



ECUADOR – JUNIO 2016 - ISSN: 1696-8352

## ACTITUDES DE LOS JÓVENES HACIA EL VESTUARIO SUSTENTABLE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, ECUADOR

Edgar Salas L.  
Universidad Espíritu Santo – Ecuador  
esalas@uees.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Edgar Salas L. (2016): “Actitudes de los jóvenes hacia el vestuario sustentable en la ciudad de Guayaquil, Ecuador”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2016/vestuario.html>

### Resumen

La contaminación ambiental es un tema muy conocido en la actualidad, debido a que se han realizado varias campañas mundiales de concientización sobre el cuidado del medio ambiente y sus productos tanto renovables como no renovables. Es importante relacionar este tema con el desarrollo sustentable. Los productos sustentables son importantes para cualquier sociedad, pues son aquellos que tienen un impacto importante en el medio ambiente, economía y sociedad. Ecuador es uno de los países donde se aprecia el rápido crecimiento del mercado con productos sustentables, por lo que el siguiente escrito da a conocer ciertas características de este país y de una de sus ciudades, Guayaquil. El propósito es poder entender el comportamiento de los jóvenes guayaquileños hacia la vestimenta sustentable.

**Palabras clave:** Cultura; Guayaquil; productos; sustentable; tendencias; vestimenta.

### Abstract

Environmental pollution is a well-known topic. There have been several global awareness campaigns in order to protect the environment and safeguard the renewable and non-renewable products. It is important to relate this theme with the sustainable development. Sustainable products are important for any society, because they have a significant impact on the atmosphere, in the economy and humanity. In Ecuador the use of sustainable products has growth very quickly, especially in one of its main cities, Guayaquil. The purpose of this paper is to understand the behavior of young Guayaquil towards sustainable clothing.

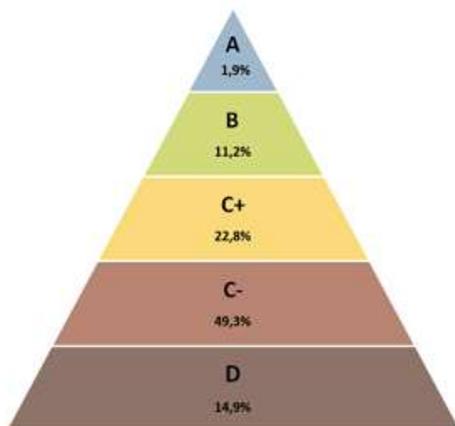
**Key words:** Culture; Guayaquil; products; sustainable; trends, clothes

En el 2004 Wangari Maatha dice: “Dentro de algunas décadas, la relación entre el ambiente, los recursos y los conflictos será tan obvia como la conexión que vemos ahora entre derechos humanos, democracia y paz” (Evia)

En la actualidad hablar de la contaminación ambiental y el calentamiento global es común, sin embargo, el ser humano parece no tener claro la importancia de tomar acciones sobre ello. Bien lo dijo Maathai durante un discurso en el 2004 dentro de poco la relación entre los recursos y el medio ambiente pasaran inadvertidos si no se toman cartas en el asunto. A raíz de las diversas advertencias que científicos e historiadores han realizado al mundo entero, se han estructurado ciertas campañas de concientización social sobre la importancia de una mente “verde”, el cuidado de los recursos y las formas de ayudar al medio en el que crecerán futuras generaciones.

En los últimos años se percibe que los consumidores buscan y a su vez crean nuevas tendencias. Es de conocimiento de muchos que ha aumentado paulatinamente en algunos países latinoamericanos la tendencia por consumir productos sustentables. En su gran mayoría son los jóvenes quienes apoyan los ideales de conservar un ecosistema libre de contaminación, donde los recursos son respetados y cuidados con el fin de tener un planeta libre de enfermedades medio ambientales.

