



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**TURISMO Y MODA: EL IMPACTO DE LA *FASHION WEEK*
EN EL TURISMO DE LONDRES (REINO UNIDO)**

Presentado por Miriam Martín Socías

Tutelado por M.^a del Carmen Garrido Hornos

Segovia, 14 junio de 2018

“El que dijo que el dinero no puede comprar la felicidad
es que no sabía dónde ir de compras”.

(Bo Derek, actriz y modelo)

AGRADECIMIENTOS

A mi tutora Mamen por su tiempo, su dedicación, sus consejos y, sobre todo, por ser siempre tan cariñosa conmigo. A mis padres, Nieves y Juan, y a mis hermanos por creer siempre en mí y por su apoyo incondicional.

Muchísimas gracias de corazón.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA	15
1. Justificación de la elección del tema.....	19
2. Objetivos del trabajo	19
3. Metodología	19
CAPÍTULO II. TURISMO Y MODA	21
1. Relación entre la moda y el turismo	25
2. Introducción: evolución histórica de la moda.....	26
CAPÍTULO III. TURISMO Y MODA EN LA CIUDAD DE LONDRES	37
1. Relación entre la moda y el turismo en Londres	41
1.1. Turismo en Londres	42
1.2. Turismo de compras en Londres	44
1.3. Marcas y diseñadores en Londres	49
2. El concepto de <i>Fashion Week</i>	52
2.1. la <i>Fashion Week</i> en Londres	53
2.2. Impacto económico de la <i>Fashion Week</i> en Londres	54
2.3. Motivos por los que considerar a Londres la capital de la moda	54
3. El <i>Brexit</i> y sus consecuencias en Reino Unido	57
3.1. La industria turística tras el impacto del <i>Brexit</i> en Londres.....	59
3.2. Consecuencias del <i>Brexit</i> en la industria del turismo en Londres.....	60
3.3. La industria de la moda tras el impacto del <i>Brexit</i> en Londres	61
3.4. Consecuencias del <i>Brexit</i> en la industria de la moda en Londres	64
CONCLUSIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69

RESUMEN

Londres, capital de Reino Unido, es una ciudad muy importante para el mundo de la moda, donde década tras década esta ha ido evolucionando. En ella han nacido algunos de los diseñadores de renombre que han influido a nivel mundial en la industria de la moda.

Actualmente, en Londres se puede encontrar de todo, por lo que atrae mucho turismo. Ni qué decir tiene que en ella están las tiendas más comerciales, como el grupo *Inditex* o *Topshop* o los comercios de ropa *vintage* que se sitúan en los barrios más conocidos y transitados de Londres turísticamente hablando. También, albergan las marcas de lujo o los *showrooms* de los diseñadores más importantes del mundo.

Este Trabajo de Fin de Grado nace con el objetivo de analizar la relación existente entre la industria de la moda y el sector turístico. Igualmente, hemos estudiado el impacto turístico que provoca la *Fashion Week* en Londres y los diseñadores que acuden a ella. Finalmente, es importante analizar el impacto del *Brexit* y las consecuencias que este provoca en ambas industrias dada la situación actual de Reino Unido.

PALABRAS CLAVE

Turismo, Moda, Londres, Reino Unido, Vogue, Turismo de compras, Industria de la moda, Diseñadores de moda, *Fashion Week* y *Brexit*.

INTRODUCCIÓN

La moda es una industria viva, en continuo cambio. Generalmente se muestra a través de la ropa y de los complementos que usamos a la hora de vestirnos. Todo ello va forjando nuestro estilo y aquello que nos define.

La tendencia consiste en ser original y diferente. Por ello, nos inspiramos y tratamos de imitar los estilos de las modelos que representan a una marca de ropa, de las blogueras o de los *influencer*¹ (<https://goo.gl/GkE9dT>).

Las blogueras o los *influencers* son personas que viven al día en el sector de la moda. Su trabajo consiste en representar a una marca siendo la imagen principal de la campaña o formando parte de su publicidad y, de esta forma, aportar cercanía con el producto, transmitiendo a sus seguidores sus opiniones y sus gustos. Es decir, su labor se centra en aportar una nueva vía de comunicación de la marca basada en una estrategia de *marketing*, donde exponen las prendas o accesorios que se van a llevar durante la temporada en cuestión o cualquier tipo de producto que han probado y quieren recomendar a sus seguidores a través de sus redes sociales, ya sea mediante *YouTube* o *Instagram*. De esta manera, influyen en ellos y dan publicidad a la marca a la vez que hacen que aumenten las ventas y que el producto se consuma (<https://goo.gl/sb6HHY>).

Por lo general, las blogueras e *influencers* son contratados por grandes marcas con las que colaboran; estas les ceden un artículo por el que les pagan y tanto los blogueros, blogueras —por lo general, suele tratarse de un público femenino— y los *influencers* muestran el producto en sus redes sociales a través de un vídeo o de una foto con el fin de que sus seguidores lo adquieran (<https://goo.gl/5e4dgh>).

Figura 1. *Influencer ‘Lovely Pepa’*



Fuente: *Instagram* (<https://goo.gl/CevR8j>)

Desde nuestro punto de vista, turismo y moda son dos términos estrechamente ligados. Gran parte del éxito de la moda, en este caso en la ciudad de Londres —temática principal del Trabajo de Fin de Grado que el lector tiene en sus manos—, se debe a los

¹ El término *influencer* se utiliza ya en castellano como préstamo del inglés para referirse a aquellas personas que saben sobre un tema concreto y lo exponen con gran credibilidad a sus seguidores en las redes sociales: para ello, muestran su experiencia, su opinión, etc. (<https://goo.gl/DL7AEN>)

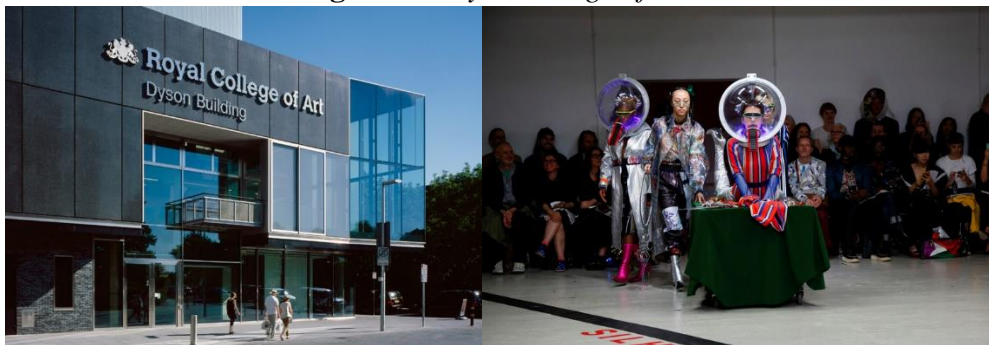
diferentes estilos que los diseñadores comparten con nosotros y que son todo un reclamo. A través de ellos, el turista/comprador experimenta una atracción considerable ya no solo por visitar y conocer la ciudad de Londres, sino también por ser partícipe de la *Fashion Week* y de todo aquello que su experiencia implica. Lucir los *outfits*² que los diseñadores exponen tanto en pasarela como en sus tiendas físicas se convierte así en un sueño a su alcance.

Resulta evidente que Londres es una de las ciudades europeas más importantes para la industria de la moda. Cuenta con algunas de las escuelas más famosas de todo Europa, donde se han formado diseñadores de renombre hoy en día. El proyecto final que realizan los estudiantes de las escuelas de moda consiste en crear sus propios diseños y, de cara al mundo profesional, exponerlos en un desfile dentro del centro al que pueden acudir todos los asistentes que quieran —entre ellos, grandes firmas o diseñadores que, en más de una ocasión, han comprado las colecciones de los estudiantes para sacarlas al mercado. (<https://goo.gl/AeD2xT>)

Algunas de estas escuelas son las siguientes:

- *Royal College of Art*: centro especializado en diseño y textiles. En esta escuela se han formado diseñadores de la talla de Philip Treacy, diseñador de Erdem Moralioglu o Christopher Bailey, actual director creativo de *Burberry*. (<https://goo.gl/AeD2xT>)

Figura 2. *Royal College of Art*



Fuente: Google Imágenes

Extraído de: <https://goo.gl/JT28Vm> y <https://goo.gl/xWCYzE>

- *Central Saint Martins, College of Art & Design*: perteneciente a la Universidad de Arte de Londres, es la escuela más importante y la más influyente para el mundo de la moda a nivel mundial. En ella se han formado auténticas estrellas en el mundo de la moda como, por ejemplo, John Galliano, Stella McCartney, Alexander McQueen, Phoebe Philo o Hussein Chalayan. (<https://goo.gl/YLiMYW>)

² También adoptada del inglés, la voz *outfit* significa vestimenta, ropa o conjunto. En el mundo de la moda, esta palabra se emplea para referirse al conjunto de ropa y a los complementos que lleva puestos cualquier persona. (<https://goo.gl/dtPeJS>)

Figura 3. *Central Saint Martins, College of Art & Design*



Fuente: Google Imágenes

Extraído de: (<https://goo.gl/BhVtjfi> y <https://goo.gl/88bZJm>)

- *Instituto Marangoni*: de gran fama en la industria de la moda, se encuentra en el llamémosle, “triángulo de la moda europeo”: Londres, París y Milán. A este centro deben su formación diseñadores como Miuccia Prada o los Dolce Gabbana. (<https://goo.gl/YLiMYW>)

Figura 4. *Istituto Marangoni de Londres*



Fuente: Google Imágenes.

Extraído de: <https://goo.gl/xRyY1a> y <https://goo.gl/W5wjxw>

La primera *Fashion Week* tuvo lugar en Nueva York en año 1943. Su objetivo se centró en acaparar la atención de la moda francesa durante la Segunda Guerra Mundial. Fue un evento organizado por Eleanor Lambert y al que solamente asistieron diseñadores americanos y periodistas que cubrieron la noticia. Para comprar los diseños que se expusieron, era necesario contactar directamente con los diseñadores, pues no había posibilidad de venta posterior a centros comerciales o tiendas particulares.

La revista *Vogue* publicó todos los diseños que se habían enseñado en los desfiles de Nueva York; más tarde surgieron las nuevas capitales de la moda, Londres y Milán. Esta tradición convirtió a la *Fashion Week* en un evento que se celebra ya de forma anual en las capitales más importantes de la moda de nuestros días. (<https://goo.gl/ZNLmCr>)

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO
INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

“La ropa no significa nada hasta que alguien vive en ella”.

(Marc Jacobs, diseñador de moda)

1. JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DEL TEMA

Como hemos dicho en páginas precedentes, este proyecto nace con la ambición de unir dos mundos diferentes, la moda y el turismo en un enclave único: Londres.

Conocida como la capital europea de la moda, Londres destaca como distrito artístico y creativo lleno de estímulos tanto visuales como culturales. Es aquí donde nacen cientos de estilos innovadores y donde podemos encontrar las mejores marcas. Indudablemente, todo ello se alza como herramienta que atrae a cierto tipo de turismo: la semana de la moda supone un incremento turístico que bien merece ser observado.

Para analizar correctamente este impacto, será esencial estudiar previamente el concepto de *Fashion Week* y reconocer a los diseñadores que participan en ella. Analizaremos en líneas que siguen por qué la capital del Reino Unido ha llegado a ser considerada como una de los epicentros más importantes en el mundo de la moda.

Finalmente, no podemos obviar la coyuntura política actual del país que nos ocupa: puesto que este Trabajo de Fin de Grado se restringe a la ciudad de Londres, es muy importante estudiar cómo el *Brexit* ha afectado/afecta a este sector y reflexionar acerca de las consecuencias que esta inestabilidad provoca tanto en la industria turística como en el ámbito de la moda.

2. OBJETIVOS DEL TRABAJO

Con el desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado pretendemos lograr los siguientes objetivos:

- Estudiar el turismo de Londres
- Estudiar cómo repercute la moda en el turismo
- Estudiar las zonas más turísticas donde se pueda adquirir moda en Londres
- Analizar el mercado de la moda, conociendo sus tendencias, así como los distintos diseñadores y las diferentes marcas que podemos encontrar en la ciudad de Londres
- Analizar el movimiento turístico que provoca la *Fashion Week*
- Estudiar las marcas que participan en la *Fashion Week*
- Analizar el marketing experiencial de la *Fashion Week*
- Analizar cómo ha repercutido el *Brexit* en el turismo de Londres
- Estudiar cómo ha influido el *Brexit* en la industria de la moda de Reino Unido

3. METODOLOGÍA

Para la realización de este Trabajo de Fin de Grado ha sido fundamental emplear una metodología basada en la investigación social que nos permitiese obtener información de la situación actual del país, del turismo que Londres recibe y acoge y de los diseñadores más representativos que se han formado en las escuelas de moda de Londres. Ha sido imprescindible, además, observar los cambios que la ciudad experimenta durante la *Fashion Week* y analizar el nivel de ocupación que tiene durante esas jornadas.

Tras haber recopilado toda la información, ha sido necesario seleccionar y organizar todos estos recursos para poder definir las partes en las que se ha organizado el trabajo. Para ello, se han recabado datos a través de distintas fuentes secundarias —no podemos negar el empleo casi exclusivo de Internet como mina bibliográfica que nos ha permitido acceso a *Hosteltur*, a artículos de distintos periódicos (*El Confidencial*, *El Mundo*, *El País*, etc.), a revistas (*Vogue*, *Glamour*, *Cosmpolitan*, *Hola!*, etc.), a foros como *Trendencias* o el perteneciente a la revista *Vogue*, etc.

