

---

# Modaes

---

Back Stage

## Victoria Beckham, Nicole Richie y las gemelas Olsen, de 'celebrities' a magnates de la moda

---

Sarah García  
21 oct 2013 - 04:44

**Victoria Beckham**, las gemelas **Olsen** o **Nicole Richie** eran conocidas hasta hace unos años por ser la *posh* de las **Spice Girls**, las actrices más miméticas de la pequeña pantalla y por ser la mejor amiga de **Paris Hilton** que, al igual que ella, no se sabía exactamente a qué dedicaba el tiempo. Pero las cuatro decidieron emprender un nuevo proyecto y se decantaron por el negocio de la moda. Desde entonces, todas ellas se han forjado una carrera en la industria y han conseguido desarrollar y consolidar firmas rentables y, además, alabadas por la crítica del sector.

**Victoria Beckham** es el paradigma de este cambio. La diseñadora empezó su carrera lejos del negocio de la moda. Como miembro de las **Spice Girls**, uno de los grupos más conocidos de los noventa, Beckham se convirtió en un personaje conocido y que destacaba por su gusto por la ropa. Ese estilo y afición por la moda la llevó, tras finalizar su etapa como cantante, a realizar colaboraciones como la que hizo con la enseña **Rock and Republic** en 2004. Sus vaqueros, con una corona o una estrella en los bolsillos traseros, fueron uno de los productos más reconocidos y la relación laboral se extendió hasta 2007, cuando la enseña rescindió su contrato.

Tras sus primeras experiencias con marcas de moda, **Victoria Beckham** decidió lanzar su propia colección, que compaginó con colaboraciones como la de **Rock and Republic**. Empezó con vaqueros para luego ampliar con accesorios, hasta que llegaron los vestidos. En 2008, en una suite de las Torres Waldorf presentó a un pequeño grupo su primera línea de vestidos y entonces todo empezó a cambiar.

Desde entonces, **Victoria Beckham** ha presentado sus creaciones de prêt-à-porter en todas las ediciones de la Semana de la Moda de Nueva York, ha creado una línea de vestidos más asequibles, ha lanzado una colección de bolsos de piel y de gafas, ha

---

1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/la-moda-un-negocio-cada-vez-mas-serio-para-las-celebrities-internacionales>

---

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

# Modaes

puesto en marcha su propia tienda online y ha conseguido alcanzar la rentabilidad con su empresa.

En el último ejercicio (concluido el 31 de diciembre de 2012), su compañía obtuvo un resultado operativo (ebitda) de 1,43 millones de libras (1,68 millones de euros), en comparación con las pérdidas de 1,67 millones de libras (1,97 millones de euros) registradas un año antes. La cifra de negocio de **Beckham Ventures** se incrementó de 6,77 millones de libras (7,98 millones de euros) en 2011 hasta 15,37 millones de libras (18,13 millones de euros) en 2012. Gracias a estos resultados, la diseñadora se ha propuesto abrir su primera tienda física en Londres el próximo año. El establecimiento estará ubicado en Dover Street, en el lujoso barrio de Mayfair.

Por otro lado están las gemelas **Olsen**. **Mary-Kate** y **Ashley Olsen** han pasado de ser protagonistas de películas para la pequeña pantalla a convertirse en diseñadoras de culto para muchos expertos del sector. Ambas empezaron a actuar con tan sólo un año de edad y ganaron fama con sus papeles en series como *Full House* o en películas como *New York Minute*, la última que protagonizaron en 2004.

Al cumplir los dieciocho años, las gemelas **Olsen** pasaron a ser propietarias de **Dualstar**, su productora, y decidieron dejar el cine a un lado e incorporarse, poco a poco, a la industria de la moda. Tras colaborar con el diseñador **Badgley Mischka** en 2006 y lanzar una línea en **Wal-Mart**, las **Olsen** apostaron por crear su propia colección: **The Row**.

Inspirada en la conocida calle londinense **Savile Row**, la marca ha ganado adeptos desde entonces y actualmente forma parte del calendario de la Semana de la Moda de Nueva York. Un año después de **The Row** llegó **Elizabeth & James**, una colección más contemporánea basada en el concepto *vintage*. Aunque en principio sus marcas sólo contaban con moda, las gemelas **Olsen** pronto incluyeron una oferta total con bolsos, gafas, calzado y accesorios.

Además de sus propias enseñanzas, ambas han invertido en empresas de comercio online de moda, como **BeachMint**, de la que actualmente son copresidentas del consejo asesor.

De los tres ejemplos, **Nicole Richie** es quizás la *celebrity* que más sorprendió cuando anunció su inmersión en la industria de la moda. La hija adoptiva del cantante **Lionel Richie** pasó su adolescencia en discotecas y protagonizando programas de televisión junto a **Paris Hilton**. Ambas aparecían en las portadas de cualquier medio rosa por

---

# Modaes

---

sus salidas nocturnas y por su vida personal en general. Tras varios arrestos y problemas con las drogas, Richie se rehabilitó y decidió encaminar su carrera hacia la moda.

En 2007 confirmó que quería poner en marcha su propia marca y un año después lanzó **House of Harlow 1960**, especializada en joyería, gafas y accesorios. Inspirada en los años 60 y 70, la enseña ha expandido su oferta y ahora cuenta también con ropa y calzado.

Tres años más tarde, Richie decidió fundar una marca específica de moda: **Winter Kate**. La enseña, que actualmente puede encontrarse en grandes almacenes como **Bergdorf Goodman**, **Neiman Marcus** o **Selfridges**, también ha diversificado y ahora tanto **House of Harlow 1960** como **Winter Kate** cuentan con una oferta completa de moda, aunque con inspiraciones distintas.

Aunque en un principio la crítica del sector no tuviera en cuenta creaciones y propuestas como las de **Victoria Beckham**, las gemelas **Olsen** o **Nicole Richie**, con los años diseñadores, editores de moda, periodistas y el conjunto de la industria ha ido aceptando sus ideas y, en algunos casos, las han alabado por aportar algo distinto e innovador al sector.

Además, también tiene el favor del consumidor, que es el que al final incide en la cuenta de resultados. Los clientes han apoyado a enseñas como **The Row** o **Winter Kate** comprando sus creaciones y eso se ha visto reflejado en sus cifras de negocio, que han evolucionado en positivo y lo siguen haciendo.