

2020



# Prendas de vestir Mujeres y Niñas



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



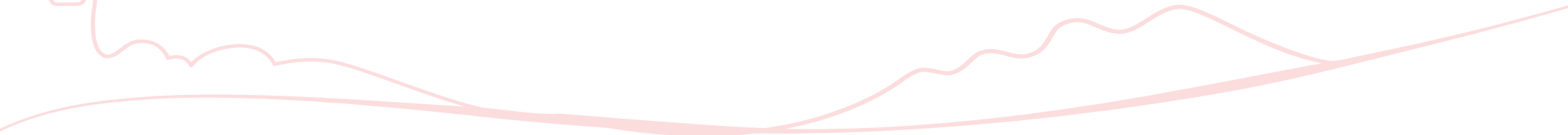


## PRENDAS DE VESTIR - MUJERES Y NIÑAS

Este perfil de producto ha sido elaborado en el mercado ecuatoriano por la consultora Incorepec Solutions, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Quito, y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: "MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Ecuador – Perfil de producto de Prendas de vestir para mujeres y niñas".

# Índice

<b>01.</b> <a href="#">Descripción del producto</a>	06	<b>07.</b> <a href="#">Instituciones y gremios</a>	33
<b>02.</b> <a href="#">Análisis de mercado</a>	07	<b>08.</b> <a href="#">Fuentes de información</a>	34
<b>03.</b> <a href="#">Tendencias del consumo</a>	15		
<b>04.</b> <a href="#">Condiciones del acceso al mercado</a>	25		
<b>05.</b> <a href="#">Canales de distribución</a>	28		
<b>06.</b> <a href="#">Actividades de promoción comercial</a>	32		



## 01

## 1. Descripción del producto

Para el desarrollo de este estudio se analiza la información perteneciente a las partidas arancelarias de prendas de vestir de algodón o sintéticas para mujeres y

niñas. Las partidas arancelarias a considerar en el estudio de comercio exterior son las siguiente:

**Tabla 1: Subpartidas nacional de las camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas**

Ecuador	Perú
Camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas	Camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas <sup>1</sup>
<b>Algodón</b> (6106.10.00.00)	<b>Algodón</b> - De tejido teñido de un solo color uniforme, incluidos los blanqueados (6106.10.00.21) - Los demás con abertura delantera parcial, con cuello y puño de tejido acanalado elástico (6106.10.00.29) - Las demás con cuello y abertura con delantera parcial (6106.10.00.39) - Los demás de algodón (6106.10.00.90)
<b>Fibra sintética o artificial</b> (6106.20.00.00)	<b>Fibra sintética o artificiales</b> (6106.20.00.00)

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

1. Subpartidas nacionales utilizadas por el Perú para exportar a Ecuador.



## 02

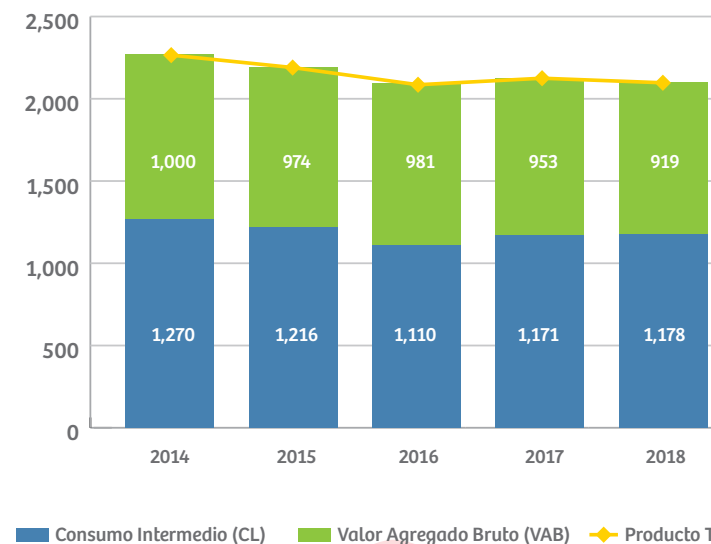
## 2. Análisis del mercado

## 2.1. Producción local

en lo que respecta a camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas; no se dispone de información desagregada sobre su producción, por lo cual a

continuación se analiza la categoría denominada "Fabricación de productos textiles y prendas de vestir, y demás", información extraída de las cuentas nacionales del Banco Central de Ecuador.

**Gráfico 1: Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero de Ecuador, US\$ millones**



Datos provisionales para los años 2017 y 2018

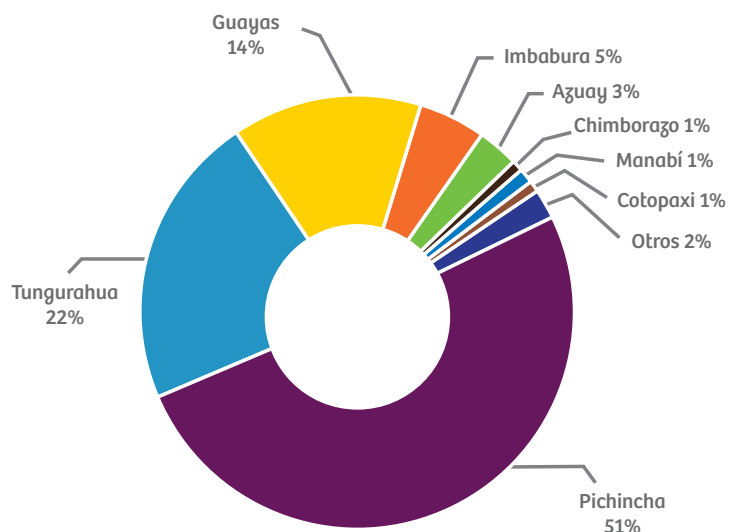
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: MINCETUR

De acuerdo con la información del Banco Central del Ecuador, se puede observar que la producción total de la categoría relacionada a la fabricación de textiles y prendas de vestir muestra una tendencia decreciente en el periodo 2014-2018, pasando de US\$ 2,270 millones a US\$ 2,087 millones.

Las empresas ecuatorianas que se dedican a la producción de productos con valor agregado del sector textil-confecciones se encuentran en varias provincias de las regiones Costa y Sierra del país, concentrando su producción en las provincias de Pichincha, Tungurahua y Guayas.

**Gráfico 2: Principales provincias de Ecuador fabricantes de productos del sector textil confecciones con valor agregado**



Datos provisionales para los años 2017 y 2018  
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: MINCETUR

El 2019 fue un año negativo para el sector textil-confecciones de Ecuador, porque el sector decreció en 20% debido a la caída en el consumo ecuatoriano desde el 2016 producto del desempleo y la falta de liquidez de los consumidores. Sin embargo, por su lado el gobierno ecuatoriano y el sector privado están trabajando para impulsar el sector textil-confecciones del Ecuador<sup>1</sup>.

