A&A FANCY  es una de las principales empresas de moda internacional. Pertenece a Inditex, uno de los mayores grupos de distribución del mundo.

¿Qué métodos de envío tenéis disponibles?

Poseemos 2 métodos de envió: De manera Nacional Los pedidos serán enviados a través de la empresa de transportes Nacex y de manera Internacional por Bahía Nic.

¿Cómo puedo ponerme en contacto si tengo alguna consulta?

Para cualquier tipo de duda, consulta o sugerencia, puede enviarnos sus comentarios por e-mail a: a.a\_fancy@gmail.com o al teléfono móvil: +505 2274-6519

¿Cómo puedo realizar la devolución de un producto?

Para A&A FANCY satisfacción es lo primero. En el caso de que al recibir su pedido cambie de opinión o simplemente no le convenza, dispone de un plazo de 7 días hábiles, a contar desde la fecha de su recepción.

Podrá cambiarlo por otra talla o color, o realizar un cambio por otro artículo, siempre y cuando el producto no haya sido utilizado, dañado y se encuentre con su etiqueta original.

A&A FANCY no devolverá dinero ya que el trámite del pedido realizado tiene unos costes logísticos y de envío, pero en el hipotético caso de no encontrar un producto de su agrado durante el trámite de devolución, cabe la posibilidad de generar un vale A&A FANCY por el importe de su compra, con posibilidad de canjeo en un plazo de 1 mes.

¿Cuál es el procedimiento para realizar un pedido en vuestra tienda online?

Los artículos que se deseen adquirir deberán ser seleccionados y añadidos a la bolsa/carrito de la compra mediante clic sobre el icono correspondiente.

La bolsa/carrito de la compra contendrá la referencia del artículo con su nombre, la talla y el precio en la divisa correspondiente (impuestos incluidos). ATENCIÓN: El precio expresado no contiene transporte ya que las tarifas varían en función del lugar de destino.

La hoja de pedido solicitará los datos personales que se incorporarán a nuestra base de datos con el objeto de poder procesar el pedido y de facilitar la realización de nuevas compras en FANCY. De la misma manera, podrá acceder a sus datos personales y a la información de todos sus pedidos. Recuerde que los datos personales deben indicarse con toda exactitud para evitar confusiones o incidencias en el envío del/los artículos/s adquirido/s. Además, en el caso que así lo solicite, recibirá por e-mail de información y publicaciones relativas a FANCY.

Una vez cumplimentada la orden de compra, y antes del envío del pedido se presentará un resumen identificando el artículo adquirido, su precio total (transporte e impuestos incluidos) y los datos de envío. El pedido deberá ser confirmado mediante clic en el botón “Aceptar Compra”.

Las compras se pagarán con tarjeta de crédito o débito (Visa o Mastercard), transferencia bancaria, PayPay o contra reembolso. No se admitirán otras formas de pago. Para los pagos con tarjeta de crédito o débito, el cargo se realizará online, es decir, en tiempo real, a través de la pasarela de pago de la entidad financiera correspondiente, una vez se haya comprobado que los datos comunicados son correctos.

¿Es seguro comprar online en vuestra tienda?

Con el objetivo de dar la máxima seguridad al sistema de pago FANCY  utiliza sistemas de pago seguro de entidades financieras de primera línea en comercio electrónico. En este sentido, los datos confidenciales del pago son transmitidos directamente y de forma encriptada (SSL) a la entidad financiera correspondiente. Para el pago con tarjetas Visa y MasterCard, FANCY  sólo acepta transacciones CES (Comercio Electrónico Seguro) con el protocolo internacional 3D Secure que se distingue por los distintivos Verified by Visa y MasterCard SecureCode.

El Comercio Electrónico Seguro es una iniciativa cuyo principio básico es garantizar la seguridad en las transacciones por Internet. Al realizar el pago a través de la pasarela de pago segura, el sistema verificará automáticamente que la tarjeta de crédito esté activada para Comercio Electrónico Seguro.

A continuación, conectará con el banco emisor de la misma, el cual solicitará que autorice la operación mediante un código personal de autenticación. La operación sólo se efectuará si el banco emisor de la tarjeta de crédito confirma el código de autenticación. En caso contrario, la transacción será rechazada.

**Moda**

**La moda**, tradicionalmente es vista como la **industria encargada de idear, materializar y comercializar prendas de vestir** con un significado cultural aceptado, representa todas las corrientes que implican patrones de comportamiento populares dentro de un grupo social específico, que pueden lograr una diferenciación significativa en comparación con las costumbres de otro conjunto de personas. Sin embargo, la conducta y razonamiento de ciertos individuos puede estar ligada a las que fueron establecidas en épocas anteriores o países que conservan una cultura con peculiaridades únicas.

**Se conoce como “moda” al fenómeno social** en el que destacan determinados estilos de vestimenta y calzado. Estas tendencias se van transformando y cambiando con el tiempo, y estos cambios están sujetos a las costumbres, culturas, entorno y gustos de quienes las consumen. Esto quiere decir, que la tendencia de la moda es de carácter pasajero.

En un sentido más amplio se refiere a la **tendencia predominante sobre algún objeto, lugar, hábito o práctica**. Por ejemplo (además de la ropa de moda), en cuanto a lugares, puede hablarse sobre un restaurante de moda; de algún accesorio, como unos lentes de moda; de alguna actividad, unos juegos de moda, que pueden ser deportivos, virtuales o de otro tipo; de gustos, como la música de moda.

