

FASHION BUSINESS ROUNDS RONDAS DE NEGOCIO DE MODA

4th EDITION / OCTOBER 2018

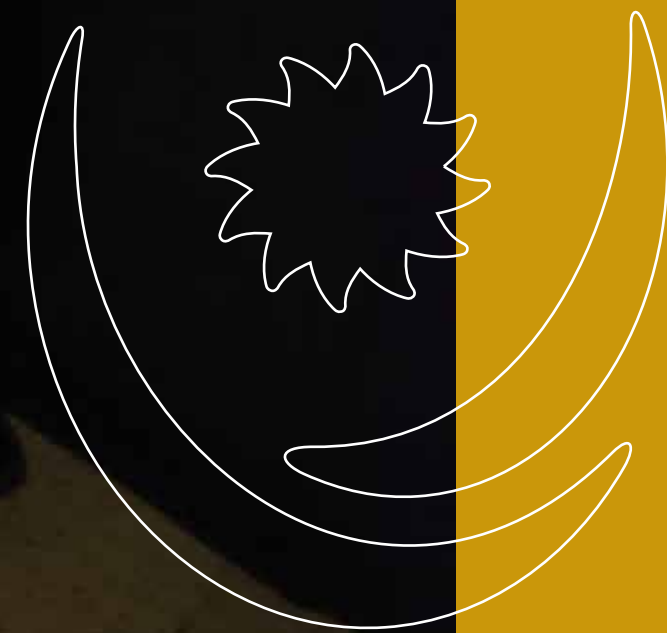
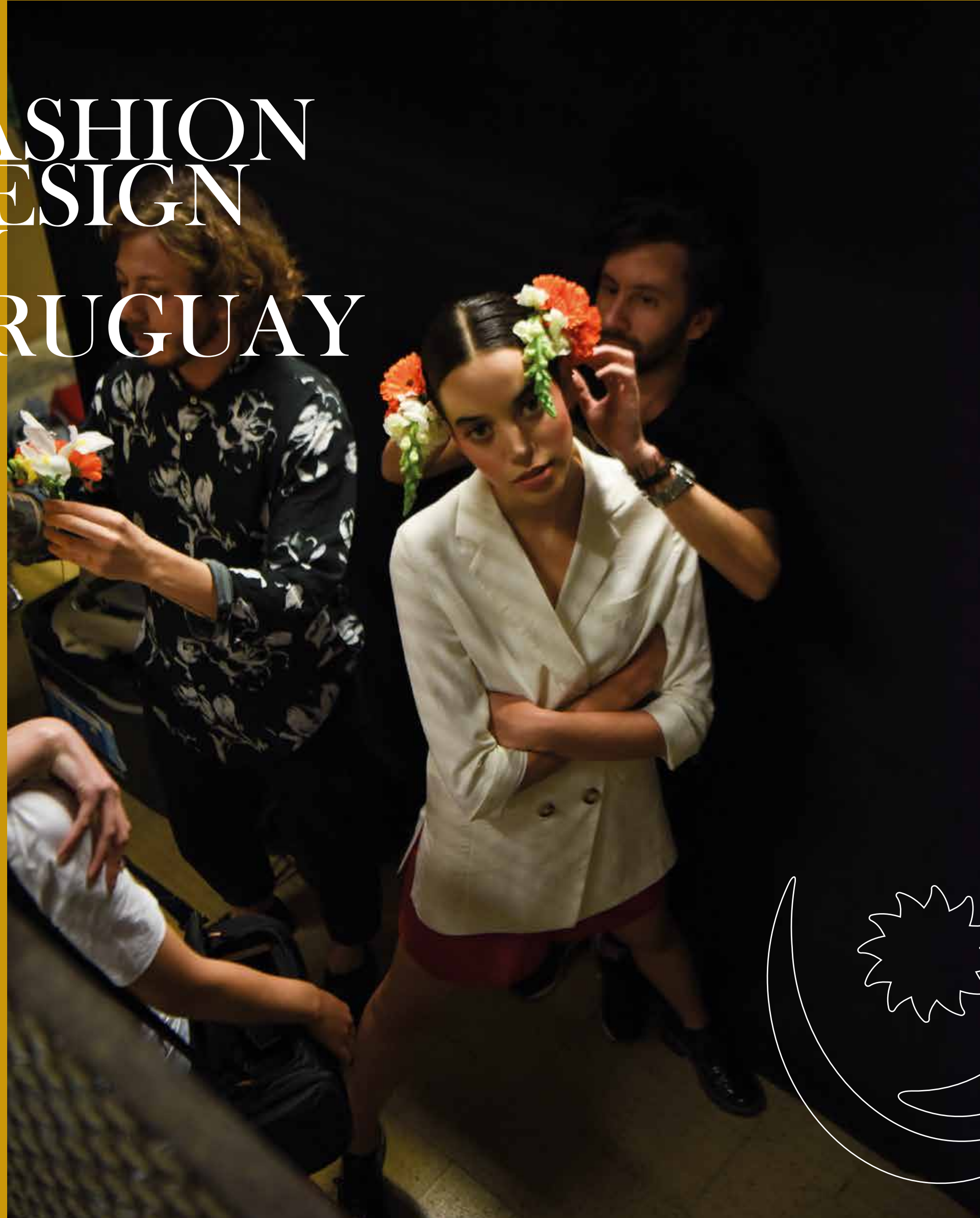


RDN PARA
DISEÑO

MOWEEK **CDU**
uruguay • fashion • week



FASHION DESIGN IN URUGUAY



Uruguayan fashion stands out for its professionals' talent and creativity and through creations which display local identity in line with global trends.

Designs are characterized for their innovation and their use of high-quality, local, raw materials, such as wool and leather. Likewise, sustainability is increasingly reflected in Uruguayan design, being implemented from the selection of raw materials to the final product.

Those distinctive features have taken Uruguayan designers' products to the fashion capitals and have led the products to be demanded from the most exacting markets, like the USA, Europe and Asia.

