

DEWAT
Barcelona Fashion Week
DEWAT

Barcelona Fashion Week



CAROLINA ANDRADE ANTONIAZZI
UVIC – PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS
TRABAJO FINAL DE GRADO – 2020/2021

Realizar este proyecto ha sido de mucha importancia en este inicio de carrera que quiero seguir en la industria de la publicidad y las relaciones públicas. Es muy gratificante poder construir una propuesta de tal grandeza y presentarla como mi trabajo final de curso, realmente un logro.

Me gustaría dar las gracias a las personas que me han ayudado a sacar adelante este gran logro. Me gustaría agradecer a Marc Riba por animarme y apoyarme cada día y creer en mí, también me gustaría agradecer a mi familia que incluso desde lejos me apoyan y me dieron la oportunidad de estar donde estoy hoy, además me gustaría agradecer a mis amigos por darme apoyo moral durante estos nueve meses para completar esta etapa y por último, una de las personas más importantes que me ha ayudado con este proyecto ha sido Ángel Sánchez, a través de varias tutorías y conversaciones y motivaciones durante esta trayectoria, fue un gran placer. Somos quien somos por tener personas que acreditan en nosotros.

Índice

1. Introducción	1.
2. Descripción del proyecto	4.
a. Motivos y justificaciones personales	5.
a.1. Concepto del Fashion Week	9.
a.2. La historia del Fashion Week	12.
a.3. ¿Por qué razón las semanas de la moda en España no tienen el reconocimiento internacional como las semana de moda de Paris, Milano, Londres y Nueva York?	14.
b. Objetivos personales	19.
c. Metodología que se emplea	25.
3. Análisis del contexto actual	28.
a. Macro entorno.....	29.
b. Micro entorno	58.
4. Resultados de la investigación	86.
a. Metodología y conclusión	87.

Índice

5. Análisis	100.
a. DAFO	101.
b. Conclusiones DAFO	109.
6. Propuesta BFW	115.
a. Definición del Barcelona Fashion Week	116.
b. características	120.
c. organización del BFW	122.
d. Financiación	146.
e. Identidad corporativa BFW	149.
7. Análisis de la competencia	166.
a. Directa	167.
8. Definición de Target	185.
a. Principal	186.
b. Secundario	189.
c. Stakeholders	192.

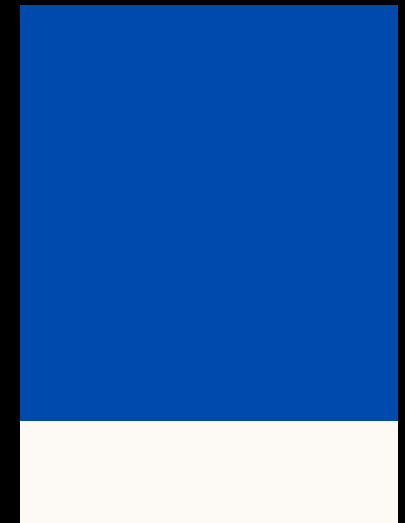
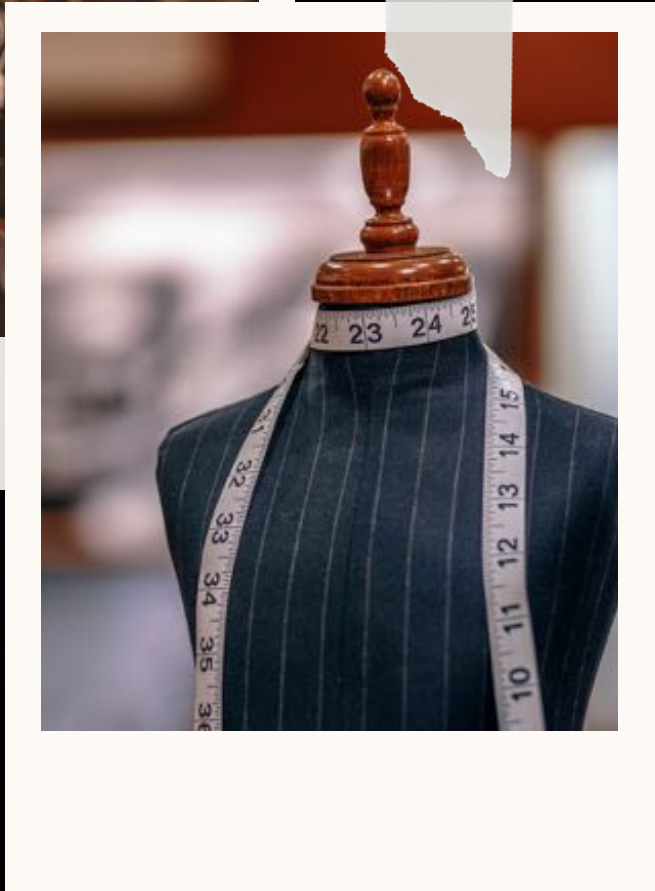
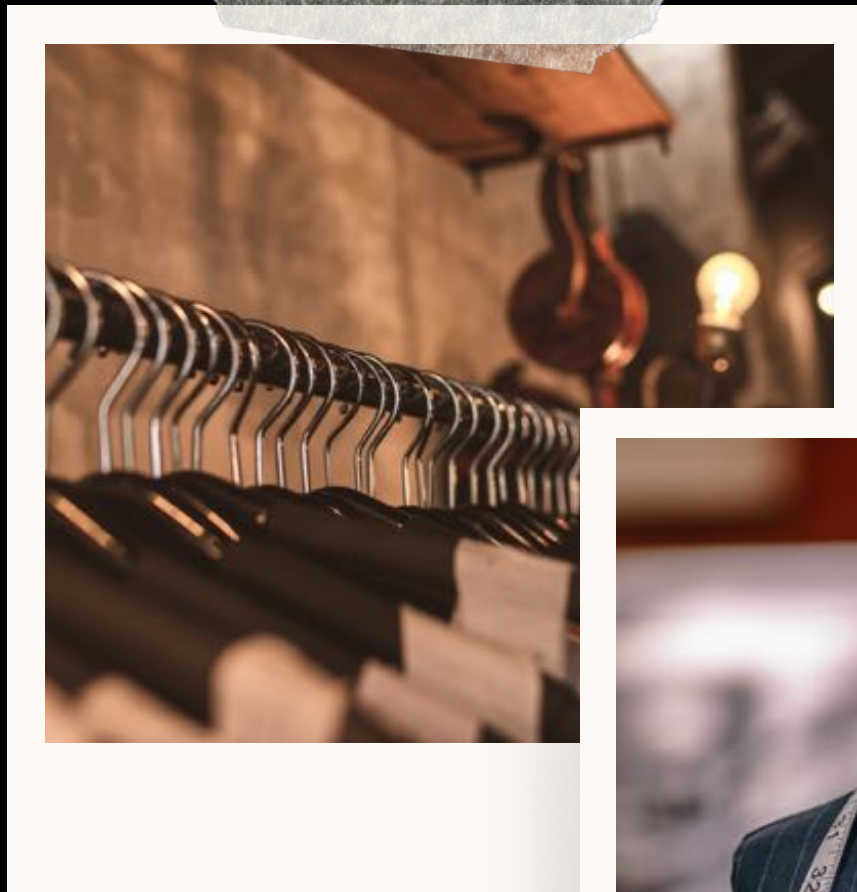
Índice

9. Plan Estratégico de la marca	194.
a. Brand Essence del evento	195.
b. Misión	201.
c. Visión	203.
d. Valores	206.
10. Plan de comunicación	208.
a. Objetivos de la comunicación	209.
b. Tono y concepto de la comunicación	212.
c. Estrategia de la comunicación	216.
d. Posicionamiento	220.
e. Acciones	224.
e.1. Teaser	228.
e.2. Lanzamiento	247.
e.3. Posicionamiento	260.
e.4. Constant Reminders	267.

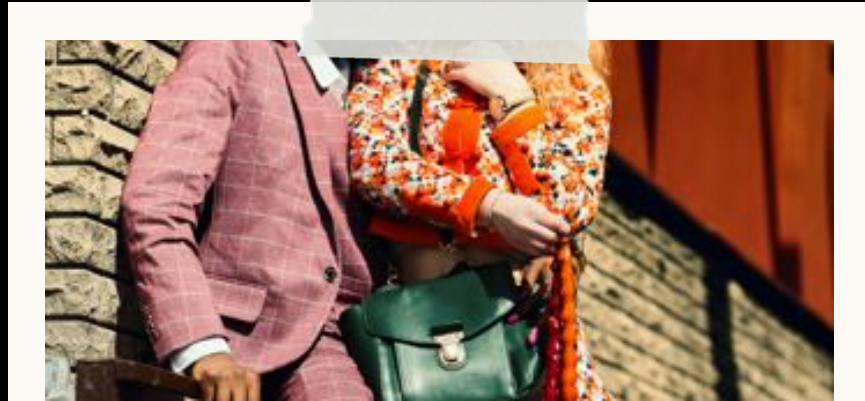
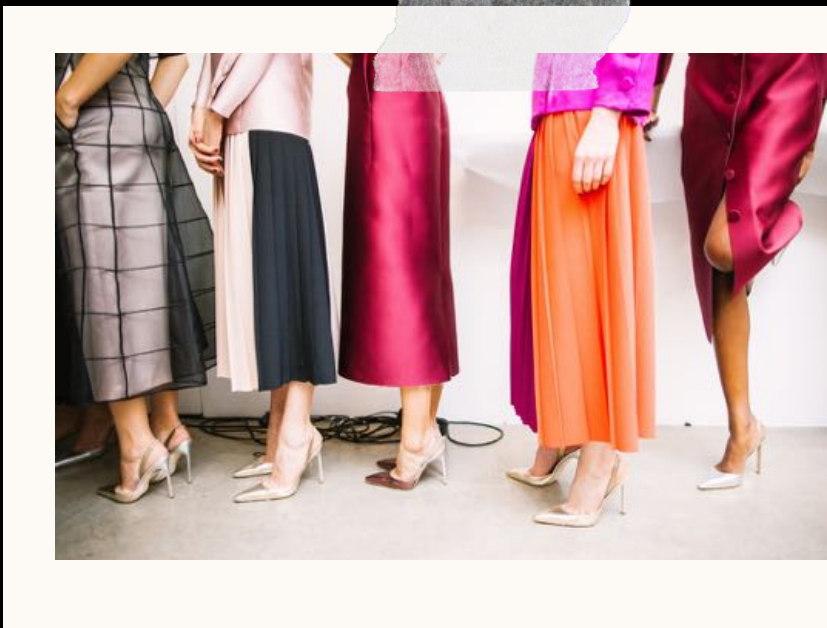
Índice

11. Timing	272.
12. Presupuesto	276.
13. Conclusión	280.
14. Bibliografía & Webgrafía	284.





Introducción



1. Introducción



La moda está en todas partes, desde una simple sudadera para estar por casa, hasta un elegante vestido de gala. Incluso la forma en que nos comportamos o la forma en que caminamos, el tipo de maquillaje que usamos, o las cremas que usamos todas las mañanas forman parte de la moda. Se encuentra en el tipo de medias, bragas y calzoncillos que nos ponemos todos los días. Se encuentra en la forma en que hablamos o miramos. La moda participa en cada detalle de nuestras vidas.

El mundo de la moda es un mundo fascinante. Los detalles que rodean este mundo siempre me han llamado la atención. Uno de los aspectos que más me atrae es este lado glamuroso de la moda, donde las grandes marcas crean piezas únicas y especiales para sus clientes. Me encanta que los grandes diseñadores junto con estas grandes marcas crean desfiles para mostrar sus colecciones.

1. Introducción



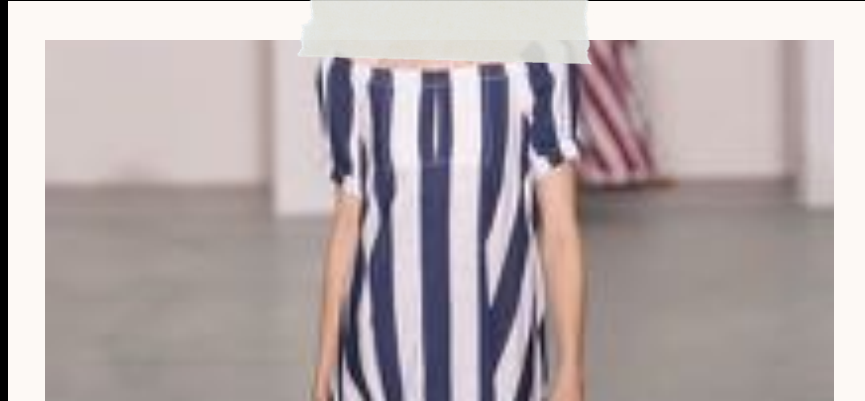
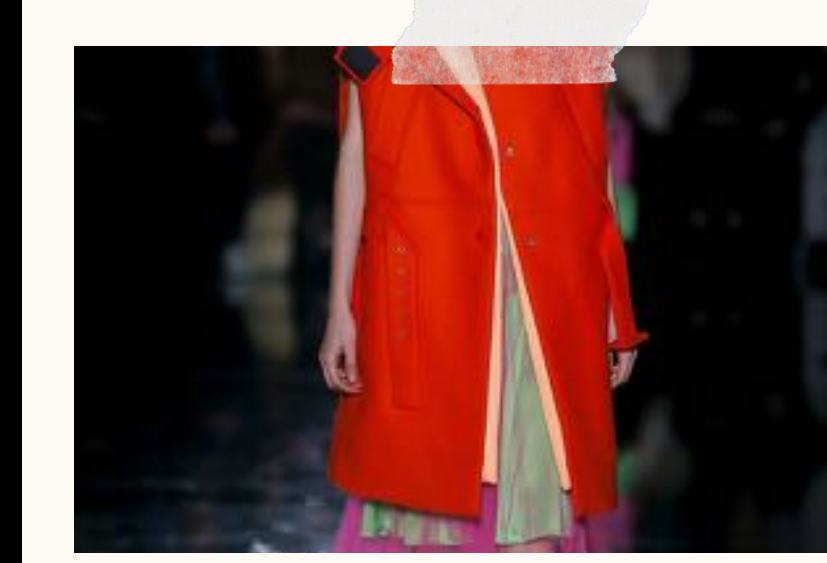
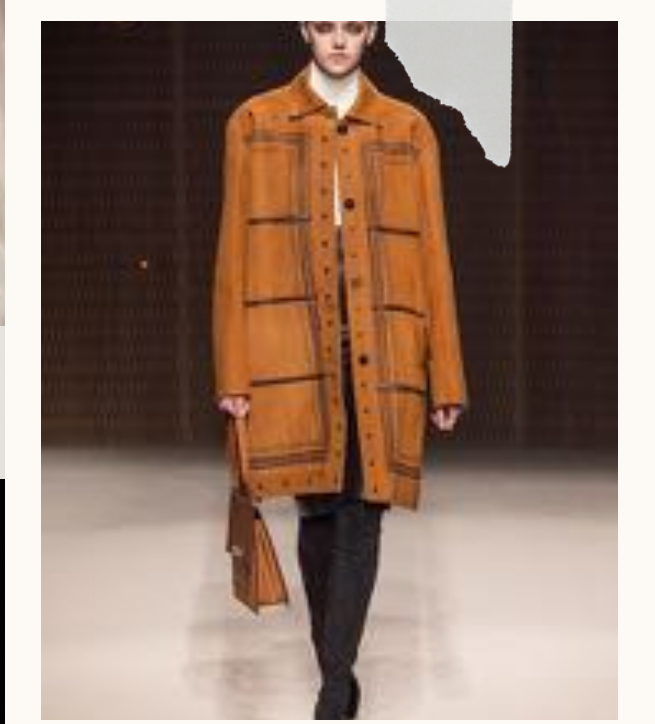
Cuanto más leía y aumentaba mi conocimiento sobre este mundo, más me daba cuenta de la grandeza e influencia que tiene. Como ya he mencionado, la moda participa en cada detalle de nuestras vidas cotidianas, es la esencia de nuestras influencias. Y mi interés y curiosidad por este mundo de la moda, no hace mas que aumentar cada día.

Debido a mi gran aprecio por este mundo, siempre he tenido la intención de trabajar con la moda, y con el crecimiento de mis conocimientos, descubrí el mundo de los eventos, del que me enamoré a primera vista. Trabajar con eventos de grandes marcas de lujo, y poder trabajar con estos dos mundos juntos, sería una de mis mayores metas en mi carrera profesional.

La semana de la moda The Fashion Week es uno de los mayores eventos del mundo de la moda, es el mayor ejemplo de la influencia que tiene la moda en el mundo. Participar o ser responsable de este evento de extrema influencia y grandeza, sería uno de mis mayores logros profesionales.



visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday



Descripción del proyecto

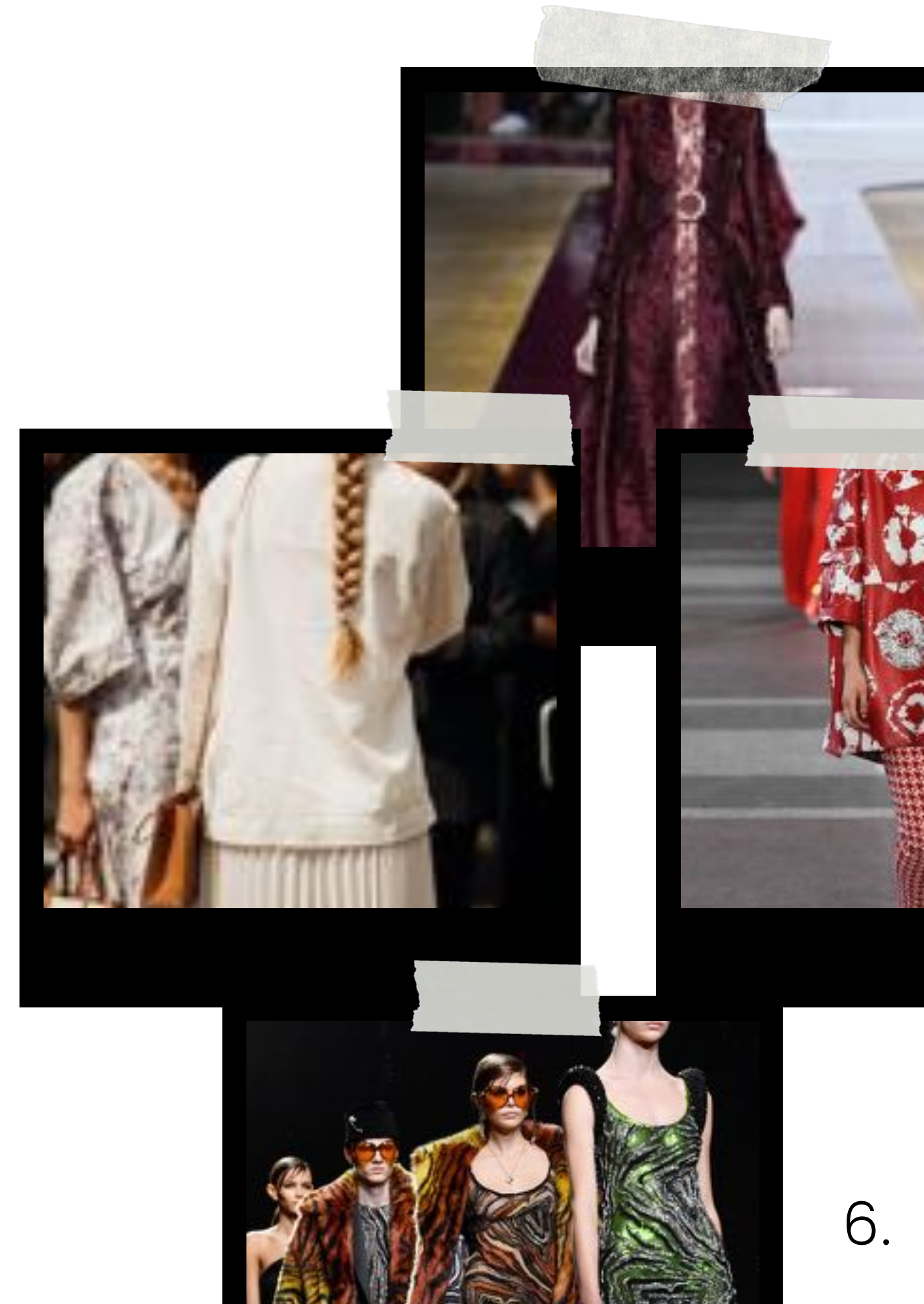


2. Descripción del proyecto

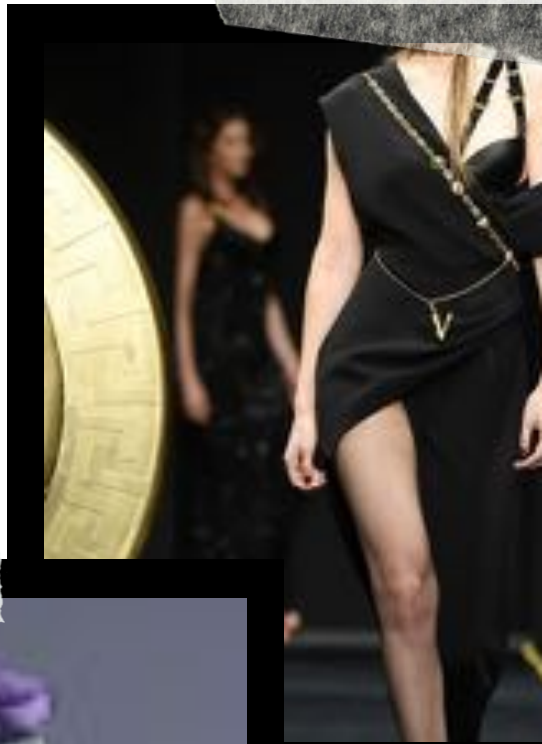
a. Motivos y justificaciones personales

Para la creación de este trabajo de fin de carrera, seleccioné el tema Semana De La Moda. En concreto, este trabajo propondrá una nueva Semana de la Moda que se celebrará en Barcelona.

Como ya he mencionado, la moda siempre ha sido muy apreciada en mi vida y algo que siempre me ha llamado la atención. Pero lo que más me llamó la atención en este mundo fueron las semanas de la moda que tienen lugar en París, Milán, Londres y Nueva York. Siempre me ha encantado el glamour de esas semanas tan importantes para el mundo de la moda.

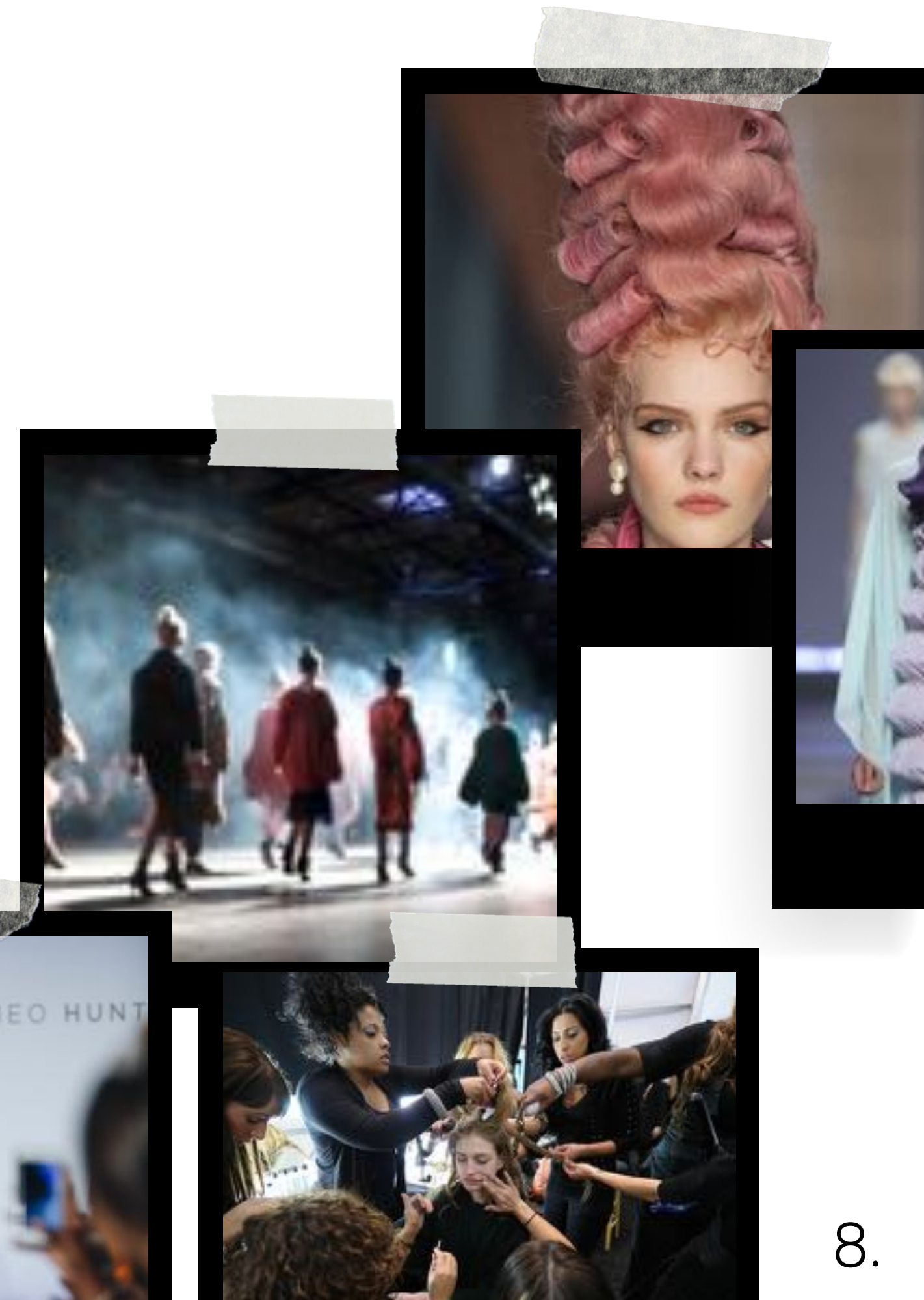


Y debido a ese encanto con el mundo de la moda, siempre tuve curiosidad por saber por qué la famosa Semana de la Moda sólo se celebraba en estas cuatro capitales. Además de la curiosidad por saber por qué la Semana de la Moda en España no tiene la misma relevancia o popularidad que estas otras ciudades tienen. Con esta curiosidad decidí crear mi proyecto de fin de carrera con una propuesta para el Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y Gobierno de España, para crear una semana de la moda en Barcelona que sea reconocida mundialmente como la quinta capital de la moda, junto con Paris, Milan, Londres y Nova York. Este proyecto propone dar reconocimiento mundial a la ciudad de Barcelona y por extensión a España como país atractivo para inversión extranjera.



La Semana de la Moda es un evento internacionalmente conocido por ser una referencia en la sofisticación e innovación dentro del mundo de la moda. Ha demostrado ser la cuna de las principales tendencias y revoluciones en el universo de la moda. Sin embargo, muchas personas se preguntan **¿Por qué razón las semanas de la moda en España no tienen el reconocimiento mundial como las otras semanas de la moda?**

A través de la investigación y la lectura extensiva de libros como "Moda, Traje y Cultura", "Moda Contemporánea" o "Industria de la Moda", se puede entender más sobre la industria de la moda y sus detalles. A través de esta investigación es posible entender más sobre la historia y la industria de la moda en Francia, Italia, Inglaterra y España.



BFWM
Barcelona Fashion Week

Concepto del Fashion Week





El concepto inicial de la Semana de la Moda era presentar las propuestas de colección de los diseñadores más famosos de la época, como Coco Chanel o Yves Saint Laurent. Estas presentaciones estaban dirigidas a los editores de moda y a los posibles compradores. Este evento estaba dirigido únicamente a la alta sociedad. La esencia de esto no ha cambiado. Las semanas de la moda en todo el mundo todavía tienen un sentido comercial pero tuvieron que ser adaptadas a los cambios sociales y tecnológicos.

En el pasado, estas piezas se exhibían con maniqués o con modelos, que en algunos casos se encontraban en ambientes más íntimos. Hoy en día, las presentaciones se han convertido en grandes desfiles con presentaciones inspiradoras y con un público más amplio. Las noticias sobre estos eventos más íntimos salían cuando las piezas ya estaban en camino a las tiendas, hoy con el mundo digital y la era de los bloggers de moda, las noticias de los desfiles ya se publican en tiempo real.

Lo que solía suceder a puerta cerrada, y sólo para los pocos privilegiados que podían apreciarlo, ahora es de dominio público. Muchas marcas, por la situación de la pandemia del COVID-19, han elegido presentar sus espectáculos en vivo a través de sus sitios web para que todos aquellos que quieran disfrutarlos puedan tener acceso.

Aunque la Semana de la Moda ha tenido algunos cambios a lo largo de los años, estos espectáculos siguen teniendo una fuerte influencia en cómo nos vestimos y qué compramos. Estos espectáculos serán la referencia para todas las tiendas, ya sean de moda rápida o de lujo. Todas las tendencias y colecciones creadas para tal año se basarán en las creaciones de los desfiles de moda de ese año en específico.

La Semana de la Moda tiene lugar en estas tres grandes capitales de moda (Paris, Milan y Londres), por el desarrollo textil de la región y su influencia cultural, así como su establecimiento histórico con la moda. Las semanas de la moda como concepto nacieron en los Estados Unidos, en la ciudad de Nueva York, durante la Segunda Guerra Mundial.



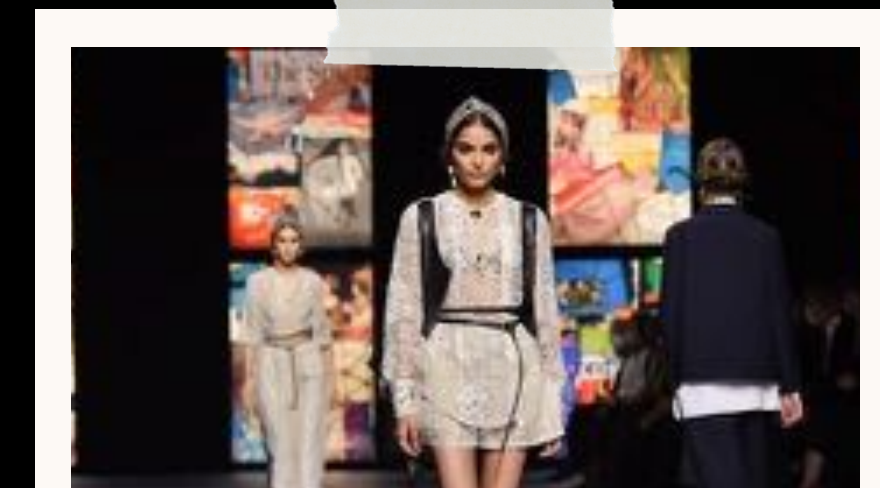
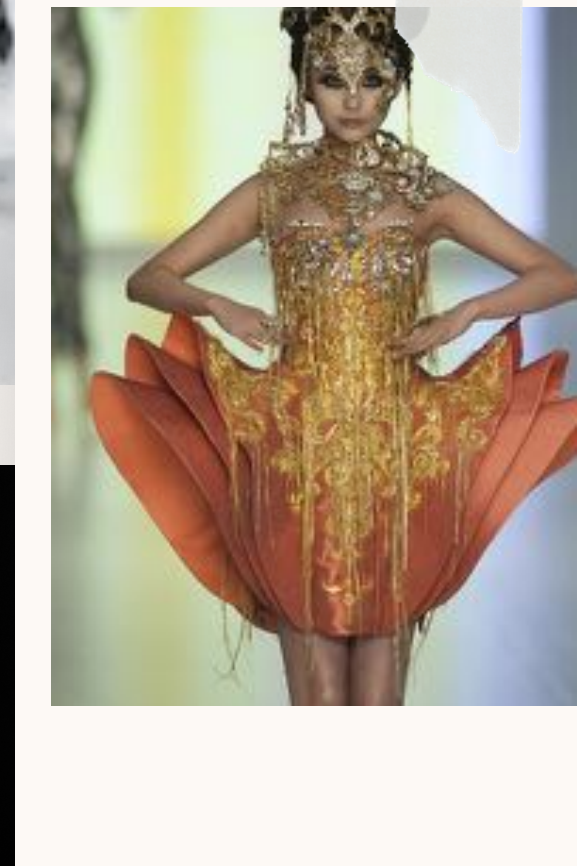
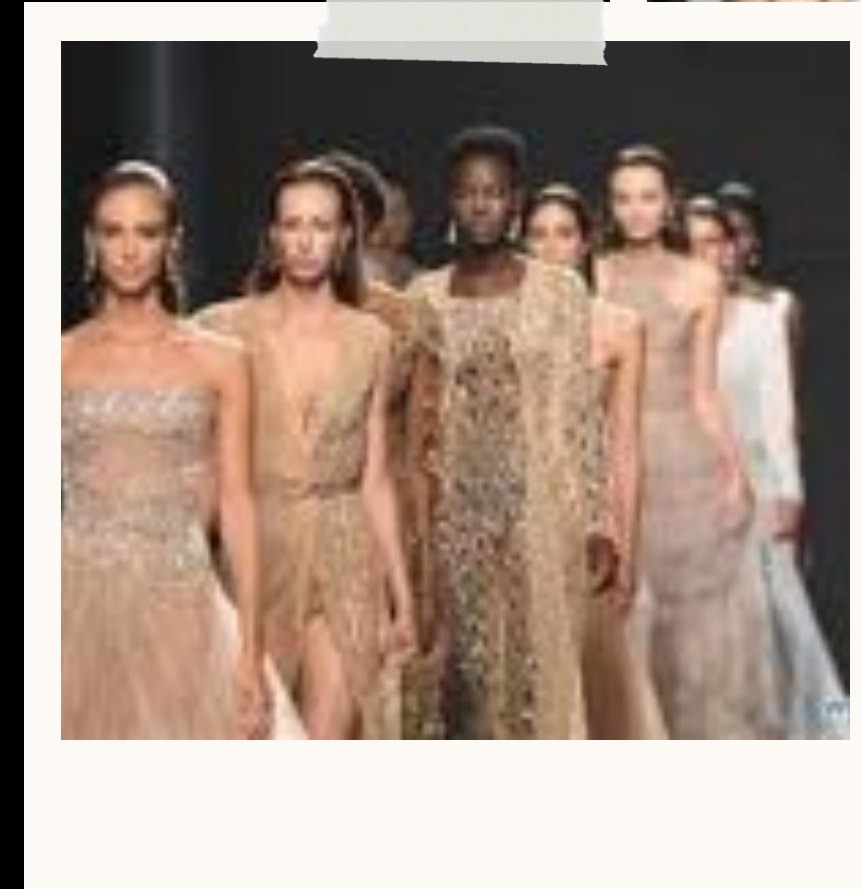
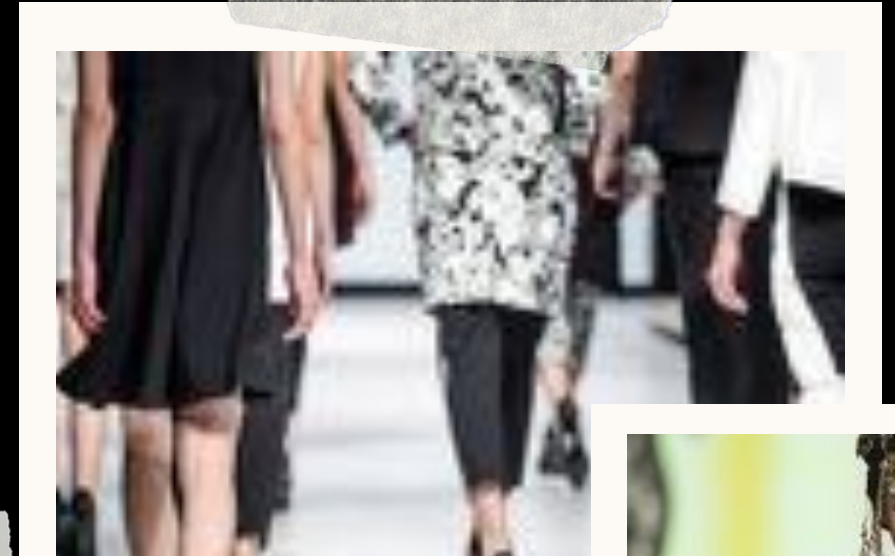
DEFW
Barcelona Fashion Week
DEFW

La historia del fashion week



En la Segunda Guerra Mundial, los editores y compradores de los Estados Unidos no podían viajar a París, el centro de la moda por excelencia de la época. Por esta razón la publicista **Eleanor Lambert** organizó una "Semana de la Prensa" para presentar el último proyecto de los diseñadores americanos. El evento tuvo tanto éxito que revistas como Vogue publicaron por primera vez moda local, en lugar de sólo moda parisina. Desde entonces hasta 1994 el NYFW se celebró en diferentes lugares, hasta que en 1994 se trasladó a Bryant Park y recientemente al Lincoln Center.

Cuando terminó la Segunda Guerra Mundial, París reclamó su trono como la capital de la moda más importante del mundo y celebró su primera semana de la moda en 1945. Unos años más tarde, Milán se convirtió en el mayor centro de producción textil de Italia y organizó su primera semana de la moda en 1958. Los últimos en unirse fueron los británicos, el Consejo Británico de la Moda estableció la Semana de la Moda de Londres en 1984.





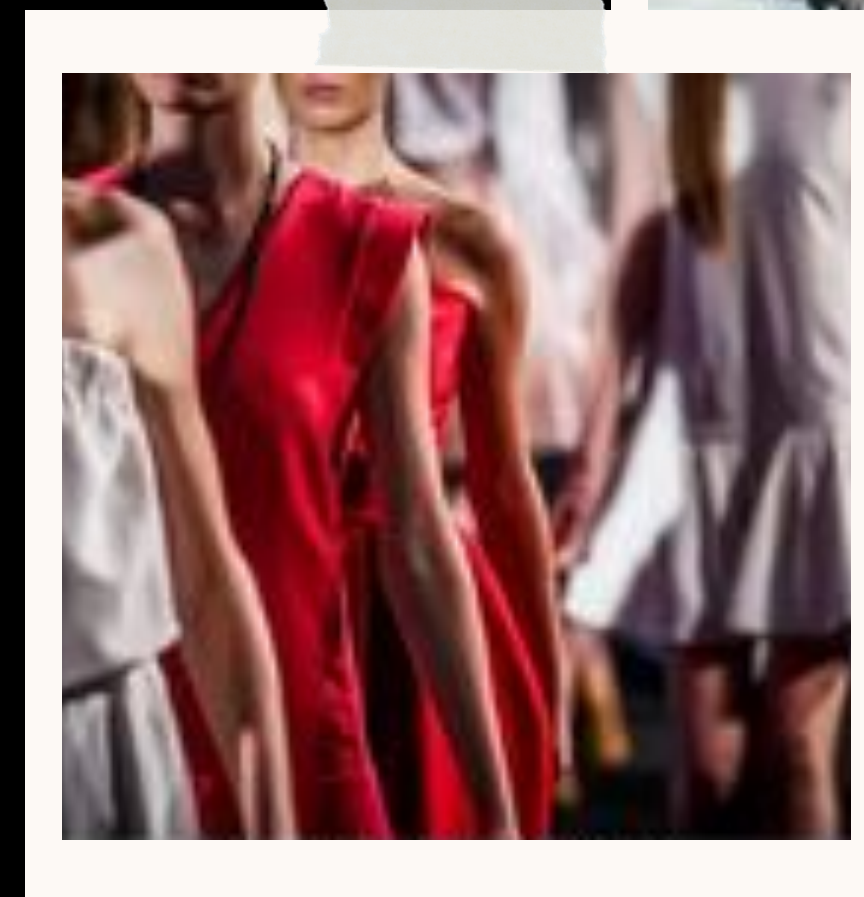
DEVA
Barcelona Fashion Week

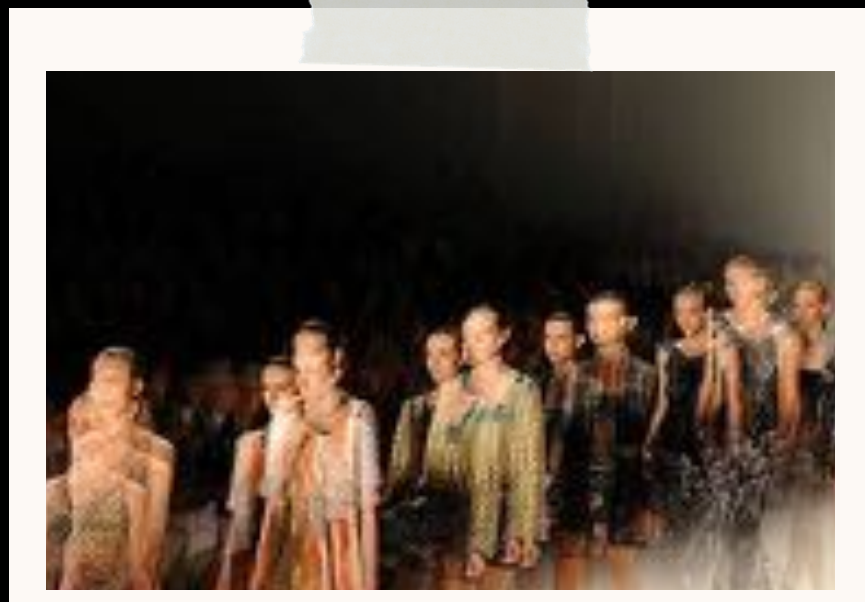
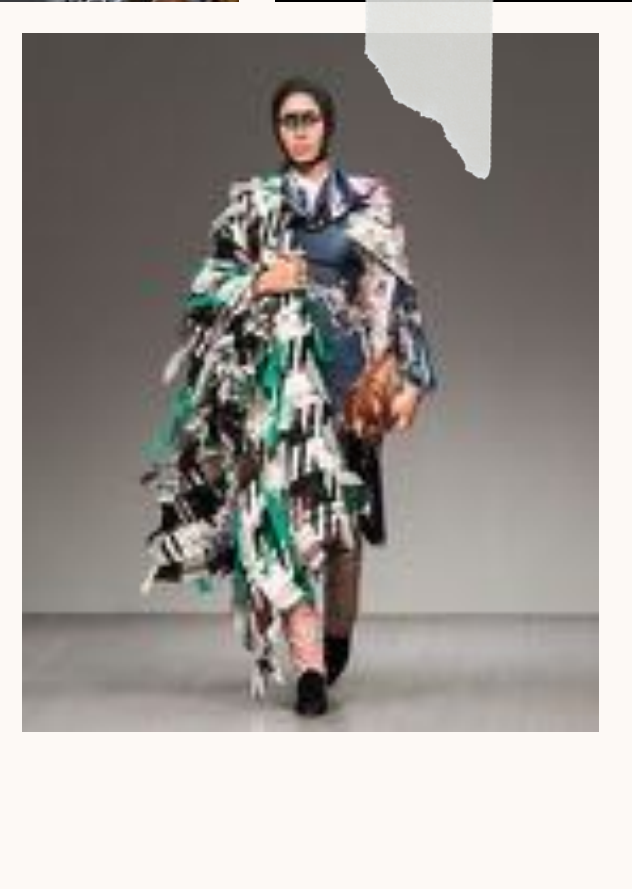
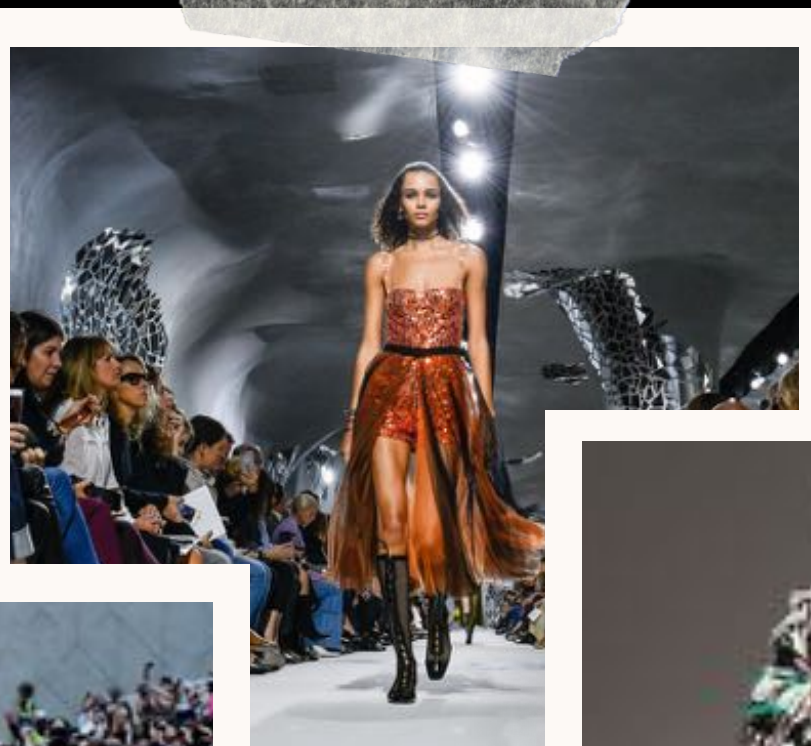
¿Por qué razón las semanas de la moda en España no tienen el reconocimiento internacional como las semana de moda de París, Milán, Londres y Nueva York?

Después de entender la historia de este evento, incluso sin muchos detalles, que define el mundo de la moda, la pregunta sigue siendo: ¿Por qué razón las semanas de la moda en España no tienen el reconocimiento mundial como las semanas de la moda de París, Milan, Londres y Nueva York?

La moda española tiene un gran poder en su cultura, pero su sector de especialización es el de la moda rápida. El grupo Inditex (formado por las tiendas Zara, Stradivarius, Massimo Dutti, Bershka, Pull and Bear y Oysho) es la principal fuente de ingresos del mundo de la moda española.

Por mucho que el país tenga una historia con el mundo de la moda de alta costura, hoy su punto fuerte es la moda rápida. Tradicionalmente, España ha tenido grandes sastres y especialmente en Catalunya, una gran industria textil. Pero estas empresas nunca han aspirado a la innovación y creatividad internacional que han asumido las firmas internacionales más reconocidas por su alta costura.



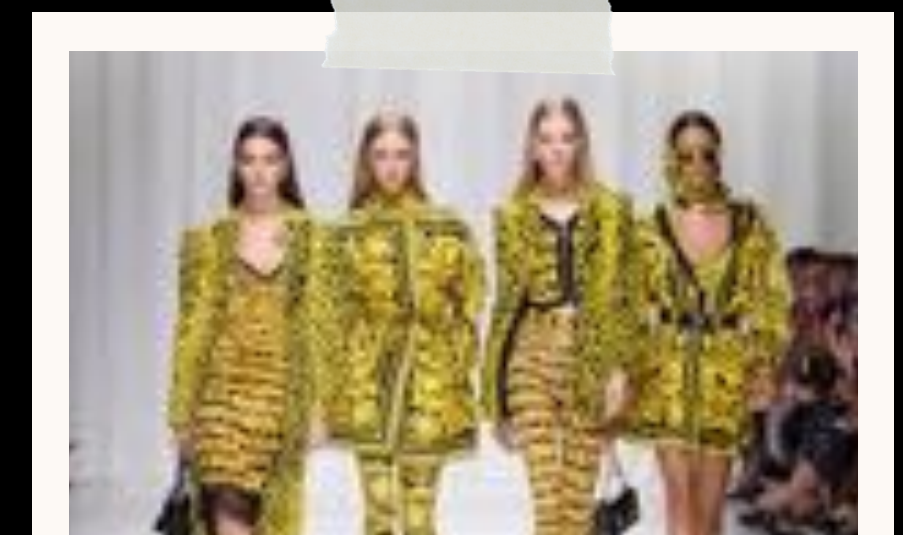
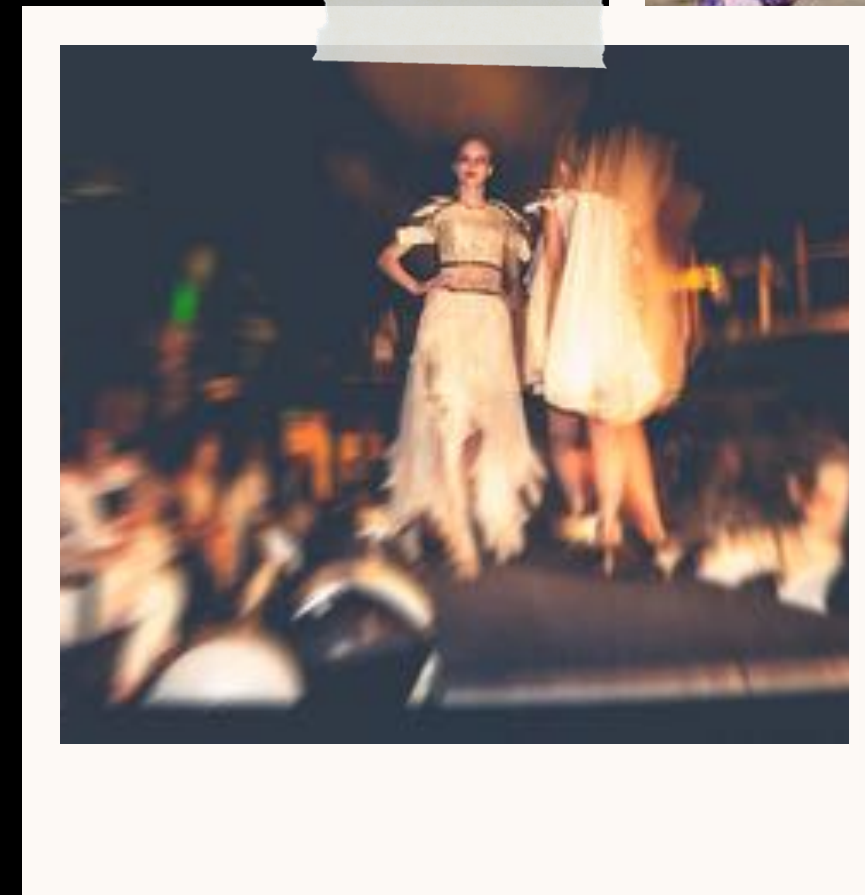
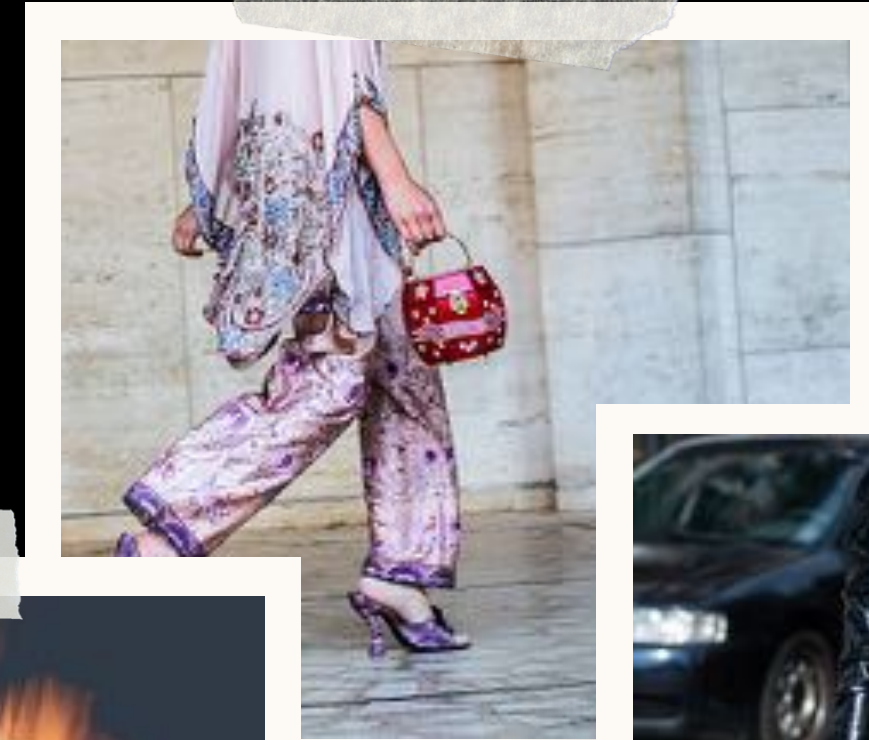


Según la investigación, España tiene el potencial de traer un espectáculo con marcas de lujo. Pero no es así, porque el país invierte más en su sector de experiencia, las marcas de moda rápida. Mientras las otras ciudades se abrían al mundo en los años 50, España se quedó atrasada durante la dictadura franquista y cerrada al comercio internacional. Además, la economía española se ha quedado recientemente debilitada por la crisis de 2008. Aun que despuntamos en algunos sectores como el bancario y el turismo, las grandes empresas de producción no ven el sistema fiscal español como un plan atractivo para invertir en el país.

Las principales ciudades de España, Madrid y Barcelona, tienen una gran audiencia y mercado para las marcas de lujo. Todas las marcas de lujo, como Gucci, Prada, Chanel, Fendi, Hugo Boss, Versace etc.; tienen sus tiendas en las principales avenidas de estas ciudades. Estas mismas tiendas son referencias en los desfiles de la semana de la moda de Paris, Milan, Londres y Nueva York.

Para satisfacer a este público, la lujosa clase A española, Madrid y Barcelona crearon sus propias semanas de la moda. La Mercedes Benz Fashion Week, la semana de moda de Madrid, tiene un gran reconocimiento de sus eventos por España y tiene la participación de grandes diseñadores españoles en los desfiles y eventos de la semana de moda. Por los más que esté intentando conseguir un gran reconocimiento mundial, aún no lo tiene, además de no tener la misma estructura de organización para adquirir reconocimiento, igual las semanas de moda de Paris, Milan, Londres y Nova York tienen. Ya en Barcelona, crearon el 080 Barcelona Fashion Week, es un evento que solo participan diseñadores catalanes y nos es tan reconocido por España o internacionalmente, es un evento que no se desarrolló aun en la industria de la moda.

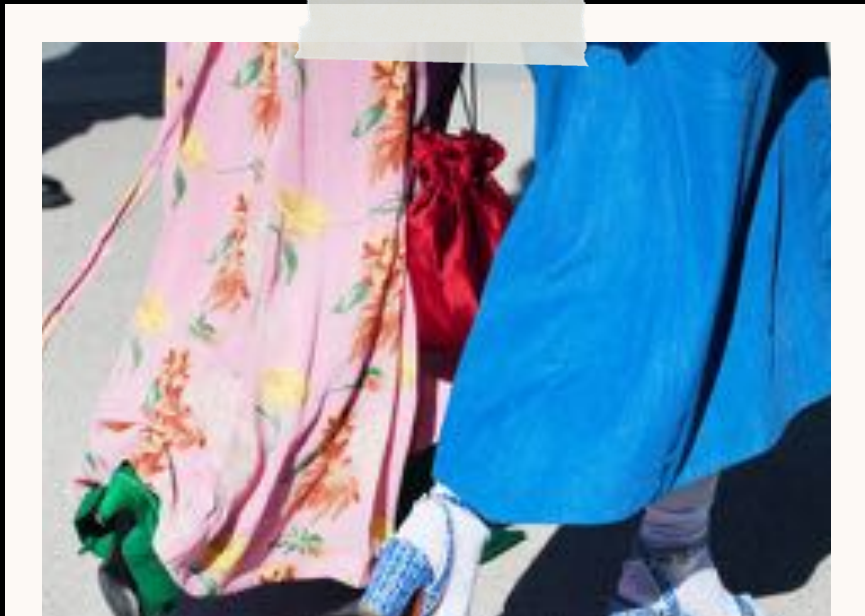
La cultura española destaca por su variedad y su riqueza. Barcelona se nutre de una combinación de la cultura española y de la histórica cultura catalana. Además, su conexión con el mediterráneo pone a Barcelona en el epicentro del comercio internacional para España. Esta pluriculturalidad le da a Barcelona el potencial necesario, con una buena organización y administración, para convertirse en una de las capitales de la moda de Europa y del mundo.

