



**Uleam**

UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
CONTABLES Y COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“ESTRATEGIAS DE LAS PYMES MANUFACTURERAS ANTE LA IMPORTACION DE  
ROPA CHATARRA”**

**ELABORADO POR:**

**BEBERLYN PAULINA ZAMBRANO ZAMBRANO**

**TUTOR/A:**

**DRA. JOHANNA GUADALUPE VELEZ CEDEÑO, PHD.**

**MANTA – ECUADOR**

**2024**



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
CONTABLES Y COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“ESTRATEGIAS DE LAS PYMES MANUFACTURERAS ANTE LA IMPORTACION DE  
ROPA CHATARRA”**

**ELABORADO POR:**

**BEBERLYN PAULINA ZAMBRANO ZAMBRANO**

**TUTOR/A:**

**DRA. JOHANNA GUADALUPE VELEZ CEDEÑO, PHD.**

**MANTA – ECUADOR**

**2024**

## Declaración de autoría

Yo, **Beberlyn Paulina Zambrano Zmbrano,**

### **DECLARO QUE:**

El contenido en el presente Trabajo de Titulación, **“Estrategias de las pymes manufactureras ante la importación de ropa chatarra”** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y pie de las páginas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía:

Los resultados, análisis, lecciones y recomendaciones obtenidas de un amplio estudio son única y exclusiva responsabilidad de la autora, datos que no pueden ser modificados sin la debida autorización.

A través de esta declaración, cedo la investigación a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí para que la utilice como estime conveniente, según lo establecido por las Leyes y Reglamentos estipulados y por la normativa institucional vigente.

Manta, 09 de diciembre de 2024



---

Beberlyn Paulina Zambrano Zambrano  
CI: 1724888399

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Zambrano Zambrano Berbelyn Paulina, legalmente matriculado/a en la carrera de Comercio Exterior, periodo académico 2024-2025, cumpliendo el total de **320 horas**, cuyo tema del proyecto es "ESTRATEGIAS DE LAS PYMES MANUFACTURERAS ANTE LA IMPORTACIÓN DE ROPA CHATARRA".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 16 de diciembre de 2024.

Lo certifico,



Dra. Johanna Guadalupe Vélez Cedeño, PHD.

**Docente Tutor(a)**

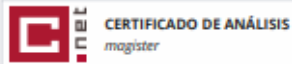
**Área:**

Comercio Exterior

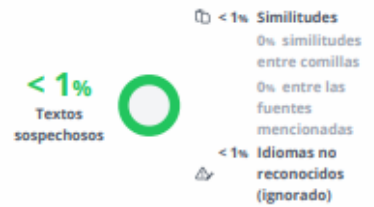
**Nota 1:** Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

**Nota 2:** Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

# Certificado de Similitud



## Estrategias de las Pymes manufactureras ecuatorianas Ropa Chatarra\_Beberlyn Paulina Zambrano Zambrano



Nombre del documento: Estrategias de las Pymes manufactureras ecuatorianas Ropa Chatarra\_Beberlyn Paulina Zambrano Zambrano.docx  
ID del documento: e860d441e50ef827a4c00f74c32862675fa3a8d7  
Tamaño del documento original: 59,23 kB  
Autores: []

Depositante: Johanna Vélez Cedeño  
Fecha de depósito: 13/12/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 13/12/2024

Número de palabras: 3705  
Número de caracteres: 24.684

Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuente principal detectada

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://www.scielo.org.bo">www.scielo.org.bo</a> <a href="http://www.scielo.org.bo/pdf/hrce/v5n19/2616-7964-hrce-5-19-775.pdf">http://www.scielo.org.bo/pdf/hrce/v5n19/2616-7964-hrce-5-19-775.pdf</a> 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/EI_contenido_su_analisis_2021.pdf">diposit.ub.edu</a> <a href="https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/EI_contenido_su_analisis_2021.pdf">https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/EI_contenido_su_analisis_2021.pdf</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
2	Documento de otro usuario #2251db El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar este trabajo de manera especial a Dios, por brindarme sabiduría, fortaleza y perseverancia, y por ayudarme a mantener la fe y la determinación en cada paso de mi camino.

De manera especial, este trabajo va dedicado a mi madre, quien ha sido mi mayor fuente de amor, inspiración y fortaleza. Gracias por tu apoyo incondicional, tus enseñanzas y el sacrificio constante que haces por mí. Eres mi guía y mi ejemplo para seguir, y todo lo que soy y lo que logro es gracias a ti. A ti, mamá, te debo mi valentía para enfrentar cada desafío y continuar adelante con esperanza.

*Zambrano Zambrano Beberlyn Paulina*

## **Reconocimiento**

Reconozco y agradezco profundamente el apoyo que siempre me han brindado mis hermanas, por ser mi apoyo incondicional en cada momento de mi vida, por su amor, comprensión y por siempre estar a mi lado, ofreciendo consejos sabios. Su fortaleza, generosidad y ejemplo me han inspirado a seguir adelante en los momentos más difíciles

Agradezco cada sacrificio que han hecho por mí y el cariño que me han demostrado siempre, sin pedir nada a cambio. Son una parte fundamental de mi vida y siempre estaré agradecida por que estén siempre a mi lado.

