

## **Capítulo 1 — Introducción y Metodología de Investigación**

Los mercados de moda tienen un comportamiento muy poco convencional. En primer término se trata de un mercado de lujo en el que se intercambian bienes referenciales más que bienes de consumo y por lo tanto el precio, el diseño, la distribución el proceso de compra, la mercadotecnia y la publicidad siguen una dinámica que no es compatible con la de los bienes de consumo comunes. Hay una serie de instituciones como las casas de moda, los medios y las cadenas de distribución que los hacen muy complejos. En esta tesis mi propósito es hacer una revisión una de la literatura acerca de la moda de la alta costura, identificar la teoría más completa y aplicarla a un caso en México.

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Los mercados de moda tienen un comportamiento muy poco convencional. En primer término se trata de un mercado de lujo en el que se intercambian bienes referenciales más que bienes de consumo y por lo tanto el precio, el diseño, la distribución, el proceso de compra, la mercadotecnia y la publicidad siguen una dinámica que no es compatible con la de los bienes de consumo comunes; es muy complejo ya que en él coexisten e interactúan muchas variables, económicas, psicológicas, sociológicas y ambientales, entre otras (Sproles, 1981). Su complejidad también reside en las actitudes y comportamiento de los consumidores, que también se ven influenciados por distintas variables principalmente sociales y culturales, al optar por una moda en específico.

La moda tiene distintas definiciones, según Sproles. Es considerada un fenómeno del comportamiento humano y existen muchas teorías sobre la moda y su funcionamiento, ya que la moda se encuentra dentro de un ambiente dinámico (Pesendorfer, 1995) En el que el juego entre consumidores y diseñadores marca las tendencias de la moda y la aceptación de un diseño o producto, por un determinado mercado. Así que el interés en esta área de conocimiento reside en que existen varios

modelos que tratan de analizar el funcionamiento de las modas a través de los ciclos de vida de ésta, determinados por todos los factores mencionados anteriormente.

El mundo de la moda se caracteriza por permanecer en un ambiente cambiante, en el que los diseñadores deben de responder con rapidez a las exigencias de los consumidores y reconocer los momentos adecuados para el lanzamiento de nuevas modas para definir tendencias (Cholachatpinyo, A *et. al*, 2002). En la moda, existen varios actores que conforman el sistema de la moda, entre ellos están los pioneros de la moda, los seguidores, los medios, los canales de distribución, las casas de alta costura (Caulliez y Chanterau 2002, basado en Grau, 2000). Todos ellos, forman un sistema complejo digno de analizarse.

El mercado de la moda ha sido visto a través de los tiempos como un icono de diferenciación y un producto de lujo, entre grupos sociales: Existen líneas de moda para distintos tipos de consumidores y a su vez para satisfacer distintas necesidades. Como por ejemplo el hecho de que los diseñadores y las casas de modas hayan decidido diversificar su línea de productos, al ofrecer ropa a distintos segmentos de mercados, como uno de los más recientes el *prêt a porter*, mismo que ha servido como estrategia de internacionalización de los diseñadores de las distintas firmas (Moore, C. *et. al*, 2000).

También podemos hablar de que dentro de la industria de la moda es necesario conocer las razones por las cuales los consumidores eligen una moda o estilo en específico, ya que es necesario saber que a pesar de que la moda se encuentra en constante cambio, gran parte de los líderes de opinión, también conocidos como los pioneros de la moda, pueden permanecer en las tendencias clásicas de moda, alargando los ciclos de vida del “producto” y por consiguiente el espacio entre una innovación y otra, por parte del diseñador (Evans, M. 2001).

En este estudio es importante destacar que la moda es un fenómeno global (Moore, C. *et. al*, 2000), pero las tendencias y los ciclos de moda, los marca cada país de distinta manera; es por esto que en base a la existencia de teorías y modelos de la moda generalizados, considero prudente hacer un estudio de caso, específicamente en México. Este es un país sumamente diverso, de contrastes y del cual no existen muchos escritos sobre la situación actual del sistema de modas. Pretendo enfocarme en algún diseñador mexicano en específico con el fin de verificar si existe alguna relación con las teorías propuestas, en aspectos tales como el comportamiento de sus consumidores y los ciclos de vida. A su vez, encontrar lo que sucede en el sector mexicano de la moda. Todo esto para poder ilustrar el fenómeno mexicano de la moda, su influencia, y resaltar las particularidades que surjan de este caso en específico para complementar todo el análisis que hacen las teorías anteriores.