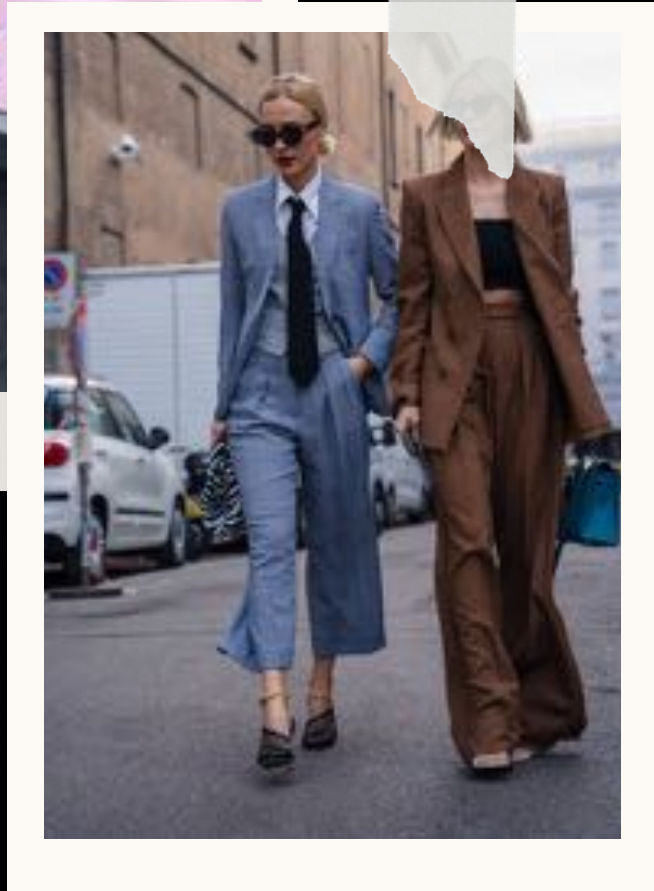
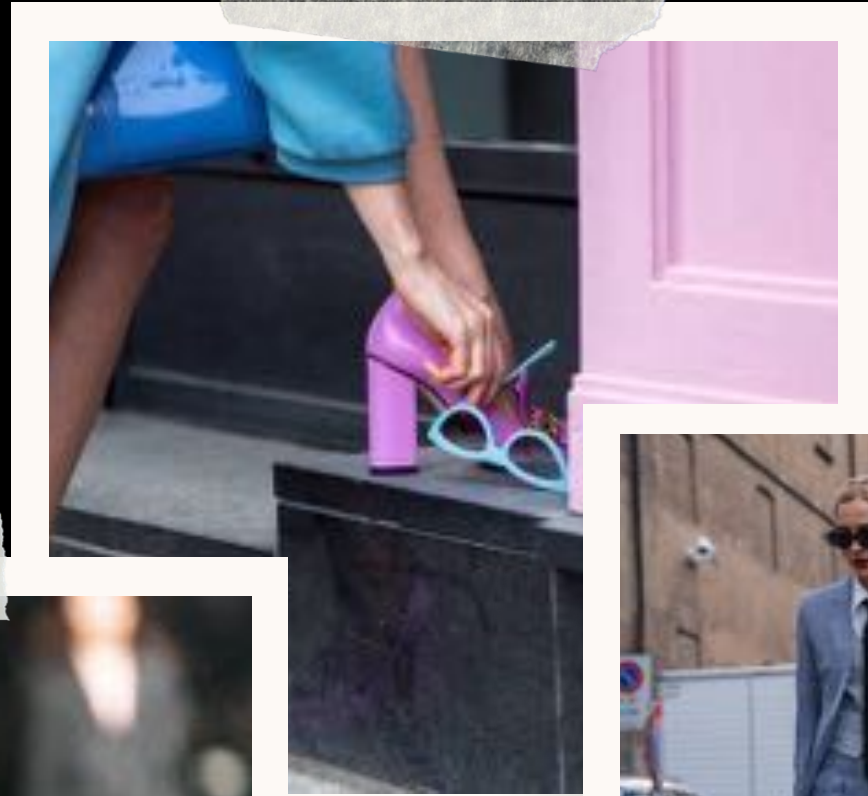




Al buscar "semana de la moda" en el diccionario, encontramos que significa una semana con eventos atributos relacionados con la industria de la moda. El término "Fashion Week" ya es conocido en todo el mundo, además muchas ciudades utilizan ese término para crear un evento relacionado a la moda, pero eso no significa que estos eventos sean mundialmente conocidos o oficiales. **El término "Fashion Week" es conocido y es utilizado mundialmente para intentar hacer referencia a las semanas de la moda mundialmente conocidas: París, Milán, Londres y Nueva York.**

Después de que las semanas de la moda de París, Milán, Londres y Nueva York se hayan convertido en referencias icónicas en todo el mundo, varias ciudades de todo el mundo han creado semanas de la moda, introduciendo "Fashion Week" en sus títulos para presentar al público la moda de su país o región. Algunas de estas semanas de la moda están dirigidas por grandes empresas de la industria de la moda y otras por el gobierno, pero **sólo las semanas de la moda de París, Milán, Londres y Nueva York están reconocidas como las semanas de la moda oficiales que influyen en la industria de la moda en todo el mundo.**





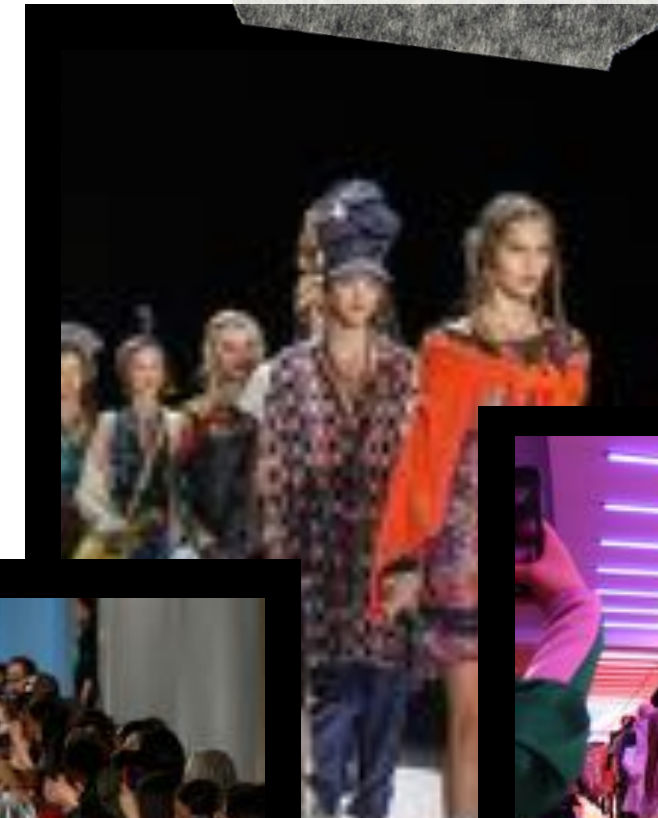
2. Descripción del proyecto →

b. Objetivos personales

El propósito de este trabajo es construir una propuesta para el Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y Gobierno de España, para crear una semana de la moda en Barcelona que sea reconocida internacionalmente como la 5 capital de la moda. Para lograr este principal objetivo, es esencial establecer una serie de metas que deben ser el centro de la labor.

Estamos hablando de un proyecto que es conocido internacionalmente como una referencia de moda en todo el mundo. Esta semana de eventos y desfiles de moda define las colecciones y tendencias de todas las marcas de moda del mundo. No sólo marcas de ropa, sino también cosméticos, joyas, zapatos, maquillaje y otras marcas. Además de ser una referencia para estos sectores mencionados anteriormente, la semana de la moda tiene una gran influencia política y una gran influencia en otros mercados, no sólo en el de la moda.

Muchos, al hablar de este evento, lo definen como inútil. Una gran parte de la población no sabe cuánta influencia e importancia tiene esta semana en toda la industria del comercio y la política. Hay tantos factores involucrados, pero no se notan con la relevancia que deberían y terminan pasando desapercibidos.



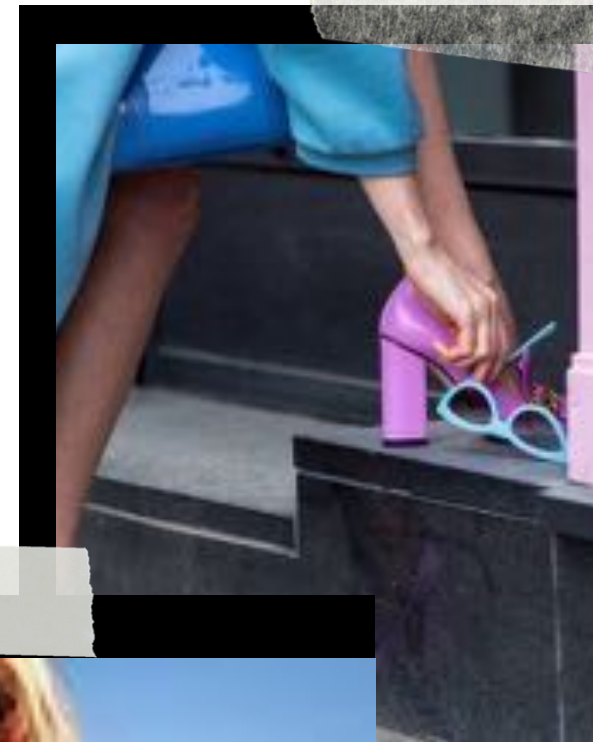
En España ya existen dos semanas de la moda: la Mercedes Benz Fashion Week (Madrid) y la 080 Fashion Week (Barcelona). ¿Y por qué crear la Barcelona Fashion Week? La 080 Fashion Week es una semana de la moda en la que sólo participan diseñadores catalanes y de marcas pequeñas. La Mercedes Benz Fashion Week, por mucho que esté adquiriendo reconocimiento internacional, no es un evento de la misma envergadura que las semanas de la moda de París, Milán, Londres y Nueva York. Por ello, se pensó en crear una semana de la moda que fuera reconocida mundialmente y que estuviera al mismo nivel que las semanas de la moda ya mencionadas.

Para crear esta semana de la moda en España, más concretamente en Barcelona, habrá que tener en cuenta por qué las semanas de la moda que ya existen en España no se han convertido en eventos de primer orden. Se cree en la hipótesis de que los problemas derivados de la historia de España podrían ser uno de los factores de complicación para la ejecución de un evento único, ya que España se considera un país aparte. Por ello, con la creación de la Barcelona Fashion Week queremos unificar el potencial de estas dos grandes ciudades para que la semana de la moda en el país tenga el reconocimiento que se merece.



Hasta el momento la ciudad de Madrid y la ciudad de Barcelona se han organizado independientemente para tener sus propias semanas de la moda. En cada ciudad también hay su propia fundación que organiza y paga una gran parte del evento. Al tenerlo separado de esta manera, ninguna de las dos ciudades se beneficia del éxito de la otra. **Este proyecto propone la unión de ambas para que los recursos tanto económicos como de organización del evento no se agoten repartiéndolos entre varios, sino que se focalicen en una única semana de la moda como evento internacional.**

Un gran factor diferencial importante es la inversión puesta en la creación y ejecución de cada semana de la moda en París, Milán y Londres. Además de contar con una gran financiación para la realización de eventos, cada uno de estos países ha creado una fundación que gestiona todas las organizaciones y eventos relacionados con la industria de la moda, algo que España no tiene. Madrid y Catalunya tienen fundaciones que ayudan los diseñadores y a la industria de la moda, pero España no tiene una fundación que represente el país todo en ayudar con la industria de la moda. Por ello, queremos proponer al Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y Gobierno de España, junto con la semana de la moda, una asociación centrada en la industria de la moda y los eventos de moda en España.



Como ya se ha mencionado, a través de una gran investigación sobre la historia de la moda y sobre las semanas de la moda en europea, se creará un proyecto para transformar España en la 5º capital de la moda, junto con las semanas de moda de París, Milán, Londres y Nueva York. Para que este proyecto se realice, seguiremos cuatro pasos:

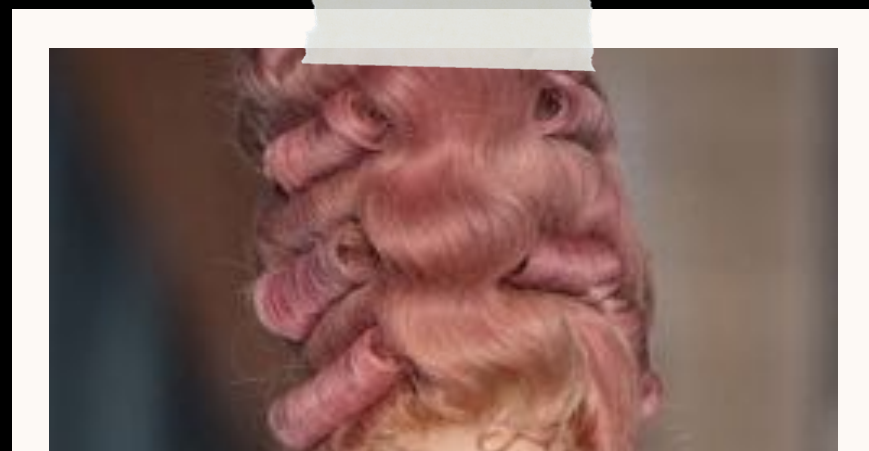
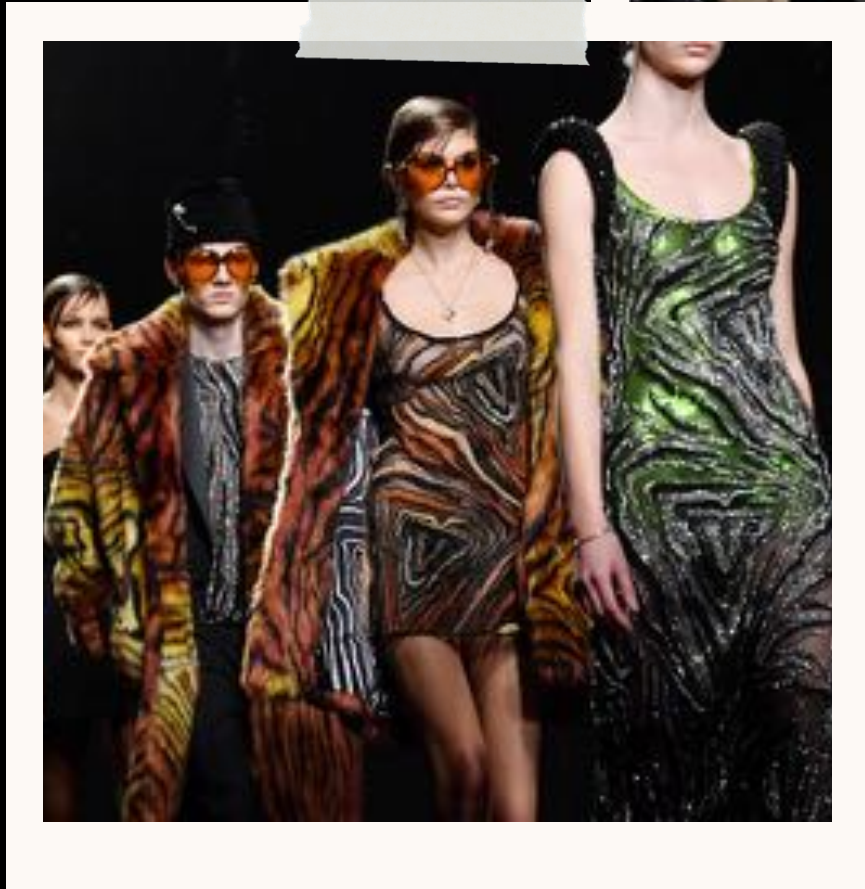


1. Analizar la historia de la moda y la Semana de la Moda.

2. Analizar por qué las semanas de la moda en España no tienen el reconocimiento mundial como las semana de moda de París, Milán, Londres y Nueva York.

3. Analizar si Barcelona tiene el potencial para desarrollar una Semana de la Moda a nivel mundial.

4. Crear una propuesta de semana de moda en Barcelona.



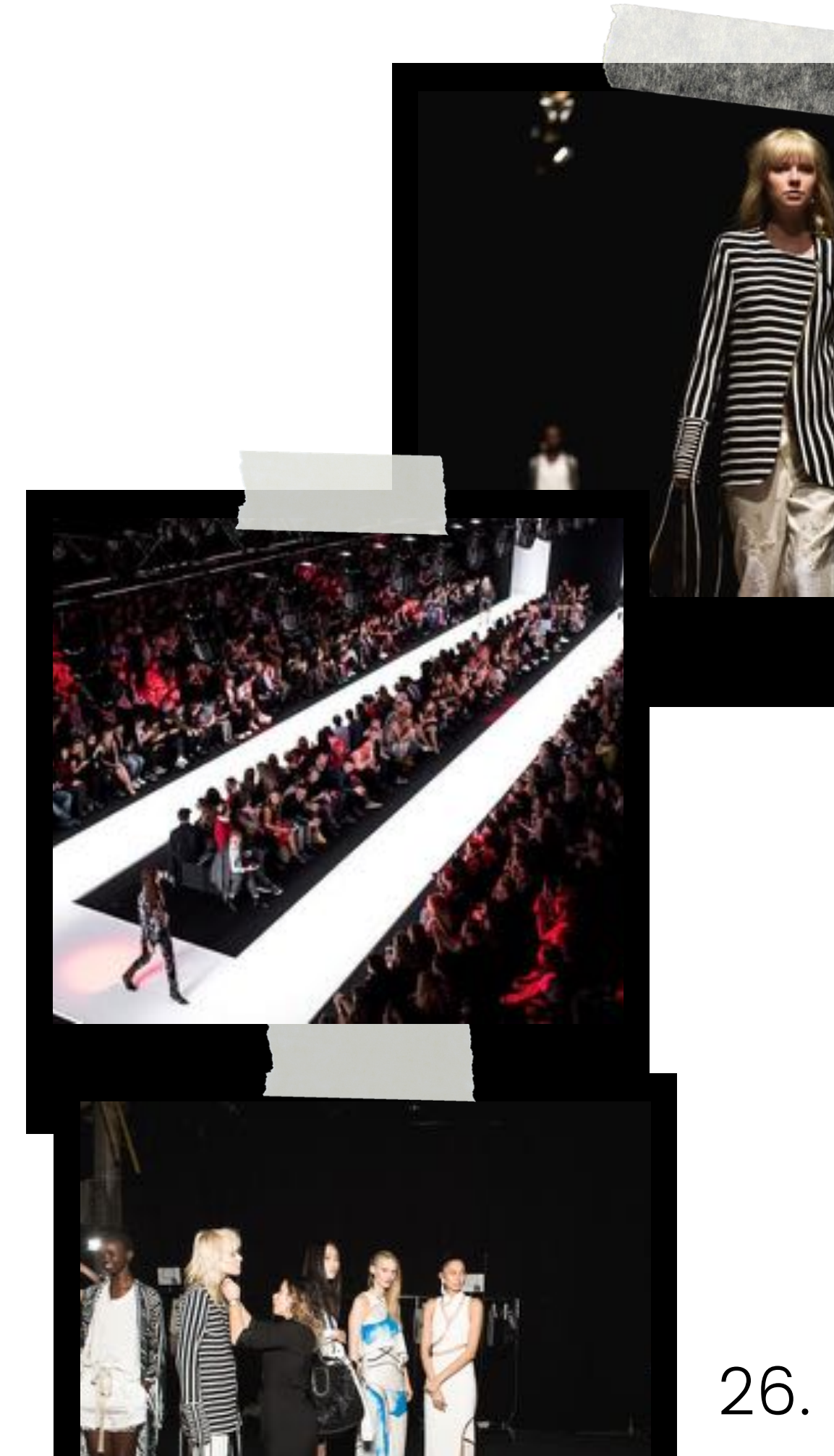
2. Descripción [→] del proyecto

c. Metodología que se emplea

Para ser eficaz en la creación de una propuesta de evento para la Semana de la Moda en España, pero precisamente en Barcelona, será necesario definir una metodología de investigación y trabajo. Para la creación de la propuesta de este evento se utilizará el método de investigación bibliográfica y el método de investigación de campo.

Para dar relevancia al evento que se creará, a través de libros y revistas de moda, se investigarán los siguientes argumentos: por qué las semanas de la moda en España no tienen el reconocimiento internacional como las semana de moda de París, Milán, Londres y Nueva York, si el mercado español tiene potencial para crear una semana de la moda, si la clase social de Barcelona apoya la creación de un evento de lujo y si España tiene vocación artística para crear este evento.

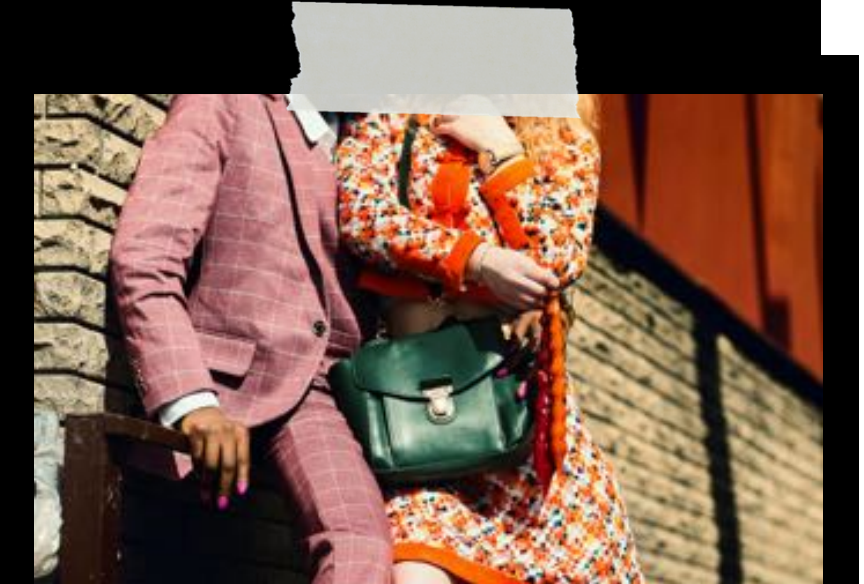
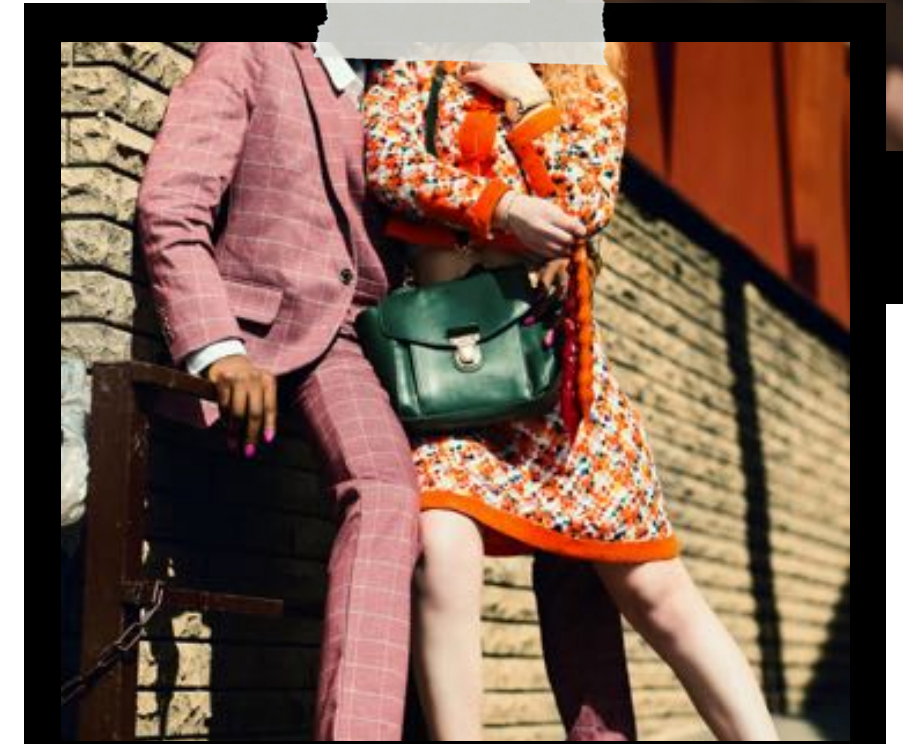
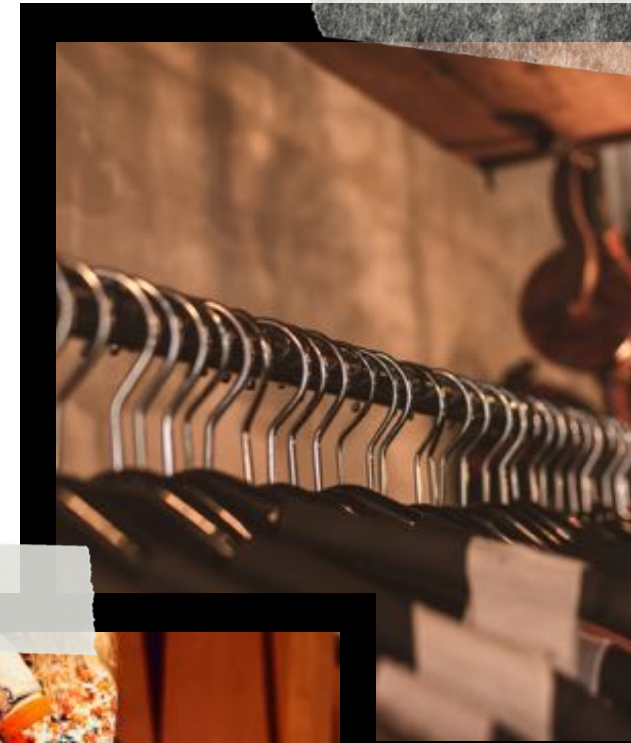
La investigación comenzará a desarrollarse a través de la historia del mundo de la moda y cómo se llegó a crear la tan famosa semana de la moda. A lo largo de este camino se investigará la historia de la semana de la moda, cómo se hace, por qué sólo se produce en las cuatro grandes capitales y por qué no se desarrolló igual en España. También se llevará a cabo una investigación en España y sus capitales para verificar la viabilidad de desarrollar la Semana de la Moda en Barcelona, que sea del mismo nivel que las 4 capitales de la moda.



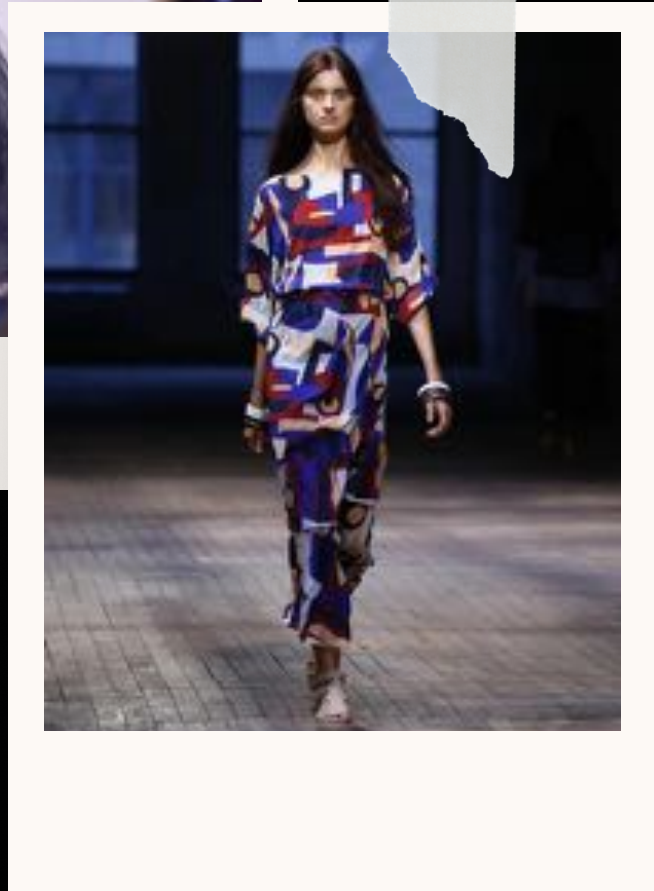
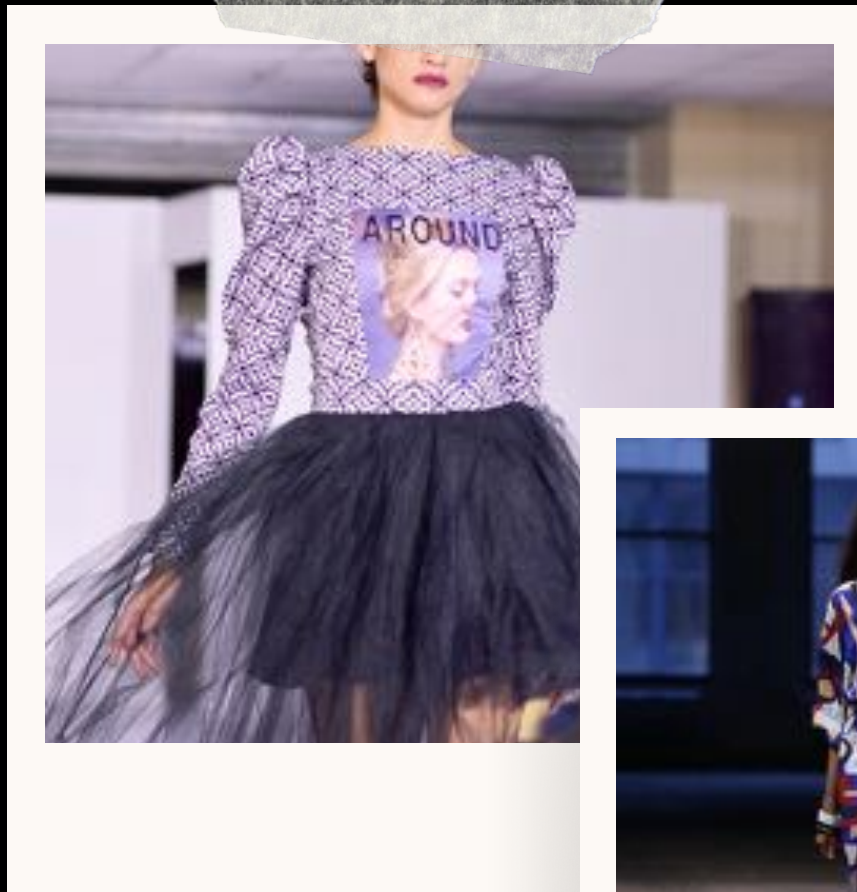
Cuando se termine la investigación a través de la metodología bibliográfica, se hará una investigación de campo para tener más profundidad en el tema. Los libros y las revistas pueden responder a muchas preguntas y preguntas sobre el pasado de este proceso, pero las entrevistas y los cuestionarios garantizan una respuesta actual a la encuesta en cuestión.

Por esta razón, se enviará un cuestionario de preguntas a las principales marcas que participan en este evento, diseñadores, empresarios de moda, trabajadores del área de la moda, a consumidores y blogueras. Además se realizará un estudio del macroentorno y del microentorno, un estudio amplio de la competencia y de los grandes eventos que se realizan en todo el mundo de la moda.

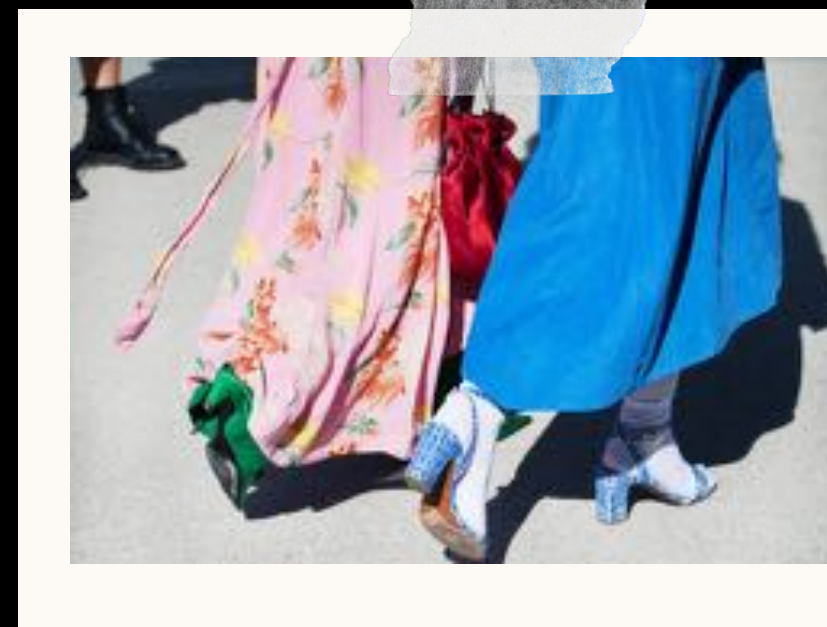
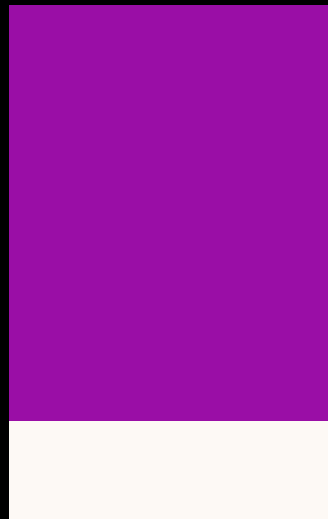
Sobre la base del resultado de este cuestionario, el estudio del macro y micro entorno, estudio de la competencia y los grandes eventos que se realizan en el mundo de la moda, se creará la propuesta de crear una Semana de Moda de nivel internacional en Barcelona. Se desarrollará un proyecto de los desfiles, los eventos, las marcas participantes, los lugares de celebración y entre otros factores. En esta propuesta desarrollaremos el evento de la semana de la moda, de principio a fin.



Análisis del contexto actual



visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday

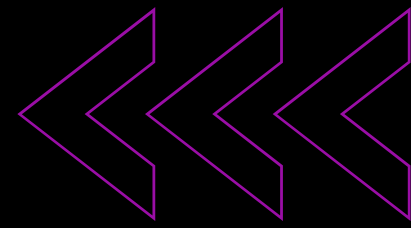


Macro Entorno

Analizamos las 10 principales semanas de la moda de todo el mundo, para entender mejor cómo funciona este mundo fashion. A través de esta investigación tendremos una mayor idea de cómo funciona el mundo de las semanas de la moda.

Micro Entorno

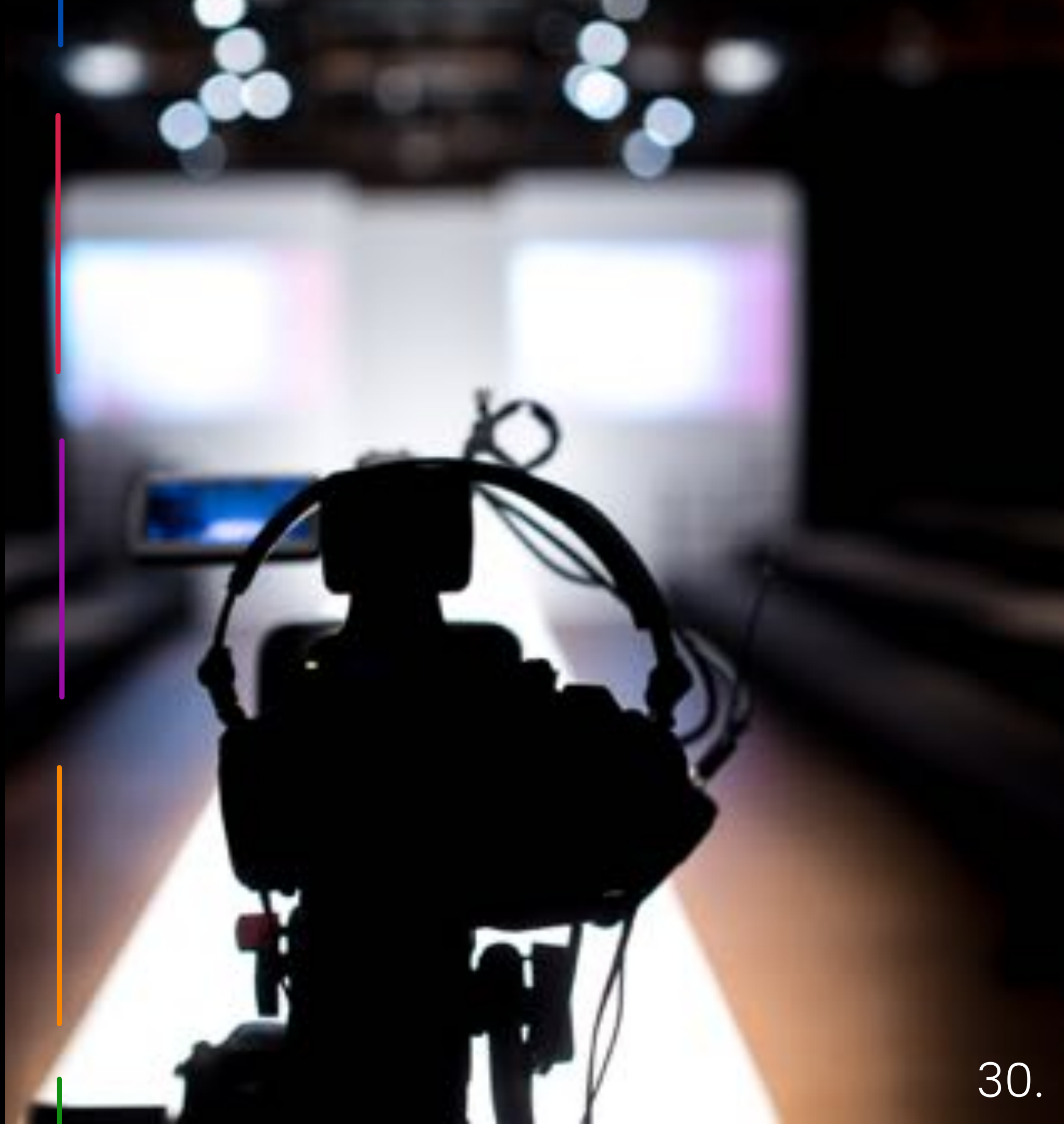
En el microentorno investigamos todo lo relacionado con la industria de la moda y la industria textil en España. Con esta investigación entenderemos mejor cómo funciona el mundo de la moda en España y su cultura.



3. Análisis del contexto actual

Macro entorno

El mundo del Fashion Week





Sobre el evento: La semana de la moda en París es uno de los principales acontecimientos del mundo de la moda. Las revistas, los periódicos, los directivos y presidentes de marcas, los famosos, las influencers más importantes de la industria de la moda esperan todo el año para poder ver marcas, como por ejemplo Chanel o Celine, desfilan sus nuevas colecciones. Durante esta semana tienen lugar los principales espectáculos y eventos de la industria de la moda francesa.

Lugar del evento: La semana de moda ocurre en París, cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: La Federación es la organización que vela, determina y dirige todos los asuntos relacionados con la moda en Francia. La Federación cuenta con un centenar de miembros, entre los que se encuentran las marcas más emblemáticas del panorama mundial. Se compone de tres Chambres Syndicales órganos centrales: Alta Costura, Moda Femenina y Moda Masculina.

Que marcas participan: Solo marcas francesas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: Los invitados son elegidos por la federación y por las marcas participantes del evento.

Financiación del evento: Una parte de la financiación del Paris Fashion Week viene de la federación de moda de Francia y la otra viene de las marcas participantes.





Sobre el evento: La semana de moda de Nueva York se encaja entre las principales semanas de la moda del mundo. En esta semana de moda se destacarán desfiles y eventos del mundo lujoso de la moda americana, que serán tendencia para la industria fashion estadounidense.

Lugar del evento: La semana ocurre en Nueva York, normalmente en Lincoln Center.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: Eleanor Lambert organizó el primer evento de moda, hoy el New York Fashion Week es organizado por la fundación IMG.

Que marcas participan: Solo marcas americanas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: Los invitados son elegidos por la fundación y por las marcas participantes del evento.

Financiación del evento: La semana de moda es financiada por la fundación IMG, y junto las marcas participantes.



Sobre el evento: El principal evento de moda que se celebra en Tokio es la "Rakuten Fashion Week TOKYO". Está organizada por la Organización de la Semana de la Moda de Japón (Organización JFW) y se celebra dos veces al año, en marzo y octubre.

Lugar del evento: La semana de moda tiene lugar en Tokyo, cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: Organización de la Semana de la Moda de Japón (Organización JFW)

Que marcas participan: Solo participan marcas japonesas en los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: Los invitados son elegidos por la organización JFW y por las marcas participantes del evento.



MILANO FASHION WEEK

Sobre el evento: La semana de moda en Milano es una referencia de tendencia por el mundo todo, milano es considerada una de las 4 capitales de la moda. En esta semana se desarrolla desfiles y eventos de moda que despiertan las nuevas tendencias y colecciones de los diseñadores italianos.

Lugar del evento: La semana de moda tiene lugar en Milan, cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: La Camera Nazionale della Moda Italiana es la asociación sin ánimo de lucro que disciplina, coordina y promueve el desarrollo de la moda italiana.

Que marcas participan: Solo marcas Italianas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: Los invitados son elegidos por la Camera Nazionale della Moda Italianay por las marcas participantes del evento.

Financiación del evento: Una parte de la financiación del Milano Fashion Week viene de La Camera Nazionale della Moda Italiana y la otra viene de las marcas participantes.



Sobre el evento: London Fashion Week es considerada una referencia mundial en el mundo de la moda de lujo. Durante esta semana de la moda participan marcas y estilistas británicos de renombre mundial que, a través de sus desfiles y colecciones, crean tendencias en todo el mundo. La plataforma digital de la London Fashion Week (LFW) es una plataforma que funciona todo el año y se actualiza constantemente para que los minoristas, los medios de comunicación y los consumidores puedan ver y comprar las colecciones. La plataforma seguirá siendo el centro digital oficial y será de libre acceso para todos, profesionales de la industria y consumidores de moda de todo el mundo, permitiendo la colaboración y uniendo moda, cultura y tecnología.

Lugar del evento: La semana de moda tiene lugar en Londres, cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: El British Fashion Council (BFC) reúne todas sus iniciativas bajo un paraguas que apoya el crecimiento futuro y el éxito de la industria de la moda del Reino Unido centrándose en tres áreas; Educación, concesión de subvenciones y la tutoría empresarial.

Que marcas participan: Solo marcas Inglesas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: Los invitados son elegidos por el British Fashion Council (BFC) y por las marcas participantes del evento.

Financiación del evento: Una parte de la financiación del London Fashion Week viene del British Fashion Council (BFC) y la otra parte viene de las marcas participantes.



BERLIN FASHION WEEK

Sobre el evento: La Semana de la Moda de Berlín se centra cada vez más en la moda sostenible y la tecnología de la moda, con plataformas digitales e híbridas. Los visitantes pueden esperar desfiles de moda, presentaciones, conferencias, charlas de expertos, nuevos formatos, actores fuertes, diseñadores nacionales e internacionales. En la Semana de la Moda de Berlín, entusiastas de la moda, compradores, visitantes profesionales y representantes de los medios de comunicación se reúnen en los desfiles y los premios, recaban información en las ferias, visitan exposiciones y eventos fuera del recinto.

Lugar del evento: La semana de moda se celebra en Berlín cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: La semana de moda es organizada por el Mercedes Benz Fashion Week y por la agencia NOWADAYS.

Que marcas participan: Solo marcas alemanas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: Los principales eventos de la Semana de la Moda de Berlín son accesibles solo para los representantes de prensa y compradores, así como para los representantes comerciales.

Financiación del evento: Desde 2007, el Departamento de Economía, Energía y Empresa del Senado/Projekt Zukunft ha apoyado activamente a la industria de la moda con subvenciones e inversiones por valor de más de 10 millones de euros y una amplia cartera de medidas.



AUSTRALIA FASHION WEEK

Sobre el evento: La MBFWA ofrece a los diseñadores una plataforma para conectar con una audiencia global de compradores, prensa y consumidores, con un programa de una semana de desfiles, presentaciones, eventos de la industria y mucho más.

Lugar del evento: La semana de moda ocurre en Sidney cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: La semana de moda es organizada por el Mercedes Benz Fashion Week.

Que marcas participan: Solo marcas Australianas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: La semana de moda es accesible solo para los representantes de prensa y compradores, así como para los representantes comerciales.

Financiación del evento: El MBFWA tiene como principal investidor el Mercedes Benz, pero por el tema del Covid, a partir de 2020 esta haciendo cambios y ira hacer una parceria con el Afterpay.



Sobre el evento: La semana de moda LAKMÉ, en India, ha dado a muchos diseñadores una oportunidad única de debutar en el mundo de la moda. La prestigiosa plataforma ha dado a conocer algunos de los nombres más conocidos de la industria, como Kallol Dutta, Rahul Mishra, Bodice, Nachiket Barve, Kunal Rawal, Masaba Gupta, Amrich: y muchos más.

Lugar del evento: La semana de moda ocurre en Nueva Delhi (India), cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: El Consejo de Diseño de Moda de la India es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para impulsar el negocio de la moda en la India y garantizar su crecimiento sostenible. Promueve y nutre a sus más de 400 miembros, que representan lo mejor de la moda india. Entre estos miembros se encuentran diseñadores y profesionales de la moda y los accesorios, instituciones educativas y empresas.

Que marcas participan: Solo marcas Indianas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: La semana de moda es accesible solo para los representantes de prensa y compradores, así como para los representantes comerciales.



LOS ANGELES FASHION WEEK

Sobre el evento: La Semana de la Moda de Los Ángeles se creó como una alternativa de la Costa Oeste a la Semana de la Moda de Nueva York. LA Fashion Week® es una organización dedicada a elevar el perfil de la moda en los Estados Unidos con el foco puesto en el surgimiento de Los Ángeles como una de las ciudades culturales más importantes del mundo. Fundada en 2010, y reconocida como la Semana de la Moda oficial de la ciudad de Los Ángeles, tal y como declararon el alcalde Eric Garcetti, el senador del estado de California Ben Allen y la Casa Blanca, por los programas e iniciativas de LAFW en materia de diversidad.

Lugar del evento: La semana de moda ocurre en Los Angeles cada desfile es en un local distinto.

Precio del evento: El evento es solo para invitados.

Organización del evento: La semana de moda es organizada por la organización LA Fashion Week.

Que marcas participan: Solo marcas americanas participan de los desfiles y eventos.

Quién son los invitados: La semana de moda es accesible solo para los representantes de prensa y compradores, así como para los representantes comerciales.



Macro entorno

La industria Fashion



La industria de la moda se divide en dos grandes sectores: **la moda de lujo y la moda informal**, la del día a día. La moda informal presenta mayor demanda y cuenta con una principal ventaja en el mercado: una gran variedad de nichos en los que se puede desarrollar, ya la moda de lujo es un mercado muy específico y tiene su ciclo muy cerrado. La industria de la moda, y por consecuencia la sociedad, ha destinado un atuendo particular para cada espacio y tiempo, cada rol y función; sesgando aún más al público consumidor de cada nicho en la industria fashion.

Esta industria es sumamente grande y está **compuesta por diseñadores, productores textiles, modelos, comerciantes y consumidores que tienen como único elemento en común cualquier producto de uso personal: prendas de vestir, calzado o complemento.**

La industria de la moda tiene una gran influencia en el mundo, especialmente en el ámbito social. **La moda determina las tendencias y el comportamiento entre la sociedad, todo gira en torno a la forma de vestir y la imagen que se transmite, y el comportamiento también se ve influido por ella.**

Influencer del mundo todo como: Chiara Ferragni, Lala Rugde, Thassia Naves, Camila Coello, Julieta Padrós, Ares Aixala, Nicolette Mason, Julia Engel, Gary Pepper, Wendy Nguyen y Lovely Pepa y muchas otras son **ejemplos de personas que crían tendencias y influencias dentro del mundo de la moda.**

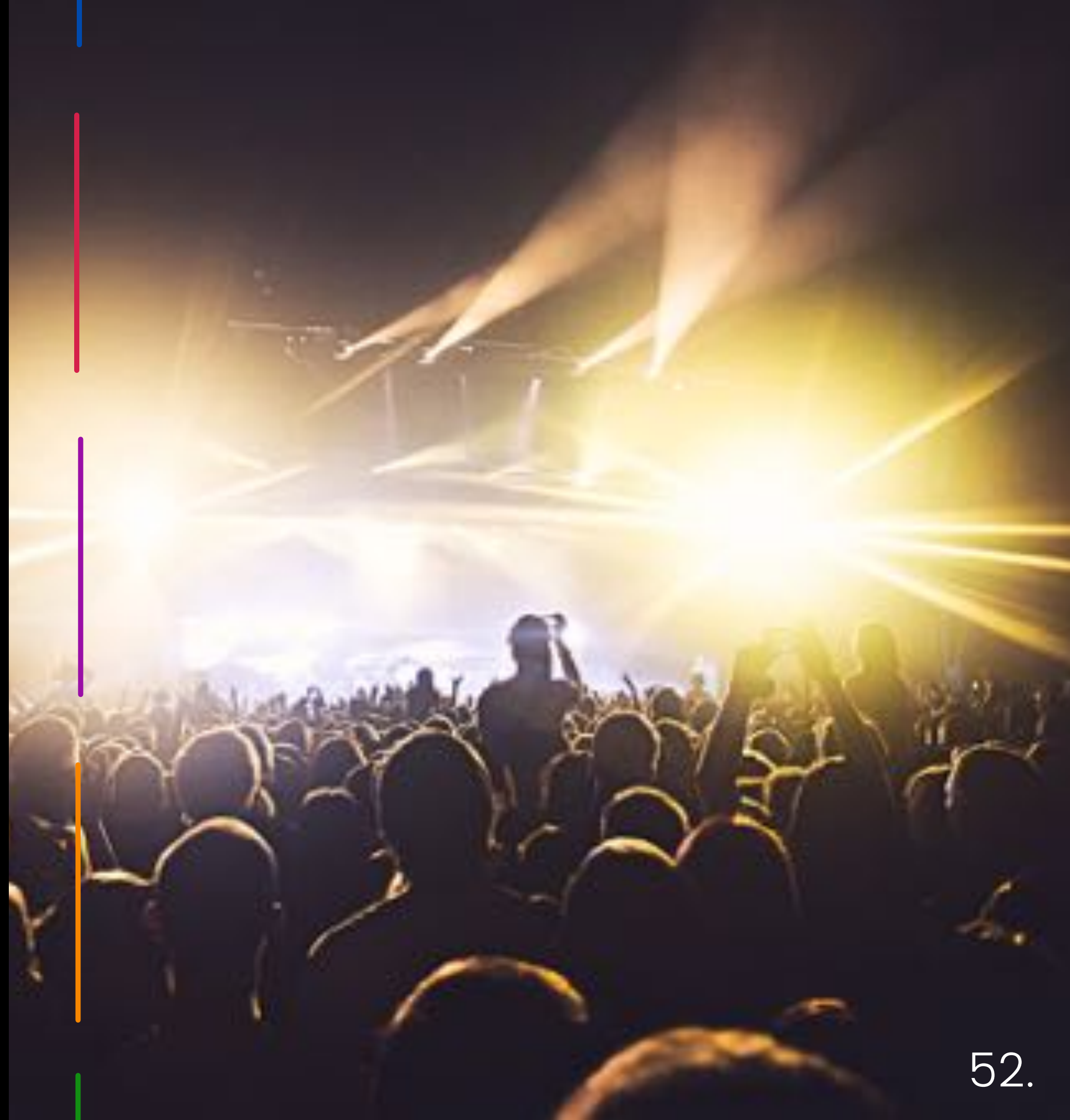
Las marcas de lujo que participan en las semanas de la moda son extremadamente importantes para la industria textil y de la moda, no sólo para la industria de la moda de lujo. **Es en estas semanas cuando se crean contenidos por parte de influencers, youtubers y famosos para crear tendencias en todo el mundo.** Grandes empresas textiles como: Inditex, HM, C&A, Primark, Tesco, Mango y otras crean sus colecciones y sus inspiraciones a partir de estas semanas de la moda.

No son sólo las semanas de la moda las que influyen en la industria de la moda, hay muchos factores que influyen y hacen que esta industria genere millones cada año. Las diferentes influencias culturales también animan y exploran la moda, inspiran e innovan la moda, y unen las diferentes culturas en un solo mundo.

Aunque la moda se divide entre moda de lujo y moda informal, y son muy diferentes, se complementan. **Los dos extremos de la industria de la moda se unen y forman un único estilo: la moda.**

Macro entorno

Los eventos y los festivales



Lo anteriormente mencionado es las mejores Semanas de la Moda del mundo, pero la industria de los eventos es mucho más que eventos de moda. Los principales festivales del mundo son: Rock in Rio, Lollapalooza, Tomorrowland, Coachella, Fuji Rock Festival, Sziget, Glastonbury, Oktoberfest, Festival de la Tomatina, Larga Noche de los Museos, Día de los Muertos en México, Carnaval de São Paulo, Día de San Patricio y Mercado de Navidad de Zagreb.

Los eventos generan millones de dólares al año, es un sector muy importante en el mundo, el consumidor paga mucho dinero para ver a su cantante favorito, o para participar en las fiestas navideñas o incluso en los carnavales de la cultura sudamericana.

Los festivales de música atraen a turistas de todo el mundo, generando un aumento en la economía de diferentes ciudades y países. Son millones en entradas, hoteles, restaurantes, tiendas y entre varias otras industrias que se benefician de estos festivales. Pero cuando se habla de grandes eventos corporativos o de moda, son millones las industrias que se benefician de estos eventos, porque los eventos generan conexión entre industrias donde cada una depende de la otra.

Con la llegada de la COVID-19, el sector de los eventos dejó de generar dinero para las empresas, y muchas de ellas quebraron debido a la prohibición de la realización de eventos y festivales.

La tecnología salvó al sector de los festivales y eventos durante la pandemia de Covid-19. Para sobrevivir a la pandemia todos los eventos se adaptaron a la red, especialmente los de moda (desfiles de la Semana de la Moda) y los festivales de música. Es muy difícil que estas industrias continúen desarrollándose cuando el mundo practica la distancia social, y por eso tuvieron que desarrollarse.

Aprovechando que los medios de comunicación social y las redes sociales son una tendencia mundial, los productores de eventos y festivales tuvieron que reinventarse a través de estos medios y crear conexiones con su público mediante experiencias digitales.

Gracias a lo digital, los festivales de música y los grandes eventos generan 1,6 millones de dólares al año para la industria de los eventos. Por mucho que haya encogido un poco la economía de esta industria, el mundo digital ha ayudado a generar millones y a reinventar la industria de los eventos.

Macro entorno

Economía en el mundo
fashion y de los eventos.



La industria de la moda mueve cada año 2,4 billones de dólares (2,2 billones de euros) en el mundo, emplea a aproximadamente 75 millones de personas. Es una industria que crea puestos de trabajo para muchas personas y aporta millones de dólares cada año a muchas industrias diferentes: como la industria del comercio, la industria textil, la industria tecnológica y otras.

Las grandes industrias invierten aún más en el crecimiento de sus tiendas y empresas, y en consecuencia, en el crecimiento de sus empleados. Como la ropa, el calzado y los accesorios son atributos necesarios para la población, el mercado de la moda es un mercado que sólo crece, porque es necesario dentro de la sociedad.

Con la existencia de la moda de lujo, se genera aún más dinero para la industria de la moda, esto ocurre principalmente por el estilo de vida que estas marcas aportan y abarcan al consumidor. De este modo, los consumidores acaban invirtiendo cada vez más en su imagen y en su forma de vestir, lo que aporta aún más beneficios a la industria de la moda.

Los festivales de música y los grandes eventos, como ya se ha mencionado, generan alrededor de 1,6 millones de dólares al año para la industria de los eventos. El sector de los eventos genera millones cada año para diferentes tipos de empresas, por lo que las grandes compañías invierten en patrocinio y publicidad para estos eventos.

Con la evolución del mundo digital y la adaptación que la industria de los eventos tuvo que hacer con el online, fue posible salvar la industria de los eventos después de la pandemia de COVID-19. La organización de eventos y livestreams durante la pandemia generó millones de visualizaciones y crecimiento económico para artistas y marcas, aunque la adaptación al principio fue un shock para este mercado, fue una gran evolución y transformación para el mismo.

Macro Entorno

Foi analizado as 10 principais semanas de moda do mundo todo. para entender melhor como funciona esse mundo fashion. Atravez dessa pesquisa iremos ter uma noção maior de como funciona o mundo fashion das semanas da moda.

Micro Entorno

No micro entorno foi pesquisado tudo sobre a industria da moda e a industria textil na Espanha. Com essa pesquisa iremos entender melhor como funciona o mundo da moda na Espanha e a sua cultura.



3. Análisis del contexto → actual

Entorno Político

La moda, nacida a finales de la Edad Media, surgió con vocación lúdica y estética. En este sentido, nació como una institución apolítica. A partir del siglo XIX, la vestimenta y el aspecto se han utilizado para expresar ideas políticas y sociales: la barba y el pelo largo de los jóvenes bohemios y de los poetas románticos, y más tarde, en la década de 1960, los atuendos inconformistas de los jóvenes que se rebelaban contra el sistema. Pero la moda también ha servido para avanzar en la emancipación de las mujeres. Este es, en particular, el significado que tuvo en la década de 1920 la revolución de Chanel, que aspiraba a construir un nuevo estilo destinado a una mujer moderna y activa que hacía deporte, trabajaba y conducía un automóvil.

La moda en España no escapa mucho a esa realidad e es totalmente conectada con la política. El Ayuntamiento de Madrid y el Ayuntamiento de Barcelona son responsables de la organización y financiación de los eventos: Mercedes-Benz Fashion Week y 080 Barcelona Fashion Week respectivamente. Para la organización y ejecución de cada semana de la moda, los ayuntamientos de las dos mayores ciudades del país son responsables de principio a fin.

