

Efecto de la inflación textil en el consumo de moda circular en Guayaquil durante el período 2015-2025.

Effect of textile inflation on circular fashion consumption in Guayaquil during the 2015–2025 period.

Vicente David Pérez Tinizhagnay

<https://orcid.org/0009-0000-3727-9373>
vicente.perezti@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil
Guayaquil - Ecuador

Cita a este artículo: Pérez Tinizhagnay, V. D. (2024). Efecto de la inflación textil en el consumo de moda circular en Guayaquil durante el período 2015-2025. *Fronteras del Conocimiento*, 3(3), 73-83.

Artículo recibido: 22 de julio de 2024

Aceptado para publicación: 28 de agosto de 2024

Publicado: 30 de septiembre de 2024

Conflictos de intereses: Ninguno que declarar

Resumen

La investigación analiza el efecto de la inflación textil sobre el consumo de moda circular en Guayaquil durante el período 2015-2025, considerando el encarecimiento de prendas de vestir, las restricciones presupuestarias de los hogares y la búsqueda de bienes sustitutos como factores capaces de modificar los hábitos de compra. Se empleó un enfoque mixto, de tipo aplicado y descriptivo. Para el componente cuantitativo se utilizaron series históricas del Índice de Precios al Consumidor (IPC) del INEC, correspondientes a prendas de vestir y calzado, y se aplicó una encuesta estructurada a 400 consumidores del Mall del Sur. Los datos fueron procesados en SPSS mediante frecuencias, medidas de tendencia central, correlaciones rho de Spearman, pruebas de chi-cuadrado y U de Mann-Whitney. Complementariamente, se realizaron observación documental y análisis de contenido de plataformas digitales de moda circular en Ecuador. Los resultados mostraron niveles de significancia superiores a 0,05 en las pruebas estadísticas, por lo que no se evidenció una asociación significativa entre la percepción de afectación inflacionaria y la disposición al consumo de moda circular, ni diferencias relevantes entre los grupos analizados. Se concluye que la compra de ropa usada, el uso de plataformas de reventa y la valoración de bienes sustitutos se han consolidado como comportamientos homogéneos y transversales en el segmento estudiado, vinculados principalmente con la optimización del presupuesto familiar y el ahorro, más allá de una motivación exclusivamente ambiental.

Palabras clave: inflación textil; moda circular; consumo; efecto sustitución; ahorro; Guayaquil.

Abstract

This study analyzes the effect of textile inflation on circular fashion consumption in Guayaquil during the 2015-2025 period, considering rising clothing prices, household budget constraints, and the search for substitute goods as factors capable of reshaping purchasing habits. A mixed-method, applied, and descriptive approach was used. For the quantitative component, historical Consumer Price Index (CPI) series from Ecuador's National Institute of Statistics and Census (INEC), specifically the clothing and footwear division, were examined, and a structured survey was administered to 400 consumers at Mall del Sur. Data were processed in SPSS using frequency distributions, measures of central tendency, Spearman's rho correlations, Pearson's chi-square tests, and the Mann-Whitney U test. In addition, documentary observation and manual content analysis of digital circular-fashion platforms in Ecuador were conducted. The statistical tests produced significance levels above 0.05, indicating no significant association between perceived inflationary impact and willingness to consume circular fashion, as well as no relevant differences among the groups analyzed. The findings suggest that purchasing second-hand clothing, using resale platforms, and valuing substitute goods have become homogeneous and cross-cutting behaviors within the population studied. The study concludes that circular fashion in this context functions mainly as a strategy for household budget optimization and savings, rather than as a practice driven exclusively by environmental motivations.

Keywords: textile inflation; circular fashion; consumption; substitution effect; savings; Guayaquil.

Introducción

A nivel internacional, la industria textil durante estos últimos 10 años ha tenido un cambio radical en el sector macroeconómico, por factores como: la crisis en el transporte, emergencia sanitaria, costos elevados en la materia prima como el algodón y el poliéster (Niinimäki, y otros, 2020). Todos estos factores provocaron una fuerte inflación textil. Esto ha provocado que el modelo de economía lineal de «tomar, hacer y desechar» sea obsoleto; ahora se utiliza el modelo de economía circular, que ha logrado demostrar un cambio no solo ecológico, sino también un alivio económico para los consumidores en el mercado textil. (Fundación Ellen MacArthur, 2017).