**La etimología de moda**:

La palabra moda proviene del francés mode, que a su vez proviene del latín modus, y significa “manera” o “medida”. En este sentido, la palabra moda alude a la “manera del momento”. Sin embargo, la tendencia que se va posicionando **paradójicamente** pierde su autenticidad cuando se ve replicada en demasía, entonces deja de ser relevante, pues la moda radica precisamente en imponer imponiendo nuevas conductas, forma de vestir y pensar, por lo que el impacto que la moda tiene en un individuo suele ser temporal.

**El término moda también puede utilizarse en otro contexto** como, por ejemplo, en matemática, y es referido al dato que presenta una mayor frecuencia dentro en un estudio estadístico. En cierta forma, funciona de la misma manera que la moda estilística, ya que, al ser el dato más repetido, representa una tendencia.

**La moda es fiel reflejo de la sociedad y siempre ha estado muy marcada por el momento económico o social. Si nos paramos a analizar la historia de la moda, grandes cambios han surgido en los momentos de crisis. Tan sólo viendo el modo de vestir de los ciudadanos ya podemos ser capaces de ubicarlos en una época determinada.**

**Historia de la moda**

Tiene su origen desde el principio de los tiempos, ya que lo utilizado por el ser humano en cuanto a indumentaria ha dependido siempre de los materiales disponibles, el entorno climático, cultural y social. Pero no fue sino hasta el siglo XV, durante el renacimiento cuando existieron tendencias en cuanto a su uso y bajo ciertos parámetros.

De acuerdo al estrato, los estilos eran distintos para cada grupo. Existieron reglamentos que dictaban qué vestimenta podía utilizar los plebeyos, ya que existían ciertos tipos de telas y colores que estaban reservados exclusivamente para el uso de la nobleza.

Por otro lado, la burguesía, quienes ciertamente no eran nobles, poseía una posición privilegiada y abundancia económica, por lo que pudieron acceder al lujo de imitar los estilos de la nobleza, aunque los sastres y modistas de la época tuvieron la laboriosa tarea de crear modas que pudiesen diferenciar a la nobleza de la burguesía.

**La utilización exclusiva de los grandes atavíos de moda** a la nobleza y burguesía correspondía también al alto costo de los materiales de confección, como, por ejemplo, las telas; por lo que no cualquier persona tenía acceso a adquirirlas e ir acorde a las tendencias. Pero más adelante, en el siglo XVIII entrada de la revolución industrial y con la producción en masa de productos y textiles, los tejidos redujeron sus costos considerablemente, por lo que la moda pudo ser alcanzada en distintos estratos.

A lo largo de la historia, **las mujeres de clase alta se preocupaban de manera considerable por lucir impecables** y claro, por resaltar su **silueta**. Por esto, acudían a modistas, quienes sabían qué tipo de prenda iría bien con su cuerpo; poco a poco se formaban “pequeñas modas” dentro de los grupos sociales, que incluían maquillaje, accesorios y comportamiento, variando todo esto esporádicamente.

**Hoy en día, los estilos de vestimenta y calzado son un poco más accesible,** por lo que no necesariamente se tiene que adaptar de manera considerable a las posibilidades económicas.

**Línea de tiempo de la historia de la moda**

Varios expertos afirman que la forma de vestir es sólo un intento de la humanidad por hacer mucho más fácil la integración a nuevos grupos, ya que **a través de la apariencia es posible definir una identidad** sin que implique mucho de la personalidad verdadera. Esto significa una ventaja, pues así un individuo puede sentirse un poco más seguro al momento de entrar en un nuevo círculo social, tratando de lucir como sus iguales lo hacen.

* **1900-1909**: a principios del **siglo** XX, **el elemento más representativo fue el corsé**, el cual era una prenda que ayudaba a resaltar el busto y caderas apretando la cintura. Luego se prescindió del uso de la misma para dar paso a vestidos más holgados, como los entallados en el pecho y recto hasta los tobillos, el Delfos (un vestido plisado sin costuras ni rellenos), los vestidos ajustados en la parte superior del cuerpo (talle imperial) y suelto hacia abajo.

**En los caballeros**, los pantalones de moda debían combinar con la chaqueta (la cual tenía solapas de pico) e iban acompañados de una camisa con el cuello y puños independientes. Los llamados “dandis” impusieron las chaquetas de cierre cruzado y los colores como el gris y azul.