En esta tesis mi propósito es hacer una revisión de la literatura acerca de la moda de la alta costura, identificar la teoría más completa y aplicarla a un caso en México; tratando de plantear las bases de la teoría de la moda, y demostrar la dinámica particular, efectuada en el mercado mexicano de la moda de alta costura.

## **1.2 Objetivo General**

Identificar la teoría de la moda más completa y aplicarla al caso de un diseñador mexicano de la moda de alta costura.

## **1.3 Objetivos Específicos**

- Explicar quiénes son los actores y como se da el proceso de la moda.
- Mencionar cuáles son las teorías más relevantes de la moda.
- Determinar un sistema o modelo de la moda que pueda ilustrar el funcionamiento del mercado.

- Estudiar el funcionamiento del sistema de la moda en México mediante el caso del diseñador mexicano y evaluar si es aplicable o no al modelo determinado.

#### **1.4 Justificación**

La utilidad que se generará al realizar este proyecto reside principalmente en el poder visualizar de manera mucho más clara la dinámica que lleva el sistema de la moda mexicano en cuanto al sector de la Alta Costura, mismo que es prácticamente desconocido por la industria de la moda mundial, al menos en registros escritos y en la mayor parte de la literatura, se conoce muy poco sobre el mercado de la moda mexicano y su potencial como industria para competir a nivel nacional y mundial. Considero que este estudio servirá a la industria mexicana de la moda y a sus diseñadores en el sentido en que puedan conocer más a fondo si las teorías generales de la moda son aplicables a su situación en particular y si otorgan un determinado valor a sus operaciones, o por el contrario, si no pueden añadir valor ya sea por razones culturales, geográficas, o de la visión de lo que el mercado de la moda mexicano atiende y tiene como fin en México y el mundo.

#### **1.5 Alcances**

En base a las teorías de la moda establecidas, sobre los ciclos de vida de la moda y los tiempos de innovación, se va a mencionar y a estudiar la estructura del sistema de la moda en general y en México, de manera que se pueda conocer el funcionamiento y la dinámica que se da entre los integrantes de este sistema.

En la presentación del caso se va a hacer un estudio exploratorio conciso con el fin de comparar las teorías con la situación de la moda de la alta costura en México.

#### **1.6 Limitaciones**

En este estudio no se va a analizar la situación de la moda en Latinoamérica porque resulta irrelevante para lo que se pretende alcanzar, pues el caso en específico en

México, es lo único que se busca comparar. Hacer un estudio en Latinoamérica implica una diversidad de estudios para los cuales no se cuenta con el tiempo disponible además de que no implica un solo sistema de la moda, sino varios. No se pretende hacer un análisis exhaustivo, en el cual se proponga un modelo nuevo para su utilización en México, simplemente se busca ilustrar la problemática existente, con un único caso de un diseñador limitándonos únicamente al sector de la Alta Costura.

### **1.7 Organización del Documento**

En el capítulo dos, encontraremos a los actores de la moda tales como, los pioneros, los imitadores, las casas de alta costura, las empresas de distribución, los medios de comunicación, las instituciones de alta costura, los pronosticadores y los grupos financieros.

En el capítulo tres, se presentarán las teorías sociológicas de la moda de alta costura más importantes, dentro de las que se encuentran: la teoría de la moda de Kotler, las perspectivas de la imitación y diferenciación, la teoría de la selección colectiva y el liderazgo multicultural, esquema de los cinco pasos, teoría de la innovación del diseño y ciclos de la moda. Además se finaliza el capítulo con conclusiones importantes el apartado de ciclos de moda que agrupa todos estos modelos.