*Zambrano Zambrano Beberlyn Paulina*

## ÍNDICE

Declaración de autoría .....	III
Certificación del Tutor .....	IV
Certificado de Similitud.....	V
Dedicatoria .....	VI
Reconocimiento.....	VII
Resumen/Summary.....	IX
1. Introducción .....	1
2. Antecedentes.....	2
3. Definición del problema .....	2
3.1. Delimitación .....	2
3.2. Planteamiento .....	3
3.3. Preguntas .....	3
4. Preguntas de Reflexión .....	3
5. Justificación y propósito .....	4
6. Objetivos .....	4
6.1. Objetivo general.....	4
6.2. Objetivos específicos .....	4
7. Idea a defender .....	5
8. Unidades de análisis .....	5
9. Metodología .....	5
10. Marco conceptual.....	6
10.1. Ropa Chatarra .....	6
10.2. PYMES manufactureras .....	6
10.3. Estrategias de competitividad .....	7
10.4. Percepción del consumidor.....	7
10.5. Industria textil ecuatoriana vs Industria textil China .....	7
10.6. Nivel de importación.....	7
10.7. Categorías para la importación de textiles .....	8
11. Resultados Obtenidos.....	8
12. Análisis de Resultados .....	9
13. Lecciones y Recomendaciones.....	10
14. Fuentes de información.....	12
15. Anexos.....	15



## Resumen

La investigación aborda los retos del sector textil ecuatoriano frente a la importación de "ropa chatarra" vinculada al fast fashion, que genera competencia desleal y afecta a las PYMES manufactureras. La eliminación de salvaguardias en 2018, el comercio electrónico y el régimen de importación 4x4 han incrementado la entrada de textiles de bajo costo, debilitando la industria nacional.

Además, el auge de plataformas como Shein, Temu y Fahion Nova ha modificado las preferencias de consumo, agravando la contaminación textil. Con un enfoque cualitativo y exploratorio, el estudio analiza factores como percepción del consumidor, sostenibilidad e innovación, buscando fortalecer las PYMES y fomentar un desarrollo sostenible.

**Palabras clave:** PYMES, ropa chatarra, industria textil, desarrollo sostenible, estrategias, importación.

## Summary

The study addresses the challenges faced by the Ecuadorian textile sector due to the importation of low-quality clothing, known as "junk clothing," linked to fast fashion, which creates unfair competition and affects manufacturing SMEs. The removal of safeguards in 2018, e-commerce, and the 4x4 import regime have increased the influx of low-cost textiles, weakening the national industry.

Furthermore, the rise of platforms such as Shein, Temu, and Fashion Nova has changed consumer preferences, exacerbating textile pollution. Using a qualitative and exploratory approach, the study analyzes factors such as consumer perception, sustainability, and innovation, with the aim of strengthening SMEs and promoting sustainable development.

**Keywords:** SMEs, low-quality clothing, textile industry, sustainable development, strategies, imports.

## **1. Introducción**

La presente investigación mostrara como el sector textil ecuatoriano enfrenta un panorama desafiante debido al aumento en la importación de ropa de baja calidad, conocida como "ropa chatarra". Este fenómeno, vinculado a la industria del fast fashion, ha generado serias repercusiones económicas, sociales y ambientales. De igual forma, en los últimos años, las PYMES manufactureras ecuatorianas, que representan un sector clave para la economía nacional, se han visto afectadas por la competencia desleal de productos extranjeros que ingresan al país a precios reducidos, exacerbando la presión sobre su sostenibilidad financiera y competitividad.

También, la eliminación de salvaguardias en 2018 y la expansión de plataformas de comercio electrónico han facilitado un incremento considerable en la importación de textiles desde países como China, Estados Unidos y Bangladesh. Este contexto ha derivado en un mercado local dominado por prendas de bajo costo, cuyos estándares de calidad suelen ser cuestionables. Al mismo tiempo, el régimen de importación 4x4, inicialmente diseñado para permitir el ingreso de bienes para uso personal, ha sido utilizado de manera inadecuada, fomentando la comercialización de productos importados en desmedro de la industria nacional.

Por otra parte, el cambio en las preferencias de los consumidores ecuatorianos también juega un papel determinante. A pesar de la creciente conciencia ambiental global y el interés por la sostenibilidad, los consumidores continúan optando mayoritariamente por prendas económicas ofrecidas por empresas internacionales como Temu, Fashion Nova y Shein. La falta de una plataforma local que compita con estas grandes corporaciones contribuye a esta dinámica, mientras que las PYMES enfrentan dificultades para posicionarse en un mercado tan competitivo.

Así mismo, los desafíos económicos, la proliferación de ropa chatarra trae implicaciones ambientales significativas. Este tipo de prendas, fabricadas con materiales de baja calidad y bajo costo, no solo tiene una vida útil limitada, sino que también contribuye a la acumulación de desechos textiles, agravando los problemas de contaminación. La industria del fast fashion, con su modelo de producción masiva y rápida, representa una amenaza para los esfuerzos globales de sostenibilidad y desarrollo responsable.

Este estudio busca analizar las estrategias que las PYMES manufactureras ecuatorianas pueden adoptar para enfrentar estos retos y fortalecer su posición en el mercado. A través de una metodología exploratorio-descriptivo, bajo un enfoque cualitativo donde sus principales

instrumentos serán el estudio de caso, la recolección de datos y el análisis de documentación, se examinarán factores clave como la percepción del consumidor, los niveles de importación de ropa chatarra, como la innovación tecnológica, la sostenibilidad y la colaboración interempresarial. Este análisis no solo busca contribuir al conocimiento del sector textil ecuatoriano, sino también ofrecer recomendaciones prácticas que permitan a las PYMES adaptarse a un entorno dinámico y competitivo, promoviendo un desarrollo económico y ambiental sostenible.