La moda uruguaya destaca por el talento y creatividad de sus profesionales y a través de creaciones que despliegan la identidad local acompañada a las tendencias globales.

Los diseños se distinguen por su innovación y el aprovechamiento de materias primas locales de alta calidad, como la lana y el cuero. Así mismo, la sustentabilidad se refleja cada vez más en el diseño uruguayo, estando presente desde la selección de materias primas hasta el producto final.

Estos distintivos rasgos han llevado a los productos de diseñadores uruguayos a las capitales de la moda y a ser demandados en los mercados más exigentes como Estados Unidos, Europa y Asia.

FASHION BUSINESS ROUNDS

— More than 20 international buyers since October 2015 from Asia, United States and Latin America.

LAS RONDAS DE NEGOCIOS

— Más de 20 compradores internacionales de Asia, Estados Unidos y América Latina desde octubre de 2015.



4^{ta}
EDITION
SINCE 2015

+20
INTERNATIONAL
GUESTS

+50
LOCAL FASHION
DESIGNERS

+550
BUSINESS
MEETINGS

4^{ta}
EDICIÓN DESDE
EL AÑO 2015

+20
INVITADOS
INTERNACIONALES

+50
DISEÑADORES
LOCALES

+550
REUNIONES
GENERADAS



ORIGIN OF
BUYERS

ORIGEN DE
COMPRADORES



PRESS COVERAGE
NOTAS DE PRENSA



PRESS RELEASE NOTAS DE PRENSA

DESIGN ALERT:
17 MARCAS URUGUAYAS
PARA TENER EN EL RADAR
LATINOAMERICANO

<http://danielastyling.com/moda/20-marcas-uruguayas-para-tener-en-el-radar/>



PRESS RELEASE NOTAS DE PRENSA

<http://danielastyling.com/moda/4-tendencias-dictadas-por-las-marcas-en-uruguay-para-moweeek-2018/>



4 TENDENCIAS
DICTADAS POR
LAS MARCAS
EN URUGUAY
PARA MOWEEK 2018

PRESS RELEASE NOTAS DE PRENSA

MODA SOSTENIBLE
Y REALMENTE COOL
¿QUÉ TAN POSIBLE ES?
¡URUGUAY ME LO CUENTA!

<http://danielastyling.com/moda/moda-sostenible-y-realmente-cool-que-tan-posible-es-uruguay-me-lo-cuenta/>

