

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE PRENDAS
DE VESTIR EN LA ASOCIACIÓN ASOTAECO DE LA CIUDAD DE TENA**

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

AUTOR: Alvarado Huatatocha Glenda Margoth

TUTOR: Econ. Christian Andrés Castro Viteri

FECHA:

Tena - Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

ECON. CHRISTIAN ANDRÉS CASTRO VITERI

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter complejo práctico denominado: **IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE PRENDAS DE VESTIR EN LA ASOCIACIÓN ASOTAECO DE LA CIUDAD DE TENA**, de autoría de la señorita, **GLENDA MARGOTH ALVARADO HUATATOCA**, con CC. 1500810849 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior el Desarrollo 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 del 2024



Econ. Christian Andrés Castro Viteri

TUTOR DEL EXAMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iii
TÍTULO	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN	11
OBJETIVOS	14
2.1 Objetivo General	14
2.2 Objetivos Específicos	14
METODOLOGÍA	15
3.1 Materiales y Equipos	15
3.2 Línea de Investigación	15
3.3 Sub línea de investigación	15
3.4.1 Delimitación Espacial.....	15
3.4.2 Delimitación Temporal	16
3.4.3 Beneficiarios	16
3.4.4 Indirectos.....	16
IMPLEMENTACIÓN.....	17
4.1 Investigación Cualitativa.....	17
4.2 Investigación Cuantitativa.....	18
4.3 Análisis de Resultados y Mejora Continua.....	19
METODOLOGÍA DE OBJETIVOS.....	20
5.1 Objetivo 1: Describir la situación actual de la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, en relación con el catálogo electrónico.....	20
5.2 Objetivo 2: Diseñar un catálogo electrónico para Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, que permita exhibir su amplia gama de productos.....	21
5.2.1 Encuesta	20
Metodología del objetivo 3.....	20
5.3 Objetivo 3: Elaborar de manera efectiva la implementación del catálogo electrónico a través de medios digitales.	20
PROPUESTA.....	21
6.1 Objetivo 1: Describir la situación actual de la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, en relación con el catálogo electrónico.....	21

6.2 Objetivo 2: Diseñar un catálogo electrónico para Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, que permita exhibir su amplia gama de productos.....	23
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	16
<i>Mapa de la ubicación geográfica de la Asociación Asotaeco</i>	<i>16</i>
Figura 1	21
<i>Matriz FODA</i>	<i>21</i>
Figura 2	22
<i>Análisis FODA</i>	<i>22</i>
Figura 3	22
<i>Resolución del Análisis FODA</i>	<i>22</i>
Figura 4	26
<i>Plataformas digitales</i>	<i>26</i>
Figura 5	27
<i>Tipos de Plataformas Digitales.....</i>	<i>27</i>
Figura 6	28
<i>Compra por Aplicación Móvil</i>	<i>28</i>
Elaborado por: La Autora.....	29
Figura 7	29
<i>Te Gusta Vestir a la Moda</i>	<i>29</i>
Figura 8	30
<i>Que Buscas en una Prenda para Vestir</i>	<i>30</i>
Figura 9	31
<i>Frecuencia de Compras por Medio de Aplicación Digital.....</i>	<i>31</i>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	15
<i>Materiales y Equipos.....</i>	15
Tabla 2.....	26
<i>Plataformas Digitales</i>	26
Tabla 3.....	27
<i>Tipos de Plataformas Digitales.....</i>	27
Tabla 4.....	28
<i>Compra por Aplicación Móvil</i>	28
Tabla 5.....	29
<i>Te Gusta Vestir a la Moda</i>	29
Tabla 6.....	30
<i>Que Buscas en una Prenda para Vestir</i>	30
Tabla 7.....	31
<i>Frecuencia de Compras por Medio de Aplicación Digital.....</i>	31

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. SOLICITUD.....	37
ANEXO 2. RESPUESTA	38
ANEXO 3. ENCUESTA.....	39

TÍTULO

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE PRENDAS DE
VESTIR EN LA ASOCIACIÓN ASOTAECO DE LA CIUDAD DE TENA**

RESUMEN

La implementación de un catálogo electrónico de prendas de vestir en la Asociación ASOTAECO de la ciudad de Tena representa una estrategia innovadora para potenciar la visibilidad y accesibilidad de sus productos. Esta iniciativa busca adaptar la tradicional comercialización de prendas al entorno digital, aprovechando las oportunidades que ofrece la tecnología para llegar a un público más amplio.

El catálogo electrónico permitirá a ASOTAECO exhibir de manera atractiva su variada oferta de prendas, desde artículos tradicionales hasta creaciones contemporáneas, llegando a clientes locales y potenciales compradores a nivel nacional. La plataforma digital facilitará la navegación y búsqueda de productos, brindando una experiencia de compra conveniente y eficiente.

Además, la implementación de este catálogo electrónico ofrecerá a ASOTAECO la posibilidad de realizar promociones específicas, gestionar inventarios de manera más eficaz y recopilar datos sobre las preferencias de los clientes. Asimismo, la asociación podrá establecer una conexión directa con su audiencia a través de redes sociales y otras herramientas digitales, fomentando la participación y fortaleciendo la relación con la comunidad.

Palabras clave: Implementación, catalogo, redes sociales

ABSTRACT

The implementation of an electronic clothing catalog in the ASOTAECO Association of the city of Tena represents an innovative strategy to enhance the visibility and accessibility of its products. This initiative seeks to adapt traditional clothing marketing to the digital environment, taking advantage of the opportunities offered by technology to reach a broader audience.

The electronic catalog will allow ASOTAECO to attractively display its varied clothing offering, from traditional items to contemporary creations, reaching local customers and potential buyers nationwide. The digital platform will facilitate product navigation and search, providing a convenient and efficient shopping experience.

