

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



EL ALGODON Y SU INCIDENCIA EN LA MODA

DIRECTOR DEL SEMINARIO DE INVESTIGACION
L. A. E. FERNANDO CAMPOS S.

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

Que para obtener el Título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A N

ALBERTO AGUILAR GUTIERREZ
JOSE ANTONIO ALVAREZ HERNANDEZ
JESUS IGNACIO GUTIERREZ OLIVARES
DAVID ADRIAN GUTIERREZ OROPEZA
JOSE LUIS JIMENEZ RODRIGUEZ
ARTURO EDUARDO LAZCANO ABARCA
NORBERTO LOMELI FAJARDO
EVARISTO SANCHEZ DE LOS SANTOS

México, D. F.

1977

8540



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A NUESTROS MAESTROS

En reconocimiento a su esfuerzo y entrega por habernos proporcionado los conocimientos e inculcado con su ejemplo un desarrollo profesional.

A NUESTROS COMPAÑEROS

**Y A LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO.**

INDICE GENERAL

PREFACIO	1
OBJETIVO	4

CAPITULO I

EL ALGODON Y SU HISTORIA	6
--------------------------	---

- . HISTORIA DEL ALGODON
- . CLASES DE ALGODON
- . INDUSTRIA DEL ALGODON
- . USOS DEL ALGODON

CAPITULO II

EL VESTIDO Y SU HISTORIA	11
--------------------------	----

- . EL INVENTO DE LA COSTURA
- . EL PRINCIPIO DE LAS MODAS
- . LOS GRIEGOS
- . LOS ROMANOS
- . MODAS DEL NORTE DE EUROPA
- . ORIENTE
- . ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
- . AMERICA LATINA
- . LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN MEXICO
- . PARTICIPACION DE LAS FIBRAS ARTIFICIALES Y NATURALES

CAPITULO III

DISEÑADORES	41
-------------	----

- . RELACION ENTRE LA MODA Y LA TELA A USAR
- . FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL DISEÑO DE LA MODA
- . IMPORTANCIA DE LAS CARACTERISTICAS DE LAS TELAS EN EL DISEÑO DE LA MODA
- . EL USO DE TELAS DE ALGODON EN LA MODA
- . TENDENCIA DE LA MODA
- . MODA INTERNACIONAL
- . EL MERCADO DEL OCIO

CAPITULO IV

FABRICANTES

56

- . PRINCIPALES TIPOS DE TELA QUE UTILIZAN LOS FABRICANTES
- . INFLUENCIA QUE EJERCEN LOS CONSUMIDORES EN LA DECISION SOBRE EL TIPO DE TELA QUE DEBEN UTILIZAR LOS FABRICANTES
- . INFLUENCIA QUE EJERCEN LOS DISEÑADORES DE MODAS EN LA DECISION SOBRE EL TIPO DE TELA QUE DEBEN UTILIZAR LOS FABRICANTES
- . ¿LA MODA IMPONE LA TELA, O POR EL CONTRARIO, LA TELA IMPONE LA MODA?
- . OPINIONES DE LOS FABRICANTES SOBRE LO QUE PRINCIPALMENTE BUSCA EL CONSUMIDOR
- . CONSIDERACIONES SOBRE SI HAN SIDO DESPLAZADAS LAS TELAS - DE ALGODON
- . FACTORES QUE DETERMINAN EL USO DE PRENDAS DE VESTIR HECHAS A BASE DE ALGODON
- . TENDENCIA QUE SEGUIRA EL ALGODON EN RELACION A LA FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR
- . OPINIONES DE LOS FABRICANTES SOBRE SI EXISTE O NO CONCIENCIA POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES CON RESPECTO AL TIPO DE TELA CON QUE ESTAN HECHAS LAS PRENDAS DE VESTIR.
- . TENDENCIA DE LA MODA EN CUANTO A LA UTILIZACION DE UN CIERTO TIPO DE TELA

CAPITULO V

DISTRIBUIDORES

64

- . TIPO DE ROPA QUE VENDEN
- . OPINIONES DE LOS DISTRIBUIDORES SOBRE LO QUE BUSCAN LOS CONSUMIDORES AL COMPRAR SUS PRENDAS
- . OPINIONES DE LOS DISTRIBUIDORES SOBRE SI TIENEN O NO CONCIENCIA LOS CONSUMIDORES CON RESPECTO A LAS CARACTERISTICAS DE LAS TELAS
- . CONSIDERACIONES DE LOS DISTRIBUIDORES SOBRE LA IMPORTANCIA QUE LE DA EL CONSUMIDOR AL TIPO DE TELA CON QUE ESTAN HECHAS LAS PRENDAS DE VESTIR
- . OPINIONES DE LOS DISTRIBUIDORES SOBRE LAS PRINCIPALES CARACTERISTICAS QUE BUSCA EL CONSUMIDOR AL COMPRAR LAS PRENDAS DE VESTIR
- . PROMOCION QUE REALIZAN LOS FABRICANTES DE PRENDAS DE ALGODON
- . ¿RECALCAN LOS FABRICANTES DE PRENDAS DE ALGODON ALGUNA CARACTERISTICA EN ESPECIAL?

CAPITULO VI

CONSUMIDORES

71

- . IMPORTANCIA DEL TIPO DE TELA CON QUE ESTAN HECHAS LAS PRENDAS DE VESTIR
- . QUE BUSCA EL CONSUMIDOR AL COMPRAR SUS PRENDAS DE VESTIR
- . CONOCIMIENTO DE LAS CARACTERISTICAS DE LAS TELAS CON QUE ESTAN HECHAS LAS PRENDAS DE VESTIR
- . TIPOS DE TELA QUE BUSCA EL CONSUMIDOR AL COMPRAR SUS PRENDAS DE VESTIR
- . ¿HA SIDO DESPLAZADO EL ALGODON POR LAS FIBRAS SINTETICAS?
- . ¿ES INDISPENSABLE EL ALGODON EN LAS PRENDAS DE VESTIR?
- . PRINCIPALES PRENDAS HECHAS A BASE DE ALGODON
- . ¿EXISTE UN TIPO DE TELA SALUDABLE AL CUERPO?
- . CONOCIMIENTO DE LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS PRENDAS HECHAS A BASE DE ALGODON
- . RAZONES QUE INDUCEN AL CONSUMIDOR A COMPRAR PRENDAS O ARTICULOS HECHOS CON ALGODON

CAPITULO VII

. CONCLUSIONES GENERALES	80
. RECOMENDACIONES	
. APENDICES	86
. DESARROLLO DEL SEMINARIO	87
. APENDICE I	89
. APENDICE II	101
. APENDICE III	111
. BIBLIOGRAFIA	120

P R E F A C I O

Actualmente México se ha visto fuertemente afectado por la sustitución que ha tenido el algodón por las fibras sintéticas en la confección de prendas de vestir, siendo esta fibra natural uno de los principales cultivos del país. Por tal motivo se ha desarrollado el presente estudio de Opiniones y Actitudes con el fin de detectar los puntos de vista de los "Diseñadores", que crean la "Moda" a través del análisis de necesidades e impulsos del mercado; los "Fabricantes" que con sus recursos humanos, materiales y técnicos convierten en realidad las ideas y creaciones de los Diseñadores, los "Distribuidores" que con su actividad esencial, son fuente potencial en la difusión de los productos creados por los "Fabricantes", y los "Consumidores" que respondiendo a una de sus necesidades básicas, como es el vestido, buscan alcanzar a la vez de un satisfactor, la autorrealización y aceptación en la sociedad, ya que una buena presentación crea el impacto necesario para que el individuo alcance el logro de sus objetivos.

Dado que los textiles sirven para satisfacer la necesidad básica humana de vestirse, la situación y concentración del mercado correspondiente es una consecuencia de la distribución de la población.

El nivel de consumo, es decir, la capacidad media del mercado, depende del nivel y distribución del ingreso disponible. Aquí es generalmente aplicable la ley de Engels,

según la cual cuanto más bajo sea el ingreso monetario familiar, mayor será el porcentaje de ese ingreso invertido en alimentación y a continuación en ropa.

Con el crecimiento de la población, el mercado tiende a expandirse. Es decir, existe una proporción directa en el aumento de la población con el del mercado.

El objetivo fundamental de la investigación de Opiniones y Actitudes es determinar el "por que" del comportamiento de los consumidores.

Las actitudes representan una expresión de como sienten las personas acerca de ciertos factores. Raramente son todos positivos o negativos en cuanto a una situación de distribución dada. Así, es necesario decidir que segmento del mercado tratar de influir. Puesto que las actitudes se encuentran en un constante estado de flujo, hay que obtener sondeos repetitivos al nivel consumidor para describir tendencias importantes. Las actitudes son realmente puntos de referencia que los consumidores utilizan para evaluar nuevas ideas y además sirven como base para acción. A menudo los consumidores no se dan cuenta de estos puntos de referencia porque están profundamente arraigados en el subconciente de su mente... Las sensaciones, los sentimientos y las emociones, son hechos importantes sobre los cuales aprende, principalmente en su relación --

con la publicidad.

Las imágenes están íntimamente ligadas a las sensaciones y consisten en cuadros mentales que se forman como consecuencia de algún estímulo... Los motivos son otra cuestión con la que tiene que lidiar el investigador. -- Ellos son complejos y cualquier comportamiento humano es probablemente el resultado de una combinación de motivos. Con frecuencia el consumidor no se da cuenta de los verdaderos motivos que le conducen a un comportamiento. Además si se percata de ellos, puede hallarlos y por ello tratar de racionalizarlos. Las satisfacciones del "yo" es un motivo importante, ya que todo individuo está tratando constantemente de obtener la aceptación social de ser "diferente" o de satisfacer sus ambiciones. Los motivos están unidos a las actitudes, las suposiciones, las sensaciones y las imágenes. El investigador necesita información sobre todas esas materias si ha de comprender el comportamiento en relación con la venta de un producto.

O B J E T I V O

El objetivo primordial de esta investigación es el de terminar si el Algodón ha sido sustituído, desplazado o complementado por las fibras sintéticas; si son de importancia para el consumidor las telas con que están hechas las pre-

das de vestir; las características que busca el consumidor al comprar las prendas; si la tela la imponen diseñadores y - fabricantes o el consumidor la pide; la influencia que tiene el diseñador de modas; y la influencia que puede tener el público consumidor sobre la misma.

Este estudio se realizará en base a los conocimientos conceptos e inquietudes de:

- a) Diseñadores
- b) Fabricantes
- c) Distribuidores
- d) Consumidores

En el desarrollo del estudio se pretende llegar a -- conclusiones que nos permitan recomendaciones encaminadas - a incrementar la participación del Algodón en el mercado de prendas de vestir.

C A P I T U L O I

El Agodón y su Historia.-

La fibra del Algodón es la más importante de las utilizadas en la industria textil, tiene un torcido natural que facilita su hilado, no requiere preparación mecánica ni tratamiento químico, se lava bien y es más resistente que la de lana.

Por lo consiguiente, el Algodón es uno de los materiales básicos para el vestido y muchas telas industriales. Millones de personas viven en el mundo de actividades relacionadas con el cultivo del Algodón y con sus industrias.

El algodón se viene usando hace más de 3 000 años. Quince siglos a. de J. C. se cultivaba ya en la India y se fabricaban telas con sus fibras. Mil años más tarde los Chinos tejían telas de algodón. En esa época no se conocía en Europa, donde la lana era la fibra textil común.

Cuando los europeos tuvieron las primeras noticias -- del algodón, lo describían comparándolo con la lana. En -- el siglo V. a. de J. C. el historiador griego Herodoto escribía acerca de un país del Asia (posiblemente China) en donde "Los árboles cargan lana". Fué Alejandro Magno -- quien introdujo el algodouero en Europa en el siglo IV a. de J. C. Por muchos años, y después de que el uso del -- algodón era ya común en Europa, se insistía en llamarlo -- "Lana de Algodón ".

En un principio no muchos europeos podían llevar ropa hecha por telas de algodón, pues las telas resultaban -- caras. Sólo los ricos podrían darse el lujo de vestirse -- con este material cómodo y fresco.

Cuando Cristóbal Colón intentó llegar a la India, una de las riquezas que esperaba encontrar además de oro y especias era el algodón. Otros exploradores que llegaron -- después a América, como Hernán Cortés y Francisco Pizarro, -- encontraron también que los naturales hilaban y tejían el algodón, del que hacían hermosas telas. El Nuevo Mundo, --

pues, fué también cuna de esa preciada fibra textil.

Clases de Algodón:

El algodónero que hace muchos siglos se cultivaba en China, la India y países vecinos es una variedad artística no cultivada en otras regiones. Su fibra es corta y distinta de los algodones correspondientes a las especies del hemisferio occidental. El algodónero de las Antillas es la variedad Sea Island, que da una fibra larga y resistente y semillas negras, escurridizas, que se pueden separar fácilmente de las fibras. Por desgracia el algodónero -- Sea Island no puede cultivarse extensamente por ser muy -- vulnerable a los ataques del insecto llamado "Picudo".

Una variedad muy parecida a la Sea Island es el algodón "Egipcio", nativo de América Central, propagado hoy -- día muy especialmente en el valle del Nilo, en Egipto.

También se cultiva esta variedad en el Suroeste de -- los Estados Unidos Americanos y en la América del Sur. -- Uno de los mejores tipos del algodón egipcio se llama -- "Pira".

Los colonizadores ingleses encontraron en la región -- Este de América del Norte un tipo de algodón nativo llamado "Upland", de fibras más cortas que la variedad Sea Island. Principiaron a cultivarla en Virginia allá por el año 1650. Hilaban la fibra para hacer medias y aún tejían para su --

propio uso telas un tanto burdas. Sin embargo, no les resultaba lucrativo cultivarlo en gran escala para venderlo a los manufactureros ingleses y de Nueva Inglaterra debido a que tenía muchas semillitas grises, bien adheridas a las fibras, y la única manera de separarlas era quitárselas a mano. Esto resultaba antieconómico. Hoy resulta más fácil y barato de cultivar y es la variedad que más se ha propagado en el mundo.

Industria del Algodón.-

Con las fibras del algodón se fabrican telas. El perfeccionamiento de las máquinas empleadas en el hilado y tejido del algodón ha abaratado considerablemente las telas y las ha puesto al alcance de todo el mundo.

Por muchos años estuvo Inglaterra a la cabeza de la industria de tejidos de algodón, pero para 1953 el orden de importancia de los principales países manufactureros de tales tejidos era ya el siguiente: Estados Unidos, India, Japón, Reino Unido, Brasil, Alemania y Egipto.