En el capítulo cuatro, se analiza el sistema de la moda de las empresas de la industria, se revisan el diseño de Alta Costura, el sistema de producción y el papel de *outsourcing* en la industria de la moda, diversificación de bienes de lujo y su papel como impulsores de la moda, sistema de distribución y las cadenas de tiendas, publicidad, *holdings*, se finaliza con algunas conclusiones.

En el capítulo cinco, se abordará el Sistema de la Moda en México, abarcando a los diseñadores, las casas de costura, las empresas distribuidoras, y el sistema de la moda en México a través de la aplicación del sistema de la moda planteado en el

capítulo anterior, que mediante el caso de MACARIO JIMÉNEZ se verá si la industria mexicana está o no al nivel de la industria de la moda por excelencia, la europea.

### **1.8 Introducción a la Metodología**

Como ya se mencionó al inicio del capítulo, el objetivo de esta investigación es encontrar la teoría de la moda que mejor describa los siguientes fenómenos; el funcionamiento de la moda y los mercados de moda y una vez identificada aplicarla al caso de un diseñador de alta costura mexicano.

La moda es un fenómeno complejo, de comportamiento poco convencional, por consiguiente, difícil de analizar, especialmente porque es un fenómeno del comportamiento humano, en el cual entran en juego muchas variables, mismas que interactúan en un ambiente que cambia continuamente.

Es por esto que el diseño de investigación seleccionado para este proyecto debe de englobar todos los requerimientos especiales de información sobre este fenómeno económico, sociológico y psicológico.

La metodología a utilizar es el método histórico comparativo, el cual representa una fusión de la comparación histórica y la “*grounded theory*” (Corbin y Strauss, 1994), misma que se explicará a continuación, así como los procedimientos y pasos a seguir para la realización del proyecto.

### **1.9 Metodología de Investigación**

Es importante recalcar, que el presente proyecto se dará a través de una metodología de estudio de caso específico, de carácter cualitativo, misma que permitirá la formulación de teorías, que junto con el apoyo de datos secundarios y la recopilación de datos primarios permitirá un mejor entendimiento del fenómeno de estudio.

Se utilizarán fuentes de información secundarias externas, provenientes de artículos científicos y académicos referentes a la moda y a sus mercados, también algunas fuentes de Internet serán necesarias, especialmente para la documentación del caso, especialmente en relación a informes financieros.

Se busca que la recopilación de datos primarios tenga lugar a través de entrevistas de profundidad con el diseñador de la casa de Alta Costura, en este caso Macario Jiménez, a la fecha, se realizará una única entrevista. Se utilizará también el apoyo de la documentación proporcionada por la casa de costura del mismo.

Será una investigación que tomará en cuenta sólo un único caso de estudio, que como ya se mencionó anteriormente, estará enfocado en la moda de alta costura en México específicamente de una casa de moda de alta costura y de un diseñador mexicano, Macario Jiménez, mismo que creemos puede ser aplicable a otros casos de alta costura en México, haciendo los debidos ajustes.

### *1.9.1 Grounded Theory*

La *grounded theory* es útil para describir, explicar, y desarrollar teorías sobre fenómenos, principalmente de carácter social, se utiliza ampliamente en campos sociológicos complejos.

“Partiendo del hecho de que un fenómeno no es concebido como estático, sino por estar en un cambio continuo como respuesta a las condiciones cambiantes, un componente importante de este método es construir el cambio, a través del proceso, dentro del método...” (Corbin y Strauss, 1990, p.5)

“La *grounded theory*, busca no solo descubrir condiciones relevantes, sino determinar como los actores responden a las condiciones cambiantes, y las consecuencias de sus acciones” (Corbin y Strauss, 1990, p.5)

Esta teoría ayuda a tener un cierto grado de pronóstico sobre un fenómeno, dadas ciertas condiciones específicas (Ídem).

El objetivo de utilizar esta metodología es el poder entender mejor el fenómeno de la moda y de sus mercados así como construir ciertas proposiciones teóricas en base a la información recabada.

Corbin y Strauss (1990), plantean el método de la grounded theory para hacer investigación cualitativa.