En Ecuador cada día son más las personas que se suman a diseñar moda, desde ropa, calzados y accesorios. Sin embargo, se podría decir que este país ha estado un poco rezagado en comparación a otros con respecto a las tendencias internacionales, lo que muchas veces representa un retraso en la moda, porque después de pasar cierta cantidad de meses los diseños que ya han sido un boom en otros países

llegan un poco tarde a este. Por ello, la mayoría de los diseñadores ecuatorianos basan sus creaciones en lo que ya se ha presentado en otros países, si la tendencia hace 1 año fue el encaje, dependiendo de los que se creó en otros lugares del mundo, procuran sacar diseños que se parezcan a ellos, pero con su toque y creatividad.<sup>2</sup>

### 2.2. Exportaciones

En el 2019 las exportaciones de camisas y blusas de punto, para mujeres o niñas de algodón de Ecuador alcanzaron los US\$ 33 mil, con un decrecimiento de 26% en términos de valor en el periodo 2015-2019. Panamá, Estados Unidos y Costa Rica son los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas.



1. El Comercio, 2019.  
2. Mujeres Ecuatorianas y su gusto por vestir bien (2015). Mujer Latina Usa. Recuperado de <http://www.mujerlatinausa.com/mujeres-gusto-vestir-bien-ecuador/>

**Tabla 2: Exportaciones ecuatorianas de camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas de algodón (Subpartida nacional 6106.10.00.00) 2015-2019, US\$ miles**

Ranking	Países compradores	US\$ miles				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Panamá	20	23	32	32	16
2	Estados Unidos	81	46	32	29	5
3	Costa Rica	0	0	0	0	4
4	Honduras	1	1	3	10	3
5	Colombia	1	0	0	0	3
	Mundo	110	90	72	73	33

Fuente: Trade Map, abril 2020

Las exportaciones ecuatorianas de camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas de fibra sintética al cierre

del 2019 fueron de US\$ 30 mil. Perú, Costa Rica y Colombia fueron los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas.

**Tabla 3: Exportaciones ecuatorianas de camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas de fibra sintética (Subpartida nacional 6106.20.00.00) 2015-2019, US\$ miles**

Ranking	Países compradores	US\$ miles				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Perú	18	62	46	13	13
2	Colombia	12	6	7	3	8
3	Costa Rica	0	0	0	0	6
4	Guatemala	0	0	0	0	3
5	España	0	1	5	0	0
	Mundo	30	75	59	16	30

Fuente: Trade Map, abril 2020

### 2.3. Importaciones

Las importaciones de camisas y blusas de punto para mujeres y niños de algodón alcanzaron US\$ 1.2 millones con 41 toneladas en 2019. Sin embargo, presenta un decrecimiento de 13% en valor y 12% en toneladas en el periodo 2015-2019. Bangladesh, Brasil y Turquía son los

mercados que tienen mayor dinamismo en las importaciones tanto en términos de valor y volumen.

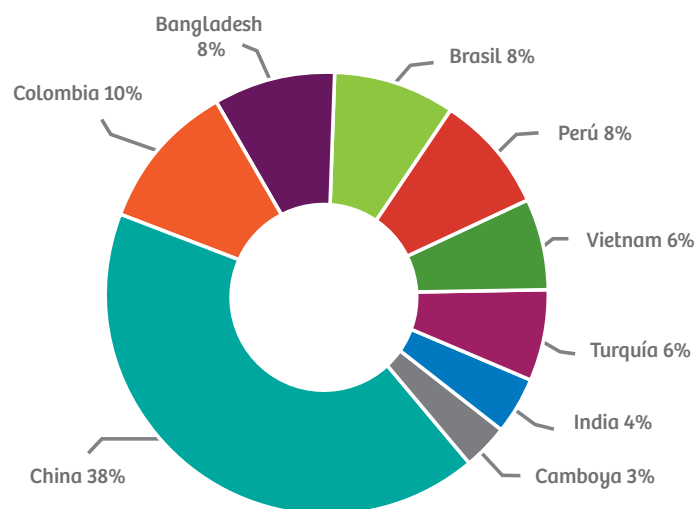
Perú es el quinto país proveedor de Ecuador, las importaciones han decrecido (8%) en valor, sin embargo, se han incrementado en términos de volumen (13%) en el periodo 2015-2019.

**Tabla 4: Importaciones de Ecuador de camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas de algodón (Subpartida nacional 6106.10.00.00) 2015-2019**

Ranking	Países proveedores	US\$ miles					Toneladas 2019	Valor unitario 2019 (US\$/tonelada)	TCAC 2015-2019 Valor	TCAC 2015-2020 Toneladas
		2015	2016	2017	2018	2019				
1	China	1,042	576	575	588	476	17	28,000	-18%	-19%
2	Colombia	225	83	139	138	126	4	31,500	-13%	0%
3	Bangladesh	100	81	104	61	106	3	35,333	1%	3%
4	Brasil	53	21	20	44	100	2	50,000	17%	18%
5	Perú	138	69	192	143	99	17	16,500	-8%	13%
6	Vietnam	91	116	97	68	70	1	70,000	-6%	-18%
7	Turquía	55	70	118	41	70	1	70,000	6%	10%
8	India	165	72	78	44	51	1	51,000	-25%	-28%
9	Camboya	107	17	19	38	38	1	38,000	-23%	-37%
	Mundo	2,170	1,319	1,486	1,325	1,256	41	30,634	-13%	-12%

Fuente: Trade Map, abril 2020

**Gráfico 3: Principales países proveedores en el 2019, en términos de valor (US\$)**



Fuente: Trade Map, abril 2020

Las importaciones de camisas y blusas de punto, para mujeres o niñas de fibra sintética o artificial vienen decreciendo de manera constante en el mercado ecuatoriano. India es el mercado que tiene el mayor dinamismo en las importaciones tanto en términos de valor (+23%) como de volumen (40%), en el periodo 2015-2019. En el 2019, las importaciones de Ecuador alcanzaron alrededor de US\$ 4 millones con decrecimiento de 12% en términos de

valor y volumen en el periodo 2014-2019. China, Colombia y Estados Unidos son los principales proveedores, juntos representan más del 50% del valor importado.

Con respecto a las importaciones provenientes del Perú, estas representaron el 3% del valor exportado al cierre del 2019. Perú es el segundo país proveedor que tiene mayor dinamismo en el mercado ecuatoriano.