* **1910-1919**: esta década se caracterizó por el **acortamiento de las faldas descubriendo los tobillos y escotes más pronunciados**. Se comienza a utilizar el sujetador, el corte al bies (diagonal), vestidos de punto con los brazos y las piernas descubiertos, Coco Chanel crea los cardigan y presuntamente el flapper también fue obra suya.
* **1920-1929**: la silueta de las mujeres cambia, ya que las tendencias apuntan hacia **marcar las caderas, vestidos con escotes** pronunciados en la espalda y cortos, faldas por las rodillas, sombreros cerrados. La tendencia en cuanto a estilos de peinado eran los cabellos cortos y el maquillaje tomó tonalidades más vibrantes y llamativas.
* **1930-1939**: las faldas bajaron por debajo de las rodillas, **la cintura vuelve a definirse**, el cabello se deja crecer y ondularse. Se emplean técnicas para definir los hombros.
* **1940-1949**: durante la época de la guerra, no hubo muchas tendencias innovadoras, ya que existía escasez de materiales. El estilo fue predominado por **chaquetas**, faldas por debajo de las rodillas, zapatos topolinos y la cabeza cubierta.
* **1950-1959**: luego de la guerra, **la casa Dior hizo famosa la silueta de reloj de arena** al estrechar la cintura y acentuar las curvas. Las faldas tenían más vuelos y continuaban por debajo de las rodillas, se utilizaron los tacones de aguja, pequeños bolsos, guantes y otros accesorios que devolvieran a la **mujer** la feminidad que la guerra les robó.
* **1960-1969**: en la moda de los 60 toma protagonismo el **estilo juvenil y colorido**; los estampados floreados, de mariposas y la psicodelia toman posesión de las piezas; se utilizan minifaldas; se utilizaron camisas de algodón; y los peinados de moda eran pomposos.
* **1970-1979**: **el estilo** de peinados eran cortos o largos asimétricos; se utilizaron pantalones ajustados en la parte superior y acampanados en la parte inferior; las flores invadieron las telas y accesorios (revolución de las flores); los zapatos de plataforma invadieron el mercado de la moda; y el algodón quedó rezagado para abrirle paso a la lycra.
* **1980-1989**: la moda de los 80 se caracterizó por presentar un **estilo más liberado en las mujeres**. Se utilizaron prendas deportivas, franelas anchas, ropa interior que se notaba, tirantes, pantalones a la cintura, zapatos deportivos y variedad de colores. El estilo del cabello de la moda de los 80 era desprolijo.
* **1990-1999**: **no existió un estilo definido**, por lo que se estilaban estilos cómodos, camisetas con logotipos de bandas musicales de moda, colores fuertes para los labios como el azul o verde y el estilo de peinados eran sueltos y se impuso la moda de los tintes para el cabello. El estilo tatuado y con piercings estuvo influenciado por la música de moda en esta época.
* **2000-2009:** las tribus y sub culturas toman auge y se demarcan más debido a la popularización del Internet. **La moda “emo”** toma protagonismo con estilos oscuros en vestuario, peinados alaciados hacia un lado cubriendo parte de la cara y uñas de moda con colores oscuros y negros. Por otro lado, los pantalones a la cadera y acampanados, toques brillantes con lentejuelas y canutillos en blusas. Comienzan a regresar tendencias retro de la década de los 80.
* **2010-2019**: en las mujeres, la ropa de moda eran las prendas frescas y modernas, estilos sencillos y despejados en cuanto a maquillaje y el estilo de los 60 revive en algunos detalles, por lo que lo vintage es lo in. En los hombres, el estilo se caracteriza por ser más atrevido: las camisetas cuello en V se utilizan mucho y pantalones tubito o pitillo.

**Pilares de la moda**

La moda se basa en 5 elementos básicos que han perdurado a través de los siglos: el color, la forma, la caída, la textura y el equilibrio de las prendas. ¿Cómo embellecer la silueta?, haciendo buen uso de la combinación de estos cinco elementos teniendo en cuenta los rasgos físicos de las personas. Los creadores de la moda

En realidad, la moda la puede crear cualquiera, pero los medios de comunicación lo tienen más fácil, porque la gente tiende a desconectar el cerebro cuando les presta atención. Esto hace que su capacidad de influencia sea mucho mayor, y gracias a ello, y a la publicidad, han sido siempre los creadores por excelencia de las modas.

**El negocio de la moda**

**La moda como industria** presenta un universo de posibilidades de negocio, ya que cada año se crean infinidades de piezas, las cuales son distribuidas en masa por un público específico de acuerdo al estilo. El primer paso es la confección de una pieza basado en un estudio de mercado en donde se sondean los gustos y tendencias hacia las que los consumidores se inclinan. Luego, el mercadeo y la publicidad hacen lo suyo al vender el producto por distintos medios y buscar la ansiada aceptación, por lo que las casas diseñadoras acuden a distintos métodos.

**Grandes casas de diseño** como Dior, Armani, Coco Chanel, entre muchas otras, participan en desfiles de pasarela en las que lanzan sus colecciones de acuerdo a la temporada. Muchos de esos diseños son adquiridos por figuras públicas que son una de las mejores estrategias de publicidad para los mismos. La influencia que tienen figuras como cantantes o actores y actrices famosos, hacen que una tendencia o estilo se posicionen en el mercado. **Utilizar una pieza de algún diseñador en una alfombra roja trae beneficios** tanto al creador de la misma como al exponente, trayendo dividendos para ambos.

**Características de la moda**

* Se **reinventa**, lo cual quiere decir que evoluciona y toma elementos que ya existían para crear nuevos estilos.
* Debido a lo anterior, es **cíclica**; cada cierto tiempo reaparecen estilos que ya habían quedado atrás.
* Los ciclos pueden ser cortos, medianos y largos, por lo que es también **pasajera**.
* Es **impositiva** y causa impacto inmediato.
* Es uno de los máximos exponentes de una época o momento histórico.
* Existen diseñadores que realizan diseños originales y otros que realizan diseños basados en la **tendencia** que ya está de moda.
* Hay **diseñadores** independientes y los que están bajo una marca de moda (como Hugo Boss o Armani), los cuales cuentan con un equipo de diseñadores que se rigen por un director de diseño.
* **La industria se compone de precursores** (que son los que crean las nuevas tendencias, los fabricantes y las figuras públicas que las exhiben), los primeros adoptantes (los que pueden adquirir las nuevas piezas), los segundos adoptantes (comerciantes y masificadores de la moda), los terceros adoptantes (comerciantes de la moda a bajos precios) y los ajenos (consumidores que prefieren la comodidad y bajos precios ante estar a la moda).