Entorno Politico

El Ayuntamiento de Madrid financia y ejecuta, junto con otros patrocinadores, todas las ediciones de la Mercedes-Benz Fashion Week. El gobierno de Madrid es responsable de la logística, la comunicación, la organización, la creación, el desarrollo y la financiación de la semana de la moda. Cada uno de estos ámbitos tienen leyes que protegen y ayudan a desarrollar una buena organización en el sector de la moda en el país. Además, el gobierno de Madrid crea tendencias políticas en los desfiles, como la integración de negros, GLBTS y modelos de tallas grandes.

La elaboración de la legislación europea relativa a los diseños está estrechamente relacionada con la historia de la industria textil. La iniciativa de armonizar las legislaciones sobre diseños vigentes en Europa llevó a elaborar el Reglamento sobre los dibujos y modelos comunitarios, que entró en vigor en 2002. El Reglamento sobre los dibujos y modelos comunitarios prevé protección sólo para los diseños que sean nuevos y tengan carácter individual. El grado de diferencia visual con respecto a los diseños conocidos, detectado al comparar dos diseños y examinado desde la perspectiva de un usuario informado, es el único criterio definitivo para determinar si un diseño puede protegerse o no. Las diferencias entre dos diseños que pueden parecer leves a un observador casual, como la colocación de los botones, la forma de un cuello o el largo de una falda, pueden producir una impresión global completamente distinta a ojos de un usuario familiarizado con la moda.

Entorno Político

La Ley 17/2001, del 7 de diciembre, de Marcas, es necesaria para la protección de las empresas en España. Esa ley delimita las competencias que en materia de propiedad industrial corresponden a las Comunidades Autónomas y al Estado, incorporar la legislación española de marcas las disposiciones de carácter comunitario e internacional y obedece a la conveniencia de introducir en nuestro ordenamiento jurídico ciertas normas de carácter sustantivo y procedimental. Para proteger las marcas existen asociaciones como Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA) y la asociación internacional para la protección de la propiedad industrial (AIPPI).

La protección sobre el diseño industrial (Ley 20/2003, de 7 de Julio), pretende proteger al diseñador en la producción de sus materiales, para que no sean copiados o difamados. Todo diseño que cumpla los requisitos establecidos en esta ley podrá ser protegido como diseño registrado mediante su inscripción, válidamente efectuada, en el Registro de Diseños. El Registro de Diseños tendrá carácter único en todo el territorio nacional y su llevanza corresponderá a la Oficina Española de Patentes y Marcas, sin perjuicio de las competencias que en materia de ejecución de la legislación de propiedad industrial corresponden a las comunidades autónomas, según se establece en esta ley. Según datos encontrados en la Oficina de Armonización de Mercado Interior (OAMI), oficina europea encargada del registro de marcas, el 84% de los diseñadores que participan de la Mercedes-Benz Fashion Week cuentan con su marca registrada.

Entorno Politico

Estas leyes citadas, también son seguidas y reforzadas en Catalunya. Para el desarrollo de la 080 Barcelona Fashion Week, el ayuntamiento es responsable de la ejecución del evento, de principio a fin. El gobierno es responsable de la logística, la comunicación, la organización, la creación, el desarrollo y la financiación de la semana de la moda, como el gobierno de Madrid. El ayuntamiento cuenta con la ayuda de marcas e algunas empresas privadas para la financiación del evento, pero el principal responsable es el ayuntamiento. Por eso gran parte de la financiación, concretamente el 80%, proviene del ayuntamiento de Barcelona para el desarrollo de esta semana de la moda. Como el ayuntamiento de Madrid, la Generalitat también desarrolla tendencias políticas necesarias en Catalunya en los desfiles.

La política utiliza mucho las tendencias de la moda para infiltrar circunstancias políticas en la sociedad. Este proceso de politización de la moda se ha acelerado. De hecho, estamos en un momento en el que muchas marcas se comprometen con causas políticas e ideales humanistas. Lo demuestran las que luchan por combatir el racismo contra los negros o los gitanos, o las que denuncian la falta de diversidad en la moda y la escasez de modelos de color en las pasarelas de los desfiles. Gucci y Prada han lanzado recientemente algunos proyectos centrados en la diversidad y la inclusión.

Entorno Politico

Los eventos nacionales e internacionales realizados en las grandes ciudades de España, como Barcelona y Madrid, también ayudan el desenvolvimiento político del país, con la economía y, además, da reconocimiento al país. Estos eventos hechos en la ciudad, principalmente internacionales, ayudan a desenvolver la economía, el mercado del evento, el turismo y el reconocimiento del país.



Entorno Económico

Construir un evento de moda de extrema relevancia e importancia para el mercado de la moda debe estar bien planificado y ejecutado, y para ello es de suma importancia una amplia inversión financiera. **La realización de un evento de esta envergadura requiere una gran inversión de dinero, ya que son muchos los gastos necesarios para una actuación perfecta durante la semana de la moda.** Cada detalle es esencial y el dinero invertido se distribuirá en: alquiler de las localizaciones de los desfiles o de cualquier evento durante la semana de la moda, ejecución y producción de los desfiles, material logístico y producción para los eventos de las modelos que participan en los desfiles, producción y distribución de la comunicación de la semana de la moda, distribución de las invitaciones y otros detalles.

Una Semana de la Moda como la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid cuesta (cada edición) unos tres millones de euros. Este dinero no lo ponen enteramente la comunidad o Mercedes Benz, aunque lleve su nombre. **El sistema de financiación es mixto y es la única pasarela del mundo en la que se hace así: el 65% del dinero lo aportan los patrocinadores, el 30% el propio Ifema y el 5% restante lo ponen los diseñadores, pagando el canon que les permite desfilan en Mercedes Benz Fashion Week Madrid.**

Entorno Económico

Estos porcentajes son sumas muy grandes para ambos. Mercedes Benz, L'Oréal e Inditex son los principales contribuyentes privados, junto con otros más pequeños como Solán de Cabras, Samsung, Iberia Codorniú o Ciroc. Son responsables de cubrir casi dos millones de la cifra final, siendo la imagen de Mercedes Benz asociada al lujo y el apoyo a la moda española por parte de Inditex los más importantes.

La organización IFEMA aporta 900.000 euros en cada edición. Este dinero procede de las arcas públicas, con un consorcio formado por el Ayuntamiento de Madrid, la Comunidad Autónoma, la Cámara de Comercio y la Fundación Monte Madrid. Lo que queda lo pagan las propias marcas que participan en el evento (unos 4.000 euros por empresa), de lo contrario no se puede desfilarse en la #MBFWM. Para ello cuentan con el apoyo de ACME (Asociación de Creadores de Moda de España), que solicita ayudas al ICEX para sus asociados, financiando habitualmente alrededor del 50% de la muestra y apoyando a los nuevos diseñadores con menos experiencia y fondos. A los diseñadores no se les exige crecimiento comercial o creación de empleo en España para poder desfilarse, sólo el pago de la tasa.

Entorno Económico

Ya en la nacional semana de moda en Barcelona, La 080 Fashion Week, se financia con unos 1,3 millones de euros para cada edición. La mayor parte de esta financiación es dinero público de la Generalitat de Cataluña, a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda. Un pequeño porcentaje es financiado por las marcas que participan en el evento como: Custo, Maite By Lola Casademunt, Txell Miras y Esaú Yori, así como nuevas marcas de diseño que están llevando la moda lenta a la semana de la moda. Y el porcentaje restante es financiado por grandes marcas como: Redken, Thuya y NIX que se encargaron de la producción de peinados y maquillaje. También cuenta con la ayuda de la empresa de cava Mistinguett y el pueblo Roca, así como la colaboración de Casa Viva, Font Vella, Rowenta, Delfy Professional, Cointreau, Catànies y Born Rosé.

La 080 Fashion Week lleva ya 25 ediciones en la capital catalana y en 2020 tuvo su primera edición 100% online. Se trata de un gran evento que está creciendo en Catalunya, pero que todavía no puede compararse con los grandes y renombrados eventos de moda del mundo.

Entorno Económico

Eventos como el Fashion Week son apenas una pequeña porcentaje del dinero invertido en el mundo de la moda. El sector de la moda representa un pilar económico y social en España. Las empresas del sector son un dinamizador económico fundamental, generando el 2,8% del PIB nacional y contribuyendo en un 4,1% al mercado laboral, de acuerdo con la búsqueda de datos. Toda la cadena de valor contribuye a generar este nivel de actividad: desde la producción textil y confección hasta la comercialización de las prendas, pasando por otros agentes vinculados como logísticos o intermediarios, que dependen en gran medida de la actividad generada por el sector de la moda. Además, su relevancia traspasa las fronteras: suponen el 9% de las exportaciones y atraen el 13% del turismo mundial de compras. El sector de la moda genera seis mil millones de euros en impuestos: tres mil setecientos millones en IVA, dos mil millones en cotizaciones a la Seguridad Social y trescientos treinta millones en Impuesto de Sociedades de acuerdo con la búsqueda de datos.

La industria fashion crea empleo en numerosos municipios de la geografía española y, principalmente, en municipios de la Comunidad Valenciana, Cataluña, Galicia, Andalucía y Castilla la Mancha. Estas regiones concentran el 70% del empleo de la industria textil, de confección y de calzados. Representa una oportunidad laboral para personas en riesgo de exclusión social o trabajadores no cualificados. El sector de la moda da empleo a dos de los ciclos de formación profesional con más matriculados: administración y gestión y comercio y marketing.

Entorno Económico

La moda contribuye de forma esencial a afrontar varios retos sociales de nuestros días. En primer lugar fija y descentraliza población en diferentes provincias de nuestra geografía, consolidando un tejido productivo sostenible y permitiendo el relevo generacional en muchas regiones. Además, la industria es referencia en la inserción de la mujer al mundo laboral (55% de los empleados son mujeres) y en la igualdad en puestos directivos en empresas líderes del sector. Por último, representa una oportunidad laboral para grupos en riesgo de exclusión social, como trabajadores de baja calificación.

La industria de la moda global é uma das maiores industrias que existe. El sector manufacturero global del textil, la confección, la piel y el calzado tenía, en 2018, al alrededor de 300 millones de trabajadores. En su conjunto, la industria de la moda genera un negocio de un billón de euros, dos veces mayor que la de equipos informáticos y electrónica, que genera alrededor de 200.000 millones de euros anuales.

De acuerdo con datos de 2019 las ventas internacionales de moda en España sumaron 1440,99 millones de euros, incluyendo prendas de vestir, tejidos y diferentes materiales, según dio a conocer el Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Ya las exportaciones de moda alcanzaron un valor de 15 001,76 millones de euros, mientras que las importaciones fueron de 18 911,75. Las exportaciones de marroquinería registraron 95,84 millones de euros y las ventas internacionales de calzado llegaron hasta los 21,83 millones de euros en el año de 2019, que resume una pequeña parte de la importación Española.

Entorno Económico

De acuerdo con datos, la moda factura 8,8% de las exportaciones españolas, pero en los últimos años, el mercado de la moda entro en desaceleración en la producción y las ventas en la industria textil. Eso empieza por el cambio de los hábitos de los consumidores, por la grande polarización de las marcas y los cambios de ventas por ventas online (que suponen 10% de la facturación del sector en 2018). El número de ocupados en en la industria textil, la confección y el calzado fue de 157.500 personas en 2018. Ya en 2020, el mercado textil se complico mucho, por el tema del COVID -19, fue un año muy difícil para el mundo fashion. La porcentaje de la facturación general disminuyo mucho, pero dentro da la facturación que obtuvieron, las porcentajes de las compras online crecieron mucho.

La pandemia COVID-19 es la mayor amenaza sanitaria y social a la que España se ha enfrentado en las últimas décadas. El sector de la moda, que cuenta en 2019 con un volumen de ingresos un 20% inferior respecto al de 2007, se espera que tenga una caída de unos 40% adicional en 2020, según las noticias. Lo único positivo que salió de esta situación de extrema complicación fue el aumento de las ventas del comercio electrónico. La facturación a través de ecommerces ha crecido un 200% en ventas en España, alcanzando unos 50.000 millones de euros en ventas.

La industria de la moda facturó alrededor de 18.000 millones de euros en 2019, teniendo un incremento del 1,2% respecto al año anterior (2018). Con la pandemia de COVID-19 en 2020, la industria de la moda tuvo una recaída del 25% de sus ventas, que se esperaba que fuera un porcentaje mayor, pero no tuvo una recaída tan drástica debido a las ventas online.

Entorno Social

La moda española se ha convertido, en los últimos años, en un referente mundial. No sólo destaca en las pasarelas, sino que también lo hace en todo el mundo por sus costumbres y su estilo único y fashionista. Decir Made in Spain en el mundo de la moda supone dar un valor diferencial al producto, incluso en comparación con países con más tradición, especialización y prestigio, como París, Milán o Londres.

Hablar de España como paraíso de la moda de lujo era impensable hace unos años. Aunque España siempre ha contado con diseñadores de prestigio - como: Juanjo Oliva, Ángel Vilda, Custo y David Dalmau, Júlia G Escibà, Maite Gassó, OscarLeon, Davidelfin, Adolfo Dominguez, Andres Sarda y ZD Zero Defects - la industria de la moda rápida es predominante y de referencia en el país español, lo que dificulta el liderazgo del mercado de la moda de lujo.

Sin embargo, hoy en día hay cada vez más marcas o cadenas de moda que multiplican exponencialmente su volumen de negocio cada año, y así crean competencia de mercado para otro tipo de moda en España. Además de las marcas de fast fashion -como Zara, Mango, Corte Inglés, Oysho, H&M, Stradivarius y entre otras - están creciendo, marcas como Custo y Cero Defectos están abriendo las puertas al mercado de la moda lenta en España. Las marcas españolas de fast fashion y las marcas españolas de slow fashion están representando al país a nivel internacional y abriendo el mercado de la moda a España.

Entorno Social

El estilo informal y relajado es el referente de la población española. Los españoles tienden a vestir con ropa más informal, pero siempre con referencias fashionistas y tendencias que están de moda. Tanto los jóvenes como los mayores llevan camisetas, vaqueros y bambas, looks básicos que con un detalle o otro se convierten en looks elegantes y modernos para el día a día, para una noche de fiesta o incluso para ir a trabajar. Estos datos ya no dependen de la clase social del individuo, porque las marcas de moda rápida y las de lujo se adhieren a un estilo más básico y fashionista.

Los mayores y principales influenciadores y bloggers de tendencias y moda en España son: Aida Domenech (@dulceida), Gala Gonzales (@galagonzales), Paula Echevarria (@pau_eche), Paula Gonu (@paulagonu), Laura Escanes (@lauraescanes), Sara Escudero (collagevintage) y Natalia Cabezas (@trendy_taste). Cada una de estas mujeres increíbles tienen más de 10mil seguidores en sus perfiles en instagram, que es su principal plataforma de conexión y trabajo. Además crean una conexión con cada una de sus seguidores, que las hacen siempre seguir o enganarse con sus tendencias.

Además de las influenciadores y blogueras en instagram, existen las chicas que empezaron por youtube y hoy son ejemplos de tendencias e influencias. Algunas de las principales youtuber en España son: Patry Jordan, Dulceida, Paula Gonu, Manu Ríos, Dare to DIY, Grace Villarreal, Marta Riumbau, Sara Sabaté, Arantxa Cañadas, Sara Baceiredo, María Pombo, Teresa Sanz, Alexandra Pereira, Aretha La Galleta, Secrets and Colors by Miriam Llantada, Marta Carriedo, Bartabac mode, Peeptoes, Marta Lozano, Lady Addict.

Entorno Social

En youtube el engagement es distinto que el del instagram, pues solo puedes interactuar vía los comentarios en los videos, por eso muchas de las youtubers crearon plataformas en el instagram para poder tener un engagement más cercano con sus seguidores. Algunas de las youtubers, además de transformar se en influenciadores, crearon su propia marca, como fue el caso de la youtuber Aretha La Galleta, que creó su marca Thá.

Los actores y actrices más famosos en España son: Elena Martín, Max Grosse, Greta Fernandez, Eduard Fernández, David Verdguer, Miki Esparbé, Nausicaa Bonnín, Antonio Banderas, Penelope Cruz, Javier Bardem, Ursula Corbero, Pedro Alonso, Alvaro Morte, Amaia Salamanca. Estos famosos están divididos entre actores de televisión, de teatro y de publicidad. La Greta Fernandez, por ejemplo, construyó su fama por la fama de su padre y hoy es una gran influencer en instagram.

Series en Netflix como Elite, Las Chicas del Cable y La Casa de Papel, tienen una gran fama entre nosotros españoles, son series que crearon tendencia entre los jóvenes de la generación Z. Esther Exposito, por ejemplo, construyó su fama participando de la serie Elite, en la serie representa un papel fuerte de una chica glamurosa, rica, inteligente y más que inteligente es experta en conseguir las cosas que quiere. Con elite, Ester exposito creó tendencias e influencias entre los jóvenes adultos.

Entorno Social

Las revistas que conquistan el mundo de la moda en España son diversas, entre las principales están Vogue España, Fashion week Show, Elle, Glamour, Vanity Fair, Telva, Cosmopolitan, Harper's Bazar, Net - A - Porter, W magazine. Estas revistas son las creadoras de tendencias en el mundo de la moda, no sólo tendencias de cómo vestirse, pero quién seguir en instagram, como portarse, como arreglar el pelo, que tipo de maquillaje utilizar, donde viajar, en qué restaurantes comer, que tipo de comida y dieta hacer, los géneros de libros que debe leer, los tipos de chicos que debe salir. Son las revistas de moda, **principalmente, que influyen las mujeres en las decisiones de sus vidas**. Ya con los hombres, también pueden influenciar, pero las influencias de los hombres no están basadas solo en las revistas de moda, los otros factores, como sus amigos, son más influyentes.

Los libros son largas e interesantes lecturas que también tienen gran influencia entre las personas. Por ser más largos y tardarán mucho para el lector tener toda la información del libro, la persona que los lee debe estar muy interesada en el tema, para que lea todo el libro. **Los principales libros de moda, que son muy buenas fuentes de búsqueda de datos en el mundo de la moda, son:** Fashion Custom and Culture (Sara Peendergast and Tom Pendergast), New Fashion York (Eila Mell), Contemporary Fashion (Taryn Benbow-Pfalzgraf), The Fashion System (Mathew Ward and Richard Howard), The Fashion Business (Nicola White and Ian Griffiths), Fashion Brands (Nicholas Coleridge), Fashion (Rebecca Arnold), Encyclopedia of clothing and fashion (Valerie Steele). Estos libros hablan de la historia de la moda, de las tendencias, de la industria, de las personas, de los vestuarios, de las costumbres, de las clases sociales, de las marcas de lujo, de las marcas Fast fashion.

Entorno Social

En estos libros el lector encontrará mucha información sobre el mundo y la industria de la moda, y por eso el lector debe tener mucho enterese para ir a fondo en toda esta información, porque una persona que no lo encante mucho sobre la moda, que solo tiene una pequeña curiosidad, no le agradará estos libros.

La sociedad Española se preocupan mucho por su aspecto y su imagen personal, a pesar de tener un aspecto más frío y básico, siempre van bien arreglados, maquillados y con una imagen elegante. Los catalanes, sobre todo, se sienten orgullosos y les gusta quedar bien. Les gusta la ropa de diseño, pero les importa más la calidad y el ajuste. No es difícil encontrar ropa española de muy buena calidad a un precio razonable, lo que es estupendo para la población y para los turistas. Por eso, para la población española las influencers y bloggers, los famosos, las series, las revistas, los libros y su alrededor, hacen grande parte de su día a día, por ellos los españoles son influenciados diariamente.

Entorno Tecnológico

La tecnología impulsa el mercado económico, el mercado de la salud y el mercado de la moda... Podemos decir que la tecnología dirige el mundo. Con el crecimiento de la tecnología, y en consecuencia de la economía, las nuevas tendencias de venta como el comercio electrónico, los blogs, las redes sociales, las apps y los influencers han conquistado el mercado de la moda. El mercado está adaptando cada vez más sus marcas al mundo digital, como por ejemplo: eventos digitales, compras online, publicidad en redes sociales, experiencias digitales y otros métodos.

Además las marcas del mundo de la moda adaptarán las ventas a la tecnología, también utilizan mucho de tecnología para creación y la producción de los productos. Para la creación de las ropas, zapatos y accesorios son utilizados diversos tipos de tecnologías de alto nivel, esto antes de ir para la producción. Al crear un modelo de ropa, como un simple pantalón, las empresas utilizan de apps para inspirarse y softwares para hacer el design, como: Edraw (wondershare), Audaces 360, Pantone Studio, Vogue Runway, Lookbook y the cut on the runway, que son los más conocidos.

Ya la producción de los de los productos pasan por diversos pasos antes de convertirse en el producto deseado.

Entorno Tecnológico

Para la producción de ropa, por ejemplo, los pasos del proceso son: diseño, patronaje, reposo, trazo, disposición de las capas textil, corte, etiquetado, fusionado y estampación, los pasos son hechos en esta orden. Para cada paso es utilizado máquinas de última tecnología, para el corte por ejemplo, es utilizado la máquina a laser o cortadora vertical. Para escanear el diseño muchas empresas utilizan el escáner de tecido da TG3D, que es la alta tecnología.

Con el desarrollo de la tecnología, las marcas han ampliado sus sistemas y han creado el comercio electrónico. El comercio electrónico es la actividad de comprar o vender productos y servicios electrónicamente a través de Internet. Además de ofrecer a sus clientes la experiencia de ir a la tienda, también ofrecen al cliente la comodidad de poder comprar desde su propia casa. Con el éxito de esta nueva modalidad, hoy en día hay tiendas que sólo son comercios electrónicos, no tiendas tradicionales.

Dado que España es un país líder en marcas de moda rápida, fue un gran paso la expansión de este segmento al incorporar esta nueva modalidad de compra a su economía. Durante el encierro por el COVID-19, marcas como Zara, Mango, Corte Inglés, Oysho, H&M y otras, vieron salvada su economía al vender sus productos a través del comercio electrónico.

Además de expandirse a esta nueva modalidad, las marcas españolas también se adhirieron a la nueva forma de publicitar sus productos o servicios: a través de blogs, influencers y redes sociales. Debido a que la población española es adepta a influenciarse con las nuevas tendencias, los blogs e influencers no tardaron en tener un gran éxito entre la población española.

Entorno Tecnológico

La gran influencia en el mundo de la moda hoy en día son las blogueras. Los macro influencers que determinan el éxito de las marcas grandes o pequeñas, son los que determinan las tendencias que cada marca lanzará en su nueva colección. Los mayores y principales influenciadores de tendencias y moda en España son: Aida Domenech (@dulceida), Gala Gonzales (@galagonzales), Paula Echevarria (@pau_eche), Paula Gonu (@paulagonu), Laura Escanes (@lauraescanes), Sara Escudero (collagevintage) y Natalia Cabezas (@trendy_taste). El mercado de influencers que elevaron la fama de la plataforma del instagram, por más que las personas ya utilizaban mucho el instagram antes de las influencers, fueron ellos los que determinaron que el instagram es la principal plataforma entre las redes sociales.

La tecnología del mundo de la moda siempre fue muy avanzada, especialmente porque los diseñadores quieren que el público de los desfiles puedan sentirse en la realidad creada. La escenografía es el elemento visual y plástico encargado de crear el entorno en el que se desarrollará una escena o una acción. A través de los elementos que componen la escenografía, puede identificarse los lugares a los que el escenógrafo o el director de pista quiere transportar el público: situaciones, lugares, distintos tiempos y todo lo que desea a lo director. Todo ello puede transmitirse a través de las formas, los colores, las texturas de los materiales utilizados, etc.

Entorno Tecnológico

La intención es que el público experimente el mundo creado en este dentro de este mundo en una experiencia completa, que pueda ver los vestuarios, los zapatos y los bolsos con el máximo de los detalles. El trabajo para la realización de un desfile de moda y la producción del evento lleva luces de distintos colores y potencias, de escenarios digitales, de escenarios manuales, de atributos artificiales (aire, fuego, agua), sistema sonoro de extrema cualidad, de sistema digital 3D, invitación digital (por código de barras o QR code) e entre otros atributos.

Con la pandemia de COVID-19, la tecnología se convirtió en 2020 en algo esencial para todo el mundo, y especialmente para España. Todos los mercados y sectores tuvieron que adaptar sus productos y servicios al mundo tecnológico. Era una época en la que los comercios electrónicos, los blogs, los influencers y el mundo digital dominaron el mercado. Con la pandemia, todos los eventos tuvieron que transformarse en eventos en línea, el mundo de la moda tuvo que transformar sus eventos de la Semana de la Moda en eventos de la Semana de la Moda virtual. Y con esta transformación el mundo de la moda de lujo se hizo mucho más accesible a la población, además de ampliar aún más el conocimiento de este mundo a la población española.

Para que fuese posible transmitir el mismo efecto que sería transmitido en realidad, los diseñadores utilizaron la tecnología de realidad extendida (XR) para poder llevar el público a la experiencia deseada. Con la alta tecnología el público puede ver todos los detalles de todos los productos presentes en los desfiles, cosa que si estuvieran en los desfiles no podrían ver con tanto detalle. Las últimas tecnologías llevarán los desfiles del Fashion Week para un nivel de extrema calidad y elegancia virtual.

Entorno Ecológico

Así como la economía española está marcada por la moda rápida, la moda lenta está creciendo mucho en España. Hace no más de diez años, vestirse de forma ecológica en España era difícil debido al poco conocimiento que se tenía de esta industria. Pero hoy en día, muchas marcas se han sumado a esta forma de proteger el medio ambiente y al ser humano, produciendo y vendiendo cada vez más prendas ecológicas.

Los eventos de Moda Sostenible ya se han convertido en una tendencia en toda España, ciudades como: Málaga, Madrid y Barcelona ya han realizado eventos y desfiles de moda sostenible. Eventos nacionales como la 080 Fashion Week de Barcelona y la Mercedes Benz Fashion Week de Madrid, ya se adhieren al slow fashion, muchas de las marcas participantes apuestan por productos ecológicos.

El objetivo es que estos eventos comienzan a ser una tendencia y que poco a poco la población se adapte a la moda lenta (moda ecológica) como forma de vida. Gracias a estos eventos, la moda lenta ha ido creciendo en España, y muchas marcas de moda han comenzado a adherirse a materiales y tejidos ecológicos para la creación de sus prendas y productos.

Entorno Ecológico

La necesidad de ser transparentes con el público en el sector textil también es mencionada por muchos de los diseñadores o los directivos de algunas de las empresas que participan en la pasarela. Se trata de que el cliente sepa de dónde proceden los materiales con los que se han fabricado las prendas y, a su vez, que estas materias primas cumplen con las normas de calidad y los objetivos de desarrollo sostenible.

Así como la economía española está marcada por la moda rápida, la moda lenta está creciendo mucho en España. Hace no más de diez años, vestirse de forma ecológica en España era difícil debido al poco conocimiento que se tenía de esta industria. Pero hoy en día, muchas marcas se han sumado a esta forma de proteger el medio ambiente y al ser humano, produciendo y vendiendo cada vez más prendas ecológicas.

Los eventos de Moda Sostenible ya se han convertido en una tendencia en toda España, ciudades como: Málaga, Madrid y Barcelona ya han realizado eventos y desfiles de moda sostenible. Eventos nacionales como la 080 Fashion Week de Barcelona y la Mercedes Benz Fashion Week de Madrid, ya se adhieren al slow fashion, muchas de las marcas participantes apuestan por productos ecológicos.

El objetivo es que estos eventos comienzan a ser una tendencia y que poco a poco la población se adapte a la moda lenta (moda ecológica) como forma de vida. Gracias a estos eventos, la moda lenta ha ido creciendo en España, y muchas marcas de moda han comenzado a adherirse a materiales y tejidos ecológicos para la creación de sus prendas y productos.

Entorno Ecológico

La necesidad de ser transparentes con el público en el sector textil también es mencionada por muchos de los diseñadores o los directivos de algunas de las empresas que participan en la pasarela. **Se trata de que el cliente sepa de dónde proceden los materiales con los que se han fabricado las prendas y, a su vez, que estas materias primas cumplen con las normas de calidad y los objetivos de desarrollo sostenible.**

La industria de la moda se trata de la **segunda industria más contaminante por el impacto de las plantaciones de algodón y la emisión de microfibras en el agua, señala cómo la industria está modificando su actual base operacional para adaptarse a los nuevos principios de la sostenibilidad.** Por este motivo las empresas productoras incorporan nuevas prácticas para fomentar el reciclaje y la circularidad del sistema, y las marcas del mercado textil están haciendo lo mismo.

Los tejidos sostenibles son los que tienen un menor impacto en el medio ambiente, desde el proceso de fabricación hasta la eliminación y reutilización de los materiales. También llamados tejidos ecológicos, los tejidos sostenibles están hechos de materiales como el algodón orgánico, el cáñamo, el lino, el modal, la seda de soja y la seda naranja. Se diferencia de las materias primas de origen químico, que suelen ser de origen vegetal o petroquímico y se clasifican como artificiales y sintéticas. Muchas de las marcas de fast fashion empezaron a adoptar estos tipos de materiales en sus productos para disminuir la contaminación en el país.

Ya las marcas slow fashion que invierten más en material sostenibles para sus productos, utilizan de materiales 100% biodegradables y sostenibles que pueden costar más al hacer el producto. Muchas de las empresas del sector textil están llevando a cabo un cambio radical hacia productos innovadores y de alto valor añadido para cuidar del medio ambiente y para mejorar la contaminación.

Entorno Ecológico

En este contexto se ha iniciado el proyecto europeo FIBFAB, coordinado por Aimplas, Instituto Tecnológico del Plástico, para lanzar e industrializar la producción de tejidos biodegradables y sostenibles basados en ácido poliláctico (PLA) y combinados con fibras naturales como la lana y el algodón.

Para que sea posible todos estos cambios, la tecnología está siendo esencial para el mercado textil transformarse en una industria más sostenible y menos contaminante. Lo único, es que para hacer esta transformación cuesta mucho dinero, y muchas de las empresas no quieren invertir dinero en esto. Por eso, las empresas que no quieren invertir tanto dinero en materiales 100% biodegradable y sostenibles, están mezclando los materiales.

Marcas catalanas como N.u.s.k, Costalamel, Miriam Ponsa, Josep Abril, Aldomartins, entre otras, se adhieren a la moda lenta y traen la sostenibilidad a España. Estas marcas están creando tendencias de moda sostenible, que además de ser moda se convierte en una forma de vida. Gran parte de la población española quiere que el mercado textil del país empiece a apostar por el Slow Fashion sostenible, y deje de ser un país centrado en el Fast Fashion. Según la investigación, las grandes marcas españolas ya están cambiando su perfil hacia una forma más ecológica, y por lo tanto también están fomentando esta nueva forma de vida para la población.

Entorno logístico

Para la realización de los eventos de moda en España, el gobierno de cada ciudad, en colaboración con las marcas nacionales participantes, son responsables de la organización y realización. Como el evento se organiza a nivel nacional y las marcas participantes son nacionales, toda la logística de organización y los materiales que se complementan, son nacionales.

Muchas agencias de eventos en España están especializadas en la ejecución y logística de eventos. Se encargan de la ejecución del evento de principio a fin: se ocupan de los materiales que se utilizarán, de las localizaciones que se dispondrán para los desfiles, de la comunicación interna y externa del evento, de la organización del calendario del evento, de la distribución de las invitaciones, de la organización de las marcas participantes, de la organización de la creación de cada actuación junto con cada marca participante, se encargan de la distribución de la financiación del evento y entre otros detalles de la ejecución del evento. Para la realización de los dos principales eventos de moda en España: la 080 Fashion Week (Barcelona) y la Mercedes-Benz Fashion Week (Madrid), el sector de eventos del gobierno de cada ciudad se encarga de la organización y la logística.

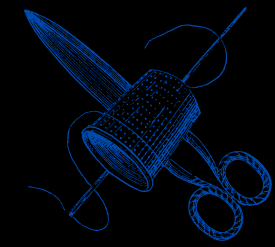
Entorno logístico

La ciudad de Barcelona se encuentra en la costa mediterránea de la península ibérica, ubicada en la costa del mar Mediterráneo, Barcelona se asienta en una llanura de ligera pendiente formada entre los deltas fluviales de los ríos Llobregat, al sudoeste, y Besòs, al noreste. Barcelona tiene una perfecta localización geográfica para la ejecución de eventos, la ciudad ya es conocida como la fuente de la economía de España por su localización geográfica. La localización de la ciudad es mediterránea, donde tiene libre acceso al mayor puerto del país y el segundo mayor aeropuerto internacional del país.

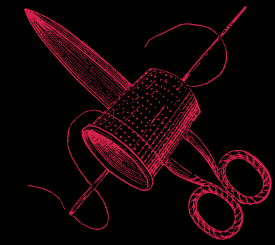
Para la producción de grandes eventos, principalmente eventos internacionales, es imprescindible tener un buen acceso a la ciudad para las personas que organizan el evento y para las personas que irán al evento. Porque es necesarios para saber la logística de la organización de los materiales utilizados en el evento o si será necesario traer materiales de otro país o continente, algo que es fácil en Barcelona por su localización. Además, es de extrema importancia que las personas que irán a los eventos en la ciudad puedan ir directamente con el máximo de confort.



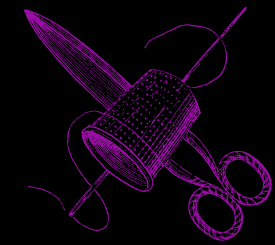
Conclusiones



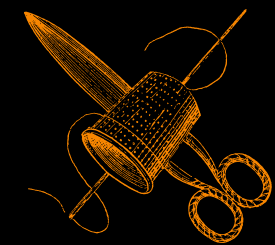
El término "Fashion Week" es utilizado por las principales ciudades del mundo imitando el concepto de las cuatro capitales de la moda: París, Milán, Londres y Nueva York. Las semanas de la moda genéricas siguen las mismas normas para alcanzar el mismo nivel y la misma calidad.



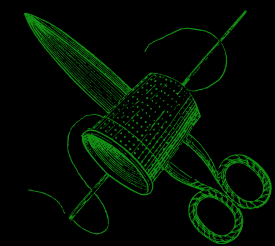
La mayoría de las semanas de la moda están financiadas por el gobierno para desarrollar el mundo de la moda en sus países, además de crear tendencias políticas a través de la industria fashion.



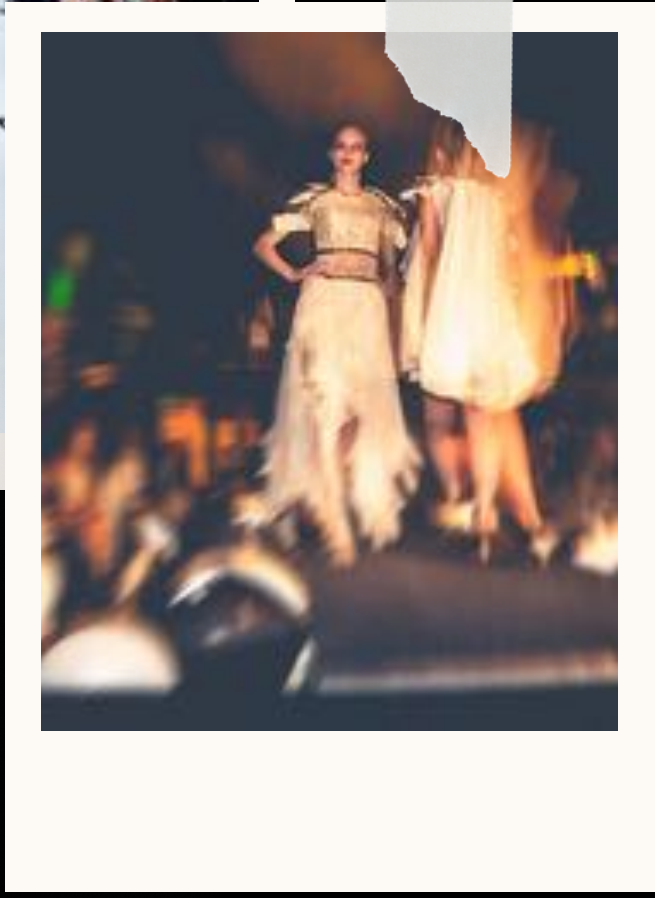
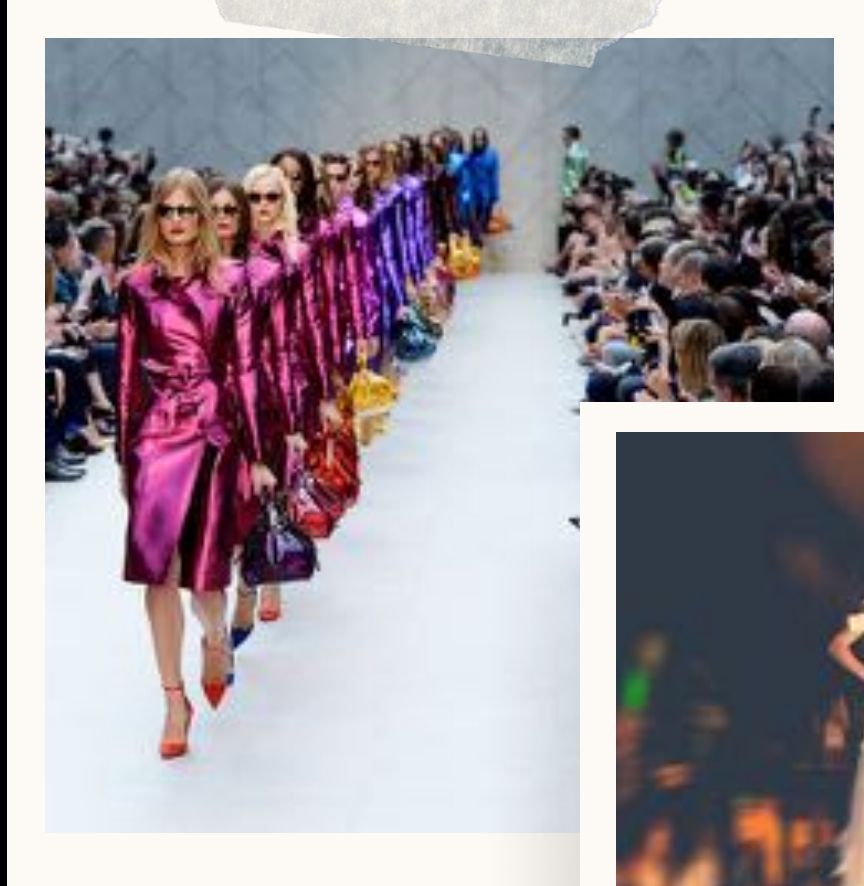
La tecnología es esencial para el desarrollo del mundo de la moda. Las redes sociales son las plataformas de difusión y venta más utilizadas en el sector de la moda, principalmente por las influencers.



España es el principal país desarrollado en la industria textil, con mucha influencia y capacidad en el sector de la moda.



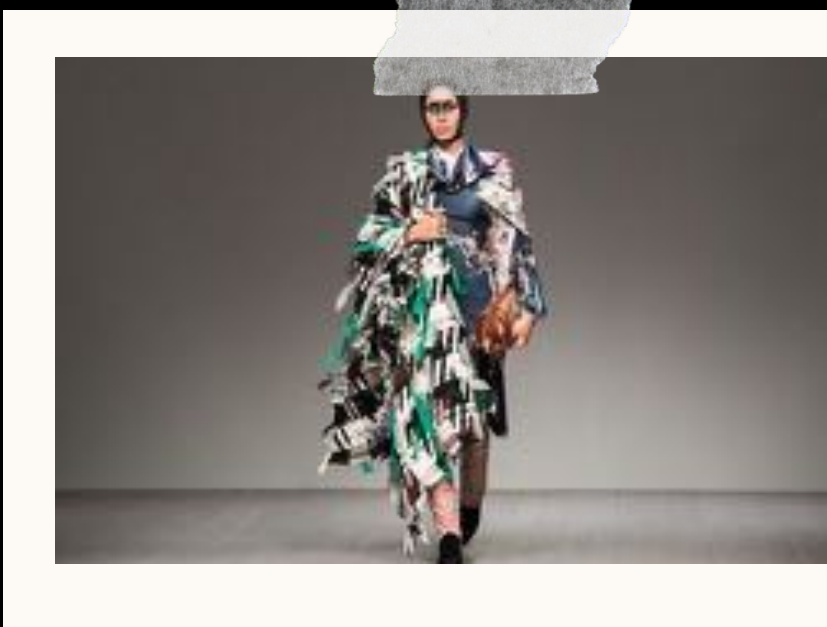
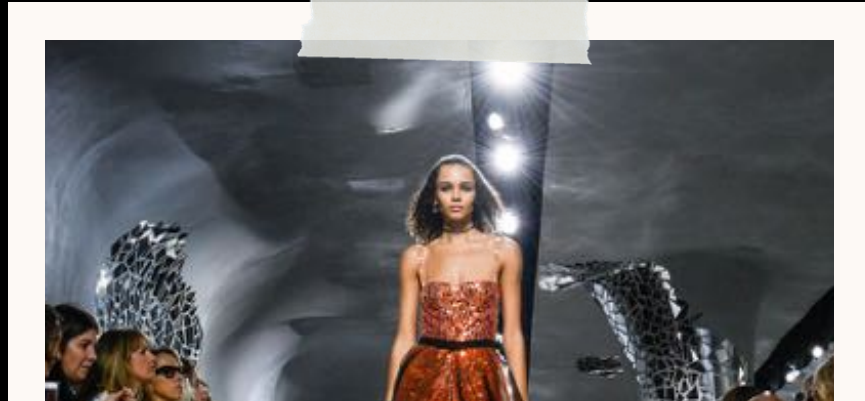
La ciudad de Barcelona cuenta con la logística adecuada para acoger grandes eventos internacionales debido a su situación geográfica.



visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday



Resultados de la investigación





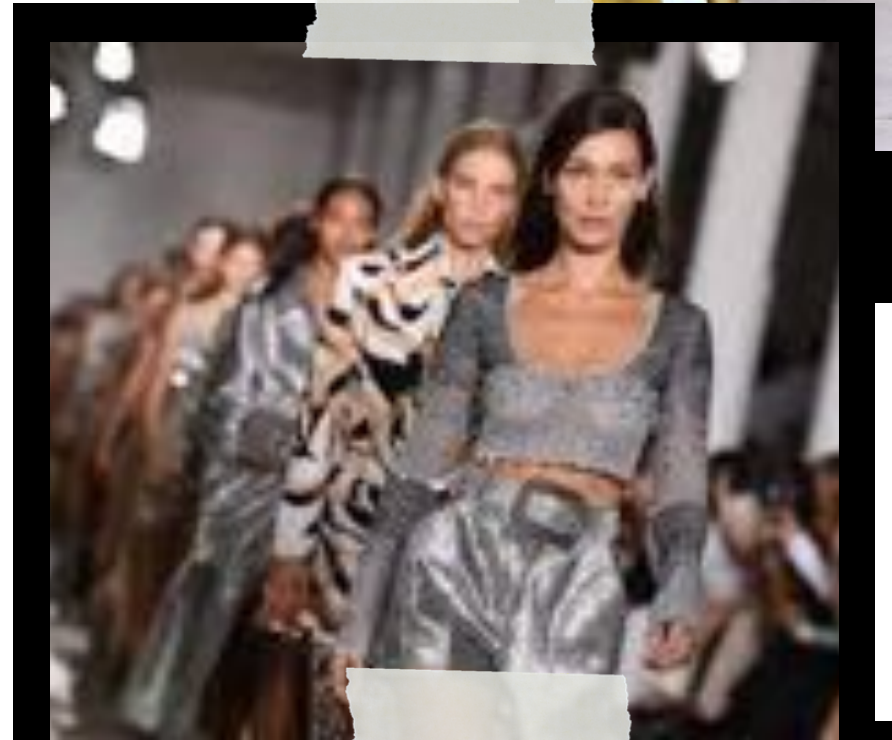
4. Resultados de las encuestas

a. Metodología y conclusión

Para la creación de la Barcelona Fashion Week, se realizó una profunda **investigación de datos a través del macro y micro entorno de los eventos del mundo de la moda, libros y revistas de moda, posible competencia para el evento, y cuestionarios y entrevistas a consumidores, marcas y bloggers.** Al reunir esta información, se estará creando una base esencial para la construcción del evento que se propondrá.

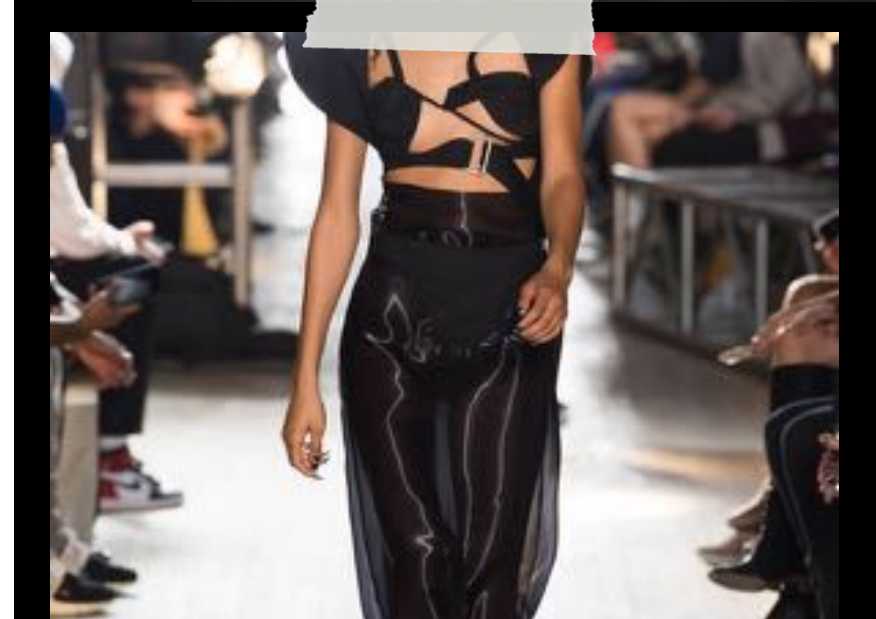
Se analizaron los siguientes argumentos:

- **La razón de las semanas de moda en España no tienen el reconocimiento mundial como las semana de moda de Paris, Milano, Londres y Nueva York.**
- **Analizar si Barcelona tiene el potencial para desarrollar una Semana de la Moda a nivel mundial.**
- **Si la clase social de Barcelona apoya la creación de un evento de nivel mundial de lujo**
- **Si España tiene vocación artística para crear este evento.**

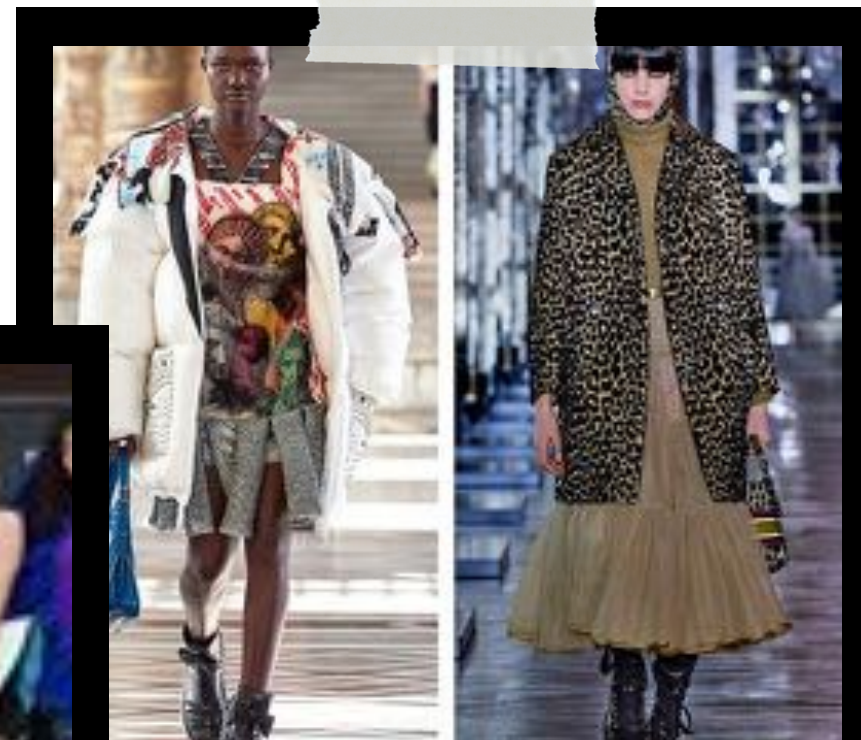


Al analizar el **macro y el microentorno** para obtener respuestas a los argumentos citados, se pudo observar el tamaño del mercado internacional de la moda y la influencia que tiene en el mundo. Por mucho que las cuatro capitales de la moda sean las más famosas, hay grandes desfiles y eventos de moda en otros países con gran capacidad y que tienen la misma influencia, pero para un público más reducido.

Se puede ver, analizando el macro y microentorno, que la diferencia entre cada semana de la moda es su exclusividad e historia con la moda. El origen de la Semana de la Moda en las cuatro capitales de la moda (París, Londres, Milán y Nueva York) es lanzar las colecciones de las marcas que nacieron en estas capitales, además de invitar a otras marcas importantes, **y esto aporta exclusividad a la capital para la realización del evento. Y además de la exclusividad, las cuatro capitales de la moda tienen una larga historia y tradición con el mundo de la moda. Por eso, muchos de los eventos de moda encuestados no tienen la misma popularidad o fama.**



Para tener más claridad en la investigación, se hicieron tres cuestionarios diferentes: uno para los consumidores de marcas que participan en eventos de moda, otro para las marcas que suelen participar en las semanas de la moda y otro para los blogueros que también participan en las semanas de la moda. Cada cuestionario tenía una media de 15 a 20 preguntas, algunas eran de opción múltiple, otras de sí o no y otras abiertas.

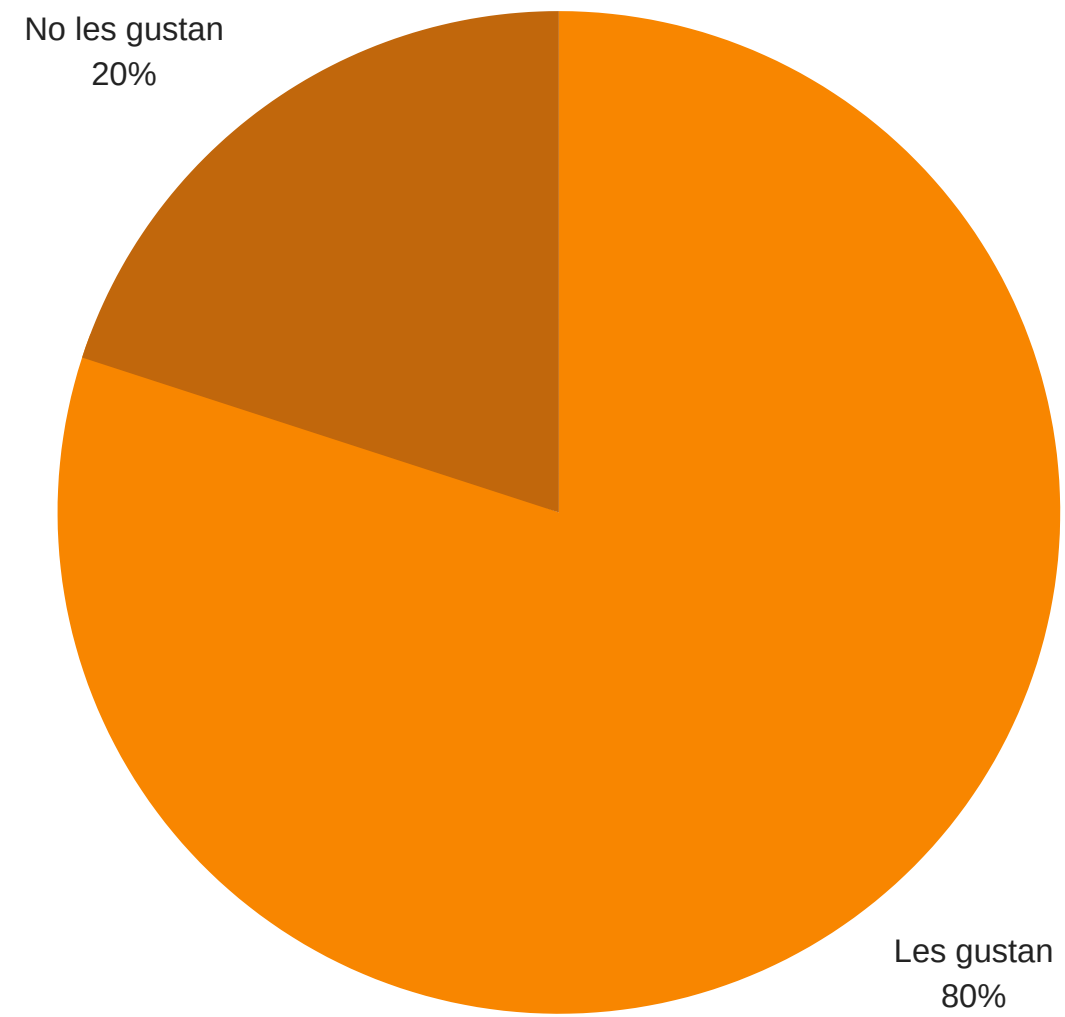


El cuestionario realizado para los consumidores de las marcas participantes en los eventos de moda fue **respondido por 200 consumidores**. A través de estas respuestas se pudo averiguar que al **80% de los consumidores** les gusta la moda y siguen las tendencias de la moda y **el 90% no trabaja con la moda**. El **70% de los encuestados** no sabe por qué Barcelona no es una de las cuatro capitales de la moda, pero cree que Barcelona tiene un gran potencial para serlo por su tendencia a la moda. Si fuera posible pagar por ir al espectáculo, **el 80% de los encuestados** pagaría por ir, especialmente si fuera en los meses de febrero y septiembre.

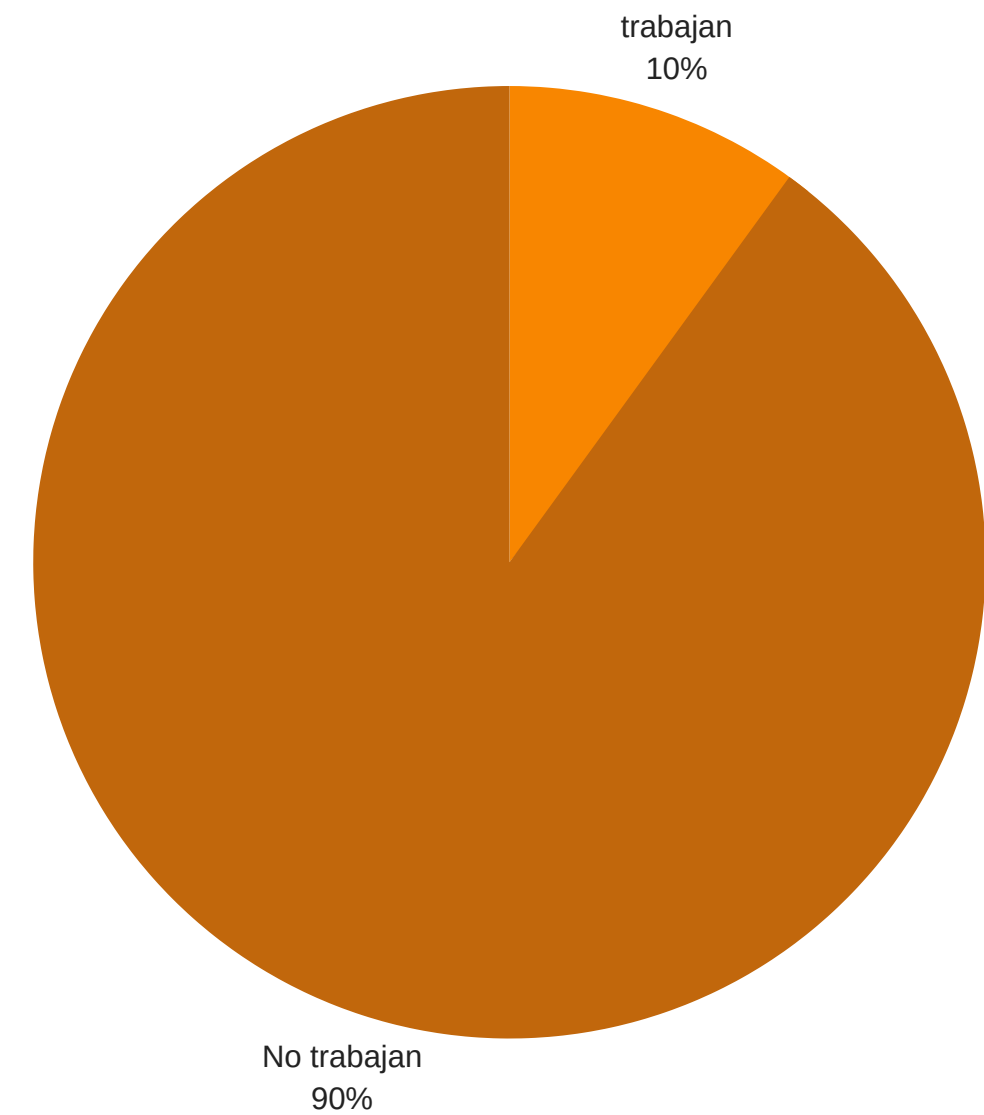
El **70% de los encuestados** afirma que la mayor cualidad de Barcelona es tener la playa cerca y el buen tiempo, pudiendo realizar espectáculos al aire libre y/o en la playa como escenario natural. Sin embargo, muchos de los encuestados también hablaron de celebrar desfiles en la Sagrada Familia, el Camp Nou y la Plaza España. **El 70% de los entrevistados** cree que el evento debería ser patrocinado por el ayuntamiento de Barcelona, **mientras que el 30% cree** que debería ser organizado por una empresa privada nacional. **El 65% de los encuestados** nunca ha participado en la 080 Fashion Week.



