



CÁMARA DE COMERCIO  
ITALIANA EN MÉXICO

# EL NEGOCIO DE LA MODA Y DEL DISEÑO

DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA: CONOCER EL SISTEMA ITALIANO  
Y COMO APLICARLO EN MÉXICO

# OBJETIVOS

- APRENDER UN MÉTODO DIRECTAMENTE POR LOS PROFESIONALES QUE TIENEN EXPERIENCIA MADURADA EN LAS CAPITALES DE LA MODA Y DEL DISEÑO.
- CONOCER EL NEGOCIO DE LA MODA Y DEL DISEÑO EN LA PRÁCTICA Y LOS NUEVOS PROCESOS DE CONTAMINACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS.
- APRENDER NUEVAS FORMAS Y MÉTODOS DE TRABAJO.
- APRENDER A LEER LOS MOVIMIENTOS CULTURALES EUROPEOS E INTERNACIONALES QUE SE CONVIERTEN EN LAS TENDENCIAS DE ESTILOS DE VIDAS EXITOSOS Y NUEVOS NEGOCIOS.

# OBJETIVOS

*PROYECTO FINAL: CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN  
MÉTODO DE NEGOCIO*

## **Ciudad de México**

Identificación y definición del perfil de un consumidor de bienes.

## **MILÁN**

Selección de los productos más interesantes y adecuados para el consumidor identificado, a través de una búsqueda exhaustiva de marcas, salones, tiendas de ropa, muebles y accesorios.

# IMPARTIDO POR ORIETTA PELIZZARI

CONSULTORA INTERNACIONAL EXPERTA EN DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE TENDENCIAS CON BASE EN MILÁN. ENTRE SUS CLIENTES SE ENCUENTRAN FIRMAS DE MODA, RETAIL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

HA REALIZADO INVESTIGACIONES AVANZADAS EN DISTINTOS PAÍSES Y SECTORES (ROPA, CALZADO, ACCESORIOS, RETAIL).

CADA PROYECTO ES UN MIX ÚNICO DE METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS, REALIZADO A TRAVÉS DE EQUIPOS ESPECÍFICOS DE EXPERTOS.

ENTRE SUS CLIENTES SE ENCUENTRAN LA **CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA**, **ANCI** (ASOCIACIÓN ITALIANA DEL CALZADO), **RUSSIAN SHOE WEEK**, **LA RINASCENTE**, (GALERIAS COMERCIALES DE LUJO) **NABA** (NUEVA ACADEMIA DE BELLAS ARTES), **DOMUS** (ACADEMIA DE DISEÑO), **CHINA TEXTILE INFORMATION CENTER**, (BEIJING, SHANGHAI), **GLOBAL COLOUR RESEARCH** (LONDRES), **M.I.T.** (MASSACHUSSET INSTITUTE OF TECHNOLOGIES BOSTON), **ACCENTURE ITALY**, **HUGO BOSS**, **DIESEL**.

# LOS DESTINATARIOS

ESTUDIANTES DE LA INDUSTRIA DEL DISEÑO, DE LA MODA, DE LA COMUNICACIÓN, DEL DISEÑO GRÁFICO, DE LA MERCADOTECNIA, QUE QUIERAN REFORZAR SUS **CV** Y APRENDER NUEVAS FORMAS DE TRABAJO, QUE LOS APOYARÁN EN SU FUTURA PROFESIÓN O PROYECTOS EMPRESARIALES.

PROFESIONALES Y EMPRESARIOS DE LA MODA Y EL DISEÑO QUE QUIERAN PROFUNDIZAR EL ENFOQUE DE NEGOCIO EN SUS ACTIVIDADES, SEGÚN LAS METODOLOGÍAS MÁS MODERNAS DE TRABAJO.