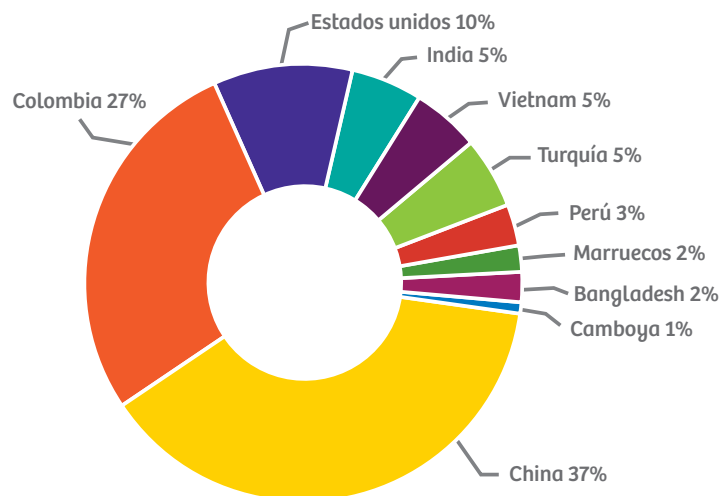
**Tabla 5: Importaciones de Ecuador de camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas de fibra sintética y artificial (Subpartida nacional 6106.20.00.00) 2015-2019**

Ranking	Países proveedores	US\$ miles					Toneladas 2019	Valor unitario 2019 (US\$/tonelada)	TCAC 2015-2019 Valor	TCAC 2015-2020 Toneladas
		2015	2016	2017	2018	2019				
1	China	2,759	1,625	1,840	1,744	1,517	61	24,869	-14%	-17%
2	Colombia	1,324	599	1,123	1,457	1,112	35	31,771	-4%	7%
3	Estados Unidos	1,417	696	743	737	406	16	25,375	-27%	-24%
4	India	91	49	88	100	207	6	34,500	23%	40%
5	Vietnam	275	150	174	267	201	7	28,714	-8%	-7%
6	Turquía	199	48	46	54	187	3	62,333	-2%	0.2%
7	Perú	116	31	27	332	135	5	27,000	4%	-1%
8	Marruecos	100	41	34	52	83	1	83,000	-5%	-7%
9	Bangladesh	143	109	74	41	62	1	62,000	-0.2%	-29%
10	Camboya	188	56	51	51	61	2	30,500	-0.2%	-28%
	Mundo	6,860	3,554	4,333	4,960	4,123	142	29,035	-12%	-12%

Fuente: Trade Map, abril 2020

## 03

**Gráfico 4: Principales países proveedores en el 2019, en términos de valor (US\$)**



Fuente: Trade Map, abril 2020



## 3. Tendencias del consumo

### 3.1. Formas de consumo

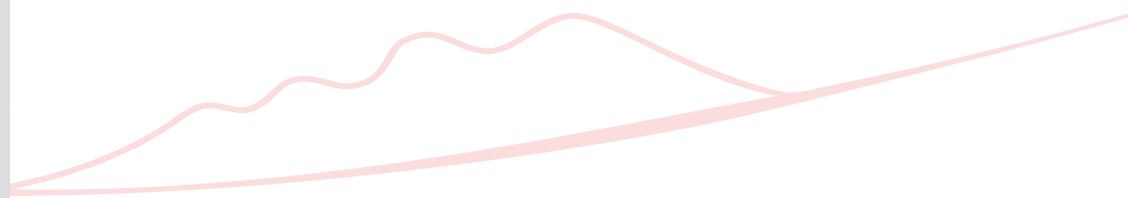
El producto en materia de estudio es utilizado como prenda de vestir adaptable a diferentes ocasiones e utilizada como parte del uniforme de estudios, trabajo y demás. En el mercado ecuatoriano las blusas o camisas de mujer van desde la talla XS a la XL, la mayoría de los modelos están disponibles en esas tallas. En algunas tiendas y marcas específicas se pueden encontrar tallas grandes hasta la XXXL, estas pueden adquirirse también en tiendas especializadas o boutiques que mayormente son diseñadas a la medida del consumidor.

El mercado femenino está interesado por adquirir productos de calidad, suave, durable, que no pierda color y forma ante un producto de bajo costo y que pierda sus atributos. La mujer ecuatoriana tiende a ser un poco tímida a la hora de vestir,

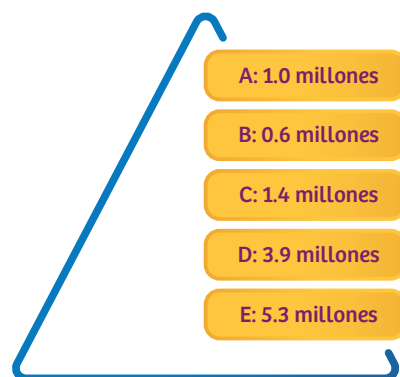
no por que lleven prendas anticuadas, sino porque no son lo suficientemente arriesgadas para lucir lo nuevo, lo que es tendencia, y lo actual. Su estilo suele ser sencillo, porque prefieren irse por el camino más práctico a tener que asumir riesgos con la moda. Esto ha conllevado a que diseñadores de este país, resalten más en pasarelas de otros países del mundo que en la de su propio país.<sup>3</sup>

### 3.2. Perfil del consumidor y tendencias

El informe de Ingresos y Gastos de Ecuador, realizado por Euromonitor International, muestra que la clase media es el grupo de consumidores que crece más rápido en el Ecuador, pronosticando que la clase B (la clase de ingresos más altos) y C (clase media) presenciarán la mayor tasa de expansión hasta 2030.<sup>4</sup>



**Gráfico 5: Distribución de personas por clases sociales 2018**



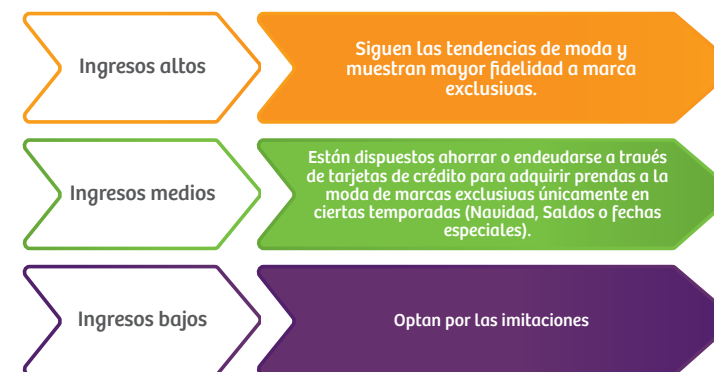
Fuente: Euromonitor International  
Elaboración: MINCETUR

Ecuador registra un ingreso per cápita en 2015 según Banco Mundial, fue de 6.205,1 dólares. La tendencia de los últimos años es positiva, y este se convierte en un mayor poder de adquisición por parte de la demanda. En el análisis, destacan los años 2006 al 2015, en los cuales se nota un incremento del 85%.

Según la encuesta anual aplicada a nivel nacional sobre los ingresos y gastos de los hogares urbanos y Rurales (ENIGHUR, INEC 2015), los bienes y servicios de mayor demanda en la canasta de compra de los ecuatorianos son: vestimenta, calzado y alimentos. El consumidor ecuatoriano tiene como gasto promedio por hogar US\$

700 mensuales, 10% es del sector servicios donde incluye consumo para el cuidado personal, de los cuales incluye prendas de vestir y calzado, alimentos y demás.

Además, de acuerdo con la encuesta nacional de ingreso y consumo las familias ecuatorianas destinan el 4% de su presupuesto mensual para la compra de prendas de vestir y calzado. Guayaquil, Quito y Cuenca coinciden en adquirir en primer lugar ropa y calzado, luego productos alimenticios. La tendencia del consumidor en Ecuador se encuentra fragmentada de acuerdo con los ingresos<sup>5</sup>.