**El impacto de los medios de comunicación**

La sociedad de consumo de masas empezó a desempeñar un papel central en el momento en el que la moda se empezó a entender como la necesidad de marcar una distinción entre cada individuo, de lo cual hablaban Pierre Bourdieu y Jean Baudrillard. La moda forma parte de nuestro contexto como personas, influye en diferentes aspectos de nuestras vidas, desde lo que comemos y bebemos hasta los lugares que debemos frecuentar. Actualmente, el simple hecho de vestir trae consigo factores tan diversos como son la autoestima, la seguridad, la experiencia estética, las prácticas del consumo e imitación o el deseo de la inclusión.​ Nunca se debe olvidar que todas las modas son peligrosas desde el momento en el que se vuelven extremas.

Los medios de comunicación masiva son y han sido una importante herramienta en el campo de la información y en la difusión de la misma, ya que pueden llegar a cualquier parte del mundo en muy poco tiempo debido al proceso de globalización. Son creadores de una nueva cultura y reorganización global del mercado, generando millones de ingresos a nivel mundial y contando con una influencia tal en la sociedad contemporánea que pocos igualan el poder que se les ha conferido. La moda se encuentra fuertemente ligada a estos medios de comunicación y está controlada por ellos, pues contribuyen a los procesos de socialización.

Vivimos en la era de la comunicación: los medios nos hacen cómplices de información de todo tipo y son los encargados de enseñarnos a modelar las percepciones que tenemos de la realidad. Estos medios bombardean a toda la población, aunque su blanco son principalmente adolescentes y adultos jóvenes, con series, anuncios de televisión, programas, *reality shows,* redes sociales como Instagram y Facebook, revistas o música, entre otros. Todo esto nos lleva a un nuevo individualismo multicultural. El impacto de las redes sociales y la tecnología entre los jóvenes, basándose en los conceptos sociológicos de grupo y de relaciones primarias, generan entre los jóvenes una necesidad de identidad.

**La influencia de las marcas**

La moda y el vestir guardan una compleja relación con la identidad: la ropa que elegimos llevar puede ser una forma de expresar quiénes somos, de dar detalles sobre nuestro género, clase o posición, por ejemplo.

La nueva generación de consumidores no recibe con pasividad las historias de las marcas que cuentan las compañías, sino que es creadora conjunta de su significado. Para los vendedores, esto significa que el viejo truco de gritar lo fantástica que es la marca o el uso de ella ya no funciona. Hoy día es crucial escuchar a los jóvenes consumidores y entender cómo acomodan las marcas en su estilo de vida.

En sus encuestas *Talk Track* realizadas a más de 2000 adolescentes en Estados Unidos de entre 13 y 17 años de edad, el grupo Keller Fay encontró que los jóvenes tienen en promedio 145 conversaciones a la semana acerca de marcas.

Por supuesto, cada país o región tiene sus marcas locales preferidas. Topshop domina la industria en Reino Unido, Zara triunfa en España y G-Star en Holanda; pero, en general, es H&M la que logra el mayor éxito a nivel internacional en el mercado de los chicos de la Generación Y.

**El color como parte importante**

Se sabe que existe una fuerte compatibilidad entre las emociones, el consumo de moda y el color, sean cuales sean los arraigos culturales o los diferentes tipos de población analizados; es decir, el color muestra correspondencia en cuanto a su significado y está asociado a las emociones. Además, a partir del análisis de las encuestas realizadas en una única región, se demuestra una fuerte tendencia a obedecer las preferencias de color tanto en la toma de decisiones de ingreso en establecimientos de consumo como al evento de la compra en sí; con resultados concluyentes y definitivos en su mayoría, lo que permite inferir que el consumo está afectado por el color y que se puede influenciar al consumidor hasta tal punto de que este desista de consumir un objeto por no encontrar su tonalidad favorita.

El vínculo del color con el consumo de moda no es consistente y genera conflictos con respecto a los significados del color, pero se concluye que, a raíz de los efectos del color en las emociones de los individuos, el objeto debe contemplar las tendencias y gamas cromáticas del color desde la perspectiva del diseño para poder dar cobertura a la mayor cantidad de individuos posible.

**Búsqueda de identidad**

La moda y las marcas no solo acogen el deseo de imitar a otras personas o a una comunidad determinada, sino de expresar la individualidad; esto es, aunque la indumentaria indica nuestra afiliación a comunidades concretas y expresa valores, ideas y estilos de vida compartidos, no queremos ser «clones» vestidos de forma idéntica a los miembros de esa comunidad. La ropa que elegimos llevar representa un compromiso entre las exigencias del mundo social, el medio al que pertenecemos y nuestros deseos individuales.

Una moda que tenga éxito capta el «estado de ánimo» o el «gusto» que está surgiendo. La moda, como discurso y como práctica, encarna al cuerpo, haciéndolo social e identificable y explica cómo esta construcción del cuerpo a través de la ropa es de considerable importancia para el desarrollo de la sociedad moderna.

A lo largo de la historia, las distintas culturas, ciudades y grupos sociales han utilizado indumentaria perteneciente a la moda como soporte para hacer manifestación pública de su universo particular simbólico, es decir, sus ideologías, credos, cultura emocional, tradiciones, etc.; al igual que como un elemento comunicativo para informar sobre el grupo que la crea. «También los individuos, tomados en términos de identidad personal, perciben que “el vestido habla” y cumple una función socializadora en cuanto a que lo que nos ponemos contribuye al proceso de creación de nuestra imagen, entendida en términos, no de lo que realmente somos, sino de cómo nos perciben los demás.»