Todas las fuentes consultadas a través de Internet pertenecen tanto a la lengua española como a la inglesa y forman parte de páginas oficiales de ambos países.

CAPÍTULO II
TURISMO Y MODA

“El secreto de la elegancia es ser uno mismo”
(Hubert de Givenchy, diseñador de moda)

1. RELACIÓN ENTRE LA MODA Y EL TURISMO

Para establecer adecuadamente la relación existente entre moda y turismo, primero hemos de definir ambos términos.

La Real Academia de la Lengua Española establece varias definiciones para la palabra *moda*, como “[u]so, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país” o “[g]usto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos”. (<https://goo.gl/4EGv6>)

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo define *turismo* como “[u]n fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (<https://goo.gl/EydaXz>)

Centrémonos ahora en este contexto: el turístico. Siempre que vamos a emprender un viaje entran en juego una serie de factores que nos condicionan: la selección de fechas, nuestros gustos, el presupuesto y la duración del viaje. Este último se posiciona como factor crucial, ya que, a mayor duración del viaje, más gasto y, por lo tanto, mayores ingresos del enclave receptor.

Por lo general, siempre que viajamos, contemplamos la opción de ir de compras, es decir, adquirir los productos más típicos del destino turístico al que vamos. A este fenómeno se le considera turismo de compras o turismo de *shopping*. El objetivo principal de estos viajes es vivir una experiencia con el destino relacionada con el ocio. Es aquí donde entra en juego el papel de la moda: viajar consiste en atraer un flujo de turistas al destino atraídos por la costura de una manera indirecta, ya que ir de compras es una de las motivaciones principales de los turistas y supone conocer el destino de una manera diferente; así, interactuamos con la persona local y, además, interiorizamos su cultura y sus costumbres.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), hay 4 factores que guían al turismo de compras:

1. La calidad de los productos
2. La autenticidad de la experiencia
3. El valor de la oferta
4. El entretenimiento

Por lo general, los productos que más compramos están siempre relacionados con el sector de la moda o los complementos, los productos de artesanía y del diseño.

Pero el sector de la moda es muy amplio. En función de nuestras preferencias, este influye en nuestras decisiones a la hora de viajar. La moda genera en el turista un comportamiento de consumo por el que los productos se adquieren en función de la calidad-precio, la apariencia física de la tienda, el tiempo del que se disponga para ir de compras, etc. El hecho de obtener un producto típico del destino turístico provoca en el turista una pequeña satisfacción y le recuerda al momento del viaje en el que lo compró.

Sin embargo, la moda como tal provoca un *turismo experiencial* que está en pleno auge. Es este un tipo de turismo que todavía no está muy desarrollado, ya que promueve el desplazamiento de muchas personas de manera muy selectiva, individuos que están tremendamente formados en este sector y que disponen de un nivel de renta medio-alto o alto. Sus objetivos son buscar la exclusividad en calidad del servicio o del producto. Asimismo, es un segmento muy rentable, ya que este tipo de turistas se caracteriza por hacer un gasto turístico muy elevado. Podríamos decir que, dentro de esta fracción turística, tendrían cabida los asistentes al evento que nos ocupa en este trabajo.

Así, la hostelería es el principal beneficiario de este tipo de turismo, no solo porque la ocupación hotelera aumenta durante las fechas concretas en las que se celebra la *Fashion Week*, sino porque en muchos hoteles atraen a los turistas por otras causas como pueden ser eventos, *after parties*³ y desfiles que se celebran en ellos. (<https://goo.gl/yN6Q41>)

2. INTRODUCCIÓN: EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA MODA

Curiosamente, la moda tal y como la conocemos nació a principios del siglo XIX precisamente en Inglaterra durante el período de Regencia. Tras el paso de una sociedad rural a una sociedad urbana y comercial, Londres se convirtió en el principal foco de atracción de Gran Bretaña. Apareció el calendario social, que consistía en dividir el año por temporadas de vida social entre Londres y las temporadas de caza en zonas rurales.

George Bryan Brummel, más conocido como Beau Brummel —traducido al castellano como el *Bello Brummel*—, revolucionó la moda masculina creando diseños modernos. Además, se encargó de vestir al Rey Felipe IV: fue consejero de moda y etiqueta tanto para el monarca como para todos los miembros de su corte. (Aragón, López y Martínez de Marigorta, 2013, p.182).

A finales del siglo XIX, concretamente en 1858, el diseñador Charles Frederick Worth —un francés de origen británico— fue reconocido como el padre de la alta costura, entendida esta como “[c]onfección dirigida por el diseñador y a la medida de una selecta clientela” (Aragón *et al.*, *ibidem*, p.199).

Worth creó el concepto de *‘Hautre Couture’*⁴. Dicha expresión hace referencia a distintos criterios para trabajar en un taller de costura: el primero es que se trabaja siempre a mano con telas fluidas⁵ para la creación de los vestidos tanto camiseros como de noche.

³ *After parties* es un término que se usa en castellano y que también hemos adoptado del inglés. Hace referencia al concepto de “post-fiesta” o celebración de un evento que puede tener lugar tanto en hoteles como en lugares destinados para ello tras un desfile u otro acto importante. (<https://goo.gl/7i5EpV>)

⁴ El término francés *Haute Couture* es un préstamo que hemos adoptado del francés que consiste en hacer prendas únicas de ropa. (<https://goo.gl/US2ZPT>)

⁵ Tela fluida: los diseñadores de alta costura utilizan las mejores telas para confeccionar sus diseños con telas muy delicadas cosidas a mano. Estas son las siguientes: seda, *cashmere*, algodón —el egipcio y pima son los más lujosos debido a que son muy suaves— y cuero. (<https://goo.gl/KgEGhv>)

El segundo criterio consiste en que tiene que haber otro taller distinto donde se confeccionen otras prendas como los pantalones, las faldas, las blusas o las chaquetas.

Figura 2.1. Talleres *Haute Couture*



Fuente: Foro Tendencias. (<https://goo.gl/xT9rk3>)

En esta época, se realizaban desfiles en residencias privadas o en los salones de las mansiones *Couture*. De esta forma, poco a poco fueron cobrando más importancia e innovando en cuanto a la música, los decorados y al telón de fondo.

Diez años más tarde, en 1868, gracias a la creación del *Hautre Couture*, Charles Freferick Worth creó la asociación *Chambre Syndicale*⁶, que tenía como objetivo básico desarrollar la industria de la moda. Tuvo la oportunidad de organizar, como mínimo, dos desfiles al año en los que mostraba 25 *looks* diferentes. En esa época, poder hacer desfiles era complicado, ya que, antes de ser admitido, había que desfilarse dos años como miembro invitado por algún diseñador de *Hautre Couture*. El 1% de los beneficios del desfile estaban destinados al posicionamiento y a la mejora de la imagen de la firma.

Figura 2.2. Desfile *Chambre Syndicale*



Fuente: Foro Tendencias. (<https://goo.gl/xT9rk3>)

⁶ *Chambre Syndicale* es una universidad de moda de Francia donde se han formado diseñadores de gran prestigio como Yves Saint Laurent, Valentino o Issey Miyake. Actualmente, sigue formando a estudiantes de diseño con el objetivo de que en un futuro se conviertan en diseñadores de primer nivel. (<https://goo.gl/WJuM3T>)

A principios del siglo XX, durante la llamada “Belle Époque”, la simplificación y el concepto “menos es más” marcaron el rumbo de la moda. (Aragón *et al.*, *ibidem*, p.222)

La “Belle Époque” fue un período que abarcó desde el año 1900 hasta 1914. Durante este período, en Gran Bretaña se empezó a disfrutar la vida de una forma más alegre. Tras el fallecimiento de la reina Victoria en 1901, el rey Eduardo VII fomentó que los británicos acudiesen más a fiestas, aumentasen el consumo de la ropa y realizasen viajes por Europa.

Las mujeres de la época dedicaban mucho tiempo a vestirse y desvestirse varias veces al día siguiendo una estricta etiqueta en función de los acontecimientos sociales a los que acudiesen. Por la mañana vestían con trajes de sastre de los diseñadores más importantes de la época. Por la tarde lucían vestidos para tomar el té o vestidos de paseo. Finalmente, por la noche marcaban tendencia con vestidos de tafetán⁷ algo provocativos, tanto para ir a fiestas como para ir al teatro. (Worsley, H. 2012. p.10)

Figura 2.3. Vestidos de la Belle Époque



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/8JyeCm>)

Tras la Primera Guerra Mundial, la forma de vestir cambió por completo: muchas mujeres empezaron a llevar uniformes, aparecieron nuevas prendas de ropa como los suéteres o los primeros trajes de baño y las faldas, que iban siendo cada vez más cortas.

Figura 2.4. Primeros uniformes de las mujeres



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/o5zwyJ>)

⁷ El tafetán es un tejido muy típico de Gran Bretaña. En el siglo XIX, concretamente de 1817 a 1821, fue el tejido más utilizado junto con la seda y el lino para la confección de los trajes de baile. (<https://goo.gl/cXpSjn>)

Figura 2.5. Primeros trajes de baño para las mujeres



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/NjCeRs>)

Durante los años 20, la moda femenina cobró gran importancia. Se convirtió en el símbolo del enfoque vanguardista de las artes. En general, la Primera Guerra Mundial supuso un cambio para el mundo de la mujer en todos los ámbitos. Apareció la mujer moderna que ejercía una profesión, podía votar, trabajar, conducir y tomar cócteles. Coco Chanel y Patou se convirtieron en líderes para el mundo de la moda: confeccionaron nuevas prendas de carácter más deportivo e informal con el fin de que fueran cómodas de llevar. La mujer se empezó vestir con ropa más atrevida, como por ejemplo con vestidos sueltos y cortos, jerseys hasta la cadera, faldas, etc.

Figura 2.6. Diseños Coco Chanel (años 20)



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/rPnpiJ>)

En 1930, Reino Unido entra en una crisis económica y, con ello, la Gran Depresión. Todo ello se ve reflejado en la moda, que crea una nueva forma de vestir en la mujer realzando su figura con faldas largas por debajo de la rodilla y caracterizándose por el uso de costuras verticales.

Figura 2.7. Moda femenina 1930



Fuente: Décadas de moda. (<https://goo.gl/FYKDYJ>)

Sin embargo, los diseñadores neoyorkinos crearon un nuevo estilo centrado en los valores del país y basado en la combinación de prendas distintas.

Figura 2.8. Estilo neoyorkino años 30



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/6AIRkG>)

Asimismo, la revista *Vogue*⁸ publicó en una de sus revistas la influencia del surrealismo de Hollywood en la tendencia de la moda de aquella época, como llevar los volúmenes en las mangas, los colores oscuros, las siluetas largas, las cejas depiladas, etc. Además, aparecieron los primeros trajes con pantalones. Elsa Schiaparelli es una de las diseñadoras de estilo vanguardista⁹ más importantes de esta época. Tuvo como objetivo buscar la igualdad, para lo cual lanzó una colección de sastrería masculina e impulsó el uso de la falda-pantalón y de ropa *sport*.

⁸ La revista estadounidense *Vogue* fue fundada en 1892 por Arthur Baldwin Turnure. Actualmente, es la revista de moda más influyente a nivel mundial y se publica de forma semanal en más de 20 países. (<https://goo.gl/DBYWqo>)

⁹ El estilo vanguardista en moda hace referencia a la libertad de expresión a la hora de vestirse. (<https://goo.gl/8PfxCi>)

Figura 2.9. Diseños Elsa Schiaparelli



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/9NxZ2E>)

En 1940, tras el estallido de la Segunda Guerra Mundial, el Gobierno Británico estableció un sistema de racionamiento con el fin de evitar el derroche de los recursos y de la distribución de la ropa. Las mujeres optaron por vestirse de una forma más modesta, por lo que volvieron a lucir vestidos o conjuntos de falda-pantalón, algo que simulaba los uniformes.

Figura 2.10. Uniformes femeninos años 40



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/ZdZxuK>)

Eleenaor Lambert es una diseñadora neoyorkina que fundó la *Press Week* en 1943 con el fin promocionar el diseño de moda. A esta convocatoria solo podía asistir un público muy concreto, como el caso de representantes de prensa, que la utilizaban para promocionarse. Asistieron 53 editores y 53 invitados. Actualmente, la *Press Week* es conocida como la *Semana de la Moda de Nueva York* y acuden a ella más de 150 invitados.

El racionamiento duró en Gran Bretaña hasta 1950. Algunos modistos de *Mayfair*¹⁰ idearon y dieron forma a su propia versión del *New Look* de Dior¹¹. Hardy Amies presentó su nueva colección, que incluía estilos de color gris caracterizados por la

¹⁰ *Mayfair* es una zona muy comercial de Londres formada por los barrios más caros y prestigiosos en los que podemos encontrar tiendas de moda de lujo. (<https://goo.gl/xe6FN3>)

¹¹ *New Look de Dior*: fue en 1947 cuando Dior presentó su primera colección de moda denominada *Corolle*. (Aragón et al., *ibidem*, p.319).

posguerra. Aparecieron los primeros trajes de noche y los primeros tacones de aguja creados por diseñadores como Dior, Balenciaga o Balmain.

Charles James es un diseñador de origen británico que vistió a las mujeres de la alta sociedad neoyorkina con trajes que eran auténticas obras de arte. Balenciaga, reconoció al talentoso artista como “[e]l mayor modisto de América, el mejor del mundo y el único que ha elevado la alta costura de arte aplicada a pura forma artística”. (Aragón *et al.*, *ibidem*, p.325).