Fuente: Euromonitor International  
Elaboración: MINCETUR

En Ecuador, las prendas de vestir varían según la región, por ello cada ciudad tiene un perfil muy particular. El consumidor de Guayaquil y Quito prefiere las prendas fabricadas con algodón, prefieren la calidad ante el precio bajo. En el caso de las mujeres, les gusta usar colores vivos, diferentes texturas y combinaciones; en cada cambio de estación se crean nuevos estilos y prendas con accesorios. A las mujeres de Quito les gusta combinar el color de las blusas con las botas y consi-

deran las mangas de la blusa la parte más importante de las prendas por ejemplo de campana, largas, aglobadas y voluminosas.<sup>6</sup> La demanda de ciertos productos, como es el caso de las camisas y/o blusas, está condicionado de acuerdo con el clima y temperatura de cada región. Según este factor, existen ciertas formas de consumo atractivas para el consumidor y se presenta de la siguiente manera:

5. INEC

6. Tendencias de moda que marcarán el 2019 (2018). Diario Metro Ecuador. Recuperado de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/bbc-mundo/2018/12/28/tendencias-moda-marcaran-2019.html>

Producto de mayor demanda Costa	Producto de mayor demanda Sierra	Producto de mayor demanda Galápagos
Diseño de Camisas / blusas - Estampados llamativos y colores vivos - Manga corta o sin mangas - Hombros descubiertos	Diseño de Camisas / blusas - Manga larga - Varios colores con estampados	Diseño de Camisas / blusas - Holgadas manga corta de colores vivos - Con estampados

Fuente: Euromonitor International  
Elaboración: MINCETUR

El consumidor ecuatoriano prefiere comprar ropa de manera presencial, esto se debe a que o han desarrollado la costumbre de realizar sus compras de manera virtual. Disfruta la experiencia de ir al almacén y probarse la ropa<sup>7</sup>. Sin embargo, se ha venido observando un crecimiento de los consumidores que eligen las compras por internet, destacan la presencia de las plataformas que permiten el pago nacional a los actores internacionales y la creciente presencia de empresas que ofrecen sus productos en línea. El 80% de compras mediante e-commerce está vinculado a ropa, zapatos y artículos tecnológicos. Un factor importante que influye en el medio de compra es la edad, los jóvenes son los más influenciados por lo que ven en la web y en las redes sociales. Esto hace que se registre una tendencia siempre mayor a la compra de marcas extranjeras y al utiligo de la compra online.<sup>8</sup> Las compras se registra

que solo el 3% de las compras se realiza a través de tarjetas de crédito.

En la mayoría de los casos la decisión de compra es individual de cada miembro del hogar, la mujer es sujeto consumidor por excelencia, es quién usualmente incita al consumo. Las prendas que más se venden son la ropa interior, blusas, camisas, pantalones y casacas, luego ropa infantil que es un buen nicho de crecimiento. La mayoría del mercado está cubierto por producto nacional, siendo el 41% hecho en Ecuador, posteriormente está el 26% de ropa importada Estados Unidos y 16% de Colombia, también China está tomando potencia; aunque en los hogares de ingresos altos estas preferencias se sesgan hacia la ropa norteamericana.<sup>9</sup>

Las rebajas de verano fueron objeto de una nueva normativa en septiembre 2015. Con la entrada en vigor de esta se da libertad a los propios locales de desa-

rollar las políticas más adecuadas según la estrategia que quieran perseguir y el cliente objetivo. Los mismo podrán hacer uso de las rebajas como de una forma de promoción de venta que emplearán según crean conveniente.<sup>10</sup>

El análisis de compra a inicios del 2016 refiere que el consumidor ecuatoriano ha dejado de ser impulsivo y se ha convertido en alguien más moderado y reflexivo, un consumidor más informado. Disfrutan de promociones, pero esto no significa que hace elecciones dándole preferencia a precios menores, este tipo de promociones incluyen descuentos entre el 20 y el 60%; además, hay otras ofertas como el 2x1, 3x2 o el segundo producto a mitad de precio. De los días que más destacan a la hora de comprar productos de moda o calzado son semana santa, la fiesta nacional del país (10 de agosto), Halloween, las fiestas de Quito (6 de diciembre) y la navidad, el Black Friday es ideal para los regalos de temporada.

Son personas que se sienten cómodas gastando, evita prohibiciones de consumo y si se dan, acomoda su presupuesto para mantener su conducta de consumo, cada

vez más agresiva. El consumidor ecuatoriano se ve envuelto en el conflicto de saber cuándo tomar la decisión acertada de gasto. Sus temores de errar en la compra son cada vez más frecuentes y, además, ejecuta elecciones basadas en motivaciones publicitarias persuasivas, lo que genera en ellos una fidelidad hacia la marca.<sup>11</sup>

Puesto que el ecuatoriano no tiene una moda propia establecida, mayormente está se rige por la moda y productos extranjeros. Los ecuatorianos piensan que todo producto o servicio importado es bueno. Sus colecciones según las estaciones dependerán de las modas internacionales, por ejemplo, para la colección de primavera/verano 2018 se usó los colores rojo, naranja y morado como únicos protagonistas.<sup>12</sup>

En Ecuador en mayor porcentaje la gente se preocupa por ropa a la moda y económica; no son consumidores aferrados a una marca. Según una encuesta realizada a 102 mujeres de 15 a 50 años, los insights de las participantes fueron los siguientes:

- Los periodos en los que las partici-

7. Riascos, M. (2016) Branding y Estrategia de Comunicación para Promocionar Línea de Ropa de Diseñadora Ecuatoriana. Universidad San Francisco de Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5966/1/129353.pdf>

8. Información extraída del estudio "El Mercado de Moda y Calzado en Ecuador" realizado por Gennaro Capuano (2017), Oficina Económico Comercial de la Embajada de España en Quito.

9. Información extraída del estudio "El Mercado de Moda y Calzado en Ecuador" realizado por Gennaro Capuano (2017), Oficina Económico Comercial de la Embajada de España en Quito.

10. Información extraída del estudio "El Mercado de Moda y Calzado en Ecuador" realizado por Gennaro Capuano (2017), Oficina Económico Comercial de la Embajada de España en Quito.

11. Revelo, O. (2017) El Comportamiento del Consumidor Ecuatoriano desde la Perspectiva Psicológica. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/123456789/2081/1/El%20Comportamiento%20del%20Consumidor.pdf>

12. Cebrecos, L., Salas, L. (2018) Perfil de gustos y preferencias del consumidor de pantalones de algodón para mujer en el mercado de Guayaquil. Universidad Tecnológica del Perú, Perú. Recuperado de [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2240/1/Lig%20Cebrecos\\_Lorena%20Salas\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2018.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2240/1/Lig%20Cebrecos_Lorena%20Salas_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf)

pantes deciden comprar ropa son en un rango aproximado de 2 a 4 meses entre compra y compra. Las razones por las que se decide buscar una prenda de vestir se deben a que las participantes tienen la necesidad de comprar, como por ejemplo son las fechas especiales como un cumpleaños y navidad, mencionan. Otra razón por la cual compran prendas de vestir puede ser tan simple como evitar repetir su outfit, es decir, sienten el interés constante por lucir diferentes y renovadas cada día.

