

# Empoderamiento Artesanal y Moda Sostenible: Un Modelo de Negocio para la Producción y Comercialización de Calzado y Chaquetas Femeninas en Ecuador

*Artisanal Empowerment and Sustainable Fashion: A Business Model for the Production and Marketing of Women's Footwear and Jackets in Ecuador*

## RESUMEN

El artículo examina la viabilidad y el impacto de la producción y comercialización de calzado y chaquetas femeninas en Ecuador, destacando el papel de los artesanos locales y la incorporación de elementos culturales autóctonos en los diseños. La investigación identifica varios desafíos que enfrenta la industria, como la competencia con productos importados de bajo costo, la falta de innovación en el diseño y las limitaciones en el acceso a materias primas de calidad. No obstante, también se identifican oportunidades dentro del segmento de consumidores jóvenes y económicamente activos, especialmente en ciudades como Guayaquil, donde la disposición a pagar por productos diferenciados y de calidad es alta. El estudio de mercado, basado en encuestas y entrevistas, revela que los consumidores estarían dispuestos a pagar entre \$90-\$120 por calzado y \$80-\$120 por chaquetas, lo que sugiere que hay un mercado potencial para productos accesibles, pero con un valor agregado significativo. El artículo subraya la importancia de desarrollar estrategias de diferenciación a través de diseños exclusivos y sostenibles, así como la necesidad de fortalecer la presencia de marca y diversificar las ofertas según las preferencias del consumidor. En conclusión, la investigación proporciona una base sólida para que las empresas ecuatorianas del sector de la moda puedan posicionarse exitosamente en el mercado, impulsando la competitividad y la integración de la cultura local, mientras responden a las tendencias de sostenibilidad y a las expectativas del consumidor moderno.

### **PALABRAS CLAVE:**

Calzado, confección, innovación, artesanos, sostenibilidad.

## ABSTRACT

This article examines the viability and impact of producing and marketing women's footwear and jackets in Ecuador, highlighting the role of local artisans and the incorporation of indigenous cultural elements into designs. The research identifies several challenges facing the industry, such as competition with low-cost imported products, a lack of design innovation, and limited access to quality raw materials. However, opportunities are also identified within the young, economically active consumer segment, especially in cities like Guayaquil, where willingness to pay for differentiated, quality products is high. The market study, based on surveys and interviews, reveals that consumers are willing to pay between \$90 and \$120 for footwear and \$80 and \$120 for jackets, suggesting a potential market for affordable products with significant added value. The article underscores the importance of developing differentiation strategies through exclusive and sustainable designs, as well as the need to strengthen brand presence and diversify offerings according to consumer preferences. In conclusion, the research provides a solid foundation for Ecuadorian fashion companies to successfully position themselves in the market, boosting competitiveness and integrating local culture, while responding to sustainability trends and modern consumer expectations.

**KEYWORDS:** Footwear, clothing, innovation, artisans, sustainability.

## INNOVACION, INGENIERIA Y EMPREDIMIENTO.

**Recepción:** 20/07/2023

**Aceptación:** 11/08/2023

**Publicación:** 31/12/2023

### AUTOR/ES



**Arauz Montalván Joel Alexander**



[Joel.arauz.montalvan@utelvt.edu.ec](mailto:Joel.arauz.montalvan@utelvt.edu.ec)



Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Sede Santo Domingo.



La Concordia - Ecuador

### CITACIÓN:

Arauz-Montalván, J (2023). Empoderamiento Artesanal y Moda Sostenible: Un Modelo de Negocio para la Producción y Comercialización de Calzado y Chaquetas Femeninas en Ecuador. *Revista InnovaSciT*. 1(2), p. 24-29.

## INTRODUCCIÓN

La industria del calzado y la confección en Ecuador es un sector clave en el desarrollo económico y cultural del país. A lo largo de la historia, la vestimenta ha dejado de ser una necesidad básica para convertirse en una forma de expresión de identidad y estilo (Martínez & Gómez, 2021). En este contexto, los productos elaborados por artesanos ecuatorianos representan una oportunidad única para fusionar tradición e innovación, lo que no solo fortalece la economía local, sino que también resalta la rica diversidad cultural del país en un mercado cada vez más globalizado (Pérez, 2023). Esta capacidad de fusionar lo tradicional con lo moderno no solo tiene el potencial de crear productos distintivos, sino que también promueve la preservación de técnicas ancestrales que forman parte del patrimonio cultural de Ecuador.