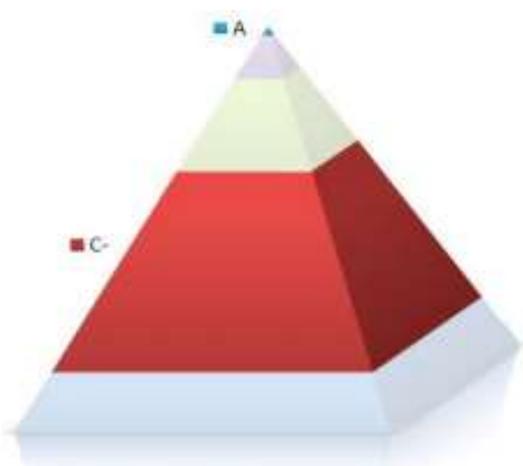
**1.1. Ecuador.-** es uno de los países donde se aprecia el rápido crecimiento del mercado con productos sustentables es en Ecuador, especialmente en el mercado guayaquileño. Ecuador es un pequeño país con 16'200,00 millones de habitantes, el mismo que está dividido por diferentes regiones de acuerdo a sus condiciones climáticas. Posee una gran variedad de culturas como: Meztiza, Montubia, Afro ecuatoriana, Afro descendiente, Indígena, Blanca y entre otro grupo pequeño de diferentes culturas. Es un país latinoamericano rico en recursos naturales, el cual posee una gran variedad de flora y fauna.



**1.2. Niveles socio económicos.-**Asimismo al ser Ecuador un país con una extensa población, este tiene una división en la misma de acuerdo a los diferentes niveles socioeconómicos de los individuos. Existen varias categorías que influyen en el poder adquisitivo de las personas y en la toma de decisiones de compra. La clase A corresponde a aquellos que poseen un mayor poder adquisitivo y de ahí partes las demás clases disminuyendo las posibilidades económicas.

mercado ecuatoriano. En Ecuador la participación en ventas por actividad económica la encabezan las empresas dedicadas al comercio con un porcentaje de alrededor de 38.2%, seguidas de las organizaciones manufactureras con 21% de ventas totales. Es claro que en una sociedad como la de Ecuador el mercado comercial rinde mucho debido a la gran demanda que existe.

Son estas razones las que llevan a los empresarios ecuatorianos a abrir nuevas marcas que satisfagan las diferentes necesidades y posibilidades del mercado ecuatoriano. En Ecuador la participación en ventas por actividad económica la encabezan las empresas dedicadas al comercio con un porcentaje de alrededor de 38.2%, seguidas de las organizaciones manufactureras con 21% de ventas totales. Es claro que en una sociedad como la de Ecuador el mercado comercial rinde mucho debido a la gran demanda que existe.



La investigación se basa en los NSE A y C como se observa en el gráfico.

**NSE A (1.9%)**



**Material:** Piso de duela, parquet o piso flotante  
**Baños:** 2 baños con ducha (Uso exclusivo)

**NSE C- (49.3%)**



**Material:** Piso de cemento o ladrillo  
**Baño:** 1 baño con ducha (espacio reducido)

**VIVIENDA**

**BIENES**



- Todos tienen servicio de telefonía nacional.
- Poseen Refrigeradora.
- 95% de los hogares tiene cocina con horno,
- Lavadora, equipos de sonido.
- En promedio 2 televisores a color.
- Tienen hasta 2 vehículos.



- 52% tiene Serv. de telefonía nacional.
- 84% tienen refrigeradora y cocina con horno.
- Menos del 48% tiene lavadora y equipo de sonido.
- En promedio tienen 1 televisor a color

### HÁBITOS DE CONSUMO



- Compran su vestimenta en Centros Comerciales.
- La mayoría usa internet.
- 99% utiliza correo electrónico personal.
- 92% utiliza redes sociales.
- 76% ha leído algún libro en los últimos 3 meses.



- 14% compra su vestimenta en Centros Comerciales.
- 43% utiliza internet
- 25% usa correo electrónico personal.
- 19% usa redes sociales.
- 22% he leído algún libro en los ult. 3 meses.

**1.3. Cultura Guayaquileña.-** Una de las características de los ecuatorianos es que son amantes de lo novedoso y lo que está de "moda", en especial en un área costera como lo es Guayaquil. La cultura guayaquileña se destaca por ser consumista y no son personas que tienden a ahorrar, son grandes consumidores y amantes de las nuevas tendencia. A pesar de ser parte de una cultura consumista el pensamiento de cultura verde se ha introducido en el mercado ecuatoriano rápidamente sin tomar en cuenta las distintas clases sociales que existen en el país. Una de las razones de este cambio en los consumidores mundiales se da porque grandes naciones como Estados Unidos, el cual es un país que marca tendencias rápidamente, empezó hace algún tiempo atrás con el desarrollo de productos sustentables.