- El factor más importante para las consumidoras al momento de buscar y elegir una prenda está centrado en el modelo y el color, tomando en cuenta además que la tendencia es importante siempre y cuando esta se vaya adaptando a lo que es de su gusto.
- Las mujeres ecuatorianas prefieren hacer compras en persona ya que gustan ver como luciría la prenda puesta en ellas, comentaron que han tenido malas experiencias haciendo compras por internet. Además, no conocen de tiendas que hagan e-commerce, solo conocen las tiendas físicas.

Por otra parte, el consumidor ecuatoriano siempre ha priorizado la marca o la tendencia de la moda, sin embargo, en los últimos años se ha visto que el consumidor

ha empezado a preocuparse por adquirir prendas que hayan sido confeccionadas con respeto ambiental y laboral. Esta filosofía motivó el nacimiento de la moda con "responsabilidad social y ética"; se debe especialmente porque las nuevas generaciones de consumidores viven en una sociedad que acarrea problemas de generaciones pasadas como la contaminación y las malas prácticas laborales. Los sellos de certificación sirven para brindar al consumidor una garantía sobre la trazabilidad del producto que adquieren.<sup>13</sup>

El segmento infantil se considera como cliente potencial ya que ellos son más exigentes y conscientes del significado de las marcas, esto lo ven en anuncios y programas de televisión, internet u otras plataformas. Suelen pedir prendas de vestir influenciadas a lo que esté de moda en el mundo infantil, los dibujos animados, películas y juegos.<sup>14</sup>

Las nuevas propuestas en moda para el 2020, tendencias globales para mujeres y niñas, trae consigo la reinención de algunos clásicos como el conjunto femenino, apostando por arriesgados contrastes cromáticos. También, en el caso de mujeres están las hombreras, los tonos brillantes, los estampados de flores, el look ochentero y noentero. La colección para hombres trae prendas

serias y elegantes, y para los más arriesgados. Hay estilismos serenos inspirados en las tonalidades tierra, así como looks totalmente disruptivos que combinan

estampados con colores innovadores para el público masculino, como el verde neón o los tonos pasteles.<sup>15</sup>



13. La Industria de la Moda se involucra en Responsabilidad Social y Ética (2019). El Telégrafo.

14. Rivera, J., Arellano, R., Molero, V. (2000) Conducta del Consumidor: Estrategias y Tácticas Aplicadas al Marketing. Madrid.

15. Todo lo que Estará en Bodega en el 2020 (2019). El Universo. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/quayaquil/2019/12/25/nota/7664247/azul-sera-color-2020-casas>

### 3.3. Formas de presentación actuales y futuras

#### Blusas de mujeres (fibra algodón)

Imagen	Precio (\$)	Marca	Talla	Descripción del producto	Local	Página web
	55.99	Mango	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Mango	<a href="https://shop.mango.com/ec">https://shop.mango.com/ec</a>
	49.99	Mango	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño cuadros	Mango	<a href="https://shop.mango.com/ec">https://shop.mango.com/ec</a>
	49.99	Mango	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño rayas	Mango	<a href="https://shop.mango.com/ec">https://shop.mango.com/ec</a>
	45.99	Mango	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño flores	Mango	<a href="https://shop.mango.com/ec">https://shop.mango.com/ec</a>
	45.99	Zara	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño flores	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	39.99	Mango	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño rayas	Mango	<a href="https://shop.mango.com/ec">https://shop.mango.com/ec</a>
	39.99	Zara	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	39.98	Springfield	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño rayas	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	35.99	H e O	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño denim	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	35.99	Zara	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	35.95	Square	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño cuadros	Eta Fashion	<a href="https://www.etafashion.com/">https://www.etafashion.com/</a>
	27.99	Isabella	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	25.98	H e O	XS a XL	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>

#### Blusas de mujeres (fibra sintética / artificial)

Imagen	Precio (\$)	Marca	Talla	Descripción del producto	Local	Página web
	55.99	Mango	XS a XL	Blusa satinada, diseño rayas	Mango	<a href="https://shop.mango.com/ec">https://shop.mango.com/ec</a>
	49.99	Mango	XS a XL	Blusa satinada, diseño rayas	Mango	<a href="https://shop.mango.com/ec">https://shop.mango.com/ec</a>
	35.99	Expressions	XS a XL	Blusa 100% poliéster, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	35.99	Isabella	XS a XL	Blusa 100% poliéster, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	29.99	H e O	XS a XL	Blusa 100% rayón, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	29.99	Amanda	XS a XL	Blusa 100% poliéster, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	29.99	Expressions	XS a XL	Blusa 100% rayón, diseño puntos	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	27.99	H e O	XS a XL	Blusa 100% rayón, diseño estampados	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	27.99	Expressions	XS a XL	Blusa 100% poliéster, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	25.98	H e O	XS a XL	Blusa 100% poliéster, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	25.98	Fiory	XS a XL	Blusa 100% poliéster, diseño estampados	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	23.99	H e O	XS a XL	Blusa 100% rayón, diseño estampados	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	23.99	New Line Moda	XS a XL	Blusa 100% rayón, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	19.99	H e O	XS a XL	Blusa 100% poliéster, diseño estampados	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	19.99	H e O	XS a XL	Blusa 100% rayón, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>

## Blusas de niñas (fibra algodón)

Imagen	Precio (\$)	Marca	Talla	Descripción del producto	Local	Página web
	27.99	Zara Kids	6 a 14 años	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	26.99	Offcorss	8 a 14 años	Blusa 100% algodón, diseño prints	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	24.99	Kiddo	8 a 14 años	Blusa 100% algodón, diseño rayas y prints	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	24.99	Offcorss	8 a 14 años	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	17.99	Kiddo	8 a 14 años	Blusa 100% algodón, diseño prints	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	10.99	Kiddo	8 a 14 años	Blusa 100% algodón, diseño print	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>
	8.99	Kiddo	8 a 14 años	Blusa 100% algodón, diseño unicolor	Depatri	<a href="https://www.deprati.com.ec/">https://www.deprati.com.ec/</a>

## Blusas de niñas (fibra sintética / artificial)

Imagen	Precio (\$)	Marca	Talla	Descripción del producto	Local	Página web
	36.00	Nena Lupe	6 a 14 años	Blusa diseño flores	Circo Kids	<a href="https://www.circokids.es/">https://www.circokids.es/</a>
	29.99	Zara Kids	6 a 14 años	Blusa diseño a cuadros y bordado	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	29.99	Zara Kids	6 a 14 años	Blusa satinada, diseño unicolor	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	27.99	Zara Kids	6 a 14 años	Blusa diseño a rayas	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	26.60	Joaquina Navy	6 a 14 años	Blusa diseño flores	Circo Kids	<a href="https://www.circokids.es/">https://www.circokids.es/</a>
	25.50	Kerubines	6 a 7 años	Blusa diseño unicolor y prints	Kerubines	<a href="https://www.kerubines.com/">https://www.kerubines.com/</a>
	25.50	Kerubines	6 a 7 años	Blusa diseño unicolor y bordado	Kerubines	<a href="https://www.kerubines.com/">https://www.kerubines.com/</a>
	17.99	Zara Kids	6 a 14 años	Blusa diseño unicolor	Zara	<a href="https://www.zara.com/ec/">https://www.zara.com/ec/</a>
	15.95	Eta Fashion	9 a 12 años	Blusa diseño unicolor	Eta Fashion	<a href="https://www.etafashion.com/">https://www.etafashion.com/</a>