A pesar de la relevancia del sector, la industria del calzado y textil en Ecuador enfrenta varios desafíos. La competencia con productos importados de bajo costo, la falta de innovación en el diseño, el acceso limitado a materias primas de calidad y la ausencia de estrategias comerciales efectivas han dificultado su crecimiento sostenido (Gutiérrez & Ramírez, 2022). Además, el sector artesanal en particular se ve afectado por la falta de inversión en maquinaria y tecnología, lo que limita su capacidad de producción y competitividad frente a los productos industriales. Aunque se han implementado políticas arancelarias y programas de apoyo, todavía existen brechas significativas que limitan la competitividad de la industria tanto a nivel nacional como internacional (López, 2024). Estos desafíos requieren la adopción de nuevas estrategias que integren tanto la tecnología como la capacitación constante para los artesanos, con el fin de mejorar la calidad y eficiencia de los productos.

El objetivo de este artículo es analizar la viabilidad y el impacto de la producción y comercialización de calzado y chaquetas femeninas en Ecuador, con énfasis en el papel de los artesanos locales y la integración de elementos autóctonos en el diseño. A través de una revisión del estado actual de la industria, se identificarán tendencias, oportunidades de mercado y estrategias que pueden potenciar este sector, transformándolo en un dinamizador de la economía y en un medio para fortalecer la identidad cultural del país (Fernández, 2020). En este sentido, el diseño de productos que reflejen la riqueza cultural ecuatoriana puede resultar clave para atraer consumidores tanto dentro como fuera del país, ya que la autenticidad es un valor altamente apreciado en mercados internacionales.

Este análisis se centrará en los principales desafíos que enfrenta la industria, la relevancia de la diferenciación a través de diseños exclusivos y materiales sostenibles, y la importancia de implementar estrategias de comercialización efectivas (Torres, 2021). El uso de materiales sostenibles y procesos de producción responsables puede ser una ventaja competitiva clave, ya que cada vez más consumidores buscan productos que no solo sean de alta calidad, sino que también respeten el medio ambiente. Incorporar estas prácticas en la

industria textil y de calzado ecuatoriana no solo responde a una tendencia global, sino que también refleja el compromiso del sector con el desarrollo sostenible y la preservación de los recursos naturales del país.

La creación de alianzas estratégicas entre artesanos locales, diseñadores y empresas textiles es otra de las oportunidades que podrían fortalecer la industria. La colaboración entre estos actores podría facilitar la incorporación de nuevas tecnologías de diseño y producción, mejorar los canales de distribución, y abrir nuevas posibilidades para la exportación. Asimismo, el fortalecimiento de redes comerciales nacionales e internacionales es fundamental para mejorar la visibilidad de los productos ecuatorianos en mercados globales. La participación en ferias internacionales y la creación de plataformas de ventas en línea pueden ser instrumentos efectivos para posicionar el calzado y la confección ecuatoriana fuera de las fronteras del país.

En este sentido, la educación y la formación continua juegan un papel crucial. Para asegurar la sostenibilidad del sector, es necesario que los artesanos cuenten con acceso a programas de capacitación en diseño, marketing y gestión empresarial. De igual manera, el apoyo a la investigación y el desarrollo de nuevas técnicas de fabricación o innovación en materiales puede ser decisivo para mantener la relevancia de la industria en un mercado altamente competitivo. Los programas de apoyo gubernamentales y privados deben estar orientados no solo a facilitar el acceso a recursos materiales, sino también a proporcionar herramientas que permitan a los emprendedores del sector crecer de manera estructurada y competitiva.