Título: Cantidad de adolescentes en la ciudad de Guayaquil

Edad	Hombre	Mujer	Total
12	21.046	20.037	41.083
13	22.654	22.562	45.216
14	22.740	22.372	45.112
15	21.445	21.501	42.946
16	21.227	21.304	42.531
17	22.021	21.979	44.000
<b>Total</b>	<b>131.133</b>	<b>129.755</b>	<b>260.888</b>

Fuente: Censo de población y Vivienda (INEC, 2010).

**1.4.Productos sustentables.-** Dalai Lama dijo que actualmente es imprescindible un sentido de responsabilidad por lo que sucede en el medio ambiente, no solo entre las grandes naciones sino también entre todos aquellos seres vivos (Evia, 2013).

Los productos sustentables son importantes para cualquier sociedad, pues son aquellos que tienen un impacto importante en el medio ambiente, economía y sociedad. Su consumo no hace distinción

alguna en las diferentes clases sociales, pues el tener una conciencia verde no depende de si se es rico o pobre. Los productos sustentables son definitivamente una alternativa para el consumo de las personas sin importar sus diferentes perfiles. Es de esta manera como se incrementan los nuevos mercados una mentalidad verde.

Sin embargo, es necesario analizar la demanda de los productos sustentables y el comportamiento de las personas ante este tipo de productos o servicios. Pues es gracias a este análisis que se logra descubrir ciertos referentes conductuales y algunos factores significativos que determinan el consumo en el presente y futuro de las sociedades.

**1.5.La tendencia de productos sustentables en Ecuador.-** en este país crece con gran rapidez el mercado de vestimentas, si se evalúa la categoría de Vestimenta Artesanal en Guayaquil, cuya elaboración es hecha con diferentes materiales como con fibras naturales como: alpaca, seda natural, paja, vicuña, entre otras, puede destacar que estas artesanías son hechas a mano para evitar los procesos de fábricas. Estos procesos de manufactura originan algunas prendas de vestir como bolsos, abrigos, camisas, sombreros, accesorios, etc.

**Título: Utilización de Productos Recicladados en el Hogar**



**Fuente:** (INEC, 2010).

Preferencias de los jóvenes guayaquileños en relación a los productos sustentables.- Al analizar a los jóvenes guayaquileños de las diferentes clases sociales se observa que en cualquier grupo ven el vestuario sustentable como una alternativa de moda positiva a seguir. A pesar de ello, los jóvenes no siempre utilizan este tipo de vestimenta, pues algunos argumentan que no siempre este tipo de artículos "combinan" con el tipo de ropa que llevan puesto y otros por otra parte, establecen que los precios en algunos casos son poco accesibles. Por lo general, con este tipo de productos los jóvenes no se preocupan por la marca sino por la combinación de colores y cabe recalcar que tanto los hombres como las mujeres tienen tendencias de moda que dependen de la época.

Los jóvenes aprovechan la bisutería artesanal para acompañar sus prendas como modo de indicar nacionalismo, uno de los colores de pulseras y bolsos más vendidos en la vestimenta sustentable son el amarillo, azul y rojo (colores de la bandera del Ecuador), sin embargo, la gran mayoría de las veces son pura moda o novelería del momento. Muchas veces este tipo de vestimentas sustentables, son utilizadas en temporadas playeras.

**Título: Buena práctica ambiental.**



Fuente: (INEC, 2010).

Si bien es cierto, algunos mercados en el centro de esta ciudad venden este tipo de productos a menor precio, es también un hecho que el valor en algunos casos es muy alto, debido a que el proceso de elaboración de este tipo de artículos sustentables es verdaderamente trabajoso. Los jóvenes guayaquileños señalan que no siempre tienen el dinero para realizar la compra de estos productos, pues su economía depende de sus padres en algunos casos y de sus parientes en otros.

