

## Preferencias de remeras personalizadas en consumidores paraguayos

### *Preferences for personalized t-shirts in Paraguayan consumers*

Enzo Iván Acosta Funes<sup>1</sup> , María de los Ángeles Ocampos Portillo<sup>1</sup> , Ángel Gustavo Romero Ramírez<sup>1</sup> , Yhonny Roberto Vargas Salinas<sup>1</sup> , Chap Kau Kwan, Chung<sup>1\*</sup> 


<sup>1</sup>Universidad del Pacífico. Facultad de Ciencias de la Empresa. Asunción, Paraguay

#### Como citar/How to cite:

Acosta Funes, E. I., Ocampos Portillo, M. Á., Romero Ramírez Á. G., Vargas Salinas, Y. R., y Kwan Chung C. K. (2024). Preferencias de remeras personalizadas en consumidores paraguayos. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 22-27.

Recibido: 15/02/2024. Aceptado: 05/05/2024

\*Autor correspondiente: Chap Kau Kwan Chung.  
[wendy505@hotmail.com](mailto:wendy505@hotmail.com)

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez   
[derlisduarte@fotriem.edu.py](mailto:derlisduarte@fotriem.edu.py). Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

#### RESUMEN

La presente investigación determina la preferencia de remeras personalizadas en consumidores paraguayos dentro de Asunción. Se basó en un enfoque cuantitativo con corte transversal y descriptivo. La población consistió en 340.532 participantes con residencia en Asunción. La muestra de 151 participantes se calculó bajo un 92,7% de confidencialidad del estudio y 7,3% de margen de error. Se obtuvo una tasa de respuesta del 98% (148). Los criterios de inclusión fueron personas entre 15 a 65 años de edad con residencia en Asunción y participación voluntaria. Los criterios de exclusión fueron pobladores de otras ciudades, niños y adolescentes menores 15 años y adultos mayores de 65 años. Se utilizó la encuesta como técnica mediante un cuestionario constituido en 16 preguntas, enviada vía WhatsApp por conveniencia en 2023. Se muestra que los materiales de alta calidad (P7) y duradera (P8) de las remeras personalizadas han alcanzado la mayor puntuación de respuesta, ambos  $\bar{x}=3,8$ . Mientras que la más baja correspondió a la frecuencia de compras (P2) con  $\bar{x}=3,2$ . No obstante, 86% admitieron gustarles las remeras personalizadas y 12,8% aseguran sus compras en tiendas deportivas. Se concluye que la industria del estampado textil desempeña un papel fundamental trascendiendo más allá de su función decorativa y convirtiéndose en un componente esencial de expresión cultural. Asimismo, tecnología e innovación pueden alinearse y transformarse en una estrategia competitiva para las empresas. Se debe buscar un equilibrio entre las necesidades de la demanda, respecto al medio ambiente y eficiencia en las técnicas del ET mediante la creatividad humana.

**Palabras clave:** Estampado textil, preferencia, remera personalizada, consumidor, Paraguay

#### ABSTRACT

The present investigation determines the preference of personalized t-shirts in Paraguayan consumers within Asunción. It is based on a quantitative approach with a cross-sectional and descriptive section. The population consisted of 340,532 participants residing in Asunción. The sample of 151 participants was calculated under 92.7% confidentiality of the study and a 7.3% margin of error. A response rate of 98% was obtained (148). The inclusion criteria were people between 15 and 65 years of age residing in Asunción and voluntary participation. The exclusion criteria were residents of other cities, children and adolescents under 15 years of age, and adults over 65 years of age. The survey was obtained as a technique through a questionnaire made up of 16 questions, sent via WhatsApp for convenience in 2023. It is shown that high-quality (P7) and durable (P8) materials of personalized t-shirts have achieved the highest response score, both  $\bar{x}=3.8$ . While the lowest corresponded to the frequency of purchases (P2) with  $\bar{x}=3.2$ . However, 86% admitted to liking personalized shirts and 12.8% assured their purchases in sports stores. It is concluded that the textile printing industry plays a fundamental role, transcending beyond its decorative function and becoming an essential component of cultural expression. Likewise, technology and innovation can be aligned and transformed into a competitive strategy for companies. A balance must be sought between the needs of the demand, regarding the environment and efficiency in ET techniques through human creativity.