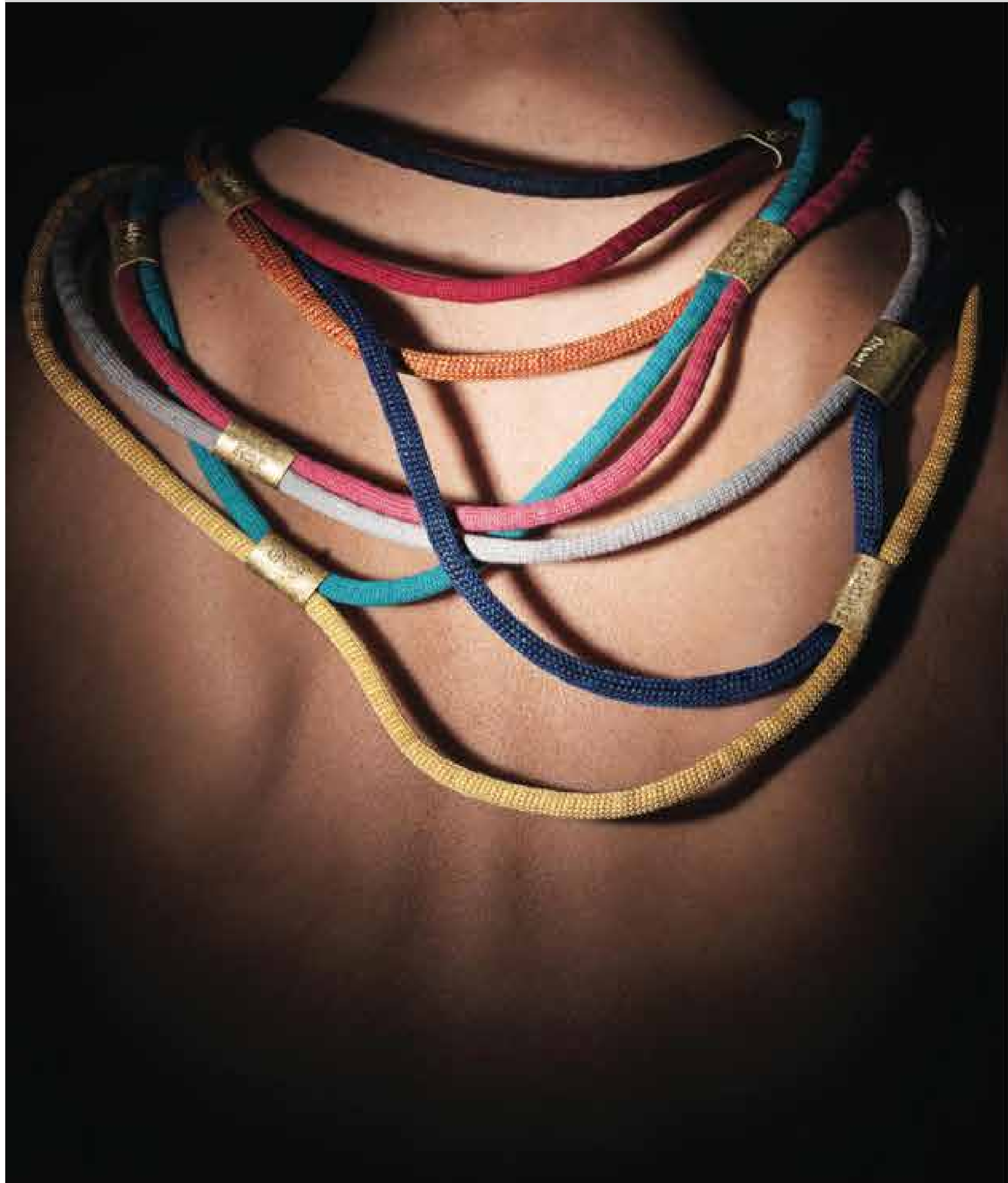




URUGUAYAN
BRANDS

MARCAS DE
URUGUAY

adriana**guelfi**herrera
JOYERA POR NATURALEZA

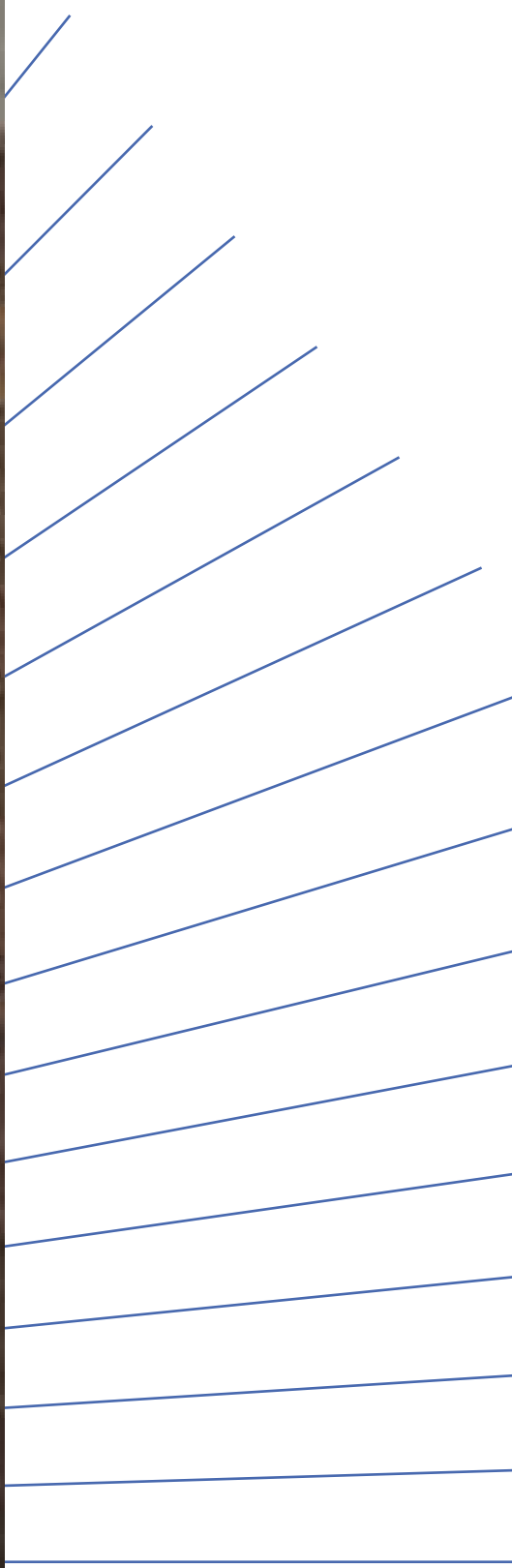


AGNES L.