# UNA OFERTA ÚNICA

- UNA INMERSIÓN EN EL NEGOCIO Y LA CREACIÓN DE LA MODA EN MILÁN, CIUDAD QUE MARCA TENDENCIA A NIVEL MUNDIAL, DONDE PODRÁN CONOCER A PROFESIONALES Y REALIZAR INVESTIGACIONES IN SITU.
- CONOCIMIENTOS TEÓRICOS Y HABILIDADES PRÁCTICAS.
- UN PROCESO FORMATIVO ESTRUCTURADO.
- ENFOQUE EN EL NEGOCIO DE LA MODA Y EL DISEÑO.
- ACCESO A EVENTOS DE NIVEL GLOBAL.
- EXPERTA DE NIVEL INTERNACIONAL, QUE FUNGE DE “INTERPRETE” DE LA REALIDAD ITALIANA PARA EL PARTICIPANTE.
- ENTREGA DE UN CERTIFICADO DE LA CÁMARA ITALIANA.



# CONTENIDO DIDACTICO

## CIUDAD DE MÉXICO

### INVESTIGACIÓN

- APRENDER EL MÉTODO DE ANÁLISIS DE TENDENCIAS Y APLICARLO CON UN FORMATO DE NEGOCIO.
- OBSERVAR Y RECOPIALAR LA INFORMACIÓN ADECUADA PARA CONSTRUIR EL PERFIL DEL CONSUMIDOR.
- IDENTIFICAR LOS TIPOS DE CONSUMIDORES: LOS TOMADORES DE DECISIONES, *INFLUENCERS*, INDEPENDIENTES.
- ELABORAR CUESTIONARIOS ESPECÍFICOS PARA ENTREVISTAS A CONSUMIDORES Y A MINORISTAS.
- RECOLECTAR INFORMACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA SOBRE LOS HÁBITOS DE ESTILO DE VIDA.
- PROCESAR EL CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN Y CONVERTIRLO EN INFORMACIÓN FUNCIONAL.

### DESARROLLO DEL OUTPUT FINAL

- SABER DISTINGUIR LAS TENDENCIAS CREATIVAS Y TENDENCIAS DEL MERCADO.
- ANTICIPAR LA EVOLUCIÓN DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES LOCALES, DE ACUERDO CON LOS ESTÍMULOS DE COMUNICACIÓN.
- APLICAR LAS TENDENCIAS INTERNACIONALES EN EL MERCADO LOCAL.
- RECONOCER LOS LÍDERES DE OPINIÓN QUE INFLUENCIAN EL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES
- INTERPRETACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN ENTRE LA MODA, DISEÑO, ARTE, ETC...: OBSERVAR Y CONVERTIRLOS EN ESTÍMULOS CREATIVOS Y EMPRESARIALES.
- MAPEO DE MARCAS. RECONOCER LAS MARCAS QUE SON LÍDERES DE OPINIÓN DE AQUELLAS QUE SON LÍDERES DEL MERCADO, ADECUADAS PARA EL MERCADO LOCAL.
- INVESTIGACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS / MARCAS QUE APELAN A UN CONSUMIDOR EN PARTICULAR.
- EL ENFOQUE Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA DEL CONSUMIDOR.
- CREAR Y CONSTRUIR UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN TIPO DE BIENES DE CONSUMO.

# CONTENIDO DIDACTICO

## MILÁN

### INVESTIGACIÓN Y OBSERVACIÓN

- PARTICIPAR COMO PROTAGONISTAS EN LOS EVENTOS EN MILÁN, CAPITAL DE LA MODA Y EL DISEÑO.
- CONOCER EL *MADE IN ITALY*, SU HISTORIA Y LO CONTEMPORÁNEO.
- IDENTIFICAR ESTILOS Y ACTITUDES DE ESTILO DE VIDA.
- CONOCER LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA QUE INFLUYE EN LOS ESTILOS DE VIDA Y EL CONSUMO INTERNACIONAL.
- CONOCER LAS MARCAS EN LOS MOMENTOS MÁS IMPORTANTES DE LA EMPRESA Y LA PRESENTACIÓN DE LAS NUEVAS COLECCIONES.
- OBSERVAR Y RECOGER INFORMACIÓN, ESTILOS Y ACTITUDES QUE SE CONVERTIRÁN EN LA TENDENCIA.

### DESARROLLO DEL OUTPUT FINAL

- CREAR LA PRESENTACIÓN RESULTADO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN Y RECOLECCIÓN.
- RESALTAR LOS ESTÍMULOS DE ESTILO DE VIDA Y DE MARCAS QUE SE APLICAN EL PROYECTO DE NEGOCIO.