Usos de las telas de Algodón

La fabricación de artículos de algodón es parte importante de la industria de tejidos. Los géneros de algodón pueden ser blanqueados o teñidos. Unas veces se tiñe el algodón antes de hilarse. Otras, se tiñe la hilaza,

como en el caso de la guinga, o bien son las propias telas las que se tiñen, ya en tono uniforme, ya imprimiéndoles un dibujo por medio del estampado. A las telas de algodón se les pueden dar también brillo mediante un proceso de merce rización.

La clase de telas de algodón varía mucho en cuanto a la malla, el peso y los usos a que se destinan.

Los tejidos de algodón pueden ser muy abiertos, como las gasas para vendajes, o muy cerrados, como las telas empleadas para forrar aeroplanos y globos; tan sutiles como los que se usan para vestir un bebé, o tan resistentes y -toscos como la lona de una tienda de campaña. Impermiabilizados, sirven también para fabricar paraguas e impermeables.

Las fibras, la hilaza y los géneros de algodón tienen otros muchos usos industriales, tales como la fabricación - de lonas para neumáticos, telas especiales para encuadernación, etc.

C A P I T U L O I I

El Vestido.-

La protección que la ropa proporciona al hombre ha hecho posible la extensión del género humano sobre la mayor parte de la superficie terrestre.

Sin embargo, observando con cuidado la indumentaria que se usa en las distintas regiones habitadas por el hombre, pronto se puede llegar a la conclusión de que no se lleva aquella exclusivamente con la finalidad de obtener protección contra los rigores de la naturaleza (la severidad del clima, las picaduras de los animales, las espinas de las plantas, etc.), sino con fines de adorno y, en la mayoría de las sociedades, también para ocultar ciertas partes del cuerpo que no se consideran modesto exhibir.

Aunque las mencionadas finalidades -
son de orden general, y se aplican -
de una manera u otra a todos los gru
pos, existe una gran variedad en el
vestido de los diferentes pueblos.

El Invento de la Costura.-

Los principios del arte de la costura se remontan a los antiguos cazadores de la edad de hielo, cortaban estos en pedazos las pieles de los animales que cazaban y después cosían aquellos para formar unos toscos vestidos que los protegían contra el frío. El hombre primitivo inventó unos raspadores de piedra para desollar a los animales y también unos punzones del mismo material para hacer los agujeros -- por los que pasaban las tiras de cuero que habían de unir los pedazos de piel.

Un invento verdaderamente notable fué la aguja con ojo. Poco a poco fué el hombre aprendiendo a curtir las pieles y a suavizar el cuero.

No se han conservado hasta nuestra era dichos vestidos de piel, pero se han encontrado agujas con ojo, así como diversos botones y hebillas de un tipo primitivo, en las cuevas de la edad de piedra de Europa Central. Algunas de las agujas más largas y delgadas están hechas de los huesos de las patas de algunas aves. Otras se hacían de marfil y son tan finas que casi se podrían utilizar para coser un traje moderno. En algunas regiones se hacían vestidos de hierba o de hojas entrelazadas.

El corte y la costura se siguieron perfeccionando a través de los siglos, por lo general con miras de prote^g

ción contra el frío. Empero, en los países cálidos, como defensa contra el calor, se idearon prendas muy holgadas, - las que comenzaron a utilizarse tan pronto como se inventó el arte de tejer en las regiones que rodean al Mediterráneo.

El Principio de las Modas.-

En el cercano Oriente y en los países que comparten la civilización occidental, cada época histórica se ha reflejado en el vestido. Fueron las modas egipcias las más antiguas de que tenemos noticia. Los hombres de alta jerarquía social usaban túnicas largas y delgadas encima de un taparrabo que les llegaba hasta las rodillas. Los trabajadores y los esclavos sólo usaban taparrabo, faldilla o calzoncillo.

Las mujeres se cubrían con una larga falda sostenida por uno o dos tirantes que pasaban sobre los hombros. -- Solían ponerse una túnica bordada, de material muy fino, - ajustada mediante un cinturón. Las mangas se añadieron - después, aunque al principio sólo cubrían el brazo izquierdo.

Los altos funcionarios y los ricos solían llevar lujo sas prendas y joyas. Por lo tanto señalaba el vestido - el rango del individuo. Tal ocurría también en Babilonia, Siria y Persia. En dichos países las prendas se parecían

mucho a las egipcias, aunque por lo general se empleaban telas de lana que resultaban más pesadas.

Los pantalones se comenzaron a usar en Persia desde tiempos bastante lejanos, y los llevaban tanto los hombres como las mujeres. Los Hebreos de ambos sexos se vestían en forma muy semejante.

Los habitantes prehistóricos de la Isla de Creta se distinguieron en el arte de la costura. Aventajaron en el corte y la costura a cualquier otro pueblo de la antigüedad. No se hicieron prendas con tanta maestría en el arte del vestido de la Europa Occidental hasta los siglos XIV y XV de nuestra era, o sea unos 3 000 años después.

Los Griegos.-

No se advierte cambio alguno en el vestido de los griegos durante varios siglos. Hombres y mujeres usaban el chitón (que después se conoció con el nombre de túnica), tela de forma rectangular que se plegaba sobre la persona y se sostenía con alfileres. Había dos tipos de chitón, el dórico y el jónico. Por lo general eran las túnicas dóricas de lana y no cubrían los brazos. Las jónicas que al principio se hacían de lino y más tarde de algodón, se arreglaban por medio de alfileres de tal manera que formaban una especie de mangas.

Los hombres adultos usaban el Himati6n, capa que se plegaba conforme al gusto del individuo, lo que se consideraba un verdadero arte. Las mujeres y los j6venes tambi6n usaban el himati6n para salir a la calle. Los guerreros- y los que tenian que llevar una vida activa usaban la clámide, capa que les llegaba hasta las rodillas. Los hombres de la clase inferior sólo llevaban la túnica, por lo general sujeta al hombro derecho, dejando el izquierdo aldescubierto. Hombres y mujeres calzaban sandalias.

Los colores preferidos para las túnicas y los chitones eran: púrpura, rojo, azul y amarillo. El himati6n -- era generalmente blanco. Se usaban telas de lana, de lino, de seda y más tarde de algodón. Al principio prestaban los griegos especial atención a los pliegues del vestido, pero más tarde, buscan sobre todo la riqueza del material, la sencillez del corte y la perfección en la manera de ostentar el corte o la prenda.

Los Romanos.-

En tiempos del imperio, los romanos inspiraban su ropa en los modelos griegos. Los varones usaban la toga en lugar del himati6n. La toga era un manto pesado de lana, y por ley, tenía que ser blanca. Las mujeres usaban la - estola, que se parecía mucho al chit6n griego con una manga corta que se formaba ajustando la tela al antebrazo por medio de alfileres.

Hombres y mujeres usaban la túnica. Esta se hacía de dos piezas de material de lana cosidas arriba y a los lados, de modo que la prenda pareciera un camisón de mangas cortas, ajustado por medio de un cinturón. Se conocía el rango de la persona que usaba la tela por unas tiras entretejidas, o bien sobrepuestas, que en ella se ostentaban. - Una banda de color púrpura distinguía a los senadores romanos. Otra, más angosta, señalaba a los funcionarios -- públicos.

Los romanos calzaban zapatos de cuero fino, con adornos de oro y plata. Durante una época sólo a las mujeres se les permitía usar zapatos verdes, amarillos o blancos.

Se empleaban generalmente telas de lana o de lino y los romanos se fijaban sobre todo en la blancura del material y en la elegancia de los pliegues. Para los romanos, como los griegos, el vestido ideal consistía en una sola pieza, sin cortes ni costuras. La prenda de este tipo todavía se usaba entre los árabes quienes la llamaban haik.

Cuando se inició la decadencia de Roma se puso de moda una indumentaria más complicada, que persistió durante la época bizantina. Las prendas se hacían de telas más lujosas y de mayor costo, pero se cosían y ostentaban más bordados que los que se acostumbraban en la época clásica.

Modas del Norte de Europa.-

Las robustas tribus germánicas sólo hacían uso del vestido con fines de protección y prestaban poca importancia en la manera de exonerarlo. Por lo general llevaban los hombres unos pantalones muy ceñidos a las piernas y una túnica con mangas largas y que sólo cubría parte del talle.

Las mujeres usaban túnicas y tanto aquéllas como los hombres tenían una capa cuadrada, rectas y pequeñas, que se sujetaban al frente o al hombro derecho con una hebilla. La ropa era de lana, los colores brillantes y teñidas a cuadros o rayas. Con el transcurso del tiempo, según avanzaba la edad media, se mezclaron los estilos de los romanos y los bárbaros.

Las mujeres siguieron usando túnicas, pero con muchas modificaciones.

Los guerreros que regresaban de las cruzadas trajeron consigo las sedas y los terciopelos del oriente. Ejercieron estos materiales gran influencia sobre la indumentaria de la época. El surkot del siglo XIII surgió de una prenda que llevaban los cruzados encima de sus armaduras. En vez de velo circular que venían usando las mujeres como tocado alrededor de la cabeza apareció el griñón. Paños de lino o de seda ajustados sobre la cabeza y en torno de la garganta, las monjas continúan aún usándolas, aunque al

go modificados. Para entonces se había extendido el uso de los pantalones por casi todo el occidente.

Durante los siglos XIV y XV se acentuó el deseo de lucir mayor variedad en los colores y en la calidad de las telas.

Las mujeres de dicha época favorecían el talle estrecho y las faldas de amplio vuelo, y empezaron a usar corsés. Se puso muy de moda usar la ropa que hacía juego con el escudo de la familia. En tiempos de la reina Isabel de Inglaterra se crearon las gorgueras almidonadas y plegadas. Tanto los hombres como las mujeres ostentaban finos encajes y joyas. Las cinturas se estrechaban todavía más y surgieron los mariñagues. Estos desaparecieron a principios -- del siglo XVIII y en su lugar surgieron los fondos ajustados cubiertos por amplias y graciosas faldas las que se usaban con un corpiño muy ceñido, provisto de mangas largas o bien hasta el codo pero con pliegues de encaje. En esa época los pantalones de los varones se ajustaban a la rodilla por medio de cintas.

En tiempos de Oliverio Cromwell se puso de moda en -- Inglaterra el vestido sobrio de los puritanos y no apareció el estilo frívolo hasta el reinado de Carlos II, bajo -- Luis XV de Francia los trajes se volvieron rígidos y ceremoniosos y perdieron todo su encanto.

Oriente.-

Cuando China era todavía un imperio, los hombres de - calidad usaban túnicas bordadas, de seda u otro material - rico, que les llegaba hasta los tobillos. Los bordados - que lucían en el frente y en la espalda de la túnica, indi - caban el rango y el empleo de la persona. Los príncipes - y los ministros lucían bordados ovalados; los mandarines, - cuadrados. Un pájaro celeste indicaba que la persona te - nía un empleo público, un animal salvaje, que quien lo lle - vaba pertenecía al ejército o a la marina. Las mujeres se vestían de modo parecido y ostentaban en sus vestidos los mismos bordados que sus maridos. Las mujeres del norte - de China usaban pantalones y blusa recta y corta, las del - sur llevaban generalmente faldas.

Los colores, lo mismo que los dibujos, tenían un sig - nificado en tiempos del imperio. El rojo era el símbolo - de la alegría. El blanco era considerado de luto, y el - amarillo estaba reservado para la clase alta, aunque en la actualidad puede ser llevado por cualquier persona. El - azul no tiene significado alguno y las personas de pocos - recursos lo usaban por ser el tinte más barato.

En la India, los vestidos siguen indicando la casta - a la que pertenece el individuo. Los trajes de los hom - bres varían desde un sencillo calzón o taparrabo, hasta la de un lujoso ropaje. Cualquiera de las castas se cubre -

la cabeza con un turbante. El traje de la mujer consiste en una faja ancha y larga de la tela que se envuelve alrededor del cuerpo que cubre también la cabeza. A esta prenda se le llama también Sari.

Estados Unidos.-

Los peregrinos que abandonaron Inglaterra por razones religiosas y llegaron a Plymouth, Massachusetts en 1620, llevaban vestidos muy similares a los que entonces estaban muy de moda en la Corte de Jacobo I de Inglaterra. Más tarde tuvieron, sin embargo, que introducir varias modificaciones en su indumentaria para adaptarla a las condiciones de vida del nuevo mundo. Después arribaron los puritanos de la compañía de Massachusetts, aristócratas ricos y educados. Carlos I ocupaba entonces el trono de Inglaterra, y los puritanos siguieron la lujosa moda de la época. El traje generalmente no era de colores sobrios, como a menudo se cree: gustaban el gris, el rojo y aún el anaranjado.

A mediados del siglo XVIII el jubón fue transformándose en casaca. Al mismo tiempo aparecieron los chalecos, las corbatas, las pelucas y las hebillas de los zapatos.

A principios del siglo XVIII las mujeres ya habían empezado a usar miriñaques en las faldas, y aún las niñas lo llevaban.

Las señoras de la Colonia llevaban peinados altos y empolvados, faldas anchas acolchadas y unas toscas de encaje o de fina gasa, que estuvieron de moda casi medio siglo. Los jóvenes acaudalados usaban toda clase de adornos, guantes, abrigos, chalecos bordados y botones de oro y plata. Los vestidos de las niñas eran tan lujosos y complicados como los de sus madres. Los señores del sur mandaban traer los brocados y damascos más finos y caros que se podían conseguir en Inglaterra. Los trajes de los hombres eran tan ricos como los de las mujeres.

América Latina.-

Es posible reconstruir la historia del traje en ciertas regiones de América Latina durante la época anterior al descubrimiento del Nuevo Mundo, gracias a la multitud de figurillas de barro que se han conservado y las esculturas y diseños de los códices.

Los dos centros de alta costura que los españoles encontraron a su llegada fueron el imperio de los incas y el de los aztecas, pues otras civilizaciones aborígenes, como la maya, habían desaparecido o se encontraban en plena desintegración. Empero los españoles encontraron en las suntuosas cortes de los señores de México y del Perú lujosos vestidos, adornados con plumas y joyas de oro y piedras preciosas en cantidades casi increíbles.

El vestido del indígena contrastaba con el del español. El primero usaba la ropa holgada y cómoda, éste, en cambio, usaba en su vida cotidiana pesadas corazas en campana y calurosos terciopelos y sedas. A ambos, sin embargo, les agradaba el color.

Los indios americanos usaban, por lo general, un taparrabo, faldilla o pañoleta de algodón que, atado a la cintura, bajaba en dos puntas, una hacia adelante y otra hacia atrás, para cubrir la entrepierna. Esta indumentaria para los nobles y sacerdotes se hacía de finísimas plumas; usaban también una especie de capa con hermosos dibujos pintados o formados con plumas las que ataban sobre un hombro. Pueden verse muchos de estos diseños en los antiguos códices. Calzaban sandalias que variaban según la región. Se cubrían la cabeza, unas veces con turbantes, y otras con complicados tocados de plumas.