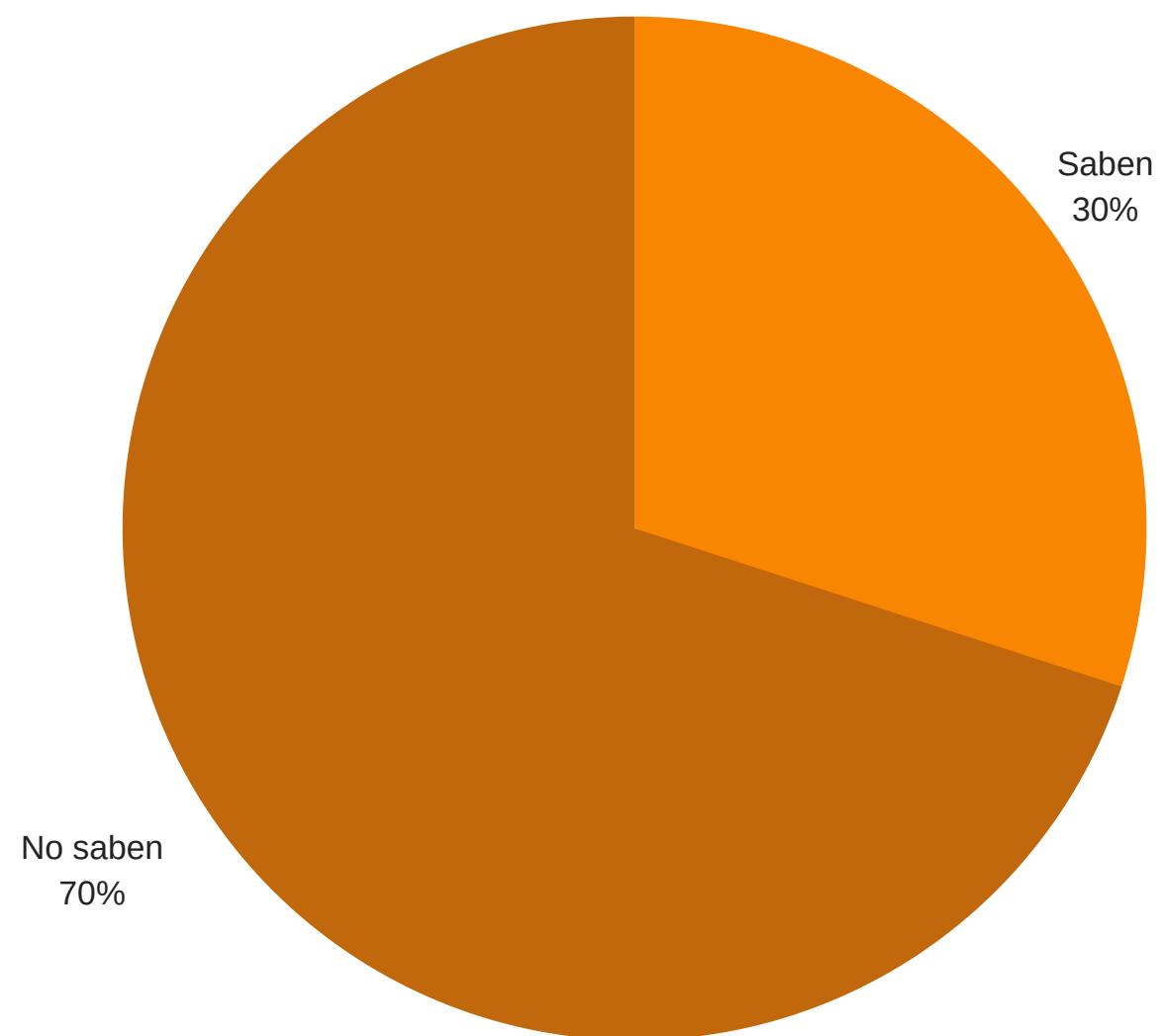
Consumidores que les gustan la moda y siuen las tendencias.



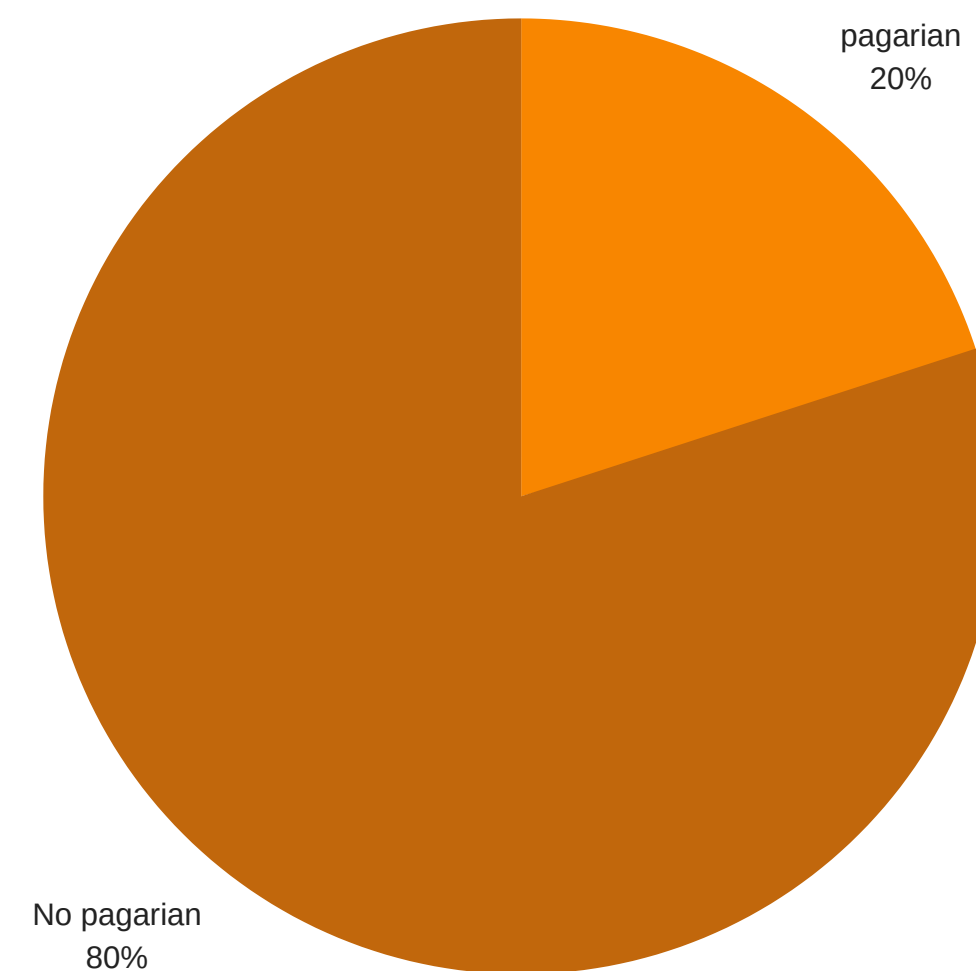
Consumidores que trabajan con moda.



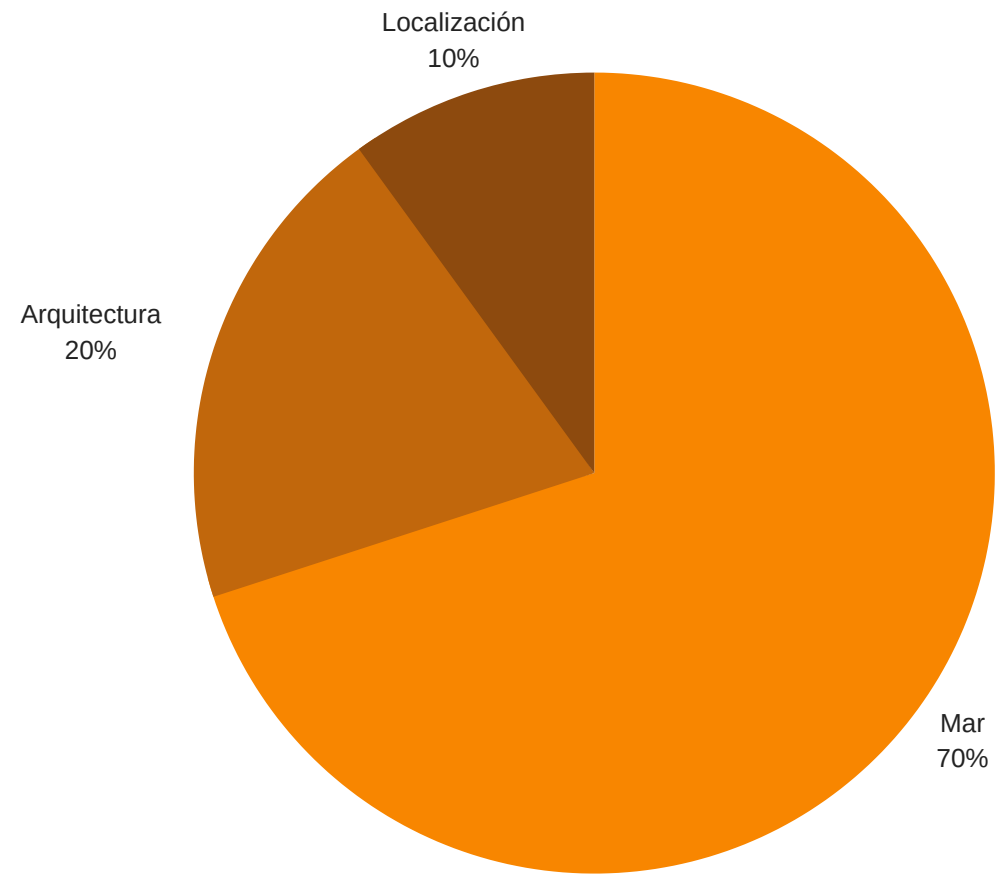
Consumidores saben lo porque Barcelona no es una de las capitales de la moda?



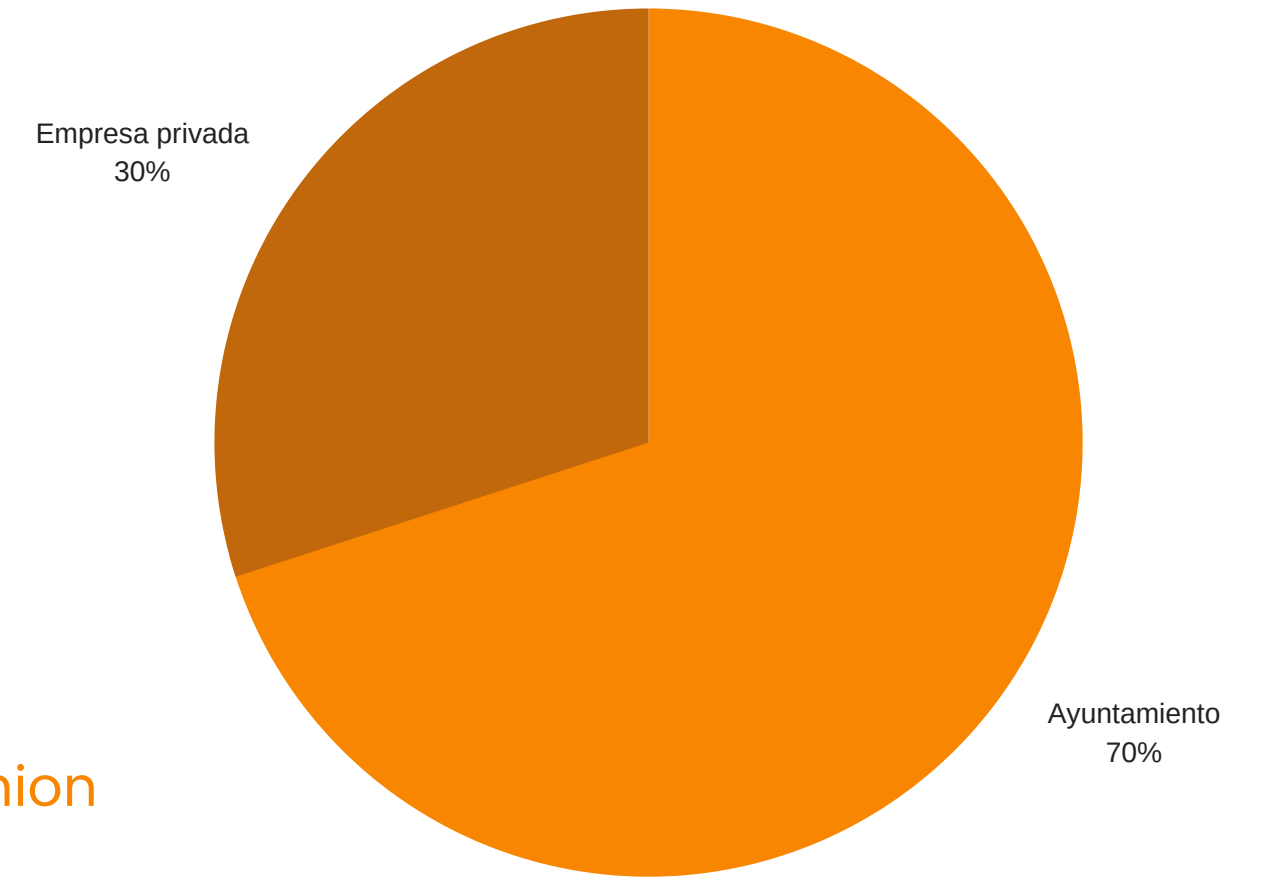
Consumidores pagarian para ir a la semana de la moda.



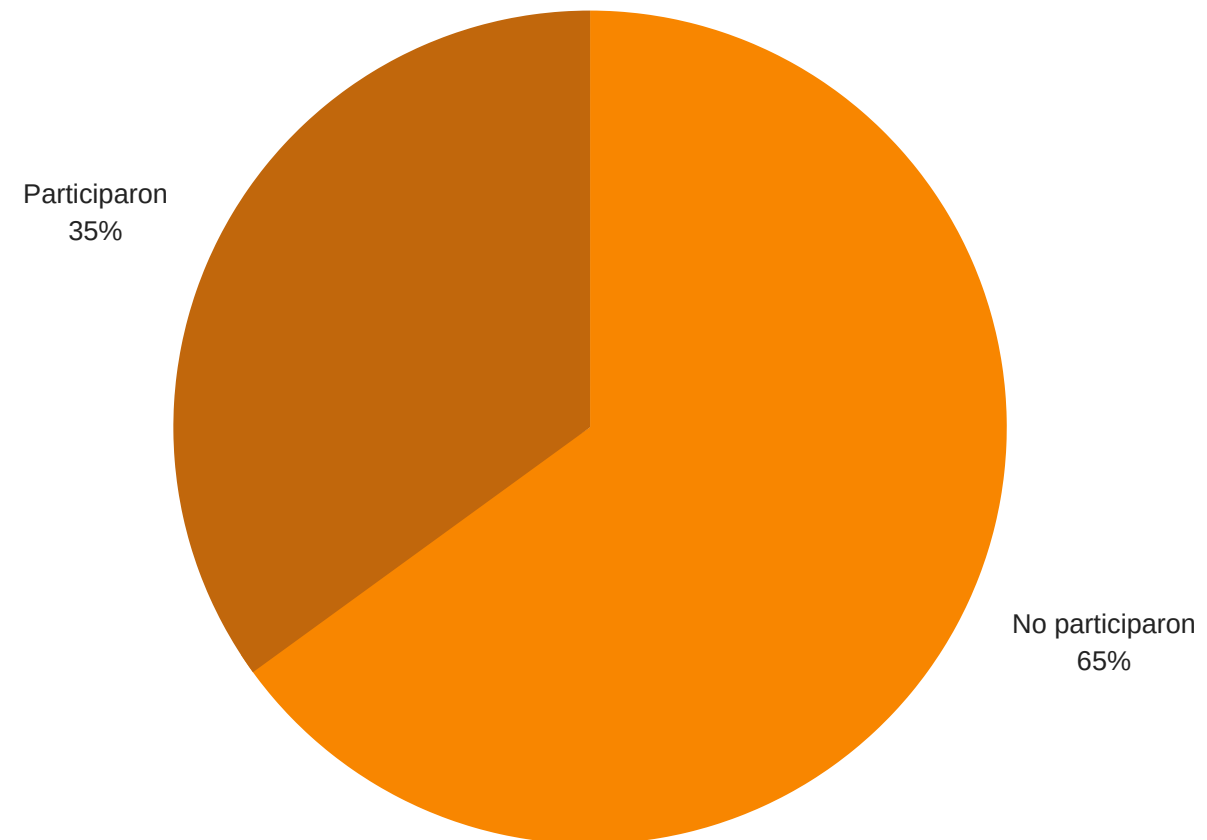
Cualidades de Barcelona



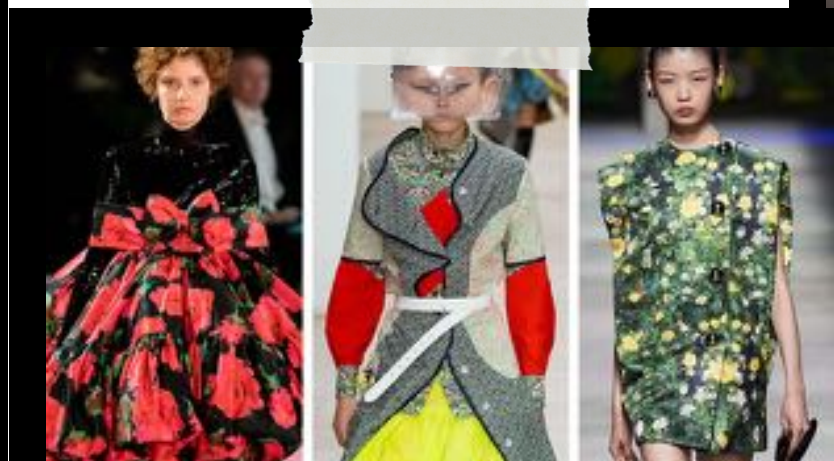
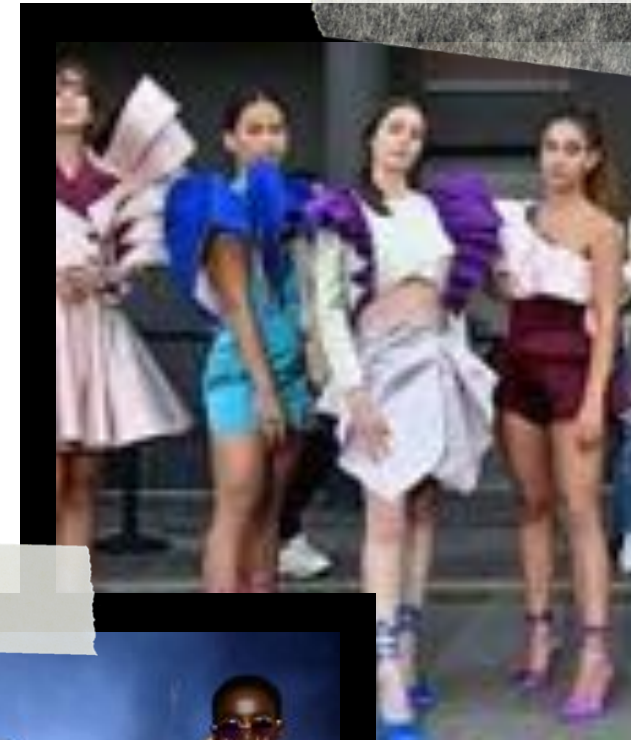
El evento debe ser patrocinado por:



Participaron del 080 Barcelona Fashion Week.



El cuestionario realizado para las marcas que suelen participar en las semanas de la moda se envió a 20 marcas, pero debido a las normas de seguridad de la gran mayoría de las marcas, sólo se respondió a una. **El gerente de la marca Burberry autorizó a ser entrevistado y a responder al cuestionario para este proyecto, pero no autorizó a ser grabado ni a exponer su nombre. Al entrevistarle se desarrolló una interesante conversación sobre la Semana de la Moda de Londres, donde el directivo ha asistido a varios desfiles para acompañar a los clientes más exclusivos de la marca.**

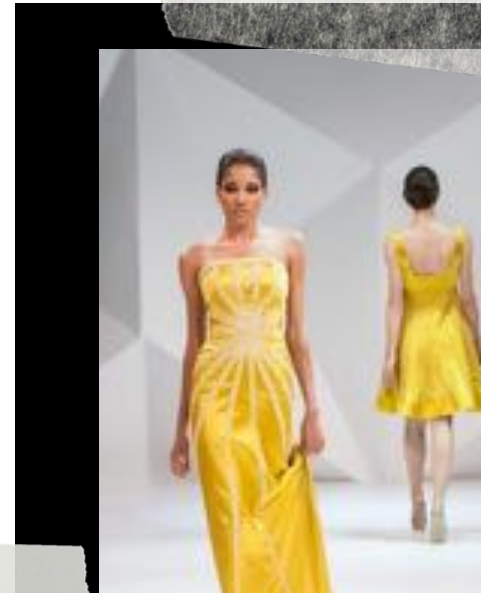


En esta entrevista, el gerente de la marca comentó que sólo los gerentes pueden asistir a la semana de la moda para **llevar a los clientes exclusivos al evento y mostrarles los nuevos productos de primera mano.** A través de las preguntas del cuestionario se pudo constatar que para la **transformación de Barcelona en una de las principales capitales de la moda, es necesaria la conexión entre cultura y moda** (algo que ya existe en Barcelona) y es necesaria la existencia de grandes marcas españolas que puedan representar al país durante el evento. **En Barcelona, la gran marca que caracteriza la cultura de la moda es la marca Custo,** y según el responsable de Burberry sería una representación perfecta. También cree que Barcelona tiene plena capacidad para realizar un evento de esta envergadura en la ciudad, y **aseguró que la marca Burberry participaría aunque la marca no haya participado aún en ninguna semana de la moda en España.** Aseguró que Burberry participa en todas las Semanas de la Moda, pero que la principal Semana de la Moda para la marca es la de Londres porque allí nació la marca. Si la Semana de la Moda de Barcelona se llevara a cabo, cree que lo más **destacado de los desfiles sería disfrutar del clima y la playa de la ciudad, además de la arquitectura única y espectacular.**



El **cuestionario realizado a las influencers** que también participan en las semanas de la moda no obtuvo respuesta, intenté contactar con los principales influencers de moda, pero ninguno respondió. Los blogueros con los que se contactó fueron: Aida Domenech (@dulceida), Gala Gonzales (@galagonzales), Paula Echevarria (@pau_eche), Paula Gonu (@paulagonu), Laura Escanes (@lauraescanes), Sara Escudero (collagevintage) y Natalia Cabezas (@trendy_taste), Chiara ferragni (@chiaraferragni), Giorgia Tordini (@giogiatordini), Camila Coelho (@camila_coelho), Lala Rudge (@lalarudge), Thassia naves (@thassianaves), Helena Bordon (@helenabordon), Jeanne Damas (@jeannedamas), Caroline de Maigret (@carolinedemaigret), Federica (@Junesixtyfive), Aimee Song (@aimeesong), Blair Eadie (@blaireadiebee), Negin Mirsalehi (@negin_mirsalehi) y Wendy Nguyen (@wendyslookbook).

Aunque no hubo respuesta por su parte, fue posible averiguar datos de sus plataformas de redes sociales. **La mayoría de los influencers investigados, participan en la Semana de la Moda de París, Milán y Londres, pero pocos han participado en eventos de moda en España.** Muchas de ellas muestran tendencias de colores, diferentes estilos y piezas de diseño únicas utilizadas en España, temas que generan miles de seguidores.



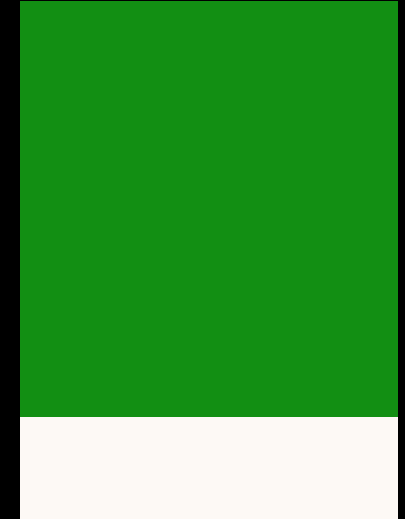
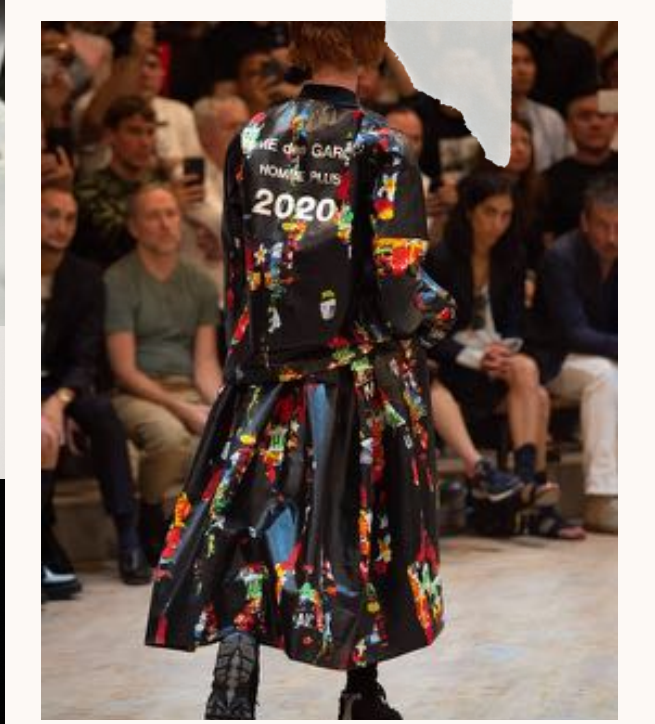
Muchas de ellas no hacen mucha relación en sus posts con la moda española, siguen las tendencias de sus propios países, aunque muchas de estas tendencias sean internacionales. Pero según sus posts, historias y contenidos, serían personas que se adaptarían a participar en la Barcelona Fashion Week.

Según los resultados de las encuestas, la ciudad lo tiene todo para desarrollar un evento de nivel mundial y tener éxito, tiene la historia de la moda como base, así como marcas nacionales maravillosas y únicas para representar al país. Se necesita una buena estrategia y ejecución, además de patrocinios nombrados para el desarrollo de Barcelona siendo una de las capitales de la moda, pero si se ejecuta bien, la Barcelona Fashion Week tiene todo para ser un gran éxito.



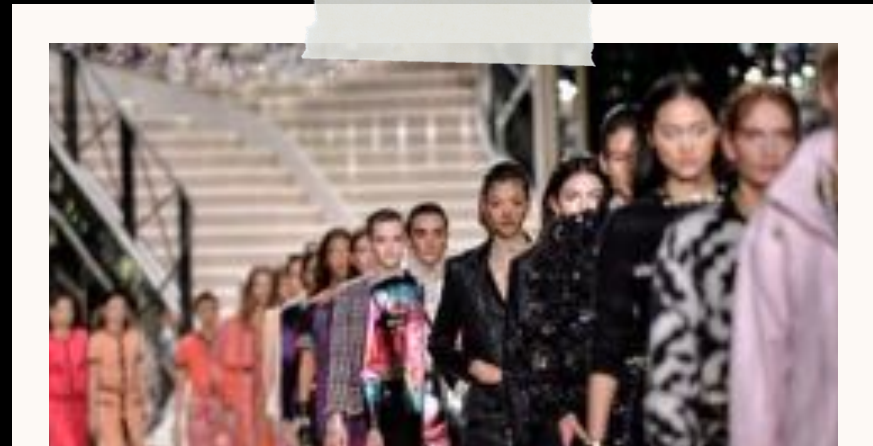
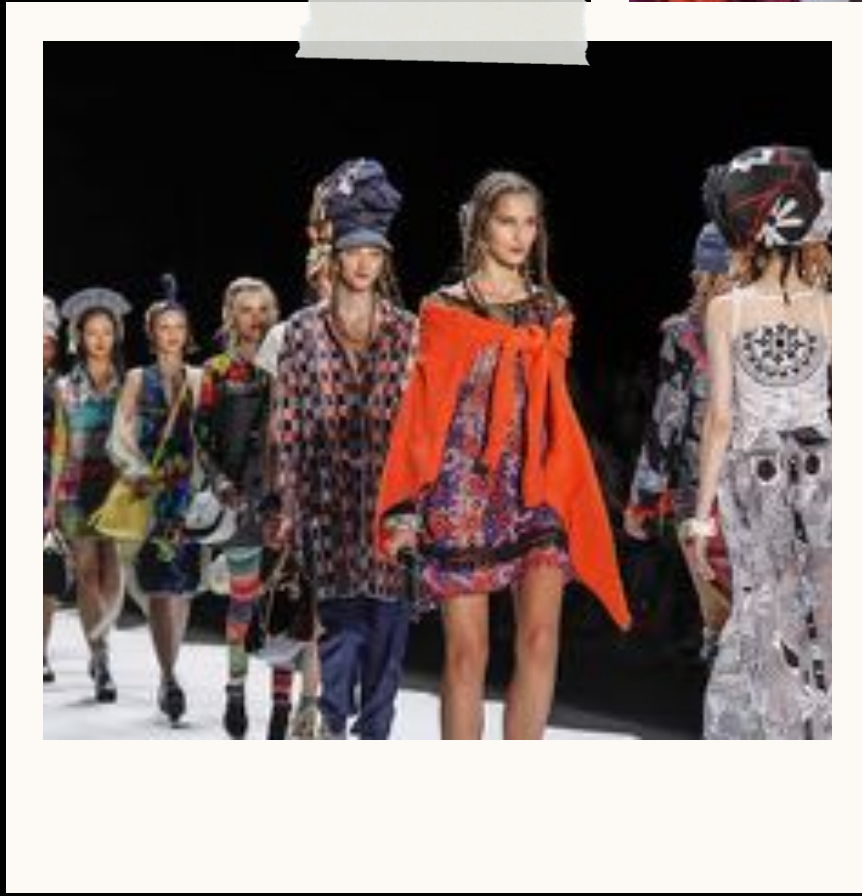


visited the Great Basket... and fell in love with it.
to rebuild the village as a holiday



Análisis





5. DAFO

a. DAFO

DEBILIDADES

- No hay experiencia de grandes festivales de moda en la ciudad de Barcelona
- No existen apenas marcas de lujo en Barcelona made in Barcelona

- El branding y la reputación que el Fashion Week ya tiene a nivel mundial.
- Barcelona es el punto geográfico de eventos internacionales mas prestigioso de España y el mediterraneo
- Barcelona es conocida mundialmente por elementos únicos y exclusivos como la arquitectura de Gaudi (atractivo cultural a todos los continentes), el modernismo, millones de turistas de todo el mundo vienen cada año a Barcelona atraídos por ellos.
- La situación geográfica y la calidad logística de Barcelona son incomparables. grandes eventos como los Juegos Olímpicos o el Mobile World Congress celebrados en Barcelona lo demuestran
- La tradición y liderazgo textil de Cataluña y Barcelona son reconocidas en toda España.
- Barcelona es equivalente indiscutible de intelectualidad, arte, diseño, vanguardia, espíritu cosmopolita, modernidad, estilo y visionaria.
- La Ciudad de Barcelona es internacionalmente conocida y estudiada como referencia en arquitectura de la ciudad y la arte de su arquitectura.
- Barcelona es la principal ciudad en la industria textil en España.

FORTALEZAS

AMENAZAS

- Ambiente político que se respira en estos momentos en Catalunya.
- La creación de un evento de moda de gran porte en Madrid.
- Que se confunda el nuevo evento con una nueva variante del anterior, "080 Barcelona Fashion Week".

- Será el primer evento de moda a nivel internacional y no nacional realizado en Barcelona.
- Presentar a Barcelona como capital emergente de la moda.
- Aumento notable de la economía para el país y la ciudad.
- Unión del país en la industria de la moda.
- Recuperar la imagen colorida, descontraída, fresca y joven que siempre tuvo Barcelona y proyectarla al mundo.

OPORTUNIDADES

Debilidades



- No hay experiencia de grandes festivales de moda en la ciudad de Barcelona
- No existen apenas marcas de lujo en Barcelona made in Barcelona

Fortalezas

- El branding y la reputación que el Fashion Week ya tiene a nivel mundial.
- Barcelona es el punto geográfico de eventos internacionales mas prestigioso de España y el mediterraneo
- Barcelona es conocida mundialmente por elemento unicos y exclusivos como la arquitectura de Gaudi (atractivo cultural a todos los continentes), el modernismo, millones de turistas de todo el un do vienen cada año a Barcelona atraídos por ellos.



Fortalezas

- La situación geográfica y la calidad logística de Barcelona son incomparables. grandes eventos como los Juegos Olímpicos o el Mobile World Congress celebrados en Barcelona lo demuestran
- La tradición y liderazgo textil de Cataluña y Barcelona son reconocidas en toda España.
- Barcelona es equivalente indiscutible de intelectualidad, arte, diseño, vanguardia, espíritu cosmopolita, modernidad, estilo y visionaria.



Fortalezas

- La Ciudad de Barcelona é interncaionalmente conocida y estudiada como referencia en arquitetura de la ciudad y la arte de su arquitetura.
- Barcelona es la principal ciudad en la industria textil en España.





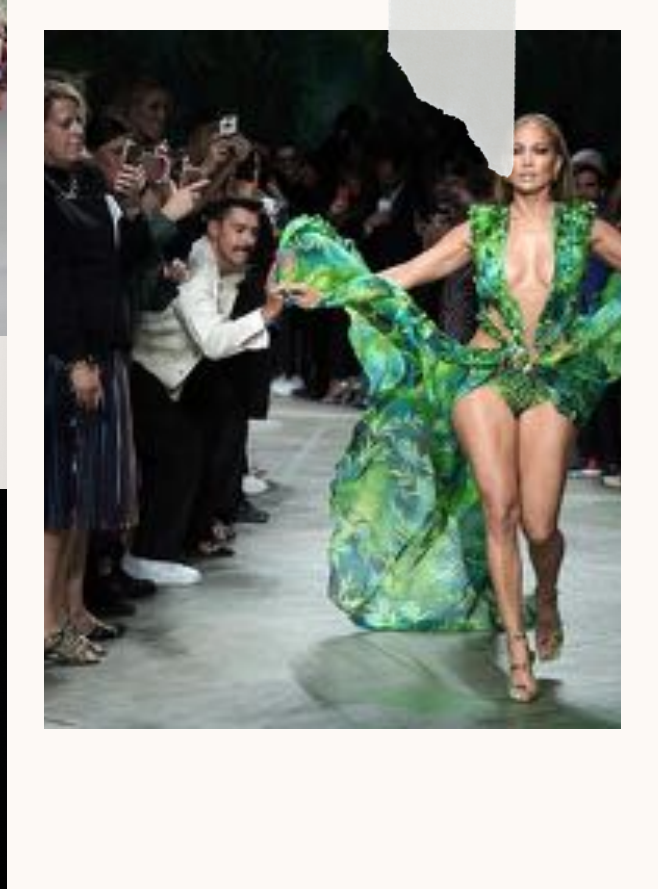
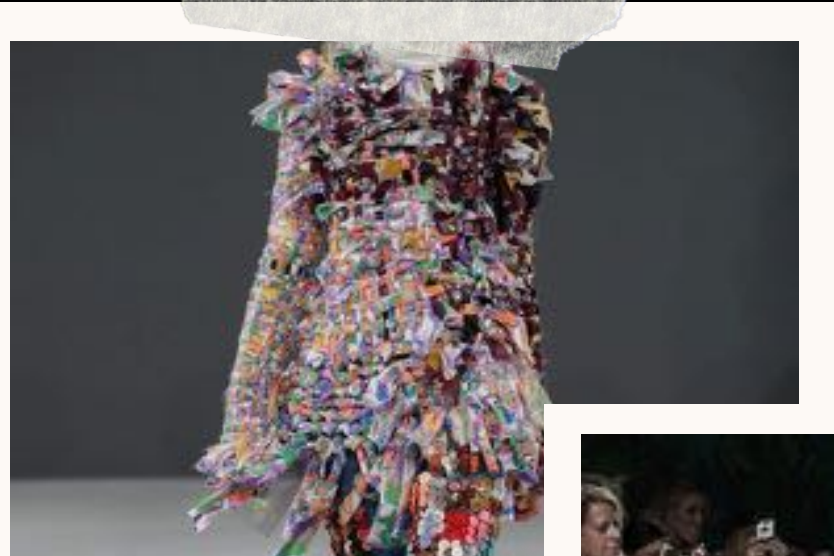
Amenazas

- Ambiente político que se respira en estos momentos en Catalunya.
- La creación de un evento de moda de gran porte en Madrid.
- Que se confunda el nuevo evento con una nueva variante del anterior, “080 Barcelona Fashion Week”.

Oportunidades

- Será el primer evento de moda a nivel internacional y no nacional realizado en Barcelona.
- Presentar a Barcelona como capital emergente de la moda.
- Aumento notable de la economía para el país y la ciudad.
- Recuperar la imagen colorida, descontraída, fresca y joven que siempre tuvo Barcelona y proyectarla al mundo.





5. DAFO

b. Conclusiones DAFO

Conclusiones DAFO

La creación de un evento es la realización de un mundo lleno de deseos y posibilidades, es un día, una semana o incluso un mes donde el creador del evento puede ofrecer lo que el público desea. En el mundo de la moda, los eventos representan visualmente la experiencia que las marcas quieren transmitir a sus consumidores y al mundo de la moda. A través de los desfiles transmiten el tipo de personas a las que puede llegar el consumidor, a través de la ropa transmiten el poder y la delicadeza de cada material producido al evento, a través de la música llevan al público a una nueva realidad, a través de esta semana de la moda crean un mundo paralelo único para que su público viva una experiencia de lujo.

En la creación de la Barcelona Fashion Week se pueden encontrar algunas debilidades y amenazas y con las fortalezas y oportunidades las resolveremos. Barcelona Fashion Week será el primer evento de moda a nivel mundial en la ciudad, no será sólo con marcas nacionales como es habitual, y por ser la primera edición siempre tiene sus posibilidades muy positivas o muy negativas. Barcelona no tiene una gran experiencia en eventos de moda en la ciudad, el único evento que tiene su ejecución en la ciudad es la 080 Barcelona, además no existen marcas de lujo a nivel internacional nacidas en la ciudad, sólo unas pocas de nivel nacional que aún se están expandiendo en el mercado de las marcas de lujo, como la marca Custo.

Conclusiones DAFO

La ciudad tiene una historia política complicada que puede no favorecer mucho la realización del evento, puede ser un poco complicado siendo que el evento será patrocinado por el gobierno de la ciudad. Sin embargo, también con esta fuerte historia y situación política, el evento puede traer más positividad y buenas consecuencias frente a esta rivalidad y separación. El evento puede traer unión entre las dos principales ciudades del país para una causa tan importante para la industria y la economía del país como es la moda, además puede unificar el país y abrir puertas para que el país crezca frente la industria de la moda.

La realización de un evento de esta magnitud y con una ejecución positiva, abrirá la puerta a la creación de grandes eventos competidores como, por ejemplo, la creación de un evento internacional de moda en Madrid. Para sobrevivir a este tipo de competencia, la Semana de la Moda de Barcelona tendrá que destacar y reforzar su diferencial: el mar.

Además de ser una ciudad que acoge muchos eventos internacionales de diferentes mercados, como: como los Juegos Olímpicos o el Mobile World Congress, la ciudad es conocida en todo el mundo por el fútbol y por su singular arquitectura de Gaudí que es estudiada como ejemplo por todo el mundo. Con la reputación mundial de la glamurosa Semana de la Moda, no será difícil que el nuevo evento internacional de moda en Barcelona tenga una gran reputación, además de que según las investigaciones la aparición de este evento en Barcelona tendría un gran éxito entre el público.

Conclusiones DAFO

La posición geográfica de la ciudad solo tiene como objetivo favorecer la ejecución de un evento que llevará la economía Española a la expansión. Es una ciudad que tiene el mayor puerto de España, además de tener un aeropuerto internacional que facilita mucho el acceso de todas las partes del mundo. Lo más importante y el principal destaque de su geografía es el clima, la cultura y el océano mediterráneo. La industria textil es líder en la economía del país Español, y Barcelona es la principal ciudad en España dentro de esta industria. La tradición y liderazgo textil de Cataluña y Barcelona son reconocidas en toda España, representadas por las marcas Inditex, HM, Mango y entre otras. La industria textil es uno de los principales factores de la economía española, y con la semana de moda en Barcelona, puede caminar a ser la principal rinda de la economía Española.

Conclusiones DAFO

La economía de la ciudad ha ido creciendo cada vez más, y es considerada la ciudad que da soporte financiero al país español, junto a Madrid. Con la implantación de la Barcelona Fashion Week la economía catalana se transformará positivamente y traerá aún más riqueza a la ciudad, como nuevos turistas. Con la producción de un evento de esta envergadura, la economía de la ciudad crece con la aglomeración en los restaurantes, con el movimiento de personas en los comercios e instalaciones turísticas, con la aglomeración de turistas en la ciudad.

Barcelona no es la Capital de España y por ello la creación del evento Barcelona Fashion Week puede abrir varias oportunidades para la ciudad y para el desarrollo de la economía en España. Barcelona es conocida en todo el mundo por su arquitectura única y preciosa, su cultura mediterránea y su clima perfecto, que es un gran diferencial de la ciudad y un punto destacado para la creación de un evento de extremo glamour. Será una oportunidad única para transformar una ciudad con tantas riquezas en una de las 5 principales capitales de la moda.



Barcelona tiene la perfecta posición geográfica para un evento internacional



La ciudad tiene sus complicaciones políticas, pero el BFW puede ser positivo al tema.



Por ser la principal capital de la industria textil, el BFW trará mas para la economía desta industria, ademas de muchas otras industrias.



Barcelona no tiene mucha experiencias con eventos internacionales del sector de moda, pero tiene en otro sectores,



Para destacarse dentro de la competencia que ya existe o que pueda existir, barcelona tendra que encofar en su diferencial: el mar.

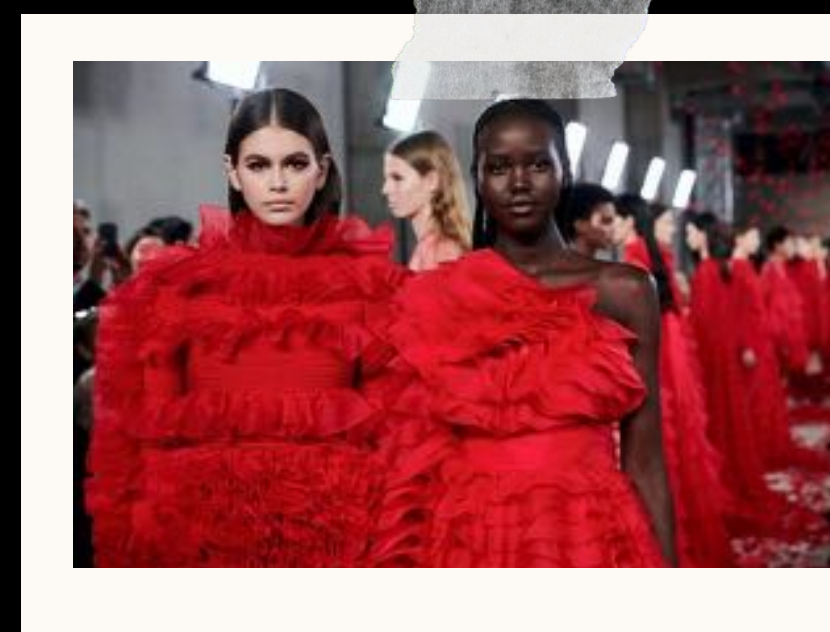


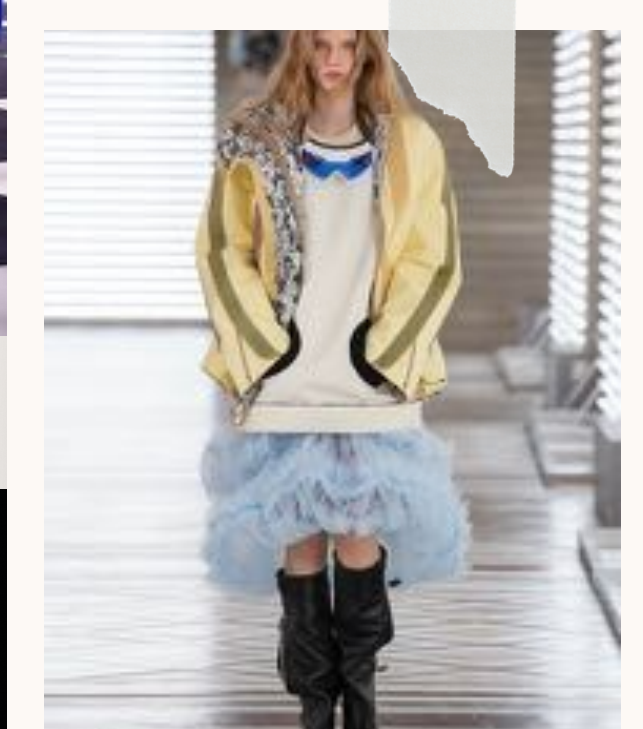
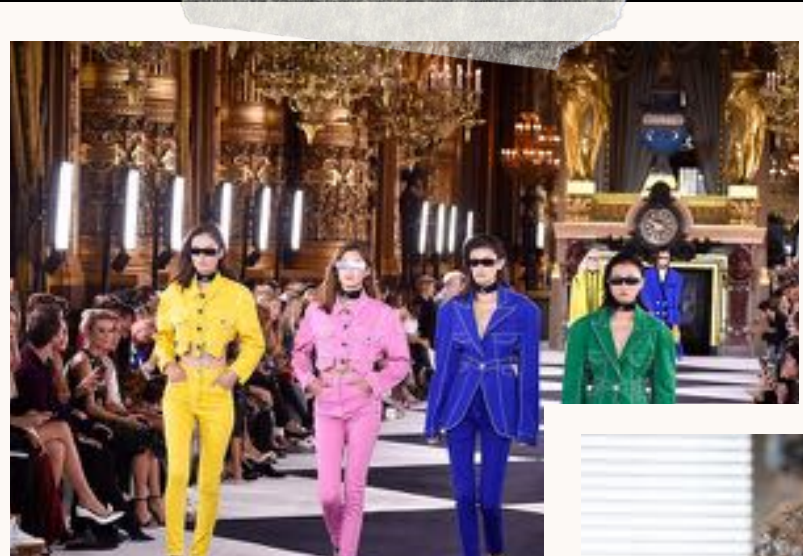
visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday



Propuesta

BFW



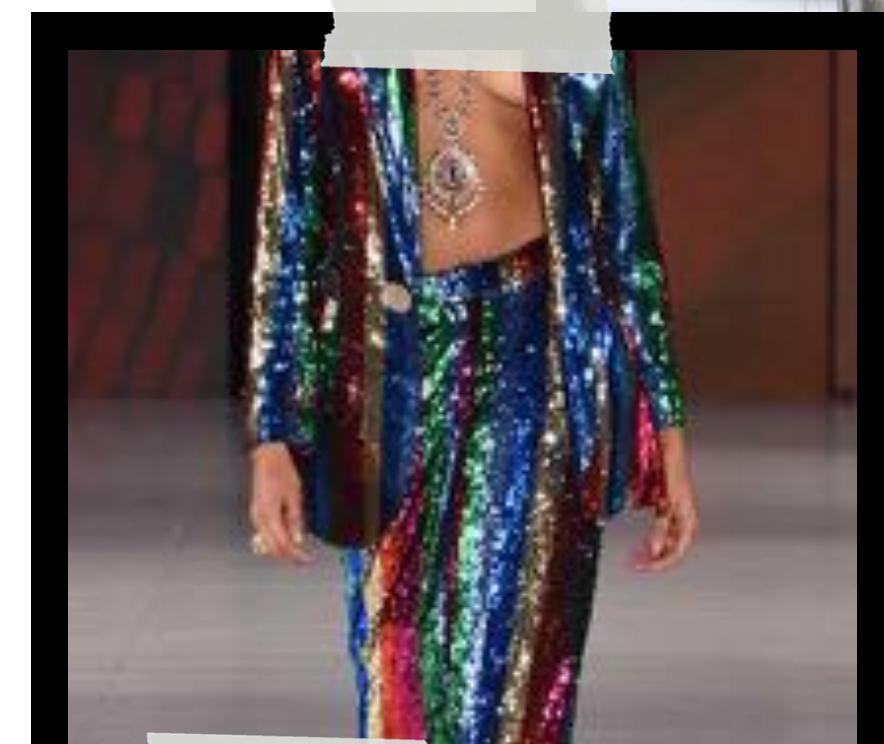


6. Propuesta BFW

a. Definición del
Barcelona Fashion Week

Barcelona tiene una larga historia con el mundo de la moda, con la arte y la arquitectura, pero su sector de especialización es el de la moda rápida. Según la investigación del macro y micro entorno, junto con las encuestas hechas, Barcelona tiene un gran potencial de aportar un espectáculo con marcas de lujo y internacionalizar la moda en España. Pero no lo hace, porque el país invierte más en su sector de especialización, las marcas Prêt à Porter. De acuerdo con revistas de la industria de la moda, como Moda.es, España es uno de los país que mas creció en la industria del fast fashion con las marcas de Inditex, HM y Mango.

Aunque ya existe una semana de la moda en Barcelona, la 080 Fashion Week, el evento no se desarrolla de forma internacional, solo participan marcas catalanas. El evento es bastante criticado, según comentarios en El Periódico, el Ayuntamiento de Barcelona invierte mucho dinero y que los desfiles no expresan lo dinero que es gasto al hacerlos. Por lo más que el ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat de Catalunya invistan bastante dinero para la producción del evento, no es el 080 Barcelona que es el foco de la industria de la moda en España, mas sí las marcas Inditex, Mango y HM que predominan la industria textil y la industria de la moda en España, de acuerdo con datos.



Ya el Mercedes-Benz Fashion Week en Madrid tiene un gran reconocimiento por sus eventos y desfiles, pero el evento no se expandió internacionalmente, y no reconocido como la quinta capital del mundo de la moda. Por más que Madrid sea la capital de España, e intenta desenvolver un evento de gran prestigio internacional en el mundo de la moda, **Barcelona aporta mucho más valor por su cultura, el clima y su localización mediterránea, que es un gran diferencial para transformarse en la quinta capital de la moda.**

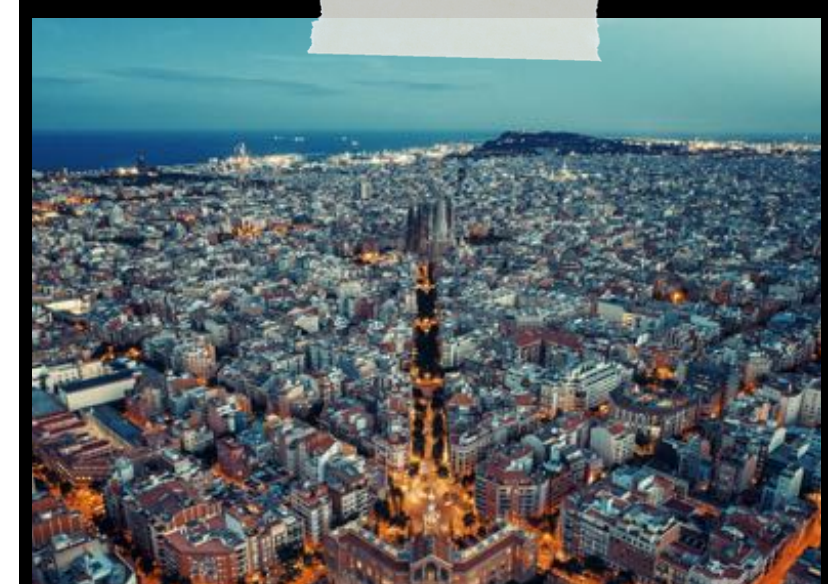
La moda española tiene mucho que ofrecer, sin embargo, no es mucho explorada en las semana de modas que ya existen en el país. Ningún de los desfiles o eventos que existen en el país tienen participación de marcas internacionales de lujo. En las principales ciudades de España, Barcelona y Madrid, hay calles muy conocidas que se encuentran en todas las tiendas de lujo, pero ellas no participan de las semanas de moda que existen en cada ciudad.

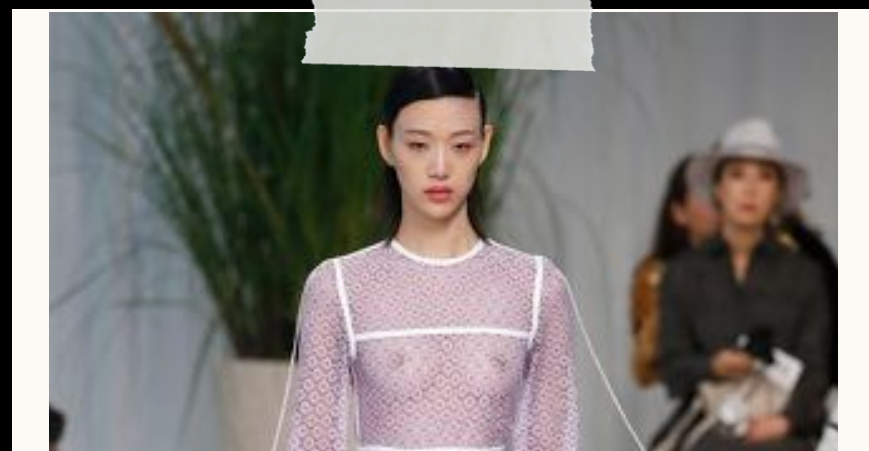


Por ello, se creará una nueva propuesta para el Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y Gobierno de España, para crear una semana de moda en Barcelona que sea reconocida internacionalmente como la 5º capital de la moda.

Esta nueva semana de la moda que se propondrá al Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y gobierno de España, se llamará **BARCELONA FASHION WEEK**. Se ha elegido este nombre porque las semanas de la moda a las que queremos asociarnos también utilizan únicamente el nombre de la ciudad en la que tendrá lugar el evento. Al utilizar sólo el nombre de la ciudad, queremos destacarla como lugar de ejecución de la nueva propuesta que presentamos.

La principal idea de este evento es que las marcas nacionales representan su país, pero que puedan competir y triunfar con las marcas de mismo nivel o nivel superior en el mundo del lujo. Con el Barcelona Fashion Week la industria de la moda Española dejará de ser solamente nacional y triunfa internacionalmente.





