



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”**

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

**ESTUDIO DE MERCADO DE LA CULTURA VISUAL JAPONESA EN MÉXICO Y  
LA INFLUENCIA DE LA TEORÍA DE LA MODA EN EL COMPORTAMIENTO DE  
ESTE TIPO DE MERCADO**

**ANÁLISIS Y DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORES**

Mtro. Misael Apolinar Rivera Posada  
Maestría en Ingeniería Administrativa  
declaraciones\_y\_mas@hotmail.com  
Universidad Tecnológica de la Sierra Hidalguense

M. C. Eduardo Piña Moedano  
lalo\_pimo@hotmail.com  
Maestro en Contabilidad  
Universidad Tecnológica de la Sierra Hidalguense

L.C. Edwin Alberto San Román Arteaga  
Licenciado en Contabilidad  
easanroman\_10@hotmail.com  
Universidad Tecnológica de la Sierra Hidalguense

L.A. Cresencio Jiménez Cuellar  
cresenciojc147@hotmail.com  
Licenciado en Administración  
Universidad Tecnológica de la Sierra Hidalguense



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

### **ESTUDIO DE MERCADO DE LA CULTURA VISUAL JAPONESA EN MÉXICO Y LA INFLUENCIA DE LA TEORÍA DE LA MODA EN EL COMPORTAMIENTO DE ESTE TIPO DE MERCADO**

**Resumen:** Los productos y servicios provenientes de Japón poseen una gran demanda, por su calidad, originalidad y variedad, sin embargo ciertos sectores (consumidores) de la demanda en el país (México) han sido ignorados en la actualidad, desaprovechando su potencial económico, su necesidad y deseos por querer cubrirla. El presente trabajo es una investigación sobre el tamaño del mercado (aproximado), el comportamiento del consumidor, ventajas y desventajas por medio de un análisis FODA, potencial, tendencia y estrategias para poder atenderla y también conseguir ampliar este mercado.

**Adstract:** Products and services from Japan have a high demand for quality, originality and variety, but certain sectors (consumer) demand in the country (Mexico) have been ignored today, wasting its economic potential, its necessity and deseos for wanting to cover it. This work is an investigation into market size (approximately ), consumer behavior , advantages and disadvantages through a SWOT analysis, potential , trends and strategies to attend to and also get to expand this market.

**Palabras claves:** Teorías de la moda, comportamiento del consumidor, mercado y tendencia del mercado.



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

### I. Introducción

*El anime (アニメ) y el manga (漫画)*, productos culturales provenientes de Japón, generándose un proceso de desterritorialización, y el subsecuente surgimiento de la subcultura *otaku (オタク)* como producto de la hibridación (Cobos, 2010), el anime es un equivalente a los dibujos animados americanos, y el manga es un referencia grafica similar al comic, mientras que un otaku se puede clasificar como el consumidor de ambos productos, y que tiene un gran interés por la cultura japonesa en general.

Breve cronología del anime y manga en México: En la década los 60'S la televisión mexicana contaba además de los canales comerciales, con un canal público (IMEVISON) Canal 22, y varias repetidoras en diversos Estados de la republica que tenían su propia programación, y estos transmitían programas japoneses, que eran ávidamente consumidos, algunos de ellos con títeres, tanto de forma humana como de animales (Niños en crecimiento, y Kiko Kika y Taro), y de carácter educativo (1,2,3, Matemáticas Nico Y Tap), leyendas (Me Lo Contaron En Japón), y series (Señorita Cometa, Ultraman entre otros), además de películas, tanto animadas (dibujos) como de ciencia ficción (como Godzilla), y caricaturas (Kimba, el León Blanco –Jungle Janguru Taiteiジャングル大帝-, Astroboy– Atomu Tetsuwan-, 鉄腕アトム, Meteoro -マッハ, Go Go Go, mahhagōgōgō-) tanto serializadas como películas, cuya característica principal de las mismas era usar tomas prolongadas y repetitivas –esto por motivos económicos de su país de



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

origen, para reducir costos la producción las se basaba en usar un número menor de dibujos en las proyecciones y hacer secuencias que repetían como correr por ejemplo-, el contenido, trama y argumento estaba influenciada por los principios del bushido (benevolencia, honor, lealtad, rectitud, respeto, sinceridad y valor) de los samuráis. Por lo que sus tramas eran más complicadas, profundas y justificadas.

Estas bases establecieron los principios de la influencia de la cultura japonesa en México, aunque distaron de ser impactantes sentaron un presente para formar las primeras generaciones de consumidores en el país.