**Keywords:** Textile print, preference, personalized t-shirt, consumer, Paraguay

## INTRODUCCIÓN

La serigrafía, conocido como *sericum* o *seda* en latín y *graphé* o *acción de escribir, describir y dibujar* en griego, es el método de impresión más utilizado hasta la actualidad (BSDI, 2021) empleada en la reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier tipo de material (Arditec Sistemas, 2018). La técnica más empleada para insertar diseños, colores y especialidad a las telas es entendida como el Estampado Textil (ET) (Colchester & Diéguez, 2008; Zavala Feria et al., 2015), es decir, un sistema de acabado de un tejido o hilado donde tiñe de manera localizada en una o varias zonas del mismo (Tapia Ortiz, 2013). Algunas de las técnicas especiales del ET, a parte del estampado normal, se los encuentran en el Estampado de Resistencia (el tejido es estampado en un diseño con un químico que resiste al tinte dejando la tela blanca o de otro color en las áreas de Impresión y el método es parecido al antiguo Batik), Estampado por Descarga (usado en diseños no fáciles de lograr) y, Estampado Flock (produce efectos de tercera dimensión en un diseño específico de la tela) (Cotton Incorporated, 2003).

A lo largo de la historia, el ET ha demostrado su capacidad para reflejar la identidad de una época, la diversidad de culturas y la evolución de las tendencias sociales y estéticas. Cabe mencionar que el ET también cuenta con un impacto económico y comercial significativo. Algunos sectores como es la moda, el diseño de interiores y la industria del entretenimiento dependen en gran medida de los textiles estampados para diferenciar sus productos y generar demanda en un mercado competitivo. Desde prendas de vestir únicas hasta la decoración de espacios, el ET impulsa la innovación y el consumo, creando oportunidades económicas tanto a nivel local como global. La importancia del ET en el mundo empresarial radica en su capacidad para fortalecer la identidad de marca, fomentar la innovación, contar historias persuasivas y responder a las demandas cambiantes de los consumidores. A medida que las empresas buscan establecer conexiones significativas con su audiencia y destacar en un mercado competitivo, el ET se erige como un recurso esencial que va más allá de la superficie y se convierte en una herramienta estratégica para el éxito empresarial.

Algunas investigaciones realizadas sobre el ET se encuentran en: aplicación de la innovación tecnológica en la moda (Valsagna, 2016), sistema de automatización en el ET (Torres Guevara, 2016), técnicas de ET (Hernández Huera, 2020); gestión de producción (Tapia Ortiz, 2013), como elemento cultural (Naranjo Ruales, 2015); como elemento visual (Caudana, 2015), en el arte (Ballester Mengual, 2022), guía de técnicas de estampados textiles (Abreda y Montiel, 2016), en el turismo (Pérez Lippi, 2014), riesgos químicos en el ET (Bernal Contreras y Núñez Gallego, 2022). en el desarrollo económico (Espinel González et al., 2018), modalidad de negocio (Ortega y Castro, 2023), etc. Por todo lo expuesto, surge la necesidad de determinar las preferencias de remeras personalizadas en consumidores paraguayos dentro de la presente investigación.

## METODOLOGÍA

Se basó en un enfoque cuantitativo, diseño no experimental con corte transversal y descriptivo. Se tomó como población a 340.532 sujetos de la ciudad de Asunción, Paraguay, dato proporcionado por el INE (Instituto nacional de Estadísticas [INE], 2021). La muestra de los 151 participantes se calculó bajo un 92,7% de confidencialidad del estudio y 7,3% de margen de error. Se obtuvo una tasa de respuesta del 98% (148). Los criterios de inclusión fueron personas entre 15 a 65 años de edad con residencia en

Asunción y participación voluntaria. Asimismo, los criterios de exclusión fueron pobladores de otras ciudades, niños y adolescentes menores 15 años y adultos mayores de 65 años. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos mediante un cuestionario constituido en 16 preguntas (4 sociodemográficas, 11 cerradas y 1 abierta), enviada vía WhatsApp por conveniencia en el mes de junio de 2023. Se utilizó la escala de Likert de 5 puntos (1=Muy importante a 5=Sin importancia).