Figura 2.11. Diseños James 1950



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/GNSPHT>)

Tras el éxito de la *Press Week* en 1952, Gioi Battista Giorgina organizó los desfiles de moda de marcas italianas en el Palacio Pitti de Florencia. En 1954, la revista *Vogue* publicó los conjuntos de nylon que eran fáciles tanto para lavar como para secar.

Figura 2.12. Desfile en el Palacio Pitti de Florencia



Fuente: Foro Tendencias. (<https://goo.gl/xT9rk3>)

En 1957, los desfiles en Florencia alcanzan tal éxito que el Palacio *Pitti* no tiene capacidad suficiente para acoger a tantas personas, por lo que se opta por su traslado a Milán. Paralelamente, en ese mismo año, el cantante americano Elvis Presley marcaba tendencia con su estilo rockero.

Figura 2.13. Elvis Presley



Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/acb8bw>)

En los años 60 — época muy optimista y alegre—, la forma de vestir de la mujer volvió a cambiar por completo. Fue una etapa que dio lugar a una revolución en el mundo de la moda a todos los niveles, desde la fotografía hasta los diseños, que fueron confeccionados con tejidos muy coloridos, metálicos o, incluso, de plástico.

Figura 2.14. Revolución de la moda



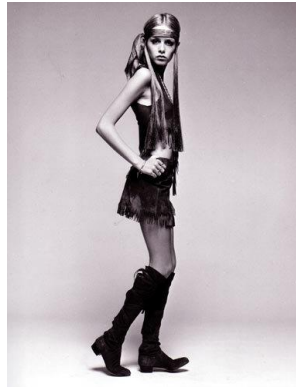
Fuente: Google imágenes. (<https://goo.gl/DYCQfQ>)

Esta evolución conceptual favoreció el nacimiento de la minifalda y se reconoció a la modelo *Twiggi*¹² como ‘la Reina del *Mod*¹³’: junto con otros modelos de referencia, Twiggi apareció en la revista *Queen*, considerada la revista de moda del momento por excelencia.

¹² Leslie Lawson es una súper modelo inglesa conocida por el diminutivo de *Twiggy*. Además de modelo, fue actriz y cantante. Ganó el Globo de Oro a la Mejor Actriz de Comedia Musical. En 1960 se convirtió en un icono de la moda muy importante. (Aragón *et al.*, *ibidem*, p.354).

¹³ El *mod* hace referencia a la revuelta juvenil que surgió en Londres a finales de los años 50 y que alcanzó su máximo esplendor en los años 60. Para el mundo de la moda, el término *mod* se asoció con los trajes hechos a medida que llevaban especialmente los chicos de clase media, siempre relucientes e impecables. (<https://goo.gl/aCVxYv>)

Figura 2.15. *Twiggi*



Fuente: Revista *Queen*. (<https://goo.gl/GduVyE>)

En 1961, se confecciona el primer desfile de moda en Londres con un estilo muy vanguardista. Apenas una década después, en los años 70, se produce un cambio en el mundo de la moda —considerándolo como una sociedad más permisiva en la que todo vale—. El cantante británico George Melley así lo reconocía:

[E]n el pasado, solo los ricos, la clase dominante, marcaban la moda. Hoy, lo hace el vestido barato que vemos en las chicas por la calle, esas chicas (...) están vivas, (...) dispuestas a probar cualquier novedad, representan el nuevo espíritu. (Aragón *et al.*, *ibidem*, p.359).

Se abrieron locales con el fin de exponer y vender la ropa. Es de este modo como se inician los primeros *Showrooms*¹⁴. Aparecen dos tiendas muy famosas a pie de calle. Estas son *Granny Takes a Trip* —considerada como la primera tienda de moda psicodélica de Londres— y *Boutique de Malcom McLaren* y *Vivienne Westwood*. Además, aparecen tanto el movimiento *Punk*, como el movimiento *Flower Power*.¹⁵

Figura 2.16. *Granny Takes a Trip*



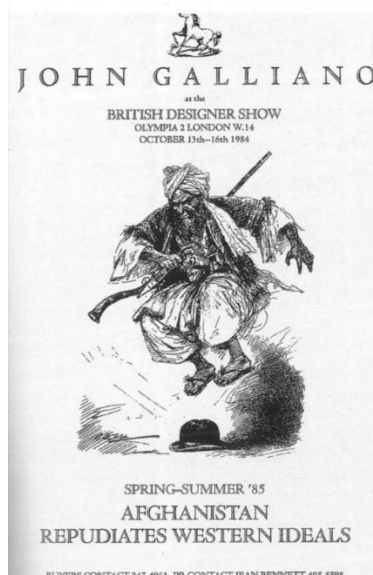
Fuente: *Londres de Incógnito*. (<https://goo.gl/GduVyE>)

¹⁴ *Showroom* es una voz inglesa que también hemos adoptado en castellano. Suelen ser espacios cerrados que los diseñadores y las marcas alquilan para poner a la venta sus colecciones fuera del mercado. (<https://goo.gl/DAfekG>)

¹⁵ Se denominó *Flower Power* al movimiento hippy cuyo lema era “paz, amor y libertad”. Fue una subcultura muy escandalosa que tuvo su origen en el año 1967 en San Francisco. (Aragón *et al.*, *ibidem*, p.374)

En 1973 se consagró oficialmente la Semana de la Moda parisina en Versalles. Para recaudar fondos con la finalidad de restaurar el castillo, cinco grandes marcas como *Dior*, *Yves Saint Laurent*, *Givenchy* y *Óscar de la Renta* realizaron un desfile en noviembre antes de su inauguración. Dos años más tarde, en 1975, con el apoyo de la Cámara Nacional de la Moda Italiana, se creó la *Settimana Della Moda* en Milán, que, además, marcó el calendario oficial para el resto de *Fashion Weeks*.

Figura 2.17. Primer calendario de *Fashion Week*



Fuente: Foro Tendencias. (<https://goo.gl/xT9rk3>)

Los años 80 fueron considerados la “[d]écada de los diseñadores” (Aragón *et al.* 2013, p.386. *Moda: Historia y estilos. Londres, Reino Unido, Dorling Kindersley*). Fue una época muy moderna porque apareció un nuevo concepto denominado *Street Style*¹⁶. *Bricklane* fue la calle más *cool* y transitada de Londres. Aparecen todo tipo de tendencias, con *looks* muy en tenencia y, sobre todo, originales.

En 1984, tiene lugar la primera *Fashion Week* londinense, conocida como la *London Designer Collections*, de la mano de John Galliano y Betty Jackson. Esta empezó en un parking al oeste de Londres y fue apoyada por *Vogue* y patrocinada por el Gobierno Británico.

En los 90, las modelos cada vez obtuvieron más fama y reconocimiento ya que las *Fashion Weeks* se empezaron a celebrar con carácter internacional. Gracias a Internet, la industria de la moda se globalizó y aumentó tanto su producción como su consumo. En estas fechas, la revista *Vogue* alcanza su máximo apogeo, pues realiza una exposición en el *National Portrait Gallery* a la que acuden los personajes más influyentes de la época como *Margaret Thatcher*, *Diana de Gales*, *Los Beatles*, etc. Su objetivo principal consiste en combinar la fantasía y la magia, por lo que Alexandra Shulman, Editora Jefe de *Vogue*, calificó a esta en la revista *Vogue* (2012) como la época que marca un siglo de estilo. (<https://goo.gl/HZjph7>).

¹⁶ Según Aragón *et al.* (ibidem, p. 386), el *Street Style* como concepto indica que la moda nació en la calle y no en los estudios de diseño.

Hasta 1993, los desfiles en Nueva York se habían realizado en las boutiques o en los talleres de los diseñadores. Sin embargo, en esta fecha, el *Consejo de Diseñadores de Moda Americano* anuncia que los desfiles se van a realizar en el *Bryant Park* de Nueva York, dado el elevado volumen de asistentes esperado. Tal es el éxito de estas exhibiciones a nivel internacional que, en 1994, la Semana de la Moda en París se traslada al *Carrousel du Louvre* para acoger y recibir más espectadores.

En el siglo XXI, la moda es una industria global que genera más de un billón de dólares internacionales. Las tendencias se propagan a través de los medios como la televisión o las redes sociales; además, son publicitadas a través de *celebrities*, blogeras o *influencers*.

En 2007, ya había más de 40 *Fashion Weeks* a lo largo del mundo y en 2010, la Semana de la Moda de París se deja de celebrar en el *Carrousel du Louvre* y la de Nueva York se traslada al *Lincoln Center* para poder acoger todavía a mayor número de asistentes, ya que los otros espacios se encontraban muy limitados.

En la actualidad, ya se reconocen y celebran más de 140 *Fashion Weeks* a lo largo de todo el mundo, con desfiles que son un auténtico espectáculo. Acude a ellas un público muy variado, como son personalidades famosas e *influencers* a nivel mundial. (<https://goo.gl/5V6jyT>)

CAPÍTULO III

TURISMO Y MODA EN LA CIUDAD DE LONDRES

“Hoy nada está pasando de moda porque todo está de moda.
Cualquier prenda de cualquier época está a disposición de todos”.

(Marshall McLuhan, profesor de literatura inglesa, 1968)

1. RELACIÓN ENTRE LA MODA Y EL TURISMO EN LONDRES

Londres es la capital europea por excelencia: la transcendencia que el sector tiene en esta ciudad queda ampliamente reflejada. Tanto es así, que publicaciones como la revista *Hola!* categorizaron en 2010 a esta increíble ciudad como “[e]l Paraíso del *Shopping*” (<https://goo.gl/xLgqct>).

Figura 1.1. Vistas de Londres



Fuente: Revista Hola! (<https://goo.gl/XGyZqt>)

Verdaderamente, Londres es referencia mundial e imprescindible para el mundo de la moda ya que, gracias a este sector, la ciudad recibe la visita de 19 millones de personas procedentes de todas partes del mundo. Cuenta con una tasa hotelera del 83%, siendo una de las más altas de Europa. Es una de las ciudades en las que más dinero se gasta en compras, pues no en vano se encuentra un 70% de las mejores marcas de moda y de lujo de todo el mundo.

Pero Londres no solo es reconocida por la alta costura, sino también por el arte y la música. Aquí nacieron los grupos musicales más famosos como *The Rolling Stones*, *The Beatles*, *The Kings*, *The Who* y muchos más.

Volviendo al tema que nos ocupa, la zona de turismo de compras de lujo está compuesta por 1.000 tiendas¹⁷ tanto de moda como de belleza¹⁸, con 17 hoteles¹⁹ de cinco estrellas y 20 restaurantes²⁰ recogidos en la *Guía Michelin*. (<https://goo.gl/GXTTwx>)

La relación entre el turismo y la moda está muy ligada a los hoteles, puesto que unos y otros hacen grandes colaboraciones con marcas muy prestigiosas. Ejemplo de esta

¹⁷ Tiendas famosas de Londres: explicado en el punto 2.1.3. Turismo de compras en Londres.

¹⁸ Boutiques de Belleza: en Londres hay más de 30 tiendas donde se pueden comprar productos de belleza, cosmética y otros productos como velas decorativas. Ejemplos de ellos son las firmas *Monton Brown*, *Burberry Beauty Box*, *Penhaligon's*, *Boots*, *Geo. F. Trumper*, *Harrods Salon de Parfums*, etc. (<https://goo.gl/A2yE6i>)

¹⁹ Los hoteles de lujo más frecuentados en Londres según TripAdvisor son: *Grosvenor House (A JW Marriott Hotel)*, *Grange St. Paul's Hotel*, *Threadneedles Autograph Collection*, *Rafayel on the Left Bank (Hotel & Spa)* y *ME London Hotel*. (<https://goo.gl/FuuAWf>)

²⁰ Algunos ejemplos de restaurantes que han recibido Estrellas Michelin son: *Dinner by Heston Blumenthal*, *Ametsa With Arzak Instruction*, *The Harwood Arms*, *The Ritz Restaurant*, *The Clove Clubetc.* (<https://goo.gl/kNyeZ9>)

mutua colaboración la encontramos en el *Hotel Metropolitan London*, uno de los establecimientos más exclusivos tanto por su ubicación como por su prestigio. Al recibir a sus clientes, el personal regala una *Shopping Bag*, un talonario de 50 libras para comprar en los *Almacenes Selfridges* y un mapa que incluye y señala todas las *boutiques* de la zona. (<https://goo.gl/nz9otU>)

Figura 1.2. Almacenes *Selfridges*



Fuente: Google Imágenes (<https://goo.gl/UP1cB7>)

Otro ejemplo muy claro es el del *Hotel The Hakin*, donde el uniforme del personal fue diseñado por *Armani* y, además, sus clientes también reciben de forma gratuita un talonario de 50 libras para gastar en los almacenes de *Harvey Nichols*. (<https://goo.gl/nz9otU>)