En el contexto ecuatoriano, entre los años 2015 y 2025, el escenario es diferente debido a una economía dolarizada. En los últimos diez años, Ecuador ha sufrido fluctuaciones macroeconómicas demasiado fuertes, tales como el desempleo y shocks fiscales que han reconfigurado el presupuesto de las familias ecuatorianas (Banco Central del Ecuador, 2024), disminuyendo su posibilidad de poder tener acceso a prendas de vestir importadas, debido a los aranceles, salvaguardias e inflación interna (García, Duran, Hanze, Anchundia, & Cañarte, 2018).

En un sector comercial como lo es la ciudad de Guayaquil, esto ha obligado a modificar los hábitos de consumo en las familias ecuatorianas, buscando optimizar cada dólar invertido, buscando un reemplazo, convirtiendo así las tiendas de ropa usada y los bazares en una medida de ahorro inmediato. Al estudiar este fenómeno, se permite ver cómo se produce la inflación en el país debido a los problemas, impulsando a la población a adoptar un consumo de economía circular. Dentro del sector textil, esto ha generado un crecimiento inflacionario en los costos de producción de mercadería, provocando que tengan que subir los precios de venta de sus artículos, esto, junto con la competencia del contrabando.

Al aumentar el precio de venta más allá del umbral de asequibilidad para la clase media y baja, estos, al sentir el peso de los costos altos, activan un efecto de sustitución (Melgarejo, 2020), logrando que busquen la forma de comprar ropa, de modo que tengan que acudir a la moda circular. Esto se ha hecho más accesible a través de plataformas de reventa en línea y bazares,

acompañado por campañas que fomentan la reutilización o la segunda oportunidad de prendas en buen estado (Zambrano, 2025).

Esto, como una tendencia ecológica, pasa a ser un alivio económico directo. Por lo tanto, estudiar este tema en específico durante este periodo 2015-2025 en Guayaquil nos permite entender cómo la inflación textil actúa como un estimulador socioeconómico que impulsa la adopción de modelos circulares, transformando la necesidad económica en una tendencia de consumo sostenible y accesible.

Marco teórico

Para entender cómo afecta la inflación textil al consumo de moda circular en Guayaquil, este marco teórico se divide en tres conceptos clave: la inflación en el sector textil, cómo funciona el efecto sustitución cuando los precios suben, y por qué la moda circular se ha vuelto una alternativa económica.

Inflación textil y costos de producción

La inflación no siempre afecta a todos los productos por igual. En el sector textil, el aumento de precios de los últimos años se debe principalmente a problemas globales, como el encarecimiento de materias primas (el algodón y el poliéster) y las crisis en el transporte marítimo (Niinimäki, y otros, 2020).

En el caso de Ecuador, al ser una economía dolarizada, no podemos devaluar la moneda para mitigar estos impactos externos. Algunos economistas explican que los aranceles y las salvaguardias aplicadas a la ropa importada, sumados a la inflación interna, terminan golpeando el bolsillo de las familias de clase media y baja, haciendo que la ropa nueva sea inaccesible (García, Duran, Hanze, Anchundia, & Cañarte, 2018). Por otro lado, hay autores que señalan que el problema también es local, debido a la falta de competitividad y los altos costos de producción de los talleres nacionales, lo que obliga a subir los precios de venta al público.

Teoría de los bienes sustitutos y el efecto sustitución

En microeconomía, cuando el precio de un bien necesario (como la ropa nueva) sube demasiado y el sueldo no alcanza, las personas reducen su consumo y buscan opciones más baratas. A esto se le conoce como el efecto de sustitución (Varian, 2014). En esta investigación, las tiendas de ropa usada, los bazares y las plataformas de reventa en línea son una mejor opción para reducir costos.

Existen dos posturas sobre este comportamiento:

Por necesidad económica: Algunos autores clásicos sostienen que este cambio es temporal. Ven a la ropa de segunda mano como un "bien inferior", lo que significa que la gente la compra solo mientras dura la crisis o el desempleo, y volverá a comprar ropa nueva cuando su situación mejore (Varian, 2014).

Por cambio de hábito: Otros investigadores de la economía del comportamiento argumentan que el consumidor actual ya no cambia solo por el precio, sino porque encuentra valor, variedad y exclusividad en estas tiendas, convirtiendo la compra de ropa usada en una preferencia fija a largo plazo (Guiot & Roux, 2010).