In addition, the implementation of this electronic catalog will offer ASOTAECO the possibility of carrying out specific promotions, managing inventories more effectively and collecting data on customer preferences. Likewise, the association will be able to establish a direct connection with its audience through social networks and other digital tools, encouraging participation and strengthening the relationship with the community.

Keywords: Implementation, catalog, social networks

INTRODUCCIÓN

En el estudio de Plan de Marketing digital para Kathy Sport ropa deportiva Quito- Ecuador según (Amaguaña & Margarita, 2023) determina que, la comercialización y producción de ropa masculina que opera en la industria textil. El propósito de este estudio es proponer la planificación empresarial a las pequeñas empresas. El marketing digital ayuda a mejorar y aumentar las ventas, aumentar los ingresos y aumentar la rentabilidad. De esta forma se aplicarán los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración de y trasladándole a la realidad de este negocio, de igual forma se desarrollará habilidades en cuanto un plan estratégico.

El siguiente trabajo se lo divide en tres capítulos.

En el primer capítulo se realizará el planteamiento del problema de este proyecto de investigación, cual se enlaza con la investigación previa al tema propuesto, seguidamente se presentarán los objetivos principales y secundarios, añadiendo el marco teórico con cada una de sus definiciones.

En el segundo capítulo estará basado en el estudio del diseño metodológico el cual estará referido al tema propuesto con anterioridad, para analizar los resultados nos servirá de guía la entrevista junto con la matriz FODA, que se realizará para poder apoyar a la solución de la necesidad existente que carece la microempresa.

En el tercer capítulo finalmente podremos encontrar la propuesta que se realizó a este de investigación con la ayuda de toda la información que pudimos recopilar para resolver el problema que tiene Kathy Sport y poder mejorar sus ventas. Ya que cuentan con un local físico ubicado en el Centro Comercial Mayorista y Negocios Andinos. Con la ayuda de un Plan de Marketing Digital que estará programado, para que la microempresa pueda alcanzar sus metas propuestas.

(Clavijo, 2023) El comercio electrónico se refiere a la compra y venta de bienes o servicios a través de Internet. Esto se puede hacer a través de plataformas digitales, sitios web, redes sociales o sistemas dedicados y juega un papel importante en la vida de los internautas. La globalización en la Red ha permitido la apertura de negocios en todo el mundo durante las 24 horas del día, por lo que ha aumentado las posibilidades de éxito de nuestro negocio.

(Canlla, 2016) Comercio electrónico significa el traslado de transacciones normales, comerciales, gubernamentales o personales a medios computarizados vía redes de telecomunicaciones, incluyendo una gran variedad de actividades.

Se debe tener en cuenta que éste puede entenderse de distintas formas, según la perspectiva que se adopte. Por lo tanto, dado su empleo en los ámbitos técnicos y de organización empresarial, se puede abordar desde tres perspectivas, principalmente: desde la de las comunicaciones, la de los procesos de negocio y la temporal. El comercio electrónico, también conocido como e-commerce, es una forma de comprar y vender bienes o servicios, principalmente utilizando redes informáticas e Internet. El uso generalizado de Internet, Ecuador llega a más de la mitad de la población. Este tipo de negocio está creciendo rápidamente en todo el mundo, con ventas que alcanzan millones de dólares. Además, se realizan miles de transacciones a través de Internet, lo que impulsa innovaciones en la gestión de la cadena de suministro, el marketing en Internet, el procesamiento de transacciones en línea, los sistemas de gestión de inventarios y los sistemas de automatización de recopilación de datos (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información – Ecuador, s. f.)

La asociación “ASOTAECO”, se encuentra ubicada en la ciudad de Tena de la provincia de Napo, al realizar un diagnóstico mediante la estrategia de observación en la empresa se pudo identificar que el proceso de presentación se enfoca mediante el catálogo tradicional por medio de fotografías y muestrarios de diseños de productos realizados por lo cual no dispone un catálogo electrónico donde sea de mayor facilidad de poder entregar los productos a los futuros clientes o proveedores para que puedan

ver el resultado final de lo que realiza la asociación en la creación de las prendas de vestir; y así aumentar las oportunidades de venta de los productos q oferta para el público.

Esta investigación nos permitirá diseñar el punto estratégico para implementar un catálogo electrónico de prendas de vestir de la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena. De tal manera hacer conocer las necesidades de los productos, con el método cuantitativo y cualitativo que se obtendrá información relevante frente a los problemas que se presenten como el comportamiento humano y el motivo del consumidor, para analizar el posicionamiento del emprendimiento y satisfacer las necesidades de los futuros clientes con productos de calidad.

OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Implementar un catálogo electrónico de prendas de vestir en la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena.

2.2 Objetivos Específicos

- Describir la situación actual de la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, en relación con el catálogo electrónico.
- Diseñar un catálogo electrónico para Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, que permita exhibir su amplia gama de productos.
- Elaborar de manera efectiva la implementación del catálogo electrónico a través de medios digitales

METODOLOGÍA

El propósito de este estudio de caso es proporcionar una estructura paso a paso para la implementación efectiva de un catálogo electrónico de prendas de vestir en la Asociación ASOTAECO de la Ciudad de Tena. Este documento servirá como referencia para facilitar el proceso y garantizar el éxito en la transición hacia una plataforma digital para la exhibición y venta de productos.

3.1 Materiales y Equipos

Tabla 1

Materiales y Equipos

Materiales	Equipos
Internet (CNT fibra óptica)	Laptop (DELL Intel inside CORE i5)
Impresiones	Celular A23
Cuaderno para apuntes	Escáner de documentos
Esferos y lápiz	USB

Elaborado por: La Autora, (2024).

3.2 Línea de Investigación

Administración de Empresas.