Figura 1.3. Almacenes de *Harvey Nichols*

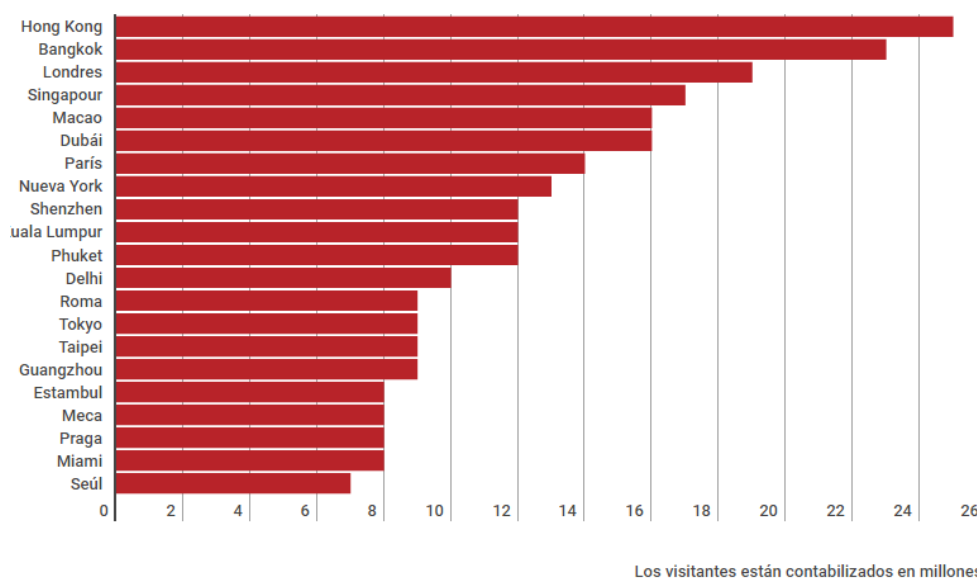


Fuente: Google Imágenes (<https://goo.gl/XVGr2s>)

1.1. TURISMO EN LONDRES

Resulta casi gratuito decir que Londres es una de las ciudades que más turismo recibe en todo el mundo. En el año 2017 batió el récord de turistas y se convirtió en la tercera ciudad más visitada del mundo, por debajo de Hong Kong (China) y de Bangkok (Tailandia), y la ciudad más visitada de todo Europa. [Véase gráfico 1.1.2.]. (<https://goo.gl/RASafW>)

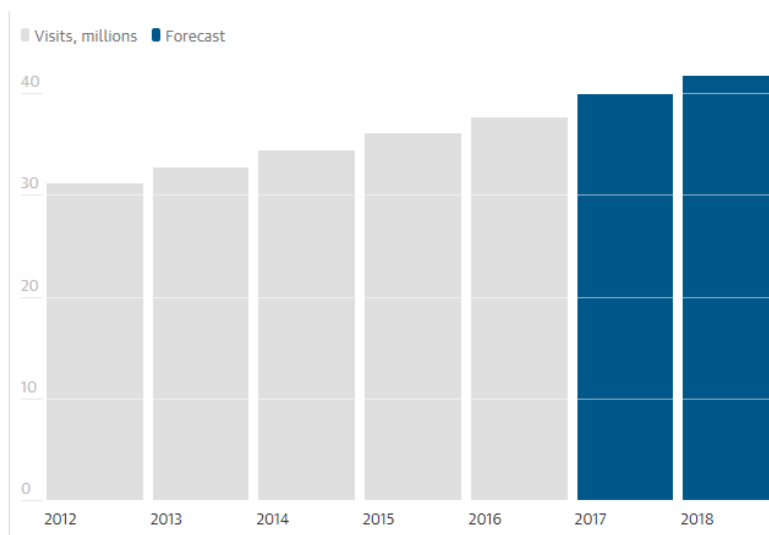
Gráfico 1.1.1. Ciudades más visitadas en el año 2017



Fuente: Español, C. WordPress. (2018). (<https://goo.gl/Sv6dPq>)

Visitaron la ciudad 39,9 millones de turistas procedentes de todas partes del mundo; de ellos, un 39% provienen de Europa, un 52% proceden de América y un 34% de Asia y Pacífico. Además, se prevé que para este 2018 esta cifra aumente con casi 42 millones de turistas. [Véase gráfico 1.1.2.]. (<https://goo.gl/UicLJD>)

Gráfico 1.1.2. Comparativa por años del turismo de Londres



Fuente: The Guardian. (<https://goo.gl/UicLJD>)

Un 77% de las personas que viajaron a Londres, decidieron repetir destino. Estos generaron un total de 15,1 millones de Libras. (<https://goo.gl/zrpU7N>)

El turismo es un sector que genera un total de 127,7 millones de libras en toda Gran Bretaña. (<https://goo.gl/QeuMdq>) Sin embargo, en Londres en el año 2017, el

turismo generó un total de 7,6 billones de libras; además, el PIB aumentó un 10,2%, al igual que las exportaciones, con un 6,6% y que las importaciones, con un 30%. (<https://goo.gl/BmVD92>). Asimismo, el gasto medio de los turistas en el 2017 fue de un total de 593 libras, para una media de 7.6 noches. (<https://goo.gl/QueuMdq>)

Se prevé que para el año 2025, el turismo de Gran Bretaña genere más de 257 mil millones de libras. Según in informe de *Deloitte*,²¹ el turismo es un sector que crecerá un 3,8% más rápido que otro tipo de industrias —como la manufacturera, la construcción o el turismo minorista. (<https://goo.gl/zrpU7N>)

De todas las personas que trabajan en Londres, un 13% se dedica al sector turístico, lo cual implica que el turismo de Reino Unido genera casi 3,8 millones de empleos. Se prevé que para los próximos años esta cifra aumente, puesto que es esta la tercera ciudad más visitada de todo el mundo. (<https://goo.gl/UicLJD>)

Este crecimiento tan rápido del turismo se debe a la devaluación de la moneda de la libra esterlina frente al dólar. Esta fluctuación de la moneda repercute en el turista de una manera positiva, ya que este colectivo aprovecha la situación para poder disfrutar de sus vacaciones a un coste menor. (<https://goo.gl/rKQTck>)

Por otro lado, a pesar de la gran subida del turismo en el año 2017 se ha calculado que como consecuencia de los ataques terroristas que sufrió la ciudad este incremento podría haber sido un 14% superior. (<https://goo.gl/rKQTck>)

Según *Hosteltur*, el informe realizado por *Forwardkeys*²² señala que Londres es una ciudad que cuenta con la cuota de mercado más importante en las reservas de viajes de largo recorrido: se trata de un 12%, en comparación con París, que cuenta con un 9%, o con Roma, que se alza con un 7%. (<https://goo.gl/rKQTck>)

1.2. TURISMO DE COMPRAS EN LONDRES

Quien conoce Londres es consciente de que se trata de una ciudad que ofrece de todo. Cuenta con áreas muy diversas para ir de compras como, por ejemplo, los almacenes *Selfridges*, *Covent Garden*, *Mayfair*, el *Soho*, *Portobello Road*, etc. y que destacan por los modelos *Haute Couture*, ropa *vintage*, etc. Las zonas más comerciales y más transitadas de Londres son:

☞ *Oxford Street*: uno de los enclaves más prestigiosos de toda la ciudad. Se sitúa en la calle del *West End*, una de las vías más concurridas de todo Europa. En ella, podemos encontrar un enorme abanico de tiendas. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

²¹ *Deloitte* es una empresa de Reino Unido que ofrece servicios de auditoría, consultoría, asesoramiento financiero y servicios tanto fiscales como legales a otras empresas, autónomos, etc. Actualmente, esta empresa está en más de 150 países, como, por ejemplo, España, Francia, Alemania, etc. (<https://goo.gl/azBXom>)

²² *Forwardkeys* es una empresa que se encarga de analizar los movimientos globales de los viajes con el fin de ayudar a las empresas a que mejoren sus decisiones. Su objetivo principal consiste en controlar y anticipar las llegadas de los viajeros para poder prever cualquier situación. (<https://goo.gl/v9mc6V>)

Figura 1.2.1. Oxford Street



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/tDStkh>)

☞ *Bond Street y Mayfair*: una de las zonas más elegantes y exclusivas de todo Londres. Destacan porque en ellas se pueden encontrar tiendas lujosas como *Burberry*, *Louis Vuitton*, *Chanel* o *Tiffany & Co*, etc. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.2. Bond Street y Mayfair



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/Eb3ksz>)

☞ *Knightsbridge*: es una zona muy conocida por sus grandes almacenes, como *Harrods* o *Harvey Nichols*. Del mismo modo, se puede encontrar cualquier tipo de marcas como *Topshop*, *Tommy Hilfiger*, *H&M*, etc. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.3. Knightsbridge



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/WjWPV2>)

☞ *Savile Row*: es un sector muy conocido a nivel mundial en la industria de la moda, pues se caracteriza porque marcas como *Henry Poole & Co*, *Gieves & Hawkes*, *Hunts Man*, etc. confeccionan trajes y esmoquins a medida. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Imagen 1.2.4. Savile Row



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/zZBCUn>)

☞ *Westfield London*: es un centro comercial característico por su techo de cristal; en su interior, el cliente vive la sensación de ir de compras al aire libre. Además de una gran variedad de restaurantes, encontramos aquí todo tipo de marcas de lujo como *Jimmy Choo*, *Louis Vuitton*, *House of Fraser*, *Prada*, etc. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.5. Westfield London



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/3htnmd>)

☞ *Regent Street*: se alza como una calle de innegable elegancia. Se sitúa en un tramo muy comercial y visitado y es aquí donde podemos encontrar tiendas tan famosas como *Mamleys*, *Liberty* o la tienda de *Apple*. Muy cerca de este enclave se sitúa *Jermyn Street*, una marca que vende ropa de caballero de lujo. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.6. Regent Street



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/KnDk78>)

☞ *Notting Hill*: internacionalmente conocida —incluso para el que nunca haya visitado a Londres— gracias a la película *Notting Hill* (1999) con Julia Roberts y Hugh Grant en los papeles protagonistas, es una zona muy turística donde podemos encontrar tiendas de ropa *vintage*, comercios de antigüedades, librerías de gran tradición y un famoso mercadillo: el de *Portobello Road*. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.7. Notting Hill



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/ttsk9X>)

☞ *Portobello Road*: situado en pleno corazón de *Nothing Hill*, destaca por su encanto como mercadillo interminable en el que adquirir todo tipo de antigüedades, cómics, pósters, discos musicales, etc. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.8. Portobello Street



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/TJCSJy>) y (<https://goo.gl/YGYnZ8>)

- ☞ *Camden Town*: en la línea de lo anterior, es un centro comercial turístico de estilo bohemio que se caracteriza por locales de diferentes estilos musicales y gastronómicos, tiendas de ropa de moda informal, prendas alternativas, etc. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.9. *Camden Town*



Fuente: Foro Londomfem. (<https://goo.gl/EwTQ7H>)

- ☞ *Brick Lane*: en su interior, se encuentra un mercado callejero que destaca por sus paredes pintadas con diferentes *graffitis*, tiendas de ropa *vintage*, *pubs* de moda, puestos con bisutería, antigüedades, etc. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.10. *Brick Lane*



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/XUwcoe>)

- ☞ *Carnaby Street*: compuesto por 13 calles, este barrio alberga más de 150 tiendas con marcas de ropa, casi todas ellas de estilo *vintage* y sesentero. También es muy frecuente hallar una gran variedad de boutiques y restaurantes muy originales y poco frecuentes. (<https://goo.gl/oAGGFN>)

Figura 1.2.11. *Carnaby Street*



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/cSZgLX>)

1.3. MARCAS Y DISEÑADORES EN LONDRES

A estas alturas de nuestro estudio, nos parece fundamental proporcionar al lector una guía de los diseñadores que más éxito han tenido en Londres.

Alexander McQueen, por ejemplo, fue graduado en 1992 por la Escuela de Arte y Diseño *Central Saint Martins* de Londres. La colección que presentó en su proyecto final de la universidad fue comprada al completo por Isabella Blow, una estilista muy prestigiosa de la época.

Entre 1996 y 2001, trabajó como diseñador jefe en *Givenchy*, casa de renombre en la alta costura y muy reconocida en el mundo de la moda en general. Además, McQueen ha recibido cuatro veces el premio al Mejor Diseñador Británico del año.

Figura 1.3.1. Alexander McQueen



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/Dh62NG>)

Sarah Burton fue durante catorce años ayudante de McQueen. Además, confeccionó un reconocido vestido de plumas [véase imagen], el mayor éxito de su primera colección. Actualmente, es la directora de *Givenchy*.

Figura 1.3.2. Sarah Burton – Vestido de plumas



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/4dbmMM>) y (<https://goo.gl/aFfUoC>)

Burberry es una marca británica de lujo fundada en 1956 por Thomas Burberry. Es una de las firmas de ropa más antiguas de toda Gran Bretaña. La gabardina es su prenda más veterana y fue creada por este diseñador en 1980. Sin embargo, fue el director de la marca, Christopher Bailey, quien convirtió a *Burberry* en una firma internacional. Fue elegido diseñador más importante del año 2009.

Figura 1.3.3. Thomas Burberry, Christopher Bailey y la primera gabardina



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/AKrhUA>), (<https://goo.gl/RwGSfb>) y (<https://goo.gl/jvfy7k>)

Hubert de Givenchy fue uno de los modistas más influyentes del siglo XX. Abrió la casa *Givenchy* en 1952; posteriormente, presentó una colección *prêt-à-porter*²³ de lujo

²³ *Prêt-à-porter* es una expresión francesa que significa “listo para llevar”. Engloba a todas las prendas de ropa que están de moda y se confeccionan bajo el mismo patrón para marcas diferentes, ya sean de lujo como *Chanel*, *Dior*, etc. o más comerciales como el *Grupo Inditex*, por ejemplo. (<https://goo.gl/EygaE9>)

femenina y vistió en varias ocasiones a Audrey Hepburn en las películas de *Una cara con ángel* (*Funny Face*, 1957) y *Desayuno con diamantes* (*Breakfast at Tiffany's*, 1961).