## **2. Antecedentes**

En el año 2018, las importaciones de ropa aumentaron significativamente tras la eliminación total de las salvaguardias, medidas que habían afectado al 32% de las importaciones. Estas restricciones han causado alrededor de 2800 partidas que ingresaban al país, principalmente prendas de vestir, donde China se posiciona como uno de los mayores proveedores (González y otros, 2021).

Por otro lado, se demuestra que la industria manufacturera de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador ha enfrentado desafíos significativos recientemente por la importación de ropa chatarra ha resaltado la importancia de adaptarse constantemente a los avances tecnológicos para optimizar el intercambio comercial, especialmente en el sector de la industria textil (Aguinsaca, 2022).

En el artículo científico de Llanos & Salazar (2023) se comenta que, durante la pandemia de COVID-19, el sector textil afrontó con resultados variables los retos relacionados con la producción y venta, enfrentándose a dificultades de abastecimiento y restricciones por el confinamiento y la necesidad de innovar para mantenerse activo en el mercado.

También, el 49% de los ecuatorianos realiza compras a través de dispositivos móviles, mientras que un 31% utiliza laptops o computadoras para este fin. Es importante destacar que los consumidores siguen prefiriendo comprar en sitios web internacionales debido a diversos factores, siendo uno de los principales la falta de una plataforma nacional que compita directamente con gigantes como Temu, Fashion Nova o Shein (Barro, 2023).

## **3. Definición del problema**

### **3.1. Delimitación**

**Tema macro:** Estrategias de las Pymes manufactureras ecuatorianas.

**Delimitación:** Importación de ropa chatarra.

**Problemática:** Efectos en la industria textil ecuatoriana.

### **3.2. Planteamiento**

Este fenómeno no solo genera una presión económica significativa sobre las empresas ecuatorianas, que luchan por mantener su rentabilidad frente a los bajos precios de estas prendas con estándares de calidad sumamente bajos, sino que también afecta la percepción de los consumidores.

La disponibilidad de ropa a precios reducidos a menudo conduce a los consumidores a optar estos productos de baja calidad fabricada a partir de residuos petroleros, que no son altamente tóxicos, sino que también contribuye a la acumulación de desechos textiles y contaminación ambiental, sin considerar las implicaciones ambientales ni el apoyo a la producción nacional. Las PYMES ecuatorianas se encuentran en una posición vulnerable, ya que deben competir contra productos cuyo costo es artificialmente bajo debido a la naturaleza de los mercados del fast fashion o “moda rápida”, tendencias que se dedican a la producción de ropa chatarra.

### **3.3. Preguntas**

- ¿Qué estrategias permiten competir a las pymes en el mercado textil?
- ¿Conocer cuál es la percepción del consumidor?
- ¿Cuál es el aumento en el nivel de importación del 2019 al 2023?

## **4. Preguntas de Reflexión**

**¿Qué estrategias innovadoras pueden implementar las pymes para destacarse en el mercado y lograr un crecimiento comercial?**

Para que las Pymes ecuatorianas puedan reducir sus costos de producción, mejorar su productividad y fortalecer su competitividad, los encargados de inversiones deben considerar varias estrategias. Una clave es incorporar tecnología avanzada en la maquinaria utilizada, lo cual permite un uso más eficiente del tiempo y los recursos.

Sin embargo, para llevar a cabo esta modernización, es crucial fomentar la colaboración entre empresas. Estas alianzas interorganizacionales permiten a las Pymes compartir conocimientos y habilidades, y facilitan el acceso a recursos esenciales, como talento humano, financiamiento, y tecnología.

**¿Por qué es fundamental para las empresas comprender la percepción y expectativas de sus consumidores, y cómo puede esto influir en sus decisiones estratégicas?**

Normalmente, los gustos y preferencias personales de los consumidores influyen directamente en su inclinación hacia ciertos productos, sus decisiones de compra suelen estar respaldadas por experiencias previas, positivas o negativas, al adquirir una prenda, así como por las recomendaciones y opiniones de amigos y familiares cercanos.

### **¿Cómo ha afectado el nivel de importación de ropa chatarra a la industria local entre 2019 y 2023?**

La importación consecutiva que ha ido aumentando durante los años 2019 al 2023 ha generado una amenaza significativa sobre todo en el sector económico debido a que estas mercancías han ingresado al país invadiendo los mercados locales y sus ventas debido a la presencia por bajos costos en el consumidor.

## **5. Justificación y propósito**

Para las PYMES manufactureras ecuatorianas, adoptar estrategias de desarrollo sostenible es crucial para contrarrestar el aumento de la creciente importación de ropa chatarra, fenómeno que ha afectado significativamente la dinámica del mercado textil en el país. Sin embargo, el atractivo de la ropa chatarra radica en su bajo costo, lo que hace que muchos consumidores opten por estas opciones sin considerar sus implicaciones a largo plazo, como la falta de garantía en la durabilidad y los problemas ambientales.

De modo que, el aumento en la importación de ropa chatarra es una tendencia preocupante que ha crecido exponencialmente en los últimos años. Esto se debe, a la falta de regulaciones en las aduanas y a la alta demanda en el mercado local, impulsada por una percepción errónea de que estos productos son la única opción asequible.

## **6. Objetivos**

### **3.4. Objetivo general**

Analizar las estrategias de las PYMES manufactureras ecuatorianas ante la importación de ropa chatarra.

### **3.5. Objetivos específicos**

- Identificar estrategias competitivas para las pymes en el mercado textil.
- Interpretar la percepción del consumidor en la industria textil ecuatoriana y extranjera.
- Determinar el nivel de importación de ropa chatarra en el periodo 2019 - 2023.