Así, la moda se ha convertido en la expresión cultural de gustos, estilos de vida o la identidad personal, en otras palabras, en una metacultura capaz de expandirse con la ayuda de los medios de comunicación social, que mediante la publicidad y *marketing*, segmentan el mercado y se dirigen a las masas de forma personalizada; explotando el rol de adquisición y construcción de la personalidad expresada mediante objetos de consumo que se convierten en una extensión de lo que somos, debido al significado que se les otorga en los medios, ya sea heredado, tradicional o emergente. «La moda serviría de eficaz contrapeso para estimular la entidad personal y con ello nuestra condición de personas» Glover, 2017.

**Nuevos desafíos de la moda**

Hoy en día, la industria de la moda está siendo puesta en duda por su proceso productivo y su consumo.

* Algunas marcas de moda han sido denunciadas por no ofrecer condiciones de trabajo dignas a sus trabajadores.
* Muchos procesos productivos no son amigables con el medio ambiente y solo toman en consideración satisfacer la cambiante demanda de los consumidores. En esta materia hay una gran tarea por realizar; se debe considerar que las nuevas generaciones son cada vez más fluctuantes con sus gustos. Las redes sociales proporcionan mucha información desde todos los rincones del mundo, lo que produce también que nuevas tendencias se difundan, se masifiquen y queden obsoletas de forma más rápida.
* Actualmente algunas marcas y amantes de la moda han resaltado el valor de la ropa usada y han preferido modificar sus propias prendas o las de otros conforme con los estilos que se llevan, contribuyendo al reciclaje de las prendas.
* A lo largo de la historia de la moda se ha ido difundiendo una imagen distorsionada de la belleza, del cuerpo y de la mujer. De a poco han ido surgiendo grandes marcas de moda que a través de sus campañas han mostrado que no hay una forma de cuerpo o talla perfecta, ni tampoco una raza, color de piel, o un peso perfecto.

## Moda: un estilo de vida

La moda para muchos puede ser un estilo de vida como para los diseñadores y los modelos. Los estilos y tendencias deben ir de acuerdo con la persona que ocupa determinada prenda; las personas se tienen que ubicar en su edad, trabajo y/o gusto por la moda, para que alguien se pueda ver moderno, se tiene que ver bien no sólo es traer ropa de la tendencia que llegó al mercado si no tiene que buscar que vaya con su carácter, fisonomía, edad, pero sobre todo se tiene que sentir bien consigo mismo/a para que en realidad comunique esa moda que le atrae. Para ello es importante conocer que existen diferentes tipos de cuerpo, y cada uno necesita algo específico para resaltar sus mejores atributos y esconder sus pequeños defectos.

**Tendencia De la Moda**

La tendencia de la Moda es fijada generalmente por las casas principales del diseño como Chanel, Dior cristiano, Dolce y Gabbana, Fendi, Gucci y Louis Vuitton, también patrocina la Ferrarí, actualmente una de las que más ha patrocinado las modas en la actualidad. Los estilos sofisticados del vestido de la Moda por el plomo parisiense e italiano de la casa de la Moda el couture del haute del mundo.

**Moda en hombre**

Un hombre en el mundo de la Moda tiene mucho ir para él. Un hombre en la ropa de la Moda puede elegir de una amplia gama de la ropa de la Moda de los hombres, extendiéndose de cortocircuitos, de cargos, de pantalones vaqueros y de juegos adaptados. Cuando Levi-Strauss revolucionó los pantalones vaqueros, él no habría pensado que continuarían gobernando el mundo de la Moda del hombre incluso en el nuevo milenio. Un hombre puede elegir de la Moda en desgaste corporativo tan bien como desgaste de la Moda del verano. La ropa de la Moda del hombre puede también extender a los zapatos de la Moda, al accesorio de la Moda como las gafas de sol, a los bolsos, a las correas y al desgaste de la nadada del hombre.

**Moda en la mujer**

La ropa de la Moda de las mujeres forma la parte principal de la Moda que diseña industria. La Moda de la mujer extiende al desgaste formal, al desgaste del salón, a la ropa interior y al desgaste de la nadada de la Moda. No se puede discutir la Moda en las mujeres sin mencionar antes los accesorio La Seda, el Lino, las Lanas, el Tweed, el Algodón y otras mezclas sintéticas se utilizan en la ropa de la Moda de las mujeres. Dé el bordado, botones antiguos y la ayuda elegante del corte agrega los detalles interesantes al producto de la Moda de las mujeres. Los pasteles bonitos con, sequined, encantador tan bien como el siempre-populares poco vestido negro son artículos esenciales en una mujer la Moda y estilo. Los necklines interesantes, las telas bonitas y el patrón total contribuyen a las declaraciones de la Moda de las mujeres. Un vestido de la Moda es de hecho un pedazo de arte. Una mujer con la Moda y gusto comprará a diseñador - vestido inspirado de la Moda o escogerá las etiquetas de la Moda de las mujeres del estante.

**Principales Representantes**

**Valentino**

Valentino Clemente Ludovico Garavani, mejor conocido como Valentino nació el 11 de mayo de 1932 en Voghera, Lombardía (Italia). Es un diseñador de modas italiano, cuya marca es una de las más prestigiosas del mundo. También comercializa perfumes en colaboración con la compañía española Puig.

El estilo de Valentino es una continuación sin rupturas con la tradición de la alta costura del siglo XX. Es una alternativa al estilo andrógino y rectilíneo de Giorgio Armani y también a la exuberancia más atrevida de Karl Lagerfeld, John Galliano, Jean-Paul Gaultier y otros diseñadores más rompedores. Valentino insiste en la femineidad de la mujer, en resaltar su silueta y en emplear tejidos lujosos y colores vivos. Dentro de un alto nivel de acabado y calidades, Valentino es más bien conservador.