3.3 Sub línea de investigación

Economía empresarial

3.4 Delimitación

3.4.1 Delimitación Espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Tena

Barrio: las Palmas Calle, Mimi Palacios y Ayahuasca Institución:

Asociación: Asotaeco Tena.

Figura 1

Mapa de la ubicación geográfica de la Asociación Asotaeco



Tomado de: Google Maps (2024)

3.4.2 Delimitación Temporal

Ciclo académico 2023 ISS

3.4.3 Beneficiarios

- Directos
- Socios de la Asociación Asotaeco

3.4.4 Indirectos

- Clientes públicos y privados

IMPLEMENTACIÓN

Es importante contar con un catálogo para una mejor implementación clara y detallada, que incluya una asignación clara de responsabilidades, una comunicación efectiva y un monitoreo constante del progreso. Además, se deben considerar los posibles desafíos y obstáculos que puedan surgir durante el proceso de implementación, y tomar medidas para superarlos. (Alcalá, 2018).

El estudio de caso para la IMPLEMENTACIÓN DE UN CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE PRENDAS DE VESTIR EN LA ASOCIACIÓN ASOTAECO DE LA CIUDAD DE TENA. En este estudio de caso se utilizará la metodología cuantitativa basada en la recopilación de datos con visitas oculares en la cual se aprecia el estado, forma, y tipos de prendas de vestir de la asociación ASOATECO de la ciudad de Tena para evaluar los datos reales y cumplir con las características establecidas para dicha implementación del catálogo.

4.1 Investigación Cualitativa

Según (Augusto, 2018), La metodología cualitativa es una aproximación de investigación que tiene como objetivo entender y explorar fenómenos sociales y humanos desde una perspectiva holística y contextual. Su enfoque se centra en la interpretación profunda de los datos recopilados. A diferencia de la metodología cuantitativa, que se enfoca en mediciones y análisis numéricos, la metodología cualitativa se basa en el estudio de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y análisis de documentos.

Según (Martínez, 2020), la investigación de campo es un método de estudio en el cual el investigador recopila datos directamente del lugar donde suceden los fenómenos que le interesan. Emplea técnicas como observación, entrevistas o encuestas para obtener información de primera mano y en su contexto original, lo que posibilita una comprensión más exhaustiva y detallada de los eventos y comportamientos que están siendo investigados.

4.2 Investigación Cuantitativa

Para Guerrero & Guerrero (2014) “consiste en contrastar hipótesis desde el punto de vista probabilístico y, en caso de ser aceptadas y demostradas en circunstancias distintas, a partir de ellas elaborar teorías generales”

Caballero (2014) señala que en las investigaciones cuantitativas predomina la cantidad y su manejo estadístico matemático y los informantes tienen un valor igual.

Enfoque de la investigación

Para la realización del estudio de caso, se empleará una metodología cuantitativa y cualitativa en el estudio de caso único. Este enfoque se caracteriza por una exploración exhaustiva y detallada en la implementación de un catálogo electrónico de prendas de vestir para la asociación ASOTAECO.

- **Observación directa:** Se realiza una inspección visual del área de trabajo de la elaboración de prendas a elegir para la implementación del catálogo electrónico prestando atención a su entorno físico, como el aula, el mobiliario, los recursos en general. Se busca identificar aspectos como el estado de las máquinas, la iluminación, la ventilación y la organización del espacio.
- **Análisis e interpretación:** A partir de la revisión ocular y la descripción detallada, se realiza un análisis e interpretación de los hallazgos. Se identifican las áreas en las cuales se realizará la toma de fotografías de las prendas de vestir para la implementación del catálogo de prendas de vestir tomando en cuenta que hoy en la actualidad la parte tecnológica es la más innovadora para la realización de diferentes funciones establecida para la compra y venta de bienes o servicios.
- **Investigación descriptiva** La investigación descriptiva es un enfoque de investigación que tiene como objetivo principal describir y analizar las características o fenómenos de un grupo o situación determinada. A través de la investigación descriptiva, se busca obtener una comprensión detallada y precisa

de los hechos, variables o comportamientos estudiados, sin realizar inferencias causales tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- **Estrategias de Marketing y Promoción**

Desarrolla estrategias de marketing para promocionar las prendas digitales, resaltando su realismo y posibles interacciones, colabora con influencers o expertos en moda para generar interés y atención hacia las prendas digitales una dirección y puede ser visitado por sus clientes en los horarios de atención propios.

4.3 Análisis de Resultados y Mejora Continua

Utilice herramientas analíticas para medir la interacción de los usuarios y las tasas de conversión.

Utiliza los datos recopilados para mejorar continuamente la experiencia del usuario y la calidad de las prendas digitales.

En análisis la implementación de prendas de vestir digitales es un campo emocionante que combina la moda con la tecnología. Un enfoque detallado en cada etapa garantiza una experiencia atractiva y convincente para los consumidores que buscan una experiencia de compra más interactiva y visualmente rica tomando en cuenta las siguientes características que implica para la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir para la asociación ASOATECO tomando en cuenta el grado de factibilidad basándonos en una herramienta fundamental FODA donde se logra apreciar las fortalezas , oportunidades , debilidades, amenazas de la asociación en la cual se va a implementar el catálogo digital de prendas de vestir.

METODOLOGÍA DE OBJETIVOS

5.1 Objetivo 1: Describir la situación actual de la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, en relación con el catálogo electrónico.

Para determinar que tanto conoce la población se utilizó una investigación cuantitativa descriptiva en la cual se desarrolló mediante la matriz FODA en la cual se estableció las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la asociación ASOTAECO en relación con la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir.