## **7. Idea a defender**

Las PYMES manufactureras ecuatorianas deben adoptar estrategias que prioricen la calidad, contribuyan al bienestar económico y ambiental, preservando empleos y fomentando un consumo consciente. Al hacerlo, se diferencian las preferencias de los consumidores ecuatorianos, y se pueden competir eficazmente en contra del aumento en la importación de ropa chatarra.

## **8. Unidades de análisis**

**Objeto de estudio:** Pymes manufactureras textiles.

**Unidades de análisis:** Estrategias de las pymes, Consumidor ecuatoriano, Importación de ropa chatarra.

## **9. Metodología**

La investigación planteara una combinación del método exploratorio-descriptivo. El primero, este tipo de método exploratorio según Mar-Orozco et al. (2020) "...suceden cuando el propósito de la investigación es examinar el problema de la investigación el cual es poco estudiado o que anteriormente no se consiguieron los resultados previos que se hayan abordado antes...". Es así como este instrumento permitirá analizar nuevas soluciones a las problemáticas que se presentan en el caso.

Mientras que el segundo de acuerdo con Guevara et al. (2020) "...se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando". Así, la combinación de ambos métodos permitirá estudiar los factores generales que afectan las pymes manufactureras ecuatorianas, como productividad, ventajas y desventajas, también, estudiar factores como el comportamiento de los consumidores de la ropa chatarra e interpretar las principales causas por las que el mercado local se ve afectado severamente.

Los métodos serán aplicados bajo un enfoque cualitativo, el cual permitirá observar documentalmente la conducta del consumidor e interpretar la misma. Este enfoque según Escudero S, y Cortez S, (2020), "Es aquella investigación que recaba información no cuantificable, basada en las observaciones de las conductas para su posterior interpretación. Su propósito es la descripción de las cualidades de hecho o fenómeno".

Así mismo, se empleará el estudio de caso como instrumento metodológico, mismo que entre sus ventajas destaca según Canta y Quesada (2021) "...su versatilidad, así como la estructura que aporta para explorar una variedad de problemas, lo que lo convierte en un

método apropiado para iniciar un estudio exploratorio”. De esta forma se busca comprender una serie de problemáticas sobre la investigación y la versatilidad para adoptar estrategias que ayuden a la misma.

Por último, la recolección de datos se dará mediante el análisis documental y de contenidos, siendo el documental según Guevara-Rodríguez (2019) “...consiste en un proceso de sistematización y síntesis de datos cualitativos, permite una triangulación de documentos narrativos, combinado con diferentes fuentes de información, requiere de análisis contenido o análisis de discurso”, mientras que el de contenidos es según Bueno (2021) “...un tipo de análisis que tiene la ciencia social para captar aquello que contienen los productos sociales que generan los agentes en interacción con su medio...”, indica también que en este “...se lleva a cabo sobre un contenido, es decir lo que hay dentro de una cosa, en consecuencia, una concreción, o dicho de otro modo, una materialización”. El uso de ambos permitirá interpretar y comprender la información obtenida en productos sociales como documentos, artículos, datos estadísticos, etc.

## **10. Marco conceptual**

### **10.1. Ropa Chatarra**

La ropa chatarra son las prendas de vestir de baja calidad que suelen ser desechables, y está fuertemente vinculada con el fenómeno de la moda rápida o fast fashion la cual se fabrica de forma masiva con materiales baratos, está diseñada para utilizarse pocas veces antes de ser descartada (Futuro360, 2020). Estas prendas llegan en condiciones inadecuadas, lo que empeora el problema de los desechos, incrementando la contaminación y perjudicando tanto el medio ambiente local como la salud de las comunidades cercanas (Blanco, 2023).

### **10.2. PYMES manufactureras**

Las pymes en Ecuador desempeñan un papel crucial en la economía del país, ya que fomentan un entorno propicio para el desarrollo de un sector productivo, siendo un factor clave y circunstancial para el crecimiento socioeconómico (Haro-Sarango y otros, 2023). De esta forma, la industria textil es una de las más relevantes del país debido a la gran cantidad de empresas que la integran, siendo la tercera más grande dentro del sector manufacturero (Corporacion Mucho Mejor en Ecuador, 2021). Según datos del Instituto Español de Comercio Exterior (2021), el sector textil es una de las principales industrias y tiene una gran importancia en la economía nacional, representa el 5,9% del PIB del sector industrial y un 0,8% del PIB nacional.

### **10.3. Estrategias de competitividad**

Centrándose en la producción de alta calidad, fabricados con materiales reciclados y resistentes, las empresas locales pueden posicionar sus artículos como opciones de mayor valor, tanto económico como ambiental. Esto se establece como una estrategia de diferenciación que ofrece una ventaja competitiva frente a la ropa importada de bajo costo (Blanco, 2023).

También, la innovación tecnológica ha pasado a ser un factor crucial para las pymes del sector textil en Ecuador. Esto abarca la incorporación de nuevas tecnologías, el uso de sistemas digitalizados y la aplicación de estrategias de gestión de relaciones con los clientes, como el Customer Relationship Management (Cumba-Moran y otros, 2024).

Dentro de este contexto, se entiende que la adopción del marketing digital es un factor clave en el sector textil, ya que gran parte del proceso de producción, comercialización y venta sigue realizándose de forma tradicional y física, lo que limita su alcance y competitividad en el mercado global (Archila-Gualdron y otros, 2020).

