

# Modaes

Back Stage

## Meche Correa (Alianza de Diseñadores de Perú): “No atacamos el ‘fast fashion’, queremos competir con él”

La diseñadora peruana es la vocera del gremio que reúne a 17 diseñadores incas que busca potenciar la industria de la moda del país como un referente en calidad y diseño.

M. Cantini  
20 jun 2017 - 00:00

Meche Correa (Alianza de diseñadores de Perú) “No buscamos atacar al ‘fast fashion’, c

**Meche Correa** es la vocera y fundadora de la **Alianza de diseñadores de Perú**, entidad fundada este año, que busca fortalecer el diseño inca tanto en su mercado local como en el extranjero. La asociación ha puesto en marcha programas o asesorías de capacitación en temas empresariales, que buscan potenciar a los diseñadores y marcas peruanas como un referente de calidad en el mundo. El gremio cuenta con el respaldo de entidades como **Promperú** y la **Cámara de Comercio de Lima**.

**Pregunta:** Este año nació la alianza de diseñadores del Perú, ¿cuáles fueron los elementos que llevaron a su fundación?

**Respuesta:** Desde hace un tiempo existía la inquietud por crear un gremio de diseñadores con la intención de fortalecer la industria local porque los esfuerzos estaban muy dispersos y no se habían dado pasos importantes. Dado a que la industria de la moda en el país crece cada día más, uniendo esfuerzos podemos hacer más por posicionarla tanto en Perú como en el extranjero.

**P.:** ¿Cuántos diseñadores o participantes conforman el grupo actualmente?

**R.:** El grupo fundador está integrado por 17 diseñadores que tenemos trayectoria en el país. Actualmente, los integrantes somos Titi Guiulfo, Claudia Bertolero, Jerce Gutiérrez, Ani Álvarez Calderón, Sitka Semsch, Jessica Butrich, Andrea Llosa, Ana María Guiulfo, Amaro Casanova, Giuliana Testino, Sergio Dávila, Sumy Kujón, Edward Venero, José Clemente, Fátima Arrieta, Jorge Luis Salinas y yo.

1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/meche-correa-alianza-de-disenadores-de-peru-no-buscamos-atacar-al-fast-fashion-queremos-competir-con-el>

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

**P.: ¿Cómo fue el proceso de estructuración de la Alianza?**

**R.:** Desde el año pasado, yo empecé a hablar con los diseñadores y exponerles la idea. Cuando ya tuve el beneplácito de muchos de los colegas, tocamos las puertas de **Promperú**, de quien recibimos el respaldo para iniciar a constituir la Alianza.

**P.: El número es muy bajo, teniendo en cuenta la cantidad de diseñadores que hay en el país, ¿cómo van a ampliar la Alianza?**

**R.:** Como hasta ahora estamos dando los primeros pasos y terminando de estructurar las bases y los programas, esperamos que en diciembre o a principios del próximo año se puedan vincular nuevos integrantes aunque hay muchos diseñadores que ya han mostrado su interés en unirse pero aún no es el momento.

**“Los diseñadores somos artistas pero casi nunca somos gestores”**

**P.: ¿Cuentan con el respaldo de otras entidades gubernamentales?**

**R.:** Nuestro gran aliada es la Cámara de Comercio de Lima, especialmente la división de indumentaria, encargada del sector industrial. De su mano buscamos capacitar el sector, ya que cuenta con área de profesionales en distintos ámbitos.

**P.: ¿Cuáles son las metas que se han gestado con la puesta en marcha de la Alianza?**

**R.:** Actualmente nos encontramos estructurando cuales son las necesidades más inmediatas para empezar a plantear las correspondientes estrategias, pero el eje central de la Alianza es capacitar a los integrantes en cuanto a visión del negocio. Los diseñadores somos artistas pero casi nunca somos gestores. También nos centraremos en buscar espacios a nivel internacional para dar a conocer la industria peruana y aumentar las exportaciones de moda. Más adelante, la alianza proyecta poner en marcha una plataforma digital que permita más visibilidad global. Queremos poner en marcha la casa del diseñador peruano en Lima, que nos agrupe a todos bajo el mismo espacio.

**P.: ¿Cuáles son los principales retos que tiene el sector textil en Perú?**

**R.:** Dar a conocer a los diseñadores fuera de las fronteras del país y mostrar la gran variedad de propuestas que hay en Perú, no sólo en diseño sino también en nivel en materias primas como la alpaca. Queremos enfocarnos en presentar productos para un perfil de consumidor con cierto nivel adquisitivo.

**“La moda local tiene diseño, materias primas y una**

---

# Modaes

---

## tradición de fabricación milenaria”

**P.:** Cuáles son las principales amenazas de la industria de la moda en Perú?

**R.:** La llegada de grandes imperios que ofrecen moda rápida al país ha contribuido a la caída de la industria textil peruana pero somos conscientes que así funciona el negocio hoy, no sólo en Perú sino en todo el mundo. Somos realistas y no buscamos luchar contra el sistema *fast fashion* sino competir con él. Además tenemos claro que hay públicos para todos los gustos.

**P.:** ¿Cómo piensan competir contra el *fast fashion* si tienen un perfil de cliente diferente?

**R.:** Actualmente buscamos centrarnos en un perfil más alto pero somos conscientes que no podemos descuidar el otro frente. Eventualmente tendremos que mirar hacia esa dirección y coordinar estrategias para posicionar la calidad de la moda peruana desde ese otro ámbito.

**P.:** ¿Cómo ven el fenómeno *made in China*?

**R.:** Es una amenaza que está latente pero al igual que con el *fast fashion* buscamos amortizar sus estragos. Somos conscientes que Perú no será una potencia textil como China o India pero tenemos tres elementos diferenciadores que nos ayudan hacer el contrapeso: diseño, materias primas de calidad como la alpaca y la vicuña y una tradición de fabricación milenaria.

**P.:** Con la llegada de tantas compañías internacionales a Perú ¿cómo es el perfil del consumidor frente a la moda local?

**R.:** Al consumidor local le llama la atención las marcas internacionales y se deja deslumbrar por los precios y las propuestas de grandes grupos como **Zara** o **Forever21**. Pero con la implementación de la Alianza buscaremos que el peruano se apropie de la moda, la industria y las marcas nacionales. Próximamente lanzaremos una campaña con la que buscaremos que los peruanos consuman más industria nacional que aunque puede ser un poco más costosas será de mejor calidad.