alium



ANA
LIVNI

Bamba



BURMA



CĀPITA
CRAFT BOOTS & SHOES



CARO CRIADO

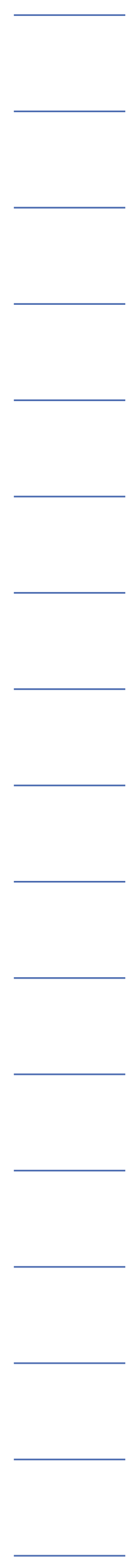




el bosque de robles



*florentina
fischer*





GAUDERIA



H Ó M I N I

I N E S • O T T



LE MOUTON
NATURE IN DESIGN



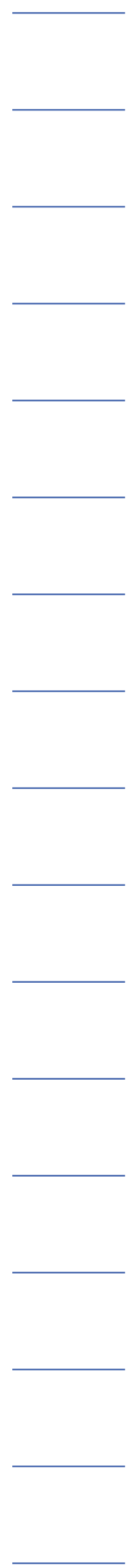