## 04

## 4. Condiciones del acceso al mercado

## 4.1. Requisitos arancelarios

**Tabla 6: Tasas arancelarias para las camisas, blusas y blusas camiseras de punto para mujeres o niñas de algodón (6106.10.00.00) y fibra sintética o artificial (6106.20.00.00) en Ecuador**

Origen	Tipo de medida	Arancel aplicado	Equivalente al Ad Valorem (EAV)	Salvaguardia <sup>1</sup>
Cualquier país <sup>2</sup>	Derecho a terceros países	10% + US\$ 5.5/ Kilogramos netos o líquidos	22,59% <sup>3</sup> 26,82% <sup>4</sup>	25% <sup>5</sup>
Perú <sup>6</sup>	Preferencias arancelarias bajo el Acuerdo de la Comunidad Andina	0%	0%	De un derecho aduanero Ad Valorem equivalente 7% <sup>7</sup>

Fuente: Market Access Map

1. Restringe temporalmente las importaciones de ropa de bebé de algodón con la finalidad de proteger la rama de producción nacional (textil-confecciones) del Ecuador.
2. Cualquier país miembro de la OMC
3. 6106.10.00.00
4. 6106.20.00.00
5. Documento, <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/Anexo%200011-2015%20final.pdf>
6. Países miembros de la CAN (Perú, Bolivia, Colombia y Venezuela)
7. [https://www.macmap.org/OfflineDocument/TradeRemedy/InternalLink/ECU/Resolucion\\_050\\_2014\\_Jan2015.pdf](https://www.macmap.org/OfflineDocument/TradeRemedy/InternalLink/ECU/Resolucion_050_2014_Jan2015.pdf)

Según el arancel de aduanas de Ecuador a la importación de prendas de camisas y blusas de punto para mujeres y niñas de algodón le corresponde pagar un arancel Ad valorem superior al 10%. Sin embargo, el Perú forma parte de la Comunidad Andina (CAN)<sup>16</sup> por lo cual paga un

arancel preferencial de 0%. Sin embargo, Ecuador viene aplicando una sobretasa arancelaria de 7% para los productos de este análisis con el objetivo de regular las importaciones y salvaguardar el equilibrio del mercado interno.

16. Área de libre comercio entre Perú, Bolivia, Colombia y Venezuela

Para que el exportador peruano y/o el comprador ecuatoriano puedan beneficiarse de la preferencia arancelaria es necesario que la mercancía (prendas de bebé de algodón) cumpla con las reglas de Origen de la CAN. Por lo que se recomienda revisar a detalle la Decisión 416 - Comunidad Andina ([https://findruleso-forigin.org/documents/pdf/itc00653\\_roo.pdf](https://findruleso-forigin.org/documents/pdf/itc00653_roo.pdf)) en donde se establece los criterios fundamentales para que una mercancía sea considerada originaria.

El exportador peruano debe tramitar el certificado de origen a través del componente origen de la VUCE (<https://authorize.vuce.gob.pe/public/login-options/certificado-origen>), y antes de solicitar su emisión el exportador deberá tener aprobada una declaración jurada de origen.

La declaración jurada de origen es el documento en donde se registre los datos del productor, datos del exportador, datos de la mercancía, datos de los materiales (originarios y no originarios) y también se adjuntará el diagrama de flujo del proceso productivo de la mercancía. Y una vez que su mercancía sea calificada como originaria, podrá solicitar la emisión de un certificado de origen.

Se recomienda revisar la sección II (Certificación por entidades) del siguiente link: <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/certificacion-de-origen/>

## 4.2. Requisitos no arancelarios

### Etiquetado

El Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 013 (2R)<sup>17</sup> "Etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir" tiene como objetivo establecer los requisitos de etiquetado que deben cumplir las prendas de vestir, complementos de vestir (accesorios) y ropa de hogar, previamente a la importación, nacionalización y comercialización de productos nacionales o importados, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

Entre las especificaciones y condiciones generales, consideradas importantes se encuentran las siguientes:

- La información se debe expresar en idioma español
- La información del etiquetado debe ser objetiva, clara y fácil de leer para el consumidor
- Para la fabricación de las etiquetas permanentes se debe utilizar materiales que no produzcan incomodidad al consumidor

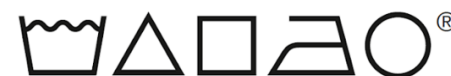
En cuanto a los requisitos obligatorios del etiquetado se registran las siguientes disposiciones:

- El producto debe tener etiquetas permanentes

- Las etiquetas permanentes deben estar colocadas en un sitio visible o de fácil acceso al consumidor. La etiqueta permanente debe encontrarse acorde a la norma NTE INEN 1875<sup>18</sup>.
- Debe contar con tallas para prendas y complementos de vestir
- Debe detallar el porcentaje de fibras textiles utilizados
- Debe contar con país de origen e instrucciones de cuidado personal

La norma NTE INEN 1875 describe de forma exhaustiva la simbología permitida para indicar las instrucciones de cuidado de prendas de vestir. Toda prenda de vestir (incluida la ropa de bebé de algodón) debe sujetarse a dichas normativa. Se observa la utilización de los símbolos básicos de lavado, blanqueado, secado, planchado, cuidado textil profesional, lavado a mano, secado natural, y de símbolos adicionales como el tratamiento moderado, tratamiento muy moderado, temperatura del tratamiento de la prenda y el símbolo para el tratamiento no permitido:

Símbolos básicos



Para poder acceder a la información completa del Reglamento Técnico, se reco-

mienda ingresar a los siguientes links:

RTE INEN 013 (2R), <https://drive.google.com/file/d/1PTBHFY9JWti2-DJs-5MyGqk44dM3KY8Hd/view> y sus modificaciones ([https://drive.google.com/file/d/14yXdSVJmX-2bxeT1tRwL7Tr\\_DREzdpJ\\_/view](https://drive.google.com/file/d/14yXdSVJmX-2bxeT1tRwL7Tr_DREzdpJ_/view))

Sin embargo, el 8 de mayo del 2021 entrará en vigor el Reglamento Técnico Andino<sup>19</sup> para el Etiquetado de Confecciones, por lo que a partir de dicha fecha los Países Miembros (Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú) no podrán aplicar otras disposiciones que sean contrarias a lo establecido en el Reglamento.

El reglamento tiene como objetivo establecer la información mínima que debe ser incluida en la etiqueta de las confecciones fabricadas o importadas que se comercialicen dentro de la subregión Andina, así como las condiciones en que debe presentarse dicha información, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error a los consumidores o usuarios sobre las características de estos productos.