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de haber encuestado a 148 participantes con residencias en la ciudad de Asunción, se obtiene los siguientes resultados:

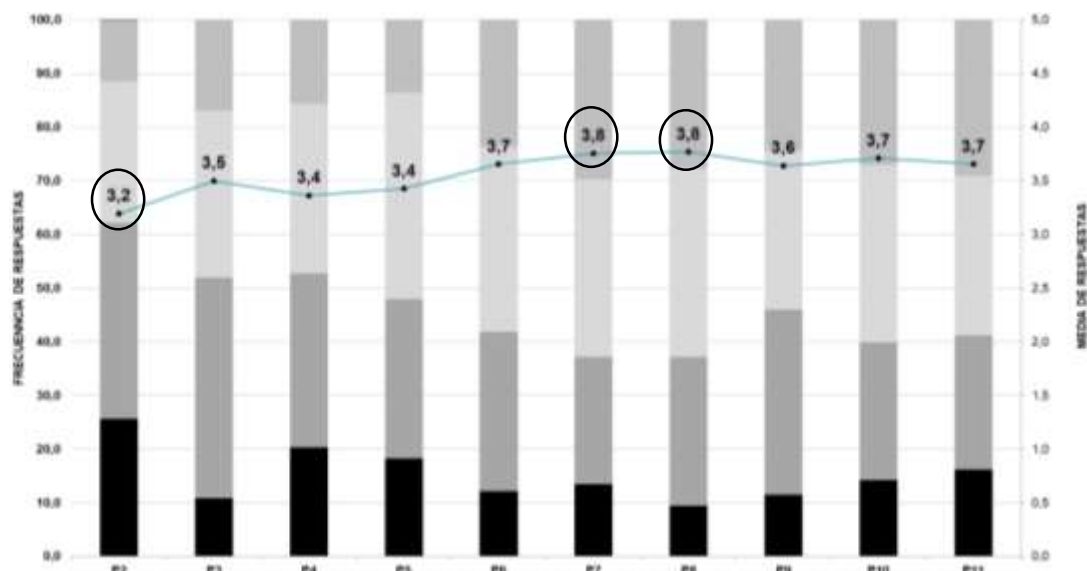
En la tabla 1 se visualiza que 57,4% son del sexo femenino, 59,5% se encuentra dentro del rango de los 20 a 30 años de edad, 65,5% son solteros, 25,7% son independiente y 62,1% no perciben un salario mensual. Ej. Estudiantes y ama de casa.

**Tabla 1.** Características sociodemográficas de los encuestados (n=148)

Variable		Frecuencia	%
Sexo	Femenino	85	57,4
	Masculino	63	42,6
Edad (años)	Menos de 20	37	25,0
	20-30	88	59,5
	31-40	17	11,5
	41-50	6	4,0
Estado civil	Soltero/a	97	65,5
	Casado/a	17	11,5
	Concubino/a	20	13,5
	Divorciado/a	9	6,1
	Viudo/a	5	3,4
Tipos de profesional	Dependiente	18	12,2
	Independiente	38	25,7
	Otros	92	62,1

Fuente: Elaboración propia (2023)

En el gráfico 1 se muestra que la P7 “¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada está hecha con materiales de alta calidad?” y P8 “¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada sea duradera?” han alcanzado la mayor puntuación de respuesta ( $\bar{x}=3,8$ ), no así para la P2 “¿Con que frecuencia realiza usted compras de remeras personalizadas?” ( $\bar{x}=3,2$ ). Asimismo, 86% de los encuestados admitieron gustarles las remeras personalizadas, 12,8% mencionaron que realizan las compras en tiendas deportivas famosas como Adidas, Diadora y Vagos, 8,1% de los Shoppings, 2,7% de forma online y 1,4% con amigos y/o conocidos. Otros datos interesantes a resaltar son: De los 14% de los participantes quienes no les gustan las remeras personalizadas, 60% son del sexo femenino, 70% se encuentran entre 20 a 30 años de edad y 55% solteros. Asimismo, estos encuestados son sensibles al precio y comparten un sentimiento de respetuosidad con el medio ambiente, ambos con  $\bar{x}=4,0$ . No obstante, los factores de un diseño original y atractivo ( $\bar{x}=3,8$ ) en las remeras personalizadas son otros requerimientos necesarios para ellos.