Marcel BURGOS





Margo

BARIDON

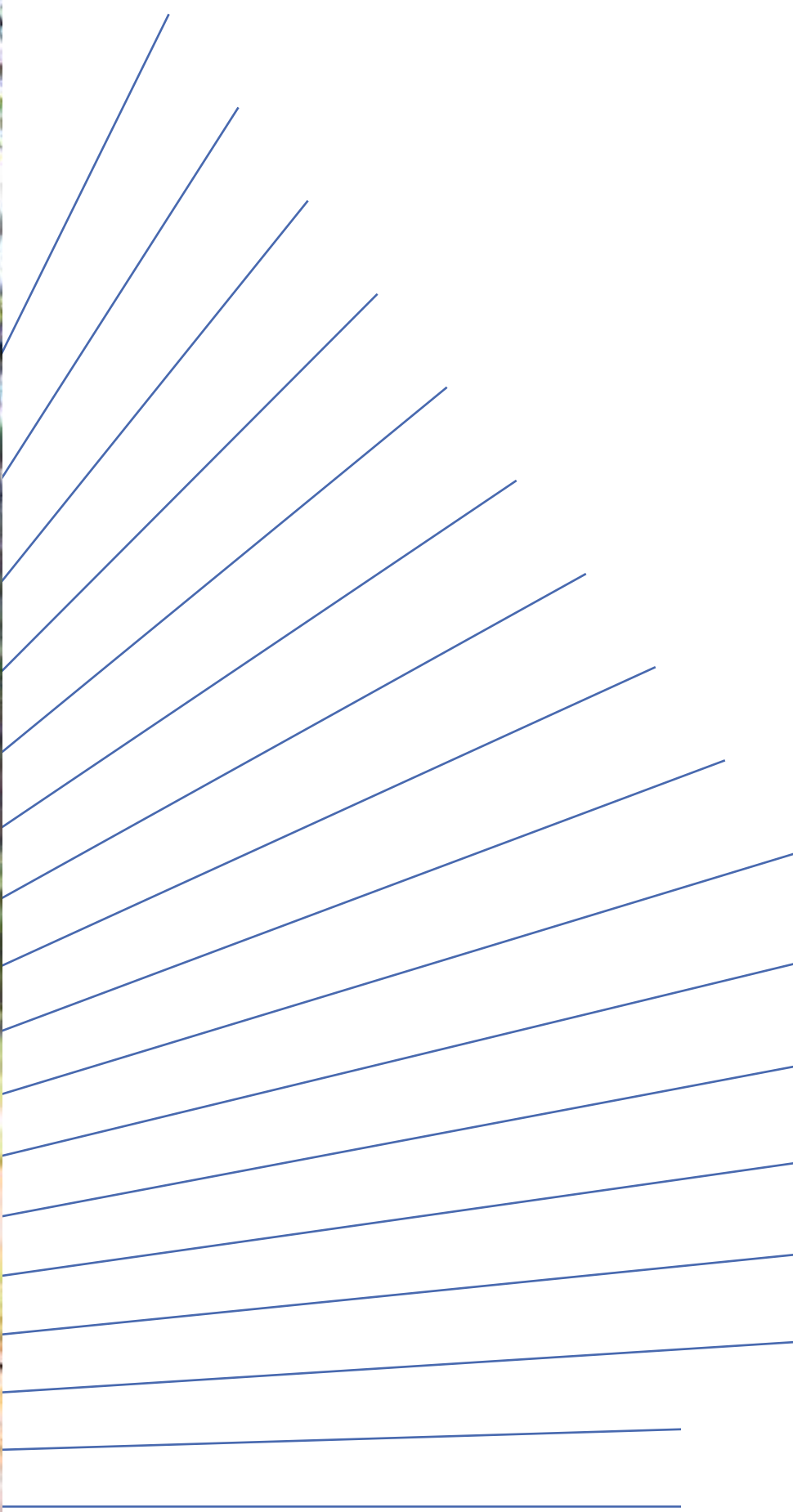


MARÍA LASARGA
JOYERÍA CONTEMPORÁNEA



MARIELA DAUBER





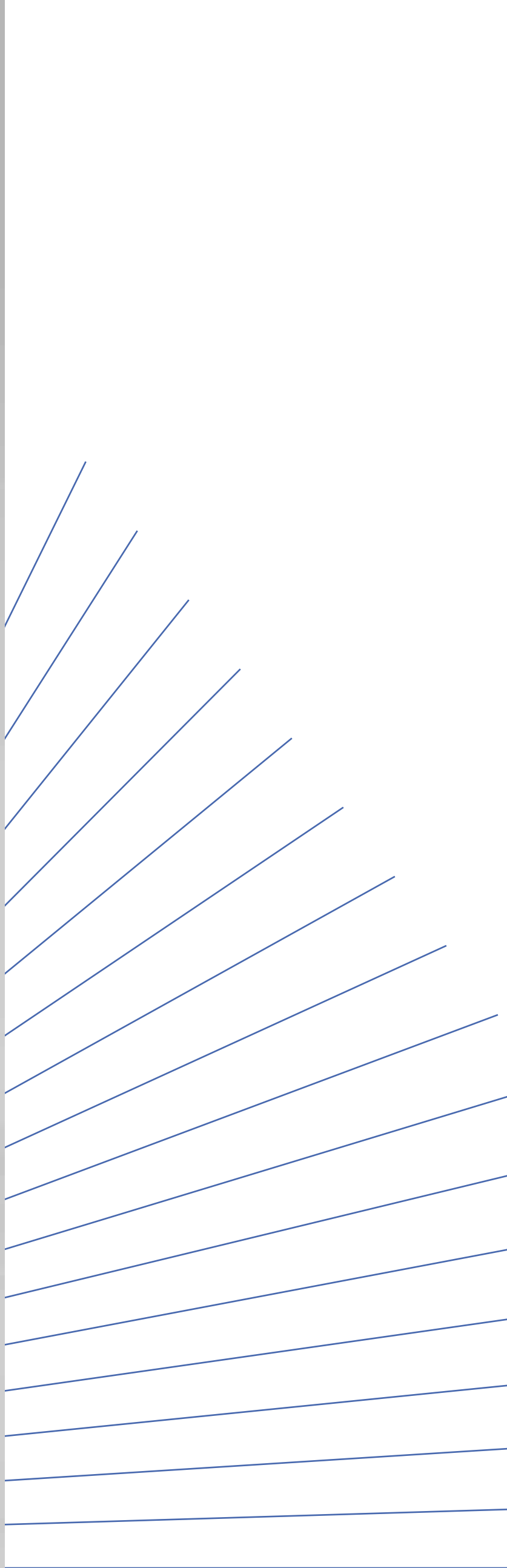

MERINOS
DELREY

MILA
GROS
BONASSO



muss:
leather
work-
shop





MUTMA



--- VINTAGE STYLE GOODS ---