Figura 1.3.4. Hubert de Givenchy con Audrey Hepburn



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/BywcgL>) y (<https://goo.gl/iwyJtu>)

John Galliano fue graduado por la Escuela de Arte y Diseño *Central Saint Martins* de Londres. La colección que presentó para su trabajo final de la universidad fue comprada por *Browns* en 1984.

Fue director de la marca *Givenchy* en 1995, además del primer diseñador británico que dirigió una marca francesa. Sin embargo, desde 1996 hasta 2011, trabajó como director creativo para *Christian Dior*. Actualmente, trabaja para el diseñador Óscar de la Renta en Londres.

Figura 1.3.5. John Galliano



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/s1ZoCJ>)

Stella McCartney es una diseñadora británica que fue, como Galliano, graduada por la Escuela de Arte y Diseño *Central Saint Martins* de Londres. En 1977, fue nombrada directora creativa de la casa francesa *Chloé*. En 2001, creó su propia marca para el grupo *Gucci* y, desde entonces, se dedica al mundo de la cosmética y del cuidado de la piel, aunque en 2004 y en 2012 compatibilizó esta rama con el diseño de ropa para crear el uniforme olímpico de la selección británica.

Figura 1.3.6. Stella McCartney – Uniforme olímpico



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/z5pqKS>) y (<https://goo.gl/vAbfKZ>)

2. EL CONCEPTO DE *FASHION WEEK*

A lo largo de todo nuestro TFG hemos ido refiriéndonos a las semanas de la moda de ciudades europeas de renombre. Hora es ya de que analicemos en detalle el concepto de *Fashion Week* y su alcance.

La *Fashion Week* es un evento de carácter comercial que, por lo general, se celebra dos veces al año —en septiembre y octubre (para presentar la colección de invierno) y en enero y febrero (para mostrar las tendencias de primavera-verano). Las ciudades más importantes que acogen el evento son Nueva York, Londres, Milán y París, junto con Tokio o Sao Paulo. Todas ellas presentan unas necesidades diferentes, pero tienen un objetivo común: vivir la moda como una experiencia. Otra característica que comparten es que todas ellas han sabido captar la atención de un tipo de turista motivado por el *shopping*.

Este tipo de eventos conllevan una tremenda preparación: las *Fashion Weeks* se empiezan a organizar con un año de antelación a fin de que los diseñadores más importantes del momento dispongan de tiempo suficiente para presentar sus colecciones de otoño–invierno y primavera–verano. Por lo general, suelen tener una duración de cuatro semanas: la primera arranca en Nueva York y la segunda semana tiene lugar en Londres; esta va seguida de la celebración del evento en Milán y, finalmente, la última semana se celebra París.

Las mejores marcas del mundo de la moda tienen como objetivo crear una experiencia inolvidable, de ahí que los desfiles con música en directo muestren piezas únicas llenas de *glamour* que, además, lucen modelos de impresión.

La *Fashion Week* es una cita ineludible para medios de comunicación, compradores de las tiendas más exclusivas, *celebrities*, diseñadores importantes, blogueras, etc., lo que provoca, evidentemente, un aumento del turismo durante esta semana.

2.1. LA FASHION WEEK EN LONDRES

Organizada por el *British Fashion Council (BFC)* y por la Agencia de Desarrollo en Londres, la *Fashion Week* recibe financiación del gobierno británico. Esto nos da una idea de la repercusión e interés que el propio país concede al evento. (<https://goo.gl/5VmEMw>)

La última *Fashion Week* celebrada en la capital del Reino Unido tuvo lugar el pasado mes de febrero y acogió la nueva colección de primavera-verano. La semana estuvo compuesta por un total de 47 desfiles, 28 presentaciones y 32 eventos. Con el fin de promover un cambio sostenible en la industria de la moda, el eslogan que abanderó el programa en esta ocasión fue “*Positive Fashion*” (“Moda Positiva”)²⁴ (<https://goo.gl/Bb5bxJ>)

De las cuatro capitales de la moda más importantes, Londres es la única que establece *Designer Showrooms* en el mismo lugar donde se celebra la *Fashion Week* — en el *Somerset House*, en pleno centro de Londres. Estos exhiben colecciones de las marcas elegidas para la *Fashion Week* y de marcas emergentes de *prêt-à-porter* y permiten a los consumidores comprar las prendas exhibidas durante los desfiles a un precio exclusivo. Además, el evento está patrocinado por una gran variedad de firmas como *Mercedes-Benz*, marcas de maquillaje como *Maybelline*, agencias de publicidad, cadenas como *The May Fair Hotels*, etc.

Por otra parte, los *showrooms* tienen como objetivo atraer una audiencia internacional a la *Fashion Week* y permiten establecer una relación directa tanto con el cliente como con la tienda física donde se van a vender los diseños expuestos. Adicionalmente, les ayuda a posicionarse con una mejor situación estratégica en el mercado, dado que a ellas acuden periodistas, *bloggers* e *influencers* de todo el mundo. (<https://goo.gl/CYx4id>)

Figura 2.1.2. Showroom



Fuente: London Fashion Week. (<https://goo.gl/lxenUe>)

²⁴ ‘Moda positiva’ —*positive fashion*— es una iniciativa que ha creado *British Fashion Council* con el fin lograr un cambio positivo en el mundo de la moda a través de un proyecto de sostenibilidad, educación, comunicación e igualdad. (<https://goo.gl/GA7pGh>)

El evento de este año acogió a un público muy variado: más de 150 diseñadores tanto británicos como internacionales acudieron a los desfiles y, entre ellos, 80 que nunca habían asistido a la *Fashion Week* de Londres. Más de 100 modistos expusieron sus últimas colecciones en *Designer Showrooms*. Además, entre sus invitados, se encontraban asistentes de 60 países diferentes, desde periodistas hasta compradores de la industria, patrocinadores, personajes públicos, etc. (<https://goo.gl/on2J28>)

Asistir a un evento de esta índole constituye, en realidad, un gran privilegio, pues, para disfrutar de él, *bloggers* e *influencers* tienen que cumplir ciertos requisitos:

- Contar con un mínimo de treinta y cinco seguidores en *Instagram*
- Disponer de un mínimo de ochenta mil suscriptores en *YouTube* y cincuenta mil visitas en vídeos relacionados con la moda
- Acoger más de quince mil visitas mensuales en sus blogs

(<http://goo.gl/GA7pGh>)

2.2. IMPACTO ECONÓMICO DE LA *FASHION WEEK* EN LONDRES

Resulta innegable el impacto económico que la *Fashion Week* crea en la ciudad de Londres. Algunos de los índices que avalan tal afirmación vendrían a ser los siguientes:

- Acuden más de 100.000 visitantes por acontecimiento
- Por evento, se ingresa un total de 75,5 millones de euros
- El gasto medio por visitante es de 719 euros
- Los ingresos por los locales y los arrendamientos son de 88,6 millones de euros —con impuestos añadidos, se genera un total de 15,5 millones de euros
- El coste medio por visitante en la restauración de Londres es de 871,5 millones de euros, por lo que durante la *Fashion Week* se generan unos ingresos de 91,5 millones de euros
- En hoteles, el consumo aumenta una media de 650 euros durante la semana
- Los negocios locales ganan un total de 259,6 millones de euros
- La *Fashion Week* supone un ingreso total de 322,1 millones de euros

(<https://goo.gl/GA7pGh>)

2.3. MOTIVOS POR LOS QUE CONSIDERAR A LONDRES LA CAPITAL DE LA MODA

Se podría considerar a Londres como una de las capitales de la moda a nivel mundial por varios motivos, entre ellos, su gran talento creativo.

El primero de todos y más importante es que Londres “[h]a dejado de ser la hermana fea del calendario”, según la revista *Vogue* en el año 2016. (<https://goo.gl/F8gnT6>). Es decir, vive la *Fashion Week* con mucha energía y establece una gran variedad de color en la mayoría de los desfiles. Además, acuden a ella más de

ochenta diseñadores de renombre, dígame Erdem, Christopher Kane, Roksanda, Simone Rocha, Charles Jeffrey. El evento constituye un reclamo también para modistos que habían permanecido un tiempo a la sombra: así, por ejemplo, la diseñadora *Mulberry* ha vuelto a desfilarse en la capital de Reino Unido después de llevar tres años sin hacerlo. (<https://goo.gl/F8gnT6>)

Figura 2.3.1. *Charles Jeffrey* colección primavera - verano



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/dh1aeK>)

Otras diseñadoras han elegido Londres como escenario para su marca después de haber restringido sus presentaciones a capitales de la talla de París. Este es el caso de Sarah Burthon, quien, en 2016, obtuvo un gran éxito al presentar la nueva colección de su firma *Alexander McQueen* en Londres tras haber desfilado durante quince años en la *Fashion Week* de la capital francesa. (<https://goo.gl/F8gnT6>)

Figura 2.3.2. Desfile *Sarah Burthon*



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/T1NUio>)

La innovación podría alzarse como otro motivo que añadir al prestigio de la *Fashion Week* londinense: en septiembre de 2016, *Burberry* revolucionó el mundo de la moda al presentar en su desfile la colección de hombre y de mujer juntas por primera vez. Esta estrategia fue denominada ‘*consumer-friendly*’, porque cuando finalizó el desfile

todas las prendas que había presentado estaban puestas a la venta en su tienda ‘insignia’²⁵ de *Regent Street*. (<https://goo.gl/F8gnT6>)

Figura 2.3.3. Desfile *Burberry*



Fuente: *Google Imágenes*. (<https://goo.gl/P7E1kF>) y (<https://goo.gl/Bjg2CD>)

En referencia al cuarto motivo, se considera a la ciudad de Londres como “la meca del *Flash ‘I’ech*”.²⁶ según la revista *Vogue* en el año 2016. (<https://goo.gl/F8gnT6>). Surge en 2009, cuando Londres fue la primera ciudad en retransmitir los desfiles en directo, algo que se consideró como una revolución digital. Actualmente, los medios y las redes sociales son muy importantes, manteniendo a Londres en una muy buena posición y convirtiéndolo en el centro global de la moda y de la tecnología. Además, la posiciona como un rival muy fuerte frente las distintas ciudades en las que destaca la moda. (<https://goo.gl/F8gnT6>)

Figura 2.3.4. *London Fashion Week*



Fuente: *Revista Vogue*. (<https://goo.gl/Y33ydn>)

²⁵ Tienda insignia —*Flagship Store* en inglés— es un concepto importado de Estados Unidos que significa “[b]uque insignia” según la web de *Caad Shop Desing*. Se refiere al barco que más cargamento soporta en las embarcaciones militares cuando este transporta la flota y las armas más importantes. En el mundo de la moda, las marcas han adoptado este concepto para referirse a su tienda más representativa. (<https://goo.gl/P5iRYs>)

²⁶ *Flash ‘I’ech* es un concepto que utilizan los británicos para establecer una relación entre la moda y la tecnología puesto que los desfiles se retransmitieron en directo tanto por la tele como en plataformas online como por ejemplo *YouTube* o *Instagram*. (<https://goo.gl/F8gnT6>)

El quinto motivo es que Londres es una ciudad donde se concentra todo el talento inspirado en la moda, ya que se encuentran varias escuelas de moda muy prestigiosas como *Central Saint Martins*, la de más prestigio a nivel mundial, o el *Royal College of Art*, donde se graduaron diseñadores muy reconocidos en la industria de la moda como Thomas Tait y los portugueses Marta Marques y Paulo Almeida de la firma Marques'Almeida. (<https://goo.gl/F8gnT6>)

Figura 2.3.5. Thomas Tait y Marques'Almeida.



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/BJxtVk>) y (<https://goo.gl/oyx4fo>)

El sexto y último motivo es que Londres cuenta con la *National Portrait Gallery*, donde se promueve la moda con exposiciones y cuyo principal protagonista es la revista *Vogue*. (<https://goo.gl/F8gnT6>)

Imagen 2.3.6. *National Portrait Gallery*



Fuente: Google Imágenes. (<https://goo.gl/pP2GzH>) y (<https://goo.gl/KSzvzD>)

3. EL *BREXIT* Y SUS CONSECUENCIAS EN REINO UNIDO

El término *Brexit* es una abreviatura que consiste en unir dos palabras procedentes del inglés: ‘*Britain*’, —que significa *Gran Bretaña*— y ‘*exit*’, —que significa *salida*—, en este caso, la salida de la Unión Europea.

Efectivamente, el *Brexit* “[e]s un neologismo creado para referirse a la salida del Reino Unido de la Unión Europea”. (<https://goo.gl/GEVt9M>). Además, según el artículo 50 del Tratado de la UE (TUE), (Bruselas, Bélgica, 29 de marzo de 2017, recuperado de: <https://goo.gl/AudqWR>), todos los Estados Miembros de la UE tienen el derecho a dejar de pertenecer a esta.

Reino Unido comenzó a formar parte de la UE en 1973, cuando se denominaba Comunidad Económica Europea (CEE). Actualmente, la Unión Europea está formada por 28 países y nunca ningún país se había planteado abandonarla antes.

Esta situación se remonta a 1975, cuando se realizó el primer referéndum en el que se debatió si Reino Unido seguía perteneciendo a la CEE. Dicho referéndum, obtuvo un resultado favorable.