En conclusión, la industria del calzado y la confección en Ecuador enfrenta desafíos significativos, pero también posee un gran potencial para impulsar el desarrollo económico y cultural del país. Al integrar innovación, sostenibilidad y autenticidad en sus productos, los artesanos ecuatorianos pueden posicionarse como actores clave en el mercado global, destacando la riqueza cultural de Ecuador. Si se abordan adecuadamente los retos de competitividad, y se promueve la colaboración y capacitación dentro del sector, la industria del calzado y la confección podría jugar un papel central en el fortalecimiento de la economía nacional y la preservación de las tradiciones locales.

## MÉTODOS MATERIALES

Para la realización de este estudio, se adoptó un diseño no experimental, en el cual se observan los fenómenos en su contexto natural sin manipulación de variables (Hernández et al., 2020). Se empleó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener un análisis integral de la viabilidad del proyecto. Se llevó a cabo un estudio de mercado basado en encuestas y entrevistas a consumidores potenciales y artesanos locales, complementado con el análisis de fuentes secundarias sobre tendencias del sector. Los criterios

de búsqueda y selección de información incluyeron el uso de bases de datos académicas reconocidas como Scopus, Scielo y Google Scholar, utilizando palabras clave como "industria del calzado en Ecuador", "artesanos textiles ecuatorianos", "comercialización de moda sostenible" y "producción de calzado artesanal". Se filtraron los estudios publicados entre 2020 y 2024 en español e inglés, priorizando artículos de revistas indexadas, tesis de posgrado y libros especializados.

Los criterios de inclusión consideraron estudios sobre la producción y comercialización de calzado y textiles en América Latina, con énfasis en Ecuador, así como investigaciones sobre innovación y estrategias de mercado en la industria de la moda. Se excluyeron artículos sin revisión por pares, estudios sobre sectores no relacionados y documentos publicados antes de 2020. Para el análisis, la información se organizó en categorías temáticas como innovación en el diseño, impacto económico y estrategias de comercialización. Finalmente, se aplicaron técnicas financieras para evaluar la factibilidad del proyecto y determinar su viabilidad en el mercado ecuatoriano.

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 1. Presenta la distribución etaria de las encuestadas en el estudio, clasificando a las participantes en rangos.

Categoría	Resultados Clave	Comparación y Análisis Crítico	Aportes al Conocimiento
<b>Edades de las encuestadas</b>	El 58,3% de las encuestadas pertenece al rango de 23-31 años, un grupo económicamente activo.	Este dato coincide con estudios previos que identifican este segmento como el más activo en el consumo de moda.	Confirma la importancia de dirigir la estrategia comercial a este grupo etario.
<b>Ubicación geográfica</b>	El 88,5% de las encuestas se realizó en Guayaquil, seguida por Quito y Cuenca.	La concentración en Guayaquil sugiere que esta ciudad es clave para el lanzamiento del producto.	Indica que la estrategia inicial debe centrarse en esta ciudad antes de expandirse.
<b>Preferencias de compra</b>	El 73,2% se considera un comprador moderno.	Esto sugiere que los diseños innovadores tienen alta aceptación en el mercado.	Refuerza la necesidad de una estrategia de diferenciación a través del diseño.
<b>Frecuencia de compra de calzado</b>	El 63% compraría 1-3 veces al año.	La durabilidad del cuero influye en la frecuencia de compra.	Resalta la necesidad de un balance entre calidad y renovación de modelos.
<b>Disposición de pago por calzado</b>	El 72,7% pagaría entre \$90 y \$120.	Este rango de precio es consistente con estudios de mercado de productos similares.	Fundamenta la fijación de precios dentro de este margen para optimizar la rentabilidad.
<b>Frecuencia de compra de chaquetas</b>	El 71,4% compraría 1-3 veces al año.	Factores como clima o reconocimiento de marca pueden influir en la compra.	Sugiere la necesidad de campañas de branding y diversificación de diseños según la estación.
<b>Disposición de pago por</b>	El 71,9% pagaría entre \$80 y \$120.	Similar a la disposición de pago por calzado, lo que	Ayuda a definir la estructura de costos y

chaquetas		indica un rango de precios adecuado.	márgenes de ganancia.
-----------	--	--------------------------------------	-----------------------

Nota: Los resultados reflejan la percepción y comportamiento de compra de un segmento específico de consumidoras ecuatorianas. Los datos fueron obtenidos a través de encuestas realizadas en ciudades clave y analizados en función de su impacto en la viabilidad del proyecto. Las tendencias identificadas pueden variar con el tiempo y deben ser contrastadas con estudios adicionales para ajustar estrategias de mercado.