PASTICHE

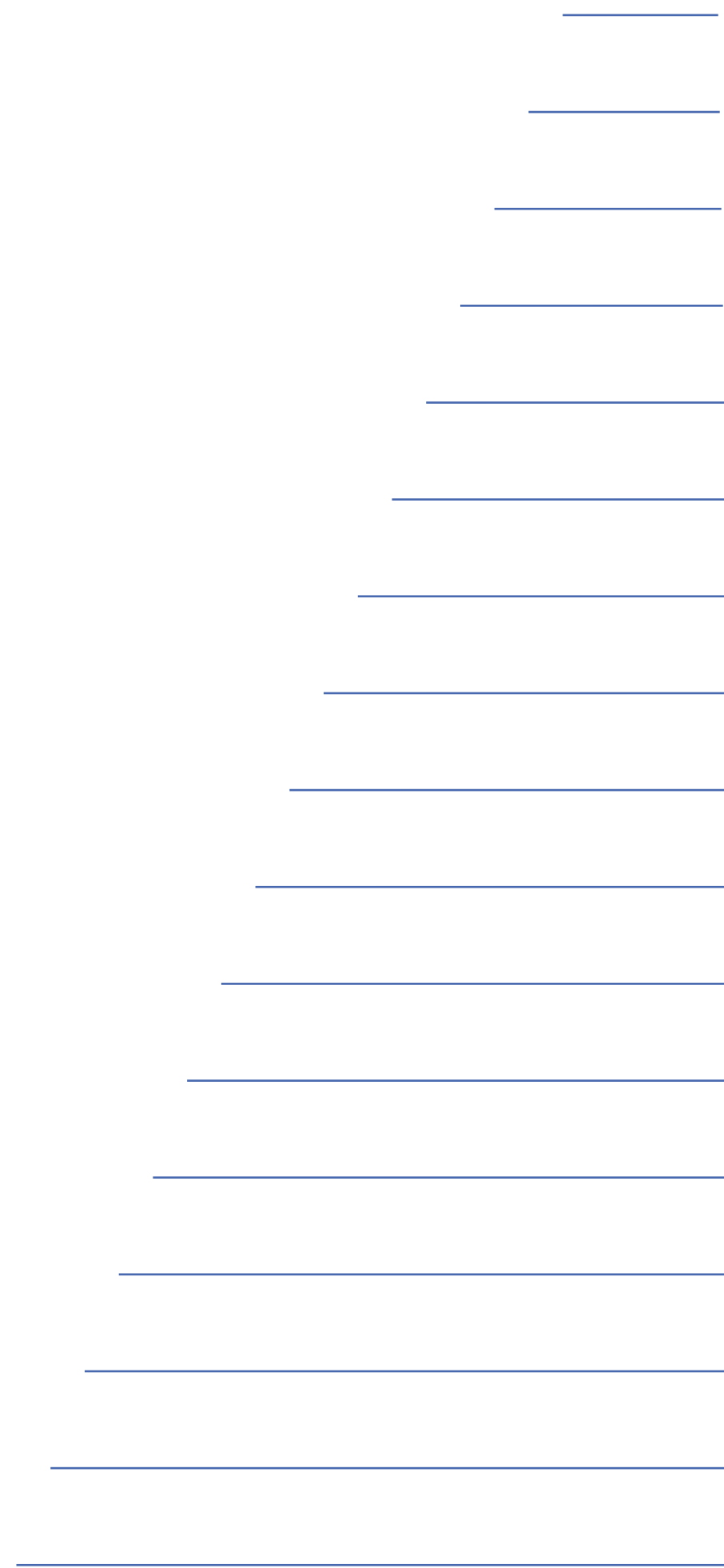


polonio

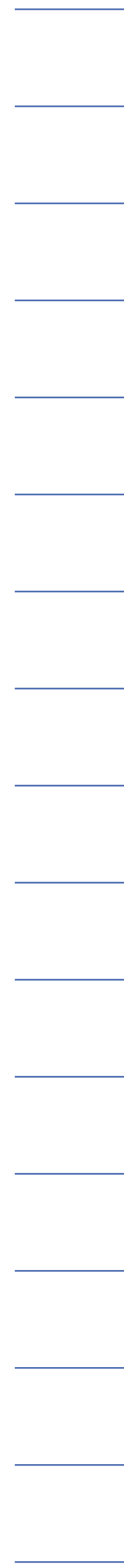




POSITANO

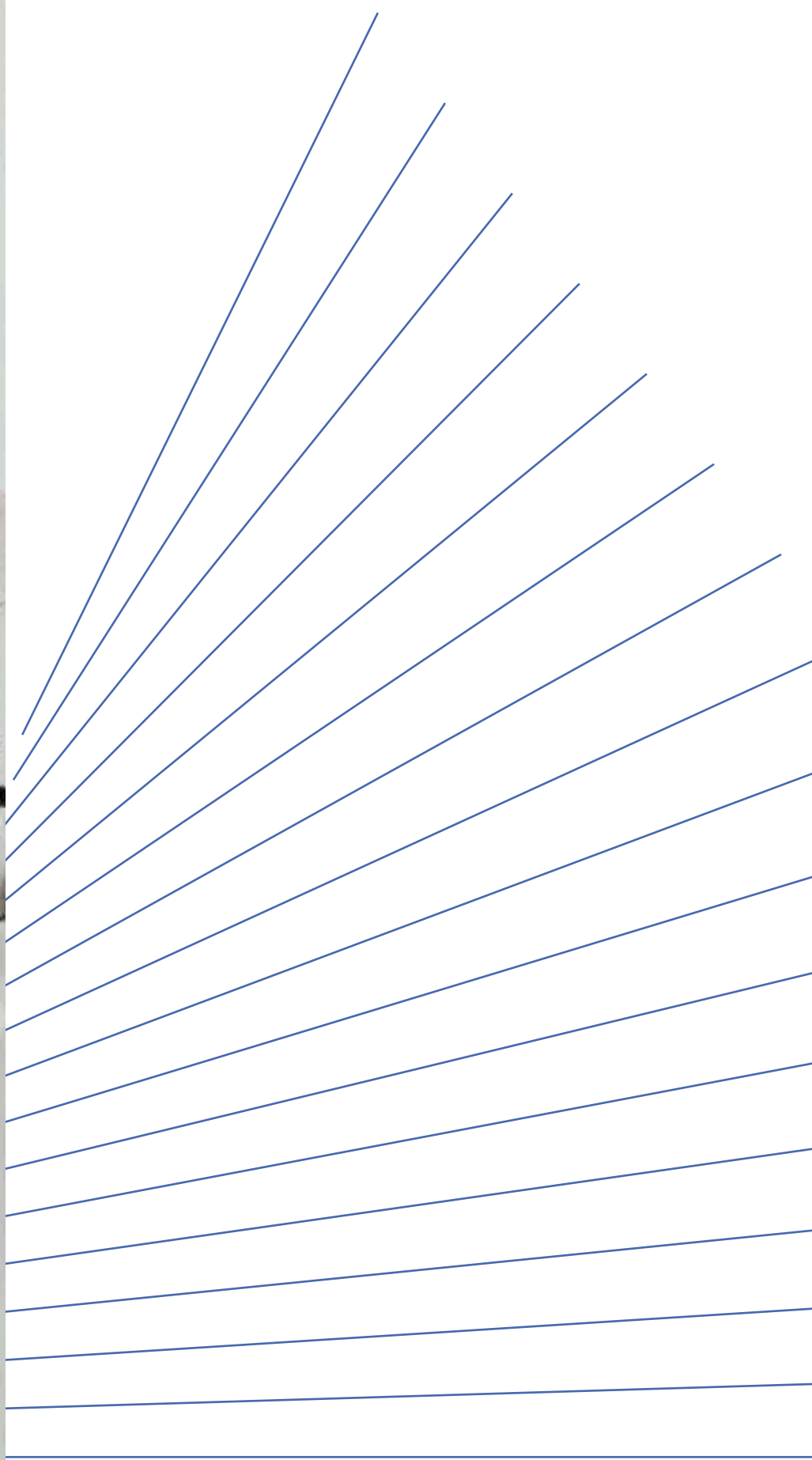


puropunto





ROTUNDA



SAVIA

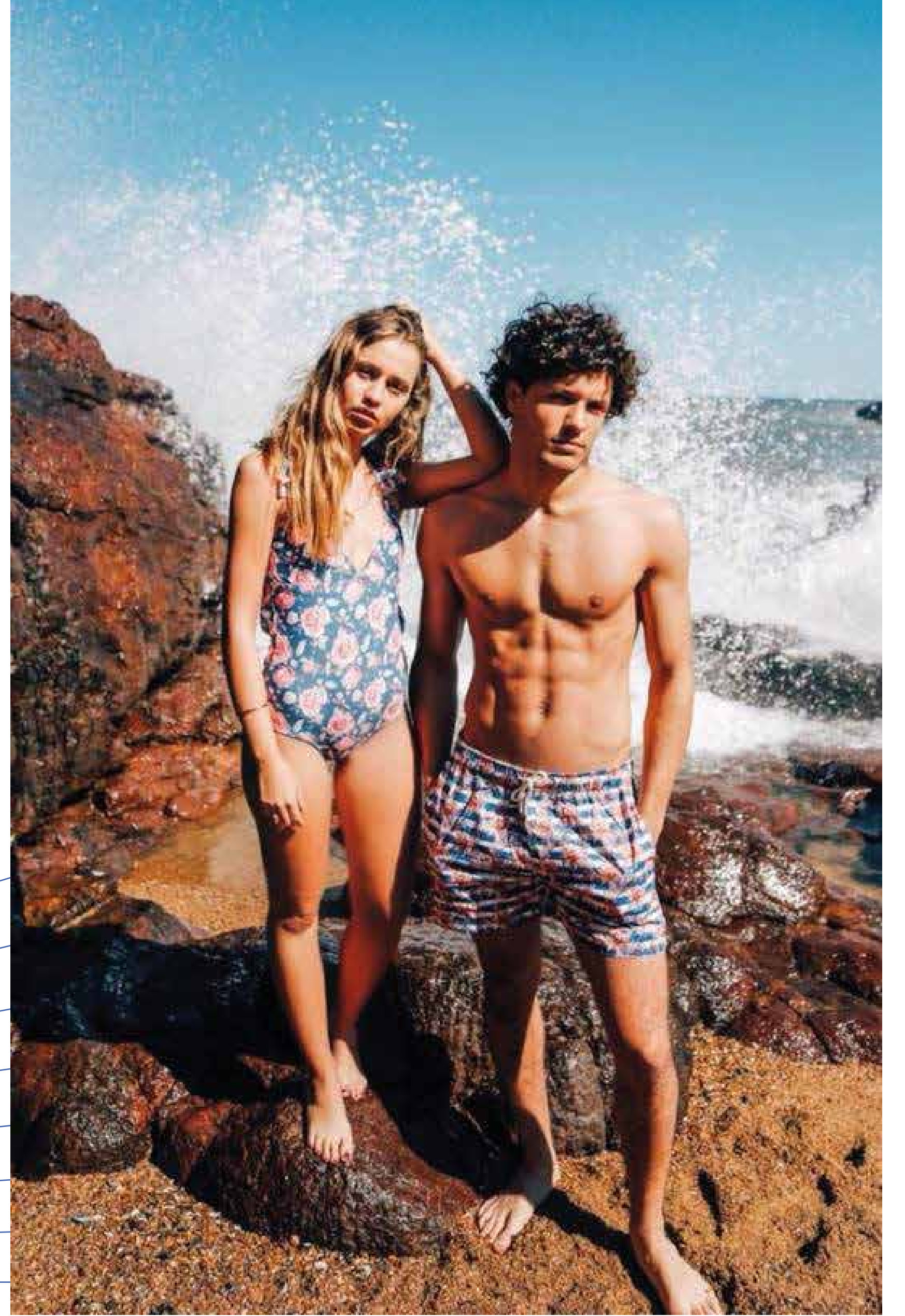
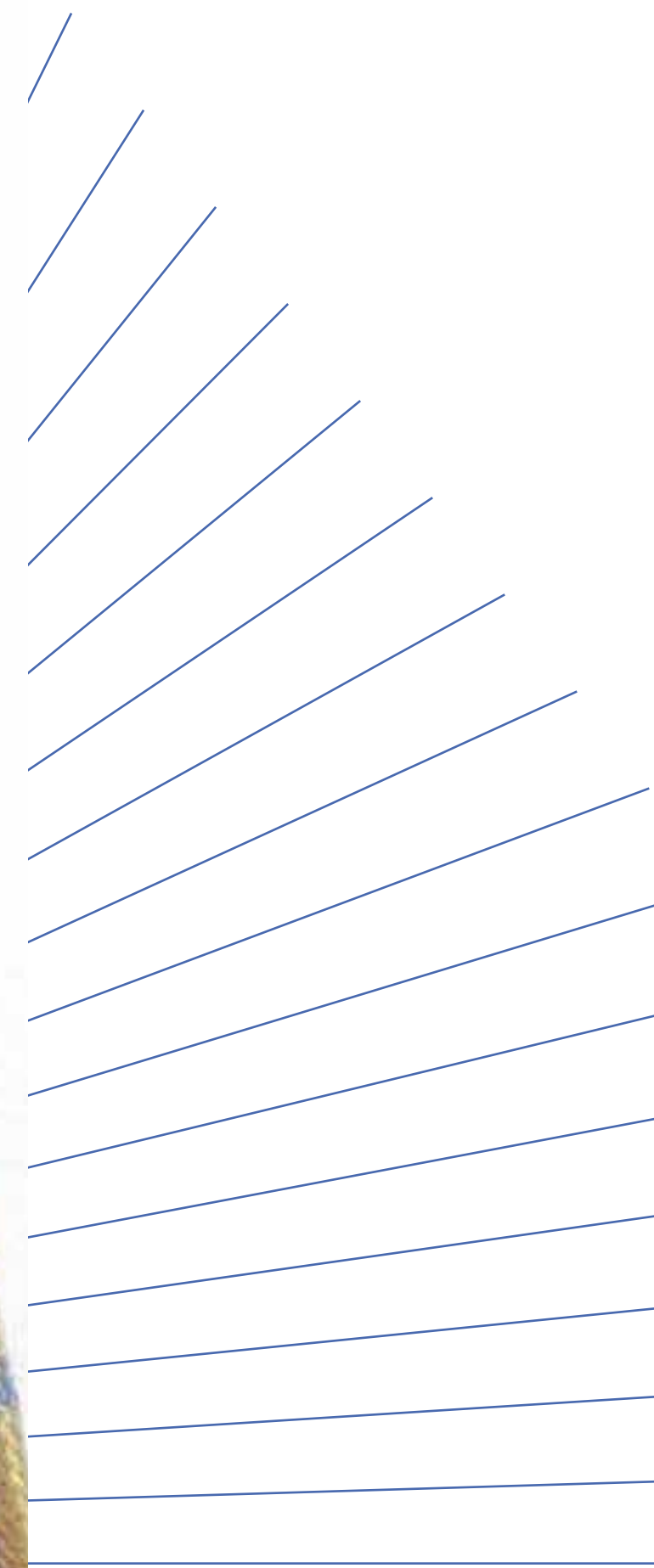
mamushka



