



Plan de Actividades 2011 – Industria de la Vestimenta



**Promover la internacionalización de
marcas**

Promover la internacionalización de marcas

 <p>COLOMBIAMODA 2011 26-28 JULIO – MEDELLIN -COLOMBIA</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan confecciones y joyería.</p>	<p>Dirigido a PYMES con oferta adecuada al mercado regional y con interés en posicionar su marca, y aperturar tiendas.</p>	<p>Involucra principalmente a PYMES de la región Lima, incluyendo también a aquellas pertenecientes al cluster textil de Gamarra.</p>
 <p>SWIM SHOW 2011 16 -19 JULIO – MIAMI - USA</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan a marcas especializadas en ropas de baño.</p>	<p>Dirigido a empresas con interés en comercializar con su marca.</p>	<p>Involucra a empresas con presencia de marca en el mercado local y experiencia en participación internacional previa.</p>
 <p>JCK 2011 03-06 JUNIO – LAS VEGAS - USA</p>	<p>Empresas de joyería con especial énfasis en la línea de diseño.</p>	<p>Dirigido a PYMES con desarrollo de colección e interés de vender bajo su propia marca.</p>	<p>Involucra a empresas de la región Lima y Piura.</p>



Diversificación de Mercados

Diversificación de Mercados

<p>MISIÓN COMERCIAL A DINAMARCA 26 – 29 ENERO COPENHAGEN - DINAMARCA</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan a prendas de vestir y colecciones en alpaca para damas en .</p>	<p>Dirigido a marcas de la línea de alpaca interesadas en incursionar en el mercado de los países nórdicos.</p>	<p>Involucra a empresas con desarrollo de colección y marca de las regiones: Lima, Arequipa y Junín.</p>
<p>MISIÓN COMERCIAL A AMSTERDAM 02 – 04 FEBRERO AMSTERDAM - HOLANDA</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir para bebés y niños.</p>	<p>Dirigido a empresas con una colección adecuada al mercado europeo y con interés en contactar a compradores holandeses y de los países bajos.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas con desarrollo de colección y marca.</p>
<p>MISIÓN COMERCIAL A ARGENTINA BUENOS AIRES - ARGENTINA</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir para damas, caballeros y niños.</p>	<p>Dirigido a empresas con interés en incursionar en el mercado argentino.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas de la región Lima.</p>
<p>MISIÓN COMERCIAL A BRASIL SAO PAULO - BRASIL</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir para damas, caballeros y niños, principalmente de la línea de algodón.</p>	<p>Dirigido a empresas con interés en incursionar en el mercado brasileño.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas de la región Lima.</p>



Identificar Nichos de Mercado

Identificar Nichos de Mercado

 <p>PLAYTIME PARIS 201 29 - 30 DE ENERO PARIS- FRANCIA</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir y accesorios para bebés y niños de la colección otoño-invierno.</p>	<p>Dirigido a empresas con una colección adecuada al mercado europeo y con interés en comercializar con su marca y/ o negociar con la red minorista.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas con desarrollo de colección y marca.</p>
 <p>ETHICAL FASHION SHOW 01-04 SETIEMBRE PARIS - FRANCIA</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir y accesorios bajo el concepto de comercio justo.</p>	<p>Dirigido a empresas con una colección adecuada al mercado europeo y que se encuentre bajo los lineamientos de comercio justo.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas que se encuentren en el proyecto de Buenas Prácticas de Comercio Justo de las regiones Lima, Arequipa y Puno, así también a aquellas que realicen prácticas de comercio justo.</p>
 <p>PRET A PORTER 2011 SECTOR - SO ETHIC 22- 25 DE ENERO - PARIS</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir y accesorios bajo el concepto de comercio justo.</p>	<p>Dirigido a empresas con una colección adecuada al mercado europeo y que se encuentre bajo los lineamientos de comercio justo.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas que se encuentren en el proyecto de Buenas Prácticas de Comercio Justo de las regiones Lima, Arequipa y Puno, así también a aquellas que realicen prácticas de comercio justo.</p>



**Promover la industrialización –
Usa / Europa**

Identificar Nichos de Mercado

 <p>PRET A PORTER 2011 SECTOR : ATMOSPHERE – GO MAGIC 22 - 25 DE ENERO</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas para damas: Atmosphère: espacio destinado a colecciones high-end con marca. Go Magic: Área destinada a fabricantes de prendas de vestir con una propuesta industrial sourcing.</p>	<p>Dirigido a empresas con una colección adecuada al mercado europeo y que se encuentren con el interés de promover sus marcas y colecciones.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas con desarrollo de colección y marca de la región Lima, Arequipa y Junín.</p>
<p>MAGIC SHOW 2011 13-16 FEBRERO / 21-24AGOSTO LAS VEGAS – EE.UU</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir para damas, caballeros con una propuesta full/ Package.</p>	<p>Dirigido a empresas con una oferta full Packaged.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas integradas verticalmente.</p>
<p>MISION COMERCIAL A NUEVA YORK 14-16 FEBRERO NEW YORK – EE.UU</p>	<p>Las líneas presentadas abarcan prendas de vestir para damas con desarrollo de colección.</p>	<p>Dirigido a empresas con una colección adecuada al mercado americano y que se encuentren con el interés de promover sus marcas y colecciones.</p>	<p>Involucra principalmente a empresas que integran el proyecto del ITC.</p>



Perú Moda: Instrumento para misión de compradores, Press Tour, Campaña de difusión del diseño

Perú Moda: Instrumento para misión de compradores, Press Tour, Campaña de difusión del diseño

 <p style="text-align: center;">PERU MODA 2011 28 - 30 DE ABRIL LIMA – PERÚ</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Misión de compradores internacionales (Retailers, Boutiques, Sourcing, Comercio Ético, Mayoristas, Distribuidores, Agentes, etc) del segmento medio, medio-alto. * Campaña de difusión de la industria de la moda a través de Press tour. * Difusión de la capacidad creativa y de diseño a través del concurso Jóvenes Creadores al Mundo. 	<ul style="list-style-type: none"> * Dirigido a empresas exportadoras de las distintas líneas, tamaños, y diferentes regiones del Perú. * Convocatoria y organización de press tour a periodistas especializados en moda y comercio internacional. * Participación de jóvenes diseñadores, y estudiantes de las distintas escuelas de diseño.
 <p style="text-align: center;">07 – 13 NOVIEMBRE AREQUIPA – PERÚ</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Misión de compradores especializados en prendas de alpaca. * Difusión de la fibra de alpaca. 	<p>Las empresas participantes son de la línea de alpaca pertenecientes a las distintas regiones del país.</p>