6. Propuesta BFW

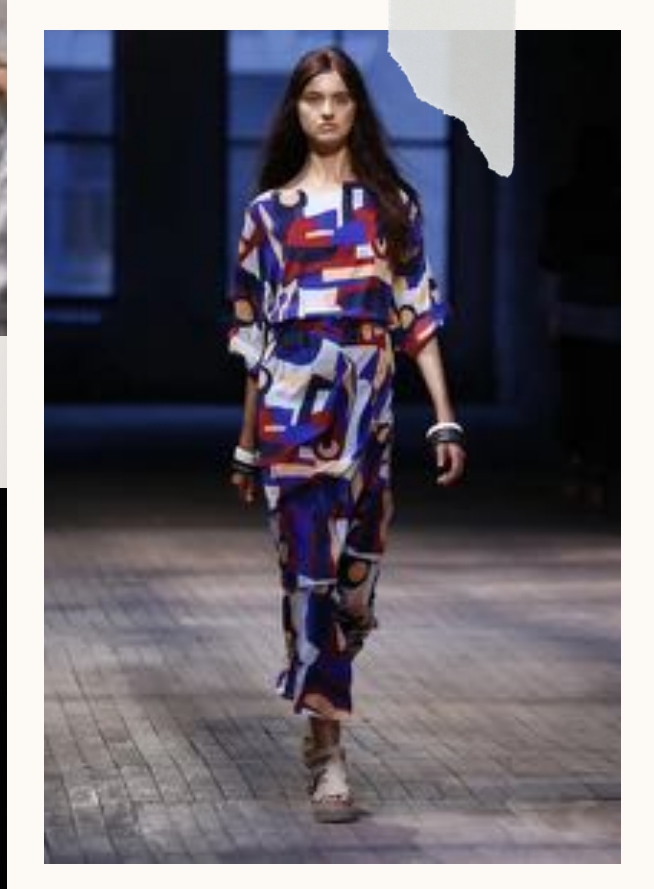
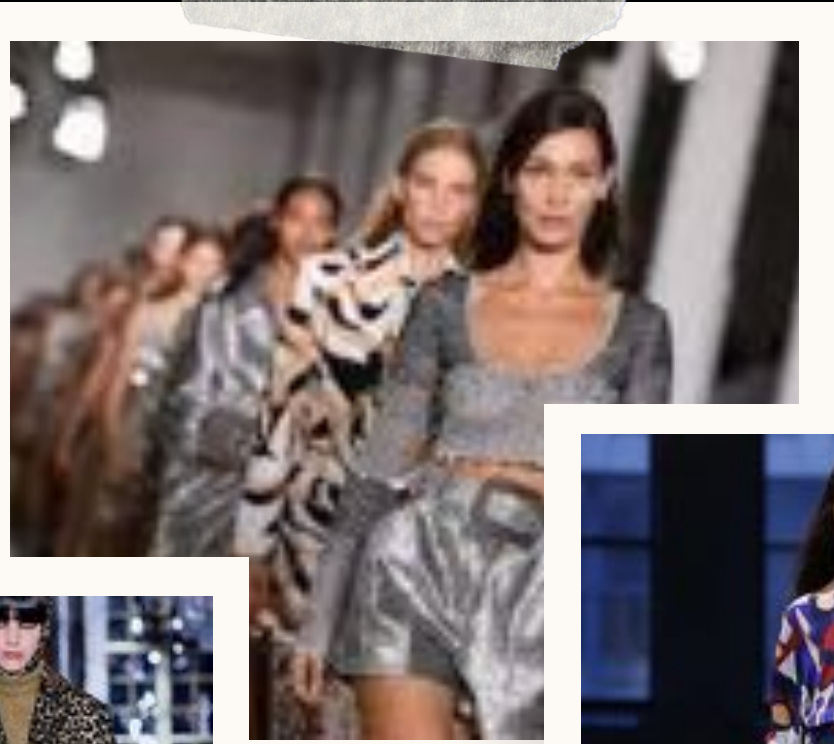
b. Características

El Ayuntamiento es el organismo que supervisa, determina y dirige todos los asuntos relacionados con Barcelona. Dado que la moda es un mercado de gran importancia para la sociedad y la economía, la propuesta de este proyecto puede ayudar la ciudad y el país a desarrollarse más.

Este evento pretende promover la cultura de la moda catalana y española, donde la alta costura y la creación tienen un gran impacto, combinando siempre el saber hacer tradicional y la tecnología contemporánea. Contribuirá a convertir a Barcelona en una de las cinco capitales mundiales de la moda.

Pretende demostrar, tanto en España y Catalunya como a nivel internacional, una visión estratégica, económica, tecnológica, cultural e incluso política de la moda y la creación. Como elemento central de un ecosistema decididamente orientado hacia el futuro, el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat de Catalunya y el Gobierno de España, estarán en el centro de los cambios y desafíos a los que se enfrenta la industria de la moda.



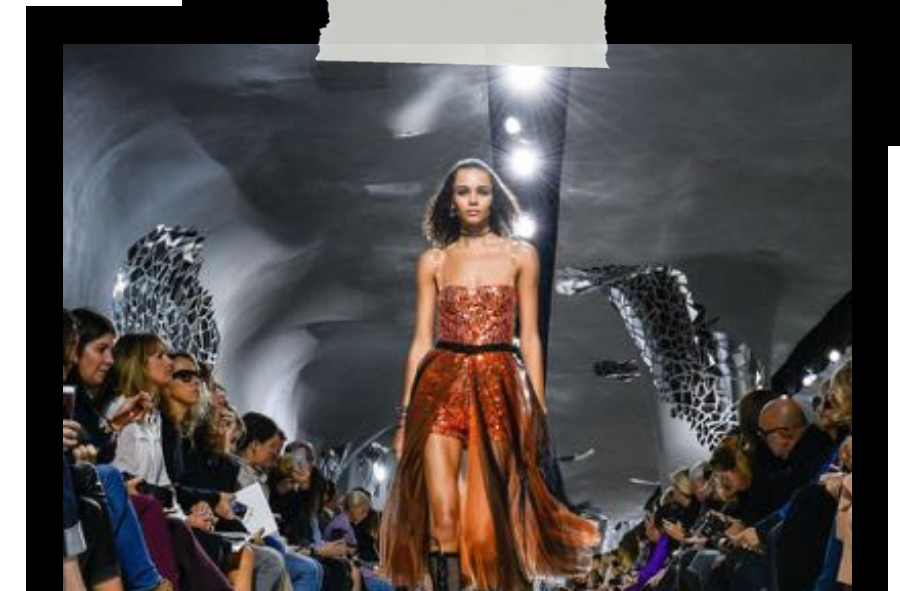


6. Propuesta BFW

c. organización del BFW

Se propondrá que los departamentos de comercio, eventos y moda del Ayuntamiento y de la Generalitat se encarguen de organizar y dirigir este proyecto. Una vez aclarado qué departamento organizará la semana de la moda, comenzará la organización del evento.

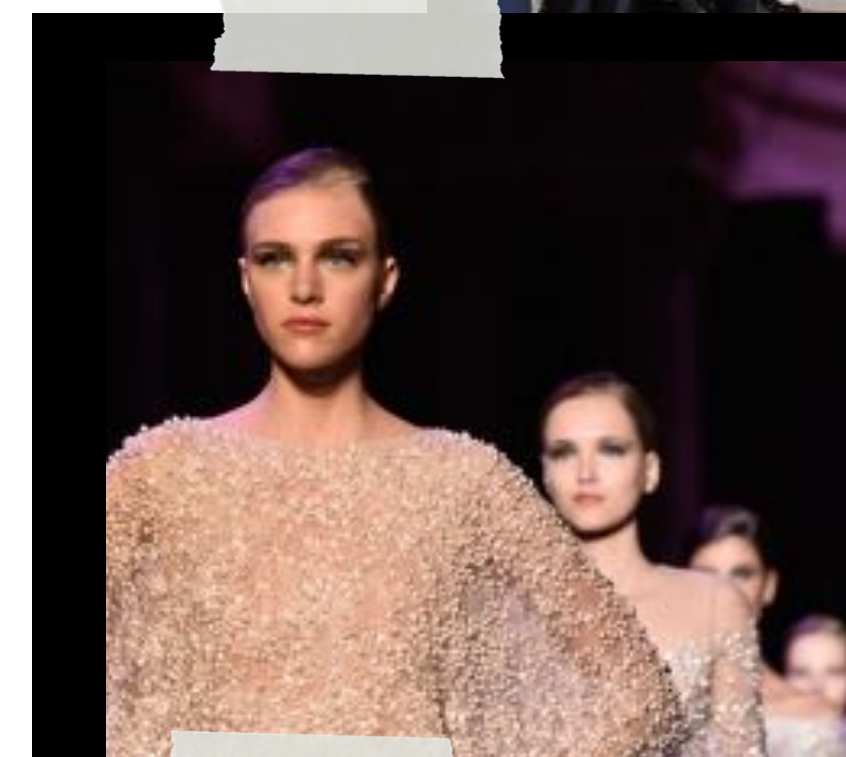
La organización de la BFW se encargará de organizar la gestión de la BFW, el desarrollo y la ejecución de la BFW, la financiación de la BFW, la logística de la BFW, la publicidad, la prensa, el acto de inauguración de la primera edición de la BFW y todos los detalles desde el principio hasta el final de la semana de la moda.



La creación de un evento tan singular atraerá a gente de todo el mundo a la nueva capital del mundo de la moda, lo que no sólo traerá mucha expectación al mundo de la moda española, sino también muchos turistas a Barcelona y sus alrededores.

Con un evento de tal importancia, es probable que el mercado económico del país aumente y atraiga muchos factores positivos al país. Esta semana de lujo estará patrocinada por el Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y Gobierno de España y contará también con las donaciones de las marcas participantes.

Al reunir a personas de tanto talento y a un mundo que define la moda a nivel mundial, nacerá la nueva capital del mundo de la moda, Barcelona. Con su arquitectura única y distintiva, su fenomenal cultura y su amor por la moda, la capital catalana conquistará el mundo de la moda.



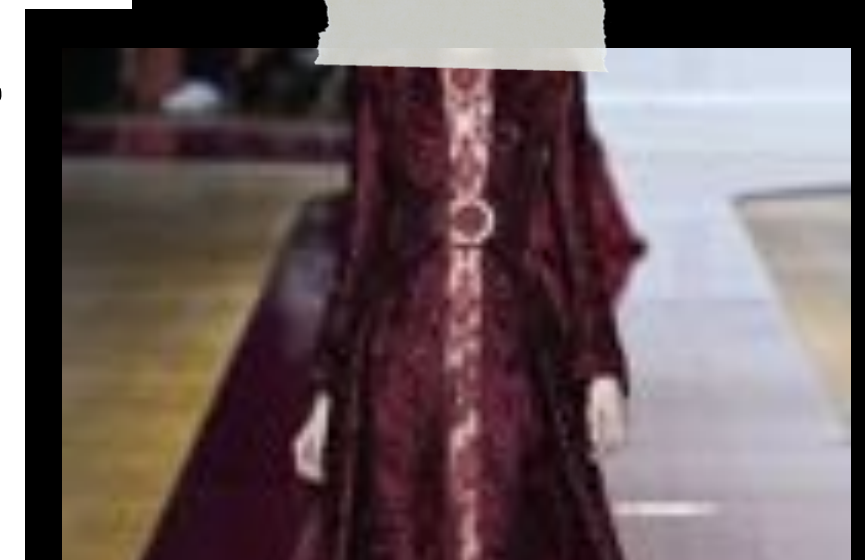


MARCAS

Para hacer posible este proyecto, **se contactará con 57 marcas, entre ellas españolas, catalanas e internacionales** para que participen en esta semana de la moda. Primero se eligieron los diseñadores que participarán en esta semana de la moda, esta elección se basó en las principales marcas de Madrid y Barcelona. Cada diseñador podrá hacer su propia lista de invitados, mas tiene que avisar la organización con antelación. Para la primera edición del BFW, **cada marca tiene el derecho de tener 10 invitados.** Para la organización de los horarios, cada marca tendrá una hora para realizar su desfile. Ya el lugar donde se llevarán a cabo estos espectáculos se propondrán opciones a cada diseñador y ellos podrán elegir, ademas de que podran elegir cuantos funcionarios necesitaran para la organización de sus prorprios eventos.



Todos los salones terminarán a las 20:00h para que las marcas puedan organizar cenas o eventos para sus invitados. Se organizará una reunión con cada marca/diseñador para organizar los horarios, el lugar de celebración, los invitados y los detalles de la semana de la moda con los diseñadores. En esta reunión las marcas/diseñadores participantes tendrán que informar a la organización de la Barcelona Fashion Week sobre los eventos extra que querrán realizar durante la semana de la moda y firmar un contrato de participación con la Barcelona Fashion Week. Cada marca/diseñador será responsable de la lista de invitados y de la organización de sus propios espectáculos y eventos. En esta reunión, también se le propondrán tres fechas diferentes para el verano y el invierno: febrero y septiembre, marzo y octubre, y enero y noviembre. Estas fechas se elegirán por el Ayuntamiento de Barcelona, de manera que no coincidan con otras semanas de la moda.





INVITADOS

Para desarrollar el mundo de las marcas de lujo en España y convertir a Barcelona en una de las 5 capitales de la moda en el mundo, el público que asistirá a este evento tiene que ser elegido específicamente para este fin.

Como ya se ha mencionado cada marca tiene **derecho a 10 invitados**, también serán invitados a asistir al evento: la prensa nacional e internacional, las revistas más famosas del sector, bloggers nacionales e internacionales, famosos, estilistas, y directivos, superiores de cada marca participante y clientes exclusivos de cada marca. Se elaborará una lista de sugerencias con las que se podrá contactar.

El público que asista a este evento tendrá el gran privilegio de ver de primera mano la colección de cada marca. Por ello, este público se elige con mucho cuidado, basándose en mucha investigación y con un único objetivo: desarrollar el mundo de la moda y el valor de estas marcas en España.

Al invitar a un público tan exclusivo y crear una experiencia tan única en Barcelona, España crecerá en el mercado de la moda y creará una competencia interna entre la moda rápida y la moda de lujo.



PRENSA

Vogue, Fashion week Show, Elle, Glamour, Vanity Fair, Telva, Cosmopolitan, Harper's Bazar, In Style, Nylon, Surface, Net - A - Porter, W magazine, El país, La Vanguardia.

INFLUENCERS

LAida Domenech (@dulceida), Gala Gonzales (@galagonzales), Paula Echevarria (@pau_eche), Paula Gonu (@paulagonu), Laura Escanes (@lauraescanes), Sara Escudero (collagevintage) y Natalia Cabezas (@trendy_taste), Chiara Ferragni (@chiaraferragni), Giorgia Tordini (@giogiatordini), Camila Coelho (@camila_coelho), Lala Rudge (@lalarudge), Thassia naves (@thassianaves), Helena Bordon (@helenabordon), Jeanne Damas (@jeannedamas), Caroline de Maigret (@carolinedemaigret), Federica (@Junesixtyfive), Aimee Song (@aimeesong), Blair Eadie (@blaireadiebee), Negin Mirsalehi (@negin_mirsalehi) y Wendy Nguyen (@wendyslookbook).

FAMOSOS



Elena Martín, Max Grosse, Greta Fernandez, Eduard Fernández, David Verdguer, Miki Esparbé, Nausicaa Bonnin, Antonio Banderas, Penelope Cruz, Javier Bardem, Ursula Corbero, Pedro Alonzo, Alvaro Morte, Amaia Salamanca.

YOUTUBERS



Patry Jordan, Dulceida, Paula Gonu, Manu Ríos, Dare to DIY, Grace Villarreal, Marta Riumbau, Sara Sabaté, Arantxa Cañadas, Sara Baceiredo, María Pombo, Teresa Sanz, Alexandra Pereira, Aretha La Galleta, Secrets and Colors by Miriam Llantada, Marta Carriedo, Bartabac mode, Peeptoes, Marta Lozano, Lady Addict.



EVENTOS & HORÁRIOS

Durante el Barcelona Fashion Week se desarrollara eventos de moda: desfiles, exposiciones, forum sobre moda, brunches de las marcas, cenas de las marcas, fiestas y entre otros diversos eventos en torno al mundo de la moda. Los desfiles y eventos que se desarrolara en esta semana dependerá mucho de lo que la marca invitada decidir hacer en la semana de moda en Barcelona.

Para la organización de cada evento, se hará un calendario con los horarios, locales y eventos de cada marca. La ubicación de cada espectáculo y evento se decidirá sólo después de la reunión con cada marca. Para una buena organización y estrategia, se creará una app (solo tendrán acceso los invitados de la semana de la moda) donde todos los participantes podrán encontrar la información necesaria sobre la semana de la moda.



Lunes (07/03/22):

09.00 am – Evento Inauguración: Into the Mediterranean

Martes (08/03/22):

09.00 am – Exposición Louis Vitton

10.00 am – AVELLANEDA

11.00 am – ANDRES SARDA

01.00 pm – MENCHÉN TOMÀS

02.00 pm – Foro "How to become a designer in the high fashion industry" by Fendi

03.00 pm – FERNANDO CLARO

05.00 pm – EÑAUT

06.00 pm – OTRURA

07.00pm – THE LABEL EDITION





Miercoles (09/03/22):

08.00am - Foro "Everything about the high fashion"
by Hermés

09.00 am - ROBERTO VERINO

10.00 am - ANTONIO MARCIAL

11.00 am - MAYA HANSEN

01.00 pm - ÁLVARO CALAFAT

02.00 pm - Exposición Chanel

03.00 pm - TXELL MIRAS

05.00 pm - PABLO ERROZ

06.00 pm - Y_COMO

07.00 pm - EDUARDO NAVARRETE

Jueves (10/03/22):
08.00 am – Foro " The textile industry" by Burberry
09.00 am – PAOLA MOLET
10.00 am – AGATHA RUÍZ DE LA PRADA
11.00 am – ESCORPION
01.00 pm – HANNIBAL LAGUNA
02.00 pm – Exposición Versace
03.00 pm – PALOMA WOOL
05.00 pm – CUSTO BARCELONA
06.00 pm – EIKO AI
07.00 pm – MAITE by LOLA CASADEMUNT





Viernes (11/03/22):

08.00 am – Exposición Prada

09.00 am – BRAIN & BEAST

10.00 am – LEBOR GABALA

11.00 am – PILAR DALBAT

01.00 pm – LR3

02.00 pm – Foro "All about bags" by
Ferragamo

03.00 pm – ANGEL SCHLESSER

05.00 pm – VICTOR VON SCHWARZ

06.00 pm – ISABEL SANCHIS

07.00 pm – ULISES MÉRIDA

Sabado (12/03/22):

08.00 am - Exposición Celine

09.00 am - OTRURA

10.00 am - MAISON MESA

11.00 am - IS COMING

01.00 pm - BUJ Studio

02.00 pm - Foro "The importance of a good pair of shoes" by Louboutin

03.00 pm - ONRUSHW23FH

05.00 pm - MARÍA LAFUENTE

06.00 pm - GUILLERMO DÉCIMO

07.00 pm - CORSICANA

Domingo (13/03/22):

09.00 am - Exposición Gucci

10.00 am - RUBEARTH

11.00 am - REPARTO STUDIO

12.00 pm - SERGIO VILLASANTE

02.00 pm - GEORGIELA STUDIO

03.00 pm - MONTENEGRO

04.00 pm - VELÁSQUEZ

05.00 pm - PABLO ERROZ





Logística

Los locales que se propondrán para la disponibilidad de realizar estos eventos son: **Sagrada Familia, La Pedrera, Recinte Modernista de Sant Pau, Plaza España, Catedral Gótica, Barceloneta, Museo Marítim, Park Guell y Camp Nou.** Cada ubicación será elegida según el estilo y la temática de cada marca, esta elección será acordada entre el Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y Gobierno de España y las marcas.

Se contratará a una empresa de servicios de transporte para atender a los invitados de BFW. El servicio de transporte estará a disposición de los invitados de la BFW durante toda la semana de la moda para llevarlos a todos los desfiles y eventos a los que deban asistir. La comunicación entre el conductor y el invitado será a través del App del evento.





Locales y Alquileres

Los lugares que se propondrán para realizar los desfiles y eventos durante la semana de la moda serán puntos turísticos de Barcelona. Como ya se ha mencionado los lugares que se sugerirán serán: Sagrada Familia, La Pedrera, Recinte Modernista de Sant Pau, Plaza España, Catedral Gótica, Barceloneta, Museo Marítimo, Park Guell y Camp Nou.

Antes de ofrecer cada local a las marcas, nos pondremos en contacto con cada uno de ellos para negociar la posibilidad de alquilarlo. Cada lugar requerirá una estrategia diferente para conseguir la autorización para alquilar el local, así como una estrategia diferente para montar el desfile o el evento de acuerdo con el lugar.





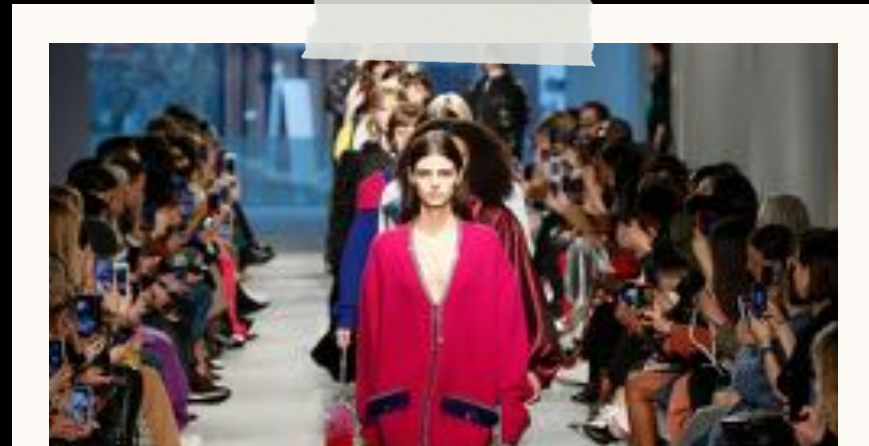
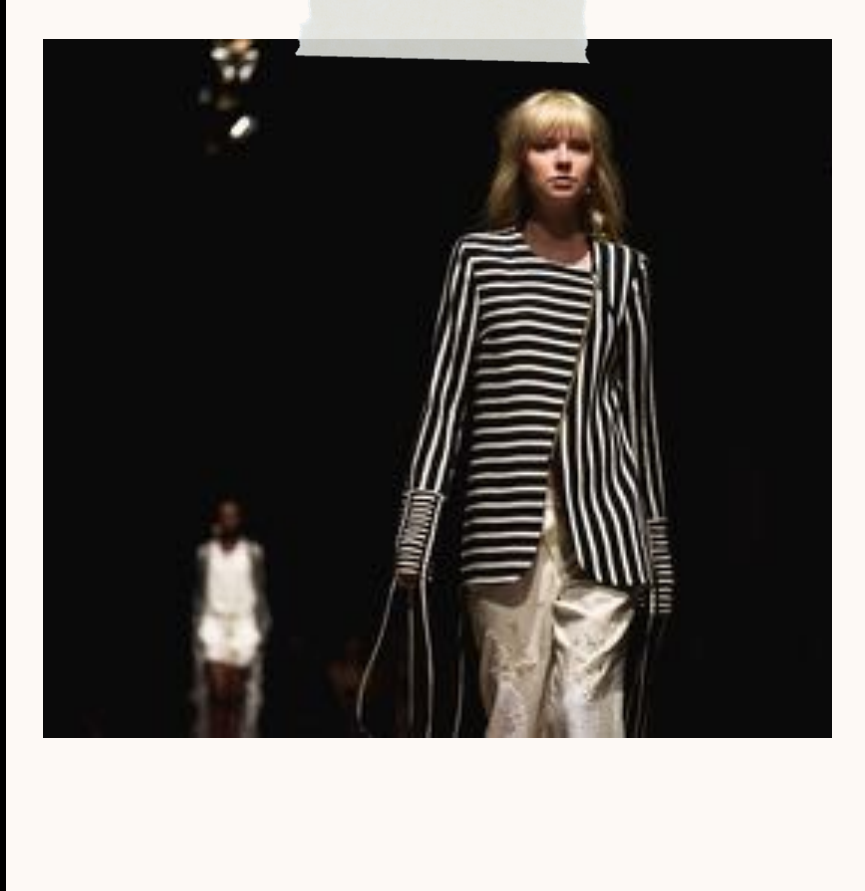
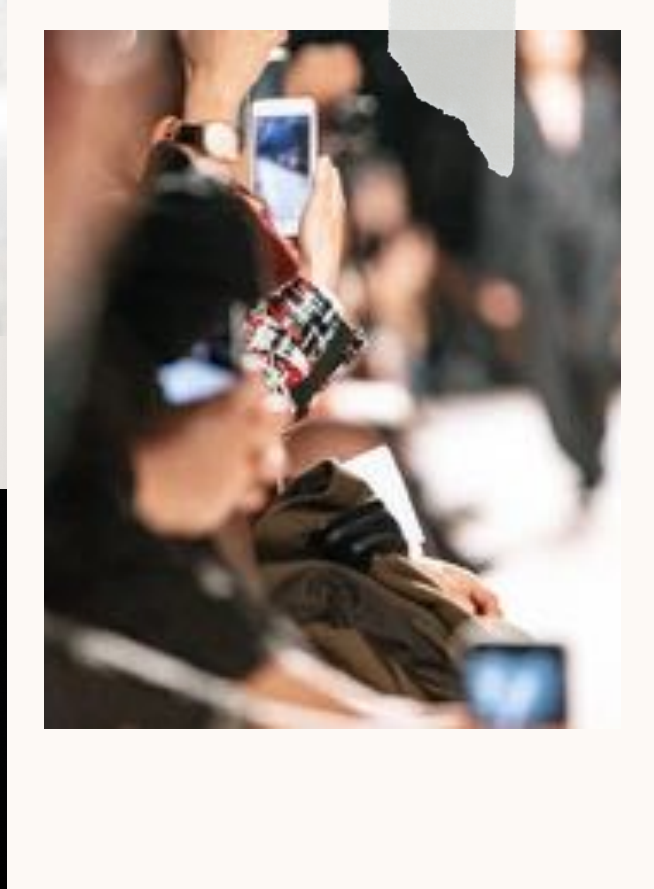
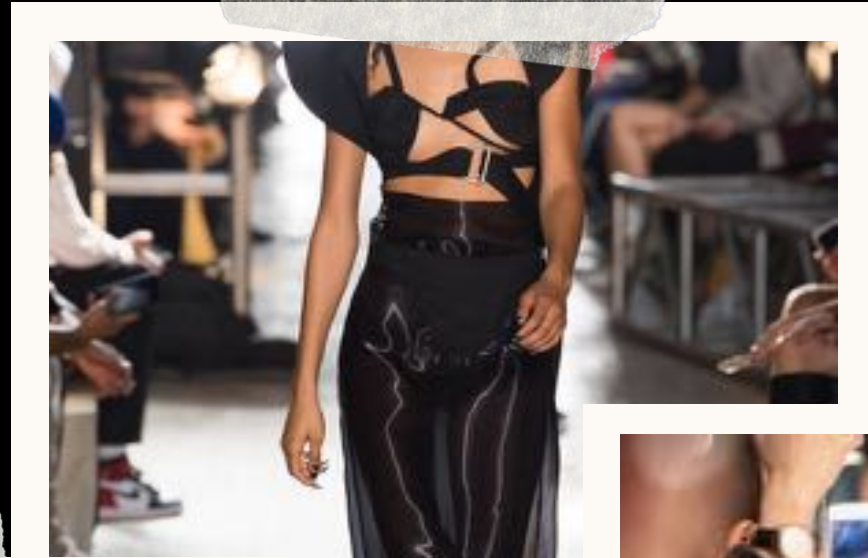
FUNCIONARIOS & EQUIPAMIENTOS

Todos los empleados contratados para trabajar durante la semana de la moda serán contratados por una empresa externa. Se contratarán empleados para los siguientes departamentos: seguridad, asistentes de entrada al evento, asistentes de vestuario, asistentes de ejecución del evento y otros puestos.

Cada empleado tendrá que llevar un uniforme: pantalones negros, zapatillas negras o blancas y una camiseta con el branding del BFW que se entregará a cada empleado.

El equipo utilizado en cada evento también se contratará a una empresa externa. Esta empresa se encargará de proporcionar todo el equipo necesario para los desfiles y eventos de la semana de la moda, además de instalar el equipo necesario.





6. Propuesta BFW

d. Financiación

La organización y ejecución de la Barcelona Fashion Week será financiada al 100% por la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona y la Asociación Creadores de Moda de España (Acme), también será propuesto para la nueva Fundación Catalunya Fashion para que participe de la financiación del BFW.

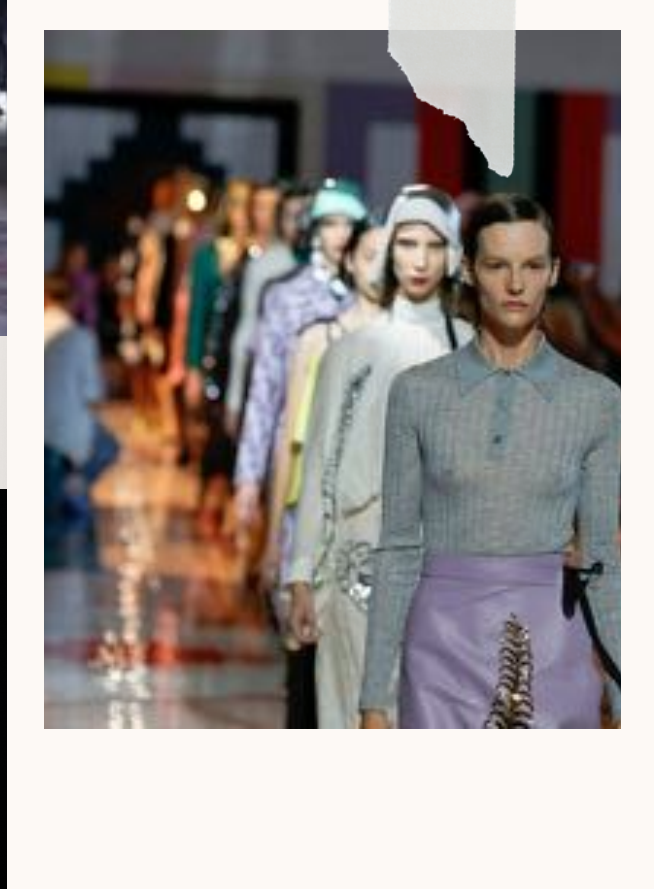
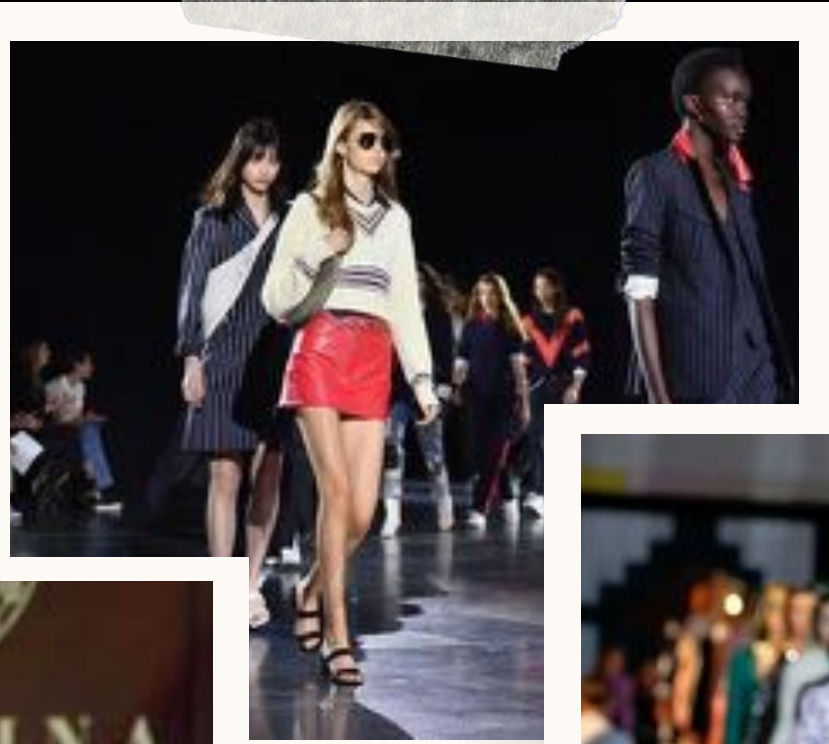
Al inscribirse en la Barcelona Fashion Week, cada marca tiene que pagar 5.000 euros por la inscripción, en esta inscripción no está incluso la organización del desfile o evento de cada marca. Marcas como L'Oreal, Sephora, Inditex, Mango, SEAT, NYX, Clinique y El Corte Inglés serán invitadas para patrocinar a los diseñadores y marcas participantes en el evento, la organización del BFW intentará hacer esta conexión entre marca y grandes industrias.

Para la primera edición de la Barcelona Fashion Week, Into the Mediterranean, se invertirán 900.000 euros, cantidad que se distribuirá para la producción y ejecución de la semana de la moda y para la publicidad de la misma.




La semana de la moda es el evento más esperado durante todo el año, es una semana que consta de varios eventos relacionados con la moda, para una perfecta **ejecución de esta semana se requiere una gran inversión y organización.** Por mucho dinero que se invierte, alrededor de un millón de euros, **la semana de la moda genera miles de millones de euros para la industria de la moda y la industria textil,** además de otras varias industrias de todo el mundo (como la industria tecnológica, la industria cosmética, la industria del comercio...)





6. Propuesta BFW

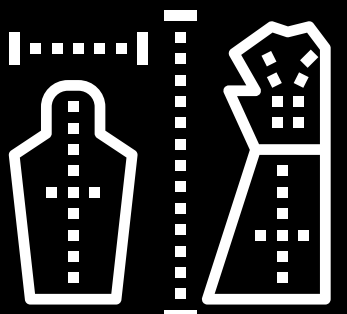
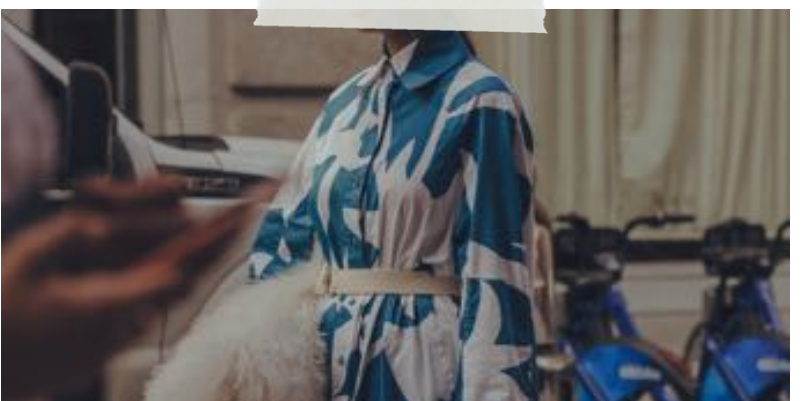
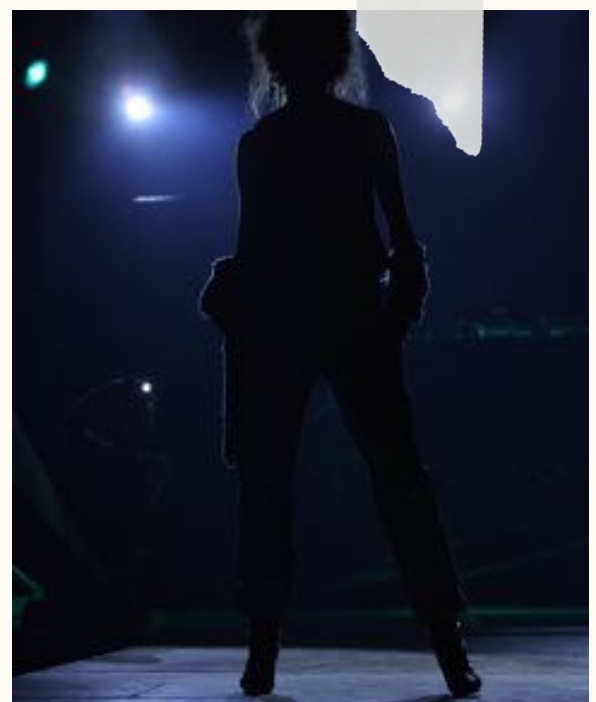
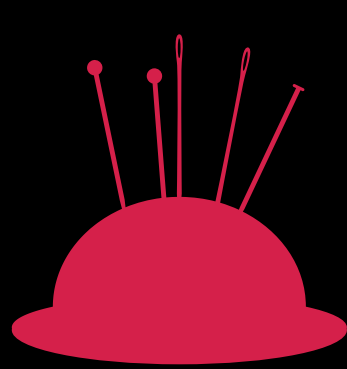
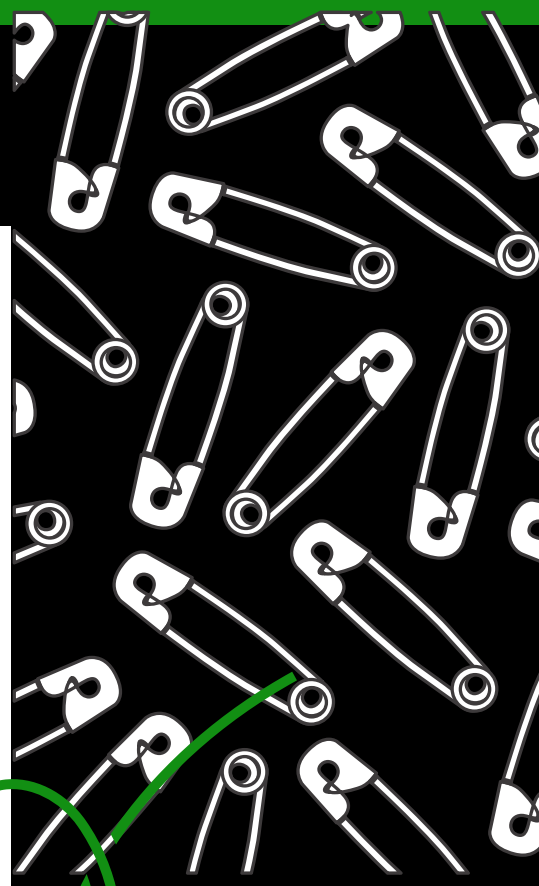
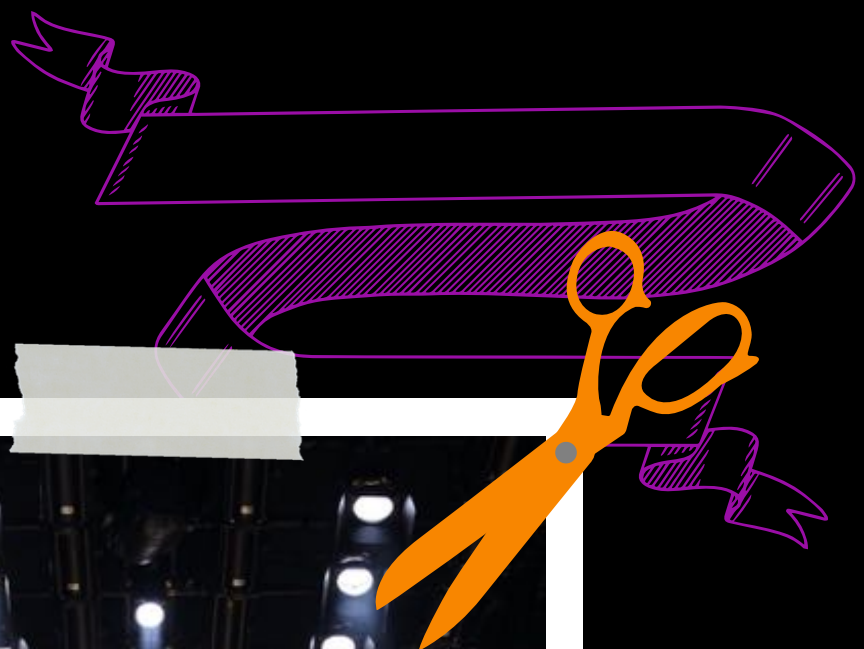
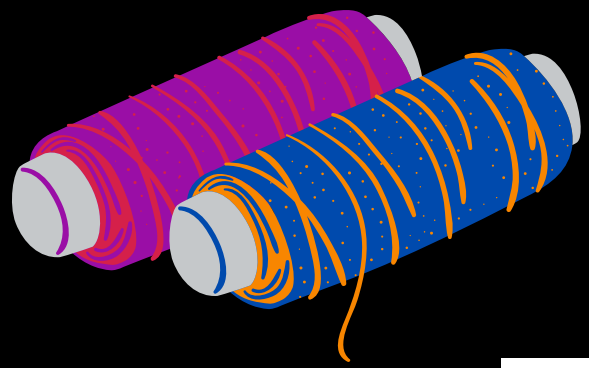
e. Identidad corporativa BFW



Barcelona se posicionará como la quinta capital de la moda a nivel mundial, y para que la nueva semana de la moda se posicione ante el mundo, será necesario **un branding fuerte y llamativo**. Crearemos una marca que **transmita el lujo, el glamour y la profesionalidad del mundo de la moda**, además de transmitir **a través de los detalles la cultura mediterránea que representa Barcelona**. Se creará una marca visual completa: nombre, logotipo, posicionamiento, tabla de colores, estrategia de marketing y comunicación. Junto con la construcción del branding se creará una página web y redes sociales para la nueva Semana de la Moda "Barcelona Fashion Week".

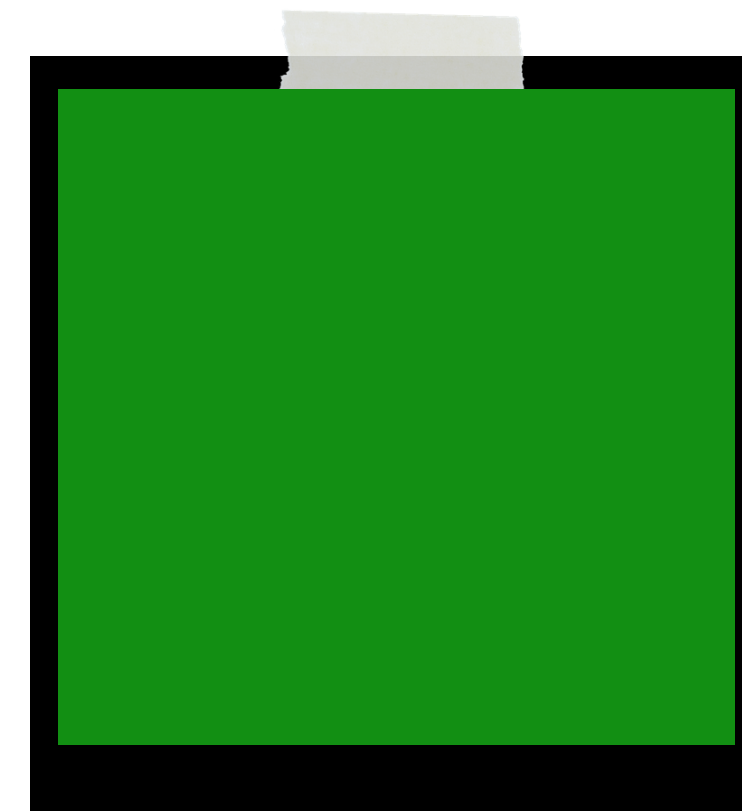
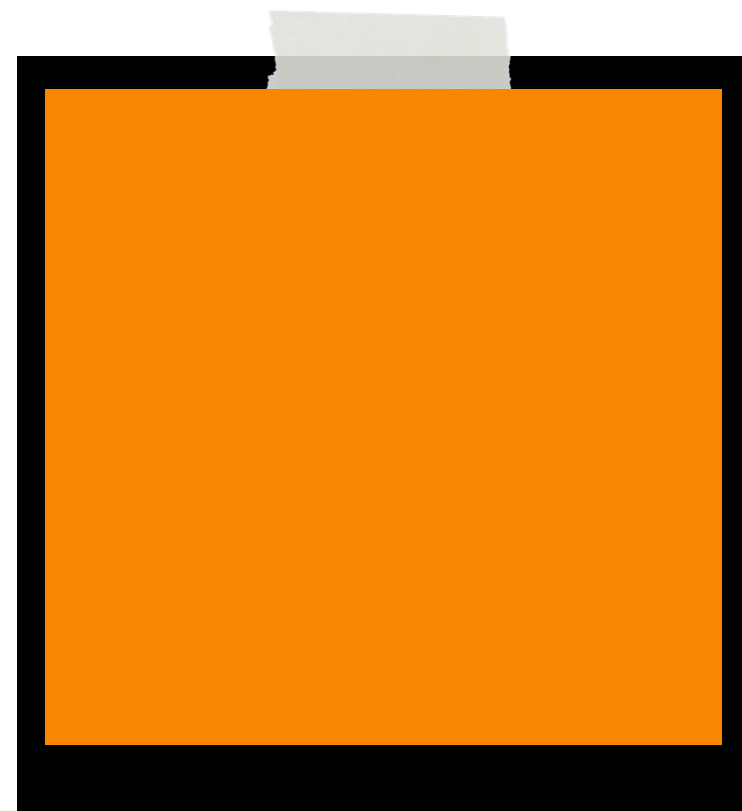
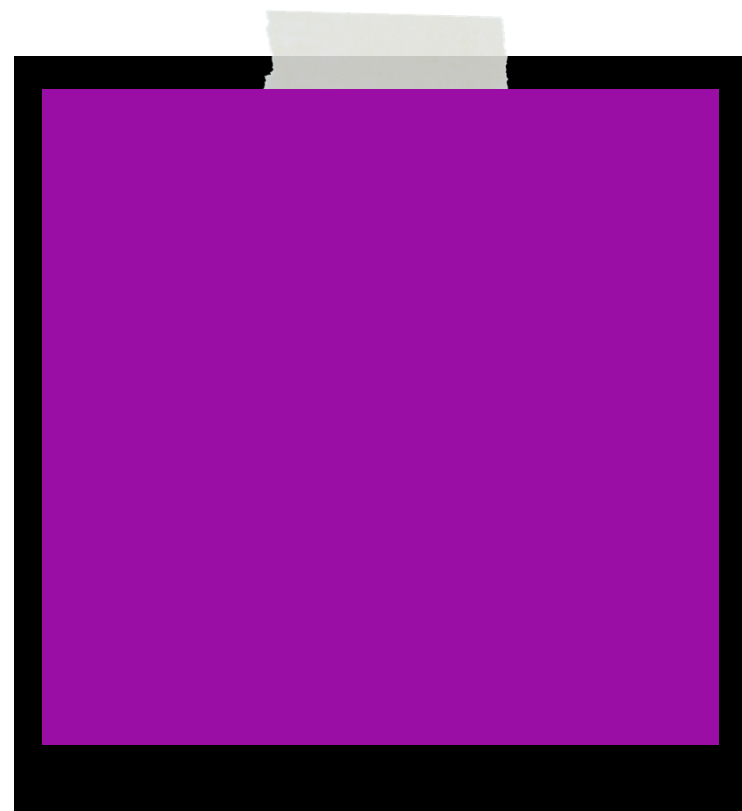


MOODBOARD



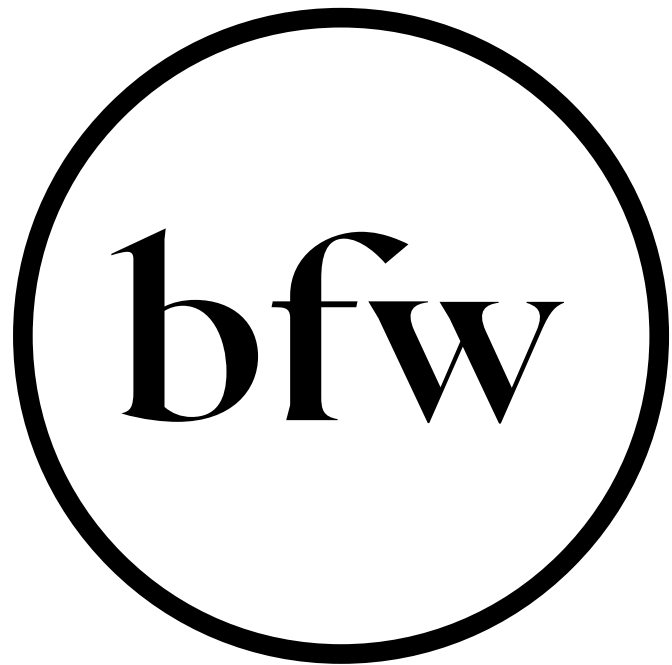


COLORES





LOGOS



BARCELONA
Fashion Week





TIPOGRAFÍA



D T V A T
Barcelona Fashion Week
D I V V



NotoSerif Display Light
BDScript

La tipografía usada para crear el logotipo fue pensada para transmitir una imagen seria y profesional, pero también romántica y clásica para representar el mundo fashion.



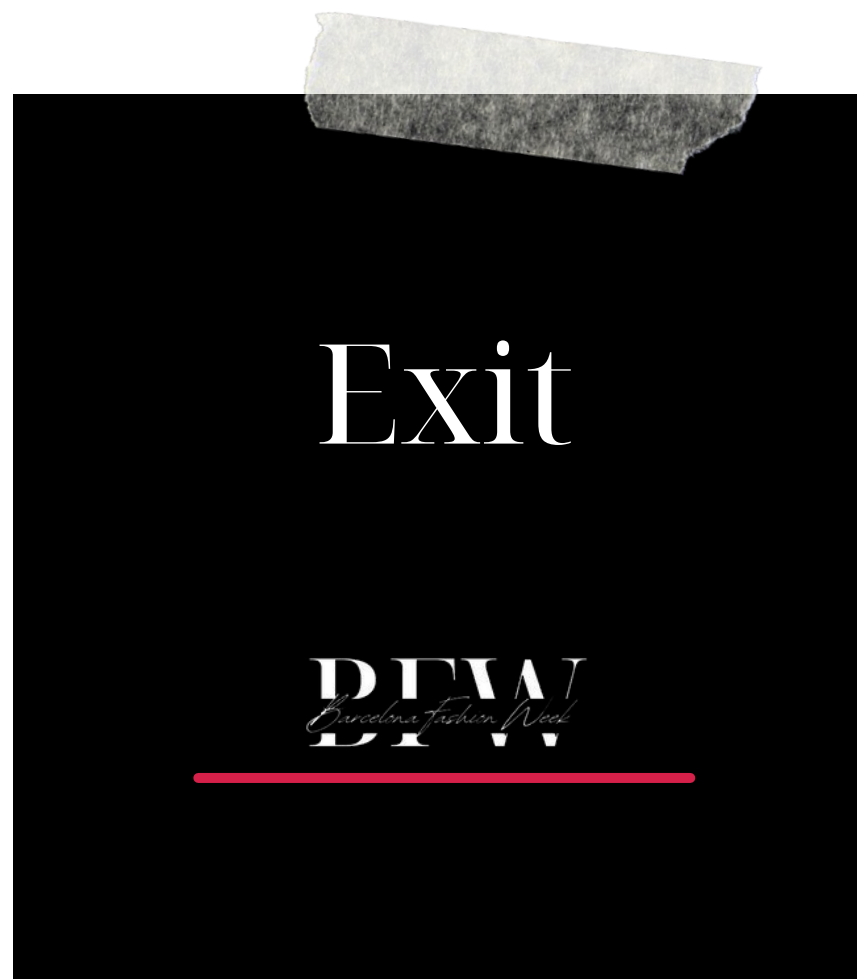
UNIFORMES





MATERIALES DE SEÑALIZACIÓN

Se crearán materiales para la señalización durante la semana de la moda: señales de entrada, señales de salida, señales reservadas, señales de prohibido, señales de zona restringida y otros materiales para mantener organizada la BFW. Cada material seguirá el branding de la semana de la moda.



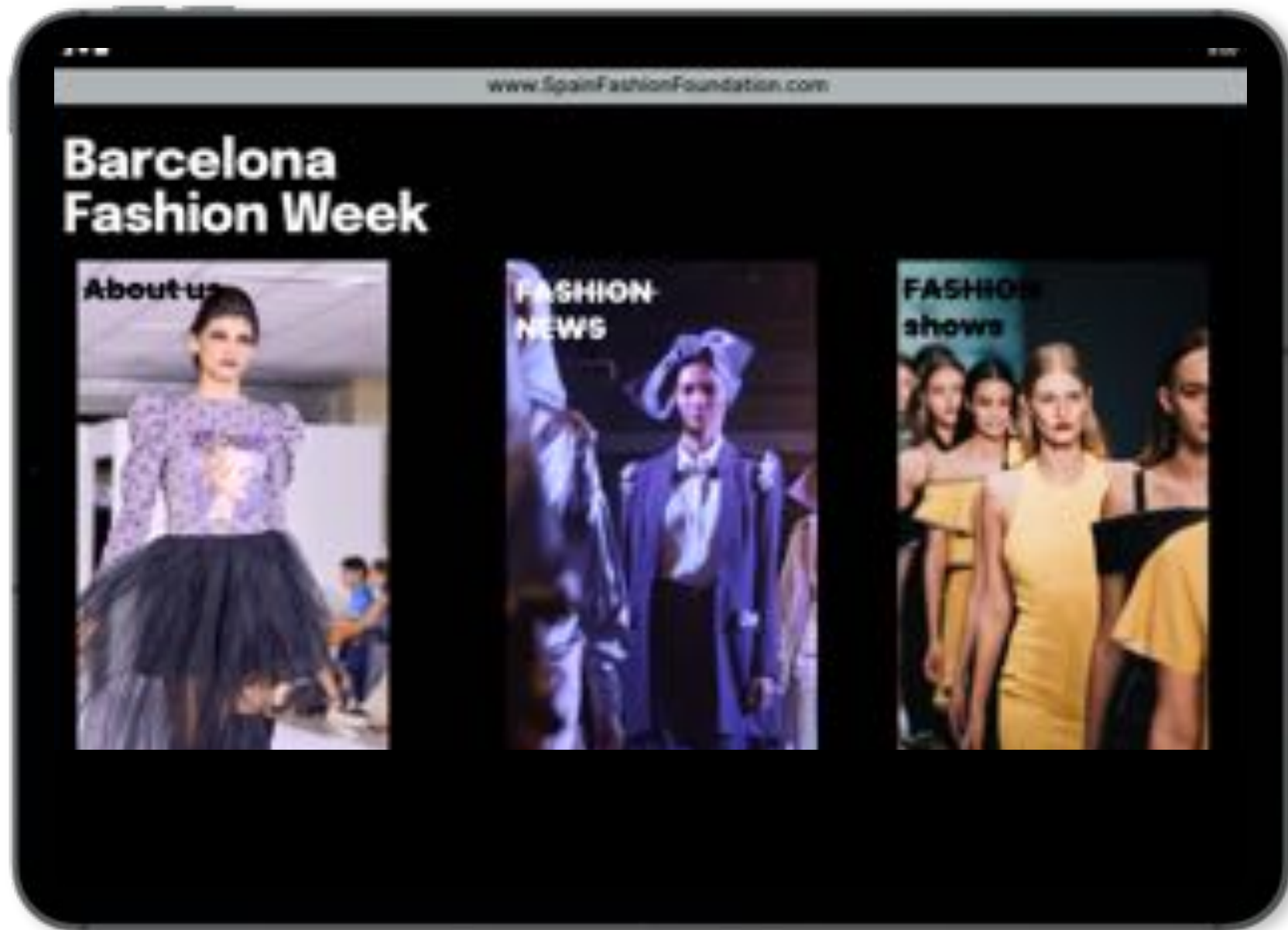


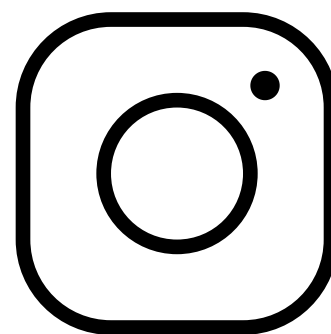
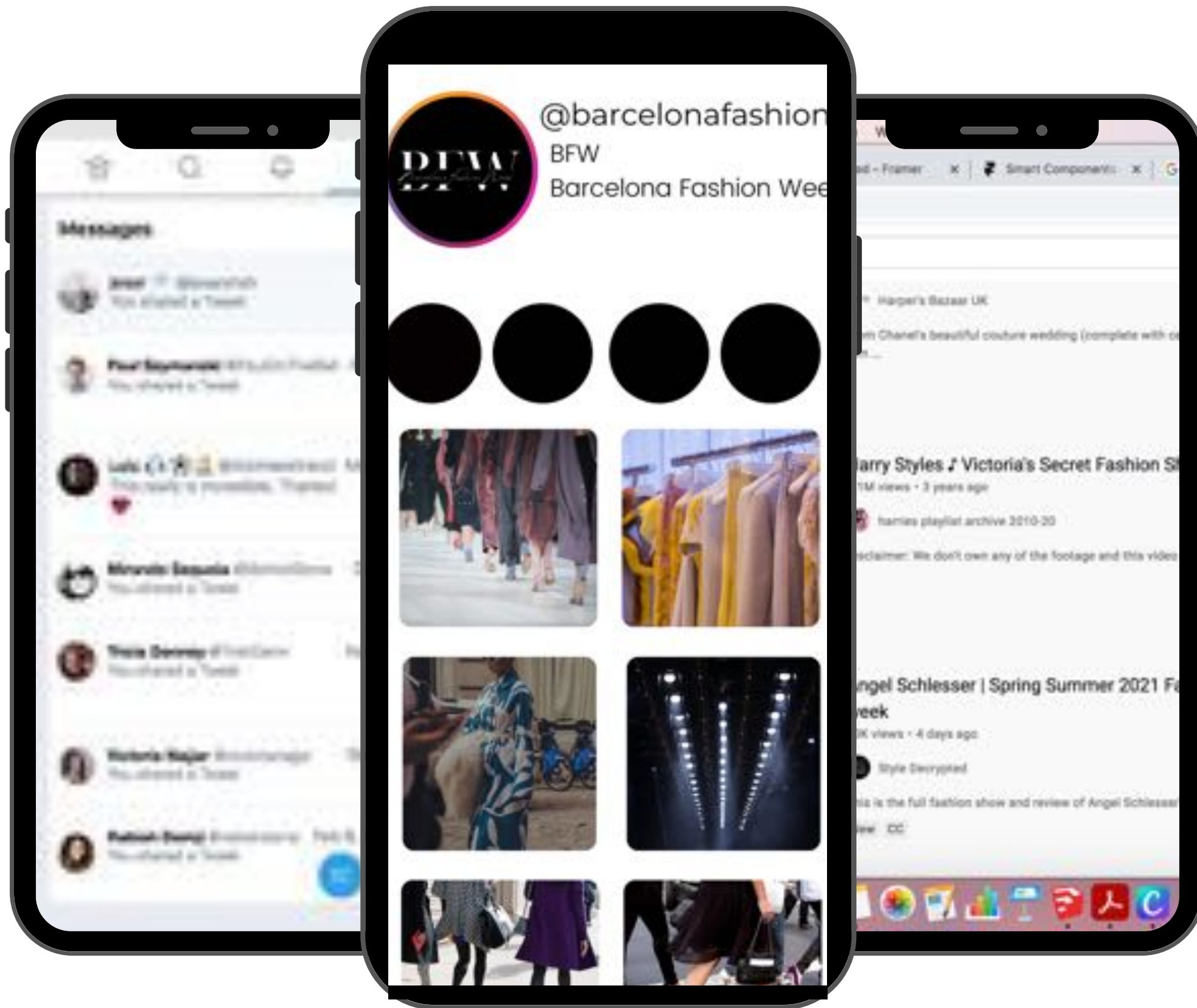
SOCIAL MEDIA Y PUBLICIDAD

Junto con la marca de la semana de la moda, se creará un sitio web y redes sociales.