ALBA

KNITWEAR DESIGN



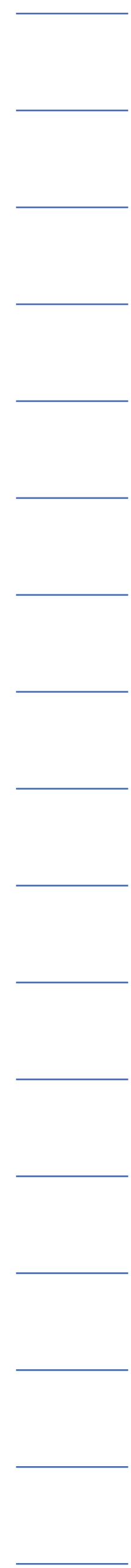



TRENDY
— LEATHER HANDBAGS & ACCESSORIES —

VANNIMELON



zarvich



WHAT OUR BUYERS SAY

LO QUE DICEN
NUESTROS
COMPRADORES



Mariela Rodriguez of the Chilean brand Porque te vistes, which also participated in this instance last year, decided to return for the quality of materials and design, and also because the products she took as a sample were very well received in their market.

"I like the presentation and the concern for the aesthetics of the brand, which does not happen much with Latin American design. In Uruguay everything is well assembled, the materials are good, have good leather and wool and work with prints with more design," she said.

Mariela Rodríguez de la marca Chilena Porque te vistes, que también participó de esta instancia el año pasado, decidió volver por la calidad de los materiales y el diseño, y porque además los productos que llevó como muestra fueron muy bien recibidos en su mercado.

"Me gusta la presentación y la preocupación por la estética de la marca, que no pasa mucho con el diseño latinoamericano. En Uruguay está todo bien armado, los materiales son buenos, tienen buen cuero y lanas y trabajan con estampados con más diseño", expresó.

MARIELA RODRÍGUEZ PORQUÉ TE VISTES



Patricia Loayza of the Peruvian brand Ignacio Correa -who had already participated in another round of business in the country- was surprised with the improvements in price as well as in quality, materials and combinations.

"We have already defined working with three brands. We handle handmade leather and we lack accessories that we do not manufacture and that are better made in Uruguay, such as belts, backpacks and backpacks," she explained. She added that she also serves as a spokesperson for Uruguayan fashion in her country and that she suggests other buyers options that she sees in business rounds.

Patricia Loayza de la marca peruana Ignacio Correa –que ya había participado de otra ronda de negocios en el país- se manifestó sorprendida con las mejoras tanto en precio como en calidad, materiales y combinaciones.