En la década de los setentas aparecieron series como Mazinger Z (マジンガーZ Majingā Zetto), Remi (家なき子 Ienakiko), Heidi ((アルプスの少女ハイジ Arupusu no Shōjo Haiji) y Candy Candy (キャンディ・キャンディ Kyandi Kyand), junto con otras más, cuyo contenido melodramático que rayaba en la tragedia, cambiaron la percepción de que las caricaturas eran solamente para la comedia. Sus argumentos giraban en conflictos familiares y morales, justificando tramas donde los personajes morían y no volvían a aparecer en la historia, rompiendo con los cánones existentes de las caricaturas americanas.

En la década de los ochenta aparecieron series como Robotech, Sandybell, La pequeña Gigi, La ranita Demetan, Peline, Fuerza, G, Capitán Centella, Bell y Sebastián, La familia Robinson, etc. Algunas series se basaron en los cuentos



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

infantiles y novelas clásicas, dándoles giros a los argumentos, o mostrando sus propias versiones según los valores de la cultura japonesa.

En la década de los noventa surgió lo que se llama el “Boom” del anime, debido principalmente al nacimiento de un nuevo canal comercial (TV Azteca), que requería armar una barra de caricaturas sabatina para competir con el Canal 5 (XHGC), y porque Televisa tenía la exclusividad de transmisión de las tres principales productoras de caricaturas de los Estados Unidos (Hanna-Barbera, Warner Brothers, y Disney). Así que recurrió a integrar una barra con animaciones japonesas, tanto nuevas (Caballeros del Zodiaco, Sailor Moon, Guerras Mágicas, SlamDuck), y retrasmistir aquellas de antaño (Candy Candy, La princesa de los mil años, etc.), esta barra llamo la atención al público infantil, adolescente y cierto sector adulto, así que Televisa recurrió a transmitir series de Japón como: Mikami la Cazafantasmas, Súper Campeones, Ranma½, Dragon Ball, Pokemon y Yu-Gi-Ho.

La influencia de las series atrajo la presencia de productos japoneses en el mercado (juguetes, figuras), además de la creación de elementos propios como álbumes de estampas, tarjetas, tazos, corcholatas, etc. Y por primera vez se transmitían en el cine películas animadas que no provenían de Disney.

Y otro producto extra que surgió fue el manga (comic japonés), al principio se produjo empleando el formato americano (magazines alargados y delgados, algunos a color) con series como Dragón Ball, Las guerreras mágicas, Sakura Card Captor, y Ranma½, o empelando imágenes extraídas de las series (fotogramas) para armar el producto grafico –Sailor Moon-, posteriormente



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

editorial Vid (S.A. de C.V.) opto por producirlo en su formato original –volúmenes más pequeños y gruesos con pasta dura que se debía leer de derecha a izquierda y comenzar con la última página y terminar con la primera, -, las series que usaron fueron: Nana, Lovely Complex, Dead Note, Video Girl, SlamDuck, Oh mi diosa, Ichigo 100%, LoveHina.

Otro fenómeno fue el surgimiento de las convenciones especializadas en el género y similares, en 1998 La Mole, y el 200 la TNT, que se celebran tres veces al año cada una. Junto con las convenciones también se empezó a aparecer el Cosplay –usar disfraces de personajes animados-.

También en esa década hicieron aparición las primeras revistas hentai (1998), Chicas trabajadoras, Saxis, divertidas y abusadas, por Edito POSTER y AF respectivamente –dibujos de personajes femeninos en actitudes sexuales cargadas de erotismo-.

También hicieron aparición primeras revistas especializadas en el tema, Conexión Manga (1999), Conexión Manga Especial DVD (2004), Diburjate (2000), Otaku (2004), Akiba-Kei (2006), Prototype (2005), Anime & Manga (2002), Seinse, Niponia, etc., y finalmente una revista especializada en temas sobre la cultura japonesa Desde Japón (entretenimiento-tecnología y cultura) en el 2007.

Además de que varios dibujantes mexicanos empezaron a incursionar en el medio con producción propia influenciada por el estilo japonés –ojos grandes, y cuerpos alargados- como lo fue Tetsuko la chica de acero, fue un manga-comic publicado por Editoposter (ahora Vanguardia Editores) en el año 1997, el argumento y dibujo corrieron a cargo de Arturo Vazquez "Lobo", mientras que