Para acceder a la información completa, ingresar al siguiente enlace: [http://www.fitac.net/documents/RES\\_2109.pdf](http://www.fitac.net/documents/RES_2109.pdf)

17. RTE INEN 013 (2R), <https://drive.google.com/file/d/1PTBHFY9JWti2-DJs5MyGqk44dM3KY8Hd/view> y sus modificaciones ([https://drive.google.com/file/d/14yXdSVJmX-2bxeT1tRwL7Tr\\_DREzdpJ\\_/view](https://drive.google.com/file/d/14yXdSVJmX-2bxeT1tRwL7Tr_DREzdpJ_/view))

18. NTE INEN 1875:2017 Textiles. Etiquetado de prendas de vestir y ropa de hogar. Requisitos

19. Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena La Resolución N° 2109, publicado el 14 de noviembre de 2019

## 05

5. Canales de distribución<sup>20</sup>

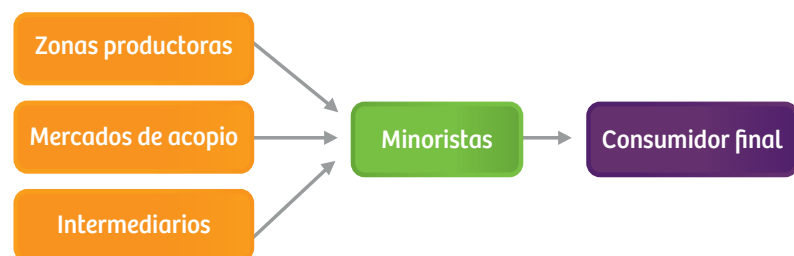
La distribución comercial es realizada de forma tradicional en el Ecuador<sup>21</sup>. Los ecuatorianos prefieren adquirir los productos en las tiendas físicas donde pueden ver, tocar y comparar. El 75% del canal de distribución en Ecuador está controlado por los minoristas especializados que se suministran de los importadores y distribuidores mayoristas.

Los canales de distribución de Ecuador se pueden categorizar como cortos. Esto se debe a que, en la mayoría de los casos, las grandes superficies<sup>22</sup> y grupos comer-

ciales del país son los encargados de llevar a cabo todas las fases de la distribución: desde importar el producto hasta venderlo al consumidor final.

Los principales canales de distribución de la industria textil-confecciones en el mercado ecuatoriano son el retail (minoristas), almacenes/tiendas especializadas (boutiques) y canal mayorista (principal medio de venta)<sup>23</sup>.

- Los minoristas están ubicados en Quito, Guayaquil y Cuenca



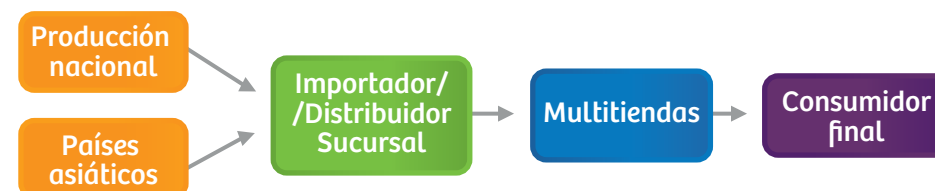
- En las tiendas especializadas se comercializan prendas de gama media-alta. Se ubican en los centros comerciales o en locales de pie de calle en las zonas

de más poder adquisitivo de Ecuador. Muchas de las tiendas son franquicias y que pueden ser unimarca o multimarca.



- Las multitiendas comercializan variedad de productos (prendas de vestir, calzado, otros), productos nacionales e importados de los países

asiáticos. Se ubican en las áreas urbanas en donde está la población ecuatoriana de la clase media-baja.



- Las tiendas departamentales concentran a muchas empresas del sector textil-confecciones y calzado. En las mismas se encuentran las marcas de los principales importadores. Su público objetivo es la mayoría de la población ecuatoriana por lo cual la gran mayoría de tiendas se ubican en las ciudades más pobladas.

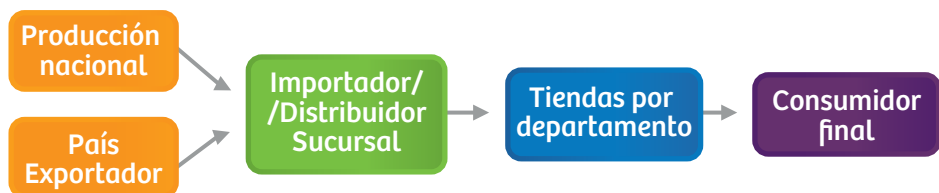
Las tiendas poseen grandes superficies de venta y presencia en centros comerciales donde dividen su espacio en corners; asimismo al comprar grandes cantidades se evidencia un fuerte poder de negociación frente a los proveedores.

20. Las diferentes vías que una empresa elige para que un producto llegue al consumidor final de la manera más eficiente y económica posible.

21. El comprador interactúa con una persona y obtiene el producto.

22. Tiendas y mercados de gran tamaño localizados en un edificio.

23. Euromonitor Internacional 2019

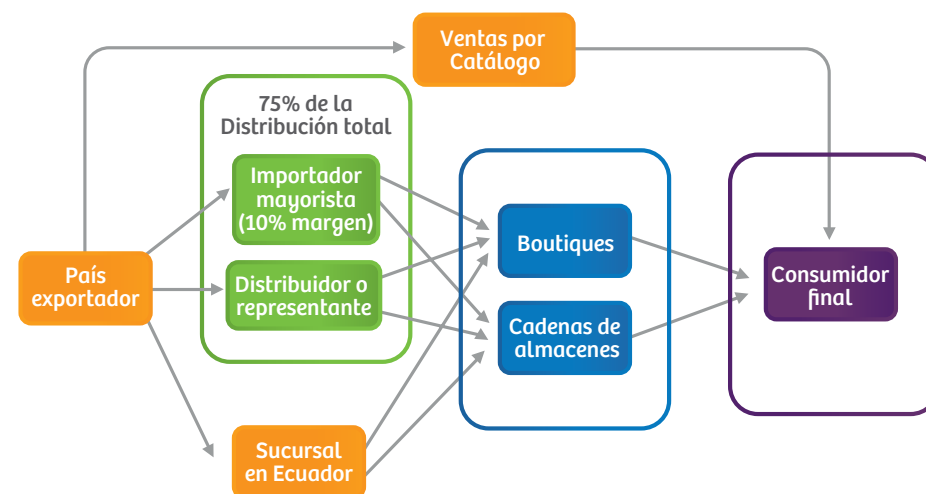


- Hipermercados y supermercados, varias marcas del sector confecciones compiten en este canal. Entre las principales destacan Corporación La Favorita (Quito), Corporación el Rosado (Guayaquil), Tiendas industriales (Guayaquil), Mega Santamaria (Quito). La Favorita, gracias al éxito de sus tiendas SUPERMAXI y MEGAMAXI es líder en el mercado ecuatoriano con una participación en las ventas totales del sector de 40%, seguido de EL Rosado

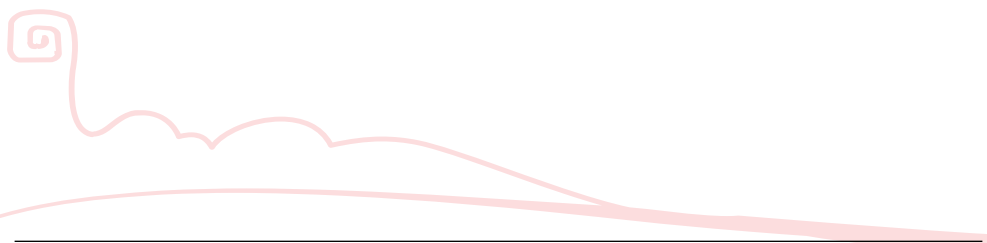
(Mi Comisario) con 23% y Tiendas Industriales Asociadas S.A. con 12%<sup>24</sup>.