En el sitio se expondrán todas las curiosidades sobre la Barcelona Fashion Week, la misión y el valor del evento, las nuevas tendencias de la moda, curiosidades sobre la nueva capital de la moda y entre otros atributos. La pagina web estará siempre actualizada y compartiendo información sobre el mundo de la moda. La Barcelona Fashion Week creará plataformas en las siguientes redes sociales: Instagram, Youtube y twitter. Todas estas plataformas crearán engagement con el público y compartirán en tiempo real todas las nuevas tendencias y curiosidades sobre la industria de la moda y esta nueva semana de la moda.

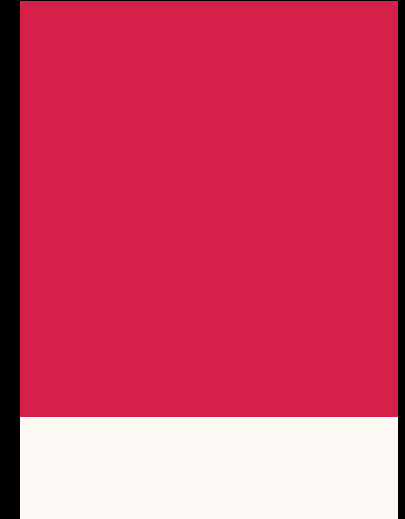




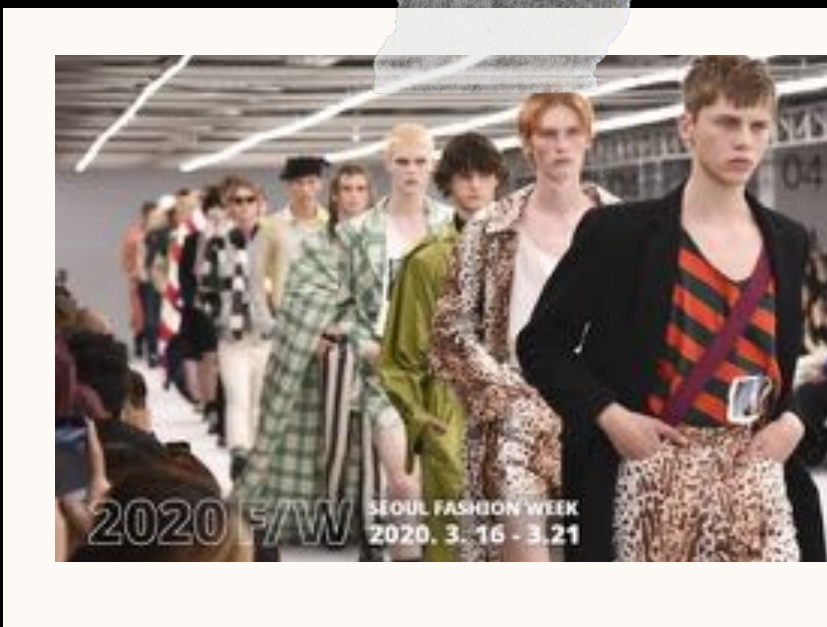


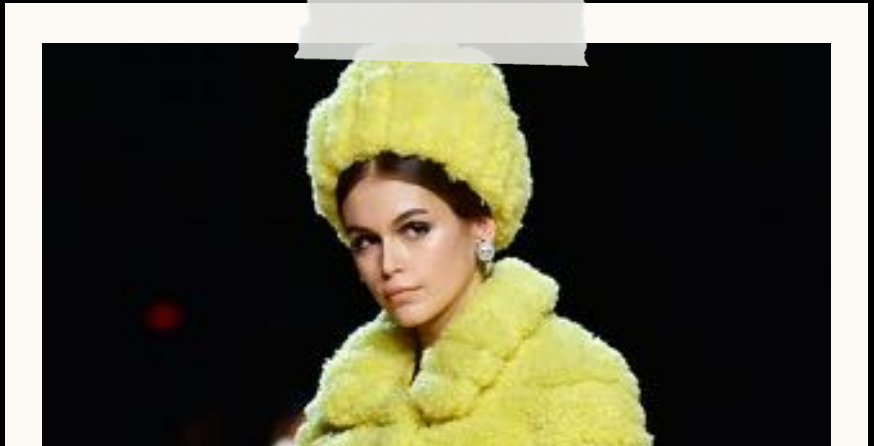
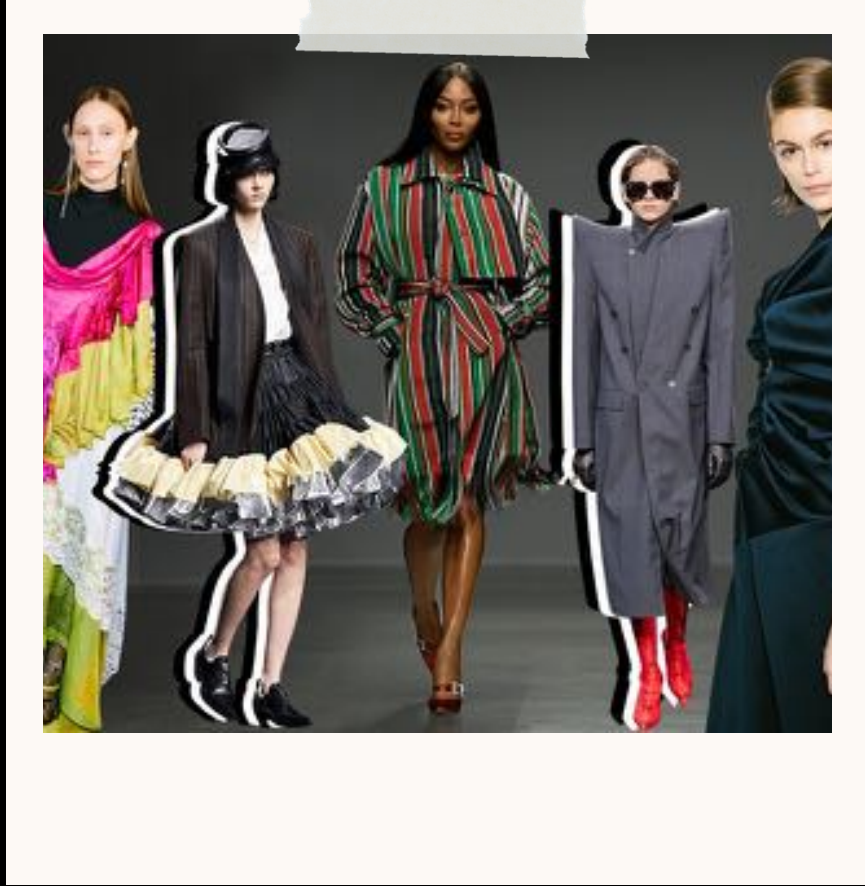
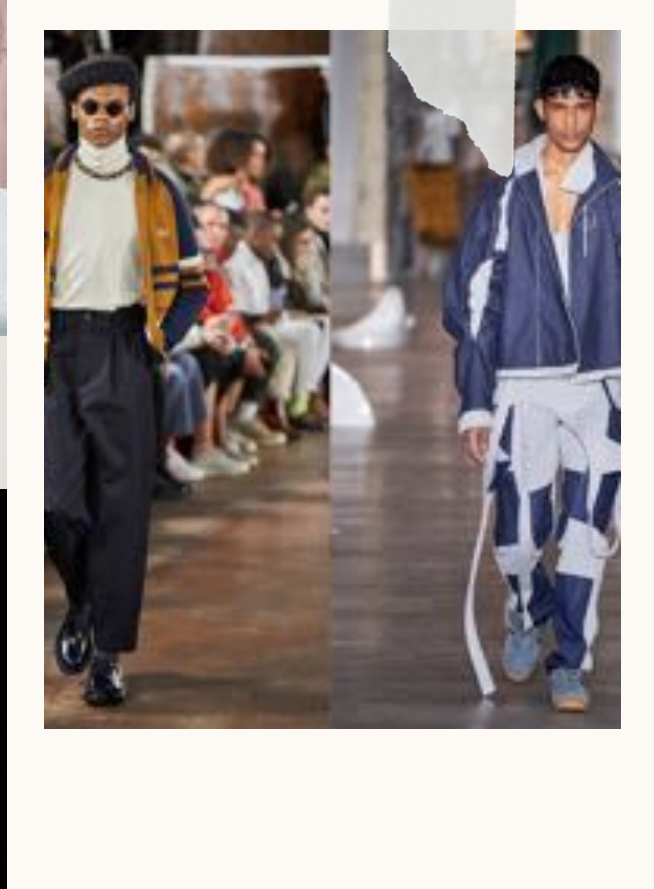
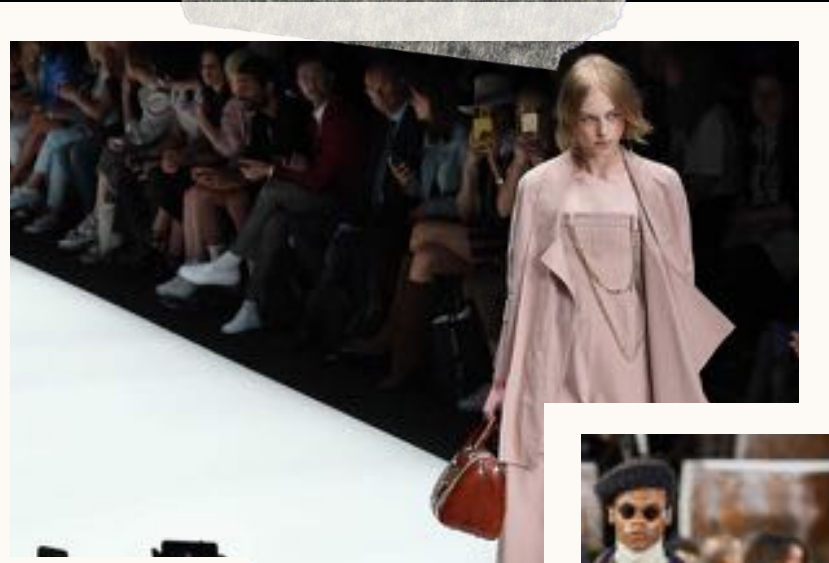


visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday



Análisis de la competencia





7. Análisis de la competencia

a. Directa

080 Barcelona Fashion Week



080 Fashion Week es una semana de desfiles de moda en **Barcelona**, además es lo único evento de moda de la ciudad. 080 Fashion Week nació en julio de 2007 como plataforma de visibilidad para los diseñadores independientes y con el objetivo de convertirse en un evento de referencia nacional para el diseño y la moda de vanguardia. El evento se inspira en los conceptos de creatividad e innovación, sin olvidar la importancia del mercado y la necesidad de dar una salida comercial a la moda.

En estos eventos de moda, los diseñadores, en su mayoría relacionados con la industria de la moda de Catalunya, exponen sus colecciones de otoño-invierno y primavera-verano. **Esta semana de moda se celebra cada año de enero a marzo y se han convertido en una referencia para marcar lo que va a estar de moda la próxima temporada en marcas catalanas locales.**



<https://www.youtube.com/watch?v=fNYUMNy4tS0>



<https://www.youtube.com/watch?v=NNK5uyvgwp8>

En los desfiles en la semana de moda se **presentan los modelos y las nuevas tendencias**, que pueden ayudar a **influenciar las colecciones de grandes marcas como las tiendas del grupo Inditex, Mango, Benetton, H&M y entre otras.** En la semana de la moda, 080 Barcelona Fashion Week, se podrán ver las colecciones de importantes **diseñadores y marcas catalanas, como: Sita Mur, Custo, Antonio Miró, Polite, Agnes Sunyer, Umit Benan, Little Creative Factory, Txell Miras, Miriam Ponsa o Chulaap.**

Los desfiles de esta semana de la moda tienen lugar, en cada edición, en diferentes lugares de Barcelona, la última edición tuvo lugar en el recinto modernista de Sant Pau. En cada edición de los desfiles de la 080 Fashion Week, los diseñadores presentan la moda catalana y sus detalles. **Todos los espectáculos son de moda nacional, pero centrados en la comunidad autónoma de Cataluña.**





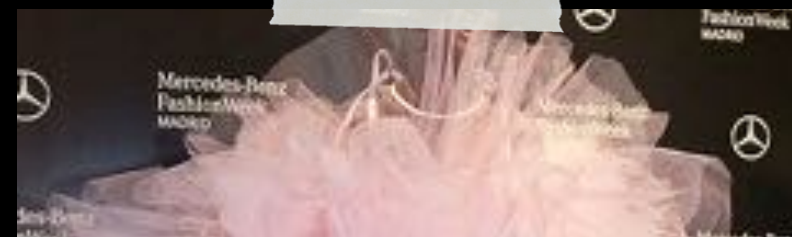
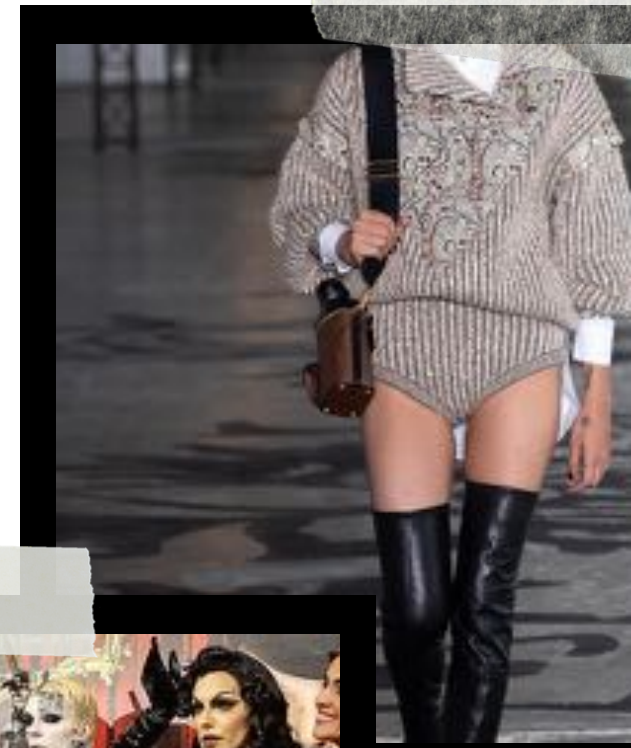
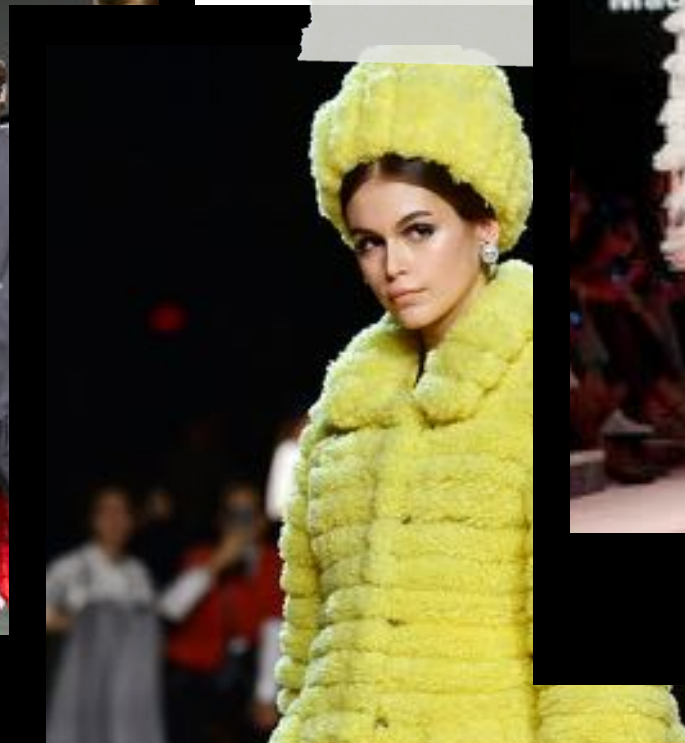
Los desfiles creados por la marcas intentan reflejar un poco de la cultura catalana. **Un buen ejemplo de ello es la presencia de diseñadores nacionales de todas las partes que han establecido sus negocios en barrios de moda como el Born, el Raval o el Barrio Gótico.** Se trata principalmente de presentaciones de diseñadores locales emergentes y de grandes marcas, como Mango y Desigual.

El Ayuntamiento de la capital catalana y la Generalitat pensado en la idea de crear una fundación, el "Barcelona Fashion Place" (BFP), pero aun no fue desenvolvida la idea. La iniciativa apuesta por un nuevo modelo de gestión pública y privada estable, más allá de las vicisitudes políticas del momento, que sirva para promover y estimular la creatividad y la moda.





Durante los desfiles de la 080 Fashion Week se entregan premios para animar a los nuevos diseñadores con talento, como el Premio Nacional de la Generalitat de Catalunya al Nuevo Diseño en la 080 Barcelona Fashion y el Premio Nacional de la Generalitat de Catalunya a la Mejor Colección en la 080 Barcelona Fashion. Además, existe el Premio MODACC para las empresas exportadoras.





Mercedes Benz Fashion Week

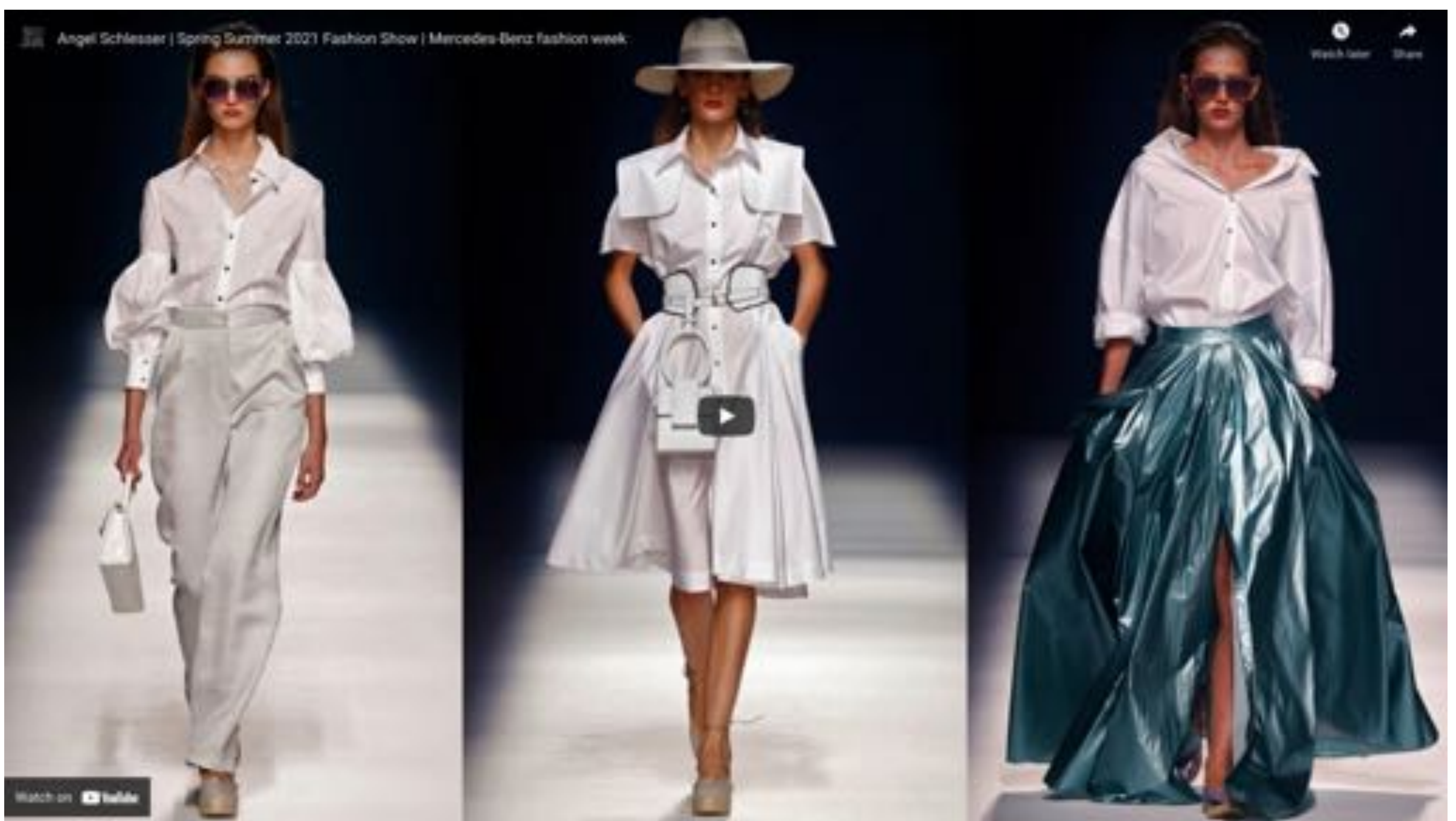
La Mercedes-Benz Fashion Week Madrid es una de las principales ferias de moda en España y la única referencia que se puede considerar a nivel internacional. Por ser la capital de España, Madrid tiene un gran potencial para lograr el reconocimiento antes que otros países en el mundo de la moda, pero no para ser una referencia icónica para todo el mundo.

Este evento, organizado por IFEMA, se celebra dos veces al año en el pabellón 14.1 de la Feria de Madrid y en lugares seleccionados de la ciudad. Normalmente, este desfile tiene lugar a principios de año, en febrero, y a finales, en octubre. Las fechas pueden cambiar en función del calendario del año.

IFEMA es el primer operador en España y uno de los más importantes de Europa dentro del circuito internacional de la industria ferial y de congresos. Fundado en 1980, IFEMA es un consorcio formado por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria y la Fundación Montemadrid.



<https://www.youtube.com/watch?v=IbqItDzX-Pg>



<https://www.youtube.com/watch?v=f3brlY2wpoA>

El principal objetivo de IFEMA es ser un lugar de conexión. Vincular intereses, retos, preocupaciones, conocimientos, aficiones y pasiones. Para ello, llevan 40 años diseñando entornos en los que las personas, las empresas y la sociedad se encuentran y comparten intereses y retos.

Con el fin de apoyar a IFEMA en sus decisiones sobre los salones que se celebran cada año, el Comité de la Moda, cuyas consideraciones serán tenidas en cuenta por la Junta Directiva de la MBFWM nombrada por IFEMA, se encargará de su gestión. Con el fin de definir las tareas del Comité y las obligaciones de sus miembros, así como los procedimientos a seguir, se adopta el presente reglamento interno.

El público que asiste a la Mercedes-Benz Fashion Week es exclusivo y seleccionado por la organización del evento. Por lo general, están invitados a asistir al evento: la prensa nacional, las revistas nacionales más famosas del sector, las influencers nacionales, los famosos, los estilistas y directores, los superiores de cada marca participante y los clientes exclusivos de cada marca.

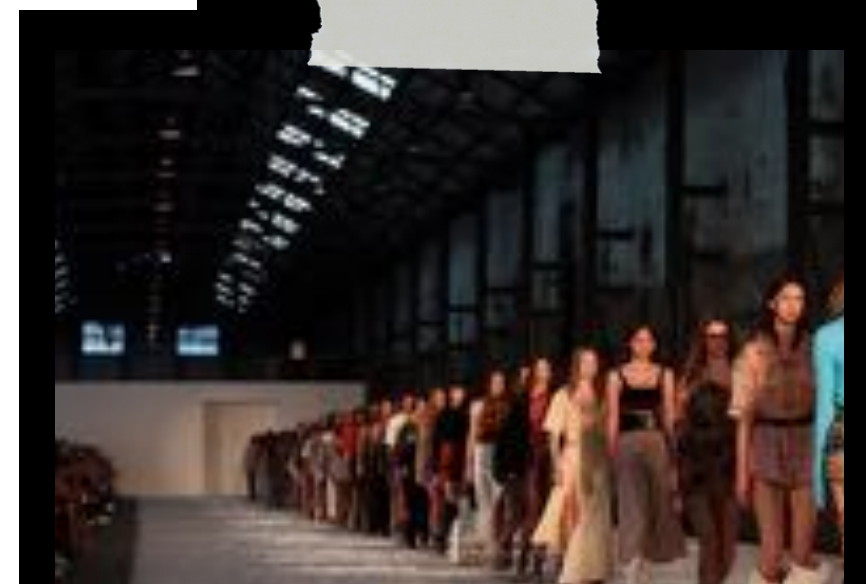




La semana de la moda en Madrid nace como una iniciativa del Ayuntamiento de Madrid para juntar todos los eventos y actividades relacionados con el mundo de la moda, la belleza, el arte, la decoración, la gastronomía y el estilo de vida en general que se celebran en la capital de España. Madrid es una ciudad que puede aportar un panorama internacional, por los muchos eventos internacionales que ejecutan en la ciudad y además por ser la capital del país Español.

Desgraciadamente, la capital madrileña no es reconocida en el mundo de la moda como un referente ni como un experto en la materia. A lo largo de los años, Mercedes Benz Fashion Week se ha esforzado por conquistar el mundo de la moda a nivel internacional a través de desfiles, eventos, estrategias de marketing, y ha creado una fundación (MCDM) para ayudar en los eventos y actividades relacionados con el mundo de la moda.

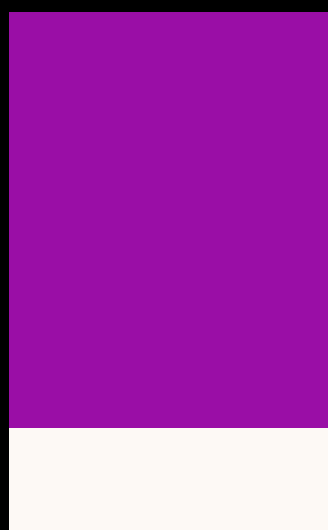
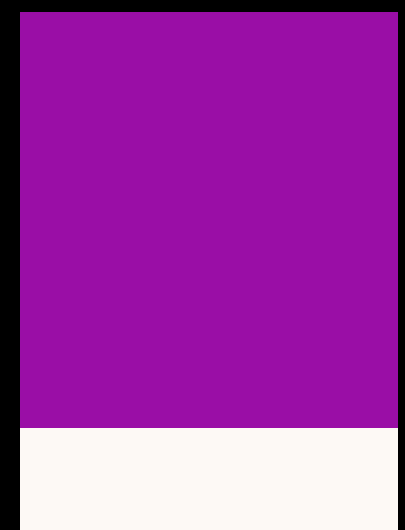
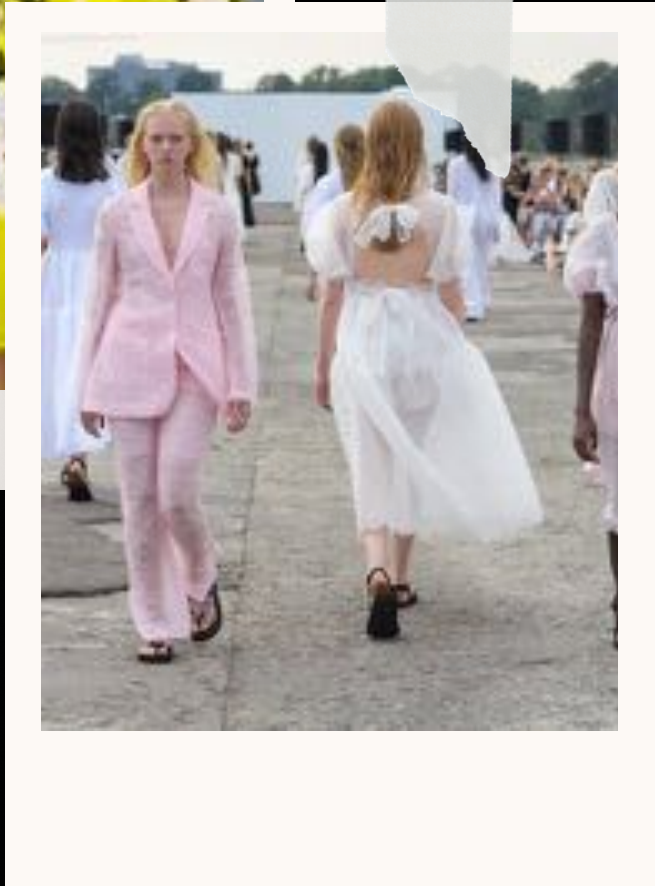
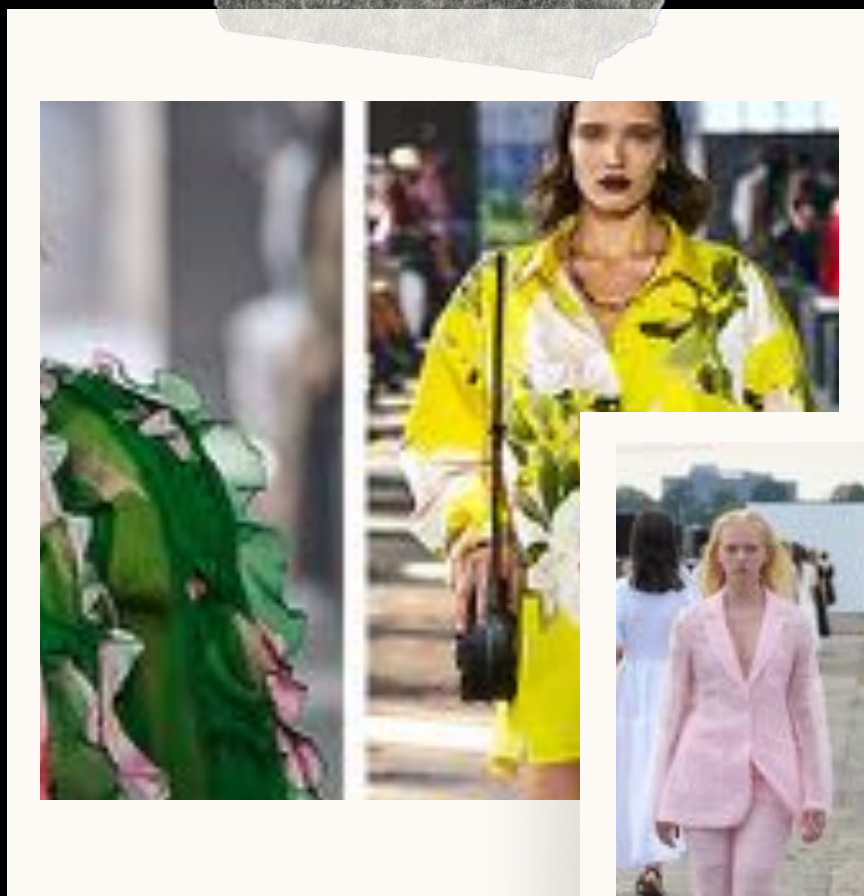
Así, la fundación “Madrid Capital de Moda” tiene como objetivo principal compartir las propuestas más significativas de entidades tanto públicas como privadas para acercar al público todas las novedades y actividades que se desarrollan en la ciudad dentro del mundo de la moda, el diseño o la gastronomía, entre otros ámbitos, como motores de la economía, el comercio y el empleo de la ciudad.





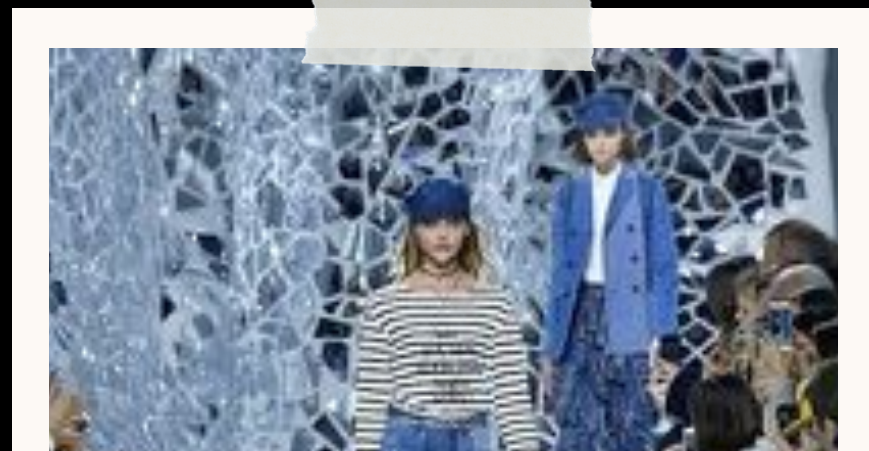
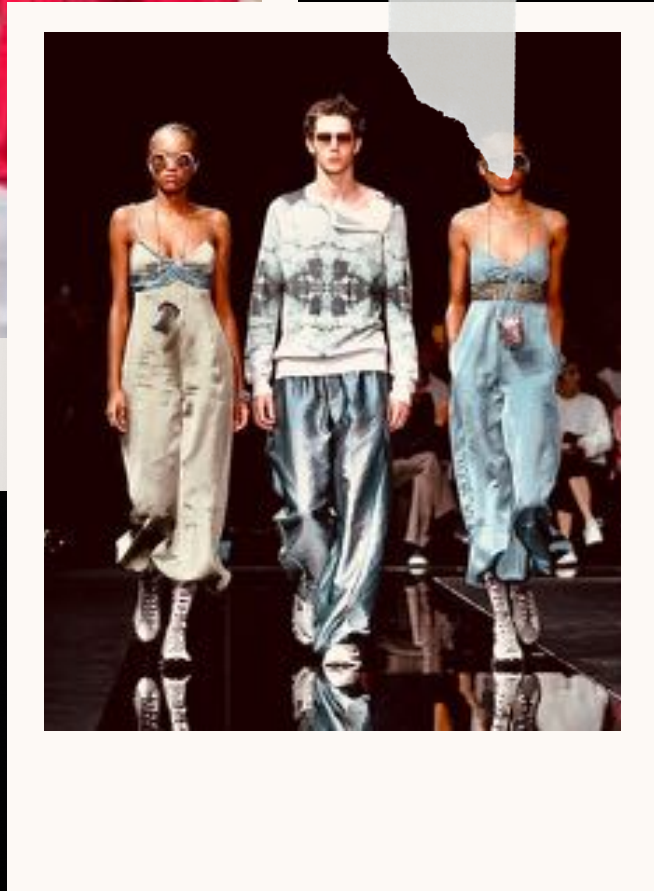
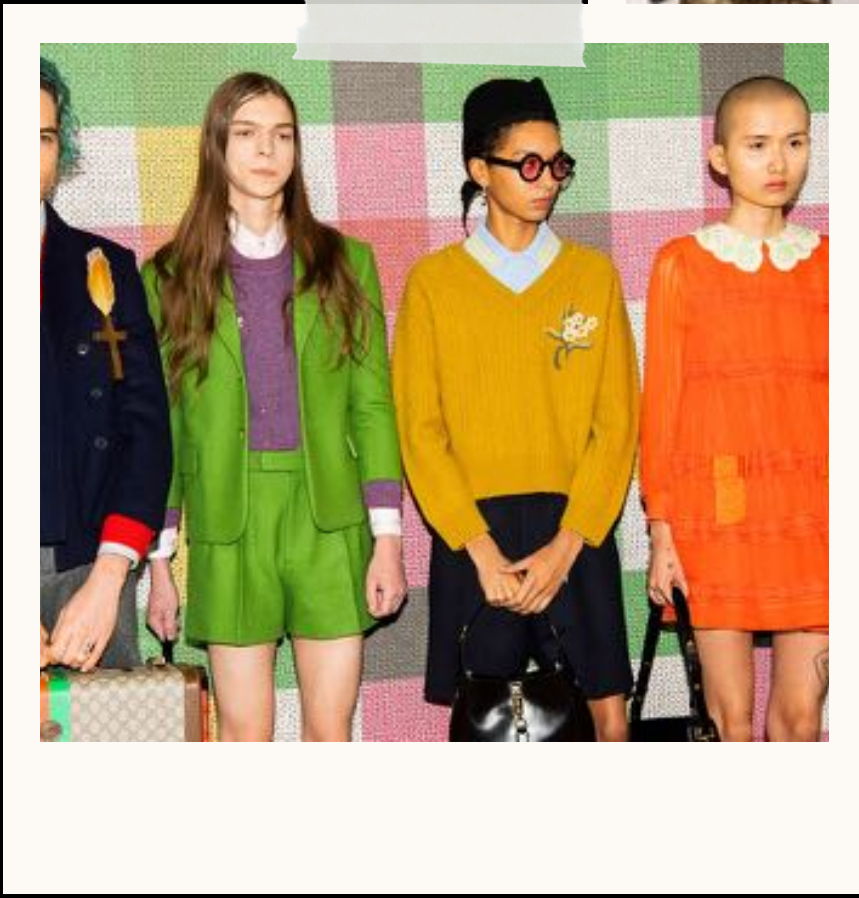
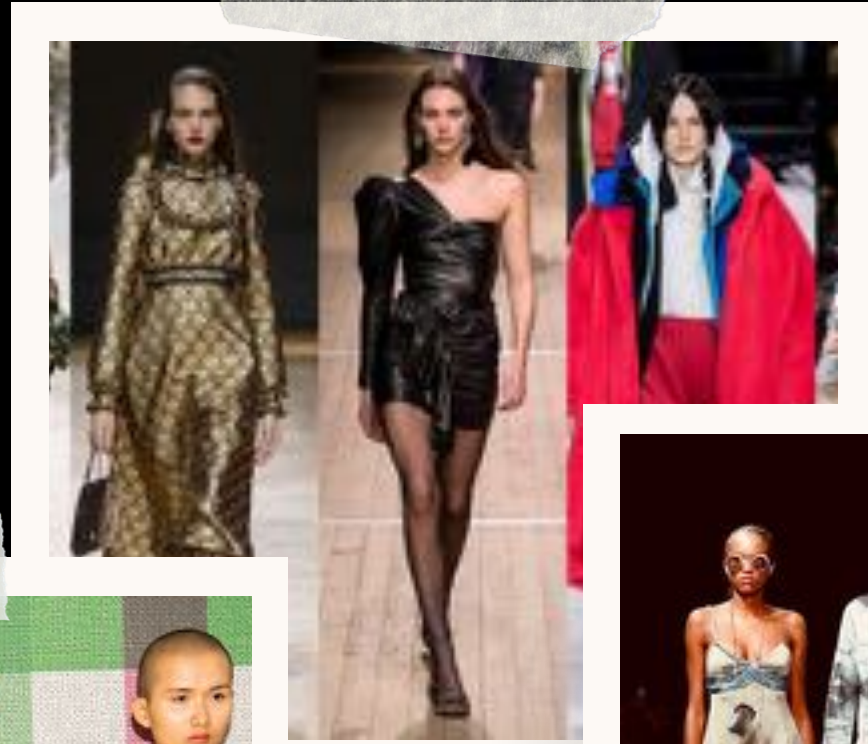


visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday



Definición de Target



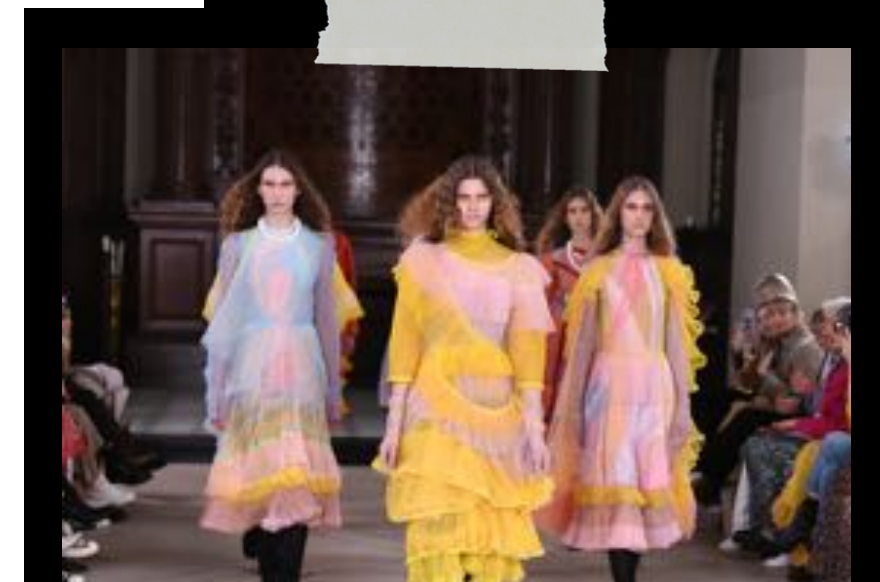


8. Definición del target

a. Principal

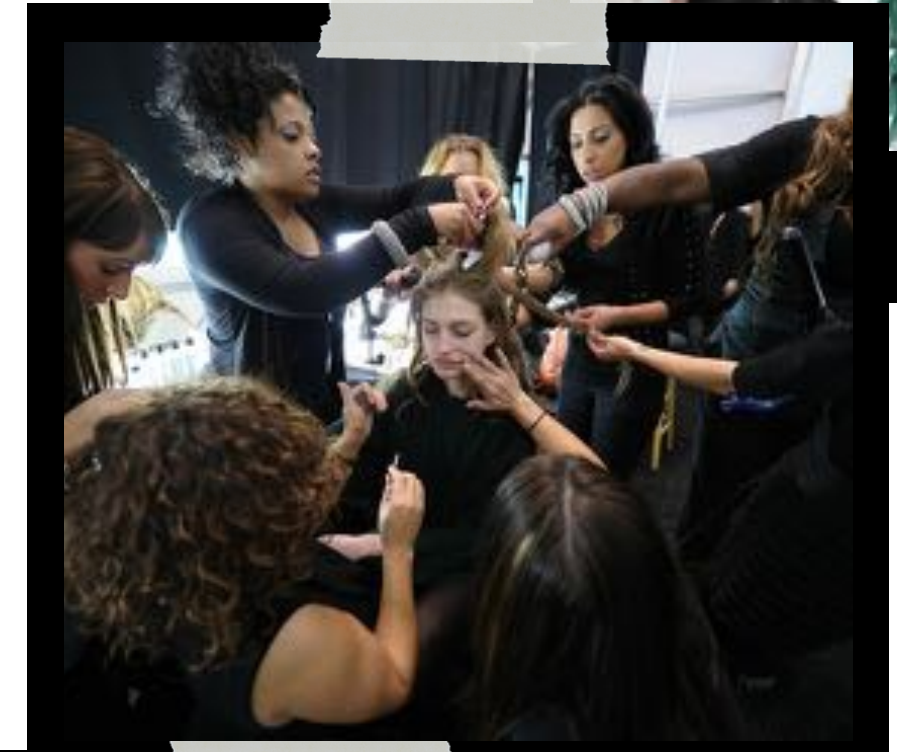
Como objetivo principal, la Barcelona Fashion Week quiere atraer a las marcas nacionales para aumentar la visibilidad y aprovechar las posibles ventas nacionales y a las marcas internacionales para fomentar el mercado de ventas. Para que el objetivo de desarrollar el mundo de las marcas de lujo en España y convertir a Barcelona en una de las 5 capitales de la moda en el mundo, sea posible, el principal objetivo para que el salón se realice son las marcas de lujo nacionales e internacionales que participarán.

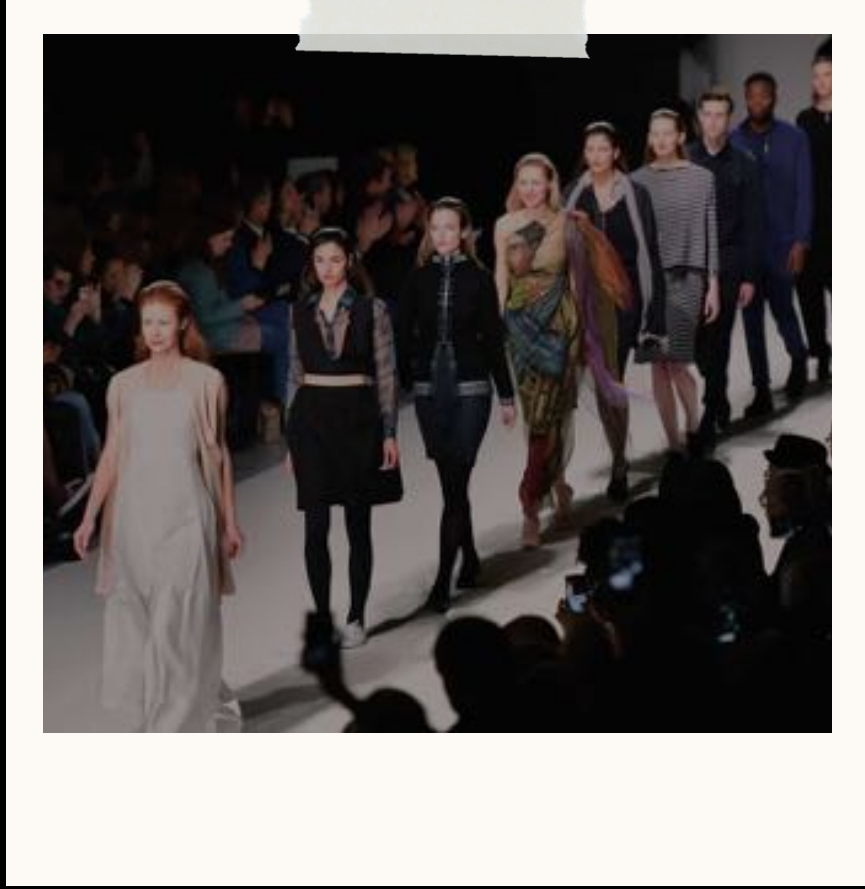
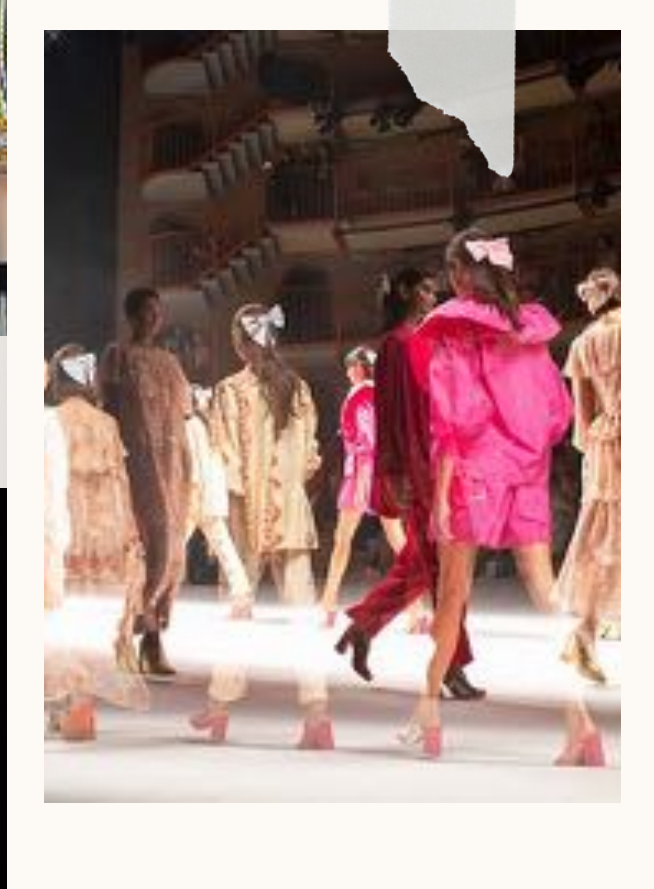
El concepto de la Semana de la Moda comenzó porque los diseñadores querían y siguen queriendo mostrar su talento y representar a su país o ciudad ante el mundo. Cada capital de la moda tiene diseñadores nacionales que representan la moda de su país o ciudad ante el mundo, París tiene a Chanel, Milán a Prada y Londres a Burberry.



El mismo principio se seguirá para la creación del evento Barcelona Fashion Week. Diseñadores como: Avellaneda, Andres, Sarda, Menchén Tomás, Fernando Claro, Eñaut, Oturura, The Label Edition, Roberto Verino, Antonio Marcial, Maya Hansen, Alvaro Calafat, Txell Miras, Pablo Erroz, Y Como, Eduardo Navarrete, Paola Molet, Agatha Ruís de la Prada, Escorpion, Hannibal Laguna, Paloma Wool, Custo Barcelona, Eiko Ai, Maine by Lola Casademunt, Brain & Beast, Lebor Gabala, Pilar Dalbat, LR3, Angel Schlessler, Victor Von Schwarz, Isabel Sanchis, Ulises Mérida, **serán esenciales para la creación y representación de la moda en Barcelona.**

Marcas internacionales como: Chanel, Prada, Gucci, Burberry, Dolce Gabbana, Louis Vuitton, Hermes, Ferragamo, Pucci, Versace, Diesel, Giorgio Armani, Chloé, Kenzo, Nina Ricci, Balmain, Givenchy, Miu Miu, Balenciaga y Zadig & Voltaire serán invitadas para asistir el Barcelona Fashion Week, además algunas de estas marcas irán hacer exposiciones y foros durante el BFW. **Estas marcas, junto con las nacionales, representarán a la moda española ante el mundo y fomentarán la moda dentro del país.**





8. Definición del target

b. Secundario

Para asistir y participar en esta exclusiva semana, se invitará a los medios nacionales y internacionales más famosos del sector, a los bloggers nacionales e internacionales, a los famosos, a los estilistas y directores, a los superiores de cada marca participante y a los clientes exclusivos de cada marca.

Las revistas más famosas que serán invitadas son: **Vogue, Fashion week Show, Elle, Glamour, Vanity Fair, Telva, Cosmopolitan, Harper's Bazar, In Style, Nylon, Surface, Net - A - Porter, W magazine, El país, La Vanguardia.** Estas revistas serán la base para lanzar este nuevo evento en el mundo de la moda nacional e internacional. Se eligieron estas revistas porque todas ellas son conocidas internacionalmente y algunas de ellas son conocidas a nivel nacional, llamando la atención de ambos tipos de público.

Cada revista tendrá su papel para participar en esta semana de la moda y escribir sobre todos los detalles de los eventos durante esa semana. Es esencial invitar a los medios de comunicación adecuados y específicos para obtener el resultado: atraer a las marcas nacionales para aumentar la visibilidad y aprovechar las posibles ventas nacionales y a las marcas internacionales para promover el mercado de ventas.



Los medios de comunicación escriben y publican imágenes, pero los blogueros hacen que la gente viva esa experiencia a través de sus posts y vídeos. Ellos son los que harán que este espectáculo crezca en toda España y a nivel internacional. Siendo uno de los principales medios de publicidad hoy en día, tienen el poder de hacer que la Barcelona Fashion Week sea un éxito. Los blogueros que serán invitados a este evento son: LAida Domenech, Gala Gonzales, Paula Echevarria, Paula Gonu, Laura Escanes, Sara Escudero y Natalia Cabezas, Chiara feragni, Giorgia Tordini, Camila Coelho, Lala Rudge, Thassia Naves, Helena Bordon, Jeanne Damas, Caroline de Maigret, Federica, Aimee Song, Blair Eadie, Negin Mirsalehi y Wendy Nguyen.

Cada marca tendrá a sus directivas participando en el salón con sus clientes clave para mostrar de primera mano la nueva colección de la marca. Esta selección será realizada por cada marca, de forma individual, e informarán a la organización de las invitaciones necesarias para participar en el evento.





8. Definición del target

c. Stakeholders

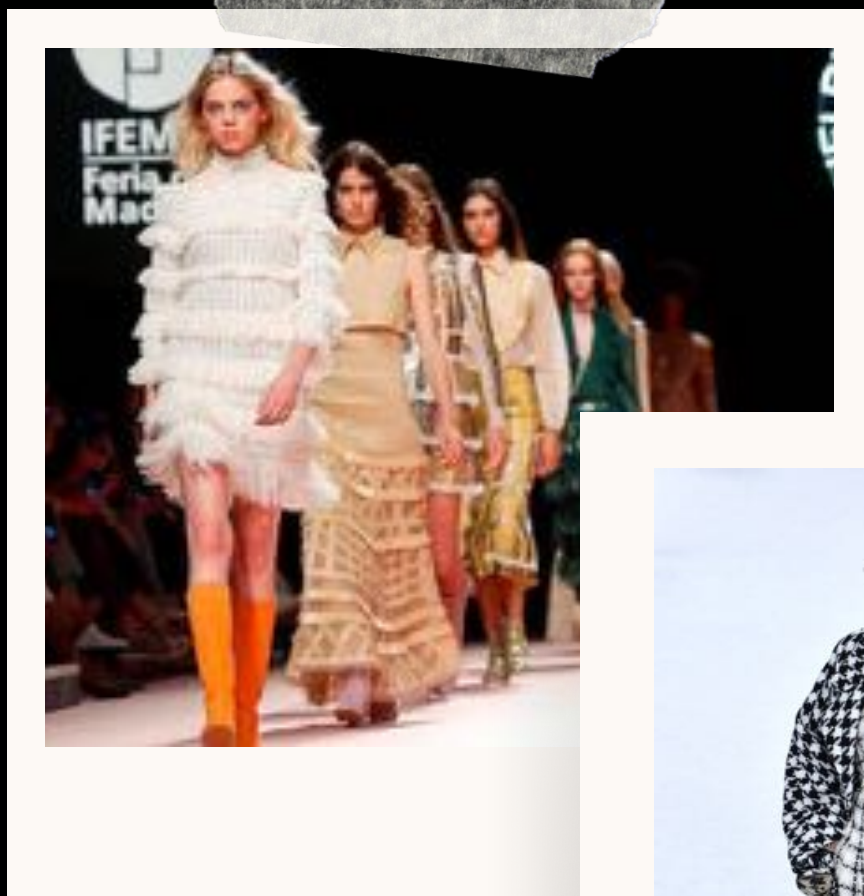
Stakeholders

Para hacer posible la celebración de esta gran semana de la moda, es necesario el apoyo financiero y de ejecución del evento, por parte de grandes entidades. Para promover la Barcelona Fashion Week será necesario el apoyo de Stakeholders, además del Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat de Barcelona y el gobierno de España.

Se propondrá a marcas como L'Oreal, Sephora, Inditex, Mango, SEAT, NYX, Clinique y El Corte Inglés que patrocinen a todas las marcas participantes en la Barcelona Fashion Week en la producción y organización de sus propios desfiles y eventos que se celebren durante esa semana.