### **10.4. Percepción del consumidor**

Los compradores de este tipo de ropa tienen acceso a una amplia variedad de marcas y precios de tiendas económicas. El 33% de los consumidores son Millennials (25 a 37 años), el 31% son Boomers (55 años y más), el 16% corresponden a la Generación X (38 a 55 años) y el 20% restante pertenece a la Generación Z (18 a 24 años), inclinándose por la percepción de más variedad y precios más bajos (Barahona, 2020).

De igual forma se entiende que, para un desarrollo empresarial exitoso, las empresas deben tener en cuenta la inestabilidad comercial y emocional del consumidor ecuatoriano que trata de adquirir prendas, la competencia desleal, los procesos productivos ineficientes y el factor de las marcas extranjeras en la economía local (Salazar, 2024).

### **10.5. Industria textil ecuatoriana vs Industria textil China**

Comenta Gonzales (2021) que, “En los últimos años China ha conquistado los diferentes mercados del mundo, Ecuador es uno de los países donde se comercializa a gran escala productos procedentes de la industria textil...”. Este efecto ha causado que las pymes textiles afronten una fuerte competencia para la industria local, sin embargo, la diferencia entre que una camisa local cuesta \$10 fabricada a base de algodón, una extranjera cuesta alrededor de \$3 fabricada a base de poliéster (*Ver tabla 1*).

### **10.6. Nivel de importación**



Luego de China, los principales orígenes de las confecciones y textiles se importan son Colombia, Estados Unidos, Bangladesh, Perú, India, Vietnam y Brasil (*Ver gráfico 1*). Las importaciones de textiles y confecciones han mostrado una tendencia creciente tras la pandemia de COVID-19 (*Ver tabla 2*). Hasta el 2023 se ha presenciado un constante crecimiento en la importación de ropa de vestir desde el año 2019 (*Ver tabla 3*), años en los cuales los valores FOB han subido del 21% al 37,46% y su valor en volumen aumentaron de 14,7% al 22,84% (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2024).

### **10.7. Categorías para la importación de textiles**

En Ecuador existen varias categorías para la importación de mercancías (*Ver tabla 4*), la categoría apropiada para la importación de textiles es la categoría D, esta debe pagar una serie de tributos como el IVA (12%), FODINFA (0.5%) y el valor CIF (Costo, Seguro y Flete). Sin embargo, los consumidores ecuatorianos recurren a métodos alternativos, como el régimen 4x4 (categoría B) en Ecuador mediante un Courier autorizado por la SENAE como DHL o FEDEX, Esta categoría permite paquetes de hasta 4 kg y un valor de hasta 400 USD, siempre que no sean con fines comerciales y únicamente para uso personal. Según la Resolución 008-2022 COMEX, los destinatarios pueden usar esta categoría hasta un máximo de 1,600 USD FOB por año fiscal (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022).

Por otro lado, esta categoría presenta ciertas lagunas legales. Estas han sido aprovechadas mediante prácticas como fraccionar paquetes para eludir los límites de valor, utilizar varios destinatarios, declarar un valor inferior al real de los productos, y se termina usando con fines lucrativos lo que da un mal uso del régimen (Jaramillo, 2021).

## **11. Resultados Obtenidos**

La investigación desarrollada bajo la combinación de los métodos exploratorio-descriptivo, con un enfoque cualitativo, permitieron identificar las estrategias que serían adecuadas para que las pymes puedan afrontar los diferentes desafíos. Entre estas, se destacan estrategias como el marketing digital la innovación tecnológica y, puesto que, el consumidor ecuatoriano se está adaptando a la comodidad de compras en línea, también, la diferenciación de calidad y una producción sostenible de alta calidad son indispensables ya que los consumidores pueden llegar a optar por la relación precio-calidad, de esta forma las pymes pueden competir dentro de un mercado invadido por empresas internacionales.

Así mismo, se logró analizar el porqué de la inclinación del consumidor hacia las compras en plataformas en línea como Temu, Shein, Temu y Fashion Nova, siendo las 3 últimas las de

mayor auge en las compras de prendas textiles debido a sus bajos costos, por lo que la percepción de encontrar precios bajos y una mayor variedad de productos es lo que declina la balanza hacia el consumo de ropa chatarra. Teniendo en cuenta que las plataformas de mayor auge en este sector provienen de China y que el principal consumidor en Ecuador es la generación millennials (25 a 37 años) quienes representan el 33% del volumen de compras, coincide principalmente con el auge del país asiático donde las prendas textiles se fabrican en masa, aunque con una calidad cuestionable.

El uso del análisis documental y de contenido como principales instrumentos, mostraron que entre las principales causantes del incremento de la importación de ropa chatarra, además de los bajos costos debido a la eliminación de las salvaguardias en 2018 que limitaban las cantidades a importar mediante la categoría B o 4x4, misma que ha reflejado como la principal categoría de uso en este sector debido a ciertos vacíos en la normativa aplicada, puesto que la misma permite que muchos artículos incluida la ropa chatarra, ingresen al país sin fines comerciales, aunque en la práctica algunas personas aprovechan esos vacíos existentes para comercializar estos productos. Esto ha complicado aún más el panorama para los fabricantes locales y los niveles de importación aumentaron significativamente desde el 2019 al 2023, donde los valores FOB han subido del 21% al 37,46% y su valor en volumen aumentaron de 14,7% al 22,84%.

## **12. Análisis de Resultados**

Los resultados obtenidos en la investigación muestran un panorama desafiante para las PYMES manufactureras en Ecuador frente a la importación de ropa chatarra. Estrategias como el marketing digital, la innovación tecnológica y la producción sostenible ofrecen oportunidades para competir mediante la creación de valor agregado y productos de calidad. Sin embargo, estas estrategias enfrentan barreras económicas y operativas significativas, como la falta de recursos y una fuerte inclinación del consumidor por el precio y la conveniencia, lo que limita su efectividad.