El 23 de junio de 2016, se produjo el segundo Referéndum. La mayoría de sus ciudadanos votó a favor de abandonar la UE; como consecuencia, los resultados fueron los siguientes: 17.410.742 votos a favor del *Brexit* y 16.577.342 votos en contra del *Brexit*. Todos ellos, suponen un total de 33.577.345 votos de la población conjunta de Reino Unido: esta cifra hace referencia al 72% de los ciudadanos que participaron en este segundo Referéndum. (<https://goo.gl/hJimZQ>)

Imagen 3.1. Resultados por regiones del *Brexit*



Fuente: Wikipedia. (<https://goo.gl/9qD33m>)

En general, el resultado obtenido fue bastante heterogéneo: las zonas en azul se corresponden con Inglaterra y Gales, que votaron a favor del *Brexit*, mientras que las zonas en amarillo se corresponden con Escocia, Irlanda del Norte y Gibraltar. Estas áreas votaron en contra del *Brexit* ya que querían seguir formando parte de la Unión Europea (UE).

Meses más tarde de haber realizado el referéndum, concretamente en octubre de 2016, el Primer Ministro, David Cameron, presentó su dimisión. Por consiguiente, Theresa May, a favor del *Brexit*, fue proclamada sucesora y asumió el cargo del Gobierno el 13 de julio.

Finalmente, el 29 de marzo de 2017, tras haber conseguido la aprobación del Parlamento Británico, se inició el proceso de retirada de Reino Unido de la UE. Este durará entre 18 y 24 meses, por lo que, para el 29 de marzo de 2019, Reino Unido quedará fuera de la UE. (<https://goo.gl/c3XRm9>)

El *Brexit* puede convertirse en una amenaza de carácter político para la UE, pues los presidentes de la Comisión Europea deben sancionar a Reino Unido con una gran cantidad económica para evitar el efecto dominó y que otros países de la Unión Europea no hagan lo mismo. (<https://goo.gl/wuPIUB>)

Las consecuencias que puede tener el *Brexit* para Reino Unido a nivel nacional son principalmente de carácter económico:

- Depreciación de la libra esterlina frente al dólar o al euro
- Pérdida de acceso al mercado único, debido a que es el gran pilar de la UE, porque en él se encuentra el libre mercado sin ningún tipo de tasas ni aranceles comerciales
- Aumento de las tasas y de los pagos de los aranceles en relación con el comercio exterior
- El *Brexit* provoca una crisis económica en Reino Unido, ya que aumentan los impuestos sobre el país. Por ello, disminuirán las inversiones tanto en servicios públicos como en la inversión extranjera
- Reducción de un 3% del Producto Interior Bruto (PIB) a corto plazo
- Su déficit económico perderá valor, ya que se reducirá la entrada de capitales
(<https://goo.gl/fNZQ6n>)

3.1. LA INDUSTRIA TURÍSTICA TRAS EL IMPACTO DEL *BREXIT* EN LONDRES

Resulta indudable que el *Brexit* va a tener un gran impacto para el turismo internacional. Cuando Reino Unido deje de formar parte de la UE, el país habrá de buscar su propia financiación. Mientras tanto, Reino Unido sigue mostrando un gran atractivo para el resto de países europeos y en un futuro será más barato viajar a este país como consecuencia de la depreciación de la libra esterlina.

Como hemos venido asegurando en este TFG, Londres es una de las ciudades más transitadas del mundo; sin embargo, no resulta arriesgado prever que su turismo disminuirá a causa del *Brexit*. Actualmente, el 75% de los turistas que recibe Reino Unido provienen de la Unión Europea, el 12% de Estados Unidos y un 10% de Canadá.
(<https://goo.gl/zne1HR>)

Hasta el momento, la libra ha sufrido una depreciación del 18%. Sin embargo, para los turistas extranjeros, la depreciación de la moneda supone una ventaja, puesto que visitan un país a un precio más barato, por lo que Reino Unido se ha convertido en un país con un mercado en el que se pueden adquirir productos de lujo de una forma muy accesible.

La industria turística puede llegar a desaparecer: la Asociación de Agentes Turísticos de Gran Bretaña asegura que el 70% de los puestos de trabajo del sector turístico pertenecen a inmigrantes, por lo que podrían llegar a perderse 63 mil puestos. De esta forma, el Gobierno Británico tendrá que establecer nuevas políticas de migración con el fin de decidir qué personas mantienen sus puestos de trabajo.

Por otra parte, en 2002 se llegó a un acuerdo denominado *Open Skies*²⁷, con el fin de abaratar el precio de los vuelos. Como consecuencia del *Brexit*, Reino Unido tendrá

²⁷*Open Skies*: Es una terminología anglosajona que supone una regularización en la aviación comercial desde finales de la Segunda Guerra Mundial hasta los años sesenta. (<https://goo.gl/Rnrf64>)

que negociar con las aerolíneas nuevas tarifas para los billetes aéreos, todo ello para tratar de lograr que el turismo de Reino Unido no disminuya. Actualmente, como aspecto positivo y hasta que Reino Unido no deje de pertenecer a la UE, el precio de los vuelos a Reino Unido ha disminuido un 40%, por lo que sus rutas aéreas se han aumentado un 180%. Esto significa que su turismo se ha incrementado debido a la disminución del precio de los billetes de avión. (<https://goo.gl/BY5dz6>)

3.2. CONSECUENCIAS DEL *BREXIT* EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN LONDRES

Tras el revuelo generado por el *Brexit*, las consecuencias que ha provocado en el turismo de Reino Unido han sido de carácter positivo ya que por haber disminuido el valor de libra, se ha abaratado el coste del viaje, por lo que el turismo ha aumentado.

Todo ello provocó que en 2017 Reino Unido recibiera un 8% más de turistas extranjeros que el año anterior. Estos generaron un 10% más de ingresos, lo cual supuso un total de 16.400.000 libras.

En términos de ocio, los turistas se han aprovechado de la situación, por lo que las ventas en musicales como ‘*El Rey León*’, ‘*Wicked*’, ‘*The Phantom of the Opera*’ han aumentado un 8%. (<https://goo.gl/KJN7Kp>)

Sin embargo, a partir de marzo de 2019, cuando Reino Unido deje de pertenecer a la UE, las circunstancias del país cambiarán: entrarán en vigor nuevas normas que supondrán una serie de cambios que perjudicarán al turismo: (<https://goo.gl/b5pabW>)

- Disminuirá el número de turistas de Reino Unido.
- Se accederá al país con el pasaporte.
- Habrá que solicitar un visado con un mes de antelación (igual que para entrar en Estados Unidos).
- Con relación a la consecuencia anterior, cada vez que los británicos quieran salir de su país, tendrán que realizar una serie trámites con antelación que no serán fáciles.
- Para los británicos, será más caro viajar al exterior, por lo que aumentará el valor de sus viajes.
- El Gobierno de Reino Unido tiene que negociar un acuerdo bilateral con las compañías aéreas para no quedarse sin transporte aéreo.
- Aumentarán los precios de los billetes aéreos.
- La tarjeta sanitaria europea dejará de ser válida para Reino Unido, por lo que habrá que contratar un seguro de sanidad.
- El *roaming* funcionará según el operador y la tarifa que tengas contratado con tu teléfono móvil, pero, por lo general, desaparecerá.
- La libra perderá valor, por lo que esto no sería un inconveniente sino una ventaja para los turistas.

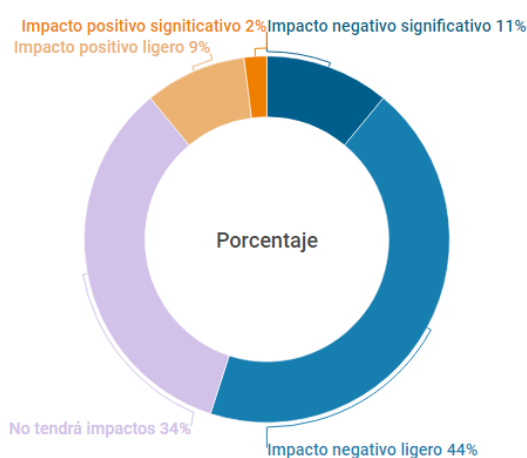
Fue un Tratado que entró en vigor en 1 de enero de 2002 que se diseñó para mejorar el emprendimiento y la confianza de los cielos de los países de la UE. (<https://goo.gl/iGcnbj>)

Según *Hosteltur*, la industria turística se verá muy perjudicada cuando Reino Unido salga por completo de la Unión Europea. Estas consecuencias serán las siguientes:

- El 55% de los directivos de las empresas relacionadas con el turismo temen por sus empresas y es posible que tengan graves problemas para dirigir las.
- Al 40% de empresarios no les será fácil contratar personal, ya que el 20% de sus empleados habrá abandonado el país.
- El 45% de la población y de los turistas tendrán dificultades a la hora de comprar vuelos porque su precio se encarecerá.
- El 54% de la población local se verá perjudicada ante la depreciación de la libra frente a otras monedas europeas.

(<https://goo.gl/BzfBao>)

Gráfico 3.2.1. Consecuencias de las empresas turísticas



Fuente: *Hosteltur*. (<https://goo.gl/BzfBao>)

3.3. LA INDUSTRIA DE LA MODA TRAS EL IMPACTO DEL *BREXIT* EN LONDRES

El *British Fashion Council* —organismo sin ánimo de lucro financiado por el gobierno encargado de organizar la *Fashion Week* de Londres (para lo que recibe unas ayudas de cinco millones de euros)— realizó una encuesta electrónica en la que participaron 500 diseñadores. El motivo era estimar la intención de voto de los modistos sobre la posible salida de Reino Unido de la UE. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Gana la mayoría, que representa un 90% de diseñadores que *no* desea abandonar la UE.
- Un 4,3% de diseñadores mostró su voluntad de dejar de pertenecer a la UE.
- Un 2,4% de diseñadores se mantuvo indeciso.
- Un 2,8% de diseñadores no votó.

(<https://goo.gl/mSnLkE>)

Como cualquier ciudad *europaea* en el mundo de la moda, Londres cuenta con diseñadores que tienen socios *europesos*, trabaja además con una plantilla de trabajadores *europesos*, con fábricas por *Europa* y adquieren sus tejidos en países *europesos*: sobran las palabras que expliquen por qué les perjudicará de una forma negativa dejar de pertenecer a la UE.

Como es lógico, en septiembre de 2016, el 90% de los diseñadores que participaron en la *Fashion Week* reconocieron estar aterrorizados ante la situación del *Brexit*. No aceptaban que Reino Unido fuera a dejar de pertenecer a la UE, por lo que, a modo de repulsa, maquillaron los rostros de todos sus modelos de desfile con una cruz roja.

Figura 3.3.1. *Fashion Week* en contra del *Brexit*



Fuente: Fashion Network. (https://goo.gl/AYxxPp)

Estas reacciones no se nos antojan gratuitas, pues, antes del *Brexit*, para que una firma de gran prestigio o un diseñador de Londres vendiera sus productos a almacenes o *boutiques* a cualquier país de la UE, bastaba con hacer un envío a través de empresas de transportes como *DHL* o *Fedex*. Tras el *Brexit*, estos envíos ya no serán tan sencillos, porque, cuando Reino Unido abandone definitivamente la UE, estos envíos simples pasarán a ser exportaciones que conllevarán una inversión económica adicional y un tiempo de antelación que no podrán soslayarse.

Por otra parte, la nueva situación política afectará de forma negativa a los diseñadores de Londres cada vez que deseen presentar sus colecciones fuera de Reino Unido, ya que habrán de hacer frente a problemas de intendencia y trámites burocráticos para la organización de pasarelas, *showrooms*, etc. París es destino favorito para este fin. Un replanteamiento logístico será necesario para que el país anglófono pueda seguir acudiendo a la cita.

Sin embargo, y curiosamente, el *Brexit* también ha influido positivamente en la producción de firmas muy conocidas como *Alice Temperley* o *Burberry*. Como consecuencia de la depreciación de la libra, los precios de estas firmas han descendido y su demanda y producción se han visto incrementadas. (<https://goo.gl/2mXRKi>)

Por otro lado, bien sabido es que Londres es conocida como la capital mundial del comercio electrónico. En septiembre de 2016 aumentaron sus ventas *on-line* un 22% en comparación con el año anterior. Ocurrió, sobre todo, en varias marcas *on-line* muy

conocidas como *ASOS* o *Net-a-Porter*, tras, como decimos, la caída de la moneda. (<https://goo.gl/w7dtZ2>).

Sorprendentemente el *Brexit* no ha repercutido en demasía en la industria de la moda. En 2016, el valor de la industria británica aumentó un 8%, pasando de producir 26 billones de libras a 28 billones. El Producto Interior Bruto (PIB) de Reino Unido aumentó un 5%. Con ello, aumentaron su producción y comercio y el empleo pasó de 790.000 a 880.000 puestos de trabajo, el doble de la media nacional.

Según la organización del *London Fashion Week*, se ha estimado que, para 2020, esta cifra aumentará un 23%. Los organizadores prevén que el número de espectadores ascenderá como consecuencia del *Brexit*, pues —siempre según ellos— acudirán más personas a nivel internacional.

Los más perjudicados en la industria de la moda han sido las pequeñas empresas; la bajada de la libra ha conllevado una venta de sus productos poco efectiva o ventajosa. *Deloitte* apunta, por ejemplo, que el precio de los artículos de lujo ha descendido hasta un 64%. (<https://goo.gl/QqdSju>).