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

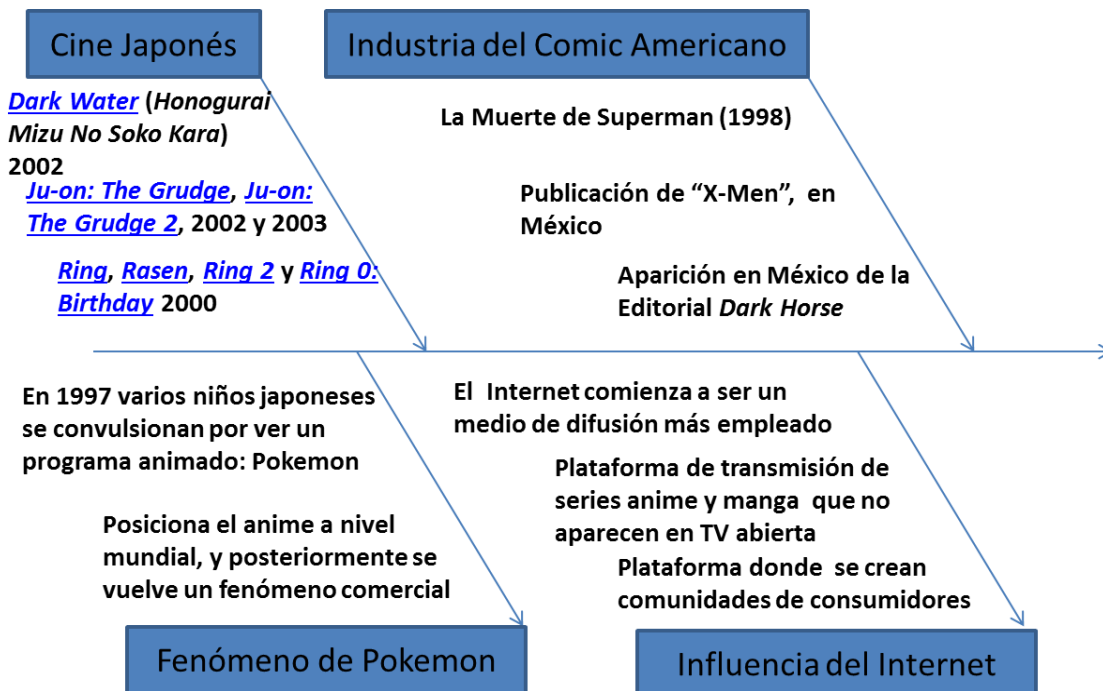
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Enrique Robledo "La Bruja" colaboró con el arte, Meteorix de Jorge Break, en el 2000 publicada por editorial Toukan , y la adaptación de los Super Campeones en 1995 también por editorial Toukan.

Aparte de ello surgieron otros giros comerciales y de servicios influenciados por el anime y el manga y en general por la cultura japonesa, como son el mercado de la música, los doramas (novelas japoneses transmitidas en varios capítulos), cafés maid (lugares donde se vende comida atendidos por mesaras con trajes de corte francés, restaurantes de comida japonesa o comercializadores de artículos japoneses.

**Figura 1.** Impulsores del fenómeno japonés “Boom del anime en México”



**Fuente:** Elaboración propia.





## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

### II. Metodología

a. Determinación del tamaño del mercado: se empleó tres fuentes para calcular un aproximado: (a) convenciones (reunión de oferentes y demandantes concentradas en un mismo espacio) en el país y su afluencia respectiva, y tiraje de revistas especializadas en el mercado.

Convenciones en México al año (Alrededor de doscientas al año en toda la república, con afluencia variable, para su edición 2015 buscan –La Mole Cómic- romper su propia marca al congregar más de 25 mil asistentes (Leon, 2015), y esta ultima se realiza tres veces al año. Tijare de revista especializada (Conexión Manga) 60 mil uniades de manera quincenal.

Con estos datos se estima un mercado de medio millon de consumidores directos.

b. Comportamiento del consumidor: para realizar este perfil se usara la técnica de rasgos, que consiste en usar sus de consumo y compra, para determinar su comportamiento:

Son personas de diversos extractos sociales y de educación, de edad entre los 4 y 50 años de edad, predominantemente hombres, en cuanto a su comportamiento se puede clasificar en dos grupos, el primero es un consumidor pasajero que le gusta los productos y servicios ya sea por moda, influencia o por mera curiosidad, lo consumen pero solo por algún breve momento, no gastan mucho, y rara vez se vuelven expertos en el tema, el segundo está constituido por personas que se siente atraídos por esta corriente, y la acoplan a su estilo de vida, asimilando costumbres y tradiciones, son obsesivos, tienden a gastar grandes cantidades de dinero, y se vuelven expertos en el tema.