El atractivo de plataformas como Shein y Temu refleja un cambio en los hábitos de consumo hacia precios bajos y variedad, dificultando que las PYMES se diferencien en términos de calidad y sostenibilidad. Además, vacíos normativos que favorecen la entrada de ropa chatarra han intensificado la competencia desleal, erosionando aún más la capacidad de las PYMES para competir en igualdad de condiciones.

Así, los resultados de la investigación apoyan la idea a defender, destacando que las estrategias de desarrollo sostenible tienen el potencial de diferenciar a las PYMES ecuatorianas y fomentar un consumo consciente, teniendo en cuenta que es imprescindible abordar las barreras económicas, regulatorias y culturales identificadas, asegurando que las condiciones del mercado permitan que estas estrategias prosperen.

### **13. Lecciones y Recomendaciones**

En Ecuador la industria textil necesita desarrollar estrategias competitivas y eficiente frente a la competencia de productos de bajo costo, esto ante la falta de tecnología avanzada y presencia digital, factores del mundo actual que limitan su capacidad para competir efectivamente en el mercado, especialmente frente a la moda rápida de plataformas internacionales. Ante esto, se vuelve indispensable que las pymes textiles ecuatorianas implementen estrategias como la innovación tecnológica en sus procesos de producción, el marketing digital haciendo uso principalmente de redes sociales y el uso de aplicativos que permitan la compra de sus productos, lo que les permitiría llegar con mayor facilidad al consumidor.

La inclinación hacia el precio bajo destaca la importancia de educar y motivar al consumidor a valorar la calidad y sostenibilidad de los productos locales. lo cual puede contribuir a un cambio de comportamiento en favor de la industria nacional. Se debe recurrir a estrategias como la producción sostenible con materiales más duraderos que marcará la diferencia y así el consumidor comprenderá la relación precio-calidad.

Los vacíos en las normativas aduaneras y el mal uso de las categorías de importación como la Categoría B o 4x4, ha aumentado la competencia desleal, generando un factor negativo en la economía local y en la industria textil nacional, favoreciendo la importación de productos de baja calidad. Por lo que es necesario fortalecer la normativa aduanera mediante la implementación de controles más estrictos sobre categorías de importación garantizando que sean utilizadas exclusivamente para el uso destinado contribuyendo a reducir los niveles de importación de este tipo de ropa.

Existe una creciente preocupación por los efectos negativos de la moda rápida en el mercado local a nivel ambiental, estas causas podrían representar una oportunidad para las pymes ecuatorianas que se destaquen mediante la oferta de prendas con mayor calidad y sostenibilidad. Por tal motivo las pymes textiles pueden promover campañas de

concientización sobre los efectos negativos de la moda rápida lo que les ayudaría a cambiar las preferencias de los consumidores y lograr beneficiar tanto a la economía local como al medio ambiente.

La ropa chatarra se confecciona principalmente a base de desechos petroleros como el poliéster, material el cual se desintegra con facilidad lo que genera que su costo sea reducido lo que permite su rápida fabricación en países asiáticos donde el costo de la mano de obra es bajo. De esta manera las PYMES podrían adoptar estrategias de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad, enfocándose en la producción de ropa que utilice materiales reciclados y que sea más duradera, pudiendo así abaratar sus costos de producción.

## 14. Fuentes de información

- Aguinsaca, L. K. (2022). Analisis de estudio para la exportacion de Blusas de la micro empresa Ropa Linda, Cantón Mira, provincia del Carchi hacia mercados internacionales.”. *UPEC*, [Tesis].  
<https://repositorio.upec.edu.ec/server/api/core/bitstreams/053340ed-6149-4429-8cba-2181e8e29911/content>
- Archila-Gualdron, J. A., Garzon-Rico, J. D., & Velozada-Rodriguez, C. A. (28 de Junio de 2020). El marketing digital como estrategia de venta del sector textil en empresas mipymes colombianas. *Fundación Universitaria Área Andina*.  
<https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/5529c33f-4277-4caa-84a4-d8a0aac0faef/content>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (Enero de 2024). *Boletín Estadístico diciembre 2023*. Dirección Técnica AITE.  
<https://www.aite.com.ec/boletines/2024/BoletinDiciembre2023.pdf>
- Barahona, M. (2020). *El Negocio de Segunda Mano: Crecimiento, cifras y prácticas en Ecuador*. Fashion Revolution Ecuador: <https://www.fashionrevolution.org/el-negocio-de-segunda-mano-crecimiento-cifras-y-practicas-en-ecuador/>
- Barro, J. A. (2023). Modelo de negocio sobre dropshipping. *Universidad Agraria del Ecuador [Tesis]*.  
<https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/BARROS%20MADRID%20%20JULIANA%20ALEJANDRA.pdf>
- Blanco, P. R. (16 de Febrero de 2023). La cara B de la adicción a la moda rápida: toneladas de ropa vieja en vertederos africanos. *El País*, pág. [En Línea]. El país:  
<https://elpais.com/planeta-futuro/2023-02-16/la-cara-b-de-la-adicion-a-la-moda-rapida-toneladas-de-ropa-vieja-en-vertederos-africanos.html>.
- Bueno, A. R. (2021). *El contenido y su análisis: enfoque y proceso*. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona:  
[https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El\\_contenido\\_su\\_analisis\\_2021.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El_contenido_su_analisis_2021.pdf)
- Canta-Honores, J. L., & Quesada-Llanto, J. (2021). Vista de El uso del enfoque del estudio de caso: Una revisión de la literatura. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, Vol. 5(No. 19), pp. 775 - 786.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i19.236>