Economía circular y el consumo de moda circular

La economía circular busca romper con el viejo modelo de "comprar, usar y tirar", apostando por reutilizar y darles una segunda oportunidad a las cosas. En el sector de la moda, este fenómeno se analiza desde dos puntos de vista:

Enfoque ambiental: Varios autores dicen que el éxito de los bazares y las aplicaciones de reventa se debe a un enfoque más ecológico y de consumo, donde la gente busca activamente reducir el impacto ambiental y la contaminación que genera la industria textil (Fundación Ellen MacArthur, 2017).

Enfoque del alivio económico: Por el contrario, economistas locales sostienen que en ciudades con problemas de empleo, la moda circular no crece por amor al medio ambiente, sino por pura necesidad de estirar el presupuesto familiar (Melgarejo, 2020). Así, la inflación textil termina

funcionando como un motor que obliga a la gente a adoptar un consumo sostenible, transformando una falta de dinero en una alternativa de consumo accesible.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) de tipo aplicado y descriptivo, centrada en el análisis de la inflación textil y el desplazamiento del consumo hacia bienes sustitutos en Guayaquil durante el periodo 2015-2025.

Se utilizaron fuentes secundarias consistentes en series históricas del Índice de Precios al Consumidor (IPC) proporcionadas por el INEC, específicamente de la División 03 de "Prendas de vestir y calzado", lo que permitió establecer la base inflacionaria y la incidencia de estos productos en la canasta básica. Para la recolección de datos primarios, se aplicó una encuesta estructurada a una muestra de 400 consumidores exclusivamente en el Mall del Sur, seleccionado por ser un nodo comercial estratégico que capta el flujo de los estratos socioeconómicos medios que enfrentan directamente las presiones de precios.

El instrumento empleó escalas tipo Likert para medir percepciones sobre el impacto inflacionario y la disposición al consumo de moda circular. Ante la ausencia de variables demográficas de segmentación, el procesamiento cuantitativo se realizó en SPSS, donde los datos fueron organizados y limpiados antes de ejecutar tablas de frecuencias, medidas de tendencia central y correlaciones de Spearman para evaluar el vínculo entre las percepciones de los usuarios.

Para el análisis cualitativo se empleó una técnica de observación documental y análisis de contenido manual de plataformas digitales de moda circular en Ecuador. Se categorizaron las tendencias de oferta y demanda mediante una matriz de triangulación, permitiendo contrastar las percepciones de la encuesta con la realidad del mercado digital.

Resultados y Discusión

Tras aplicar el coeficiente de correlación Rho de Spearman a las cinco variables de estudio, se observó que todos los niveles de significancia bilateral superaron el umbral de 0,05, con valores comprendidos entre 0,108 y 0,899.

Estos resultados determinan la aceptación de la hipótesis nula, evidenciando una independencia estadística entre la percepción inflacionaria, la disposición al consumo circular y la identidad nacionalista del comprador.

Este hallazgo valida la existencia de un consumidor altamente homogéneo en el segmento del Mall del Sur, cuya conducta de compra responde de manera uniforme y no fragmentada a las restricciones presupuestarias reportadas por el INEC y a la necesidad de optimización de recursos económicos ante el encarecimiento del retail tradicional.

Tabla 1. Matriz de correlaciones Rho de Spearman para variables de consumo textil.

Correlaciones							
			P1. Impacto de la inflación	P2. Moda Circular	P3. Calidad- Precio	P4. Producto Nacional	P5. Motivación de Ahorro
Rho de Spearman	P1. Impacto de la inflación	Coefficiente de correlación	1,000	0,023	-0,058	-0,043	0,080
		Sig. (bilateral)		0,645	0,250	0,388	0,110
		N	400	400	400	400	400
	P2. Moda Circular	Coefficiente de correlación	0,023	1,000	0,006	-0,009	0,081
		Sig. (bilateral)	0,645		0,899	0,858	0,108
		N	400	400	400	400	400
	P3. Calidad-Precio	Coefficiente de correlación	-0,058	0,006	1,000	0,036	0,008
		Sig. (bilateral)	0,250	0,899		0,468	0,873
		N	400	400	400	400	400
	P4. Producto Nacional	Coefficiente de correlación	-0,043	-0,009	0,036	1,000	0,076
		Sig. (bilateral)	0,388	0,858	0,468		0,128
		N	400	400	400	400	400
	P5. Motivación de Ahorro	Coefficiente de correlación	0,080	0,081	0,008	0,076	1,000
		Sig. (bilateral)	0,110	0,108	0,873	0,128	
		N	400	400	400	400	400

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de campo 2025.