La recolección de datos en la grounded theory proviene de distintas fuentes. Entre ellos se obtienen de entrevistas y observación y también pueden provenir de cualquier otra fuente, mismos que se pueden codificar de la misma manera que las entrevistas y las observaciones. (Corbin y Strauss, 1990, p.5)

Los grounded theory establece los siguientes principios y procedimientos para la recolección de datos y análisis:

- Desde un principio los procesos de recolección de datos y el análisis, están interrelacionados, ya que establecen que el investigador inicia con ciertas preguntas acerca del fenómeno que le servirán posteriormente para la observación, lo cual “permite captar todos los aspectos relevantes del tema tan pronto como sea posible” (Corbin y Strauss, 1990, p.6)
- Los conceptos son las unidades básicas de análisis, ya que un dato es únicamente un “incidente o una actividad observada y reportada”, los conceptos son dados por eventos o hechos que son probables indicadores de la existencia del fenómeno. Un concepto se convierte en tal, cuando adquiere relevancia, presentándose continuamente durante la investigación, ya sea en la entrevista u observación del fenómeno y cuando se presenta como una condición, acción, o



consecuencia; también cuando no se presenta, y permite formular la pregunta de por qué no aparece, puede convertirse un unidad de análisis.

- Los conceptos que propician un mismo fenómeno se agrupan por categorías; los conceptos son los medios de integración de categorías, aunque los conceptos sean distintos, “representan actividades dirigidas hacia un proceso similar”. “Un concepto se debe de desarrollar más en términos de las dimensiones y propiedades del fenómeno que representa, las condiciones que lo propician, la acción o interacción a través de las cuales se manifiesta y las consecuencias que produce” (Corbin y Strauss, 1990, p.8). Al realizar preguntas sobre las categorías, obtienen un carácter exploratorio y gracias a esto se pueden conformar las teorías (Ídem).
- Técnicas de muestreo su representatividad es de conceptos, no de unidades, del fenómeno sujeto a estudio, sus propiedades, dimensiones y variaciones observación, consistencia de conceptos. El investigador debe de buscar el lugar donde el fenómeno es más o menos intenso, para la realización de su estudio (Ídem).
- Comparaciones continuas en incidentes de acuerdo a sus similitudes y diferencias, lo que da como consecuencia, mayor precisión y permite la subdivisión de un concepto original en dos diferentes conceptos, o en una variación del primero.
- Identificación de patrones o variaciones en el fenómeno
- El proceso debe dar pie a la construcción de una teoría de acuerdo a los cambios encontrados en el fenómeno en relación a condiciones constantes.

- Se sugiere el uso de memos durante la formulación y revisión de la teoría en el proceso de investigación, porque permite mantener el registro de los cambios que ocurren en el proceso de análisis.
- Desarrollo y verificación continua de hipótesis sobre la relación de categorías durante el proceso de investigación, para corroborar que la evidencia del fenómeno de estudio es correcta, de acuerdo a lo que se presenta en las entrevistas, observaciones y documentos de investigación.
- Es bueno contar con el punto de vista y aportaciones de otros investigadores o colegas, se dice que esto enriquece el estudio y evita su parcialidad.
- Análisis de condiciones estructurales más extensas, se refiere a que hay que tomar en cuenta no solo las condiciones mismas que afectan directamente al fenómeno y se reflejan en él, sino todas las demás que lo afectan, como pueden ser condiciones económicas, culturales, etc. No es apropiado referirse a estas condiciones como un soporte o un antecedente para explicar el fenómeno, por el contrario, se deben de demostrar los vínculos entre las condiciones, acciones y consecuencias de las mismas.

Los tipos de codificación de la grounded theory son tres: codificación abierta, codificación axial y selectiva (Corbin y Strauss, 1990).