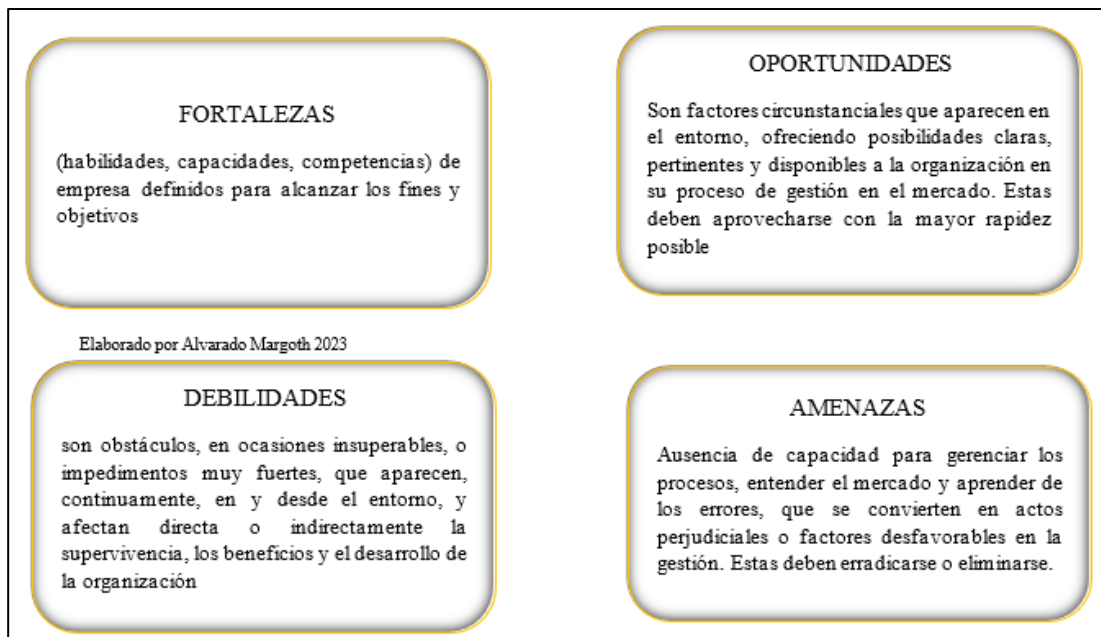
FODA

La herramienta FODA consiste en la construcción de una matriz a partir de la identificación de un listado de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el desempeño de la organización. Posteriormente, se contraponen los factores internos con los externos, tal que permita generar estrategias fundamentadas en las fortalezas de la organización para corregir sus debilidades; tomar ventaja de las oportunidades y contrarrestar las amenazas; desarrollando cuatro tipos de estrategias, de acuerdo con lo propuesto por David (2003).

La matriz FODA es la herramienta que mejor se ajusta para realizar un análisis del entorno, tal y como lo describe Prieto (2015,): se «proporcionará un análisis de la situación de la empresa, enfocada en dos pilares básicos: las características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades)

Figura 1

Matriz FODA



Elaborado por: La Autora, (2024).

5.2 Objetivo 2: Diseñar un catálogo electrónico para Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, que permita exhibir su amplia gama de productos.

Para la realización del diseño de un catálogo electrónico de prendas de vestir se realizó una investigación cualitativa para saber que tanto la población está de acuerdo para implementar un catálogo digital en la cual se aplicó mediante una encuesta por el cual se detalla a continuación.

5.2.1 Encuesta

*Siguiendo a Behar (2008), “la entrevista es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación”, pues allí el entrevistador formula una serie de preguntas, de tal forma que los entrevistados proporcionan datos de interés al entrevistador.

En su orden, la información que mediante esta técnica se adquiere es estandarizada, ya que a cada individuo se la aplican las mismas preguntas, pues su intencionalidad es “obtener un perfil compuesto de la población (Behar, 2008,).

Una encuesta es un estudio científico que no modifica el entorno, cuyo objetivo es producir información que permita estimar la ocurrencia de eventos del pasado reciente, dando periodos específicos de referencia, percepciones vigentes sobre temas actuales o métricas específicas sobre temas factuales imperantes en el periodo de medición. Regularmente, ello se consigue a partir del llenado de instrumentos que permiten un tratamiento normalizado de los datos. Teóricamente, las estimaciones que se obtienen deben estar cerca de un valor real que se pretende conocer, denominado parámetro.

A continuación, se presentará las preguntas elaboradas para la encuesta aplicada referente a la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir.

Metodología del objetivo 3

5.3 Objetivo 3: Elaborar de manera efectiva la implementación del catálogo electrónico a través de medios digitales.

Para la efectiva implementación del catálogo digital para la asociación ASOTAECO se utilizó la investigación cuantitativa y cualitativa en la cual se obtuvo resultados de información concreta y concisa de los factores o beneficios que obtendrá la asociación en el momento de la implementación del catálogo digital, se logró consolidar la información precisa sobre la problemática de la asociación al no contar con un catálogo digital una vez obtenida la información se procedió a la elaboración e implementación del catálogo digital para la asociación.

Este aspecto sugiere que el proyecto se enfocará en la creación de un

catálogo electrónico con un alto nivel de eficacia. Esto implica no solo la implementación técnica, sino también la atención a la experiencia del usuario, la eficiencia en la gestión de la información y la capacidad de respuesta del sistema. El núcleo del proyecto es la introducción exitosa de un catálogo electrónico. Esto abarca aspectos como la base de datos, la estructura del catálogo, la navegación, la búsqueda y la presentación de la información de manera clara y atractiva. Esta frase destaca la naturaleza digital del proyecto. Aquí, es crucial considerar la selección y la implementación de tecnologías digitales apropiadas. Esto puede incluir plataformas en línea, aplicaciones móviles o cualquier otro medio digital relevante. Además, implica adaptar el catálogo a las tendencias y estándares actuales en el entorno digital.