**Gráfico 1.** Distribución de las respuestas de los encuestados (n=148)

#	Preguntas
P1	¿A usted le gustan las remeras personalizadas?
P2	¿Con que frecuencia realiza usted compras de remeras personalizadas?
P3	¿Qué tan importante es para usted que una remera tenga un diseño único?
P4	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada tenga un proceso de personalización fácil y rápida?
P5	¿Qué tan importante es para usted que la remera refleje tu personalidad o interés?
P6	¿Qué tan importante es para usted que la remera tenga un diseño original y atractivo?
P7	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada está hecha con materiales de alta calidad?
P8	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada sea duradera?
P9	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada tenga un precio accesible?
P10	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada sea respetuosa con el medio ambiente?
P11	¿Qué tan probable será que comprara una remera personalizada si cumple con sus expectativas en cuanto a diseño, calidad, ajuste, durabilidad, precio, facilidad de personalización y respeto al medio ambiente?
P12	¿Dónde realiza las compras de remeras personalizadas?

Fuente: Elaboración propia (2023)

Indiscutiblemente, el estampado textil es una técnica versátil y duradera que ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, adaptándose a las demandas de la industria y ofreciendo oportunidades creativas ilimitadas a las empresas del sector industrial. Con la incorporación de nuevas tecnologías en el sector textil, las técnicas del ET han desarrollado con el correr del tiempo novedosas innovaciones en el proceso del estampado donde actualmente se tiene al estampado tradicional y otras técnicas especiales. Cabe mencionar que el recurso humano también forma parte importante en el

proceso del ET puesto que con profesionales capacitados en el área es posible obtener resultados óptimos y consistentes. Sin duda alguna, el ET es una técnica de innovación del producto y dichos cambios planificados y sistemáticos recae como una estrategia para la competitividad y subsistencia en el sector.

En cuanto a las variables *alta calidad* (P7) y *durabilidad* (P8) de los materiales textiles (ambos con  $\bar{x}=3,8$ ), los encuestados confirman que son dos aspectos de suma importancia para que adquieran los productos. No basta tener una remera con un estampado personalizado o bonito si el material en sí no tiene la calidad ni durabilidad esperada por el consumidor final. Actualmente, los clientes (actuales o potenciales) demandan muchos aspectos en un producto y sus necesidades deben ser alcanzadas con relación al precio pagado.

Con relación a la frecuencia de compras de las remeras personalizadas (P2), éste ha alcanzado la menor media de respuestas ( $\bar{x}=3,2$ ). Se entiende que no es un producto de primera necesidad, por lo tanto, no puede ser adquirido de forma diaria o semanal. Esta variable se encuentra muy relacionada con el precio y uso. Con referencia al primero, si el precio del producto duplica o triplica al valor de una remera con diseños y colores pre establecidos, entonces, existe una alta probabilidad que el comprador opte por dicha alternativa exceptuando los casos de regalos para cumpleaños, día de la amistad y fechas u ocasiones especiales. El segundo hace hincapié en la frecuencia de uso, mientras haya mayor utilización, mayor rotación habrá en las ventas/compras del producto. En caso de que no haya una diferencia abismal en el precio de las remeras convencionales versus remeras personalizadas, los clientes optarán por adquirir un producto mucho más personalizado, puesto que 86% de los encuestados admitieron gustarles las remeras personalizadas. No obstante, también existen una pequeña proporción de individuos (12,8%) que no son sensibles al precio por lo que prefieren adquirir sus remeras personalizadas en tiendas deportivas de calidad como Adidas y un 8,1% en los Shoppings.

Otro punto relevante a mencionar es la respetuosidad del proceso del ET hacia el medio ambiente ( $\bar{x}=3,7$ ). Los encuestados afirman su apoyo hacia la protección del ecosistema mediante el uso consciente y adecuado de los productos químicos.

## CONCLUSIÓN

Se concluye que la industria del ET desempeña un papel fundamental y multifacético en el mundo contemporáneo, trascendiendo más allá de su función decorativa y convirtiéndose en un componente esencial de nuestra vida cotidiana y la expresión cultural. Su importancia radica en la capacidad para enriquecer nuestra experiencia visual, cultural y emocional. Desde el arte hasta la moda, la economía hasta la identidad, el ET sigue siendo una forma relevante y poderosa de comunicación humana y expresión creativa, moldeando nuestra percepción del mundo y conectando a las personas a través de los hilos de la historia y la cultura. Por lo tanto, el ET puede ser una poderosa herramienta de afirmación de identidad, permitiendo a individuos y grupos expresarse, compartir su historia y mostrar su afiliación cultural en un mundo cada vez más globalizado.