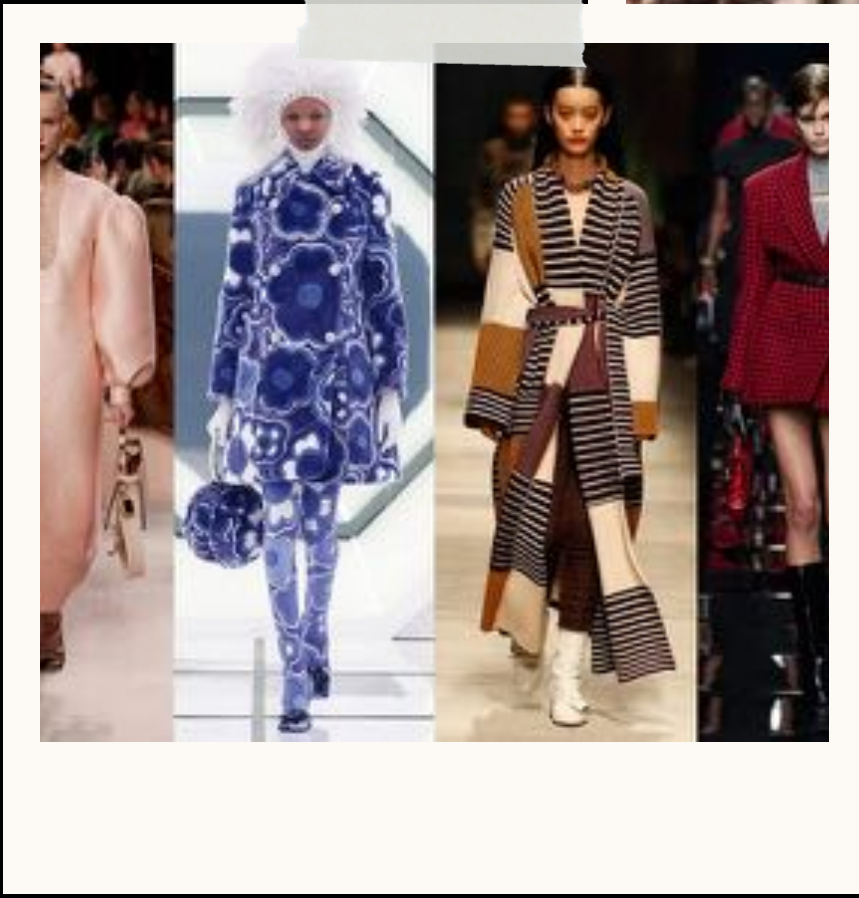
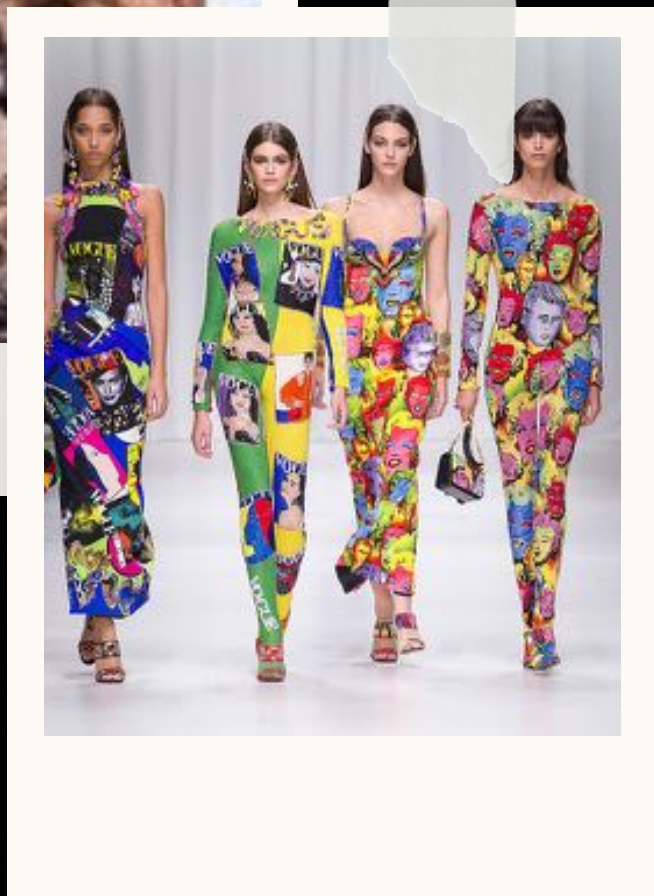
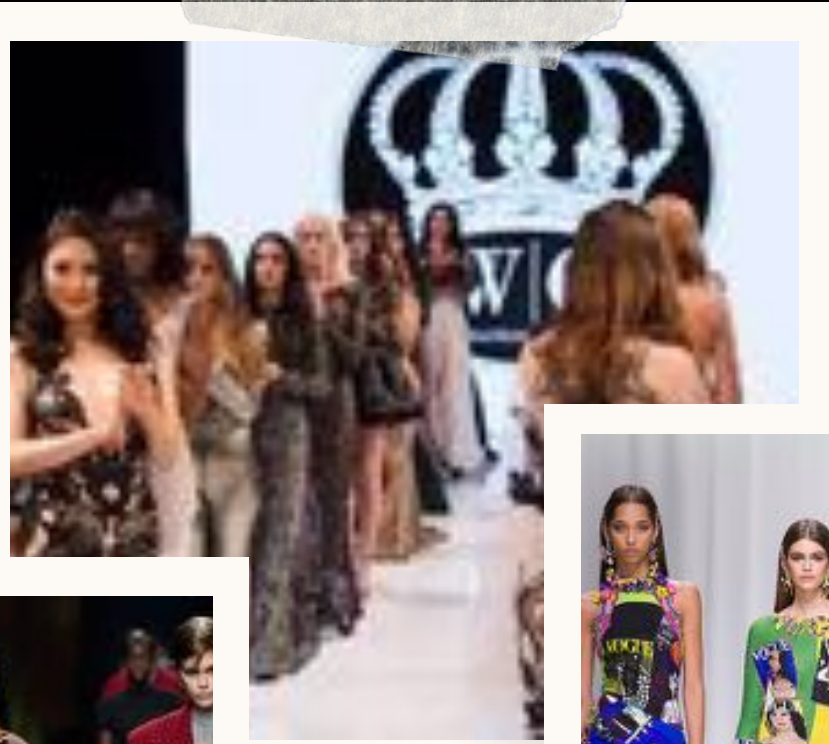


visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to build the village as a holiday



Plan Estratégico de la marca





9. Plan Estratégico de la marca

a. Brand Essence del



La esencia de la Barcelona Fashion Week es unir la alta moda con la cultura, la arquitectura y la personalidad única de Barcelona y España.

El mundo de la moda de lujo es un mundo paralelo en el que la alta costura, los tejidos, el maquillaje, las personas, los diseñadores, los medios de comunicación, las fiestas y los eventos son lo único importante. Participar en esta semana es una oportunidad única para disfrutar de un baño de glamour y arte al más alto nivel dentro del mundo de la moda, todo el mundo quiere participar pero sólo los prestigiosos tienen el privilegio de ser invitados.

El diferencial de cada semana de la moda en cada país, tiene que ver con las marcas participantes, la historia que la ciudad tiene con la moda y el diferencial que la ciudad ofrece. Con la creación de la semana de la moda en Barcelona, se abrirán las puertas a grandes oportunidades para que eventos diferentes y creativos utilicen el gran diferencial que lleva la ciudad: el Mediterráneo. La Semana de la Moda de Barcelona unirá el glamour del mundo de la alta costura con la arquitectura única de Gaudí y el maravilloso clima que sólo tiene Barcelona.



Atributos y Valores

La capital catalana ya es conocida por su singular arquitectura y su clima, además de ser reconocida internacionalmente por la elegancia del ciudadano catalán. Una de las principales calles de Barcelona, el Paseo de Gracia, es un largo paseo de lujosas tiendas que hacen las delicias de la población y de los turistas. La belleza única de la ciudad atrae a miles de turistas durante todo el año, impulsando la economía del país.

La población catalana es conocida por su vanidad y su elegancia. La cultura de ir a la ópera, a los museos de arte y a los buenos restaurantes michelín dice mucho de la cultura de la población. Debido a su historia con la monarquía, Barcelona es ya una ciudad que se dedica a vivir de forma lujosa con lo mejor del arte, la gastronomía y la moda.

La Barcelona Fashion Week será un evento de elegancia, glamour, arte, gastronomía e historia. Será una amalgama de todos los mejores atributos de la capital catalana en una semana comprometida con varios eventos especiales. Esta semana será la confluencia de lo mejor que ofrece la cultura española y catalana, será la unión de la cultura, la gastronomía, el arte y la moda de las principales ciudades españolas.

Beneficios

Con la creación de la Barcelona Fashion Week, una semana repleta de desfiles de moda, Pop Arts, galerías, el Showroom, conciertos y eventos relacionados con el glamuroso mundo de la moda, se pondrá aún más de relieve el océano mediterráneo que rodea la ciudad. El océano Mediterráneo, la arquitectura y la situación geográfica de la ciudad son atributos que convierten a Barcelona en la quinta capital mundial de la moda.

Habrà muchas ventajas económicas y sociales para la ciudad al hacer el BFW, pero la principal ventaja que destacará para la ciudad son las ventajas culturales que la ciudad puede transmitir al mundo y compartir la cultura catalana y española al mundo.

El clima y el océano serán los principales atractivos de la ciudad. La ciudad ya es famosa por su espectacular arquitectura, pero muchas otras ciudades de Europa tienen una arquitectura fascinante, lo más destacado será tener el océano como decoración en los desfiles realizados durante la BFW.

La Semana de la Moda de Barcelona no sólo aportará beneficios a la ciudad, sino también a las marcas participantes y a la población consumidora española. Las marcas participantes en el evento presentarán de primera mano sus colecciones a la prensa nacional, a las revistas nacionales más famosas del sector, a los blogueros nacionales, a las celebridades, a los estilistas, a los competidores y a los clientes exclusivos de su propia marca y del concurso. Para las marcas nacionales el evento les introducirá en el mundo de la moda internacional, donde lanzarán sus diseños a otro nivel, además de conocer a todas las personas más influyentes del sector. El mar mediterraneo será el destaque del BFW.

Personalidad BFW

Barcelona es una ciudad con personalidad propia, donde todo va a su ritmo y el arte tiene una fuerte presencia. Caminando por ella encontrará trozos de su larga historia alternados con edificios modernos, en un ambiente joven, alegre y muy activo. Es uno de los destinos más emocionantes de España y una de las veinte ciudades más visitadas del mundo. Es una ciudad tan bella y llena de contrastes que es imposible aburrirse.

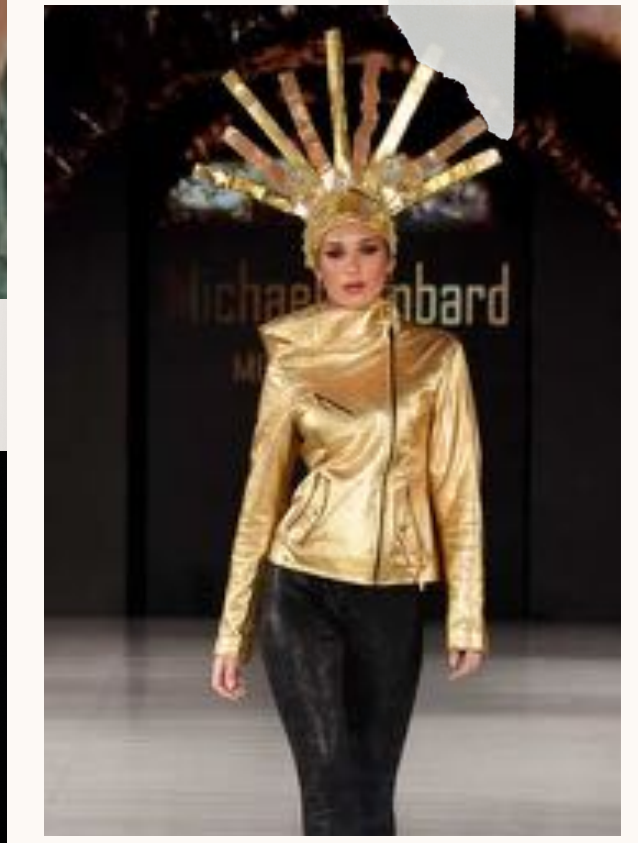
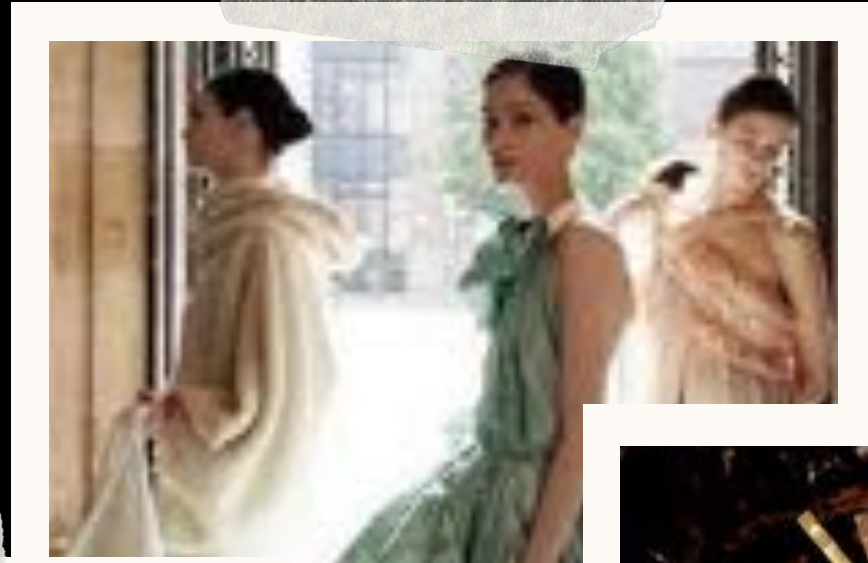
Es una ciudad conocida por su arquitectura ejemplar, el arte único de Gaudí, su gente y su gastronomía de calidad. La cultura y el clima mediterráneos son dos atractivos de la ciudad que se pondrán de relieve durante el evento, y que aportarán una cultura más colorida, ligera y viva a los espectáculos y eventos que se celebrarán durante la semana de la moda. La cultura catalana tiene una fuerte personalidad, el catalán suele ser muy trabajador, honesto, justo, puntual y respetuoso y espera lo mismo de las personas con las que trata. Y este será el perfil de la ejecución de los eventos en la semana de la moda.

Personalidad BFW

Entre las grandes capitales de la moda, Barcelona será la capital que aportará lo mejor del mundo mediterráneo a la moda. Aunque Milán forma parte de un país mediterráneo, como ciudad siempre ha destacado por su individualidad en relación con el resto del país, y su cultura se aleja de la comunidad mediterránea que aporta una ciudad como Barcelona. Así, la cultura mediterránea, ligera y sin complejos, de Barcelona aportará una nueva personalidad a la lujosa Fashion Week.

El Barcelona Fashion Week tendrá una personalidad alegre, abierta e animada igual que el mediterráneo. Una personalidad que combina el lujo con la fiesta y se distingue de la serenidad y rigidez de otras pasarelas del mundo que optan por un carácter más serio y formal.

Esta personalidad más colorida, alegre y distintiva se destaca dentro de los desfiles, cenas, workshops, forums y entre otros eventos de la semana de moda. Cada evento durante la semana seguirá con la misma personalidad alegre atrayendo y conquistando las marcas que participaran de los eventos y de los consumidores que podrán sentir la vibración del evento por la ciudad de Barcelona.



9. Plan Estratégico de la marca

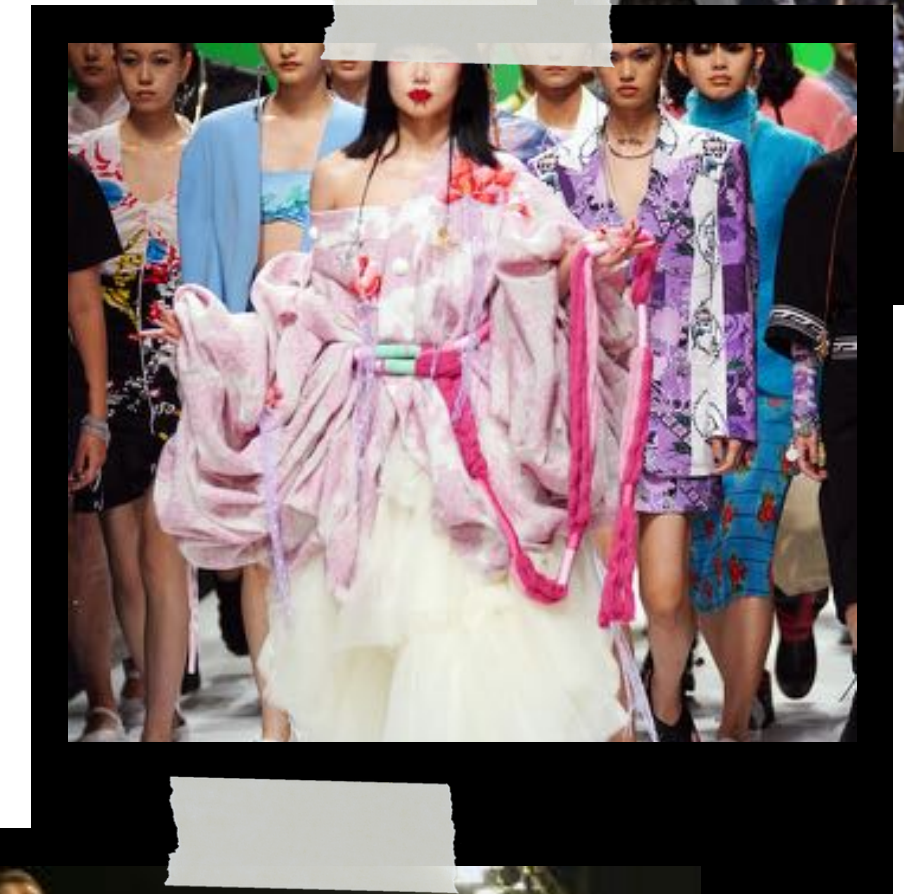
b. Misión

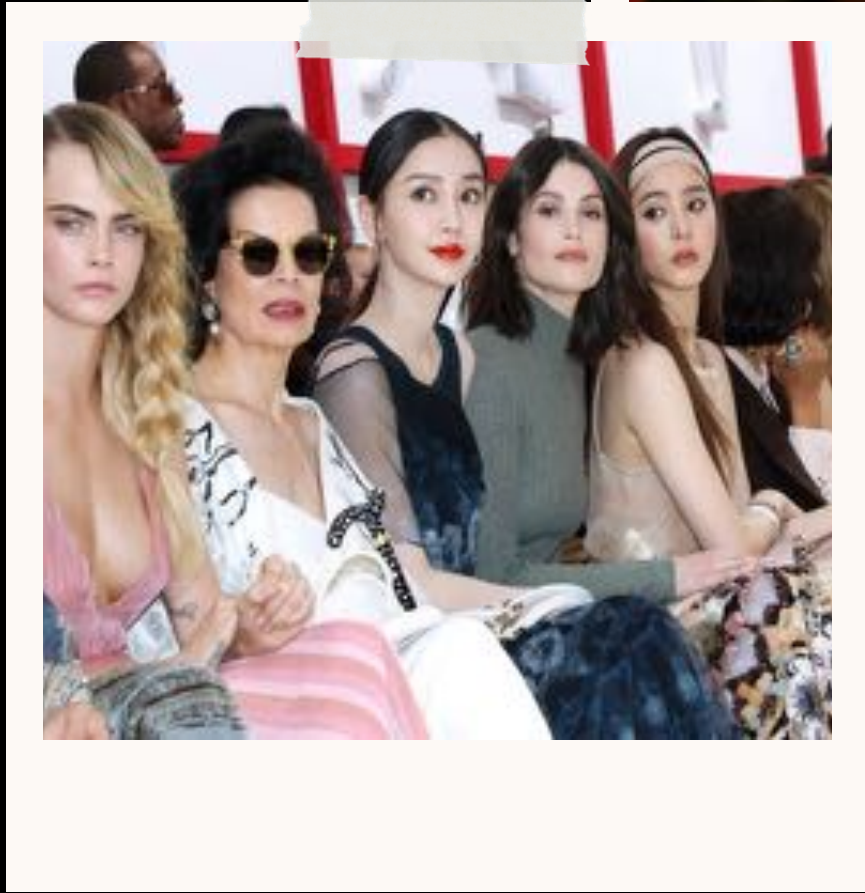
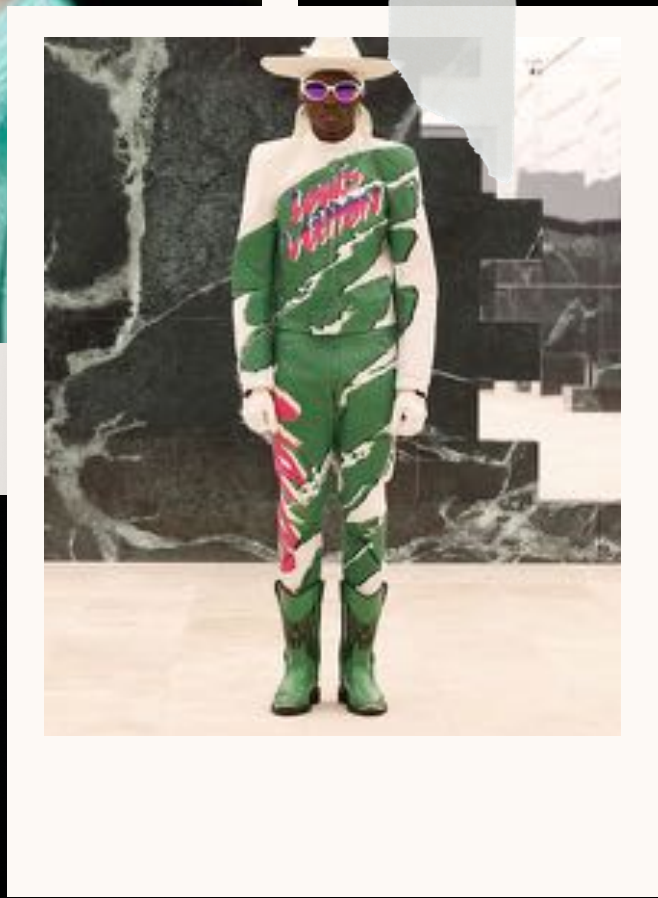
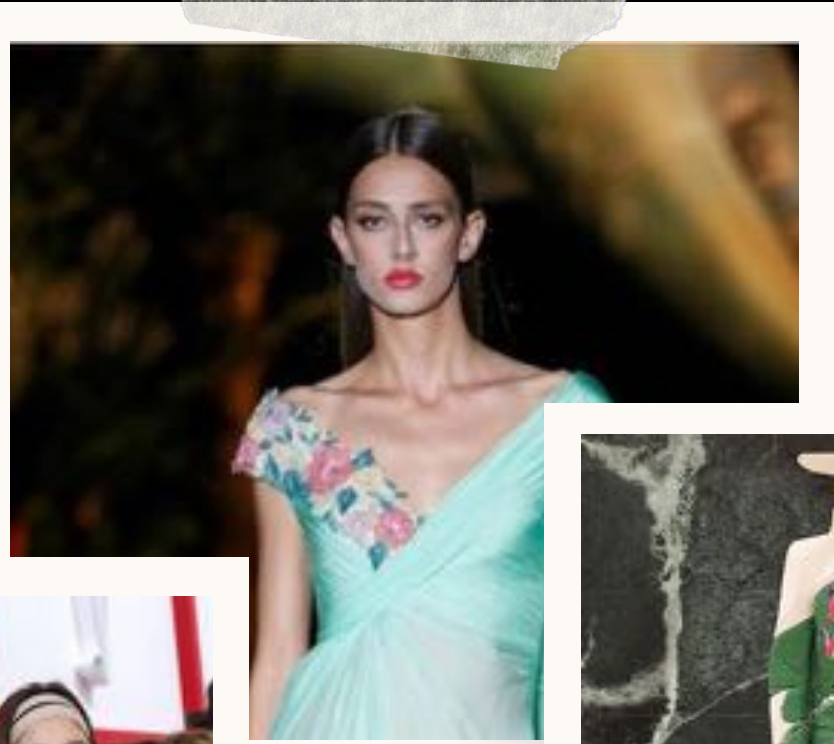
La misión del Barcelona Fashion Week es unir la moda de lujo con la cultura, la arquitectura y la personalidad única de Barcelona, Catalunya y España.

El mundo de la moda de lujo es un universo unico, donde cada detalle deste mundo: los tejidos, el maquillaje, las personas, los diseñadores, los medios de comunicación, las fiestas y los eventos, son deseados por todos que no pueden participar deste mundo paralelo.

El BFW tiene la misión llevar a las marcas nacionales a formar parte de este mundo de lujo y ser conocidas en todo el mundo, para seguir inspirando a la gente en el mundo de la moda pero ahora de forma global.

Con la creación de la semana de la moda en Barcelona, se abrirán las puertas a grandes oportunidades para Barcelona ser reconocida como la 5º capital de la moda. BFW unirá el glamour del mundo de la alta costura con la arquitectura única de Gaudí y el maravilloso clima que sólo tiene Barcelona.



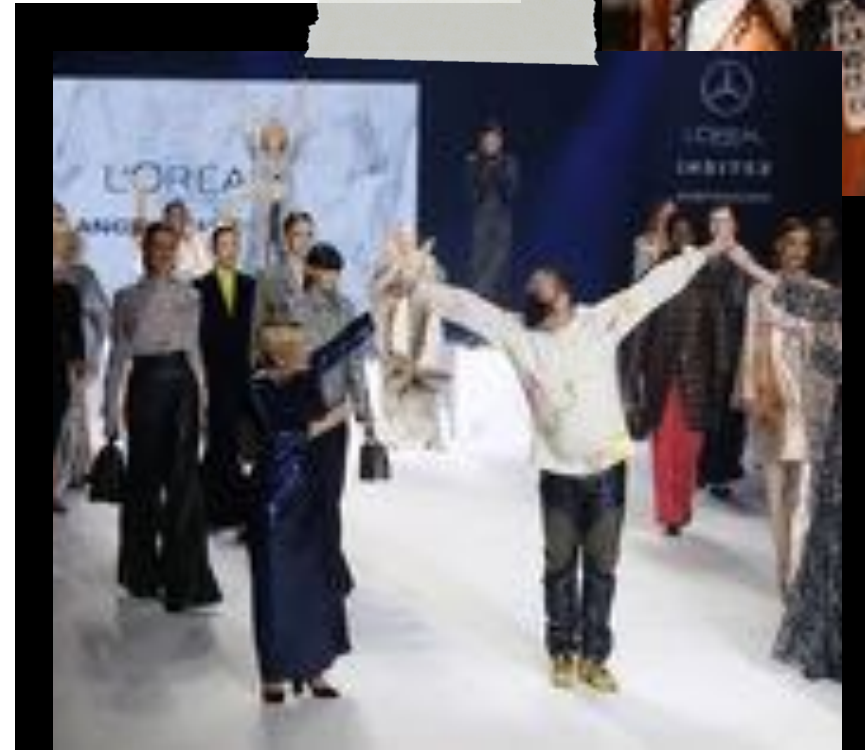


9. Plan Estratégico de la marca

c. Visión

La semana de la moda en Barcelona será solo el inicio para la expansión de la cultura de la moda española y catalana al mundo. Sólo con la Barcelona Fashion Week, el mercado y el mundo de la moda en el país se transformará y se expandirá a nivel nacional e internacional, será una gran revolución para el mundo de la moda en España.

La Barcelona Fashion Week quiere mortificar a la población española de que la moda no es sólo lujo y glamour, sino que más allá de eso, es también postura, etiqueta, conocimiento, cultura, moda, gastronomía. Todo lo que gira en torno a la moda forma parte de este mundo, no sólo los desfiles. Durante los próximos 10 años el BFW quiere expandir el conocimiento del país español al mundo de la moda y exaltar la historia que el país ya tiene con la moda y el lujo. En 10 años el BFW pretende ser reconocido mundialmente como la 5º de la moda y estar criando tendencias en la moda por el mundo todo.



En un futuro próximo la Barcelona Fashion Week cree ser reconocida como un nuevo parámetro entre las capitales de la moda, aportando moda, cultura y el clima mediterráneo al mundo de la moda. La visión del futuro es llevar al mundo de la moda una cultura más relajada, pero con una larga historia con la moda.

La Barcelona Fashion Week cree que el futuro de los eventos de moda estará muy conectado con la tecnología y los eventos digitales. Junto con la expansión de la cultura de la moda en España, la Barcelona Fashion Week apostará mucho por la evolución con la moda online creando desfiles digitales, charlas sobre temas interesantes online, foros de moda online y otros eventos. La Barcelona Fashion Week quiere añadir evolución al mundo de la moda y se imagina un evento tendencia en tecnología en la industria de la moda.

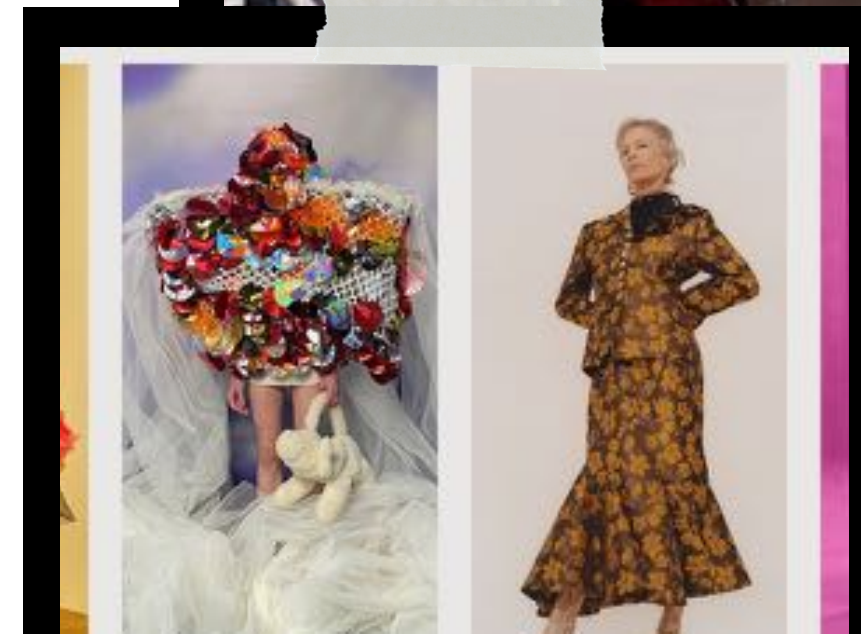




9. Plan Estratégico de la marca

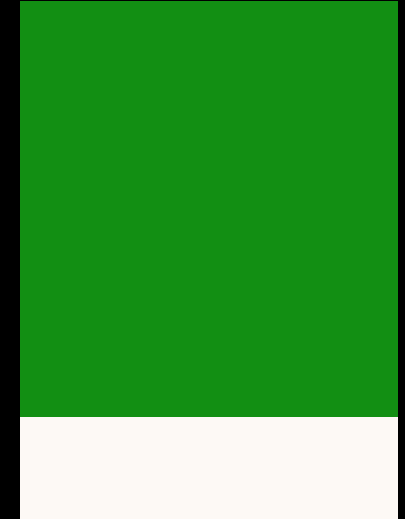
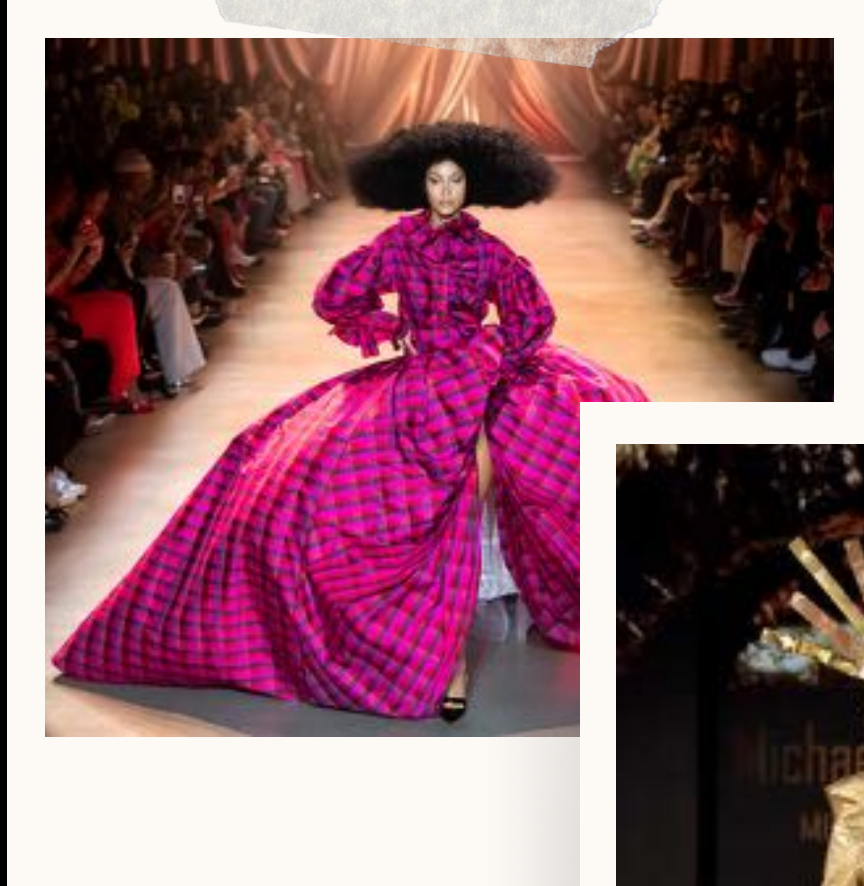
d. Valores

Como ya he mencionado antes, el gran diferencial del Barcelona Fashion Week, que será de exclusividad del evento, será la cultura y el estilo de vida mediterráneo. La semana de la moda se construirá y se basará en la cultura glamorosa y lujosa de los eventos de la Semana de la Moda, pero de forma leve, colorida y descontraída. Los valores también incluyen la inclusión de múltiples culturas, ya que el mediterráneo siempre ha sido un símbolo de multiculturalidad e conexión internacional. Los valores de nuestra semana fashion representan precisamente esto. Con marcas españolas, francesas, italianas, inglesas y americanas haciendo parte de esta semana de moda que estamos creando, países que ya son conocidos mundialmente por su fama con la moda, nuestra intención es agregar una nueva cultura en las grandes capitales de la moda, por eso Barcelona Fashion Week será la quinta capital de la moda que traerá una nueva cultura a este mundo lujoso. Sus valores representan las características de leveza, de alegría, de festivo, inclusión y cercanía.

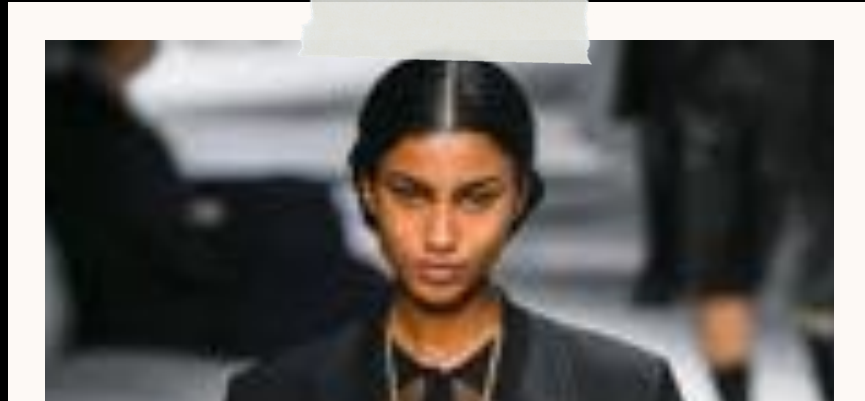
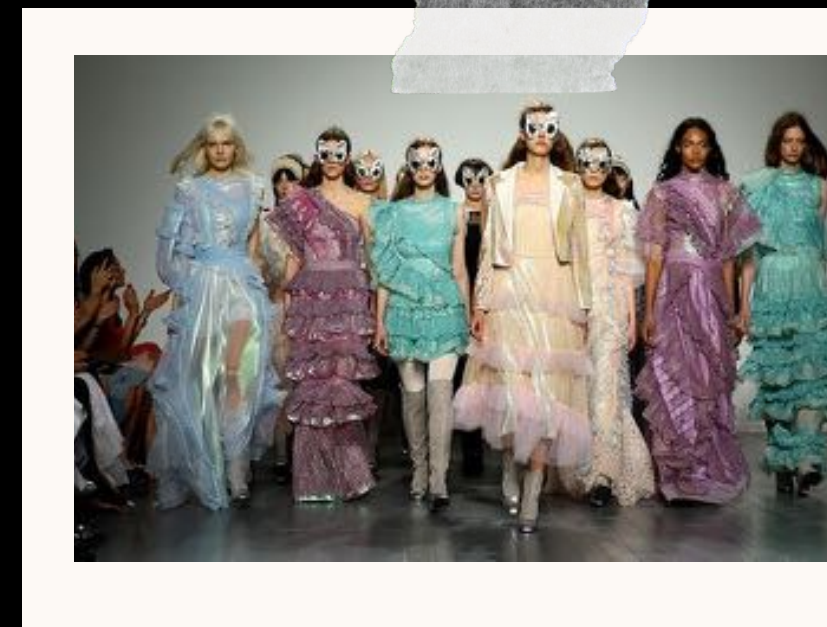


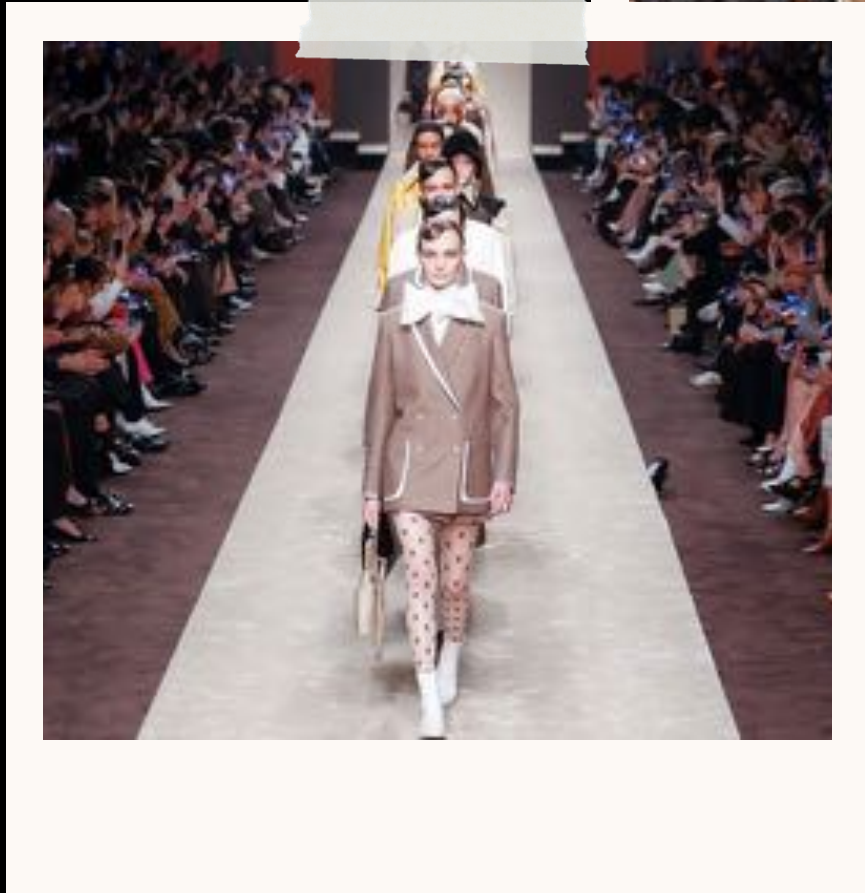
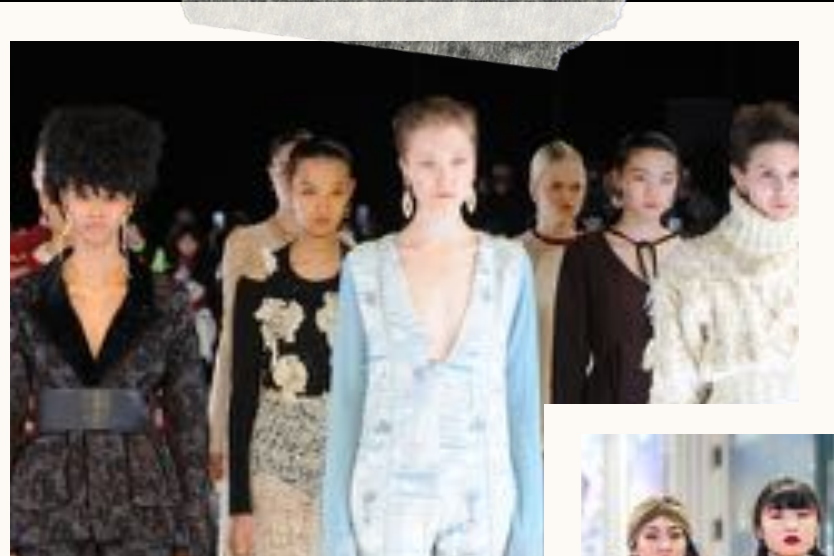


visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday



Plan de comunicación

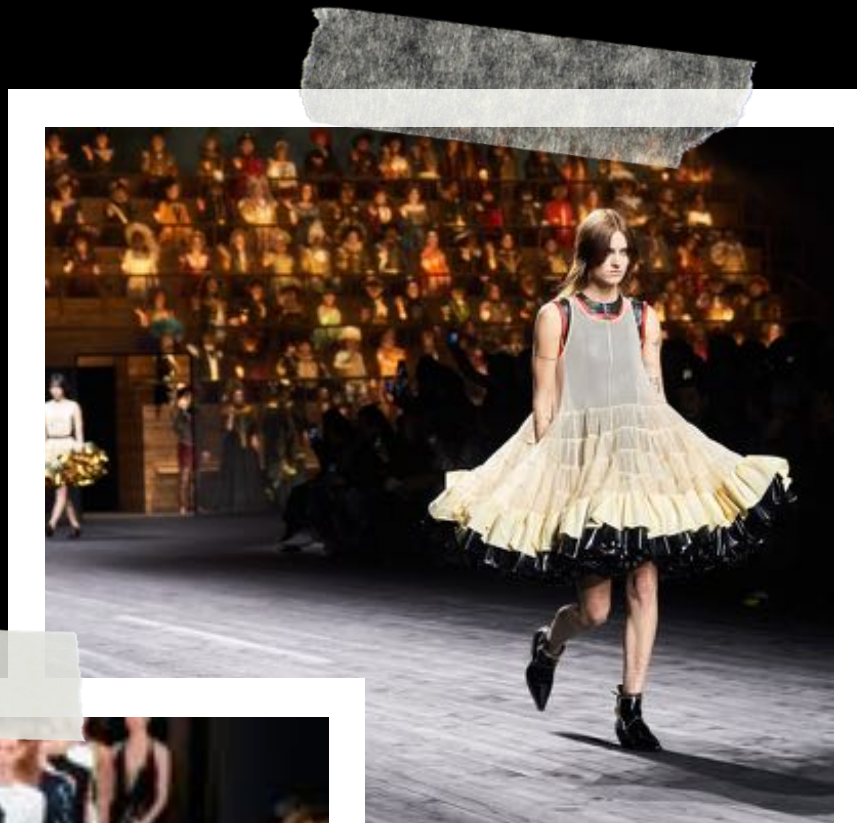




10. Plan de comunicación

a. Objetivos de la comunicación

DFWV
Barcelona Fashion Week
DFWV

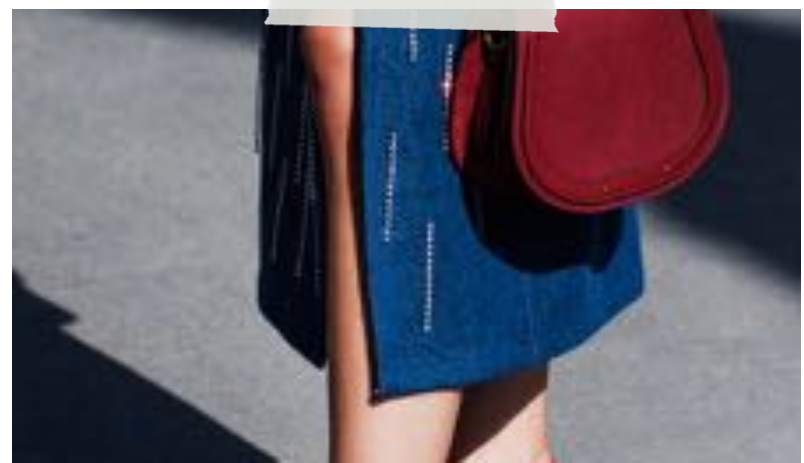


La principal comunicación del mundo de la moda es el lifestyle.

- Vender glamour, lujo y moda.
- Situar una nueva semana de moda a nivel mundial.

No es tan sencillo como crear un vídeo publicitario o un anuncio con un buen copy, algo muy utilizado para vender productos, no es la herramienta principal en el mundo de la moda. Vender moda, glamour y lujo es vender el estilo de vida, el mundo de la moda está muy relacionado con la vida lujosa.

La industria de la moda ha creado un mundo único y glamuroso en el que el consumidor tiene que transportarse a esta realidad inventada. Al crear un bolso, por ejemplo, la marca Chanel no sólo venderá el bolso, la marca creará su comunicación a través de un estilo de vida creado. La marca creará en su publicidad la vida que tendrá el consumidor al comprar dicha bolsa. Al comprar un bolso Chanel, la consumidora adoptará un perfil clásico y elegante, acudirá a los restaurantes de la alta sociedad a los que sólo van actores, actrices y modelos, viajará a Europa en sus vacaciones, viajará con su encantador marido y conquistará el mundo con su elegancia.



Las marcas quieren transmitir al consumidor el glamour y la vida de lujo que podría tener al comprar un producto de la marca, no sólo el producto que puede comprar. Un bolso Chanel, por ejemplo, no es sólo un bolso, es un nuevo estilo de vida que se creará cada vez que el consumidor lo utilice. Si la publicidad de los productos de las marcas de lujo se crea en torno a la experiencia y el estilo de vida, la comunicación de la Barcelona Fashion Week tendrá el mismo objetivo. Para llamar la atención de las marcas, de los medios de comunicación, de los directores de cada marca y de los clientes exclusivos de cada marca, la comunicación de la semana de la moda girará en torno al estilo de vida que estas personas tendrán al participar en la semana de la moda.

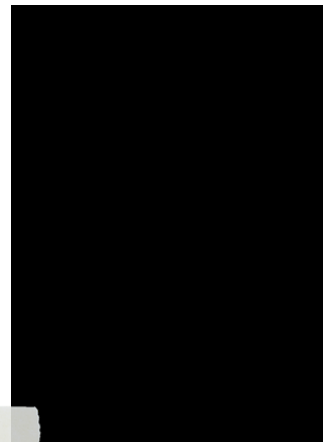
Al asistir a la Semana de la Moda de Barcelona, los participantes se adentrarán en un mundo lujoso y fastuoso en el que sólo participa la alta sociedad en todo momento. Cada desfile, cada evento, cada cena, cada brunch, cada día de compras o cada momento será una experiencia única dentro del mundo de la clase alta donde todos los que han asistido a esta semana de la moda serán exclusivos.



10. Plan de comunicación

b. Tono y concepto de la comunicación

DFWV
Barcelona Fashion Week
DFWV



Encontrar la voz de un evento es indispensable para cualquier estrategia de Marketing. Elegir el tono y el lenguaje de comunicación del evento resulta crucial, pues el tono dependerá del canal y sobre todo del público principal. El tono comunicacional de un evento implica una gran variedad de aspectos, entre los que se encuentran su personalidad, el lenguaje que se utiliza y la imagen que quiere transmitir.

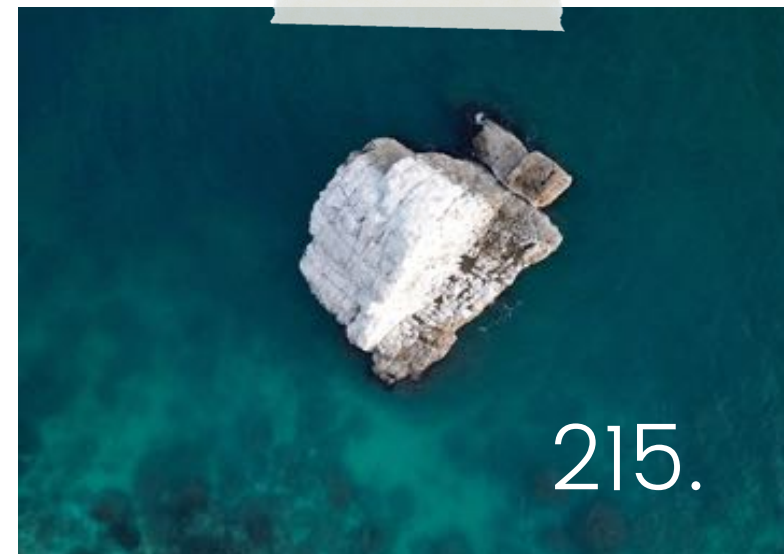
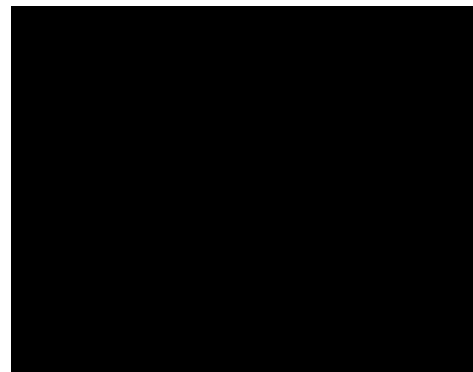
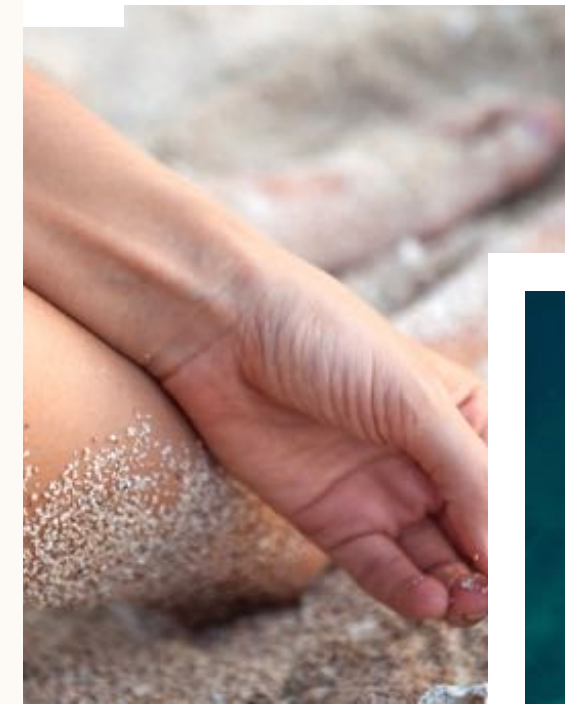
El tono de la comunicación va a definir la personalidad e imagen del evento, por ello, utilizaremos un **TONO MEDITERRANEO** para destacar la semana de moda en Barcelona junto a las 4 principales semana de moda: será un tono cercano, directo, formal y, sobre todo, emocional para generar engagement. Aportar un tono emocional nos ayudará a potenciar los sentimientos del público en la semana de moda, además de los consumidores de las marcas, incentivando el deseo de necesidad de consumo de los productos presentados, e impactar eficazmente en el público deseado. Además de ello, emplearemos un tono inspiracional, pues las marcas transmiten en sus desfiles el valor la cultura y a importantes impactos sociales, mejorando de ese modo la imagen de la marca y generando notoriedad.

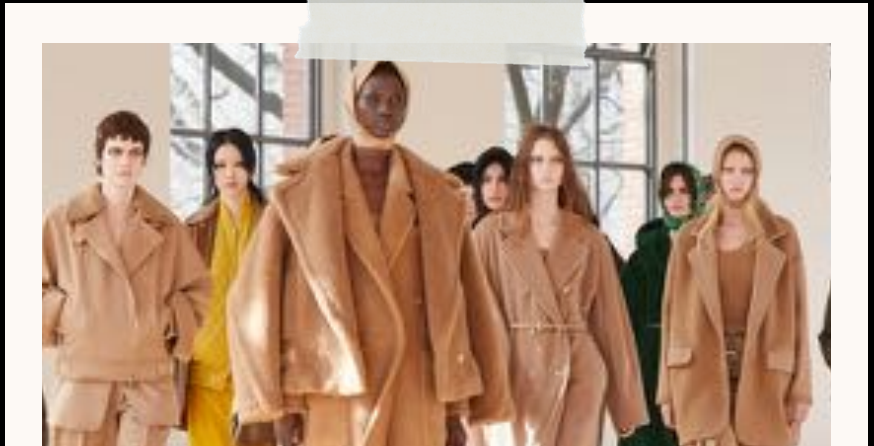
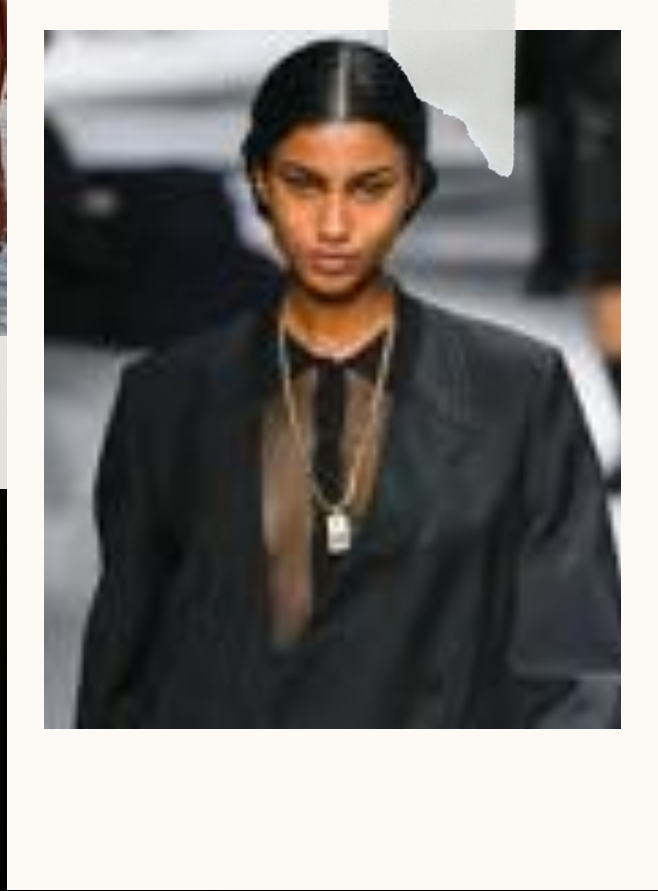
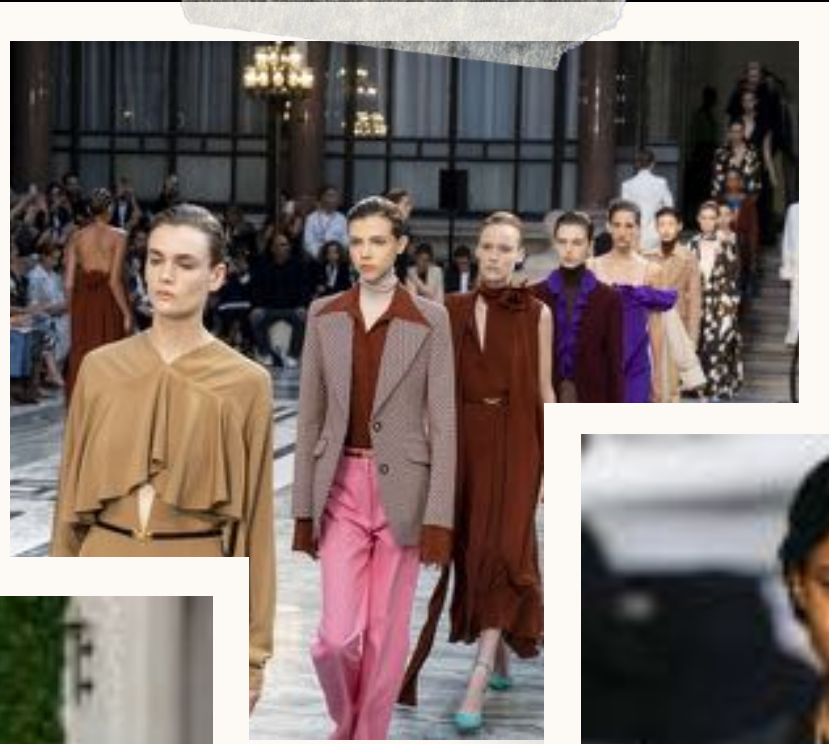


Pretendemos crear un vínculo entre las marcas participantes de la semana de moda y el público participante de la semana de moda, además de los consumidores de estas marcas, potenciando el sentimiento de ser algo único, elegante y alcanzable apenas para los privilegiados. El tono mediterráneo transmitirá la levedad y la emoción que falta en el mundo de la moda, irá traer la cultura y la historia mediterránea al mundo de la moda.

En definitiva, pretendemos emplear un **tono emocional y fuerte**: Crear un vínculo emocional con el público con el fin de transportarlos a un universo único y glamuroso, donde solo los privilegiados pueden acceder. Hacer ver al público que el Barcelona Fashion Week es uno de los principales índices de la moda.