### *1.9.2 Aplicación de la Metodología al Proyecto de Investigación*

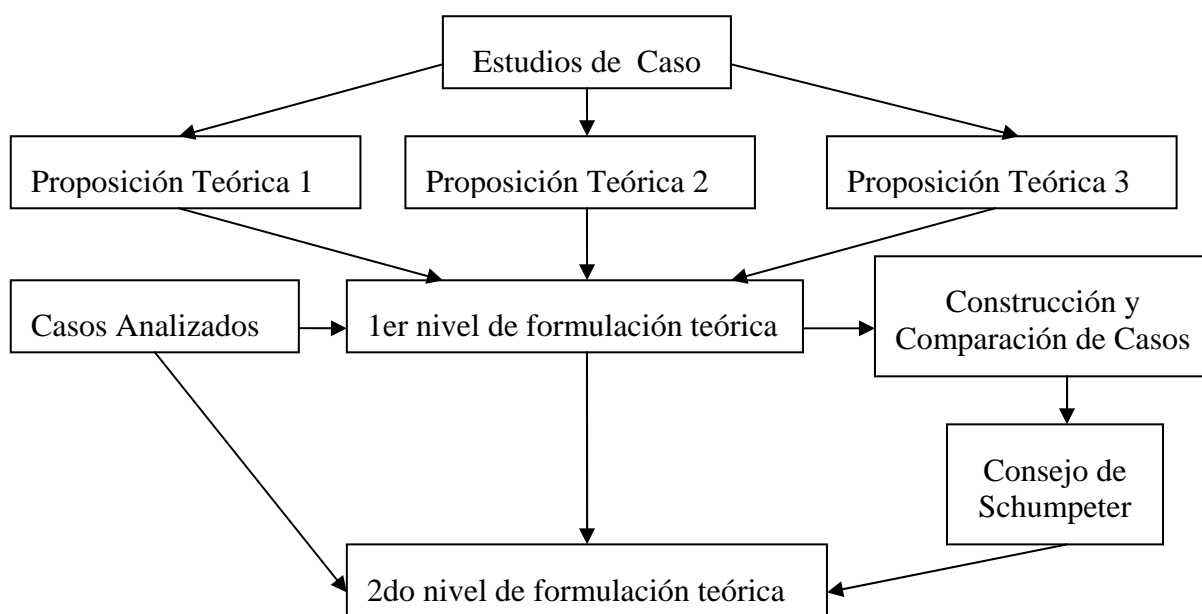
La historia es útil en el análisis, puesto que presenta registros de eventos anteriores y permite construir teorías más generales.

Se realiza un análisis comparativo de estudios de caso previos, con esto se crean distintas proposiciones teóricas, dando como resultado el primer nivel de formulación teórica.

Se refinan las teorías formuladas en el primer nivel y se realiza una ronda más análisis de casos, de los cuales se hace un análisis comparativo de similitudes y diferencias, para la construcción de un segundo nivel de formulación teórica.

Para la construcción de un segundo nivel de formulación teórica, el economista, Joseph Schumpeter (1949), sostiene que se requiere del soporte de “literatura secundaria sobre características y fenómenos empresariales que contienen información, que, al examinarla y modificarla con hipótesis definidas en mente, nos acercarán a nuestra meta” (cf. Buendía 2000, citando a Schumpeter, 1949)

**Figura 1. Método Histórico Comparativo**



Fuente: Buendía, Fernando, (2000). The Economics of Increasing Returns, the Size of the Firm, Industrial Concentration, and Technological Competition Tesis Doctoral, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Montreal, Quebec Canada.

Para esta tesis el método histórico comparativo, se conforma en el primer nivel, a través del estudio comparativo de las propuestas teóricas anteriores, sobre los actores de la moda, las teorías de la moda de alta costura, el proceso de la moda, junto con el

enfoque de innovación en el diseño y los ciclos de vida de la moda de Wolfgang Pesendorfer (1995), en la primera ronda.

El segundo nivel de formulación teórica se obtendrá mediante la revisión y mejora de las premisas del primer nivel y se compararán los resultados de este segundo nivel, con el estudio de caso específico del diseñador, Macario Jiménez, y/o casa de alta costura mexicana.

Los resultados y conclusiones de esta tesis, serán apoyados por modelos gráficos que expliquen los hallazgos obtenidos durante la investigación así como la utilización de tablas de información para ilustrar el proceso de investigación de manera clara y facilitar su comprensión.