Contrariamente a estas ideas, Caroline Rush, directora ejecutiva del *British Fashion Council*, declaró en la revista *Fashion United*: “[e]stamos muy orgullosos cuando las marcas internacionales eligen mostrarse en Londres”. Y añadió: “estamos en constante contacto con el gobierno y las otras industrias creativas sobre las negociaciones del *Brexit*”.

Las ventas en 2016 aumentaron un 1,3%, por lo que Caroline Rush, según la revista *Fashion United* añadió: “[p]rueba que nuestra ciudad es un centro cultural y creativo internacional y que tiene un papel importante que jugar”, cuando llegaron los diseñadores de Armani y Tommy Hilfiger. (<https://goo.gl/2CamJX>)

Por su parte, Giorgio Armani comunicó en el periódico *La Prensa*: “Londres —dinámica, vibrante, cosmopolita— representa la cultura mundial”. Además, describió a Londres, como el “[e]scenario perfecto” para presentar su nueva colección, puesto que es la 66ª edición que desfila en su *Fashion Week*. (<https://goo.gl/tp9fvu>)

El diseñador Tommy Hilfiger asegura que el *Brexit* no afectará a su imagen, ya que su legado ha provocado que su marca tenga un elevado prestigio. En la *Fashion Week* de septiembre de 2017, el modisto presentó su colección, inspirada en un estilo militar y deportivo. La colección recorría la pasarela de la *Fashion Week* empleando modelos masculinos y femeninos y, una vez acabado el show, todas las prendas de su nueva colección fueron puestas a la venta tanto en tiendas físicas como en tiendas *on-line*. No dudamos de la gran acogida que esta tendría entre el público internacional. (<https://goo.gl/GV2gPv>)

3.4. CONSECUENCIAS DEL *BREXIT* EN LA INDUSTRIA DE LA MODA EN LONDRES

La revista *Glamour* da cuenta de la encuesta realizada por *Creative Industries Federation*. En ella se recoge que el 96% de los diseñadores de la industria de la moda en Reino Unido están en contra de separarse de la Unión Europea.

Esta visión no resulta desacertada, pues este sector genera en Gran Bretaña un total de 40.000 millones de dólares al año. Se estima que, para 2019, la industria haya crecido un 50%, lo cual supondría superar los 70.000 millones de dólares.

Frontier Economics ha publicado un análisis que muestra la posible repercusión que la salida de Reino Unido acarrearía al mundo de la moda. Según este estudio, si el precio de la libra disminuye, comprar moda en Reino Unido resultará más económico y accesible. Ni qué decir tiene que la depreciación de la libra, de hecho, afectará de forma general al resto de Europa. La diferencia con el precio del euro hará que a los británicos les resulte más caro realizar compras en el exterior; además, y como ya hemos apuntado, habrán de afrontar unos costes tanto de exportación como de importación, por lo que, para evitar pérdidas, tendrán que incrementar el precio de sus productos. Seguramente por vez primera, les resultará caro viajar tanto a España como a algunos otros países europeos.

Del mismo modo, pensamos, afectará al comercio *on-line*, puesto que los británicos dejarían de beneficiarse del libre comercio.

En lo que tiene que ver con el objeto de nuestro TFG, podemos intuir que los estudiantes de las grandes escuelas de moda dejarán de recibir subvenciones y ayudas por parte de Europa. En el caso del *London College of Fashion*, ocurrirá lo mismo, puesto que es esta una escuela de moda que recibe subvenciones del *European Regional Development Fund* para que sus alumnos realicen proyectos y emprendan su carrera en el mundo de la moda. No sería de extrañar, tampoco, que el *British Fashion Council* — encargada como hemos dicho de organizar la *Fashion Week* de Londres— dejara de recibir las ayudas para este fin y valoradas en cinco millones de euros.

En resumen, el sector de la moda experimentará en gran medida las consecuencias del *Brexit*, pues, muy posiblemente, todas las tiendas de moda de Reino Unido — incluidas las marcas de lujo— verán sus beneficios sensiblemente mermados. (<https://goo.gl/LMfw3A>)

“La Moda no es algo que solamente existe en los vestidos. La moda está en el cielo, en la calle, la moda tiene que ver con ideas, con la forma que vivimos, con lo que ocurre.”

(Coco Chanel, diseñadora de moda)

CONCLUSIONES

A lo largo de este Trabajo de Fin de Grado hemos estudiado la importancia de la industria de la moda y del sector turístico de Londres, así como la influencia de la *Fashion Week* de Londres en este sector y a nivel mundial.

El desarrollo de este proyecto ha supuesto constancia y un gran trabajo, ya que el tema que hemos elegido es muy innovador y prácticamente no hay estudios ni fundamentos científicos que lo documenten y nos puedan aportar datos exactos sobre la industria de la moda de carácter global. Sin embargo, todo ha sido posible gracias a la labor de investigación, búsqueda de información y documentación relevante y, gracias a la educación y a los conocimientos que hemos recibido durante estos cuatro años en nuestra titulación de Grado en Turismo.

En primer lugar, en Londres se ha llegado a este posicionamiento tras años de evolución de sus escuelas de moda, que ahora se encuentran entre las más prestigiosas de todo el mundo. En ellas han nacido diseñadores de renombre y que tienen allí sus principales talleres, como por ejemplo Alexander McQueen y su ayudante Sarah Burton, Hubert de Givenchy, John Galliano, etc. Todos ellos pertenecen a firmas de lujo, que actualmente marcan tendencia.

Este posicionamiento ha provocado, además, la invasión de términos en lengua inglesa para todo lo relacionado con la moda: a nivel global, se están adquiriendo voces anglófonas (anglicismos) para definir, personas y procesos relacionados con este mundo, como por ejemplo *influencer*, *outif*, *after-party*, *blog*, *showroom*, etc.

Hemos estudiado que ir de compras es una de las motivaciones principales de los turistas. Las costumbres de las personas cuando viajan han cambiado y están convirtiendo el turismo de compras o *shopping* en un sector que todavía está en auge y que genera grandes cifras de negocio.

Además, tras haber estudiado que la moda como tal nació a principios del siglo XIX en Inglaterra, deducimos que, desde entonces, esta es una industria cambiante que con el tiempo ha ido evolucionado. Han ido apareciendo cientos de diseñadores, marcas y tendencias distintas. El uso de Internet, de las redes sociales y de revistas como *Vogue*, facilita que podamos adaptar tales corrientes a nuestra forma de vestir, pues, como decía John Galliano: “el placer de vestirse es un arte”. (<https://goo.gl/WTJr1u>)

La *Fashion Week* es un evento muy importante que mueve a millones de personas que persiguen el mismo objetivo en común: la moda. En el caso de Londres, atrae un total de 19 millones de turistas, por lo que crea un aumento del turismo, de la restauración y de la ocupación hotelera durante estas fechas, además de un aumento económico muy fuerte, con un total de 269 millones de libras, en la ciudad durante estos días gracias al aumento del gasto turístico.

Por otro lado, el *Brexit* puede convertirse en una amenaza tanto para Reino Unido como para la UE. Cuando Reino Unido deje de pertenecer a la UE, tendrá que buscarse su propia financiación, por lo que perderá el acceso al libre mercado y tendrán que establecerse unas aduanas que supondrán un gran coste económico para las importaciones

y las exportaciones y tanto para entrar como para salir del país. Del mismo modo, la pérdida de acceso al libre mercado perjudicará a la industria de la moda porque, al establecer tasas en las aduanas, resultará más caro tanto para la propia firma como para sus clientes realizar cualquier compra.

Sorprendentemente, se puede decir que el turismo de Reino Unido no se vio afectado por el Brexit. La depreciación de la libra va a continuar beneficiando al turismo, como hemos analizado, 2017 fue el año que más turismo recibió y se prevé que para 2018 este aumente todavía más. El turismo generó un total de 7.6 billones de libras, además, el PIB aumentó un 10.2%, al igual que las exportaciones con un 6,6% y que las importaciones con un 30%.

Del mismo modo el *Brexit* no ha repercutido demasiado en la industria de la moda ya que un 90% de diseñadores no quiso abandonar la UE. En el año 2016 aumentó un 8% el valor de la industria de la moda británica y, se obtuvieron un 23% más de ingresos generados en la *Fashion Week* que años anteriores.

Podemos decir que el tanto el sector turístico como la industria de la moda son dos industrias muy importantes para la financiación de Reino Unido. Como consecuencia del *Brexit*, la depreciación de la libra ha provocado que estas industrias aporten un gran flujo tanto de dinero como de turistas que tienen un gran peso sobre el país.

Si establecemos una relación entre ambas industrias, podemos decir que en 2017, el sector turístico atrajo un total de 30 millones de visitantes que generaron un total de 15 millones de libras. Sin embargo, se podría decir que la industria de la moda, —y con ello la *Fashion Week*—, tiene más peso que el turismo en la financiación de Reino Unido, ya que tanto la *Fashion Week* como las grandes marcas de lujo de la ciudad atrajeron un de 19 millones de turistas que ingresaron un total de 75.5 millones de libras de libras durante esa semana, por lo que esta es una industria más potente que aporta grandes de dinero a la financiación de Reino Unido.

Finalmente, para concluir este maravilloso proyecto nos gustaría hacerlo con una frase de Walt Disney que dice así: “Todos nuestros sueños pueden hacerse realidad si sólo tenemos el coraje de perseguirlos”. (<https://goo.gl/WTJr1u>)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia EFE. *Hilfiger: el “Brexit” no afectará a la moda porque Londres es su símbolo.*

Recuperado de:

<https://www.efe.com/efe/america/gente/hilfiger-el-brexit-no-afectara-a-la-moda-porque-londres-es-su-simbolo/20000014-3383889>

Último acceso: 12/03/2018

- Aragón, C., López, J. L. y Martínez de Marigorta, M.^a A. (2013). *Moda: Historia y estilos.* Londres: Dorling Kindersley Ltd.
- Asociación creadores de moda (de España), ACME. *École De La Chambre Syndicale. Francia.*

Recuperado de:

<http://creadores.org/instituciones/ecole-de-la-chambre-syndicale-francia/>

Último acceso: 21/11/2017

- Atv.pe. (2017). *¿En qué consiste un “after-party”?*

Recuperado de:

<http://www.atv.pe/actualidad/en-que-consiste-un-after-party-343199>

Último acceso: 16/04/2018

- BBC Mundo. (2016). *Qué es el Brexit y cómo puede afectar a Reino Unido y a la Unión Europea.*

Recuperado de:

<http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-36484790>

Ultimo acceso: 12/03/2018

- Benedicto, M.A. El confidencial. (2016). *Las consecuencias del Brexit para Europa.*

Recuperado de:

https://blogs.elconfidencial.com/mundo/tribuna-internacional/2016-06-26/brexit-europa-union-europea-consecuencias-reino-unido_1222420/

Ultimo acceso: 12/03/2018

- Bolsalea. (2017). Comercio, moda. *¿En qué consiste un Showroom?*
Recuperado de:
<https://www.bolsalea.com/blog/2013/10/en-que-consiste-un-showroom/>
Ultimo acceso: 12/03/2018
- Brignal, M. The Guardian. (2017). *Reino Unido se prepara para un récord mundial de turistas en 2018.*
Recuperado de:
<https://www.theguardian.com/travel/2017/dec/26/uk-braced-for-record-number-of-tourists-in-2018>
Ultimo acceso: 20/03/2018
- British Fashion Council. (2017). *Moda positiva.*
Recuperado de:
<http://www.britishfashioncouncil.com/About/Positive-Fashion>
Ultimo acceso: 17/02/2018
- Caad Shop Design. (2016). *¿Qué es una flagship store y por qué están tan de moda?*
Recuperado de:
<http://www.caad-design.com/que-es-una-flagship-store-y-por-que-estan-tan-de-moda/>
Ultimo acceso: 17/02/2018
- Castaño, R. (2018). Tt-Magazine Spain : *The New York Times Style Magazine. Así está siendo la London Fashion Week 2018.*
Recuperado de:
<http://www.tmagazine.es/disenolondon-fashion-week/>
Último acceso: 06/03/2018
- Comercio y justicia. (2016). Blog Negocios. *London Fashion Week: La industria de la moda tras el impacto del Brexit.*
Recuperado de:

<http://comercioyjusticia.info/blog/negocios/marketing/london-fashion-week-la-industria-de-la-moda-tras-el-impacto-del-brexit/>

Último acceso: 20/03/2018

- Comercio.gob.es. Oficina Económica y Comercial de España en Londres. (2017). *PDF “Informe económico y comercial de Reino Unido”*.

Recuperado de:

<http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/FAABB4067C28DC3FF5E3C1A2808CBE55.pdf>

Último acceso: 20/03/2018

- Contreras, M. (2016). El País. *El mundo de la moda ya tiene impacto del Brexit*.

Recuperado de:

https://elpais.com/elpais/2016/10/28/estilo/1477658750_609985.html

Último acceso: 06/03/2018

- Deloitte. *Conócenos. Acerca de Deloitte*. Recuperado de:

Recuperado de:

<https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/about-deloitte.html#>

Último acceso: 07/05/2018

- Díaz, M. (2017). Cursos.com. *Consecuencias del Brexit para Reino Unido*.

Recuperado de:

<https://cursos.com/consecuencias-brexit-reino-unido/>

Último acceso: 12/03/2018

- El Mundo. (2017). *Qué es ser un influencer y cómo se llega a serlo*.