Los conquistadores españoles que llegaron a América representaban todas las clases sociales, pero había gran proporción de gente de condición modesta, así, no todos lucían las cotas de malla y las armaduras llamadas corazas; de éstas se quejaban continuamente cuando salían a los trópicos, puesto que se calentaban mucho los metales y ésto solía afectarles los riñones. Los conquistadores más pobres sustituían las cotas de malla por las llamadas normandas,

que eran unas túnicas de cuero o gamusa, acolchadas y reforzadas con grandes cabezas de clavos. Tanto unas como otras servían de protección a las flechas de los indígenas.

Ya en los primeros barcos que salieron de España a la conquista de América venían algunos sastres. En aquel entonces sus tijeras eran más grandes que las de los sastres actuales y tenían un pequeño resorte. Usaban dedales de bronce, hueso o cuero. Las agujas se hacían en Toledo, - del mejor acero. Estas agujas fueron muy codiciadas por la población indígena.

Los primeros sastres que se introdujeron en América trajeron las mangas anchas ceñidas al puño y los jubones - con acuchillados, plegados con exageración en los hombros y en los codos.

Hasta mediados del siglo XVI los gabanes fueron prenda de uso general, pero más tarde se consideraron propios de los doctores. Los estudiantes los usaban en forma de - capa redonda, colgadas del hombro izquierdo. En el siglo XVII fue el atavío de los jueces en Nueva España.

En el siglo XVI, las demás llevaron grandes faldas, - sayos, avantales y aljubas; capas con capuchón, marlotas, - balandranes, tabardos y mantos de Oriente.

En América, se fabricaban ricas telas desde mucho -

antes que llegaran los españoles al Nuevo Mundo. Los tintes que se empleaban para teñirlas se difundieron por el resto del mundo después del descubrimiento. Empero, durante el siglo XVI, las modas tenían poco de original, pues -- eran importadas y la distancia hacía que llegaran con retraso. No obstante, en la clase medio criolla, el vestuario, aunque con influencia europea, tomó características propias.

El hombre usaba a principio de siglo juboncillos ajustados, pantalón corto, de seda o de terciopelo oscuro, con acuchillados blancos y medias de seda que sustituyeron a las de lana; a esto hay que agregar la capucha con borla y la gorra, hecha de la misma tela que el vestido.

También en el siglo XVI nace la costumbre de usar ropa negra para los actos de etiqueta, que llega al colmo de la exageración en las aparatosas pompas fúnebres del tiempo, a pesar, de haber sido prohibidas por la Real Cédula del año 1493.

En el siglo XVIII, tanto en España como en las Colonias se hizo sentir la influencia de las modas Francesas, con motivo de la boda del rey Carlos II con María Luisa, sobrina de Luis XIV rey de Francia. Como protesta de la pérdida de la Golilla, se comenzaron a alargar las capas que antes sólo alcanzaban hasta la rodilla, y que luego se arrastraban por el suelo. Surgieron los populares Chambergos, ---

sombreros que llevaban baja el ala de su parte delantera. - La enérgica prohibición de este traje, por parte del rey -- Carlos III, provocó verdaderos motines callejeros, y el monarca en represalia, dispuso que el chambergo sirviera como distintivo para los verdugos y los pregoneros. Igualmente sobresalieron en las modas de dicho siglo las enormes pelucas. Al mismo tiempo se impuso el rebozo, que sigue llevándose hasta la fecha.

A principios del siglo XIX llegó a México el barón Alejandro Von Humboldt, luciendo pantalón claro, lo que sorprendió mucho a la sociedad, puesto que se consideraba que dicha prenda sólo la debían llevar las personas de condición humilde. Los grabados antiguos comprueban que, aunque todos los países de la América Latina resintieron la -- influencia de las modas europeas, conservaron muchas prendas, que aunque derivadas de España en última instancia, se consideraron como propias del Nuevo Continente.

La Industria del Vestido en México (1)

En su origen el vestido fue confeccionado en México,-- en talleres familiares, ya que era común que las amas de casa confeccionaran la ropa necesaria de la familia.

La primera etapa fue de tipo industrial, como por --- ejemplo, podemos citar las sastrerías, las cuales confeccionaban ropa sobre medida. Estos pequeños talleres empleaban maestros cosedores de prendas de vestir.

Fue sólo hasta fines del siglo pasado cuando empezaron a establecerse pequeños talleres que distribuían ropa a tiendas y mercados.

La industria del Vestido tuvo su verdadero inicio durante la Segunda Guerra Mundial, ya que nuestro país fue requerido para fabricar grandes cantidades de ropa, destinados a los ejércitos de los países beligerantes.

Una vez terminada la guerra, la Industria del Vestido tuvo que introducir su producto en el mercado nacional, iniciándose así la fabricación de prendas en serie tanto para dama como para caballero, utilizando métodos y técnicas -- eficientes.

En la actualidad existen en el país 9,739 fábricas y - talleres de ropa.

(1) Cámara Nacional de la Industria del Vestido.

El hecho de que existan fábricas y talleres trabajando clandestinamente hace imposible presentar un cuadro real de su producción, ya que no se puede controlar oficial y/o particularmente el volúmen de prendas que estos talleres -- producen.

La Cámara Nacional de la Industria del Vestido, ha -- llevado a cabo campañas para lograr que estos fabricantes - e industriales, regularicen sus situación ante autoridades fiscales, laborales y de seguridad social.

Tomando como base las fábricas y talleres cuyo control está al alcance de la Cámara Nacional de la Industria del -- Vestido, manifestamos los siguientes datos, (IX Censo Industrial de 1970):

- 1.- La Industria del Vestido representa una inversión de \$ 4,797,591.000.00
- 2.- La producción bruta anual está calculada en - - - \$ 7,133,799,000.00
- 3.- El número de empleados y trabajadores es de - - - 97,517 personas.
- 4.- En lo que se refiere a sueldos, salarios y prestaciones sociales las 97,517 personas recibieron durante todo el año la cantidad de \$ 1.384,496,000.00

5.- En lo que se refiere a materia prima y auxiliares, combustibles y lubricantes, energía eléctrica y otros gastos, ascendió a la cantidad de - - - - -
\$ 2,959,206,000.00

6.- Hasta el 31 de Diciembre de 1970, se tenía un capital invertido de \$ 4,797,591.000.00

7.- Y el valor agregado de su producción era de - - - -
\$ 7,133,799,000.00

Los datos anteriores nos dan una idea, de la importancia que para la economía nacional tiene la Industria del Vestido.

La Industria del Vestido en México fabrica toda la gama de prendas de vestir, ya sea sobre medida o frabricada -- en serie.

El desarrollo ascendente que ha tenido esta Industria ha sido lograda gracias, al conjugado desarrollo de las industrias pesadas con el crecimiento de las industrias ligeras, como es la Industria Mexicana del Vestido.

Esto quiere decir que tanto el sector privado como el sector público se encuentran empeñados a lograr el crecimiento económico así como el desarrollo económico.

Debemos reconocer que en esta lucha que libran las - fuerzas nacionales por crear un país más próspero y de economía sana, intervienen factores deformadores que impiden - la buena marcha de nuestro desarrollo industrial. Así nos encontramos con una injusta distribución del ingreso nacional que deprime gravemente el mercado doméstico; por otra - parte una gran desproporción entre las actividades de tráfico y especulación y las de producción de bienes de consumo - y capital, que desequilibran más aún la economía nacional; - otra acción deformadora la constituyen las inversiones ex- - tranjeras directas, que se encuentran siempre subordinadas - al servicio de la economía matriz. Además dichas inversio - nes se concentran cada vez más en campos en los que compiten y desplazan al capital nacional, en vez de cubrir nuestras - deficiencias financieras, como sería de desearse. La gra- - vedad de esta deformación es más trágica y palpable si se -- consideran sus efectos descapitalizadores.

Siendo claro que la Industria del Vestido tiene su --- principal proveedor de materias primas en la industria tex- - til, conviene decir que en la medida en que ésta se desarro- - lle y fortalezca, podrá surtir efectiva y oportunamente la - demanda de telas e implementos textiles necesarios para la - confección de ropa. Los propios industriales de la Indus- - tria del Vestido han reclamado numerosas veces y en todos los tonos que la industria textil no se moderniza con la rapidez

que las necesidades nacionales lo requieran, y que si persiste una producción textil baja en cantidad y en calidad, los fabricantes de ropa no tan sólo no podrán satisfacer debidamente la demanda interior, sino que además se cierran las posibilidades para que nuestros productos y artículos de vestuario compitan en el mercado internacional ganando posiciones que mejoren el comercio exterior de México.

La Industria del Vestido contaba hacia 1930, en México, sólo con fábricas que confeccionaban ropa para mujeres-hombres y niños y ropa de trabajo para obreros. Posteriormente aparecen las fábricas de medias y calcetines, de trajes para hombres y de camisas. Simultáneamente al proceso de diversificación de la industria, se ha presentado, cada vez más acentuado, el paso del pequeño taller artesanal a la fábrica moderna; si bien este cambio está lejos de terminar debido a la fragmentación de los inversionistas en grupos con capitales reducidos.

Con objeto de hacer un análisis más concreto de esta industria, contemplaremos su desarrollo con los cuadros descriptivos que se disponen para los años 1950, 1960 y 1970.

Aunque se observará que las clases industriales que se consideraron en cada uno de los años enunciados no corresponden del todo, creemos que en general han sido tomados los datos que más nos interesan.

PRINCIPALES CARACTERISTICAS POR CLASE DE ACTIVIDADY VALOR DE LA PRODUCCION BRUTA TOTAL EN MILLARESDE PESOSDATOS REFERENTES A 1950

<u>CLASES INDUSTRIALES</u>	<u>NO. ESTABLE CIMENTOS</u>	<u>PERSONAL OCUPADO</u>	<u>PRODUCCION</u>	<u>CAPITAL INVERTIDO</u>
Confección de ropa para Hombres, Mujeres y Niños	1,346	8,273	148,066	63,193
Camiserías	243	3,766	69,417	35,635
Trajes para hombres	3,386	9,752	103,874	35,499
Ropa para Obreros	433	5,643	68,668	39,096
Sombreros para mujer	16	46	448	155
Sombreros y cachuchas para hombre	309	1,353	22,484	10,139
Fajas y portabustos	29	361	6,944	2,975
Corbatas, pañuelos, ligas, etc.	23	229	5,659	3,143
Galonerías y pasamanerías	13	321	3,535	2,601
Guantes	15	225	3,024	1,366
Chamarras y prendas de vestir de cuero, piel, o sucedaneos	14	71	3,060	834
Abrigos y prendas de vestir, con pieles de pelo	19	249	8,062	6,574
Boneterías	177	2,513	71,616	34,931
Medias y calcetines	157	5,827	108,561	86,596

Para los datos de 1960 y 1970, por razones de comodidad, utilizaremos la clave usada por el VII Censo Industrial, que es la siguiente:

<u>CLAVE No.</u>	<u>RAMA INDUSTRIAL</u>
2321	Fábrica de medias y calcetines
2322	Fábrica de sweters
2323	Fábrica y acabado de tejidos de artículos de punto no especificados
2421	Confección de ropa exterior excepto-camisas
2422	Confección de camisas
2423	Confección de ropa interior no de -- punto
2424	Confección de ropa interior para mujeres
2425	Fábrica de reparación de sombreros
2427	Producción de guantes, pañuelos, corbatas, galoneras y pasamanerías.

De esta manera las catorce clases industriales censadas en 1950 se expresan en 1960 y 1970 a través de nueve ramas industriales. Creemos que en general abarcan ambas las diversificaciones más importantes de la Industria del Vestido, sólo que con captaciones diferentes.

PRINCIPALES CARACTERISTICAS POR CLASE DE ACTIVIDAD Y VALOR DE
LA PRODUCCION BRUTA TOTAL EN MILLARES DE PESOS

DATOS REFERENTES A 1960

<u>CLAVE DE LA RAMA</u>	<u>NO. ESTABLECIMIENTOS</u>	<u>PERSONAL OCUPADO</u>	<u>CAPITAL INVERTIDO</u>	<u>VALOR DE LA PRODUCCION</u>
2321	142	4,813	238,838	179,745
2322	75	1,881	62,337	73,697
2323	328	4,574	162,463	181,319
2421	6,622	17,183	299,854	489,159
2422	231	5,003	63,241	107,687
2423	28	180	1,973	5,983
2424	166	2,703	47,662	108,084
2425	398	1,014	28,740	33,971
2427	48	883	21,720	29,882

NOTA.-

Capital invertido y producción están dados en miles-
de pesos

Fuente.-

VII Censo Industrial 1960.

PRINCIPALES CARACTERISTICAS POR CLASE DE ACTIVIDAD Y VALOR DE
LA PRODUCCION BRUTA TOTAL EN MILLARES DE PESOS

DATOS REFERENTES A 1970

<u>CLAVE DE LA RAMA</u>	<u>NO. ESTABLECIMIENTOS</u>	<u>PERSONAL OCUPADO</u>	<u>CAPITAL INVERTIDO</u>	<u>VALOR DE LA PRODUCCION</u>
2321	181	8,661	723,527	815,218
2322	362	3,808	196,071	231,929
2323	327	9,530	734,638	994,971
2421	8,015	52,979	2,004,042	3,438,352
2422	355	10,589	431,912	746,253
2423	234	6,247	419,530	471,895
2424	87	3,755	184,771	285,604
2425	93	788	34,033	37,340
2427	85	1,160	69,067	112,237

NOTA.-

Capital invertido y producción están dados en miles - de pesos.

Fuente.-

IX Censo Industrial 1970.

Si consideramos a la Industria del Vestido en forma global encontramos que su capital invertido para 1960 era de 926 millones 828 mil pesos, el valor de la producción era de 1209 millones 527 mil pesos. Para 1970 tenemos como capital invertido 4797 millones 591 mil pesos, y el valor de la pro--

ducción fue de 7133 millones 799 mil pesos. Esto indica - que las inversiones de capital crecieron al 19% en promedio y la producción se incrementó también en promedio 17%.

Como la generalidad de las industrias mexicanas, la del vestido presenta una marcada tendencia hacia la centralización; fenómeno que se presenta tanto en la localización de las industrias como en la concentración misma del capital.

A nuestro juicio, la concentración de la Industria del Vestido, se debe fundamentalmente a la concentración de la demanda, la cual se concentra en las zonas urbanas. En efecto una gran proporción de los sectores de la población con ingresos medios radica en las ciudades; por lo que respecta a la población de ingresos muy altos o bien muy reducidos, podemos decir que la demanda de la primera tiende a satisfacerse fundamentalmente a través de la importación, y de la segunda, es sumamente reducida.

En lo que se refiere a la concentración del capital, la situación que guarda la Industria del Vestido es tal, -- que tienden a desaparecer los pequeños negocios con reducido capital y a robustecerse más las grandes empresas. Esta situación debe ser del conocimiento de los pequeños industriales, ya que si la tendencia es su desaparición del mercado, deben procurar asociarse para presentar un frente

unido a la competencia, además, que actuando así ayudarán a la consolidación de la industria.

Podría pensarse que el crecimiento y desarrollo de la Industria del Vestido no es tal, y que los cambios que en ella se realizan sólo corresponden a cambios de la estructura económica y social del país, como sería el crecimiento demográfico, el aumento del poder adquisitivo de la población etc., lo anteriormente dicho se refuta al comparar las cifras que nos dicen que si bien todas las empresas e industrias crecen, entre otras causas, es debido a la acción de los fenómenos antes expuestos, la Industria del Vestido lo ha hecho más aceleradamente que otras de gran importancia para el país como es la industria textil, proveedora de materias primas de la del vestido.

Participación de las Fibras Artificiales y Naturales.-

Las fibras artificiales han venido aumentando paulatinamente su participación en el mercado en deterioro de la posición de las fibras naturales; no obstante, el algodón constituye aún el principal material de nuestras manufacturas textiles. Los productos de fibras artificiales celulósicas, después de un ritmo de incremento acelerado en los primeros años, arribaron a una etapa de desarrollo moderado a partir de 1950, año en que las manufacturas de fibras no celulósicas principiaron a adquirir importancia y a aumen--

tar rápidamente contribuyendo así a mejorar la participación de las fibras químicas en conjunto.

Durante el período de 1950-1967, el consumo de productos de algodón ha mostrado una leve reducción, pasando del 73.9% en 1950 al 69.6% en 1967, y los de lana han presentado pequeñas fluctuaciones, significando 6.9% del total del consumo en los años límites de este lapso.

El algodón es aún la fibra de mayor preponderancia, no obstante la fuerte competencia de las fibras químicas y de que su representación en la estructura de la Producción mundial tiende a declinar, pues de 69.6% en 1950, llegó a ser de 56.9% diecisiete años después. La lana descendió -- del 11.1% al 8.7% en los mismos años. Las fibras celulósicas no variaron, significando poco más del 18% y las no - celulósicas del 0.8% alcanzaron al 16%.

Las fibras químicas han desplazado a las naturales en todos los campos en forma más o menos riqurosa.

Por lo que respecta a productos destinados a vestuario, en 1966, la ropa para niñas y damas, como blusas, conjuntos, faldas, ropa interior. fueron en un 50% confeccionados con fibras artificiales. Un ejemplo relevante se encuentra en la manufactura de medias, para las cuales se utiliza casi exclusivamente el nylon, sustituyendo al algodón y a la seda, cuya utilización fue severamente limitada en -

cuanto aparecieron las fibras poliamídicas.

En la ropa de hombre ha sido menos acentuada esta evolución, pues para el mismo año, las fibras químicas intervinieron en sólo el 24% de las prendas consumidas.

En la ropa interior y de trabajo predomina el algodón, excepto en los calcetines, en que la lana y, en mayor grado las fibras químicas, compiten con el algodón, tendiendo a hacerlo desaparecer. Las camisas en gran parte se siguen elaborando con telas de algodón, pero cada vez es mayor el uso de las fibras sintéticas, ya sea mezcladas o solas.

En el campo de los textiles para usos domésticos, el algodón ha conservado alguna ventaja sobre las fibras artificiales, correspondiendo 50% y 45% respectivamente, ya que son de mayor demanda en el mercado los artículos de esta fibra, tales como manteles, servilletas, sábanas, fundas, colchas, toallas, etc.

Por lo que respecta a usos industriales, el algodón perdió importancia desde la época de la postguerra, en la fabricación de cuerdas para llantas y en algunos otros usos a un grado tal, que para 1966 la proporción de fibras artificiales en la fabricación de artículos industriales llegó al 60% del total.

En resumen la mayor competencia de las fibras sintéticas se localiza en los usos industriales, y la producción - de ropa femenina, siendo menos sensible en ropa masculina y artículos para uso doméstico.

C A P I T U L O I I I

Diseñadores.-

El buen diseño profesional asegura que el artículo resulte en la más feliz combinación de los materiales y técnicas que lo componen, tenga una presentación más atractiva, y así cumpla mejor los propósitos para los que fue concebido.

Consideramos importante mencionar, que en México -- existen pocos diseñadores de moda y que generalmente se -- adopta la moda dictada por los diseñadores internacionales de mayor renombre.

Para obtener la información, se llevó a cabo una entrevista con los señores Pedro Loredó, Esteban Mayo y Julio Chávez, por ser los diseñadores de mayor renombre en nuestro país.

La entrevista la dirigimos con base a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué relación hay entre la moda y la tela a usar?
2. ¿Qué factores intervienen en el diseño de la moda?
3. ¿Hasta qué punto son importantes las características de las telas en el diseño de la moda?
4. ¿Qué opina del uso de telas de algodón en la moda?
5. ¿Ha visto una tendencia especial en la moda?
6. ¿Se recomienda algún tipo de tela a usar debido al diseño y al modelo?

Pedro Loredó.-

1. Puede que un tipo de tela esté a la moda y a la vez un diseño. La creación de un diseño es primero y con

secuentemente se busca un tipo de tela que reúna las características necesarias que requiere el diseño.

2. Principalmente son tres: el clima, la ocasión en que se va usar y la comodidad.

Existen fibras naturales que permiten al cuerpo una mejor transpiración ayudando a la salud.

La lana es una fibra que contiene un mejor aspecto - térmico y le sigue el algodón.

También un factor importante a considerar es la ocasión en que se va a usar dicha moda, pues depende del lugar y la temporada.

Otro factor importante es la comodidad que permite - determinado tipo de moda, como ejemplo tenemos que la mayoría de las mujeres prefieren usar pantalones por su funcionalidad.

3. Son de vital importancia las características de una tela en el diseño de la moda pues se debe escoger una - tela que reúna las características y cualidades adecuadas.

4. El algodón es una fibra natural que contiene cualidades que hasta el momento no han podido obtener las fi--bras sintéticas.

El algodón 100% no tiene limitaciones de fabricación, para cualquier tipo de prendas de vestir, excepto que se -- arruga pero tiene ventajas en el sentido de que es saluda-- ble al cuerpo, además de que puede estamparse en frío. - El algodón mezclado con fibras sintéticas permite dar un me-- jor acabado y un menor costo a las prendas de vestir, evi-- tando así que se arrugue dicha prenda.

Dependiendo de la calidad y el procesamiento que se le da al algodón se pueden obtener infinidad de acabados, - así tenemos que se puede dar un acabado de seda, terciopelo, gabardina, mezclilla, etc.

Las fibras largas de algodón permiten mayor facilidad en su procesamiento, dándole un mejor acabado, mientras que las fibras sintéticas provocan un acabado burdo.

El algodón es necesario en las prendas de vestir, -- debido a las cualidades propias que presenta.

5. Anteriormente cuando se implantaba una moda, toda la gente la usaba. En la actualidad se dice que la moda -- tiende a estandarizarse, ya que la misma persona escoge y -- acepta la moda, que mejor le acomode y le guste.

La moda también tiende a estandarizarse en el senti-- do económico, ya que anteriormente había personas dispues-- tas a comprar una prenda bastante cara, y ahora la gente --

busca el modelo a un precio bajo.

6. Debido al modelo o al diseño si se recomienda la tela que reúna las cualidades del diseño.

Comentarios.-

En Nuestro país no se le da la suficiente importancia al algodón debido a que existe una mala imagen del mismo, ya que mucha gente al hablar de él se imagina la manta.

Es necesario que se realice una campaña promocional- indicando a la gente las ventajas e importancia que tiene. Para que la gente no lo discrimine como hasta ahora, ya que piensa que el algodón es sólo para la gente pobre, y no está enterada de las cualidades que tiene.

Esteban Mayo.-

1. Según el modelo se verá qué tipo de tela es el - adecuado y el conveniente para éste.

La textura de la tela es decisiva para un determina- do diseño.

2. Los factores que intervienen en el diseño de la- moda son:

Ideológicos,

Políticos,

Económicos

Hay un pequeño grupo (élite) que busca en sus prendas el 100% algodón y 100% lana, porque presentan características de mayor salud y comodidad al cuerpo.

Mientras la moda popular busca fibras sintéticas por su comodidad en el lavado y planchado; además que los colores son más firmes y llamativos, lo cual provoca que esta gente piense que tiene una mejor presentación.

Además las fibras sintéticas son mucho más baratas que las naturales. Por el mismo deseo de estar renovando la moda, se impuso la minifalda. Pero después de algún tiempo vieron los productores de telas que no era conveniente, pues disminuyó su volumen de venta.

Viendo esto los productores de telas acudieron a los diseñadores, para que crearan una nueva moda, en la cual hubiera mayor demanda de tela. Se hicieron varios intentos para implantar esta moda, pero los fabricantes de prendas de vestir la rechazaron por la gran demanda que tenía la minifalda.

Ya viendo una vez los fabricantes de prendas de vestir, que el mercado estaba saturado por la minifalda, fue cuando también se vieron en la necesidad de evolucionar la moda. Y así apareció la moda chanel.

Aceptación del consumidor.

La aparición de la minifalda provocó en el público gran aceptación debido a la novedad y que era susceptible a la retina del ojo humano. Al paso del tiempo tanto el hombre como la Mujer se acostumbraron a esta moda perdiendo el impacto que había causado en un principio. Entonces la mujer buscó, por vanidad, la forma de llamar la atención del hombre y aceptó la moda proveniente de París, que es la Chanel.

3. Las características propias de un determinado tipo de tela, son de vital importancia para el diseño de una nueva moda.

El avance tecnológico de la industria textil, ha hecho posible crear por medio de mezclas de fibras, telas con características propias y a un costo más bajo que si se utilizaran telas 100% lana o 100% algodón.

4. Las prendas de vestir 100% algodón han sido desplazadas por fibras sintéticas debido a la gran diferencia de costos y también por la comodidad en el aseo de las prendas. El algodón no podrá ser desplazado en su totalidad, debido a que es necesario en las prendas de vestir, aunque se ha detectado una baja sensible en su demanda.

Resumiendo, podemos decir que el algodón es necesario en las prendas de vestir, ya que por razones de salud --

permite la transpiración del cuerpo, mientras que las fibras sintéticas no tienen estas cualidades.

Debido al costo, firmeza en colores, caída de las -- telas sintéticas, y a las cualidades térmicas que tiene el algodón, se han hecho necesarias las mezclas.

5. La tendencia de la moda está encaminada hacia lo informal, esta tendencia es debida a la ideología de la juventud que quiere romper con los patrones formales que está dejando la generación anterior.

Aquí es donde aparece la mezclilla, dentro de la moda ya que había sido utilizada antes por la clase obrera.

La mezclilla que está siendo utilizada en la actualidad, tiene un mejor acabado; ha dejado de ser aquella mezclilla burda que usaban los obreros.

6. Debido al modelo y al diseño se recomiendan las telas a usar.

Comentarios.-

El pueblo en la actualidad no se ha dado cuenta de - la importancia que tiene el algodón, debido a que se deja - impresionar fácilmente por la vistosidad de las telas sinté - ticas.

Esto se ha hecho debido a que el algodón de mejor calidad se ha exportado, dejando para el consumo nacional el de inferior calidad.

Para impulsar una mayor demanda de algodón es necesario que se dignifique éste y se le dé un apoyo publicitario, argumentando sus características térmicas y de salud.

Es falso que el algodón se deforme con las lavadas, esto sólo pasa con el de mala calidad.

Julio Chávez.-

1. Tanto la moda como la tela, van íntimamente relacionadas; debido a que hay modelos que se diseñan por -- temporadas, y de acuerdo a la temporada, se usa determinado tipo de tela, por ejemplo, en el verano se utiliza el algodón en mayor grado.

2. Comodidad, clima, presentación y la ocasión.

3. Desde que uno tiene la idea del modelo, se está ya pensando en qué tipo de tela se va a usar, por las características que ésta presenta.

4. El algodón es muy saludable, pero tiene el gran inconveniente de que se arruga mucho, además de que con las lavadas encoge y debe plancharse.

Debido a las características del algodón es necesaria su presencia dentro de las prendas de vestir.

5. En la actualidad la moda tiende hacia lo informal funcional y confortable.

Lo informal de la moda no quita presentación al individuo.

6. Debido al modelo y al diseño si se recomienda la tela a usar.

La Moda al Día.-

París.- Hubo un tiempo, demasiado largo, en que los hombres, con el pretexto de sentirse cómodos, no vacilaban en vestirse de cualquier manera, e incluso a veces con descuido. Actualmente, aparte la cohorte de los llamados -- anticonformistas y que se conforman todos con seguir la misma tendencia: "Jeans" desteñidos, camisa hindú, el "Homo 1976" trata de ofrecer un aspecto agradable vistiendo atuendos -- que no tienen nada que ver con los "Sempiternos trajes grises de papá" y sabe mostrarse elegante en todas las circunstancias para un nuevo estilo de vida.

Los estilistas y los sastres se han puesto al diapason. Sin abandonar la fórmula "Gran Sastre" adaptada a la vida moderna, crean por el placer, pero también por la ne--

cesidad (porque cada día hay más hombres que lo piden), modelos concebidos para un nuevo estilo de vida que pronto quedará convertido en un nuevo estilo sin más.

Al lado de los atuendos "Sportwear" que se están desarrollando de manera espectacular, se ve aparecer una nueva generación de atuendos de ciudad cuya concepción está --netamente influenciada por el confort, la relajación, la libertad de movimiento, sin conferir a los que lo llevan un aspecto descuidado.

Así, por ejemplo, Christian Dior ha creado, para la primavera y verano de 1975, una línea llamada ciudad-deporte cuyas principales características son ligereza y flexibilidad. Por su parte, Pierre Cardin presenta la "línea flotante", despegada del cuerpo, libre, sin trabas, que permite una gran libertad de movimiento y se opone a los rigores de la línea tubo. Cerruti bautiza su línea "Speeder". - Se trata de una línea práctica, funcional y al propio tiempo elegante para hombres que siempre van de prisa en todas las cosas.

Debido a que las formas flexibles exigen tejidos ligeros- pero no blandos- se opera una verdadera ofensiva - -- "Woolmark" (pura lana virgen) para la confección de trajes ligeros. La mezcla woolmark (60% de lana virgen y 40% --- poliéster), inarrugable y resistente, permite un pliegue -- permanente y un peso máximo de 370 gramos por metro cuadra-

do. Es la materia ideal para los trajes sin forrar o semi forrados hasta medio cuerpo. Este tejido ha sido estudiado para los que trabajan en los periodos de calor, en oficinas de temperatura sofocante.

Existe igualmente una ofensiva en el frente del "Dacrón", 63 fabricantes de confección europeos han concebido 350 atuendos masculinos de mezclas de lana, algodón, viscosa ó 100% Dacrón en gabardinas, estirados, terciopelos 500 rayas, seersucker (para las chaquetas y los blazer), reps, sargas y tejidos de aspecto "jeans".

De una manera general, los colores son muy claros, y abunda el blanco, tanto en las calles de las grandes ciudades como en la Costa Azul, en Deauville o los balnearios.

Colección Para Hombres.-

La moda sigue su tendencia hacia las simplicidades. Brioni, uno de los sastres más importantes en el mundo, propone para esta próxima temporada, el "Estilo Natural". Su colección abarca siempre las cuatro estaciones, presentándose, por lo tanto, sólo una vez cada año.

Su actual inspiración se basa en lo natural, llevado a la perfección. Una línea genuina, espontánea y desenvuelta.

El colorido preferente es el gris horizonte, que se extiende sobre una gama de tonos "naturaleza" hacia los -- beiges, tostados, verdes y ocres.

Los dibujos de los géneros consisten en pequeñas -- fantasías rayadas al lado de una tela lisa avivada por me-- dio de respuntes y embutidos. Para las próximas estaciones veremos una edición renovada del vestido ajustado, que pro-- porciona a la silueta mayor armonía y equilibrio.

Las camisas van de acuerdo a la línea, dibujo y colo-- rido de los trajes.

El Mercado del Ocio.-

En la mayor parte de los países industrializados, la -- gente dispone de mucho tiempo libre. Pero esto no es más que el principio. En un próximo futuro, con la prolonga-- ción de las vacaciones y la disminución de las horas de traba-- jo, el ocio y la labor se repartirán el tiempo a partes --- iguales. Esto abre varias perspectivas al "mercado del -- ocio" que está llamado a crecer más rápidamente que otros sectores de la economía. En este contexto, el aumento po-- tencial de la prenda sport es considerable.

Es en Estados Unidos donde el ocio y el mercado de -- prendas sport están más desarrollados con una cifra de ne-- gocios estimada en 1972 de cerca de 1.15 billones de dóla--

res. Durante los próximos 25 años, se prevé un incremento del orden del 200 al 400 por ciento.

Examinamos ahora un poco el mercado potencial de las prendas sport en Europa. Suecia, considerada como pionera de las nuevas tendencias, estima que el 13 por ciento del Producto Nacional Bruto (P.N.B.) se gasta en productos y servicios en relación con el ocio. Expresado en dinero, esto representa unos 5 billones de dólares.

Tomando el ejemplo de Suecia, pero adoptando un porcentaje más conservador de un 8 por ciento para el resto de los principales países europeos, cuyo P.N.B. total fué en 1972 de 730 billones de dólares, tendremos que el importe dedicado al mercado del ocio fué de 60 billones de dólares. Esta enorme cifra representa un 50 por ciento más que el total del P.N.B. de Suecia.

¿Qué Entendemos Por Mercado del Ocio?

El mercado del ocio puede ser definido como el que comprende todos los productos y servicios a disposición de la gente fuera de sus horas de trabajo. En este grupo entran todos los deportes, incluida la navegación, los viajes, el camping. Pero este mercado engloba asimismo la fotografía, la radio, discos, cassettes, televisión, etc. Todas estas actividades tienen su influencia sobre el comercio y

así vemos ya aparecer tiendas especializadas en bricolajes y otros aspectos de la vida al aire libre.

Todo indica que el consumo total de prendas de vestir no va a aumentar de un modo importante si no es función del crecimiento de la población, pero gracias al mercado del ocio, el apartado de prendas sport tendrá una gran demanda dentro del comercio general de las prendas de vestir.

En el curso de los 3 últimos años, el consumo del traje informal en Europa aumentó en un 16 por ciento, los pantalones en un 61 por ciento, los "jeans" en un 62 y los blusones y cazadoras en un 31 por ciento. Se calcula -- que para 1980, en Alemania, el 50 por ciento de todas las prendas de vestir serán de tipo deportivo.

Du pont ha descubierto la gran potencialidad del -- mercado del ocio y se esfuerza en agrandar la posición de su fibra "Dacrón", por sus ventajas de larga duración, resistencia y facilidad de lavado y planchado. No hay duda de que dicho mercado es hoy uno de los más atractivos y de los que ofrecen mayores posibilidades de ampliación.

C A P I T U L O I V

Fabricantes.-

Poseedores de recursos humanos, materiales y técnicos, convierten en realidad las ideas y creaciones de los diseñadores, con el fin de satisfacer las necesidades y/o deseos de los consumidores.

Se diseñó un cuestionario estructurado -no disfrazado, con preguntas de opción múltiple, bicotómicas y algunas abiertas, con el fin de obtener una información más completa.

(ver apéndice I).

De los resultados obtenidos se aprecia que el tipo de tela que con mayor frecuencia es utilizado por los fabricantes, es el Poliéster 100% posteriormente la mezcla 80% poliéster 20% algodón, el algodón 100%, la mezcla 65% poliéster 35% algodón, y así sucesivamente.

También se observó que los fabricantes utilizan más de dos tipos de tela en la fabricación de prendas de vestir, que un 70% de los fabricantes utiliza telas compuestas de poliéster, un 44% utiliza telas compuestas con algodón y un 12% utiliza telas compuestas con nylon.

En el cuadro No. 4.1. se muestran los principales tipos de telas que son utilizados por los fabricantes.

Cuadro No. 4.1

T I P O D E T E L A			Porcentaje que se utiliza
a)	Poliester	100%	28 %
b)	Pol/Alg.	90/10	2
c)	Pol/Alg.	80/20	14
d)	Pol/Alg.	70/30	2
e)	Pol/Alg.	65/35	7
f)	Pol/Alg.	50/50	4
g)	Pol/Lana	80/20	1
h)	Pol/Lana	70/30	1
i)	Pol/Lana	60/40	1
j)	Pol/Rayón	80/20	1
k)	Pol/Rayón	50/50	1
l)	Pol/Lino	85/15	1
m)	Pol/Nylon	75/25	1
n)	Pol/Acrilán	50/50	1
o)	Algodón	100%	10
p)	Alg/Pol.	80/20	3
q)	Alg/Nylon	70/30	1
r)	Nylon	100%	8
s)	Nylon/Alg.	80/20	2
t)	Lana	100%	3
u)	Acrilán	100%	4
v)	Acrilán/Pol.	60/40	1
w)	Rayón	100%	1
x)	Sarga	100%	2

Es definitivo que sí existe influencia por parte de los consumidores en cuanto al tipo de tela con que están hechas las prendas de vestir, la calidad, precio y diseño de las mismas.

En el cuadro No. 4.2 se observa que un 76% de los fabricantes del área metropolitana opinó que el consumidor sí influye sobre la fabricación de las prendas de vestir, mientras que el 24% restante señaló que no existe ninguna influencia por parte de los consumidores.

Cuadro No. 4.2

INFLUENCIA DE CONSUMIDORES	PORCENTAJE DE OPINIONES DE LOS FABRICANTES	
a) El consumidor influye exigiendo un diseño	20%	
b) El consumidor influye exigiendo moda, calidad y precio	25%	
c) El consumidor influye exigiendo un tipo de tela	<u>31%</u>	
d) El consumidor no influye	<u>24%</u>	<u>76%</u>
		<u>24%</u>
		<u>100%</u> =====

Un 61% de los fabricantes de prendas de vestir opinó que sí existe influencia por parte de los diseñadores, la cual consiste básicamente en dos aspectos:

El primer aspecto es que los diseñadores al crear un modelo, están influyendo, de una manera definitiva, para que el consumidor lo use de acuerdo a la moda actual.

El segundo aspecto se refiere a que los diseñadores, al impulsar la moda, recomiendan un tipo de tela para la confección de sus Modelos, atendiendo a la época del año.

El 39% de los fabricantes opinó que no existe influencia alguna por parte de los diseñadores.

Un 47% de los fabricantes señaló que la moda impone el uso de un determinado tipo de tela, ya que en base al diseño que ha sido implantado por la moda, se selecciona el tipo de tela que mejor se adapta al mismo.

Por el contrario, un 32% indicó que es la tela la que impone la moda y mencionaron como ejemplo muy claro, el hecho de que el uso de telas de algodón en la fabricación de prendas de vestir es la moda actual.

El 21% restante indicó que ambas se complementaban, es decir que van aparejadas tanto la tela como la moda.

Observando detenidamente el cuadro 4.3, el cual presenta las características que principalmente busca el consumidor al comprar sus prendas de vestir, se tiene que el 31% de los fabricantes señaló que el consumidor busca principalmente un diseño, el 30% indicó que el consumidor

El primer aspecto es que los diseñadores al crear un modelo, están influyendo, de una manera definitiva, para que el consumidor lo use de acuerdo a la moda actual.

El segundo aspecto se refiere a que los diseñadores, al impulsar la moda, recomiendan un tipo de tela para la confección de sus Modelos, atendiendo a la época del año.

El 39% de los fabricantes opinó que no existe influencia alguna por parte de los diseñadores.

Un 47% de los fabricantes señaló que la moda impone el uso de un determinado tipo de tela, ya que en base al diseño que ha sido implantado por la moda, se selecciona el tipo de tela que mejor se adapta al mismo.

Por el contrario, un 32% indicó que es la tela la que impone la moda y mencionaron como ejemplo muy claro, el hecho de que el uso de telas de algodón en la fabricación de prendas de vestir es la moda actual.

El 21% restante indicó que ambas se complementaban, es decir que van aparejadas tanto la tela como la moda.

Observando detenidamente el cuadro 4.3, el cual presenta las características que principalmente busca el consumidor al comprar sus prendas de vestir, se tiene que el 31% de los fabricantes señaló que el consumidor busca principalmente un diseño, el 30% indicó que el consumidor-

busca un buen precio, el 22% mencion6 que es la durabili--
dad, y por 6ltimo el 17%, que es el estampado de las pre--
ndas lo que busca el consumidor.

Cuadro No. 4.3

Características que busca el consumidor	Porcentaje de opiniones de los Fabricantes.
a) Estampado	17%
b) Precio	30%
c) Dise6o	31%
d) Durabilidad	22%

El 69% de los fabricantes de prendas de vestir, con--
test6 que las prendas hechas a base de algod6n s6 han sido
desplazadas, debi6ndose principalmente a las caracter6sti--
cas que presentan las fibras sint6ticas y al alto precio -
del algod6n. Por otra parte, el 31% de los fabricantes -
mencion6 que no existe tal desplazamiento, ya que lo consi--
deran b6sico para la fabricaci6n de cierto tipo de prendas
y porque la moda lo est6 imponiendo.

Es importante se6alar cu6les son los factores que de--
terminan, en un momento dado, el uso de prendas confeccio--
nadas con algod6n. El cuadro No. 4.4 muestra cu6les son
estos factores y los porcentajes en que los fabricantes -

opinaron sobre ellos.

Cuadro No. 4.4

Factores que determinan el uso de prendas de algodón	Porcentaje de opiniones de los Fabricantes
a) No existe ningún factor	1%
b) Precio	21%
c) Clima	42%
d) Durabilidad	21%
e) Caída de la tela	15%

Como se aprecia en el cuadro anterior, los fabricantes señalaron que el clima es el principal factor que determina el uso de prendas hechas a base de algodón, en seguida mencionaron el precio y la durabilidad y en menor porcentaje la caída de la tela. Por último el 1% de los fabricantes opinó que no existía factor alguno que influyera en el uso de prendas hechas con algodón.

En cuanto a la tendencia que seguirá el algodón dentro de la fabricación de prendas de vestir, el 27% de los fabricantes señaló que el algodón no será desplazado del lugar que ocupa en la confección de prendas de vestir; otro 27% de los fabricantes señaló que el algodón se mantendrá dentro del mercado a través de mezclas, ya que resulta indispensable para cierto tipo de prendas como son la ropa para bebés y la ropa de cama por ejemplo. El 46%

restante opinó que el uso del algodón en las prendas de -- vestir va en descenso, ya que las fibras sintéticas ofrecen mayores ventajas que éste.

Respecto a que si los consumidores están concientizados sobre el tipo de tela con que están hechas las prendas de vestir que compran, el 60% de los fabricantes respondió afirmativamente, debido a que consideran que el consumidor ya conoce de antemano las características y ventajas de las diferentes telas, y también a la publicidad y promoción que constantemente realizan los fabricantes de fibras sintéticas. El otro 40% de los fabricantes contestó negativamente señalando que los consumidores se guían por lo que está de moda, por el diseño y estampado o por el precio, sin importarles las características de las telas.

El 66% de los fabricantes indicó que la moda sí lleva una tendencia definida en cuanto al tipo de tela a utilizar, mencionando principalmente a las fibras sintéticas debido a la constante publicidad que se les hace; en segundo término mencionaron que la tendencia es incrementar el uso de -- mezclas, ya que las fibras sintéticas no han superado algunas ventajas que ofrecen las fibras naturales, y por último señalaron que la tendencia es el uso de fibras naturales debido al gran impulso que reciben por parte de los diseñadores al dictar la moda.

C A P I T U L O V

Distribuidores

La función del distribuidor es hacer para el consumidor la tarea de compra lo más fácil y convenientemente que sea posible. Actúa como el agente de compra del consumidor y tiene la responsabilidad de suministrar el tipo adecuado de producto al precio correcto. Ofrece una gran variedad y surtido de mercancías, incluyendo las calidades apropiadas, tamaños, colores, estilos y artículos de temporada. Con frecuencia asume ciertos riesgos frente al consumidor, al garantizar las mercancías que vende y le ofrece a sus clientes un crédito mensual, otros sistemas de crédito y programas de ventas a plazos.

Para los fabricantes actúa como un especialista en ventas, ofrece instalaciones y personal de forma que los fabricantes puedan ponerse en contac

to con los consumidores cerca de la-
casa de éstos. También ayuda en la
publicidad, exposición y ventas per--
sonales para mover los productos del
fabricante. Para determinar las ne-
cesidades y deseos del consumidor, --
puede actuar como intérprete de la --
demanda del consumidor y dar informa-
ción de importancia vital a través --
del canal de distribución.

Se determinó que un 42% de los distribuidores de prendas de vestir se dedican a la venta de ropa de vestir, un 35% a la venta de prendas sport y un 23% a la venta de ambas. Observando el Cuadro 5.1 se tiene que el 53% de los distribuidores vende ropa para damas, el 52% ropa para caballeros, el 31% ropa para niños y el 26% ropa para bebés (Estos porcentajes se deben a que hay distribuidores que venden más de un tipo de ropa).

Cuadro No. 5.1

Tipo de Ropa que venden	Porcentaje de distribuidores
Bebés	26%
Caballeros	52%
Damas	53%
Niños	31%

El 52% de los distribuidores consideró que uno de los principales factores que busca el consumidor, y que es determinante para la venta, es el precio, ya que repercute en la capacidad media adquisitiva del consumidor; el 41% señaló la moda, el 37% el diseño, y en un menor porcentaje contestaron que lo que el consumidor busca es durabilidad, un tipo de tela, confort y por último calidad.

El 64% de los distribuidores mencionó que sí existe

conciencia por parte del consumidor sobre las características de la tela con que están hechas las prendas, la cual han adquirido a través de sus experiencias y a la publicidad -- que realizan los fabricantes, principalmente los de fibras sintéticas. El otro 36% de los distribuidores indicó que el consumidor no tiene conciencia de las características - propias de la tela, sino que éste se fija más bien en la moda, precio y estampado.

El 78% de los distribuidores recalcó que los consumidores sí le dan importancia al tipo de tela con que están hechas sus prendas, principalmente porque conocen algunas de sus ventajas, sobresaliendo la comodidad tanto de uso - como de aseo. Otro de los factores es el precio, y en menor grado la textura de la tela, su caída y sus propiedades térmicas. (ver cuadro 5.2). El 22% consideró que a los consumidores no les es importante el tipo de tela con que están hechas sus prendas, ya que sólo se fijan en el modelo y estampado de las mismas.

Cuadro No. 5.2

Principales características de la tela que buscan los consumidores	Porcentaje de opiniones de los distribuidores
Caída de la tela	29%
Precio	49%
Comodidad	51%
Textura	30%
Termicidad	13%

Un 65% de los distribuidores, mencionó que la moda impone el uso de un determinado tipo de tela, principalmente por las características propias de la misma. El otro 35% opinó que la moda no impone el uso de un determinado tipo de tela, ya que existen otros factores que permiten el uso de varios tipos de tela para una misma moda.

Por otra parte, el 63% de los distribuidores señaló que un tipo de tela podría revolucionar la moda, hasta cambiarla por completo. Del mismo modo, consideraron que el poliéster y el algodón son las telas, que por las características propias, se adaptan a múltiples modelos. El 37% de los distribuidores indicó que no se puede crear una moda por el tipo de tela, sino que ésta más bien se basa en el diseño creativo de los modistas.

El 80% de los distribuidores recalcó que las mezclas, especialmente poliéster/algodón, es de los tipos de tela que buscan los consumidores. El 33% de los distribuidores señaló a las telas hechas con poliéster 100%; el 11% a las telas con algodón 100%, y en menor grado al nylon.

En el cuadro 5.3 se observa que el 61% de los distribuidores indicó que la tendencia de la moda en cuanto al tipo de tela a usar, son principalmente las fibras sintéticas, entre las que sobresale el poliéster; posteriormente señalaron el algodón y a la lana. El otro 39% opinó que

no existe tendencia por parte de la moda en cuanto al tipo de tela a usar.

Cuadro No. 5.3

Tendencia de la moda en cuanto al tipo de tela a usar	Porcentaje de distribuidores
Algodón	11%
Fibras Sintéticas	48%
Lana	2%
No lleva tendencia	39%

El 55% de los distribuidores consideró que las prendas de algodón han sido desplazadas por las de fibras sintéticas, principalmente por el poliéster debido a sus características tales como economía, durabilidad, firmeza en los colores y comodidad en su uso y aseo. El 45% restante contestó que las prendas de algodón no han sido desplazadas debido a que tienen características que no han podido superar las fibras sintéticas.

El 73% de los distribuidores consideró que el algodón es indispensable en las prendas de vestir y es por eso que se continúa utilizando, además de que por medio de la mezclilla ocupa un buen lugar dentro de la moda. El 27% restante opinó que el algodón no es indispensable en las prendas de vestir, ya que el avance de la tecnología textil ha hecho posible que las fibras sintéticas proporcionen mayo-

res ventajas.

El 85% de los distribuidores señaló que los fabricantes de prendas de algodón no efectúan promoción alguna, -- mientras que el 15% de los distribuidores indicó que recibe promociones de acuerdo al volumen de compra.

Respecto a publicidad los distribuidores indicaron -- que constantemente se le está haciendo a las fibras sintéticas, mientras que a las prendas hechas a base de algodón no se les ha hecho.

El 74% de los distribuidores consideró que los fabricantes no recalcan las características de las prendas de -- algodón, mientras que el 26% restante opinó que los fabricantes mencionan la termicidad, bajo precio y comodidad -- del algodón.

C A P I T U L O VI

Consumidores.-

El consumidor es el sujeto capaz de -
adquirir y/o utilizar los bienes y/o
servicios producidos, tanto tangibles
como intangibles, como necesarios o -
superfluos.

Se caracteriza especialmente por su -
capacidad adquisitiva y su actividad
regulatoria dentro del mercado, al --
condicionar la demanda de un bien y/o
servicio.

No todos los hombres tienen las mis--
mas necesidades pues, aparte de las -
vitales, que son comunes en toda la -
humanidad, existen otras que dependen
del medio ambiente, el nivel de educa
ción, las ideas religiosas y morales,
etc.

El consumo de un bien determinado está
influenciado por el nivel de ingreso -

del consumidor, y para cuantificar -- esa influencia, se ha definido la elas ticidad del consumo de un bien respecto del ingreso como la relación entre la variación porcentual del consumo de ese bien y la correspondiente varia-- ción porcentual del ingreso. Se tie ne así, que existen bienes con baja - elasticidad, como los alimentos de -- primera necesidad, y bienes de alta - elasticidad, como los artículos de -- vestir, objetos de lujo, etc.

El 88% de los consumidores consideró de suma importancia el tipo de tela con que están hechas sus prendas de vestir, ya que están conscientes de las características que poseen las diferentes telas. El 12% restante señaló que no es de importancia el tipo de tela con que están hechas sus prendas. El cuadro 6.1 indica que la calidad es lo principal que busca el consumidor al comprar sus prendas de vestir, posteriormente precio, durabilidad, comodidad, moda diseño, fácil lavado, tipo de tela y por último la textura de la tela.

Cuadro No. 6.1

Cualidades de las prendas de vestir	Porcentaje de opiniones de consumidores
tipo de Tela	38%
Diseño	57%
Comodidad	64%
Precio	67%
Calidad	72%
Durabilidad	65%
Moda	62%
Fácil lavado	43%
Textura	20%

El 58% de los consumidores opinó conocer las características de las telas con que están hechas sus prendas de vestir, mientras que el 42% restante señaló no conocerlas. En el cuadro No. 6.2. se observan los diferentes tipo de --

tela, que los consumidores indicaron conocer sus características.

Cuadro No. 6.2

Tipos de tela conocidos	Porcentaje de opiniones de consumidores
Seda	1%
Jersey	2%
Dacrón	5%
Algodón	41%
Poliester	49%
Lana	12%
Acrilán	4%
Nylon	1%
Krolán	1%

El cuadro No. 6.2.1. indica las características del poliester señaladas por los consumidores.

Cuadro No. 6.2.1.

Características del Poliester	Porcentaje de opiniones de consumidores
Fácil aseo	36%
No se plancha	20%
Comodidad	13%
Es práctico	13%
Buena presentación	4%
Colores firmes	4%
No encoge	4%
No pierde su textura	2%
Es ligero	2%
Durable	2%
Fresco	2%
Caliente	2%

El cuadro No. 6.2.2. permite observar las características del Algodón señaladas por los consumidores.

Cuadro No. 6.2.2.

Características del Algodón	Porcentaje de opiniones de consumidores
Termicidad	52%
Comodidad	20%
Durabilidad	14%
Textura	4%
Difícil lavado	4%
Saludable	2%
Económico	2%
Encoge	2%

El 74% de los consumidores opinó que la moda impone un tipo de tela a usar, mientras que el 26% restante contestó que la moda no es el único factor determinante para el uso de un determinado tipo de tela, sino que existen otros factores como son el medio ambiente, el nivel social y el precio.

El 63% de los consumidores mencionó que, al comprar sus prendas buscan un tipo de tela especial, debido a que las características de la tela ya son de su conocimiento. El 37% restante no busca ningún tipo de tela en especial, sino que se guían más bien por la moda, el diseño o el estampado.

Un 63% de los consumidores opinó que el algodón sí ha sido desplazado por las fibras sintéticas debido a las características que éstas presentan. Por el contrario, el otro 37% señaló que el algodón no ha sido desplazado -- por las fibras sintéticas, ya que se ha mantenido en su -- mercado a través de múltiples mezclas proporcionando a las prendas una mejor presentación y calidad.

Los consumidores consideraron en un 66% que el algodón es indispensable en las prendas de vestir, debido a su propiedad térmica, por su comodidad, por considerarlo saludable al cuerpo, y en un menor grado por su durabilidad, economía y textura. El 34% restante señaló que el algodón no es indispensable en las prendas de vestir, ya que lo consideran inferior a las fibras sintéticas porque se arrugacon facilidad, encoge y requiere un cuidadoso lavado.

Las prendas hechas a base de algodón que compran los consumidores, son en primer lugar ropa de recámara, ropa interior, ropa de cocina, y en menor grado pantalones, abrigos, chamarras, cortinas, toallas, etc. Por otra parte los consumidores consideraron que el algodón es indispensable en la ropa de recámara, en camisas y blusas, en ropde cocina, toallas, ropa de bebé, vestidos y faldas, abrigos, chamarras, etc. (ver cuadro No. 6.3.).

Cuadro No. 6.3

Artículos hechos a base de algodón	Porcentaje de consumidores que compran	Porcentaje de consumidores que lo consideran indispensable
Vestidos y faldas	2%	5%
Pantalones	7%	2%
Ropa de cocina (1)	14%	9%
Ropa de recámara (2)	30%	17%
Ropa interior (3)	24%	29%
Trajes	1%	2%
Ropa de hospital	-	1%
Ropa de bebé (4)	1%	5%
Ropa de casa (5)	2%	8%
Toallas	4%	7%
Sueters, abrigos, chamarras	6%	5%
Cortinas	5%	2%
Pañuelos	1%	2%
Sudaderas	1%	2%
Alfombras	1%	-
Encajes	1%	-
Camisas y blusas	-	10%

- (1) Servilletas, manteles, trapos de cocina.
- (2) Sábanas, colchas, fundas y cobertores.
- (3) Camisetas, playeras, calzoncillos.
- (4) Toda ropa que utilizan para los recién nacidos.
- (5) Pijamas y Batas.

El 49% de los consumidores opinó que sí existen telas saludables al cuerpo y señalaron en primer lugar la tela de algodón, posteriormente la lana, la seda y el jersey.

El 57% de los consumidores consideró conocer las principales ventajas y desventajas de las prendas hechas a base de algodón, las cuales se señalan en el cuadro No. 6.4

Cuadro 6.4

Características		Porcentaje de opiniones de consumidores
V	Textura	3%
E	Durabilidad	6%
N	Comodidad	14%
T	Termicidad	20%
A	Es saludable	9%
J	Económica	3%
A	Presentación	3%
S		
D	Colores no firmes	1%
E		
S	No económica	1%
V		
E	Encoge	7%
N	Requiere muchos	
T	cuidados	12%
A		
J	Es arrugable	7%
A		
S	No durable	1%

Las principales razones que llevan al consumidor a comprar prendas o artículos hechos a base de algodón son - la comodidad de usarlos, su durabilidad, su bajo precio, - por considerarlos saludables al cuerpo, por estar de moda, por su propiedad térmica, por el clima, etc.

C A P I T U L O VII

Conclusiones y Recomendaciones.-

El consumo de Algodón en México se enfrenta a la competencia de las fibras sintéticas o artificiales que cada vez aumentan su participación en el consumo nacional.

El algodón es la fibra a la que mejor se adapta el cuerpo humano, en cuanto se refiere a sus características de tacto y tersura.

En la actualidad, se llevan a cabo experimentos en los cuales se mezcla algodón con fibras químicas buscando con esto el mejoramiento de las características del algodón, de fácil cuidado y apariencia, mediante la adición de mínimos porcentajes de fibras químicas.

En definitiva, la participación de las fibras sintéticas tiende a acrecentarse a costa del algodón, a menos que se le brinde una mayor atención a éste, mediante la continuación de estudios e investigaciones dedicadas a su mejoramiento, y a través de una campaña publicitaria a nivel nacional e internacional, en la que se destaquen las ventajas que proporciona el algodón.

De los datos obtenidos en los cuestionarios y las impresiones que se tuvieron de las entrevistas del presente estudio se observa que la tela mayormente utilizada es el poliéster y que el algodón juega un papel muy importante en las mezclas, ya que dadas sus características, es una tela que facilita el proceso de éstas, debido a que el algodón es una fibra que puede ser mezclada con cualquier fibra sin tética.

Asimismo se observa que los diseñadores influyen sobre los fabricantes de prendas de vestir básicamente en la -- creación diseños, y en ocasiones impulsan a éstos a la utilización de cierto tipo de telas atendiendo a las diferentes temporadas del año. Esto último es muy importante para el algodón, ya que debido a su propiedad térmica, puede ser utilizado en todas las temporadas del año.

Tanto para los fabricantes como para los distribuidores de prendas de vestir, lo que principalmente buscan los consumidores es un bajo precio, posteriormente fijan su gusto en la moda, el estampado, la durabilidad, el tipo de tela y la calidad. En cuanto a esto, el algodón está en desventaja, ya que las fibras sintéticas son más baratas.

Los consumidores por su parte señalaron que al comprar prendas de vestir lo que buscan principalmente es ca-

lidad y posteriormente un bajo precio, durabilidad y moda.

Sabemos respecto a las telas de algodón que son fibras naturales que tienen cualidades que hasta el momento no han podido obtener las fibras sintéticas ni las mezclas surgidas de éstas.

También, el algodón no tiene limitaciones en cuanto a fabricación de todo tipo de prendas de vestir, excepto que estas prendas son arrugables pero por otro lado tienen la ventaja de ser saludables al cuerpo. El algodón mezclado con las fibras sintéticas permite la obtención de un mejor acabado y de un menor costo a las prendas de vestir, y en cuanto a su arrugabilidad ésta se ve disminuída hasta el máximo. De esta manera se cumple con los requerimientos señalados anteriormente por los consumidores, fabricantes y distribuidores.

Dependiendo de la calidad y el Procesamiento que se le dá al algodón, se pueden obtener infinidad de acabados, así se tienen acabados de seda, terciopelo, mezclilla, gabardina, etc.

Podemos deducir que el algodón no podrá ser desplazado en su totalidad debido a que es necesario en las prendas de vestir, aunque se ha detectado una baja sensible en su demanda, ocasionado esto por las características que presentan las fibras sintéticas, mismas que son promovidas por continuas campañas publicitarias.

En la actualidad la moda no tiende a estandarizarse ya que la misma persona acepta la moda y escoge el tipo de prenda que más le acomoda y gusta.

Se observa también que la moda se inclina un poco hacia lo informal, esto se debe a la ideología que aporta la juventud, la cual busca romper con los patrones de formalidad de anteriores generaciones; se busca también dar una mayor funcionalidad a la moda.

Los fabricantes señalan que los factores que pueden determinar en un momento dado el uso de prendas hechas con algodón son principalmente el clima, su durabilidad, su caída y su precio.

Por otra parte, los consumidores indicaron que las razones que los inducen a comprar dichas prendas son principalmente la comodidad de uso, su durabilidad, su bajo precio - la moda y el clima.

Se puede observar que tanto la moda como el tipo de tela son de vital importancia para la fabricación de prendas de vestir.

Los consumidores consideran importante el tipo de tela con que están hechas las prendas de vestir que adquieren y están conscientes de las características que presentan estas mismas.

Los productos hechos con algodón que mayor demanda -- tienen en el mercado son las sábanas, camisas, fundas, toallas, pantalones, tapetes y alfombras, ropa interior de hombre, vestidos de mujer, colchas, calcetería, cobertores, bordados y artículos para médicos.

Siendo México productor de algodón es necesario implementar políticas y adecuar la estructura de la Industria del Vestido para incrementar el consumo de algodón tanto en el mercado interno como en los mercados de exportación.

Con base en los puntos anteriormente citados, se recomienda:

- 1). Recuperar la importancia del algodón, en cuanto a consumo en el mercado interno, mediante el otorgamiento de créditos y estímulos a los fabricantes de productos de algodón.
- 2). Adecuar la estructura de la Industria del Vestido con la complementación industrial básica necesaria, con el fin de incrementar el consumo de algodón en las prendas de vestir.
- 3). En virtud de los continuos desajustes de la producción nacional de algodón y de sus repercusiones en la Industria Textil, y consecuentemente en la Industria del Vestido, se requiere de la elaboración de un plan nacional de trabajo, en el cual se integren

todos los aspectos del algodón, (siembra- beneficio- industrialización- comercialización- consumo). que coadyuve al desarrollo integral del mismo.

- 4). Impulsar el uso del algodón, indicando al consumidor - las ventajas e importancia de las mismas, mediante campañas publicitarias a nivel nacional, y así contrarrestar los efectos de las campañas de los fabricantes de fibras sintéticas.

- 5). Por la importancia de las exportaciones recientes de - manufacturas de algodón, y en vista de la buena aceptación que ya gozan en el mercado mundial, es indispensable estimular a los fabricantes de dichas prendas, para que participen en la exportación de las mismas.

A P E N D I C E S

Para llevar a cabo el presente estudio, se investigó el número de fabricantes, distribuidores y consumidores en la zona metropolitana, y se determinaron los correspondientes universos. Posteriormente se acordó el empleo de cuestionarios estructurados - no disfrazados, con preguntas de -- opción múltiple, bicotómicas y abiertas; y se redactaron - en forma sencilla y clara, tratando de evitar toda barrera de tipo semántico que pudiera distorsionar la obtención de la información requerida.

Debido a que en México existen pocos Diseñadores de Moda, se acordó obtener la información mediante una entrevista dirigida, con los tres diseñadores de mayor renombre en nuestro país.

Los cuestionarios diseñados, se implementaron a través de una prueba piloto, y en base a los resultados obtenidos y de acuerdo con el Coordinador de Seminarios de Investigación, se determinaron los tamaños de muestra mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P \cdot Q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P \cdot Q}{N}}$$

En donde

n= Tamaño de muestra

P= Probabilidad a favor

- Q= Probabilidad en contra
- E= Porcentaje de error esperado.
- Z= Nivel de fiabilidad.
- N= Tamaño del universo.

Una vez determinados los tamaños de muestra y corregidos los cuestionarios, se efectuó el levantamiento de la información y posteriormente se llevó a cabo la tabulación, el análisis e interpretación de los datos para la obtención de conclusiones, y posteriormente la proposición de recomendaciones.

A P E N D I C E I

F A B R I C A N T E S

ESTRATIFICACION DE LA MUESTRA

$$n = \frac{P.Q.}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P.Q.}{N}} = \frac{(.90)(.10)}{\frac{(.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{(.90)(.10)}{1700}} = \frac{.09}{.000703} = 128.02 \quad n = 128$$

CALCULANDO SU DESVIO ESTANDAR OBTENEMOS :

$$s = \sqrt{\frac{P.Q.}{n} \cdot \frac{N-n}{n-1}} = \sqrt{\frac{(.90)(.10)}{128} \cdot \frac{1700-128}{1700-1}}$$

$$= \sqrt{\frac{.09}{128} \cdot \frac{1572}{1699}} = \sqrt{(.000703)(.92520)}$$

$$= \sqrt{.000651} = 2.54$$

$$\{128.02 - 2.54 \leq 128.02 \leq 128.02 + 2.54\}$$

125.48

128.02 AL 90% DE PROBABILIDAD.

130.56

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

SEMINARIO DE INVESTIGACION II
CUESTIONARIO No. I

ENTREVISTA REALIZADA A LOS FABRICANTES DE PRENDAS

DATOS GENERALES

Nombre de la empresa _____
Nombre del entrevistado _____ Edad _____
Puesto que ocupa _____ Antigüedad _____

PREGUNTAS

1.- ¿Qué tipo de tela utiliza en la fabricación de sus --
productos?

¿Por qué? _____

1.a) ¿ En qué tanto por ciento? _____

2.- ¿Qué influencia tiene el consumidor de sus productos-
en la decisión del tipo de tela a usar?

3.- ¿Existe influencia por parte de los diseñadores de mo-
das?

SI _____ NO _____

En caso de que responda afirmativamente haga la pre-
gunta 3(a), si es negativa la respuesta pase a la pre-
gunta 4.

3.a) ¿En qué consiste esa influencia?

4.- ¿Según su opinión cree usted que la moda impone el ti-
po de tela a usar o es la tela la que impone la moda?

¿Por qué? _____

5.- ¿Qué cree usted que busca principalmente el consumidor
al comprar sus productos?

PRECIO FIRMEZA EN EL COLOR
DURABILIDAD DISEÑO

6.- ¿Considera usted que las prendas de algodón hayan sido
desplazadas por otros tipos de telas?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

7.- ¿Qué factores considera usted sean determinantes para que se usen prendas hechas a base de algodón?

CLIMA

PRECIO

DURABILIDAD

CAIDA DE TELA

8.- ¿Qué tendencia cree usted seguirá el algodón contra las fibras sintéticas en la fabricación de todo tipo de telas?

9.- ¿Cree usted que exista conciencia por parte del consumidor con respecto al tipo de tela de que están hechas las prendas que utilizan?

SI _____

NO _____

¿Por qué _____

10.- ¿Piensa usted que lleva alguna tendencia en especial la moda en cuanto al tipo de tela a usar?

SI _____

NO _____

¿Por qué? _____

11.- ¿Quisiera agregar algo más sobre el algodón?

Fecha de la entrevista

Firma del entrevistador

PRINCIPALES TIPOS DE TELA QUE UTILIZAN LOS FABRICANTES

TIPO DE TELA	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Algodón/Nylon 70/30	1	3	3	1 %	2 %
Poliester/Lino 85/15	2	3	6	1	2
Poliester/lana 60/40	3	3	9	1	2
Poliester/Rayón 80/20	4	4	16	1	3
Sarga 100	5	5	25	2	4
Nylon/Algodón 80/20	6	6	36	2	5
Algodón/Poliester 80/20	7	7	49	3	5
Lana 100	8	9	72	3	7
Acrilán 100	9	11	99	4	9
Poliester/Algodón 65/35	10	20	200	7	16
Poliester/Algodón 80/20	11	39	429	14	30
Poliester 100	12	79	948	28	61.7
Algodón 100	13	26	338	10	20
Nylon 100	14	21	294	8	16
Poliester/Algodón 50/50	15	10	150	4	8
Poliester/Algodón 70/30	16	6	96	2	5
Poliester/Algodón 90/10	17	5	85	2	4
Poliester/Lana 80/20	18	4	72	1	3
Poliester/Acrilán 50/50	19	4	76	1	3
Poliester/Lana 70/30	20	3	60	1	2
Poliester/Rayón 50/50	21	3	63	1	2
Poliester/Nylon 75/25	22	3	66	1	2
Rayón 100	23	3	69	1	2
Acrilán/poliester 60/40	24	3	72	1	2
		280	3333	100 %	

$$\bar{x} = \frac{\sum a f}{\sum f} = \frac{3333}{280} = 11.9$$

La tela más utilizada por los fabricantes es Poliester 100%.

$$\frac{\sum f}{n} = \frac{280}{128} = 2.2$$

Los fabricantes en promedio utilizan más de 2 tipos de tela.

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.617)(.383)}{127}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.23631)}{127}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{.0018607} = \pm 1.96 (.0413) = 0.84 = 8.4$$

$$\{61.7-8.4 \leq 61.7 \leq 61.7+ 8.4\}$$

53.3

61.7

AL 95% DE PROBABILIDAD

70.1

TELAS CON ALGODON	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Poliester/Algodón 90/10	1	5	5	4 %	4 %
Poliester/Algodón 70/30	2	6	12	5	5
Poliester/Algodón 50/50	3	10	30	8	8
Algodón 100	4	26	104	21	20
Poliester/Algodón 80/20	5	39	195	32	30
Poliester/Algodón 65/35	6	20	120	16	16
Algodón/Poliester 80/20	7	7	49	6	5
Nylon/Algodón 80/20	8	6	48	5	5
Algodón/Nylon 70/30	9	3	27	3	2
		<u>122</u>	<u>590</u>	<u>100 %</u>	

$$\frac{\sum f}{n} = \frac{122}{128} = 0.95$$

Cada fabricante trabaja 0.95 tipos de tela con algodón.

$$\frac{122}{280} \times 100 = 43.5 \%$$

El 43.5 % de los fabricantes utiliza telas con algodón.

INFLUENCIA QUE EJERCEN LOS CONSUMIDORES EN LA DECISION SOBRE EL TIPO -
DE TELA QUE DEBEN UTILIZAR LOS FABRICANTES

TIPO DE INFLUENCIA POR EL CONSUMIDOR	f	$\frac{f}{n} \times 100$
Pide en base al modelo y la - temporada	26	20 %
Exige moda, tipo de tela, cali- dad y precio	32	25
Pide un tipo de tela	39	31
No influye	31	24
	<u>128</u>	<u>100 %</u>

$$P = \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.31)(.69)}{127}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.2139)}{127}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{.0016842} = \pm 1.96 (.041039) = .0804 = 8.04$$

$$\{31 - 8.04 \leq 31 \leq 31 + 8.04\}$$

22.96

31

AL 95% DE PROBABILIDAD

39.04

QUE BUSCA EL CONSUMIDOR, AL COMPRAR SUS PRENDAS DE VESTIR

FACTORES	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Estampado	1	58	58	17 %	45 %
Precio	2	101	202	30	79
Diseño	3	107	321	31	83
Durabilidad	4	74	296	22	58
		340	877	100 %	

$$\bar{x} = \frac{\sum a f}{\sum f} = \frac{877}{340} = 2.57$$

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.84)(.16)}{127}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.1344)}{127}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{.0010582} = \pm 1.96 (.0325299) = .0637 = 6.37$$

$$\{84 - 6.37 \leq 84 \leq 84 + 6.37\}$$

77.63

84

AL 95% DE PROBABILIDAD

90.37

MOTIVOS POR LOS QUE SI Y NO SON DESPLAZADAS LAS PRENDAS DE VESTIR FABRICADAS CON ALGODON.

	MOTIVOS	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
SI	Alto Precio del algodón	1	18	18	14 %	14 %
	Por las características de las fibras sintéticas	2	70	140	55	55
NO	Es necesario el algodón	3	32	96	25	25
	La moda lo impone	4	8	32	6	6
			128	286	100 %	

$$\bar{x} = \frac{\sum af}{\sum f} = \frac{286}{128} = 2.23$$

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} \Rightarrow \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.55)(.45)}{127}} \Rightarrow \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.2475)}{127}}$$

$$\Rightarrow \pm 1.96 \sqrt{(.00194)} \Rightarrow \pm 1.96 (.04414) = .0865 = 8.65$$

$$\{55 - 8.65 \leq 55 \leq 55 + 8.65\}$$

46.35

55

AL 95% DE PROBABILIDAD

63.65

FACTORES QUE DETERMINAN EL USO DE PRENDAS DE VESTIR CON ALGODON

FACTORES	a	f	a f	$\frac{f}{\Sigma f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Ninguno	1	2	2	0.75%	1 %
Precio	2	55	110	20.68	43
Clima	3	112	336	42.10	87
Durabilidad	4	57	228	21.43	45
Caída de la Tela	5	40	200	15.04	31
		266	876	100 %	

$$\bar{x} = \frac{\Sigma af}{\Sigma f} = \frac{876}{266} = 3.26$$

$$P = \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.87)(.13)}{127}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.1131)}{127}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{(.000890)} = \pm 1.96 (.029841) = .0584 = 5.84$$

$$\{87 - 5.84 \leq 87 \leq 87 + 5.84\}$$

81.16

87

AL 95% DE PROBABILIDAD

92.84

APENDICE II

DISTRIBUIDORES

ESTRATIFICACION DE LA MUESTRA

$$n = \frac{P \cdot Q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P \cdot Q}{N}} = \frac{(.90)(.10)}{\frac{(.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{(.90)(.10)}{11615}} = \frac{.09}{.000651 + (.000007)}$$

$$= \frac{.09}{.000658} = 136.7 \quad n = 137$$

CALCULANDO SU DESVIO ESTANDAR OBTENEMOS:

$$s = \sqrt{\frac{P \cdot Q}{n} \cdot \frac{N - n}{N - 1}} = \sqrt{\frac{(.90)(.10)}{137} \cdot \frac{11615 - 137}{11615 - 1}}$$

$$= \sqrt{\frac{.09}{137} \cdot \frac{11478}{11614}} = \sqrt{(.000657)(.0988290)}$$

$$= \sqrt{.000649} = .0254 = 2.54$$

$$\{136.7 - 2.54 \leq 136.7 \leq 136.7 + 2.54\}$$

134.16

136.70

AL 90% DE PROBABILIDAD

139.24

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
SEMINARIO DE LA INVESTIGACION II ENTRE-
VISTA REALIZADA A DISTRIBUIDORES DE - -
PRENDAS DE VESTIR

1.- ¿Qué tipo de ropa vende usted?

