través de la página web.
* Llevar un control de agendamientos de empleados.
* Generar reportes de servicios ofrecidos.

**Planteamiento del problema**

A menudo las personas que contratan servicios de belleza se enfrentan a largas horas de espera para ser atendidos. Generalmente, los establecimientos de belleza están llenos, manejan procesos largos y no suelen ser muy cómodos para permanecer en espera. Además, los trabajadores de estos establecimientos se encuentran en situaciones difíciles en las cuales deben atender a más de un cliente a la vez o tratar de persuadirlo a seguir esperando. Algunos establecimientos han comunicado a sus clientes la necesidad de agendar citas para ser atendidos, sin embargo, los clientes no logran hacerlo pues sus llamadas no son contestadas porque los trabajadores de los establecimientos suelen estar ocupados atendiendo a otros y contestar una llamada les quita tiempo significativo. Por ello es necesario generar una solución que permita llevar a cabo ese proceso de agendamiento de citas de una manera más ágil, en la cual el sistema pueda confirmar una cita con un solo click; de esta forma el cliente puede estar seguro que será atendido en la fecha y hora agendada.

**Pregunta problema**

¿Es posible automatizar el proceso de agendamiento de citas en un salón de belleza?

**Alcance del proyecto**

El sistema permitirá llevar la gestión de citas de un salón de belleza, crear servicios con id, nombre y precio, dará la posibilidad de llevar la gestión de horarios de los trabajadores del establecimiento, facilitará al cliente poder agendar citas, seleccionando el día y hora que prefiera, adicional a esto, podrá seleccionar el estilista de su preferencia si lo desea. Sin embargo, el sistema no llevará la nómina de trabajadores, no tendrá manejo de inventarios, no tendrá la opción de vender productos del establecimiento, no manejará pagos en línea y demás acciones que competen únicamente al establecimiento.

**Justificación**

En muchas ocasiones se puede evidenciar la necesidad de un sistema, aplicación u otro mecanismo que permita gestionar y facilitar el acceso a diferentes tipos de servicios sin la necesidad de realizar mucho esfuerzo. Por esto, el presente proyecto se enfoca en realizar una página web que facilite el acceso a servicios de belleza y estética. La finalidad es optimizar y mejorar el agendamiento de citas para servicios de belleza por medio de esta página, permitiendo que los usuarios puedan obtener toda la información necesaria sobre el establecimiento como: los servicios que ofrece, ubicación, tarifas y disponibilidad; garantizando a los usuarios elegir su servicio sin necesidad de recurrir al establecimiento para agendar su respectiva cita. Con esto, se busca que la página sea una herramienta intuitiva y que a su vez, permita al administrador tener un registro controlado de los servicios prestados en el establecimiento, incrementar la operatividad de los empleados y optimizar los recursos del salón de belleza.

**Recolección de información**

**Encuesta**

| **Pregunta** | **Respuesta** |
| --- | --- |
| **Establecimiento** | |
| **¿Realiza agendamiento de citas a sus clientes?** | **Sí/no** |
| **¿Qué medio usa para agendar las citas de sus servicios?** | **Ninguno, WhatsApp, Facebook, Instagram, llamada** |
| **¿Qué medio usa para dar a conocer su servicio?** | **Ninguno, voz a voz, estados de WhatsApp, Facebook.** |
| **¿Qué servicios ofrece?** | **Colorimetría, corte, manicure, pedicure, alisado, depilación, Otros.** |
| **¿Qué modelos de pago maneja en este momento en su establecimiento?** | **Nequi, daviplata, bancolombia a la mano, tarjetas crédito/débito, efectivo.** |
| **¿Cuántos empleados tiene?** | **1 a 5, 6 a 10, 11 a 15, más.** |
| **Cliente** | |
| **¿Le gustaría que fuera más fácil agendar citas para ser atendido en los establecimientos de belleza?** | **Sí/no** |
| **¿Le gustaría saber los precios base de los servicios que ofrece el salón de belleza?** | **Sí/no** |
| **¿Creería que un software mejoraría la eficiencia para agendar citas en un establecimiento de belleza?** | **Sí/no** |
| **¿Ha agendado alguna vez citas de belleza por medio de una página web ?** | **si/ no** |
| **¿Conoce algún salón que preste esta forma de agendamiento?** | **Si, ¿Cuál?**  **No** |
| **¿Qué servicios adicionales le gustaría que brindaran?** | **¿Cuál?** |
| **¿Qué tipos de servicios le brindan frecuentemente en los establecimientos de belleza a los que asiste?** | **Tinte, Manicure, Pedicure, corte, otros ¿cuál?** |