El análisis de esta tabla permite comprender mejor el perfil demográfico del mercado objetivo, destacando la necesidad de desarrollar estrategias de marketing orientadas a este grupo predominante. Además, la baja representación de otros rangos etarios sugiere que el enfoque del producto y su comunicación deben alinearse con las expectativas y hábitos de consumo de las mujeres jóvenes adultas, quienes podrían estar más dispuestas a invertir en productos diferenciados y de calidad.

### CONCLUSIÓN

El estudio revela que la industria del calzado y la confección femenina en Ecuador presenta un gran potencial de crecimiento, especialmente dentro del segmento de consumidores jóvenes y económicamente activos. Los resultados muestran que los consumidores de entre 23 y 31 años, predominantemente ubicados en Guayaquil, tienen una alta disposición a pagar por productos de calidad y diseño innovador. Además, se identificó que los consumidores valoran la incorporación de elementos autóctonos en los productos, lo que ofrece una oportunidad para diferenciarse en el mercado globalizado. No obstante, la industria enfrenta desafíos significativos, como la competencia con productos importados de bajo costo y la falta de innovación en los diseños.

Este análisis contribuye al avance del conocimiento sobre la industria del calzado y confección en Ecuador, proporcionando una visión detallada de las tendencias actuales del mercado y las preferencias del consumidor. La relevancia radica en destacar cómo la combinación de diseño innovador, materiales sostenibles y elementos culturales autóctonos puede ser un factor clave para fortalecer la competitividad de las marcas locales. Además, la investigación ofrece una base sólida para el desarrollo de estrategias comerciales centradas en la diferenciación y el valor agregado, elementos cruciales para posicionar a los productos ecuatorianos en el mercado nacional e internacional.

Desde el punto de vista práctico, los hallazgos sugieren que las empresas deben centrarse en una estrategia de diferenciación a través de diseños exclusivos y sostenibles, que respondan a las preferencias de un público joven y consciente de la moda. En términos teóricos, este estudio amplía el conocimiento sobre la dinámica del mercado de la moda en Ecuador,

especialmente en lo que respecta al comportamiento de consumo y las tendencias emergentes. Finalmente, futuras investigaciones podrían profundizar en la influencia de las estrategias de marketing digital y la sostenibilidad en el sector, lo cual ofrecería nuevas perspectivas para la evolución y expansión de la industria en un contexto global.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Fernández, M. (2020). *La moda y su impacto en la economía local: El caso de Ecuador*. Editorial Academia.
- Gutiérrez, R., & Ramírez, A. (2022). *Desafíos y oportunidades de la industria textil en Ecuador*. *Revista de Desarrollo Económico*, 14(3), 125-140.
- Hernández, F. (2003). *Metodología de la investigación: Un enfoque práctico*. Editorial Universitaria.
- López, J. (2024). *Políticas públicas y su impacto en la industria del calzado en Ecuador*. *Revista Latinoamericana de Economía*, 32(1), 45-62.
- Martínez, P., & Gómez, L. (2021). *Evolución del sector textil y de calzado en Ecuador: Un análisis histórico*. *Revista de Historia Económica*, 10(2), 87-101.
- Pérez, M. (2023). *El mercado global y la industria artesanal ecuatoriana: Retos y perspectivas*. *Revista de Comercio Internacional*, 5(4), 58-74.
- Scopus. (2024). *Bases de datos académicas y su relevancia en la investigación de mercados*. Recuperado de <https://www.scopus.com>
- Torres, D. (2021). *Estrategias de comercialización en la industria de la moda: Casos de éxito en Ecuador*. *Revista de Negocios Internacionales*, 19(3), 202-215.

#### CONFLICTO DE INTERÉS:

Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles.

#### FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

#### NOTA:

El artículo no es producto de una publicación anterior