Finalmente, el ET no es una novedad, pero la creatividad humana puede enriquecer los procesos de su elaboración, manteniendo de esta manera un equilibrio entre las necesidades de la demanda, enriquecimiento de la expresión artística, respecto al medio ambiente y eficiencia en las técnicas del ET. La combinación entre “tecnología e innovación” puede alinearse y transformarse en una estrategia competitiva y efectiva para

aquellas empresas que realizan trabajos de estampados textiles dentro de la industria a que pertenecen.

**Conflicto de interés:** Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

**Declaración de autor:** Los autores aprueban la versión final del artículo.

### Contribución de autores

**EIAF, MAOP, AGRR, YRVS:** Idea del proyecto, metodología, diseño, recolección de datos, análisis, conclusión, borrador y su versión final.

**CKKC:** Revisión general del estudio, ajustes del borrador y versión final.

**Financiamiento:** financiación propia.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreda, J. A., y Montiel, M. A. (2016). *Guía digital de las técnicas de estampado textil dirigida a estudiantes de la Universidad Nueva Esparta*. Municipio El Hatillo. [Tesis de Grado]. Universidad Nueva Esparta. <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/handle/123456789/2754>
- Arditec Sistemas. (2018). La serigrafía y sus procesos de producción. <https://eurocoatgroup.com/en/serigrafia-y-sus-procesos-de-produccion/>
- Ballester Mengual, J. I. (2022). "Pattern" como forma de expresión. *Colección de estampados textiles inspirados en el arte*. [Tesis de Grado]. Universitat Politècnica de València. <http://hdl.handle.net/10251/184158>
- Bernal Contreras, D. M., & Núñez Gallego, B. L. (2022). *Programa de gestión de riesgo químico para microempresas de estampación de textiles*. [Tesis de Grado]. Corporación Universitaria Minuto de Dios. [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14571/2/UVDT.SST\\_BernalDiana-Nu%c3%bllezBrian\\_2022.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14571/2/UVDT.SST_BernalDiana-Nu%c3%bllezBrian_2022.pdf)
- Briggs Goode, A. (2013). *Diseños de Estampados Textiles*. Barcelona: Blume.
- BSDI. (2021). *La serigrafía y sus utilidades*. <https://bsdi.es/la-serigrafia-y-sus-utilidades/>
- Caudana, M. C. (2011). La imagen vestida. El estampado textil vestimentario como hecho visual de interés disciplinar. *POLIS*, 1(13), 108–111. <https://doi.org/10.14409/polis.v1i13.436>
- Colchester, C., & Diéguez, R. D. (2008). *Textiles: tendencias actuales y tradicionales*. Blume.
- Cotton Incorporated. (2003). *Estampado textil*. <https://www.cottoninc.com/wp-content/uploads/2017/12/ISP-1004-Estampado-Textil.pdf>
- Espinel González, P. A., Aparicio Soto, D. M., & Mora, A. J. (2018). Sector Textil Colombiano y su influencia en la economía del país. *Punto de Vista*, 9(13). <https://doi.org/10.15765/PDV.V9I13.1118>
- Hernández Huera, S. A. (2020). *Elaboración de un estampado textil reflectivo a base de microesferas de vidrio*. [Tesis de Grado]. Universidad Técnica del Norte. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10662>
- Instituto nacional de Estadísticas (INE). (2021). *Paraguay: Proyecciones de la población nacional, áreas urbana y rural, por sexo y edad, 2021*. [https://www.ine.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/documento/7eb5\\_Paraguay\\_2021.pdf](https://www.ine.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/documento/7eb5_Paraguay_2021.pdf)
- Naranjo Ruales, S. V. (2015). *Morfología de elementos figurativos de la cultura Yatzaputzan para el estampado textil*. [Tesis de Grado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/1231>
- Ortega, G. F. G., & Castro, J. A. R. (2023). *Diseño de una modalidad de negocios aplicada a una línea de camisetas personalizadas*. [Tesis de Grado]. Centro Universitario Tecnológico. <http://repositorio.unitec.edu/handle/123456789/9234>