“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

c. Ventajas y desventajas por medio de un análisis FODA:

Tabla 1. Análisis FODA del mercado de productos y servicios japoneses

<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>FORTALEZAS</b></li> <li>● Factores psicológicos y emocionales que motivan el impulso de compra</li> <li>● Múltiples plataformas (Internet, televisión por cable, radio, Facebook, etc.)</li> <li>● Múltiples unidades estratégicas (Anime, manga, mercadich, alimentos, cosplay, música, doramas, videojuegos, cafesmaid, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>OPORTUNIDADES</b></li> <li>● Mercado desatendido con gran potencial</li> <li>● Constante crecimiento de nuevos productos al mercado</li> <li>● Los costos bajarían al emplear modelos de producción en economía de escalas</li> <li>● Existe una tercera generación de consumidores.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>DEBILIDADES</b></li> <li>● Pocos proveedores nacionales</li> <li>● Altos costos por adquisición de productos originales</li> <li>● Mercado de la demanda fragmentado</li> <li>● Consumidores eventuales</li> <li>● Falta de un mercado formal de la oferta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>AMENAZAS</b></li> <li>● Presencia de un alto grado de mercado informal</li> <li>● La nula estructura de comunicaciones que la promueva</li> <li>● Persiste todavía el estigma social</li> <li>● Creencia de que es una moda</li> <li>● Competencia con cadenas productoras de Estados Unidos (Warner Brothers, Hanna Barbera, Disney, etc.)</li> <li>● Mercado sobreexplotado en los noventa, reduciendo su ritmo de producción</li> <li>● Se cubre la necesidad inmediata por medio del Internet, reduciendo consumo y rendimientos.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

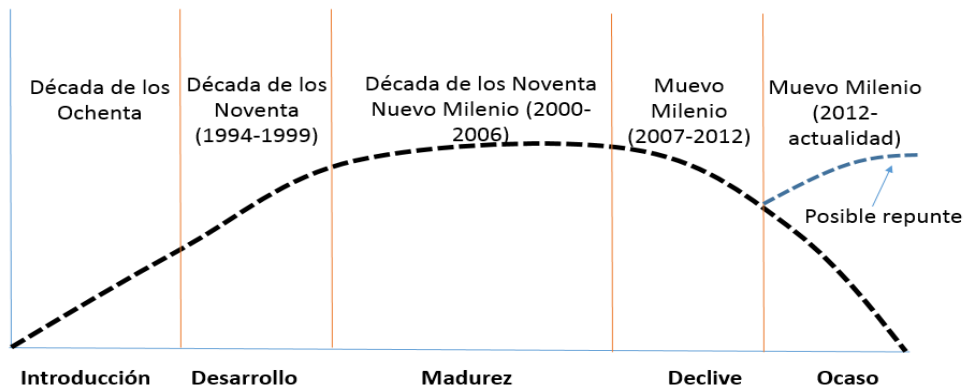
b. Tendencia y potencial: Este mercado se contrajo en la década pasada, principalmente por la falta de difusión de los medios de comunicación masivos (televisión principalmente), a la par de que se hizo una sobre exploto la producción de series, lo que provoco que no hubiera suficiente producción posterior para cubrirla, la otra fue que un grupo del mercado abandono el segmento al crecer. En la actualidad el mercado se esta estabilizando, debido a que la tercera generación de consumidores (los nacidos despues del 1999), empezo a consumir estos productos a consecuencia de la influencia de



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”**  
 Multidisciplinario  
 21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

familiares, también la segunda generación (de 1980 a 1998) se especializó y siguió consumiendo estos productos o los volvió su modo de vida al establecerse como oferentes.

**Figura 2.** Ciclo de vida de la industria de los productos y servicios de Japón en México



**Fuente:** Elaboración propia.

e. Estrategias:

**Madurar:** Al igual que los comics o historietas se volvieron “Novelas gráficas”, este mercado también se puede transformar en algo socialmente aceptado al volverlo más serio, o emplear el mismo sistema de clasificación de Japón, Shounen (dirigido a una audiencia masculina y con dosis de violencia), Shoujo (dirigido usualmente a un público femenino adolescente), Kodomo (dirigido a niños), Mechas (historias protagonizadas por enormes robots y Harem (las protagonistas son un grupo de féminas con un chico como coprotagonista), etc.

**Asociar:** Buscarlo relacionar con otros temas que permitan desarrollar canales mayores de difusión, por ejemplo el 30 de abril en el auditorio de la Ciudad Universitaria de la BUAP se llevó un concierto de “Temas de anime y



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

videojuegos”, de forma gratuita, y este se llenó con más de dos mil personas de diferentes edades.