Al ejecutar la prueba de Chi-cuadrado de Pearson para asociar el nivel de afectación inflacionaria (P1) con la disposición al consumo circular (P2) (tabla 2), se obtuvo una

significancia asintótica de ,507. Al superar el umbral de 0,05, se acepta la hipótesis nula, determinando que no existe una asociación de dependencia entre ambas variables.

Este resultado es un indicador de la madurez y homogeneidad del mercado en el sur de Guayaquil, donde la apertura hacia bienes sustitutos y moda de segunda mano se ha consolidado como una práctica de consumo transversal, independiente del nivel de vulnerabilidad económica autopercebida por el usuario.

La preferencia por lo nacional (P4) también mostró independencia frente a la inflación obteniendo una significancia asintótica de 0,181. Lo que refuerza que el apoyo a la industria local es un valor arraigado y no solo una respuesta reactiva a la crisis.

Tabla 2. Prueba de Chi-cuadrado: Afectación inflacionaria y conducta de consumo

Cruce de Variables	Significancia (p-valor)
P1 (Inflación) * P2 (Moda Circular)	,507
P1 (Inflación) * P4 (Producto Nacional)	,181

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de campo 2025.

Finalmente, al aplicar la prueba U de Mann-Whitney para contrastar las percepciones según el nivel de afectación inflacionaria, se obtuvieron niveles de significancia de ,765 (P3), 0,333 (P2) y 0,092 (P5).

La ausencia de valores inferiores a 0,05 determina la aceptación de la hipótesis nula, confirmando que no existen diferencias significativas en la intensidad de las opiniones entre los grupos de estudio.

Este resultado corrobora la estandarización de la conducta de compra en el sector sur de Guayaquil, donde factores como el ahorro y la aceptación de bienes sustitutos (moda circular) no responden a una segmentación por vulnerabilidad, sino a un consenso social ante el entorno macroeconómico actual.

Tabla 3 Estadísticos de contraste de la prueba U de Mann-Whitney

Variable / Pregunta	Sig. Asintótica (bilateral)
Valores p superiores al umbral crítico de 0,05 en todas las dimensiones evaluadas.	
P3 (Relación Calidad-Precio)	,765
P2 (Interés en Moda Circular)	,333
P5 (Motivación por Ahorro)	,092

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de campo 2025.

Figura 1 Evolución de la inflación anual en Ecuador y su presión sobre el consumo textil (2016-2025).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEC (2025).

La Figura 1 evidencia la inestabilidad de precios que ha enfrentado el consumidor ecuatoriano en la última década, destacando un pico inflacionario del 3,12% en 2023 según reportes del INEC. Este entorno macroeconómico explica la homogeneidad detectada en el Mall del Sur, donde la búsqueda de ahorro y la apertura a la moda circular han dejado de ser conductas de nicho para convertirse en una estrategia de supervivencia transversal.

Al contrastar la curva inflacionaria con la independencia de variables hallada en las pruebas estadísticas, se concluye que la crisis ha borrado las diferencias de segmentación, consolidando

un 'comprador inteligente' que valora lo nacional y lo circular por encima del estatus del precio elevado.

Conclusiones

El estudio sobre el período 2015-2025 en Guayaquil demuestra que las presiones inflacionarias y la fluctuación macroeconómica han reconfigurado los hábitos de consumo textil. Los análisis estadísticos aplicados como el coeficiente rho de Spearman, el chi-cuadrado y la prueba U de Mann-Whitney aceptaron las hipótesis nulas al registrar niveles de significancia superiores al umbral de 0,05.

Esto evidencia que la disposición hacia el consumo de moda circular y la valoración de productos nacionales son comportamientos homogéneos y transversales en los estratos medios (evidenciados en la muestra del Mall del Sur), independientes del grado de afectación económica percibida o de la segmentación tradicional.