Recuperado de:

<https://buhomag.elmundo.es/entretenimiento/que-es-influencer/>

Último acceso: 05/03/2018

- EUR-Lex. El acceso al Derecho de la Unión Europea. *Art. 50, Cláusula de retirada.*

Recuperado de:

https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/withdrawal_clause.html?locale=es

Último acceso: 07/05/2018

- Excelesior. (2017). *El Brexit y su lado bueno... impulsó el turismo.*

Recuperado de:

<http://www.excelsior.com.mx/global/2017/11/17/1201914>

Último acceso: 12/03/2018

- Fashion United. (2016). *Datos clave y cifras de la London Fashion Week SS17*

Recuperado de:

<https://fashionunited.uk/news/fashion/key-facts-figures-from-london-fashion-week-ss17/2016091621804>

Último acceso: 06/02/2018

- Fashion United. (2016). *Esta es la cantidad de dinero que genera la London Fashion Week.*

Recuperado de:

<https://fashionunited.uk/news/business/this-is-how-much-money-london-fashion-week-generates/2016091521783>

Último acceso: 06/02/2018

- Fashion United. (2017). *Las grandes marcas dan un impulso de la Fashion Week de Londres.*

Recuperado de:

<https://fashionunited.es/noticias/moda/las-grandes-marcas-dan-un-impulso-a-la-fashion-week-de-londres/2017091524414>

Último acceso: 06/02/2018

- Fernández, S. (2017). El Mundo. *¿Cómo será viajar a Londres tras el Brexit?*

Recuperado de:

<http://www.elmundo.es/economia/ahorro-yconsumo/2017/04/14/58efb6c2468aebbe1e8b45ec.html>

Último acceso: 04/14/2018

- Fheel. Marketing de influencers : Sevilla. *Influencers de moda emergente*.

Recuperado de:

<https://fheel.com/blog/influencers-moda-emergentes/>

Último acceso: 14/04/2018

- Fogg, M. (2014). *Cuando la moda es un arte: 80 obras maestras y los secretos de su éxito*. Londres: Lunwerg editores.

- FordwardKeys. *About as*.

Recuperado de:

<https://forwardkeys.com/about-us>

Último acceso: 06/02/2018

- Funes, M.^a. L. (2016). *Blogs ABC. Londres, nueva capital de la moda y la industria de los artículos de lujo*.

Recuperado de:

<http://abcblogs.abc.es/laboratorio-de-estilo/2016/03/29/londres-nueva-capital-de-la-moda-y-de-la-industria-de-los-articulos-de-lujo/>

Último acceso: 06/02/2018

- Godfrey, D. (2017). Fashion Network. *La moda británica se encoge ante el Brexit, con la activación del artículo 50 por Theresa May*.

Recuperado de:

<http://es.fashionnetwork.com/news/La-moda-britanica-se-encoge-ante-el-Brexit-con-la-activacion-del-articulo-50-por-Theresa-May,810733.html#.WsYX5HpubIV>

Último acceso: 20/03/2018

- González del Moral, A. (2016). *Blogs RTVE. El Brexit afecta al turismo del Reino Unido, España, Francia, Italia y Grecia*.

Recuperado de:

<http://blog.rtve.es/viajesyturismo/2016/06/el-brexit-afecta-al-turismo-del-reino-unido-espana-francia-italia-y-grecia.html>

Último acceso: 20/03/2018

- Gutiérrez, G. (2015). Prezi. *La Moda Vanguardista, vista de la Semiología*.

Recuperado de:

<https://prezi.com/uqodemwpc2va/la-moda-vanguardista-vista-desde-la-semiologia/>

Último acceso: 06/02/2018

- Hosteltur. (junio 2017). *Londres registra más llegadas de turistas por la debilidad de la Libra*.

Recuperado de:

<https://www.efe.com/efe/america/gente/hilfiger-el-brexit-no-afectara-a-la-moda-porque-londres-es-su-simbolo/20000014-3383889>

Último acceso: 01/05/2018

- Hosteltur. (2017). *El turismo grita que ahora si viene el lobo... y se llama Brexit*.

Recuperado de:

https://www.hosteltur.com/125169_turismo-grita-ahora-si-viene-lobo-se-llama-brexit.html

Último acceso: 12/03/2018

- Infobae. (2017). *Cómo afectará el Brexit al turismo en Reino Unido*.

Recuperado de:

<https://www.infobae.com/turismo/2017/04/05/como-afectara-el-brexit-al-turismo-en-el-reino-unido/>

Último acceso: 12/03/2018

- Instituto de Enseñanzas a Distancia de Andalucía. (2016). *La nube artística. La tendencia en la moda*.

Recuperado de:

http://www.lanubear artistica.es/Diseno/bloque3/DI2_U6_T1_Contenidos_v01/2_la_tendencia_en_la_moda.html

Último acceso: 20/03/2018

- La Guardia, I. El País. (2013). *Las 10 mejores escuelas de moda del mundo*.
Recuperado de:
<https://smoda.elpais.com/moda/las-10-mejores-escuelas-de-moda-del-mundo/>
Último acceso: 04/04/2018
- La Prensa. (2017). Inglaterra: Londres. *Las grandes marcas dan un impulso al Fashion Week de Londres*.
Recuperado de:
https://www.prensa.com/entretenimiento/grandes-impulso-Fashion-Week-Londres_0_4849765072.html
Último acceso: 06/02/2018
- Lele-Lerele Peluches y muñecos con alma. (2017). *¿Qué está pasando con el fenómeno influencer?*.
Recuperado de:
<https://lelelerele.com/fenomeno-influencer/>
Último acceso: 04/04/2018
- *London's Economic Plan. The London Plan and its Impact on Major Industries. London's Tourism Industry*.
Recuperado de:
<http://www.uncsbrp.org/tourism.htm>
Último acceso: 01/05/2018
- *London Fashion Week. Semana de la moda de Londres del 14 al 18 de septiembre 2018*
Recuperado de:
<http://www.londonfashionweek.co.uk/Designer-Showrooms/About>
Último acceso: 06/02/2018
- López, G. *Turismo n-d. (2012). Turismo & moda*.
Recuperado de:

<http://turismond.com/turismo-moda/>

Último acceso: 12/03/2018

- Martín Urbano, P. Profesor de la Universidad Autónoma de Madrid. PDF. *Cielos abiertos y la liberación del transporte aéreo mundial: Evolución y perspectivas.*

Recuperado de:

<http://webs.ucm.es/info/sieterem/75.pdf>

Último acceso: 05/03/2018

- Molton Brown. About us.

Recuperado de:

<https://www.moltonbrown.eu/store/about-us>

Último acceso: 24/04/2018

- Mosterio, M. Revista Divinity. The luxonomist. (2016). *Impacto económico de las semanas de la moda.*

Recuperado de:

<http://theluxonomist.es/2016/09/20/el-impacto-economico-de-las-semanas-de-la-moda/marcos-mosteiro>

Último acceso: 20/09/2017

- Odriozola, A. (2016). Revista Glamour. *Así afectará el Brexit a la Industria de la moda.*

Recuperado de:

<http://www.glamour.es/moda/tendencias/articulos/asi-afectara-el-brexite-a-la-industria-de-la-moda/24129>

Último acceso: 05/11/2017

- Ofersale. Offer buy sale. (octubre 2017). *150 frases de Moda, Fashion y Estilo.*

Recuperado de:

<http://ofersale.com/blog/frases-moda-fashion-estilo/>

Último acceso: 05/04/2018

- Organismo Mundial del Turismo (OMT). *Entender el turismo: Glosario Básico*.
Recuperado de:
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
Último acceso: 12/11/2017
- PDF: *Tourism Alliance the voice of tourism*.
Recuperado de:
http://www.tourismalliance.com/downloads/TA_395_420.pdf
Último acceso: 20/03/2018
- Pérez Mínguez, A. (2015). *Tendencias. Evolución de los desfiles de moda a lo largo de la historia desde su origen*.
Recuperado de:
<https://www.tendencias.com/tendencias-de-pasarela/evolucion-de-los-desfiles-de-moda-a-lo-largo-de-la-historia-desde-su-origen>
Último acceso: 09/11/2017
- Pinterest. *Usos del tafetán*.
Recuperado de:
<https://www.pinterest.es/pin/342977327844901052/>
Último acceso: 25/03/2018
- Real Academia Española. Diccionario Usual. *Moda*
Recuperado de:
<http://dle.rae.es/srv/fetch?id=PTFxq8T>
Último acceso: 09/11/2017
- Ramírez, N. El País. (2016). *La moda británica dice no al Brexit*.
Recuperado de:
<https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-britanica-no-quiere-brexit/>
Último acceso: 24/03/2018

- Revista *Hola!* (2010). *Fin de semana de compras en Londres.*
Recuperado de:
<https://www.hola.com/viajes/2010021612953/compras/londres/fin-de-semana/>
Último acceso: 15/11/2017
- Significados. *Significado de Brexit.*
Recuperado de:
<https://www.significados.com/brexit/>
Último acceso: 20/03/2018
- Significados. Expresiones en inglés. *Outfit*
Recuperado de:
<https://www.significados.com/outfit/>
Último acceso: 21/12/2017
- Slide Share. (2012). *Tipos de telas.*
Recuperado de:
<https://es.slideshare.net/nparedestrujillo/tipos-de-telas-13510163>
Último acceso: 21/12/2017
- Tendencias. (2015). *De compras por Londres: 7 lugares que toda Beauty Addict debe conocer.*
Recuperado de:
<https://www.tendencias.com/welovelondon/de-compras-por-londres-7-lugares-que-toda-beauty-addict-debe-conocer>
Último acceso: 12/11/2017
- Tendencias. (2014). *Moda en Londres: Dónde estudiar diseño y como sobrevivir a tu pasión.*
Recuperado de:
<https://www.tendenciashombre.com/welovelondon/moda-en-londres-donde-estudiar-diseno-y-como-sobrevivir-a-tu-pasion>

Último acceso: 15/11/2017

- TripAdvisor España. Londres. *Hoteles de 5 estrellas en Londres.*

Recuperado de:

https://www.tripadvisor.es/Hotels-g186338-zfc5-London_England-Hotels.html

Último acceso: 21/02/2018

- Villaroel, M. Blog Rex Fabrics. (2013). *Las telas que utilizan en la confección alta costura*

Recuperado de:

<http://blog.rexfabrics.com/las-telas-que-utilizan-en-la-confeccion-alta-costura/>

Último acceso: 15/11/2017

- Visit Brain. *Hechos de la economía del visitante de Gran Bretaña.*

Recuperado de:

<https://www.visitbritain.org/visitor-economy-facts>

Último acceso: 20/03/2018

- Visit London. Guía Turística Oficial. *Los mejores destinos para ir de compras en Londres.*

Recuperado de:

<https://www.visitlondon.com/es/cosas-que-hacer/de-compras/los-mejores-destinos-para-ir-de-compras-en-londres>

Último acceso: 15/11/2017

- Visit London. Guía Turística Oficial. *Restaurantes con Estrella Michelin.*

Recuperado de:

<https://www.visitlondon.com/es/tag/michelin-starred>

Último acceso: 22/02/2018

- Vogue España. (2016). *Londres podría ser la nueva capital de la moda (y estos 6 motivos lo demuestran).*

Recuperado de:

<http://www.vogue.es/moda/news/articulos/motivos-por-lo-que-londres-es-la-nueva-capital-de-la-moda/25117>

Último acceso: 25/11/2017

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2015). *Guía Michelin*.

Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Gu%C3%ADa_Michelin

Último acceso: 08/04/2018

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Mayfair*

Recuperado de:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Mayfair>

Último acceso: 11/12/2017

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Movimiento Mod*.

Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_mod

Último acceso: 11/12/2017

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Prêt-à-porter*.

Recuperado de:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%AAt-%C3%A0-porter>

Último acceso: 21/11/2017

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Revista Vogue*.

Recuperado de:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Vogue_\(revista\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Vogue_(revista))

Último acceso: 15/11/2017

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Salida de Reino Unido de la Unión Europea*.

Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Salida_del_Reino_Unido_de_la_Uni%C3%B3n_Europea#Consecuencias

Último acceso: 20/03/2018

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Semana de la moda*.

Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Semana_de_la_moda#Ciudades_con_Fashion_Weeks

Último acceso: 21/02/2018

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Semana de la moda de Londres*

Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Semana_de_la_Moda_de_Londres

Último acceso: 21/02/2018

- Wikipedia la enciclopedia libre. (2018). *Tratado de Cielos Abiertos*.

Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Tratado_de_Cielos_Abiertos

Último acceso: 25/03/2018

- World, Travel % Tourism Council. *PDF: Travel & Tourism. Economic Impact 2017. United Kingdom*.

Recuperado de:

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/unitedkingdom2017.pdf>

Último acceso: 04/05/2018

- WordPress. (2011). London Incógnito. *Londres y la moda: cómo empezó todo*.

Recuperado de:

<https://londonincognito.wordpress.com/2011/04/26/la-moda-y-londres-como-empezo-todo/>

Último acceso: 15/11/2017

- WordPress. (2018). *Las ciudades más visitadas en el 2017*.

Recuperado de:

<http://cnnespanol.cnn.com/2018/02/10/estas-fueron-las-ciudades-mas-visitadas-en-2017/#0>

Último acceso: 04/05/2018

- Word Reference. (2000). *Magazín*

Recuperado de:

<http://www.wordreference.com/esfr/magac%C3%ADn>

Último acceso: 27/03/2018

- Word Reference. (2018). *Trendy*

Recuperado de:

<http://www.wordreference.com/es/translation.asp?tranword=trendy>

Último acceso: 27/03/2018

- Worsley, H. (2012). *Décadas de moda*. Alemania: Könemann.