Legitimar: Básicamente consiste en que los productos y servicios japonés reciban

Racionalizar

III. Resultados

IV. Conclusiones

### V. BIBLIOGRAFÍA

- Arciniegas Gómez, S. A. y Mora Leon, S. F. (2010). *Fuck Yeah Anime; Estudio del diseño del anime japonés como generador de prácticas placenteras (trabajo de grado)*. Colombia: Universidad Sergio Arboleda.
- Balderrama Gastelú, L. y Peréz Hernández, C. C. (2009). *La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno (Tesis)*. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Cobos, T. L. (2010). *Animación Japonesa y globalización y la subcultura otaku en América Latina*. Recuperado el 2014, de Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación:  
[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia\\_72/32\\_Cobos\\_72.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf)
- García García, E. (1998). La historieta del Tercer Milenio... ¡Mangamanía!. *Revista de Revistas*, 38-41.
- García Huerta, D. (2010). *Instituciones Otakus en Guadalajara*. Recuperado el 2015, de [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/vinculos/pdfs/vinculos3/4inv\\_instituciones.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/vinculos/pdfs/vinculos3/4inv_instituciones.pdf)
- García Nuñez, R. y García Huerta, D. (2010). *Una aproximación a los estudios sobre los otakus en latinoamérica*. Recuperado el 2015, de contextualizacioneslatinoamericanas:  
[http://www.contextualizacioneslatinoamericanas.com.mx/pdf/Unaaproximaci%C3%B3nalos estudiosobrelotakusenLatinoam%C3%A9rica.\\_10.pdf](http://www.contextualizacioneslatinoamericanas.com.mx/pdf/Unaaproximaci%C3%B3nalos estudiosobrelotakusenLatinoam%C3%A9rica._10.pdf)
- García Población, C. (2006). *Las raíces biológicas de la estética del manga y el anime*. Recuperado el 2015, de Paperback:  
<http://paperback.infolio.es/articulos/poblacion/raices.pdf>
- García Ponce de León, V. (1998). Las historietas, una pasión de los japoneses. *Revista de Revistas*, 52-53.
- Leon, A. (20 de septiembre de 2015). Mole Cómic Con desea batir récord. *El Universal*, pág. 7.
- Lobo. (2009). El anime en México ¡Ah, qué tiempos, señor Don Gokuj. *Conexión Manga*, 151.
- López, I. (2014). Anime a travez de los tiempos. *Conexión Manga*, 18-21.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

- Madrid, D. y Martínez, G. (2010). *La ola nipona: Consumo de la cultura popular japonesa en España*. Recuperado el 2015, de Universidad Oberta Catalunya:  
<http://www.ugr.es/~feiap/ceiap3/ceiap/capitulos/capitulo03.pdf>
- Menkes, D. (2012). La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 51-62. Recuperado el 2015
- Olicón, E. (2010). El akibakei mexicano ¿apático? *Conexión Manga*, 11-12.
- Ortiz Sobrino, M. A. (2012). *Los productos de animación japoneses como expresión de un modelo de negocio. El caso de la producción anime*. Recuperado el 2015, de Revista Comunicación y Hombre (No. 8):  
[http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/08\\_i\\_ortizyrodriguez.pdf](http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/08_i_ortizyrodriguez.pdf)
- Papalani, V. A. (2006). *Anime: Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Argentina: La crujía.
- Parada Morales, D. (2012). *Manga-anime: Una expresión artística que subjetiva al Otaku*. Recuperado el 2014, de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica (REDALYC):  
<http://www.redalyc.org/pdf/1390/139025258007.pdf>
- Poloniato, A. A. (2008). *Percepción (posmoderna) y el "hacer sentido en el anime"*. Recuperado el 2015, de Anuario de investigación\_DEC-UAM-X:  
[http://148.206.107.15/biblioteca\\_digital/capitulos/328-4674fxf.pdf](http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/328-4674fxf.pdf)
- Rodríguez, N. (2014). Cultura Friki en México. *Conexión Manga*, 66-68.
- Romero, Q. J. (2012). *Influencia cultural del anime y manga japones en México (Ensayo)*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Ruiz Pi, S. (2013). *Los referentes culturales y su tratamiento en la traducción del Manga (Los casos de La espada inmortal, GALSj, Vidas Elícticas y Ramna 1/2)*. España: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Serrano Avilés, T. y Trejo Hernández. R. (2009). *La vida es una historieta, el papel del comic en la vida cotidiana de jóvenes universitarias en el Estado de Hidalgo*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Triton. (1998). Animación al estilo japones. *Revista de Revistas*, 32-37.
- Uribe, M. (2009). Series de anime en TV (Un recorrido muy animado). *Conexión Manga*, 152-153.
- Zarate, A. (2010). Triunfo y ¿Caída? del anime en México: ¿A donde va nuestra afición? *Conexión Manga*, 7-10.