PROPUESTA

6.1 Objetivo 1: Describir la situación actual de la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, en relación con el catálogo electrónico.

Se realizó una visita a la asociación ASOTAECO en la cual se pudo comprobar que el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica útil para evaluar diversos aspectos al implementar un catálogo digital dando que el análisis FODA proporciona una visión integral de los factores internos y externos que pueden influir en la implementación y éxito de un catálogo digital, permitiendo identificar áreas clave para capitalizar y desafíos que requieren atención estratégica.

A continuación, el diagnóstico de la situación actual de la asociación mediante la herramienta (FODA)

Figura 2

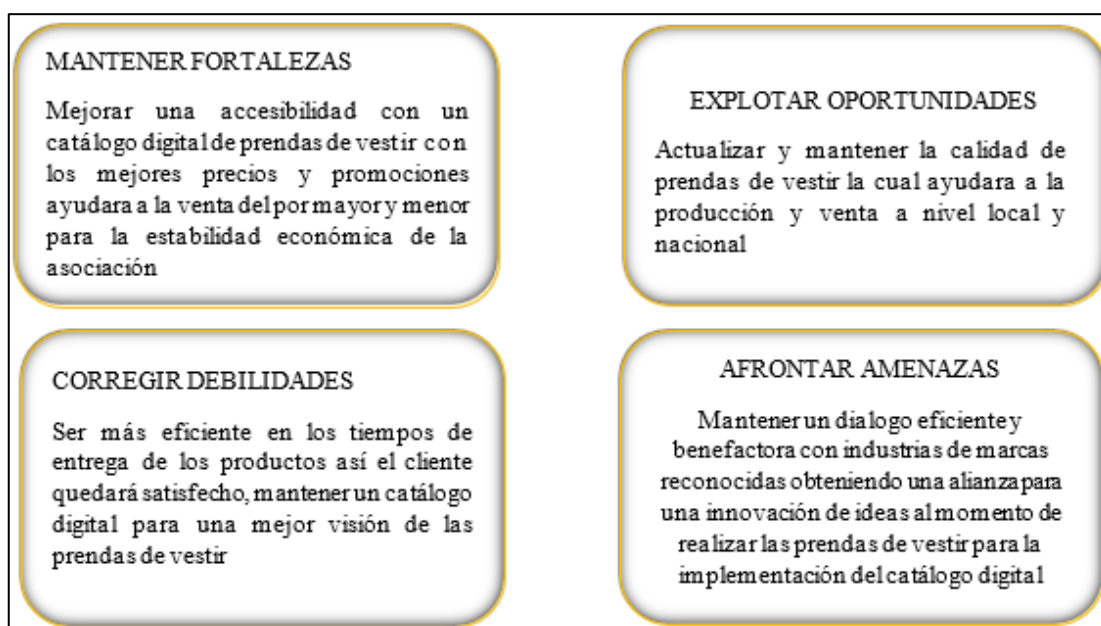
Análisis FODA



Elaborado por: La Autora

Figura 3

Resolución del Análisis FODA



Elaborado por: La Autora

En conclusión, tomando en cuenta que hoy en la actualidad la competencia de ventas por catálogos digitales está a la moda existe una gran competencia en la cual la implementación de un catálogo digital, es una estrategia en la cual se utilizará para una mejor venta de prendas de vestir cuidando la integridad de los clientes la fidelidad y seguridad de sus datos personales de los clientes y tomando

en cuenta la satisfacción del cliente y ganando prestigio ante la sociedad.

La propuesta sobre la implementación de un catálogo digital para la asociación ASOTAECO ofrece numerosos beneficios para una empresa en la era moderna, desde mejorar la accesibilidad a los productos hasta fortalecer la experiencia del cliente y optimizar las operaciones comerciales, es crucial para adaptarse a un mercado en constante evolución, ofreciendo beneficios tangibles que mejoran la experiencia del cliente, reducen costos operativos y proporcionan una plataforma para el crecimiento y la innovación empresarial.

6.2 Objetivo 2: Diseñar un catálogo electrónico para Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena, que permita exhibir su amplia gama de productos.

Se realizó un análisis para el diseño e implementación del catálogo digital la cual se detallará a continuación

- **Línea de Productos:**
 - El catálogo debe destacar la diversidad y calidad de la gama de productos que ofrece Asociación Asotaeco.
 - Categorizar los productos de manera clara para facilitar la búsqueda y selección por parte del cliente.
- **Tipo de Maquinaria:**
 - Resaltar la modernidad y eficiencia de la maquinaria para transmitir confianza en la calidad del producto final.
- **Capacidad de Producción:**
 - Detallar la capacidad de producción en términos de unidades o volumen, evidenciando la capacidad para manejar pedidos de distintas magnitudes.
 - Destacar la eficiencia en la gestión del tiempo para cumplir con plazos de entrega.
- **Disponibilidad de Materias Primas**
 - Garantizar la existencia de un suministro constante de materias primas para evitar interrupciones en la producción.
 - Mencionar a proveedores confiables y prácticas de gestión de inventario eficientes.

- **Personal Calificado**

- Resaltar la experiencia y habilidades del personal de la asociación.
- Mostrar la capacidad para ampliar el equipo en caso de aumentos en la demanda.

- **Flexibilidad en la Producción:**

- Destacar la capacidad de la asociación para adaptarse a cambios en la demanda y necesidades del cliente.
- Enfatizar la posibilidad de personalización de productos según los requerimientos del cliente.

- **Innovación y Tecnología:**

- Subrayar cualquier innovación tecnológica aplicada en el proceso de fabricación.
- Mostrar el compromiso de la asociación con la mejora continua y la adopción de nuevas tecnologías.

- **Gestión de Calidad:**

- Describir los procesos y controles de calidad implementados para garantizar productos consistentemente superiores.
- Destacar certificaciones o estándares de calidad que respalden la reputación de la asociación.