En 2009 se estrenó la película Valentino: The Last Emperor, un documental rodado a lo largo de un año, que desvelaba la vida profesional y privada del diseñador. Tambien hizo un cameo en la película El diablo se viste a la moda (2009). A finales del 2011 lanzó, en colaboración con Puig, su nuevo perfume "Valentina" sustituyendo a sus dos anteriores perfumes Valentino V y Rock and Rose. El spot publicitario fue protagonizado por la modelo danesa Freja Beha Erichsen y dirigido por Johan Renck.

**Karl Lagerfeld**

Karl Otto Lagerfeld nació el 10 de septiembre de 1938 en Hamburgo (Alemania). Es ampliamente reconocido como uno de los diseñadores de moda más influyentes de la segunda mitad del siglo XX. Debe gran parte de su popularidad a su labor para la firma Chanel, a su actividad como fotógrafo y también a sus llamativas apariciones públicas, muchas veces rodeado de celebridades del espectáculo. También ha trabajado para las casas de moda Fendi y Chloé.

Es el diseñador alemán con mayor prestigio en el panorama internacional. Desde que comenzara hace más de 20 años su actividad como diseñador principal de la casa Chanel, su éxito no ha hecho más que ir en aumento.

Muchos de sus diseños muestran un carácter innovador y excéntrico, que completa con perfumes y complementos que llevan su nombre.

**John Galliano**

John Galliano nació en Gibraltar el 28 de noviembre de 1960. Es un diseñador de modas británico. Nacido bajo el nombre de Juan Carlos Antonio Galliano-Guillén, su padre era gibraltareño y su madre española. Se trasladó a Londres cuando era niño y recibió educación en la Wilson's School de Wallington. En 1984 se graduó en diseño de modas de la St. Martin's School of Arts, con una colección inspirada en la Revolución francesa Tras ello estableció su propia marca, con su nombre, iniciando así una sólida carrera como diseñador de modas.

Le fue otorgado el premio Diseñador Británico del Año en 1987, 1994 y 1995. En 1997 compartió el premio con Alexander McQueen, su sucesor en la firma Givenchy. Ha trabajado también con Susannah Constantine y Christian Dior.

A pesar de llevar recorrida una gran trayectoria, su mayor logro vino de la mano de su participación en Dior, donde comenzó coincidiendo con el 50 aniversario de la firma. Toda su obra gira en torno a la feminidad, y en ocasiones muchas de sus creaciones han sido exclusivamente pensadas para actrices o modelos concretas, entre las que destaca Charlize Theron.

**Dolce & Gabanna**

Es una de las principales firmas de moda italianas y fue fundada por Domenico Dolce y Stefano Gabbana en los años 80, y aunque en sus inicios comenzaron con prensas de ropa exclusivamente, cada vez tienen más repercusión sus complementos (gafas, relojes, anillos…), perfumes o móviles o incluso restaurantes.

Sus campañas publicitarias suelen causar un gran revuelo, y en ocasiones han llegado a ser censuradas. Dolce & Gabbana es muy popular por sus diseños entre los artistas de Hollywood, han diseñado ropa para Madonna, Gisele Bündchen, Monica Bellucci, Ayumi Hamasaki, Isabella Rossellini, Lady Gaga o Kylie Minogue entre otros.

La sede de la compañía está situada en Milán. La vida privada de estos dos diseñadores, una pareja gay declarada, pasó a ser pública en 2005, cuando anunciaron su ruptura sentimental oficialmente.

**Giorgio Armani**

Giorgio Armani nació el 11 de Julio de 1934 en Piacenza (Italia). Es un diseñador de moda italiano principalmente conocido por su ropa de hombre. Formó su propia empresa en 1974 y 37 años más tarde la revista Forbes lo consideró el diseñador italiano de mayor éxito comercial, estimando su fortuna en 7.000.000.000 dólares. Admirado y promocionado por diferentes actores de cine y varios músicos, Armani ha diversificado su producción con perfumería y otros complementos.  
Giorgio Armani es un sagaz hombre de negocios, hábil al modular la creatividad y la fantasía de acuerdo a las nuevas necesidades de la vida moderna. Sus prendas son cómodas, habitualmente de líneas rectas y más bien sobrias, si bien confeccionadas en materiales selectos. Sus colecciones de mujer inciden en una estética más bien andrógina, no resaltan las formas y más bien buscan una estilización realzando la verticalidad. No abusa del colorido, si bien incluye ocasionales aplicaciones de pedrería e hilos metálicos.

En los años 70 se animó a abrir su propia tienda en Milán, tras haber trabajado para Hugo Boss, momento en el que encontró la que sería su prenda fetiche, la chaqueta, convertida en todo un símbolo de la firma.

Armani es una garantía de elegancia contenida, frente al atrevimiento más arriesgado de otros diseñadores. Su moda no experimenta quiebros o cambios rápidos, y muchos potentados la consideran un recurso infalible para vestir en las grandes ocasiones.

Ha vestido asiduamente a grandes estrellas de Hollywood, tanto dentro de las películas como en sus apariciones públicas. Sus diseños para la película American Gigolo, con un joven Richard Gere, ayudaron a su irrupción en el mercado estadounidense. Es un diseñador recurrente entre las estrellas que acuden a las entregas de los Premios Óscar. La cantante Beyoncé se convirtió en imagen publicitaria de su fragancia Diamonds. Giorgio Armani es también un gran aficionado al fútbol y al deporte en general, siendo un declarado seguidor del Inter de Milán.