En consecuencia, el paso hacia la moda circular en este entorno sobrepasa una simple tendencia ecológica para consolidarse como una estrategia de optimización del presupuesto familiar y un mecanismo directo de alivio económico.

Discusión y reflexión: La crisis económica ha difuminado las diferencias socioeconómicas tradicionales en los patrones de compra, dando paso a un "comprador inteligente" en Guayaquil que busca maximizar el valor de cada dólar mediante plataformas de reventa y bienes sustitutos.

Recomendaciones: Se sugiere a los actores del retail tradicional diversificar sus modelos hacia opciones de supraciclaje (upcycling) o líneas de segunda mano para capturar a este segmento. Asimismo, las políticas públicas deberían fomentar formalmente las plataformas de economía circular.

Limitaciones: El estudio concentró la recolección de datos primarios de manera exclusiva en el Mall del Sur y carece de una segmentación demográfica profunda, lo que restringe la generalización de los resultados a otros sectores urbanos o regiones del país.

Referencias bibliográficas

- Almeida, C. (2025, 12 de agosto). Industria de la moda en Ecuador: Tendencias y perspectivas para 2025. Kantar.
- Andrade-Bermeo, P. A., Erazo-Álvarez, G. O., & Andrade Pesantez, D. (2025). Análisis de estrategias sostenibles para reducir el impacto ambiental de la producción textil en Cuenca, Ecuador. *Resistances. Journal of the Philosophy of History*, e250193. <https://doi.org/10.46652/resistances.v6i11.193>
- Banco Central del Ecuador [BCE]. (2024). Evolución de las variables macroeconómicas y de comercio exterior: Período 2015-2023. BCE.
- Bellolio Suarez, E. L. (2025). Análisis de los efectos de la política arancelaria en la industria manufacturera del sector textil de Guayaquil [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional UPS. <https://dspace.upse.edu.ec/>
- Beltrán Castro, M., Llor Pérez, A., & Montero Mármol, T. (2010). Diseño de estrategias de comercialización del Pantalón Ego en el mercado de Guayaquil y medición de su impacto en la situación financiera del taller Connila [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. DSpace en ESPOL. <http://www.dspace.espol.edu.ec/>
- Chasi, K. (2026, 26 de enero). Impacto de la tasa del 30% en la industria textil de Ecuador 2026. Sonidos y Sentimientos.
- Ekos. (s.f.). Empleo, economía y sostenibilidad, la industria textil ecuatoriana como eje de desarrollo. Ekosnegocios. <https://www.ekosnegocios.com/>
- Fashion Revolution. (s.f.). El negocio de segunda mano: Crecimiento, cifras y prácticas en Ecuador.
- Fundación Ellen MacArthur. (2017). Una nueva economía de textiles: Rediseñando el futuro de la moda. Ellen MacArthur Foundation.
- García, J. G., Duran, M. V., Hanze, C. L., Anchundia, J. S., & Cañarte, J. S. (2018). Las salvaguardias en Ecuador y su incidencia en la economía de las localidades fronterizas y

- comerciales. RECUS: Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad, 3(3), 43-51. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6770860.pdf>
- Guiot, L. A., & Roux, D. (2010). A motivation-based typology of second-hand shoppers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(5), 355-371. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2010.04.005>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2025). Boletín Técnico N.º 01-2025-IPC: Índice de Precios al Consumidor. INEC.
- Macías Lozano, H., & Estefano Almeida, M. (2022). Costos de producción y su incidencia en la rentabilidad en industrias textiles de la ciudad de Guayaquil. *Polo del Conocimiento*, 7(11), 1064-1077. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i11.4883>
- Melgarejo, V. (2020). Economía circular y la industria textil: El segundo uso como respuesta a la pérdida de asequibilidad. *Dialnet*, 25(49), 143-150. <https://dialnet.unirioja.es>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). El precio medioambiental de la moda rápida. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Primicias. (2026, 19 de mayo). Los ecuatorianos priorizan el comercio informal al comprar ropa. Primicias. <https://www.primicias.ec/>
- Varian, H. R. (2014). *Microeconomía intermedia: Un enfoque actual* (9.ª ed.). Antoni Bosch Editor.
- Zambrano, R. E. (2025). Optimización de la gestión estratégica de marcas de moda nacionales y dinámicas de consumo sostenible [Tesis de maestría/doctorado, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio UASB. <https://repositorio.uasb.edu.ec>