- **Presentación Visual Atractiva:**

- Asegurar que el catálogo digital tenga una presentación visual atractiva con imágenes de alta calidad.
- Utilizar un diseño limpio y agradable que refleje la identidad de la asociación.

- **Facilidad de Navegación:**

Garantizar una estructura de catálogo fácil de navegar para que los clientes encuentren rápidamente lo que buscan.

Implementar herramientas de búsqueda y filtros para una experiencia más eficiente.

Tomando en cuenta para la implementación del catálogo digital para la asociación ASOTAECO se realizó una encuesta. Implementar un catálogo digital es fundamental en la actualidad por varias razones que impactan en la eficiencia, accesibilidad y competitividad de una empresa. Aquí se detalla algunas razones clave (Alcance Global y Accesibilidad, Reducción de Costos y Sostenibilidad,

Mejora la Experiencia del Cliente, Recopilación de Datos y Análisis, Adaptación a las Tendencias del Mercado) se llegó a la conclusión de que la implementación del catálogo digital es una opción favorable que ayudara para la evolución productiva y de venta de prendas de vestir.

Mediante la investigación sobre catálogos digitales se tomó en referencia los siguientes estudios de caso:

Según (Rene y Rebeca 2019) El diseño del catálogo virtual es realizado durante el tiempo del proyecto, siendo constantemente revisado y en algunos casos modificarlo, a diferencia de las metodologías pesadas. El desarrollo XP debe tener diseño sencillo donde se crearán solo los diagramas necesarios. El análisis de casos de uso de estas herramientas, e identifica los actores en un sistema y la operación que pueden realizar sobre éste para la empresa Ciencia Latina

Goncalves P., Yokastha A. (2023) Propuesta de un catálogo digital para la biblioteca pública José Manuel Sánchez Osto, de San Fernando de Apure. Trabajo de grado para optar al título de Licenciatura en Bibliotecología. Tutor Coronado Pedro

Para (Mousinho, 2020) SEO significa search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Es un mecanismo que junta herramientas digitales con estrategias de promoción en un medio virtual ya sea un medio web para que aparezca entre los rastreadores de internet como Google, YouTube o redes sociales entre otros.

6.3 Resultados de las encuestas

Pregunta1: ¿Conoce algún tipo de plataforma digitales?

Tabla 2

Plataformas Digitales

OPCIONES	RESULTADOS	%
Si	142	88%
No	9	6%
Tal vez	5	3%
Probablemente	5	3%
TOTAL	161	100%

Elaborado por: La Autora

Figura 4

Plataformas digitales



Elaborado por: La Autora

Interpretación: Del total de encuestas realizadas para la implementación del catálogo digital dio como resultado un 88% de encuestados que, si conocen plataformas digitales, un 6% de encuestados que no conoce plataformas digitales por lo que se considera viable la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir para la asociación ASOTAECO ubicado en la ciudad del Tena.

Pregunta2: ¿Qué tipo de plataformas digitales conoce usted?

Tabla 3

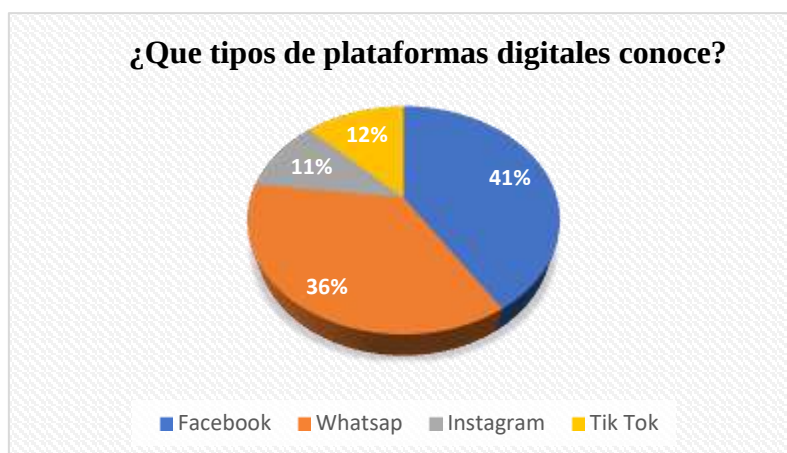
Tipos de Plataformas Digitales

OPCIONES	RESULTADOS	%
Facebook	66	41%
WhatsApp	58	36%
Instagram	17	11%
Tik Tok	20	12%
TOTAL	161	100%

Elaborado por: La Autora

Figura 5

Tipos de Plataformas Digitales



Elaborado por: La Autora

Interpretación: Tomando en cuenta la implementación del catálogo digital dio como resultado un 41% de encuestados que conocen plataforma digital Facebook, un 36% de encuestados que conoce plataforma digital WhatsApp por lo que se considera viable la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir para la asociación ASOTAECO ubicado en la ciudad del Tena.

Pregunta 3. ¿ha comprado una prenda de vestir mediante una aplicación móvil?