**1.6. Concepto de sustentabilidad.-** Si se analiza el concepto de sustentabilidad este contiene varias definiciones según los diferentes autores, por ejemplo unos establecen que sustentable hace referencia a todo aquello que produce cambios que benefician al ambiente como resultado de las acciones de las acciones de una empresa (Idiem, 2012). Asimismo, se considera a la sustentabilidad como la característica que combina la socio economía y ecología, ayudando a mantener un equilibrio entre las diversas necesidades del ser humano y la conservación de los distintos recursos naturales y sus ecosistemas que serán para de las futuras generaciones (Guerrero).

Según la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo tres objetivos básicos por cumplir (Secretaría de ambiente y desarrollo sustentable de la nación ). El primero es que todo lo que se asocie con sustentable debe ser ecológico, es decir, representar el estado natural de los ecosistemas. Cuando se habla de sustentabilidad se hace una referencia a que los entornos no deben ser ultrajados sino mantener sus atributos principales, por lo que su esencia es lograr tener una supervivencia largo plazo. Por otro lado, los productos o servicios sustentables deben ser económicos, por lo que promueven una economía productiva ya que concientizan a las personas sobre la cultura del ahorro promoviendo el re-uso de las cosas, evitando así desperdicios. Y el último objetivo que poseen este tipo de productos es el social, por lo que el de brindar beneficios a los distintos grupos sociales es una características. Así como también se preocupan por crear nuevas actitudes positivas hacia los diferentes cambios mundiales (1992).

**1.7. Variables para medir la sustentabilidad.-** Existen algunas variables para medir la sustentabilidad con referencia en la Ecología. Primero son las variables que caracterizan la integridad ecológica, por ejemplo el océano, agua dulce, suelo, productividad biológica, entre otros. Además existen otro tipo de variables que se relacionan con las necesidades del ser humano, es decir, que caracterizan las aspiraciones Humanas como alimento, agua, salud, vivienda. El combustible y diversidad cultural también ingresa dentro de este tipo de variables.

Según una web especializada en todo lo referente a desarrollo sustentable y sus productos, establece que los productos sustentables son aquellos que durante todo el proceso de producción utiliza los recursos naturales, humanos y económicos de la manera más eficiente, inteligente y responsable; asegurando que las generaciones futuras puedan disfrutar de ellos (Las paginas verdes , s.f.).

También es significativo recalcar la diferencia entre los términos sustentable y sostenible, pues ambos suelen usarse como sinónimos. La diferencia entre ambos está en que el desarrollo sustentable tiene como objetivo principal proteger ante todo los recursos de la naturaleza, sin importar las necesidades sociales, políticas, entre otras. Por otra parte, los productos o servicios sostenibles buscan satisfacer las necesidades sin perjudicar el medio ambiente.

En fin, es necesario que se tenga una conciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente por lo que la sustentabilidad es una gran opción. El desarrollar productos sustentables permite crear conciencia en la mente de las personas, pues la sustentabilidad tiene como objetivo satisfacer las necesidades del ser humano sin dejar de proteger los recursos naturales y el medio que los rodea.

Debido a una de las características de ciertas sociedades, el consumismo, se analizó las preferencias en la ciudad de Guayaquil sobre una categoría en particular, la vestimenta sustentable. Se concluye que el pensamiento verde está creciendo y los jóvenes lo han tomado como una moda pero debido al poco poder adquisitivo que la mayoría de los jóvenes presentan en cualquier estrato social, por ser dependientes de sus padres o representantes, se debe indicar que hecho que cualquier joven pueda comprar algo sea este o no sustentable, está sujeto a la economía familiar. No depende del poder económico que los jóvenes adquieran productos sustentables, depende del gran o poco poder adquisitivo que tienen sus padres.

Los jóvenes guayaquileños no se preocupan por obtener mayor responsabilidades, sin embargo, si se los notan bastante preocupados por la apariencia y apropiada composición de colores, los cuales dependerán del estilo que cada individuo tenga o adopte dependiendo de la moda o tendencia de la época. Los objetos con gran afluencia son los accesorios, los mismos que sirven para combinar sus atuendos cotidianos, que generalmente están presentes en el hogar, colegios y eventos sociales o de recreación. Habitualmente los accesorios son sombreros, boinas, pulseras, collares, billeteras, carteras, entre otros. Estos son generalmente elaborados a mano y con productos reciclables. La recurrencia de este tipo de artículos sustentables es mayor en actividades grupales, pues se desea lograr aparentemente mayor nacionalismo.