- Corporacion Mucho Mejor en Ecuador. (14 de Octubre de 2021). *El sector textil y de confecciones y su importacion para Ecuador*. Mucho Mejor Ecuador: <https://muchomejorecuador.org.ec/el-sector-textil-y-de-confecciones-y-su-importancia-para-ecuador/>
- Cumba-Moran, A. V., Pajillo-Mila, M. d., Tumbaco-Chilan, R. Y., & Fajjo-Carrion, M. A. (14 de Marzo de 2024). La innovación tecnológica y su impacto en la industria textil de las Pymes de comercio exterior de Ecuador. *Polo del Conocimineto*, Vol. 9(No. 3), pp. 2016-2034. <https://doi.org/DOI:10.23857/pc.v8i5.5564>
- Escudero Sánchez, C. L., & Cortez Suárez, L. A. (2020). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica* (Primera ed. ed.). Machala, Ecuador: UTMACH. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Futuro360. (23 de Septiembre de 2020). *Desafío Tierra: ¿Qué es la moda chatarra?* futuro360.com: [https://www.futuro360.com/desafiotierra/desafiotierra-que-es-la-moda-chatarra\\_20190923/](https://www.futuro360.com/desafiotierra/desafiotierra-que-es-la-moda-chatarra_20190923/)
- González, J. V., Campoverde, A. R., Melo, V. E., Garófalo, C., & Herrera, C. (2021). China Vs. Ecuador: ¿Que industria textil satisface al consumidor? *ResearchGate*. <https://doi.org/DOI:10.18687/LACCEI2021.1.1.138>
- Guevara-Alban, G. P., Verdesoto-Arguello, A. E., & Castro-Molina, N. E. (16 de Julio de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, Vol. 4(No. 3), pp. 163–173. [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Guevara-Rodríguez, G. (2019). Análisis documental: Propuestas metodológicas para la transformación en programas de posgrado desde el enfoque socioformativo. *Atenas*, Vol. 3(No. 47). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=478060102007>
- Haro-Sarango, A. F., Naranjo-Lozada, S. G., Carranza-Guerrero, M. N., & Pico-Lescano, J. C. (2023 de Julio de 2023). Factores que inciden en la generación de beneficio en pymes manufactureras ecuatorianas. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, Vol. 7 (Núm. 1), pp. 24-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.18779/csye.v7i1.609>
- ICEX España Exportación e Inversiones. (05 de diciembre de 2021). Resumen ejecutivo mercado de la moda y calzado en Ecuador 2021. Quito. <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/096/documentos/2022/01/documentos-anexos/resumen-ejecutivo-mercado-moda-calzado-ecuador-2021.pdf>

- Jaramillo, I. (6 de Mayo de 2021). Qué se puede o no importar tras la eliminación de la tasa de \$42: Una guía para entender los cambios en este sistema de courier. *Qué noticias*, pág. [En Línea]. Qué se puede o no importar tras la eliminación de la tasa de \$42: Una guía para entender los cambios en este sistema de courier:  
<https://quenoticias.com/noticias/guia-de-importacion-del-sistema-4x4-ecuador/>
- Llanos-Encalada, M., & Salazar-Cueva, Á. D. (2023). Efectos post pandemia en el desempeño del sector industrial textil. *ECA Sinergia*, Vol. 14(No. 3), pp. 129-141.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v14i3.5665>
- Mar Orozco, C. E., Barbosa Moreno, A., & Molar Orozco, J. F. (2020). *Metodología de la investigación: Métodos y técnicas* (1era ed. ed.). Ciudad de México, México: Grupo editorial Patria.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=e5otEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Investigaci%C3%B3n+exploratoria:+tipos,+metodolog%C3%ADa+y+ejemplos&ots=a\\_3kFecCgR&sig=fFnsVNZ3qRDJsjsAaR0oioH23H0#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20exploratoria%3A%20tipos%2C%20metod](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=e5otEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Investigaci%C3%B3n+exploratoria:+tipos,+metodolog%C3%ADa+y+ejemplos&ots=a_3kFecCgR&sig=fFnsVNZ3qRDJsjsAaR0oioH23H0#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20exploratoria%3A%20tipos%2C%20metod)
- Salazar, D. D. (28 de Mayo de 2024). Rupturas Comportamentales del Consumidor y su Efecto en Desarrollo Empresarial. *Podium*, Vol. 45, pp. 125–142.  
<https://doi.org/doi:10.31095/podium.2024.45.8>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2022). *Envíos Courier Postal*. SENA E:  
<https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/envios-courier-postal/#:~:text=CATEGORIA%20D%20%2D%20Prendas%20de%20vestir%2C%20t%20exiles%20confeccionados%20y%20Calzado>
- Tapia, E. (21 de 07 de 2023). Gobierno endurece los controles para la ropa importada. *PRIMICIAS*, pág. [Periódico en Línea].  
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ropa-importacion-controles-aduana-subvaloracion/>