Tabla 4

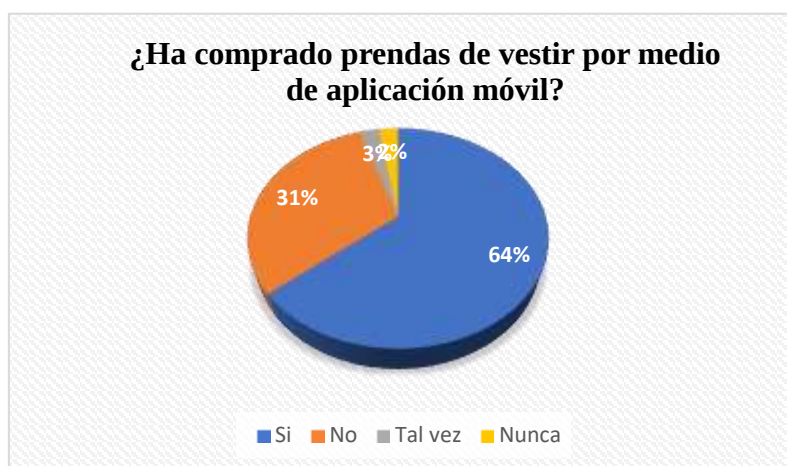
Compra por Aplicación Móvil

OPCIONES	RESULTADOS	%
Si	103	64%
No	50	31%
Tal vez	4	2%
Nunca	4	2%
TOTAL	161	100%

Elaborado por: La Autora

Figura 6

Compra por Aplicación Móvil



Elaborado por: La Autora

Interpretación: Dando como resultado final el total de la población para la implementación del catálogo digital dio como resultado un 64% de encuestados que, si ha realizado compra de prendas de vestir por medio de aplicaciones digitales, un 31% de encuestados que no ha realizado compras de prendas de vestir por medio de plataformas digitales por lo que se considera viable la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir para la asociación ASOTAECO ubicado en la ciudad del Tena.

Pregunta 4 ¿Te gusta vestir a la moda?

Tabla 5

Te Gusta Vestir a la Moda

OPCIONES	RESULTADOS	%
Si	104	65%
No	11	7%
Tal vez	44	27%
Nunca	2	1%
TOTAL	161	100%

Elaborado por: La Autora

Figura 7

Te Gusta Vestir a la Moda



Elaborado por: La Autora

Interpretación: Como resultado tenemos un 65% de encuestados que, si le gusta vestir a la moda con prendas de vestir, un 27% de encuestados que tal vez le gusta vestir a la moda con prendas de vestir por lo que se considera viable la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir para la asociación ASOTAECO ubicado en la ciudad del Tena.

¿Qué es lo que buscas en una prenda para vestir?

Tabla 6

Que Buscas en una Prenda para Vestir

OPCIONES	RESULTADOS	%
Calidad	113	70%
Diseño	31	19%
Marca	7	4%
Talla	10	6%
TOTAL	161	100%

Elaborado por: La Autora

Figura 8

Que Buscas en una Prenda para Vestir



Elaborado por: La Autora

Interpretación: Del total de encuestas realizadas para la implementación del catálogo digital dio como resultado un 70% de encuestados que busca la calidad en una compra de prendas de vestir, un 19% de encuestados que busca la marca en la compra de una prenda de vestir por lo que se considera viable la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir para la asociación ASOTAECO ubicado en la ciudad del Tena.

Pregunta 6 ¿Con que frecuencia sueles comprar nueva ropa por medio de una aplicación digital?

Tabla 7

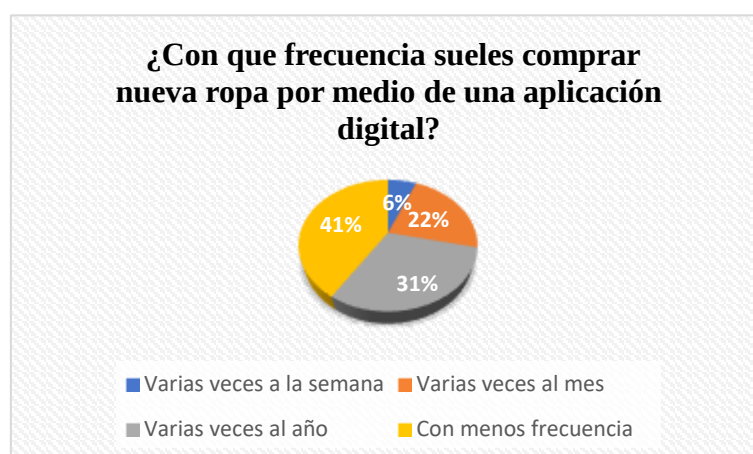
Frecuencia de Compras por Medio de Aplicación Digital

OPCIONES	RESULTADOS	%
Varias veces a la semana	10	6%
Varias veces al mes	36	22%
Varias veces al año	49	30%
Con menos frecuencia	66	41%
TOTAL	161	100%

Elaborado por: La Autora

Figura 9

Frecuencia de Compras por Medio de Aplicación Digital



Elaborado por: La Autora

Interpretación: Del total de encuestas realizadas para la implementación del catálogo digital dio como resultado un 41% de encuestados que compra prendas de vestir con menos frecuencia por medio de una aplicación digital, un 30% de encuestados que compra varias veces al año prendas de vestir por medio de una aplicación digital por lo que se considera viable la implementación de un catálogo digital de prendas de vestir para la asociación ASOTAECO ubicado en la ciudad del Tena.

RESULTADO DEL TERCER OBJETIVO

Objetivo 3: Elaborar de manera efectiva la implementación del catálogo electrónico a través de medios digitales.

Para la implementación del catálogo digital para la asociación ASOTAECO se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- INTRODUCCION
- MISION
- VISION
- DESARROLLO
- ANEXOS

CONCLUSIONES

- La evaluación de la situación actual de la Asociación Asotaeco en relación con el catálogo electrónico proporciona una comprensión profunda de sus fortalezas y debilidades en la presencia online. Esto sienta las bases para mejoras estratégicas y optimización de recursos.
- La elaboración efectiva de la implementación del catálogo electrónico a través de medios digitales se percibe como una fase crítica. La ejecución debe ser cuidadosa y bien planificada, considerando aspectos técnicos y estratégicos para asegurar una transición sin problemas y una experiencia positiva para los usuarios
- La conclusión destaca la importancia de diseñar un catálogo electrónico que refleje de manera efectiva la amplia gama de productos de la Asociación Asotaeco en la ciudad de Tena. Este diseño debe ser atractivo, fácil de navegar y representativo de la calidad y diversidad de los productos ofrecidos.