- Canal online, las ventas de moda por el internet presenta una perspectiva positiva. Dentro del mercado ecuatoriano destacan las empresas de comercio online como Linio, Bueno Bonito Barato, Ya Está y La Bahía. Los productos del sector confecciones ocupa el segundo lugar como los más comprados por internet con 49%.

Gráfico 6: Estructura del canal de distribución del sector confecciones en Ecuador



Elaboración: MINCETUR



24. Servicios de Rentas Internas de Ecuador (SRI), 2019

## 06

## 6. Actividades de promoción comercial

Nombre de La feria	País	Frecuencia	Tipo	Link
XPOTEX – CAPEIPI	Ecuador	Anual	Feria especializada en textiles, maquinarias, insumos, negocios y moda.	<a href="http://www.xpotex.com.ec/">www.xpotex.com.ec/</a>
ECUATEXIL	Ecuador	Anual	Feria de negocios en Insumos para la confección textil y moda	<a href="https://www.ecua-textil.com.ec/">https://www.ecua-textil.com.ec/</a>

Elaboración: MINCETUR



## 07

## 7. Instituciones y gremios

Oficina Y gremios	Dirección	Teléfonos	Correo electrónico	Página web
Oficina Económico Comercial del Perú en Ecuador	Embajada del Perú en Ecuador: Av. República de El Salvador N34-361 e Irlanda, Piso 1. Quito-Ecuador	+593-2-226-1616	Consejero Económico Comercial: Soledad Campos de Parry <a href="mailto:scampos@promperu.gob.pe">scampos@promperu.gob.pe</a>	<a href="https://www.promperu.gob.pe/consultaPPM.aspx">https://www.promperu.gob.pe/consultaPPM.aspx</a>
Cámara de Comercio e Integración Ecuatoriana y Peruana (CAMEPE)	Av. Amazonas y República. Edificio Las Cámaras, piso 8. Quito-Ecuador	+593-2-245-6761	<a href="mailto:comunicacion@camepe.com">comunicacion@camepe.com</a>	<a href="https://www.camepe.com/">https://www.camepe.com/</a>
Consulado General del Perú en Quito	Av. República de El Salvador N34-361 e Irlanda, Quito-Ecuador	+593-2-601-0200	<a href="mailto:consuladoperuquito@gmail.com">consuladoperuquito@gmail.com</a>	<a href="http://www.consulado.pe/es/Quito/Paginas/Inicio.aspx">http://www.consulado.pe/es/Quito/Paginas/Inicio.aspx</a>
Cámara de Industrias y Producción de Ecuador	Av. Amazonas y República. Edificio Las Cámaras, piso 10. Quito-Ecuador	+593-2-245-2500	<a href="mailto:camara@cip.org.ec">camara@cip.org.ec</a>	<a href="https://www.cip.org.ec/">https://www.cip.org.ec/</a>
Asociación de Industriales Textileros de Ecuador (AITE)	Av. Amazonas y Av. República, Edificio "Las Cámaras", Piso 8. Quito-Ecuador	+593-2-224-9434 +593-2-451-286 +593-9-274-4232	<a href="mailto:aite@aite.org.ec">aite@aite.org.ec</a>	<a href="http://www.aite.com.ec">www.aite.com.ec</a>
Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI)	Av. Amazonas N34-332 y Atahualpa, segundo piso del Centro de Exposiciones Quito-Ecuador	+593-2-443-388	<a href="mailto:web@capeipi.org.ec">web@capeipi.org.ec</a> <a href="mailto:karolinagomez@capeipi.org.ec">karolinagomez@capeipi.org.ec</a>	<a href="https://www.capeipi.org.ec/">https://www.capeipi.org.ec/</a>
Cámara de la Pequeña y Mediana Industria del Aguary (CAPIA)	Avenida 1-19, Octavio Chacón Moscoso. Cuenca-Ecuador	+593-7-800-949	<a href="mailto:direccionejecutiva@capia.com.ec">direccionejecutiva@capia.com.ec</a> <a href="mailto:capacitaciones@capia.com.ec">capacitaciones@capia.com.ec</a> <a href="mailto:proyectos@capia.com.ec">proyectos@capia.com.ec</a>	<a href="https://www.capia.com.ec/">https://www.capia.com.ec/</a>

Elaboración: MINCETUR

## 08

## 8. Fuentes de información

- Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales de Ecuador, <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador, Proceso de importación, <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Cámara de Comercio de Quito, "Guía General del Importador", <https://ccq.ec/>
- Cotton USA: Página de promoción de la fibra de algodón y productos manufacturados de algodón en todo el mundo: [www.cottonusa.org/](http://www.cottonusa.org/)
- Fashion Trends Forecasting WGSN: Página de tendencias de moda e información especializada para los negocios minoristas, marcas y productores: [www.wgsn.com/en/products/fashion/](http://www.wgsn.com/en/products/fashion/)
- Fashion Trend Forecasting Analysis Service for Fashion: Agencia de tendencias de moda para traducir conceptos en productos exitosos: [www.trendstop.com/](http://www.trendstop.com/)
- Comité Consultativo Internacional de Algodón, [https://www.icac.org/Content/PublicationsPdf%20Files/ce26e98e\\_d1f5\\_40e8\\_bb8d\\_fdf69f094d06/algodon-este-mes2\\_19.pdf.pdf](https://www.icac.org/Content/PublicationsPdf%20Files/ce26e98e_d1f5_40e8_bb8d_fdf69f094d06/algodon-este-mes2_19.pdf.pdf)
- Rueda de Negocios "Te Vestimos Ecuador" impulsa la producción textil de la Economía Popular y Solidaria, <https://www.economiasolidaria.gob.ec/mos-ecuadruda-de-negocios-te-vestir-impulsa-la-produccion-textil-de-la-economia-popular-y-solidaria/>
- Normas Técnicas Ecuatorianas RTE INEN 013 Etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir.
- Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN 1875:2017 Textiles. Etiquetado de prendas de vestir y ropa de hogar. Requisitos
- Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN 1875: 2012 (tercera revisión) referente a la simbología permitida para indicar las instrucciones de cuidado de prendas de vestir.



# 2020



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo