

■ Escribe: *L.D.G Brigitte Giraud Durazo*  
*Diseñadora de modas, Licenciada en Diseño*  
*Gráfico y Publicidad y Presidenta y fundadora en*  
*Fashion Habitat Group*

40 Artículo Técnico

# LA MACROTENDENCIA, USO Y FUNCIÓN DENTRO DE UNA EMPRESA DE MODA



## ¿QUÉ SON LAS MACRO Y MICRO TENDENCIAS?

Las tendencias se dividen en macro y micro. La primera es la esencia de una investigación iniciada, al menos, con dos años de anterioridad respecto al lanzamiento de la misma. En esta podemos encontrar toda la información sin discriminar elementos, es decir, gamas muy grandes de colores, formas, prendas, texturas, materiales y conceptos que se desglosan en una micro tendencia, la que, a su vez, es aquella capaz de escoger y resaltar ciertas características de la macro tendencia y resumirla en una parte reducida que puede ser adoptada por un público específico.

**¿Una empresa debe investigar tendencias?** Lo importante es escuchar a nuestra cadena de valor, especialmente a nuestros clientes, proveedores y trabajadores, porque todos tenemos a nuestro alcance la información que necesitamos para ser competitivos.

La macro tendencia es global y abarca muchos tipos de público objetivo. Por ejemplo, si hablamos de una tendencia marina, nos referimos a aquella en que las prendas sean de tonos azules, con telas vaporosas, frescas, estampados de peces, arrecifes, animales marinos, etc.

### MACRO TENDENCIA = MACRO SEGMENTACIÓN

En cambio, la micro tendencia, siguiendo el mismo ejemplo marino, podría evocar específicamente a las medusas (su movimiento, colores, texturas, etc.) y podrían ser representadas por medio de estampados, cortes en tiempos, transparencias, teñidos o bordados de líneas ondulantes. Las posibilidades son infinitas. Lo que tenemos que revisar es a qué público nos dirigimos y qué tanto podemos representar el tema elegido, o si podemos ser un poco más literal o nos vamos a lo sutil y solo captamos conceptos. Es utilizada por un público más reducido



**MICRO TENDENCIA: SEA SCANNING\***

\*nombre dado por la empresa de investigación style sight

Investigadores de diferentes campos de las ciencias sociales han desarrollado un amplio abanico de teorías para explicar estos conceptos. Como hoy lo entendemos es una corriente actual de consumo, es decir, “lo que se lleva”, pero también es cualquier fenómeno social, espontáneo, actual y no comercial con suficiente potencial para un futuro consumo. Tan puntual como eso.

Funciona así: es tendencia porque está siendo usada por una sociedad y porque ha sido adaptada a los hábitos de consumo de un grupo. Por ello resulta mucho más útil conocer toda la cadena de valor en el sector de la moda.

De acuerdo con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, las tendencias suelen estar directamente vinculadas al uso de prendas, sin embargo, este es el último eslabón de una cadena de valor más profunda. Por eso se dice que es una forma de expresión que refleja cambios y comportamientos del consumidor de forma puntual.

Una macro tendencia es ideada por un conjunto de sociólogos, psicólogos, publicistas, diseñadores, mercadotécnicos, etc., los cuales tienen un mayor nivel de conocimiento y experiencia en influenciar a la opinión pública.

La macro tendencia determina los productos, accesorios y/o objetos de consumo a ser usados mundialmente (comida, ropa, muebles, cosméticos, zapatos, juguetes, etc.) Ahora, como ya sabemos, no todos necesitamos las mismas cosas. Es por esto que una macro tendencia se divide en varias tendencias que se adaptan a las distintas sociedades y sus necesidades como consumidores. Incluso, hay tendencias dictaminadas exclusivamente para ciertos países e ideales culturales.

**LAS TENDENCIAS DE MODA**

Las tendencias en la moda son impactadas directamente por los acontecimientos sociales, culturales y económicos que atraviesan las sociedades en todo el mundo, o particularmente en el país de residencia, ciudades, comunidades o grupos.

Hoy en día, las tendencias se modifican y evolucionan mucho más rápido que hace unos años. La moda actual, como ya hemos comprobado, es efímera, por lo que siempre hay que estar atentos a lo que se va a utilizar en la próxima temporada. Estamos en un mundo globalizado e “hipercomunicado”, y eso también se refleja en la moda.



## ¿QUÉ ES MODA Y QUE ES TENDENCIA?

La moda es el uso o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en un determinado país. Es decir, la moda significa aquello que es actual o que está en vigor e interesa a una mayoría en un momento determinado. Aplicada a la indumentaria, sería aquel atuendo, estilo, prenda, color o complemento que es capaz de influir en los demás.

La moda es algo cultural, expresa el espíritu del tiempo y es uno de los indicios más inmediatos de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales. La moda es lo que más se repite, ya sea en el mundo de la costura o en matemáticas. El conjunto de información, vista en un determinado tiempo y en un determinado lugar, es lo que se denomina tendencia; una línea conceptual que se puede tomar y analizar. Las tendencias organizan el comportamiento de la moda y del consumo.

La tendencia es una inclinación o propensión hacia determinados fines. El término también permite nombrar a la fuerza por la cual una idea se orienta en una determinada dirección. La palabra tendencia también es usada como sinónimo de moda, en el sentido de un mecanismo social que regula las elecciones de las personas. Una tendencia es un estilo o una costumbre que marca una época o lugar.

## ROL DE LAS EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN

Las empresas dedicadas a la investigación en tendencias permiten tomar decisiones de diseño y comercialización acertadas, analizando los hits de moda, comercio y comportamiento del consumidor, proporcionando la inspiración necesaria para tener éxito en el futuro.

La investigación y análisis comienza con dos años de anterioridad. Profesionales en distintas disciplinas como: antropólogos, sociólogos, marketeros, fotógrafos, bloggers, editores, diseñadores y artistas, entre otros, salen a las calles y registran lo que se ve, lo que se consume: el life style.

Existen cuatro macro tendencias generales divididas en cuatro temas globales y que pueden ser adoptados por cualquier sociedad. Estas macro tendencias tienen una vigencia de 2 a 5 años y es por eso que entre temporadas vemos rondando elementos muy parecidos en las distintas empresas dedicadas a este rubro.

Las tendencias juegan un importante papel en el mundo de la moda, por lo que entender cómo funciona y el modo en que se utilizan resulta esencial. En la moda, una tendencia se puede definir como “el conjunto de cambios que ésta sufre durante un período de tiempo”.

Además, aquello que es moda-tendencia en una temporada, puede ya no serlo en la siguiente. Las tendencias se refieren a “lo último” o a “lo más nuevo” y, por ejemplo, puede ser solamente “nuevo” para la generación de compradores que se perdieron la tendencia la primera vez, pues las tendencias son cíclicas.

Los periodos de vida de las tendencias se denominan ciclos de tendencia. Un ciclo de moda vendrá determinado por el número de personas (adoptadores) que compran una determinada línea de productos y por el tiempo que se requiere para que desaparezca o muera por sí misma. Para que algo se convierta en moda, debe ser aceptado por parte de los clientes compradores. La moda que no llega a las calles no es moda.