“Ya tenemos definido trabajar con tres marcas. Nosotros manejamos cuero hecho a mano y nos faltan accesorios que no fabricamos y que en Uruguay se hacen mejor, como cinturones, morrales y mochilas”, explicó. Agregó que, además, oficia como portavoz de la moda uruguaya en su país y que sugiere a otros compradores opciones que ve en las rondas de negocios.

PATRICIA LOAYZA IGNACIO CORREA

Ignacio & Correa
PURO CUERO HECHO A MANO

What caught the attention of Lisa Bühler, of the American brand Lisa Says Gah, was the passion that Uruguayan entrepreneurs have for their projects and the focus on sustainability.

"I love fabrics, wool and the use they make of their natural resources. The quality is very high, the companies have very high standards and I was surprised by the variety of the design. I think they are all very unique and different," she said.

Lo que llamó la atención de Lisa Bühler, de la marca estadounidense Lisa Says Gah, fue la pasión que los emprendedores uruguayos tienen por sus proyectos y el foco en la sustentabilidad.

"Amo los tejidos, la lana y el uso que hacen de sus recursos naturales. La calidad es muy alta, las empresas tienen estándares muy elevados y me sorprendió la variedad del diseño. Creo que son todos muy únicos y diferentes", manifestó.

LISA BÜHLER LISA SAYS GAH



WHAT OUR
BRANDS SAY

LO QUE DICEN
NUESTRAS MARCAS



For Raquel Nicolich, representative of the Southwool handbags and wallets brand, which works with 100% natural raw materials such as wool, leather, bone and guampa, it was the first experience in a round.

"We have participated in Uruguay XXI workshops that give us an update on how to manage the business. These instances seem to me to be very good, because they represent a support for companies that are new and small, that we do not have the facility to meet with clients of this caliber", she explained.

Para Raquel Nicolich, representante de la marca de bolsos y carteras Southwool, que trabaja con materias primas 100% naturales como lana, cuero, hueso y guampa, fue la primera experiencia en una ronda.

"Hemos participado de talleres de Uruguay XXI que nos aggiornan sobre cómo manejar el negocio. Estas instancias me parecen muy buenas, porque representan un apoyo para empresas que somos nuevas y pequeñas, que no tenemos facilidad de reunirnos con clientes de este calibre", explicó.

RAQUEL NICOLICH SOUTHWOOL



Vivian Sulimovich of the Zarvich brand pointed out that buyers were impressed by the craftsmanship of the products, but also by the trends.

"These are very good activities that open more doors, as they brought us ideas of new markets that we had not considered, for example the Middle East," she said.

Vivian Sulimovich de la marca Zarvich señaló que los compradores se manifestaron impresionados por la mano de obra artesanal de los productos, pero también por las tendencias.

"Son actividades muy buenas y que abren más puertas, ya que nos acercaron ideas de nuevos mercados que no teníamos considerados, por ejemplo Medio Oriente", dijo.

VIVIAN SULIMOVICH ZARVICH



WOOL PRODUCTION CHAIN CADENA PRODUCTIVA DE LANA



WOOL TOUR GIRA TÉCNICA LANA



For the first time, buyers participating in the business rounds were invited on a technical tour with the Uruguayan Wool Secretariat (SUL) to get to know and experience first hand the production process of Uruguayan wool used by exporting companies in our country. This process stands out internationally for being natural and sustainable. During the tour, we visited establishments dedicated to the production and processing of wool in the department of Florida, Uruguay.

Por primera vez se invitó a los compradores participantes de las rondas de negocios a una gira técnica junto al Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL) para conocer y experimentar de primera mano el proceso de producción de la lana uruguaya utilizada por las empresas exportadoras de nuestro país. Este proceso, se destaca internacionalmente por ser natural y sustentable. Durante la gira, se visitaron establecimientos dedicados a las producción y procesamiento de lana en el departamento de Florida, Uruguay.





MOWEEK EVENT

Putting our trust in the internationalization of Uruguayan design, Uruguay XXI, Uruguay's Design Chamber and Moweeek, coordinated business rounds that allowed bringing together representatives of national brands with potential international buyers.

Visitors had the opportunity to generate one-on-one business meetings with designers, see and go around local brands' stands and make the most of that national fashion meeting instance.

EVENTO MOWEEK

Apostando a la internacionalización del diseño uruguayo, Uruguay XXI, La Cámara de Diseño de Uruguay y Moweeek coordinaron rondas de negocio que permitieron reunir a representantes de marcas nacionales con potenciales compradores internacionales.

Los visitantes tuvieron la oportunidad de generar reuniones de negocio uno a uno con los diseñadores, recorrer stands de marcas locales y aprovechar al máximo esa instancia de encuentro de la moda nacional.

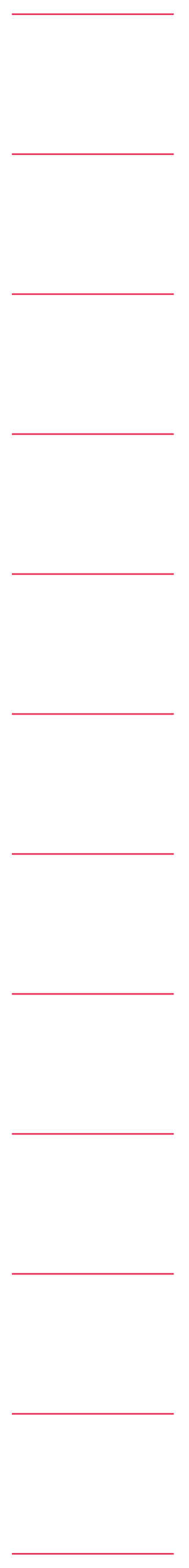


MOWEEK
uruguay • fashion • week



MOWEEK
uruguay • fashion • week





FASHION BUSINESS ROUNDS RONDAS DE NEGOCIO DE MODA

4th EDITION / OCTOBER 2018

MÁS INFO
MORE INFO

<https://www.buyfromuruguay.uy/es/>