## 15. Anexos

**Tabla 1.** Diferenciación entre la industria textil ecuatoriana ante la industria textil China.

<i>Características</i>	<i>Ropa Ecuatoriana</i>	<i>Ropa Extranjera</i>
<i>Precios</i>	Camisetas: \$10 - \$25	Camisetas: \$3 - \$10
	Jeans: \$30 - \$60	Jeans: \$10 - \$25
	Abrigos: \$40 - \$100	Abrigos: \$20 - \$50
<i>Materiales</i>	Fibras naturales (algodón, lana, alpaca)	Materiales sintéticos (poliéster, mezclas de baja calidad)
	Textiles artesanales	Producción masiva, baja calidad en fibras
<i>Calidad</i>	Alta calidad en confección, producción artesanal.	Baja calidad, menor durabilidad
<i>Estilo</i>	Diseños tradicionales, personalizados.	Copias de tendencias internacionales.
<i>Producción</i>	Producción local, artesanal e industrial.	Producción masiva, principalmente de Asia (China, India, etc.).
<i>Impacto Económico</i>	Fortalece la economía local y el empleo.	Competencia desleal, afecta a la industria nacional.
<i>Disponibilidad</i>	Disponible en tiendas formales y mercados locales.	Principalmente en mercados informales.
<i>Sostenibilidad</i>	Mayor enfoque en prácticas sostenibles y comercio justo.	Producción rápida y desechable.

*Elaboración Propia.*

**Fuente:** (Tapia, 2023)

**Tabla 2.** Niveles de importación del periodo 2019 – 2023.

<b>Periodos</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Niveles FOB</b>	240.583	153.231	212.607	283.506	324.644

*Elaboración Propia*

**Fuente:** (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2024)

**Tabla 3.** Aumentos porcentuales en valor y volumen del periodo 2019 – 2023

<b>Periodos</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Valor FOB</b>	21%	20,3%	23.32%	28.75%	37,46%
<b>Volumen</b>	14,7%	16,3%	18%	19,33%	22,84%

*Elaboración Propia.*

**Fuente:** (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2024)



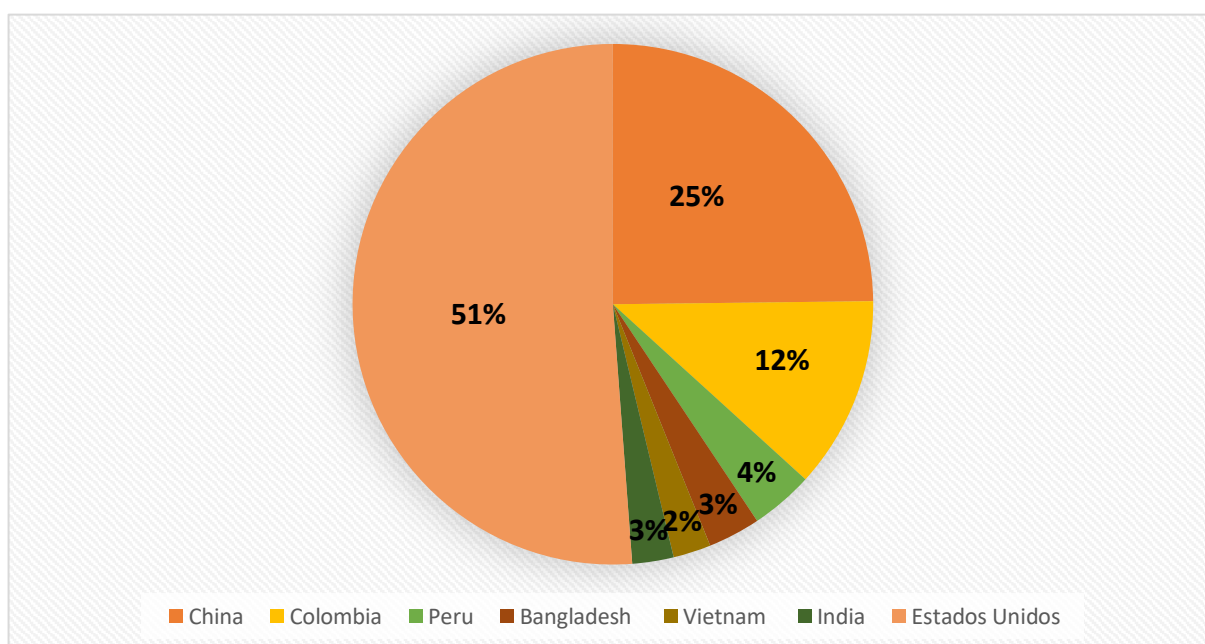
**Tabla 4. Categorías de importación en Ecuador:**

<b>Categorías</b>	<b>Descripción e impuestos</b>	<b>Impuesto</b>
<b>A</b>	Correspondencia de documentos.	Libre de Tributos
<b>B</b>	Paquetes hasta 4kg y \$400, con limite fiscal de \$1600 al año sin fines comerciales.	Libre de tributos.
<b>C</b>	Paquetes hasta 100kg y USD \$5000 (Requiere de control previo)	Arancel: % depende del producto IVA: 15%, FODINFA: 0,5%. Textiles: 10% ADV + USD \$5.5 X KG.
<b>D</b>	Prendas de vestir, textiles confeccionados y calzado hasta 20kg y \$2000.	Calzado: 10% ADV + USD \$6 x par. IVA: 15% FODINFA: 0.5%
<b>E</b>	Medicinas (Presentar receta) Equipos de ortopedia, órganos. Sin fines comerciales.	FODINFA: 0.5% Libre de tributos. Art 125 COPCI
<b>F</b>	Equipos de Computación y sus partes	IVA: 12% FODINFA: 0.5%
<b>G</b>	Paquetes hasta 4k g y valor FOB de (1) salario básico unificado, registro familiar del migrante	Libres de tributos

Elaboración propia.

**Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022)

**Gráfico 1. Porcentaje de los principales países de origen de la ropa chatarra**



Elaboración propia

**Fuente:** (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2024)