# PROGRAMA 2015

Dónde

	julio	septiembre
Dónde	México	Milán
Descripción	Taller de 5 días	Taller en ocasión de la “Milan Fashion Week Woman”
Profesionales y empresarios	↓	↓
“Salón con expertos del estilo de vida en el mundo”		

# ESTRUCTURA Y CONTENIDO DE LAS CLASES

Actividad

Descripción

México	Milán
Workshop de 5 días*	Visitas a la <i>Milan Fashion Week</i>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Clases en aula;</li><li>•Ground Research con entrevistas y fotoreport.</li></ul> <p>•Aprender a identificar los elementos y transformarlos en un estilo de vida construyendo un perfil real de consumidor, con <i>consumer profile</i> y marcas de referencia (todo esto real, no emocional o para consumidores de fantasía).</p> <p>•Aprender a estudiar al consumidor local, entendiendo sus productos, pensamientos y estilos de vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Encuentros con profesionales;</li><li>•Visitas a tiendas, showrooms, hoteles;</li><li>•Participación en eventos.</li></ul> <p>•Realización de una investigación con un método específico.</p> <p>•Aprender a conocer el mercado italiano, tanto productos para exportar, como inspiración para eventuales interpretaciones.</p>

\* 8 horas diarias para estudiantes; 5 horas diarias para profesionales (3 horas adicionales facultativas).

# CIUDAD DE MÉXICO

## JULIO 2015

Horario	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes
10:00-13:00	Presentación del proyecto. Introducción a los <i>trend lifestyle</i> con focus sobre los productos consumer	Resumen y <i>work in progress</i> con Orietta. Encuentro con profesionales ( <i>Fashion and Design industry</i> )	Presentación de medio término. <i>Work in progress</i>	Resumen y <i>work in progress</i> con Orietta. Encuentros con profesionales ( <i>Fashion and Design industry</i> )	Control final y revisión
14:00-18:00	Investigación de campo y entrevistas	Investigación de campo y entrevistas	Investigación de campo y entrevistas	Investigación de campo y entrevistas	Presentación Final
18:00-19:00	Conclusiones	Conclusiones	Conclusiones	Conclusiones	Presentación Final

# MILÁN

## SEPTIEMBRE 2015

Horario	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes
11:00-13:00	Introducción al Estilo de Vida Italiano y de Milán	Resumen con Orietta	Resumen con Orietta	Resumen con Orietta	Presentación de la investigación
Tarde	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	Resumen Final
Noche	Eventos externos	Eventos externos	Eventos externos	Eventos externos	

# Participa en la Semana de la Moda en Milán

EL EVENTO MÁS IMPORTANTE  
DEL MUNDO  
PARA EL NEGOCIO DE LA MODA



# DESFILES



# EVENTOS



# PRESENTACIONES



# El Estilo de Vida de Milán

CONOCER EN PRIMERA PERSONA CÓMO Y DÓNDE NACEN LAS TENDENCIAS Y CÓMO SE TRANSFORMAN EN NEGOCIOS CONCRETOS, EN UNA DE LAS CIUDADES QUE MÁS MARCAN LA TENDENCIA A NIVEL GLOBAL.



## DESIGN STORE "LA RINASCENTE"



## ARMANI DULCES



## EXCELSIOR MILANO



# INTERESTING STREET STYLE



# COSTOS

MÓDULO EN LA CIUDAD DE MÉXICO, MÁS  
MÓDULO EN ITALIA TOTAL: 10 DÍAS DE ACTIVIDADES

PRECIO PÚBLICO: \$35,000\* (+IVA, SI APLICA)

\*ESTE COSTO NO INCLUYE GASTOS DE VIAJE, ALOJAMIENTO NI  
VIÁTICOS.



PARA MAYOR INFORMACIÓN  
Y  
PARA CONOCER EL PROGRAMA DE  
BECAS

LIC. ANDREA DE CAMILLIS

[ANDREA.DECAMILLIS@CAMARAITALIANA.COM.MX](mailto:ANDREA.DECAMILLIS@CAMARAITALIANA.COM.MX)

LIC. SANDRA GALIMBERTI

[SANDRA.GALIMBERTI@CAMARAITALIANA.COM.MX](mailto:SANDRA.GALIMBERTI@CAMARAITALIANA.COM.MX)