El gusto de los jóvenes es muy marcado por colores fuertes y llamativos, tienen poca preferencia por el consumo de calzado o camisetas que opten por indicar un nacionalismo marcado. Los jóvenes guayaquileños para este tipo de productos no graban una distinción por marcas sobre todo en accesorios pero si lo hace en prendas de vestir sin importar de qué clase social descienda.

El estilo de vida de los jóvenes de esta sociedad, se marca por las tendencias y por la moda, pero también es cierto que el joven guayaquileño sin importar su clase social, está limitado al momento de escoger una prenda sustentable artesanal.

### **Bibliografía**

- I. Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo . (1992). Río de Janeiro, Brasil .
- II. *Desarrollo sustentable* . (s.f.). Obtenido de <http://uptparia.edu.ve/documentos/DESARROLLO%20SUSTENTABLE.pdf>
- III. Durán, G. (s.f.). *Medir la sustentabilidad: indicadores económicos, ecológicos y sociales*. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/ec/jec7/pdf/com1-6.pdf>

- IV. *Economía y Sustentabilidad* . (s.f.). Obtenido de <http://herzog.economia.unam.mx/profesores/gvargas/libro1/cp25des.pdf>
- V. Evia, M. J. (5 de Agosto de 2013). *Expoknews Comunicación de sustentabilidad y RSE*. Recuperado el 19 de Junio de 2015, de 15 FRASES INTERESANTES SOBRE SUSTENTABILIDAD.: <http://www.expoknews.com/15-frases-sobre-sustentabilidad/>
- VI. Gorbachev, M. (2002).
- VII. Guerrero, L. (s.f.). *Vida Verde*. Recuperado el 2 de Julio de 2015, de ¿Qué significa sustentabilidad?: <http://vidaverde.about.com/od/Vida-Verde101/g/Que-Significa-Sustentabilidad.htm>
- VIII. Idiem. (2012). *Catalogo Verde 2012*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de [http://www.catalogoverde.cl/buscador/documentos/1198\\_Modulo02.pdf](http://www.catalogoverde.cl/buscador/documentos/1198_Modulo02.pdf)
- IX. Lama, D. (12 de Agosto de 2013). Recuperado el 19 de Junio de 2015, de 15 FRASES INTERESANTES SOBRE SUSTENTABILIDAD.: <http://stbdeacero.com/2013/08/12/15-frases-interesantes-sobre-sustentabilidad/>
- X. *Las paginas verdes* . (s.f.). Recuperado el 2 de Julio de 2015, de <http://laspaginasverdes.com/>
- XI. Onaindia Olalde, M. (2007). *Sostenibilidad Ecológica*. Obtenido de [http://www.ehu.eus/cdsea/web/rm\\_documents/Milenio/MasInformacion/FS-1-4%202007.pdf](http://www.ehu.eus/cdsea/web/rm_documents/Milenio/MasInformacion/FS-1-4%202007.pdf)
- XII. Rodríguez, C. (2002). *Diseño de indicadores de sustentabilidad* . Obtenido de Instituto Nacional de Ecología: [http://www.inecc.gob.mx/descargas/cuencas/ind\\_sust.pdf](http://www.inecc.gob.mx/descargas/cuencas/ind_sust.pdf)
- XIII. Secretaría de ambiente y desarrollo sustentable de la nación . (s.f.). *Tercera Comunicación Nacional* . Recuperado el 18 de Junio de 2015, de <http://www.ambiente.gob.ar/>
- XIV. *Sobre el desarrollo sustentable*. (s.f.). Obtenido de [http://www.suagm.edu/umet/cedes/pdf/presentacion\\_des\\_sust.pdf](http://www.suagm.edu/umet/cedes/pdf/presentacion_des_sust.pdf)
- XV. Vegara, J. (s.f.). *Las distintas concepciones de la sostenibilidad económica. Los problemas centrales*. Obtenido de [http://www.mediambient.bcn.es/cas/down/masu2\\_4.pdf](http://www.mediambient.bcn.es/cas/down/masu2_4.pdf)