**Carolina Herrera**

María Carolina Josefina Pacanins y Niño nació en Caracas (Venezuela,) en 1939. Conocida como Carolina Herrera, fue marquesa consorte de Torre Casa por su matrimonio con Reinaldo Herrera. Es una reconocida diseñadora de moda venezolana, de renombre internacional, que fundó su propio imperio en 1980. En la actualidad la marca Carolina Herrera se ha convertido en la filial estadounidense de la compañía española de moda y perfumería Puig.

En 1980 lanzó al mercado su primera colección de moda, y a finales de la década ya tenía sus propios diseños para novia, así como un perfume con su propio nombre. Es una de las diseñadoras con mayor éxito en Estados Unidos y Latinoamérica, y se caracteriza fundamentalmente por una gran elegancia y lujo en cada uno de sus diseños.

Establecida en Nueva York desde el año 1981, Carolina Herrera intentó identificarse con el lujo y la calidad entre las décadas de los años 1970, 1980 y 1990, hasta hoy, para convertirse en una de las mujeres mejor vestidas del mundo, así como una de las mayores partidarias del uso de pieles de animales.  
Sus diseños los han usado celebridades como Jacqueline Kennedy Onassis, Renee Zellweger, Shakira, Paris Hilton, Britney Spears, Sofia Vergara, Mateo Blanco, Dianna Agron entre otros.

**Jean Paul Gaultier**

Jean Paul Gaultier nació 24 de Abril1952 en Arcueil (Francia). Es un diseñador de moda francés. Posee su propia marca de ropa (Jean Paul Gaultier), cuyo accionista mayoritario es la compañía española de moda y perfumes Puig. También fue director creativo de Hermès.  
Gaultier nunca recibió educación formal como diseñador. En lugar de eso, comenzó enviando sus dibujos a diseñadores famosos, además de amar el arte y ser admirador de Krasivaya, una guapa modelo rusa (que él decía era su musa). Ella le inspiraría a ir más allá de sus adentros y dejar volar su imaginación.  
Gaultier se sumergió en el mundo de la alta costura cuando era muy joven. Pierre Cardin se impresionó por su talento, y lo contrató como asistente en 1970.

Su primera colección individual fue lanzada en 1976 y su característico estilo irreverente data de 1981. Ha sido conocido como el enfant terrible (chico rebelde) de la moda francesa. Muchas de las siguientes colecciones de Gaultier estarían basadas en ropa callejera, inspirándose en la cultura popular, mientras otras, particularmente sus colecciones de alta costura, son muy formales y al mismo tiempo inusuales.

Jean-Paul Gaultier produjo los vestidos de la cantante Madonna en los años 1990. Fomentó el uso de faldas, especialmente el uso de kilts para los hombres. Gaultier causó un gran impacto al usar modelos poco convencionales en sus exhibiciones (como hombres viejos y mujeres poco delgadas, modelos tatuadas y con piercings) y por jugar con los roles tradicionales de género en sus desfiles. Esto le valió enormes críticas, pero también una enorme popularidad.

Gaultier también ha diseñado el vestuario de muchos filmes como El quinto elemento del director Luc Besson, Kika de Pedro Almodóvar y La ciudad de los niños perdidos de Jean-Pierre Jeunet. La Gira de conciertos Blond Ambition Tour de Madonna también mostraba sus creaciones, siendo la más famosa el icónico corsé de color rosa con copas en forma de cono. Posteriormente Jean-Paul Gaultier diseñó el vestuario de otra gira de conciertos de la cantante Madonna, Confessions Tour (2006).  
Gaultier también ha diseñado varios vestuarios para Marilyn Manson. Frecuentemente se le recuerda por su exposición en el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York, titulada Breavehearts - Men in Skirts (Corazones Valientes - Hombres en Faldas). Jean-Paul Gaulter también es famoso por su popular línea de fragancias, comercializadas por Puig.

**Donatella Versace**

Donatella Versace nació en Reggio di Calabria (Italia) el 2 de mayo de 1955. Es una diseñadora de moda italiana, hermana de Gianni Versace, En los años 1970 comenzó diseñando artículos de punto en Florencia, Italia mientras estudiaba idiomas.

Antes del asesinato de su hermano Gianni, en Julio de 1997, Donatella y Santo Versace realizaban trabajos secundarios en su casa de moda. Sin embargo, después de la muerte de Gianni, Donatella y Santo se hicieron cargo de los negocios de su hermano.

Actualmente Donatella se encarga de diseñar y Santo es el cerebro financiero. Durante unos años de transición se dijo que el nombre de la firma Versace estaba en la cuerda floja, por la evolución de la moda hacia un gusto más sobrio que se alejaba del estilo distintivo de esta marca. Pero la supervivencia de la compañía se mantuvo y en los últimos tiempos la exuberancia típica de Versace ha recobrado estimación. Así, Donatella llegó a colaborar con H&M en el lanzamiento de una colección asequible, que reeditaba la estética Versace de los años 80 y 90.

Personaje habitual de la prensa rosa, y caracterizada por su peculiar imagen, muy bronceada y con cabellera rubio platino. En 2005, seleccionó a Madonna para ser la portavoz británica de la firma en un acuerdo que se fijó en 5 millones de dólares. Basó su colección primavera 2007 en la figura del secretario privado del Papa Benedicto XVI, monseñor Georg Gänswein.

Donatella Versace, se caracteriza por haber diseñado vestidos para las mujeres más poderosas de la música, del espectáculo, y del mundo en general, alguna de estas es: Britney Spears, Christina Aguilera, Beyoncé, Angelina Jolie, Cher, Janet Jackson, Madonna, Lady Gaga, Kylie Minogue, entre otras, estas mujeres se convirtieron en iconos de la moda, gracias al trabajo de Donatella.

