

Tendencias

El negocio de la pasarela de Nueva York supera al Open de tenis o la Superbowl, con 780 millones

Modaes
9 feb 2015 - 11:14

El impacto de la pasarela de Nueva York supera al del Open de tenis de Estados Unidos e incluso al de la Superbowl. Los desfiles de la Gran Manzana generan al año (en la suma de las dos ediciones) 887 millones de dólares (783 millones de euros), según un estudio elaborado por **New York City Economic Development Corporation**.

Según este documento, el Open de tenis genera unos ingresos de alrededor de 700 millones de dólares (618 millones de euros) en las dos semanas de celebración; la Superbowl, por su parte, tiene un impacto económico de en torno a 500 millones de dólares (441 millones de euros), e incluso la maratón de Nueva York, otro de los eventos más populares de la ciudad, genera 340 millones de dólares (300 millones de euros).

Del total de los ingresos que genera al año la pasarela de Nueva York, una de las más importantes a nivel internacional junto con las de París, Milán y Londres, un total de 547 millones de dólares (483 millones de euros) es el gasto directo que generan los visitantes que acuden al certamen. El informe desvela que más de 230.000 personas asisten a los desfiles de la ciudad estadounidense, una cifra que alcanza los 500.000 visitantes si se tienen en cuenta todos los profesionales que acuden al resto de eventos, ferias y certámenes que se celebran en paralelo a la pasarela.

Nueva York es uno de los epicentros de la moda en Estados Unidos. La ciudad es sede de más de 900 empresas del sector. En todo el país, el negocio de la moda emplea más de 180.000 trabajadores, entre los que se cuentan cerca de 16.000 empleados en el ámbito de la industria manufacturera. Los salarios del sector en Estados Unidos ascienden a once millones de dólares (9,7 millones de euros) y generan alrededor de

Modaes

2.000 millones de dólares (1.766 millones de euros) en impuestos. Según el informe, el empleo en la moda en el mercado estadounidense ha crecido un 50% en los últimos diez años.

Amazon, tras la pasarela neoyorkina de moda masculina

El debut en julio de la primera edición de la pasarela de moda masculina de Nueva York empieza a tomar cuerpo. El evento ha avanzado que contará con **Amazon** como principal patrocinador. Otra de las compañías que apoyarán el certamen serán la productora de animación de Steven Spielberg, **Dreamworks**, y la empresa estadounidense de relojería **Shinola**.

Por ahora, la pasarela, que se celebrará del 13 al 16 de julio, cuenta ya con la confirmación de **Tommy Hilfiger**, **Calvin Klein**, **Michael Kors** o **Thom Brown**, entre otros. El lugar elegido para la estrena del evento serán las instalaciones de Skylight Clarkson, en el Soho. El certamen se celebrará en paralelo a la feria Project y al resto de eventos y showrooms que organiza la ciudad dedicados a la moda masculina.