**Análisis de la encuesta**

**Establecimiento**

Se observa que el 60% de los establecimientos encuestados realizan agendamiento de citas, mientras que el 40% no lo hacen. En cuanto a los medios utilizados para agendar citas, el 80% de los establecimientos optan por WhatsApp, el 60% utiliza llamadas telefónicas y solo el 20% no utiliza ningún medio en particular. Respecto a los medios de promoción de servicios, el 80% de los establecimientos se basan en el voz a voz, el 80% utiliza WhatsApp, el 20% utiliza Facebook y el 40% utiliza Instagram. En cuanto a los servicios ofrecidos, se encontró que todos los establecimientos ofrecen servicios de corte, manicure, pedicure y alisado, mientras que otros servicios como depilación y tintura son ofrecidos por el 80% y el 60% de los establecimientos, respectivamente. En términos de modelos de pago, el 100% de los establecimientos acepta Nequi como forma de pago, el 40% acepta Daviplata, el 20% acepta Bancolombia a la mano y tarjetas de crédito/débito, y el 80% acepta pagos en efectivo. Por último, en cuanto al tamaño de los establecimientos, el 40% tiene de 1 a 5 empleados, mientras que el 60% tiene de 6 a 10 empleados.

**Clientes**

En cuanto a los clientes, los resultados indican que la mayoría de los encuestados expresaron un deseo de contar con un sistema más eficiente para agendar citas en establecimientos de belleza. Además, el 100% de ellos manifestaron su interés en conocer los precios base de los servicios ofrecidos por el salón de belleza. Asimismo, todos los encuestados consideraron que la implementación de un software podría mejorar la eficiencia del proceso de agendamiento. Es relevante destacar que ninguno de los participantes ha agendado citas en línea previamente y que la mayoría no conoce ningún salón de belleza que presente este tipo de agendamiento.

**Observación**

| **Guía de observación** | | |
| --- | --- | --- |
| **Aspectos a observar y registrar en materia técnica- ejecución** | **¿Cuáles son los principales procesos que se desempeñan en la compañía?** | **· Atender clientes por orden de llegada.**  **· Dar información de servicios a través de WhatsApp y llamadas.**  **· Preguntar qué servicios de belleza requiere el cliente.**  **· Ofrecer servicios de belleza y sus tarifas.** |
| **¿Cuáles son los principales actores intervinientes en el proceso y qué labor cumplen?** | **· Los estilistas:**  **Atiende, da información, pregunta y ofrece servicios**  **· Cliente:**  **Espera el servicio, selecciona servicio de interés.** |
| **¿Cuáles son los principales problemas que afectan los procesos?** | **· Estilistas ocupados.**  **· Clientes impacientes.**  **· Pérdida de servicios.**  **· Aglomeración de clientes.** |
| **¿Qué tipo de problemas con relación a los sistemas de información se observan?** | **La información sobre los servicios, tarifas y disponibilidad no está estandarizada.** |
| **¿Cuáles fueron las problemáticas que más le interesaron y por qué?** | **Que los estilistas no tienen el tiempo o capacidad de responder información sobre sus servicios y que los clientes se impacientan por la espera, se evidencia un ambiente de desorganización y falta de planeación.** |
|  | **¿Cuáles son los factores que más debilitan (en el manejo articulado del proceso) el resultado final?** | **La falta de información estandarizada, la baja oportunidad de ofrecer esa información y la dificultad de atender a los clientes ordenadamente.** |
| **Aspectos a observar en materia comunicativa** | **¿Qué canales de comunicación se utilizan en el ejercicio de los distintos procesos?** | **Por plataformas de redes sociales se ofrece información sobre el establecimiento y los servicios, pero ocurre de manera aleatoria y tardía.**  **De manera presencial se responden a las dudas de los potenciales clientes.** |
| **¿Cómo ha sido la comunicación de las diferentes áreas intervinientes en los procesos de la compañía?** | **Deficiente, los estilistas no mantienen una comunicación fluida entre ellos ni con los clientes.**  **Además, la comunicación con los potenciales clientes suele basarse en información sobre los tiempos de espera, y la información dada es poco precisa, lo que suele generar que el cliente se vaya inmediatamente o en medio del proceso de espera.** |