RECOMENDACIONES

- Realizar un análisis exhaustivo de la presencia actual en línea de la Asociación Asotaeco, incluyendo la visibilidad en motores de búsqueda, interacción en redes sociales y comentarios de clientes, entrevistar a los miembros clave de la asociación para obtener percepciones internas sobre las capacidades y limitaciones actuales en cuanto a la representación de productos en línea.
- Incluir imágenes de alta calidad de los productos, descripciones detalladas y funciones de búsqueda para facilitar la exploración por parte de los usuarios. Asegurarse de que el catálogo refleje la identidad de la Asociación Asotaeco y transmita efectivamente sus valores y compromiso con la calidad.
- Utilizar plataformas de comercio electrónico confiables y adaptables a las necesidades específicas de la Asociación Asotaeco. Proporcionar capacitación a los miembros relevantes de la asociación para gestionar y actualizar el catálogo, garantizando la sostenibilidad a largo plazo. Implementar estrategias de promoción digital para aumentar la visibilidad del catálogo y atraer a un público más amplio.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

Clavijo, C. (2023, abril 3). *Qué es el comercio electrónico: características, ventajas y ejemplos*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/comercio-electronico>

David Alan Neill / Liliana Cortez Suárez. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf

David Neill / Liliana Cortez, por la coordinación . (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf

José Luis Corona Lisboa. (2 de Febrero de 2018). *INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS, TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5257/525762351005/html/>

Shirley Yadira Huerta Cruz, Carlos Fernando González Lovato Miguel Bryan Mosquera Pozo Daner Javier Herrera Franco. (s.f.). *Estrategias de fortalecimiento basado en la matriz FODA. Caso de estudio de emprendimientos en la zona playera del cantón Salitre, Ecuador*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v17n1/2073-6061-cofin-17-01-e9.pdf

Mendoza, R. G. M., & Ninaja, R. L. V. (2022). Sistema para exhibir productos elaborados por los internos en el establecimiento penitenciario de la ciudad de Puno mediante el catálogo virtual 2019. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 157-175.

Peña, G., & Alejandra, Y. (2023). Propuesta de un catálogo digital para la biblioteca

pública José Manuel Sánchez Osto, de San Fernando de Apure (Doctoral dissertation).

Montenegro Quelal, G. M., & Manangon Calderon, W. J. (2022). Implementación del marketing digital y el e-commerce como herramienta de recuperación financiera durante la pandemia por COVID-19 dentro del sector del reencauche, caso aplicado a la empresa Durallanta SA (Master's thesis).

ANEXOS

ANEXO 1. SOLICITUD

Tena, 22 de noviembre del 2023

Señora

Alicia María Huatatoa

ADMINISTRADORA DE LA ASOCIACION "ASOTAECO"

Yo, **Alvarado Huatatoa Glenda Margoth** con CI. **1500810849**, expreso un cordial saludo y deseos de mayores éxitos en sus labores diarias, me dirijo hacia usted en calidad de estudiante del Instituto Superior Tecnológico Tena con el propósito de solicitar su autorización para que me permita realizar el trabajo del Proyecto de Titulación denominado, **Implementación de un Catálogo Electrónico de prendas de vestir en la Asociación Asotaco de la ciudad de Tena**, y a su vez proponerle la implementación del producto final de mi investigación, su apoyo es fundamental para poder realizar mi **Informe Técnico del Examen de carácter complejo práctico**, requisito indispensable para culminar mis estudios como Tecnóloga en Administración, sin que esto afecte al manejo de su negocio y contribuya a una mejor atención al cliente, mejores desempeños y mayores ingresos.

Agradezco de antemano su consideración y tiempo para revisar esta solicitud. Estoy disponible para discutir cualquier aspecto adicional o proporcionar información adicional que pueda ser necesaria.

Quedo a la espera de su respuesta y agradezco la atención prestada.

Atentamente,



Alvarado Huatatoa Glenda Margoth

ESTUDIANTE

Celular: 09994901616

Correo: glenda.alvarado@est.itstena.edu.ec

ANEXO 2. RESPUESTA

Tena, 23 de noviembre del 2023

Señora

Alvarado Huatatoca Glenda Margoth

ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Presente. -

En respuesta al oficio presentado de fecha 22 de noviembre del 2023, se pone en conocimiento que ha sido aceptada la petición para que realice el trabajo de titulación denominado **Implementación de un Catálogo Electrónico de prendas de vestir en la Asociación Asotaeco de la ciudad de Tena**, particular que se pone en su conocimiento para los fines pertinentes.

Con sentimiento de consideración y estima

Atentamente,



Alicia María Huatatoca

ADMINISTRADORA DE LA ASOCIACION "ASOTAECO"

ANEXO 3. ENCUESTA



INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO

1. ¿Ha comprado una prenda de vestir mediante aplicación móvil?
☐ Si
☐ No
2. ¿Te gusta vestir a la moda?
☐ Si
☐ No
☐ Tal vez
☐ Nunca
3. ¿Qué es lo que buscas en una prenda para vestir?
☐ Calidad
☐ Diseño
☐ Precio
☐ Tallas
☐ Marca
4. ¿Qué plataformas digitales conoce usted?
☐ WhatsApp
☐ Instagram
☐ Facebook
☐ Tik tok
5. ¿Con qué frecuencia sueles comprar nueva ropa por medio de una aplicación digital?
☐ Varias veces a la semana
☐ Varias veces al mes
☐ Varias veces al año
☐ Con menos frecuencia


Glenda Margoth Avarado
ESTUDIANTE


Yajaira Yuján Lozada
DOCENTE DE TITULACION


Egon Christian Castro Viteri
TUTOR PT ECP