- a) Bebés b) Niños c) Damas d) Caballeros

2.- ¿Qué cree usted que buscan principalmente los consu-
midores al comprar sus prendas?

- a) Precio b) Durabilidad c) Diseño d) Confort e) Tipo
de -
Tela
f) Moda g) Otros.

3.- ¿Considera que exista conciencia por parte de los con-
sumidores de las características de cada una de las -
telas?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

4.- ¿Considera que el consumidor le dá importancia al ti-
po de tela con que están hechas las prendas de vestir?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

4.1. ¿Cuáles son las principales características que
busca el consumidor?

- a) Térmicas b) Caída de la tela c) Textura
d) Economía e) Comodidad f) Otras.-

Cuáles _____

5.- ¿Considera que la moda impone el uso de un tipo determinado de tela?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

6.- ¿Considera que por el tipo de tela se llega a crear una moda?

SI _____ NO _____

7.- ¿Qué tipo de tela en especial buscan los consumidores y en que proporción?

a) 100% Algodón % b) 100% Poliéster %
c) 100% Nylon % d) Mezcla %

8.- ¿Cree usted que lleve alguna tendencia especial la moda en cuanto al tipo de tela a usar?

SI _____ NO _____

8.1. ¿Cuál tipo de tela? _____

9.- ¿Considera usted que las prendas de Algodón hayan sido desplazadas por las fibras sintéticas?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

10.- ¿Cree usted que es indispensable el algodón en las prendas de vestir?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

11.- ¿que tipo de promoción realizan los fabricantes de prendas de ALGODON?

12.- ¿Recalcan los fabricantes de Prendas de ALGODON alguna característica en especial de éstas?

DESEA DECIR ALGUN COMENTARIO?

Fecha de la entrevista

Firma del entrevistador

TIPO DE ROPA QUE VENDEN LOS DISTRIBUIDORES

TIPO DE ROPA	f	$\frac{f}{n} \times 100$
Sport	48	35 %
De Vestir	58	42
Ambas	31	23
	<hr/>	<hr/>
	137	100 %

TIPO DE ROPA	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Bebés	1	36	36	16 %	26 %
Caballeros	2	72	144	32	52
Damas	3	73	219	33	53
Niños	4	43	172	19	31
		<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
		224	571	100 %	

$$\bar{x} = \frac{\sum af}{\sum f} = \frac{571}{224} = 2.54$$

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.53)(.47)}{136}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.2491)}{136}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{.0018316} = \pm 1.96 (.0427) = .0838 = 8.38$$

$$\{53 - 8.38 \leq 53 \leq 53 + 8.38\}$$

44.62

53

AL 95 DE PROBABILIDAD

61.38

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS QUE BUSCA EL CONSUMIDOR

CARACTERÍSTICAS DE LA TELA	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Caída de la tela	1	40	40	17 %	29.2 %
Precio	2	67	134	28	48.9
Comodidad	3	70	210	30	51.1
Textura	4	41	164	17	29.9
Termicidad	5	18	90	8	13.1
		<u>236</u>	<u>638</u>	<u>100 %</u>	

$$\bar{x} = \frac{\sum af}{\sum f} = \frac{638}{236} = 2.7$$

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.511)(.489)}{136}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.2498)}{136}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{.0018373} = \pm 1.96 (.04286) = .0840 = 8.4$$

$$\{51.1 - 8.4 \leq 51.1 \leq 51.1 + 8.4\}$$

42.7

51.1 AL 95 % DE PROBABILIDAD

59.5

TIPO DE TELA QUE BUSCAN LOS CONSUMIDORES

TIPO DE TELA	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Nylon	1	4	4	2.3 %	2.9 %
Poliester	2	45	90	25.9	32.8
Mezcla	3	110	330	63.2	80.2
Algodón	4	15	60	8.6	10.9
		<u>174</u>	<u>484</u>	<u>100 %</u>	

$$\bar{x} = \frac{\sum af}{\sum f} = \frac{484}{174} = 2.78$$

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} \Rightarrow \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.802)(.198)}{136}} \Rightarrow \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.15879)}{136}}$$

$$\Rightarrow \pm 1.96 \sqrt{.001167} = \pm 1.96 (.03417) = .0669 = 6.69$$

$$\{80.2 - 6.69 \leq 80.2 \leq 80.2 + 6.69\}$$

73.51

80.2

AL 95% DE PROBABILIDAD

86.89

CON RESPECTO A TELAS DE ALGODON:

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.109)(.891)}{136}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.09712)}{136}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{(.0007141)} = \pm 1.96 (.02672) = .0524 = 5.24$$

$$\{10.9 - 5.24 \leq 10.9 \leq 10.9 + 5.24\}$$

5.66

10.9

AL 95% DE PROBABILIDAD

16.14

TENDENCIA DE LA MODA EN CUANTO AL TIPO DE TELA A USAR.

LLEVA TENDENCIA LA MODA	f	$\frac{f}{n} \times 100$
SI	83	61 %
NO	54	39
	137	100 %

TIPO DE TELA	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Algodón	1	14	14	16.87 %	11 %
Fibras Sintéticas	2	66	132	79.52	48
Lana	3	3	9	3.61	2
		83	155	100 %	

$$\bar{x} = \frac{\sum af}{\sum f} = \frac{155}{83} = 1.87$$

$$P = \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.4817)(.5183)}{136}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.2496)}{136}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{(.0018357)} = \pm 1.96 (.042845) = .0839 = 8.39$$

$$\{48.17 - 8.39 \leq 48.17 \leq 48.17 + 8.39\}$$

39.78

48.17

AL 95% DE PROBABILIDAD

56.56

CON RESPECTO AL ALGODON:

$$P = \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.1021)(.8979)}{136}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.0916755)}{136}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{(.000674)} = \pm 1.96 (.0259615) = .0508 = 5.08$$

$$\{10.21 - 5.08 \leq 10.21 \leq 10.21 + 5.08\}$$

5.13

10.21

AL 95% DE PROBABILIDAD

15.29

APENDICE III

CONSUMIDORES

ESTRATIFICACION DE LA MUESTRA

$$n = \frac{P.Q.}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P.Q.}{N}} = \frac{(.90)(.10)}{(\frac{.05}{1.96})^2 + \frac{(.90)(.10)}{10,707,350}} = \frac{.09}{(.000651) + (.00000084)}$$

$$= \frac{.09}{.000651084} = 138.23 \quad n = 138$$

CALCULANDO SU DESVIO STANDAR OBTENEMOS :

$$s = \sqrt{\frac{P.Q.}{n} \cdot \frac{N-n}{N-1}} = \sqrt{\frac{(.90)(.10)}{138} \cdot \frac{10,707,350-138}{10,707,350-1}}$$

$$= \sqrt{\frac{.09}{138} \cdot \frac{10,707,212}{10,707,349}} = \sqrt{(.000652)(.9999872)}$$

$$= \sqrt{.000652} = .0254 = 2.54$$

$$\{138.23 - 2.54 \leq 138.23 \leq 138.23 + 2.54\}$$

135.69

138.23 AL 90% DE PROBABILIDAD

140.77

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II ENTREVISTA
A CONSUMIDORES DE PRENDAS DE VESTIR

NOMBRE _____
DIRECCION _____
EDAD _____ SEXO _____ CLASE _____

PREGUNTAS

1.- ¿Considera usted importante el tipo de tela con que -
están hechas las prendas de vestir?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

2.- ¿Qué es lo que busca usted al comprar prendas de ves-
tir?

PRECIO	_____	DURABILIDAD	_____	TIPO DE TELA	_____
DISEÑO	_____	MODA	_____	TEXTURA	_____
COMODIDAD	_____	CALIDAD	_____	FACIL LAVADO	_____

3.- ¿Conoce las características de las telas con que es-
tán hechas las prendas de vestir que usted compra?

SI _____ NO _____

Si la respuesta es afirmativa haga la pregunta - 3. a
en caso contrario pase a la siguiente pregunta.

3.a, ¿ De qué telas conoce usted las características y cuáles son éstas?

4.- ¿Considera usted que la moda impone el uso de un determinado tipo de tela?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

5.- Busca usted un tipo de tela en especial al comprar -
prendas de vestir?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

6.- ¿Considera usted que las prendas de algodón hayan si
do desplazadas por las fibras sintéticas?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

7.- ¿Considera usted que es indispensable el algodón en -
las prendas de vestir?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

8.- ¿Qué tipo de prendas, ya sean de uso personal o para su hogar compra usted hechas con algodón?

9.- ¿Conoce usted algún tipo de tela, o de telas que sean más saludables al cuerpo?

SI _____ NO _____

Mencione cuáles: _____

10.- ¿Conoce usted las ventajas o desventajas de las prendas hechas a base de algodón?

SI _____ NO _____

Mencione algunas: _____

11.- ¿Para qué tipos de prendas o artículos considera usted indispensable, el algodón?

12.- ¿Qué razones le llevarían a comprar prendas o artículos hechos con algodón?

Fecha de la entrevista

Firma del entrevistador

QUE BUSCA EL CONSUMIDOR AL COMPRAR SUS PRENDAS DE VESTIR.

CUALIDADES	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Tipo de tela	1	53	53	7.87 %	38.41 %
Diseño	2	79	158	11.74	57.25
Comodidad	3	88	264	13.08	63.77
Precio	4	92	368	13.67	66.67
Calidad	5	99	495	14.71	71.74
Durabilidad	6	90	540	13.37	65.22
Moda	7	86	602	12.78	62.32
Fácil lavado	8	59	472	8.77	42.75
Textura	9	27	243	4.01	19.57
		673	3195	100 %	

n= tamaño de muestra = 138

$$\bar{x} = \frac{\sum af}{\sum f} = \frac{3195}{673} = 4.75$$

$$\frac{\sum f}{n} = \frac{673}{138} = 4.88 \text{ Características que busca cada consumidor.}$$

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.7174)(1-.7174)}{138-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.7174)(.2826)}{137}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{\frac{.202709}{137}} = \pm 1.96 \sqrt{.00148} = \pm 1.96 (.0384) = \pm .07526 = 7.53$$

$$\{71.74 - 7.53 \leq 71.74 \leq 71.74 + 7.53\}$$

64.20

71.74

AL 95% DE PROBABILIDAD

79.26

CONOCIMIENTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS TELAS CON QUE ESTAN HECHAS LAS PRENDAS DE VESTIR.

CONOCIMIENTO	f	$\frac{f}{n} \times 100$
SI	80	58 %
NO	58	42
	<u>138</u>	<u>100 %</u>

TIPO DE TELAS	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$
Seda	1	1	1	0.63	0.72 %
Jersey	2	3	6	1.89	2.17
Dacrón	3	7	21	4.40	5.07
Algodón	4	57	228	35.85	41.30
Poliester	5	67	335	42.14	48.55
Lana	6	16	96	10.06	11.59
Acrilán	7	5	35	3.14	3.62
Nylon	8	2	16	1.26	1.45
Krolán	9	<u>1</u>	<u>9</u>	<u>0.63</u>	<u>0.72</u>
		159	747	100 %	

$$\frac{\sum f}{n} = \frac{138}{138} = 1.15 \text{ Telas que los consumidores conocen sus características.}$$

$$\bar{x} = \frac{\sum af}{\sum f} = \frac{747}{159} = 4.70$$

$$P \pm 1.96 \sqrt{\frac{P'(1-P')}{n-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.4855)(1-.4855)}{138-1}} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{(.4855)(.5145)}{137}}$$

$$= \pm 1.96 \sqrt{\frac{.24979}{137}} = \pm 1.96 \sqrt{.001823} = \pm 1.96 (.0426) = \pm 8.36$$

$$\{48.55 - 8.36 \leq 48.55 \leq 48.55 + 8.36\}$$

PRINCIPALES PRENDAS HECHAS A BASE DE ALGODÓN

ARTICULOS	COMPRÁ EL CONSUMIDOR		CONSIDERA INDISPENSABLE	
	f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$
Vestidos y faldas	6	1.95 %	9	4.89 %
Pantalones	22	7.17	3	1.63
Ropa de cocina (1)	42	13.68	17	9.25
Ropa de recámara (2)	91	29.64	31	16.85
Ropa Interior (3)	73	23.78	53	28.80
Trajes	5	1.63	3	1.63
Ropa de hospital	-	- -	2	1.09
Ropa de bebé (4)	5	1.63	10	5.43
Ropa de casa (5)	6	1.95	4	2.17
Toallas	13	4.23	14	7.61
Sueters, abrigos, Chamarras	19	6.19	9	4.89
Cortinas	15	4.89	3	1.63
Pañuelos	2	0.65	3	1.63
Sudaderas	4	1.30	3	1.63
Alfombras	3	0.98	-	- -
Encajes	1	0.33	-	- -
Camisas y blusas	-	- -	20	10.87
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	307	100 %	184	100. %

- (1) Ropa de cocina-servilletas, manteles, trapos de cocina.
 (2) Ropa de Recámara- sábanas, colchas, fundas y cobertores.
 (3) Ropa Interior- camisetas, playeras, calcetines, calzoncillos.
 (4) Ropa de Bebé- toda ropa que utilizan los recién nacidos.
 (5) Ropa de casa- pijamas y batas.

CONOCIMIENTO DE LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS PRENDAS HECHAS A BA
SE DE ALGODÓN.

CONOCIMIENTO	f	$\frac{f}{n} \times 100$
SI	79	57.25 %
NO	59	42.75
	<u>138</u>	<u>100 %</u>

CARACTERÍSTICAS	a	f	a f	$\frac{f}{\sum f} \times 100$	$\frac{f}{n} \times 100$	
V E N T A J A S	Textura	1	4	4	5.06 %	2.90 %
	Durabilidad	2	8	16	10.13	5.80
	Comodidad	3	20	60	25.32	14.49
	Termicidad	4	28	112	35.44	20.29
	Saludable	5	12	60	15.19	8.70
	Económicas	6	4	24	5.06	2.90
	Presentación	7	3	21	3.80	2.17
		<u>79</u>	<u>297</u>	<u>100 %</u>		
D E S V E N T A J A S	Colores no fimes	1	1	1	2.5 %	0.72 %
	No económicas	2	2	4	5.0	1.45
	Encoge	3	10	30	25.0	7.25
	Requiere cuidados	4	16	64	40.0	11.59
	Es arrugable	5	9	45	22.5	6.52
	No durable	6	2	12	5.0	1.45
		<u>40</u>	<u>156</u>	<u>100. %</u>		