**Tom Ford**

Tom Ford nació el 27 de agosto de 1961 en Austin, Texas. Es un diseñador de moda y director de cine norteamericano. Es considerado uno de los más famosos e influyentes diseñadores de la historia. Pasó gran parte de su infancia en Santa Fe, Nuevo México y se mudó a Nueva York para estudiar Historia del arte en la Universidad de Nueva York. Allí descubrió su verdadera vocación: la moda.  
Por esta razón el joven Tom decidió mudarse a París, donde estudió a fondo el mundo de la pasarela, y luego a Milán, donde entró a trabajar en la firma Gucci, lo cual haría realidad sus sueños como diseñador. Se le ha bautizado como el salvador de Gucci, pues fue el responsable de sacarla de la quiebra total en la que se encontraba, y la convirtió en una empresa que hoy vale 4.300 millones de dólares.

Ford llegó a Gucci como diseñador de ropa de mujer y fue ascendido poco tiempo después hasta director de diseño de la empresa, con lo que tenía bajo su responsabilidad la concepción de todos los productos de la marca, como ropa, perfumes, zapatos y accesorios, además de la imagen de la compañía, sus campañas publicitarias y el diseño de sus tiendas. Gucci volvió definitivamente al éxito cuando Ford creó una extraordinaria colección Otoño-invierno acompañada con una deslumbrante campaña publicitaria muy moderna que inmediatamente obtuvo la aceptación del público a nivel mundial.

En abril del 2005, exactamente un año después de su dramática salida del Grupo Gucci, Ford anuncia la creación de la marca TOM FORD. Ford fue acompañado en esta aventura por el presidente y jefe ejecutivo del Grupo Gucci: Domenico de Sole, quien le asistió como líder ejecutivo. de la empresa. Conocido por su interés en la arquitectura moderna, Ford ha encargado casas al arquitecto español Alberto Campo Baeza y al arquitecto japonés Tadao Ando.Su primera película, A Single Man, es una adaptación de la novela Un hombre soltero de Christopher Isherwood. Se estrenó en 2009 y su protagonista, Colin Firth, ganó la Copa Volpi (premio al mejor actor) en el Festival de Venecia (2009) por su interpretación del papel de George.

**Oscar De La Renta**

Óscar de la Renta nació en Santo Domingo, República Dominicana, el 22 de Julio de 1932. Es un diseñador de modas dominicano. Ha recibido importantes premios y, con el paso de los años, ha diversificado sus creaciones a muchas áreas del diseño. Además, sigue vinculado a su país natal a través de diferentes actividades benéficas.

A los 18 años se fue a Madrid a estudiar pintura en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.  
En España descubrió su interés por el mundo de la moda, algo que no se había planteado hasta entonces, y empezó su carrera en esta industria trabajando con su amigo Cristóbal Balenciaga. En 1961, el acreditado Antonio Castillo lo contrató para trabajar como asistente de costura en la casa Lanvin en París, Francia. Dejó España para vivir durante unos dos años en París. Después viajó a Nueva York para colaborar con Elizabeth Arden.

Le fue muy bien en su profesión en Nueva York y en 1965 creó con Jane Derby la compañía Oscar de la Renta, lo que constituyó el principio de su imperio. Ese mismo año presentó al público su primera línea de ropa propia.

En 1981, De la Renta trabajó durante cuatro años como diseñador de un completo uniforme para los Boy Scouts of America. En 2001, Óscar de la Renta debutó con su propia colección de accesorios, que incluye bolsos, cinturones y zapatos. Entre otros productos de la empresa, se encuentran cosméticos, gafas, fragancias, pieles, joyería, bufandas y ropa para dormir.

Para los hombres, sus productos licenciados o registrados incluyen calcetería, abrigos deportivos, trajes y pantalones. Él también ha lanzado una línea de ropa deportiva en América Latina para hombres y jóvenes. En 2002, Oscar de la Renta Homme estrenó una colección de muebles y una colección de fragancias de hogar.

Óscar de la Renta ha sabido usar el glamour de sus creaciones para hacerse con un nombre internacional entre las grandes marcas de la moda de todo el mundo. Sus modelos elegantes realzan la belleza femenina con clase. Gracias a esto, ha triunfado y conseguido que sus boutiques estén presentes en muchos países del mundo. Puede presumir, además, de haber hecho historia en 1993, al ser el primer latinoamericano en diseñar para una empresa francesa, en este caso la prestigiosa firma Pierre Balmain.

Su exitosa carrera se ha visto respaldada por numerosos premios y cargos importantes. De la Renta fue elegido dos veces presidente del Consejo de Diseñadores de América en los años 1970 y 80. Fue designado por el CFDA como Diseñador del Año 2000. Recibió el Premio Leyenda Viviente, dos premios Críticos Americanos de Moda Coty e incluso un Salón de la Fama Coty. En España recibió en el 2002 el popular premio Aguja de Oro.

En 1971 Óscar de la Renta adquirió la ciudadanía estadounidense y renunció a su ciudadanía dominicana, ya que los Estados Unidos no se admitía en aquel tiempo la ciudadanía dual. Aunque le ofrecieran el cargo de embajador dominicano en los Estados Unidos, De la Renta rechazó separarse de su ciudadanía recién adquirida, y rehusó el nombramiento. Pese a todo, De la Renta se confiesa dominicano en su corazón y en sus creaciones de moda, por lo que considera innecesario ostentar todo tipo de nombramiento público.

<https://conceptodefinicion.de/moda/>

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

<https://www.top10listas.com/2012/10/top-10-grandes-disenadores-de-moda.html>