MOODBOARD

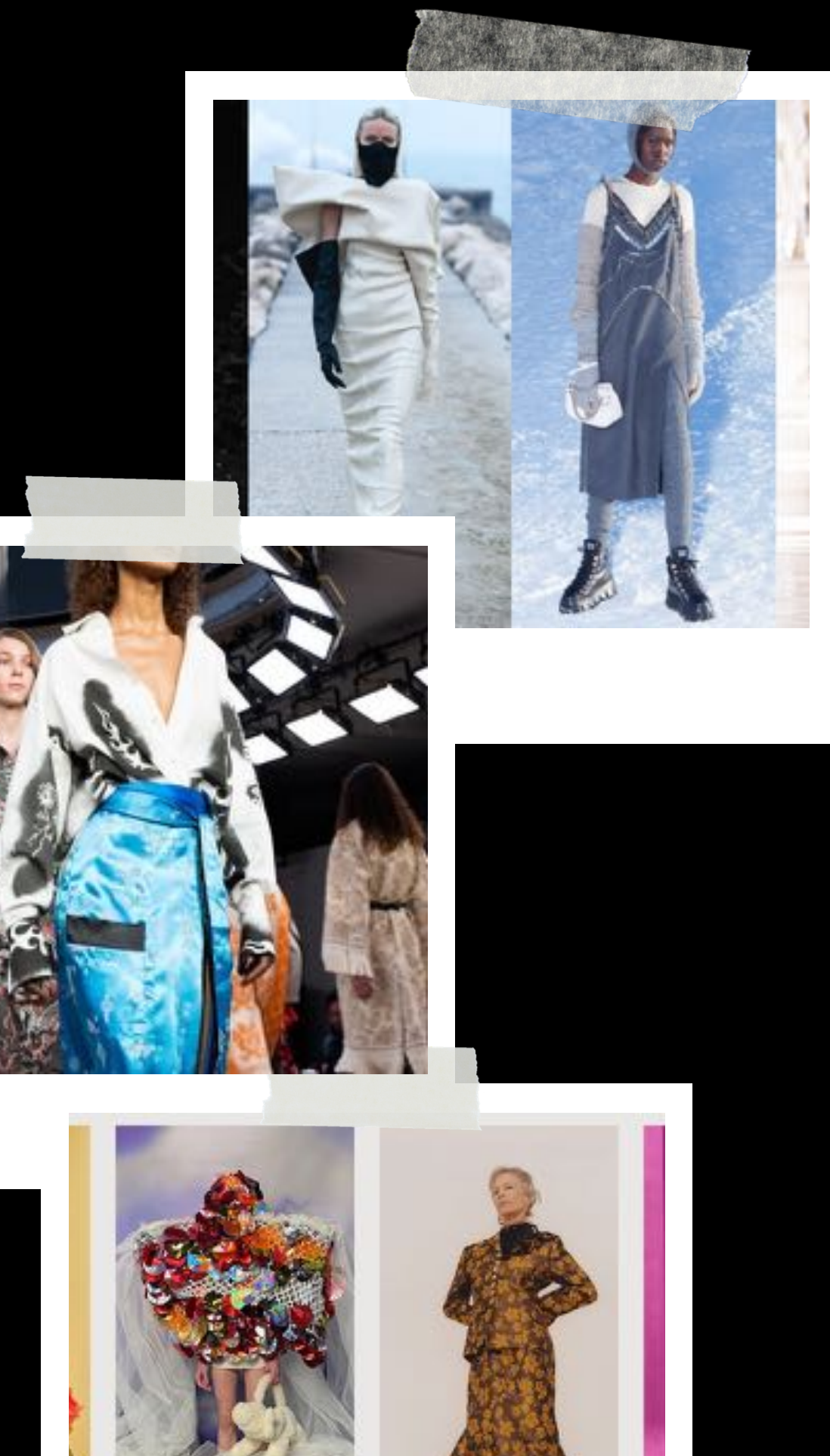




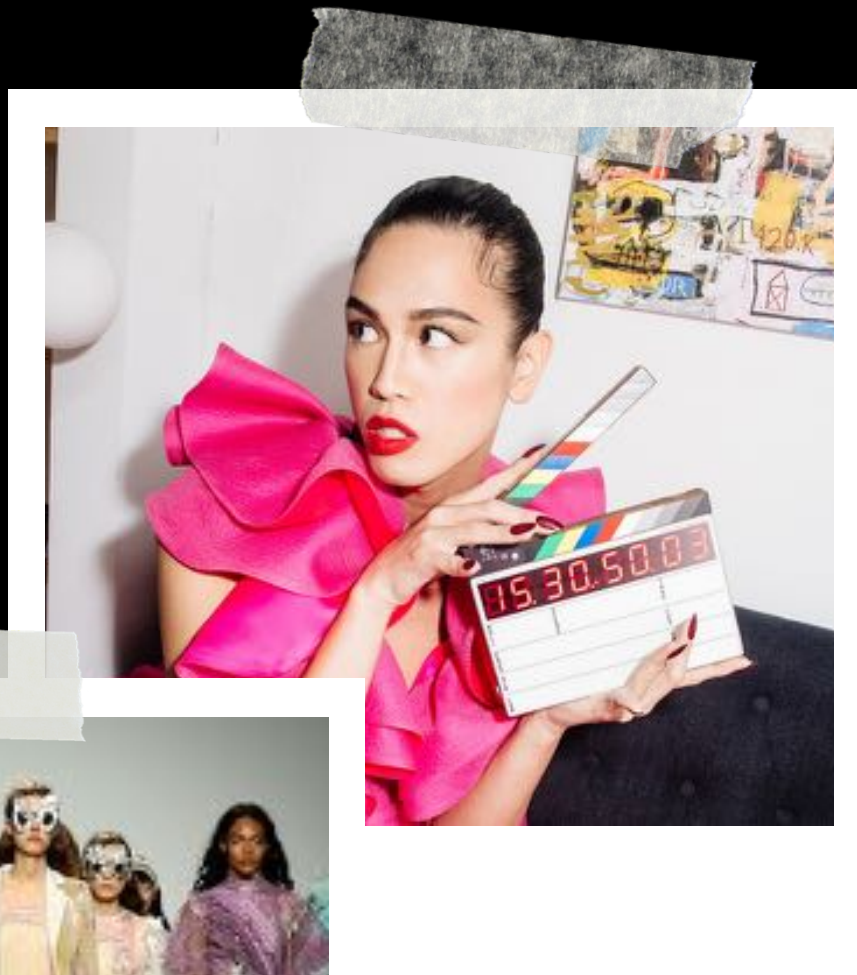
10. Plan de comunicación

c. Estrategia de la comunicación

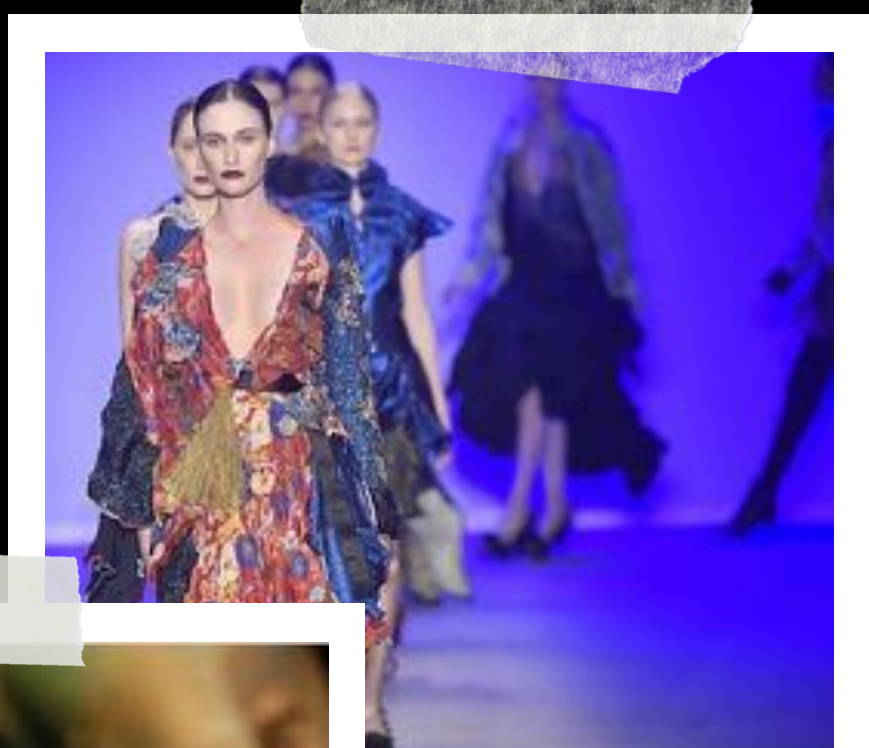
DTVAT
Barcelona Fashion Week
DTVV



Para llevar a cabo la **New Brand Event**, Barcelona Fashion Week, será aplicada una **Estrategia Global de Retador** de ataque lateral, puesto que el evento pretende situar Barcelona entre ser una de las 5 capitales de la moda en todo el mundo. En este sentido, se incrementará la participación en el mercado mediante fuertes estrategias que nos permitan enseñar al público arremetiendo los vacíos que dejan en ellos y convirtiéndolos en segmentos fuertes en el mundo de la moda de lujo. Esta estrategia se caracteriza por lanzar pequeños ataques en los puntos flancos del líder donde su posicionamiento no es tan claro y donde el retador sí lo es, además de agregar al mercado del segmento, con el fin de crear un nuevo evento con los puntos que faltan en los eventos ya existentes. Por ello, en la primera edición de la Barcelona Fashion Week, a través de las acciones creadas, se implementarán atributos, como por ejemplo el App BFW, que no existen en las semanas de la moda nacionales que existen en España y en las semanas de la moda de París, Milán y Londres.

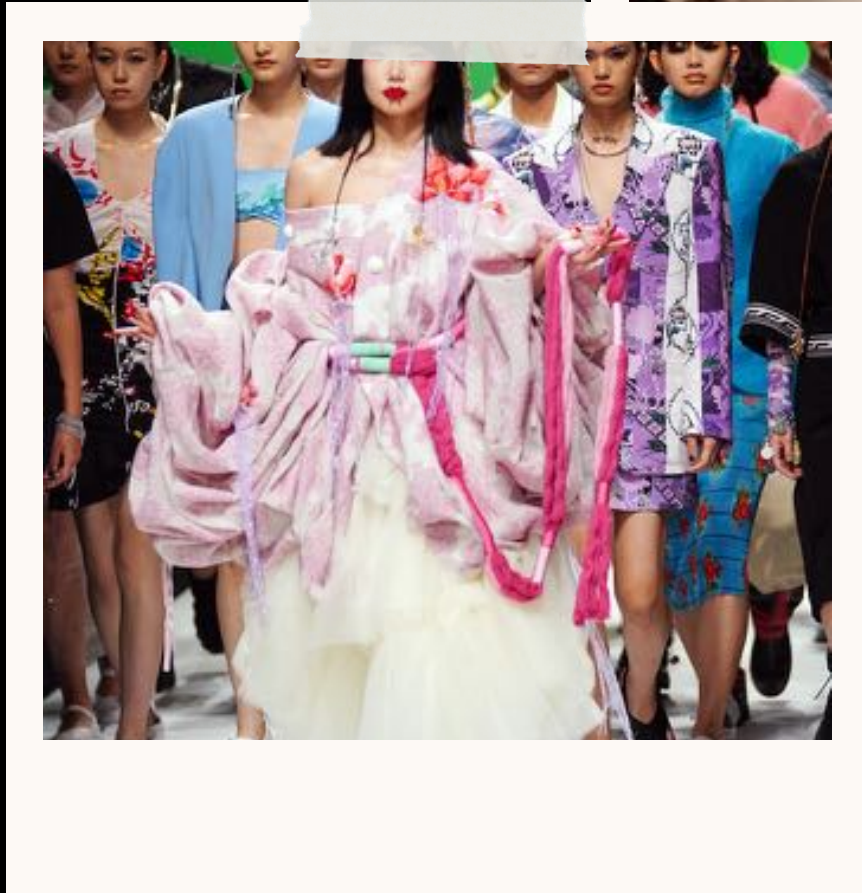
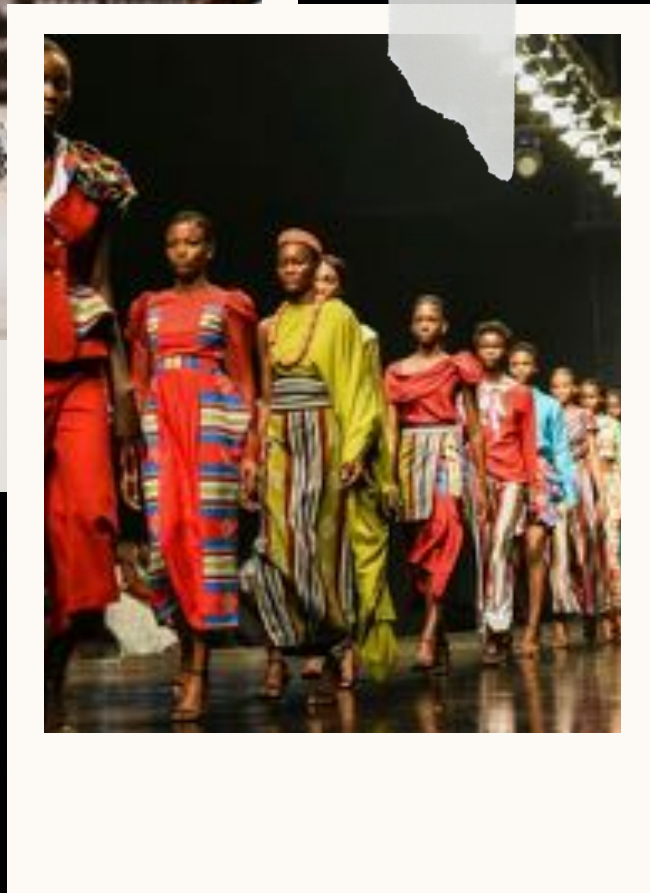
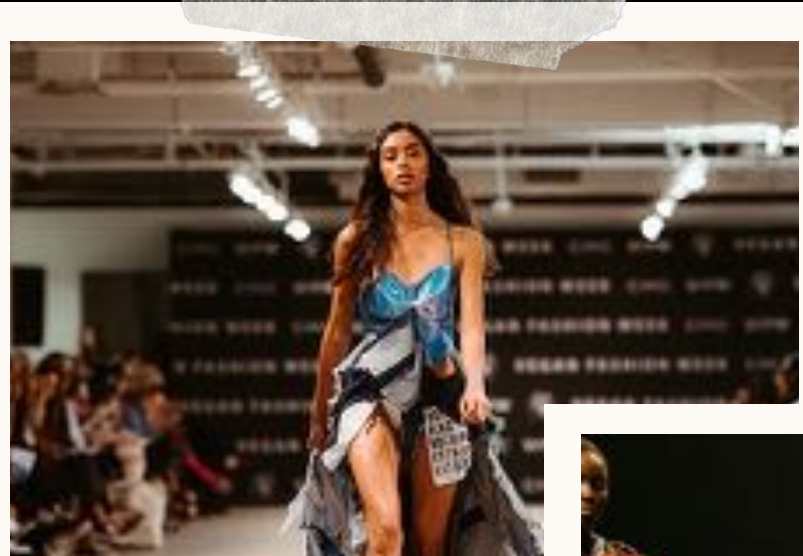


En estas estrategias se destacarán los atributos que faltan en las principales semanas de la moda, y se mostrarán estos atributos ser creados y ejecutados en la semana de la moda en Barcelona. El principal atributo que se destacará, como ya se ha dicho, será la presencia del clima y la cultura mediterráneos, además de tener el océano Mediterráneo a su disposición.



El principal punto diferencial de la Barcelona Fashion Week, será el uso del enfoque **MEDITERRÁNEO**. En las semanas de la moda de las cuatro capitales de la moda, no se centra en una cultura como la diferencial, ya que queremos centrarnos en esta nueva semana de la moda.

Para crear la Barcelona Fashion Week, se hizo una recopilación de datos de las principales semanas de la moda, se hicieron cuestionarios a todo el target principal y al target secundario, además de una profunda investigación en la historia del mundo de la moda. A través de este profundo análisis fue posible encontrar puntos fuertes en la creación de una semana de la moda en Barcelona, como la posibilidad de crear una semana de la moda que represente la cultura mediterránea y añada al mundo de la moda de lujo la ligereza y la alegría de esta cultura. Por este motivo, crearemos varias estrategias de marketing online y offline para destacar esta nueva semana de la moda en Barcelona.



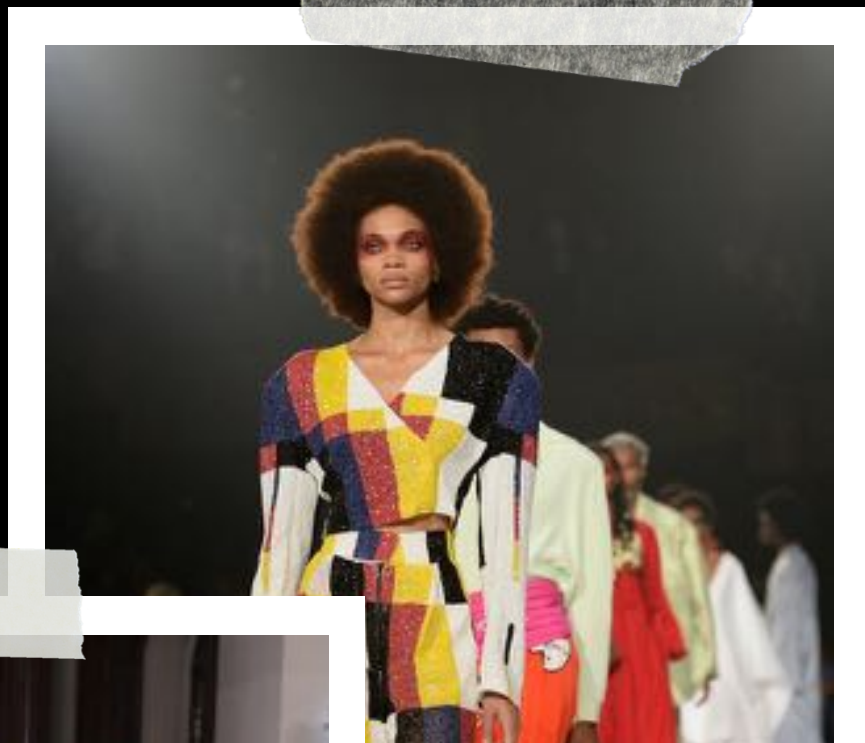
10. Plan de comunicación

d. Posicionamiento



Las semanas de la moda creadas tanto en Madrid como en Barcelona aún no han alcanzado un nivel internacional: las marcas que participan en estas semanas de la moda son marcas nacionales que están en el inicio de ser conocidas internacionalmente, pero son pocas las que han participado en eventos de nivel internacional.

Barcelona Fashion Week se posicionará en el mundo de moda de lujo **como representante de la cultura y del clima mediterráneo**, donde representará a moda Española en su cultura mundialmente. Se pretende crear un diferencial entre las semanas de moda en París, Milán y Londres, pero sin romper las reglas y la identidad de estas semanas de moda.



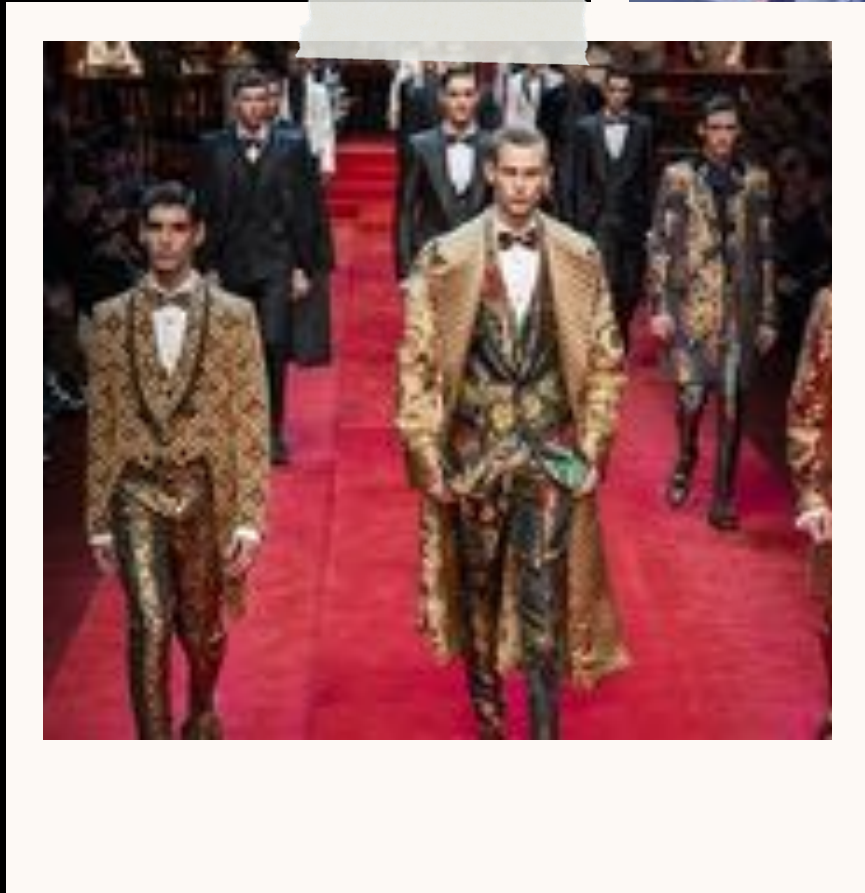
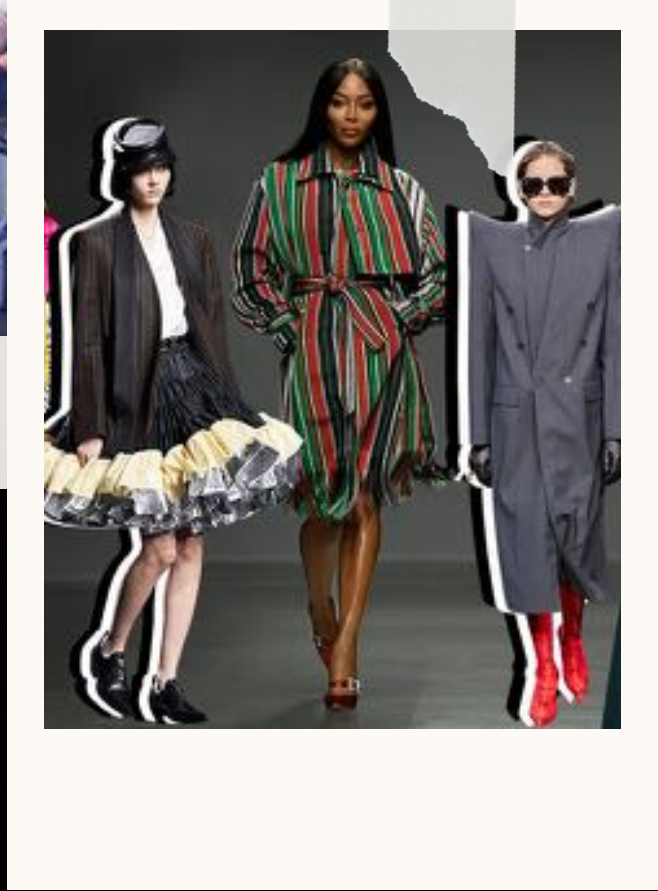
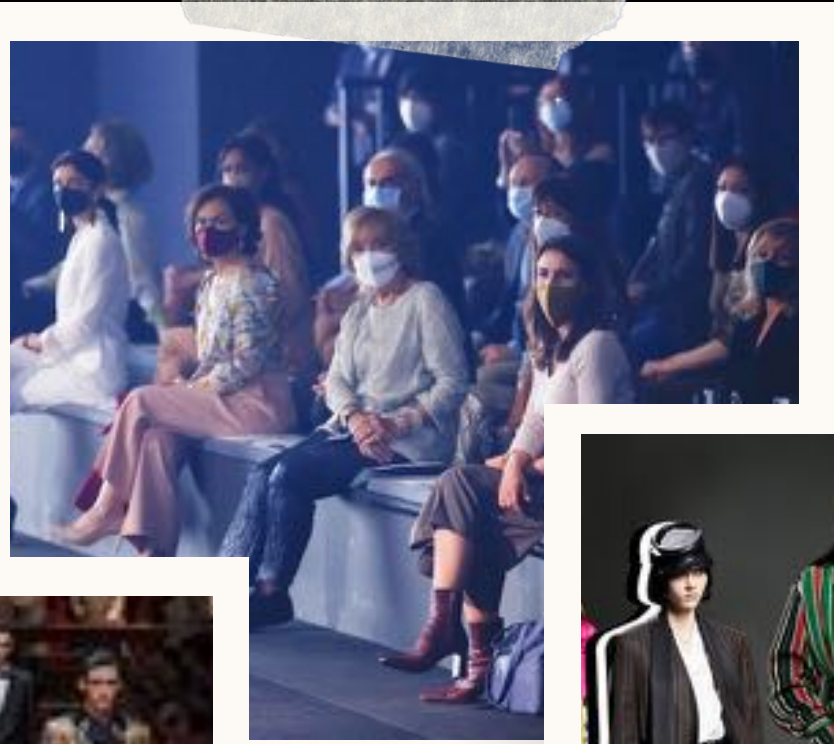
Esta nueva semana de la moda aportará un gran diferencial al mundo de la moda de lujo: será una semana de la moda con un posicionamiento más **ligero, colorido, vivo y novedoso**.

Nuestra intención es posicionar el Barcelona Fashion Week como la quinta capital de la moda en el mundo. Para conquistar este posicionamiento ella se caracterizará por su diferencial entre las otras semanas de moda: **como la semana de moda representante del clima y cultura mediterránea**. Quiere ser la semana de moda que traiga más color, que traiga una levedad en sus eventos durante esta semana, que sea algo más festivo y refrescante, algo moderno y diferente mezclado con la larga y clásica historia de la moda.

Aunque el Barcelona Fashion Week se plantee por su diferencial, la semana de moda seguirá con el mismo concepto clásico, glamuroso y lujoso de las otras semanas de moda. La semana de moda en Barcelona quiere atraer personas de la alta sociedad: personas que trabajan y que consumen las marcas de lujo, un público que irá representando esta marca en su día a día, que vive la vida de una forma glamorosa y lujosa, donde la moda sea la esencia de la vida.



El Barcelona Fashion Week representa una actitud, un estilo de vida y conjunto de tradiciones arraigadas en la cultura mediterránea, simbolizando la levedad de las olas mediterráneas, el arte de vivir, el ardiente de los colores fuertes de la cultura, la diversidad de diferentes maneras de expresar la moda, la voluntad de vivir una vida de fiesta y alegre, de ser una semana de moda exemplar y única dentro de la muchas que ya existen. Pero a su vez, posee un estilo fresco, atrevido, elegante, descolocado y rompedor. Y es que queremos que el público de la semana de moda en Barcelona se desinhiben, que se dejen llevar por el lado alegre y festivo del mundo de la moda, que sepan apreciar y saber vivir los momentos que la vida nos brinda.



10. Plan de comunicación

e. Acciones **DFWV**
Barcelona Fashion Week
DFWV



Teaser

Dicha estrategia nos permite captar la atención de nuestro público objetivo, a través de valores y atributos que nos dan conocer de manera parcial el tipo de producto anunciado, sin desvelar la marca. Y es que el objetivo es generar misterio e intriga para luego recibir una mayor aceptación del público objetivo, una vez lanzada la semana de moda.

Lanzamiento

Es un mercado fuerte y de crecimiento veloz por el mundo todo, por lo que recurriremos a reforzar lo cuan fuerte es la industria de la moda en España. Mediante la publicidad y la comunicación se pretende reflejar que la semana de moda, a nivel internacional, creada en Barcelona, es de respetar y almejar. En el mundo de la moda de lujo, la experiencia de vivir en una vida glamorosa es la principal publicidad, ver los que los famosos, bloggers o personas importantes tienen y viven y querer lo mismo es lo que hace las marcas de lujo vender sus productos. La voluntad de vivir y experimentar la semana de moda con las personas mas importantes del mundo fashion, es lo que hará es semana de moda ser reconocida por todos del mundo. Además de mostrar al mundo, la Barcelona Fashion Week quiere mostrar a las marcas de lujo participantes y a los exclusivos invitados de esta semana, que España forma parte del mundo de la moda y debe ser reconocida en él, por lo que la semana de la moda comenzará transportando al público del evento a la cultura española y a su moda. Así haciendo con que la publicidad y la comunicación de la semana de moda, a los involucrados en esta semana de moda, sea la experiencia de vivir la cultura de toda España, principalmente su cultura mediterránea.

Posicionamiento

Para otorgarle el posicionamiento que el Barcelona Fashion Week se merece, le atribuiremos valores que la caracterizan y la hagan distintiva al resto de las otras semanas de moda internacionales: Se posicionará como una semana de moda llena de tradiciones arraigadas en la cultura mediterránea, simbolizando la levedad de las olas mediterráneas, el arte de vivir, el ardiente de los colores fuertes de la cultura, la diversidad de diferentes maneras de expresar la moda, la voluntad de vivir una vida de fiesta y alegre. El Barcelona Fashion Week se posicionará en torno a estos atributos y en cada evento dentro de esta semana de la moda se exaltarán al público.

Constant Reminder

Con esta estrategia consolidaremos nuestro posicionamiento e imagen del Barcelona Fashion Week. Para que la semana de la moda sea reconocida como la quinta semana de la moda más importante del mundo, queremos consolidar su posicionamiento recordando a todo el mundo este evento que tendrá lugar dos veces al año, todos los años. Queremos consolidar el posicionamiento de la Barcelona Fashion Week dentro de la industria de la moda de lujo.

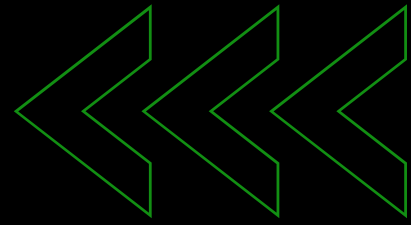


DEWAT
Barcelona Fashion Week
DEWAT

Acciones



Teaser



Lanzamiento

Posicionamiento

Constant Reminders

Acciones →

Acción 1 – Reuniones y contratos



Timing: 01/07/21 – 31/08/21

Canal: Ayuntamiento

Descripción: Primero se enviara una invitación para todas las marcas que irán participar de la semana de la moda. Después será concretado una fecha para una reunión en el ayuntamiento entre la marca y los responsables de la organización de la semana de la moda. En esta reunión sera concretado los detalles de la organización de los eventos, desfile que la marca irá hacer y la publicidad.

DEFW

Barcelona Fashion Week

DEFW

Te invita para participar del Barcelona Fashion Week.kjbaafilAJBailjbvaljbvaJBVJBEGIJBSEKASJ
LBLKAJSBALKSJBALKJBVALKBJVAKLJBVLKJABVLAK
VJBLVAKJBVALKJBAVLKJBVALAVKLJBABL

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA

Acción 2 – Fundación Catalunya Fashion

Timing: 07/2021

Sugerencia: Creación de una fundación de moda en Catalunya: Fundación Catalunya Fashion.

Descripción: Este TFG reconoce tanto a la fundación de moda de España, la fundación de Madrid como la fundación de moda de Barcelona, y sugiere una fundación de moda que represente todas las ciudades de Catalunya para administrar los recursos de forma más eficaz y de esta manera poder conseguir la atención internacional que tanto quieren pero que no han conseguido hasta el momento. Por eso sugiere a la Generalitat de Catalunya y el ayuntamiento de Barcelona la creación de una fundación que represente la Catalunya: la fundación Catalunya Fashion. La idea sería que esta fundación se gestionara de forma online y tuviera su propia página web para ayudar en todas las actividades, acciones y eventos relacionados con la moda.

FCF

Fundación Catalunya Fashion



Acción 3- Coming soon

Timing: 10/2021 - 12/2021

Canal: Social media, paginas web, flyers, banners, outdoors, autobus, taxis.

Descripción: Habrá anuncios publicitarios por toda la ciudad y por los medios con la frase "coming soon". Estos anuncios publicitarios serán dispersos por toda la ciudad y publicados en las redes sociales y paginas web de las marcas participantes del evento, en las redes sociales y paginas web de la generalitat de Catalunya y del ayuntamiento de Barcelona.

Estos anuncios crearán un aire de suspense y curiosidad entre la población y creará interes entre las personas.

FLYER & BANNNER

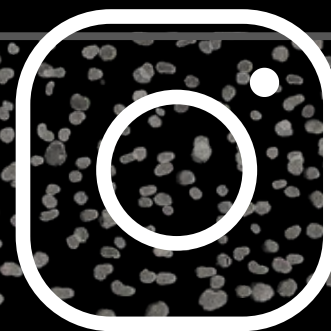
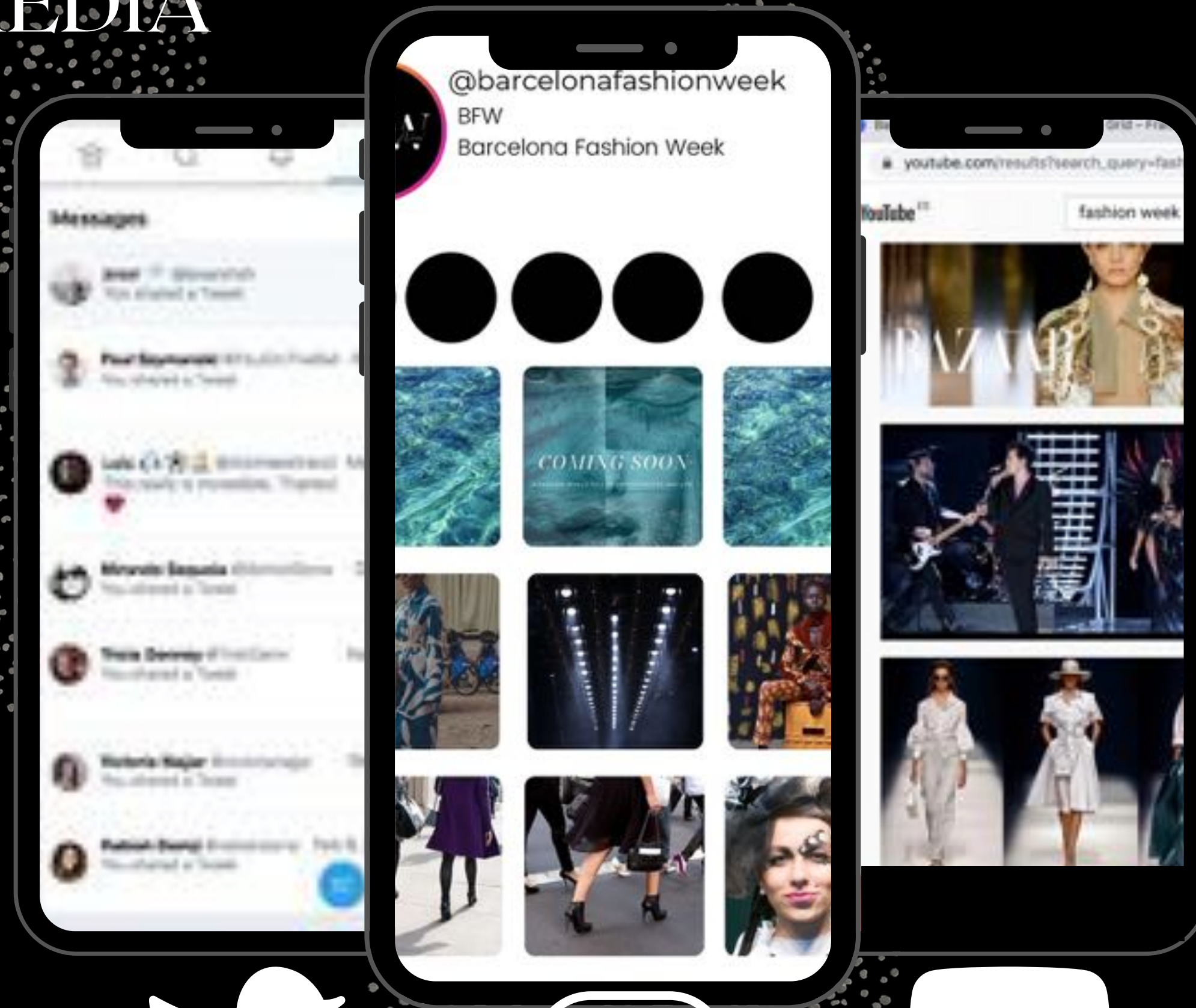


COMING SOON

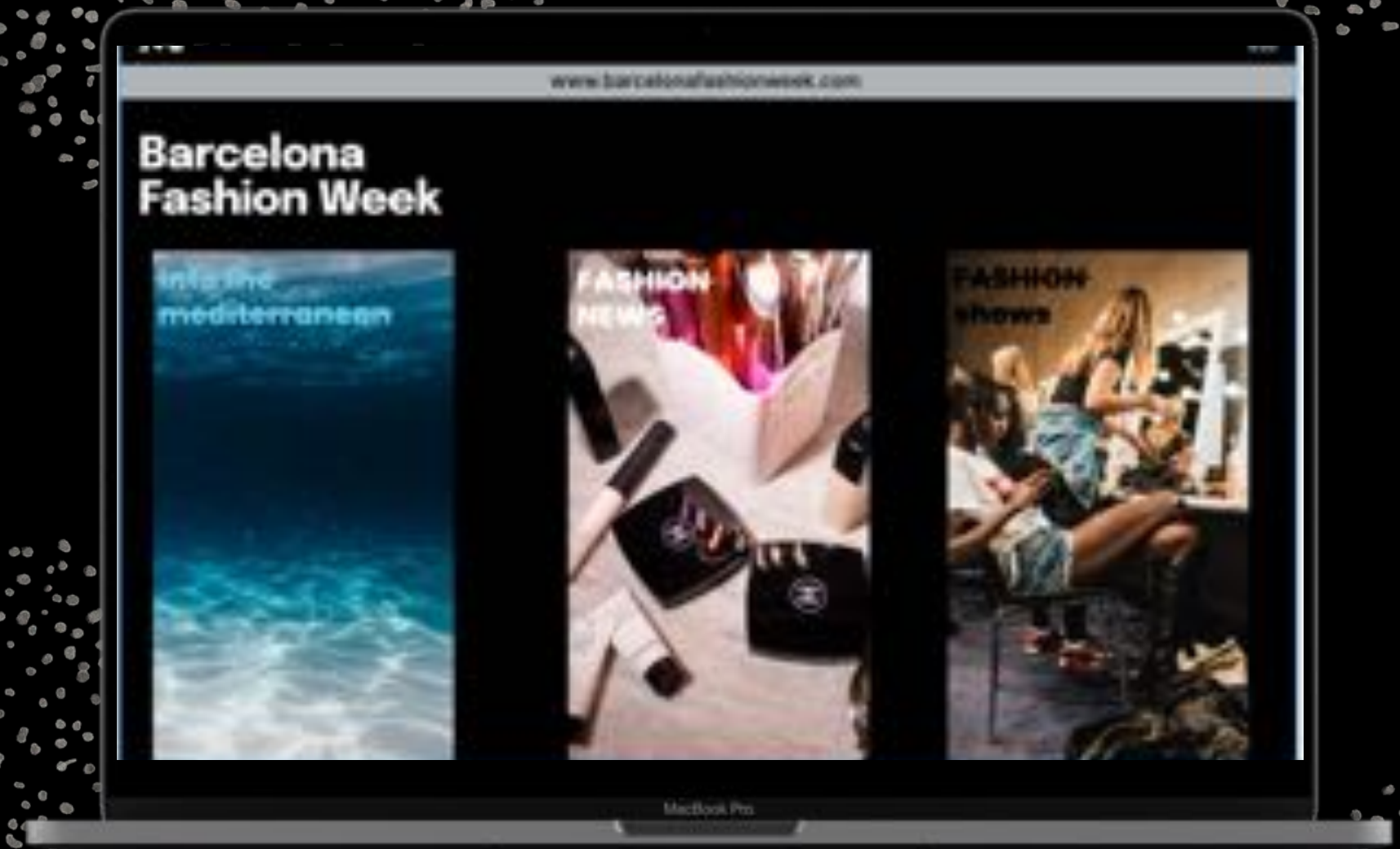
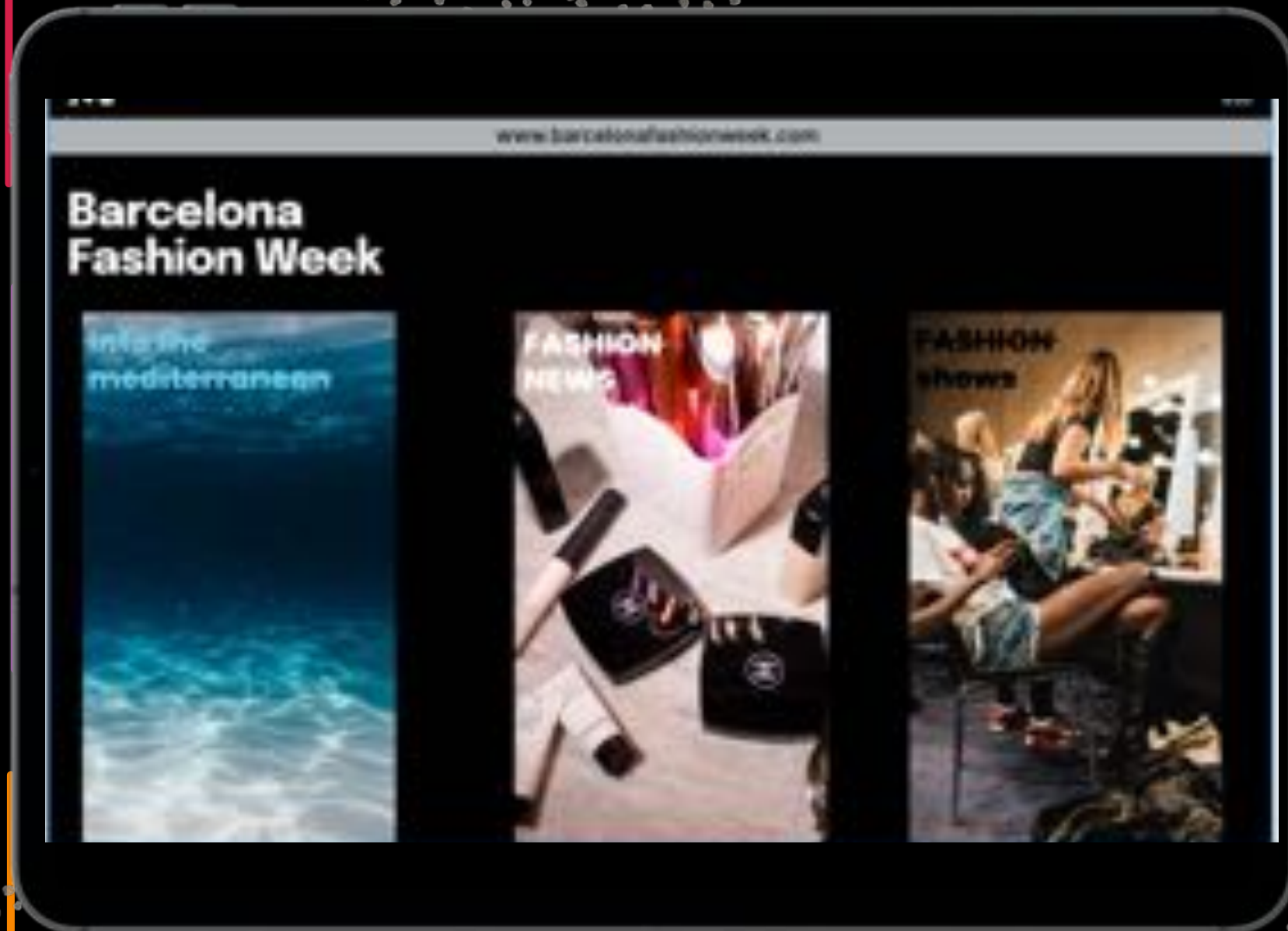
A FASHION WORLD FULL OF OPPORTUNITIES AND LIFE.



SOCIAL MEDIA



PAGINA WEB



OUTDOOR



OUTDOOR



OUTDOOR



Acción 4 – El nuevo BFW



Timing: 12/2021 – 02/2021


Canal: Televisión, redes sociales y medios

Descripción: Después de crear curiosidad entre el público sobre el evento que se creará en Barcelona, se lanzará un video para lanzar la nueva semana de moda internacional que se ejecutará en Barcelona. Este video saldrá en todos los canales de televisión de España, en todas las redes sociales y medios de comunicación de las marcas participantes.



<https://www.youtube.com/watch?v=zYqXOoKLcFc>

Acción 5 - Spoilers

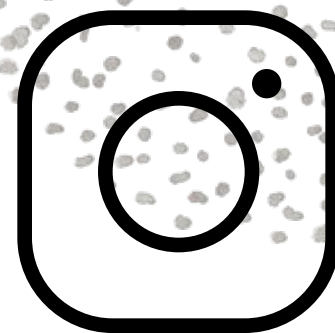
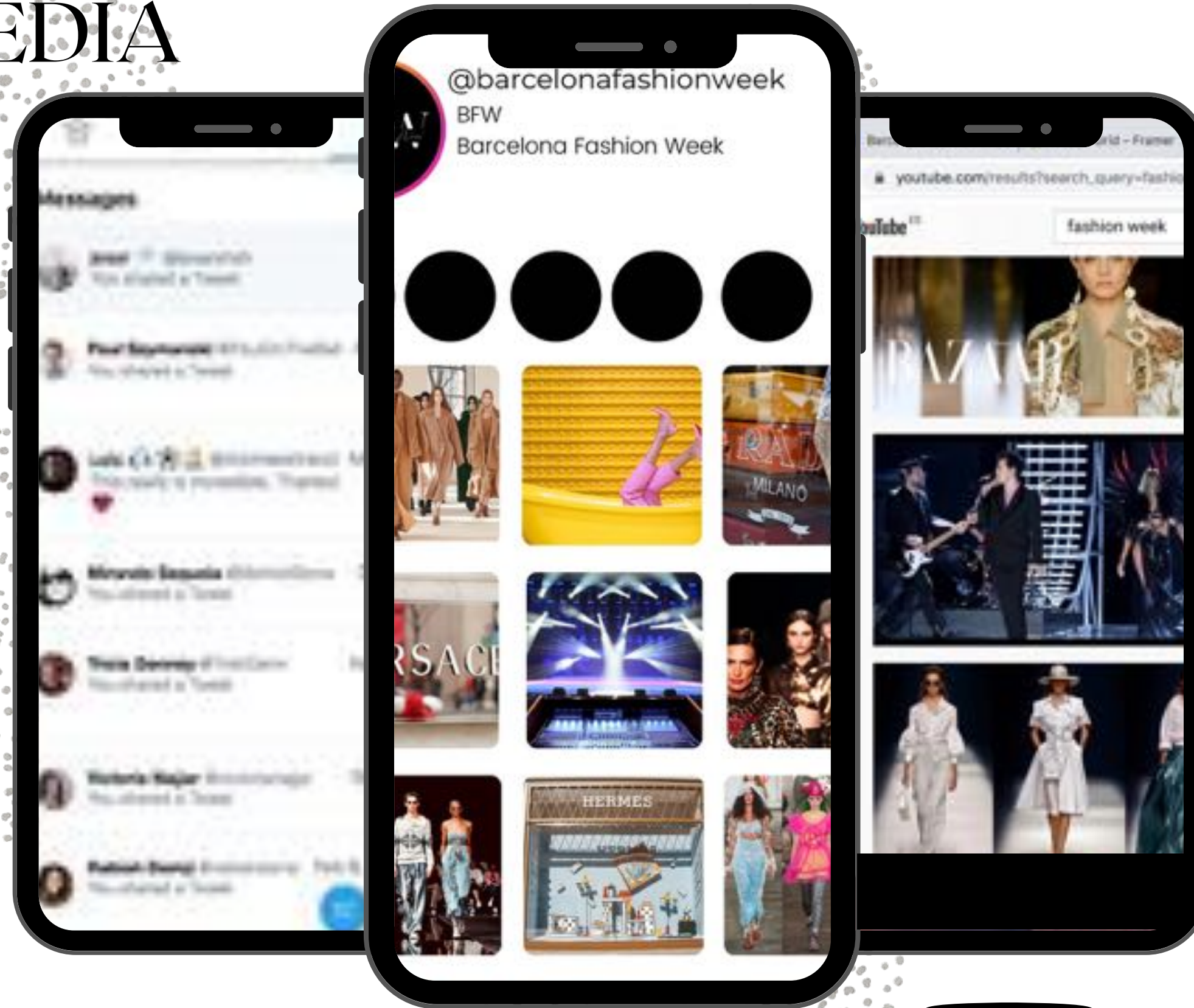


Timing: 12/2021 - 02/2022

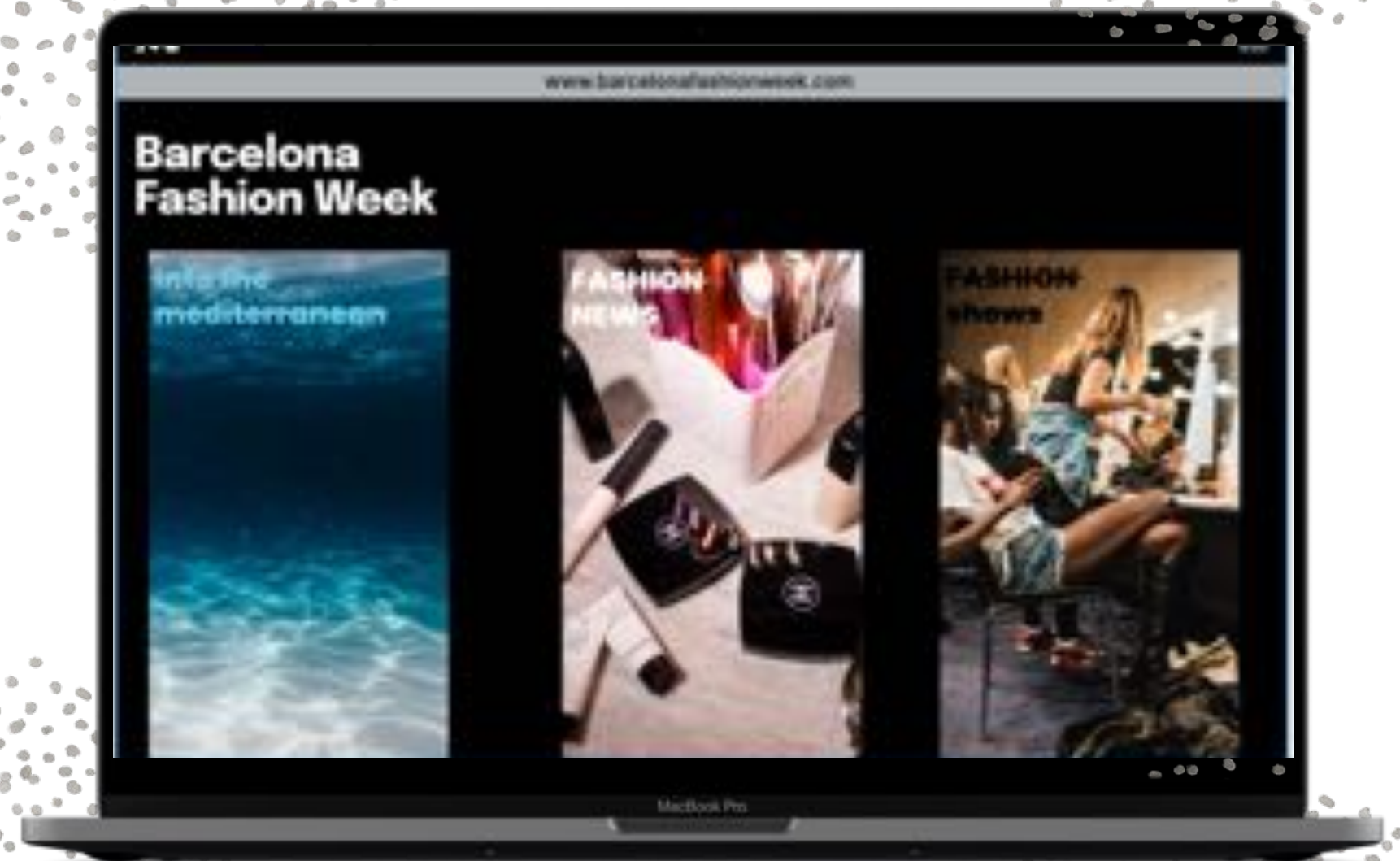
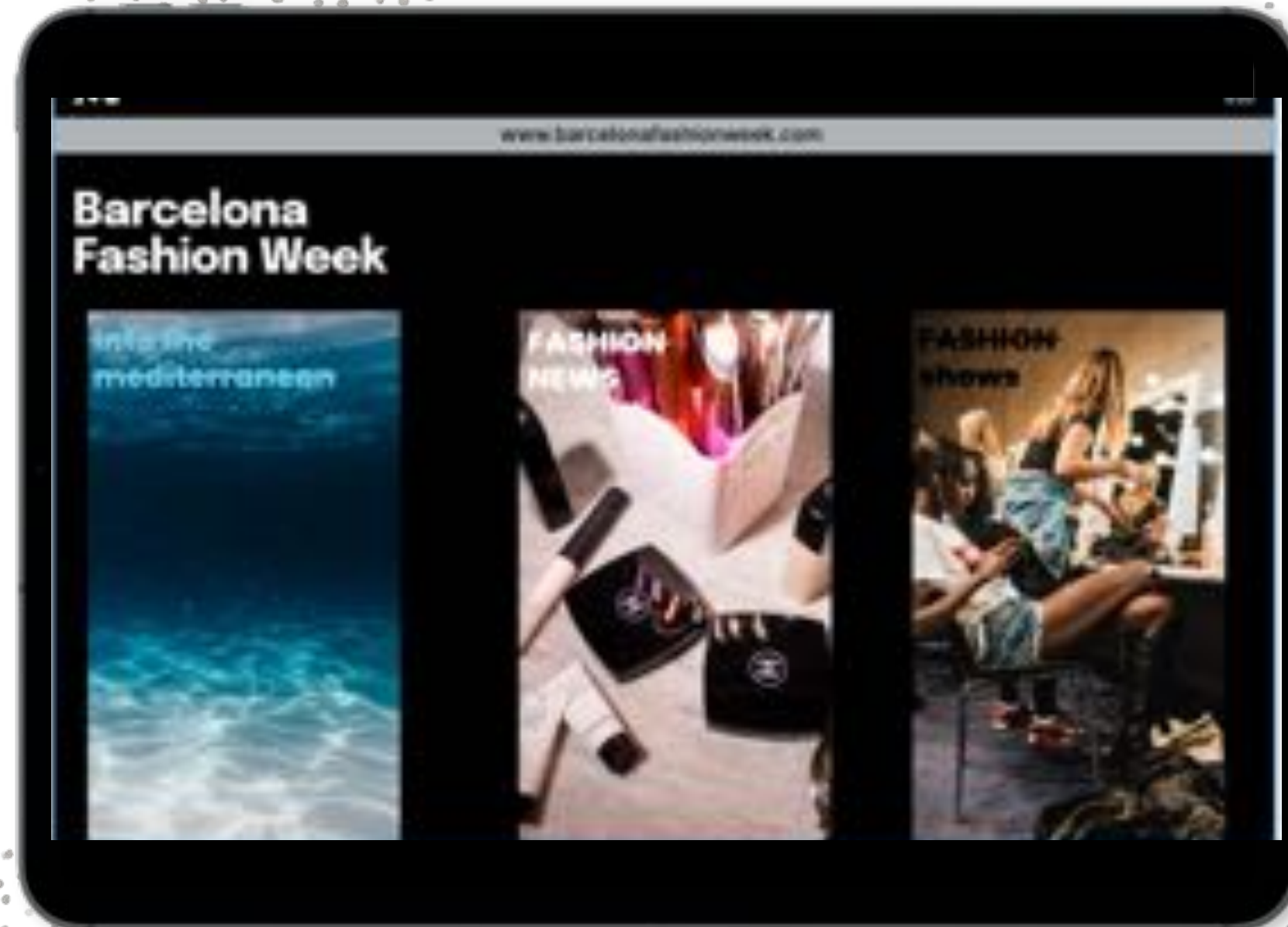
Canal: Social media y pagina web de la Generalitat de Catalunya y del Ayuntamiento de Barcelona.

Descripción: Será publicado durante la organización y ejecución del evento publicidad diversa sobre los eventos y actividades que formarán parte de la semana. De esta manera será anticipado algunos de los puntos más atractivos para el público, y ademas de crear una curiosidad en todos.

SOCIAL MEDIA



PAGINA WEB



Acción 6 – Invitaciones



Timing: 12/2021

Canal: Invitación

Descripción: Toda la gente que podrá acudir a los eventos de esta semana serán gente importante en el mundo de la moda. Todos los invitados recibirán una invitación con un código QR que les permitirá entrar en el app del evento y así tendrán acceso a todos los eventos, desfiles y contenidos de la semana de la moda.

BARCELONA FASHION WEEK
Te invita para el nuevo Fashion
Show en Barcelona.



DFW
Barcelona Fashion Week
DFW

Teaser

Lanzamiento



Posicionamiento

Constant Reminders

Acciones →

Acción 1 – Rueda de Prensa publicitaria

Timing: 01/2022

Canal: periódico, TV, revistas, y radio


Descripción: Será organizada una rueda de prensa publicitaria con los representantes del departamento de eventos de la Generalitat de Catalunya y del ayuntamiento de Barcelona. En esta prensa será anunciado el acontecimiento de la semana de moda y todas las informaciones sobre la semana de moda.

Esto permitirá crear una anticipación y atracción para el evento tanto por las vías oficiales de cada departamento como de segunda mano por las vías del periodismo, televisión y radio.

DIFW
Barcelona Fashion Week
DIFW



Acción 2- It's time



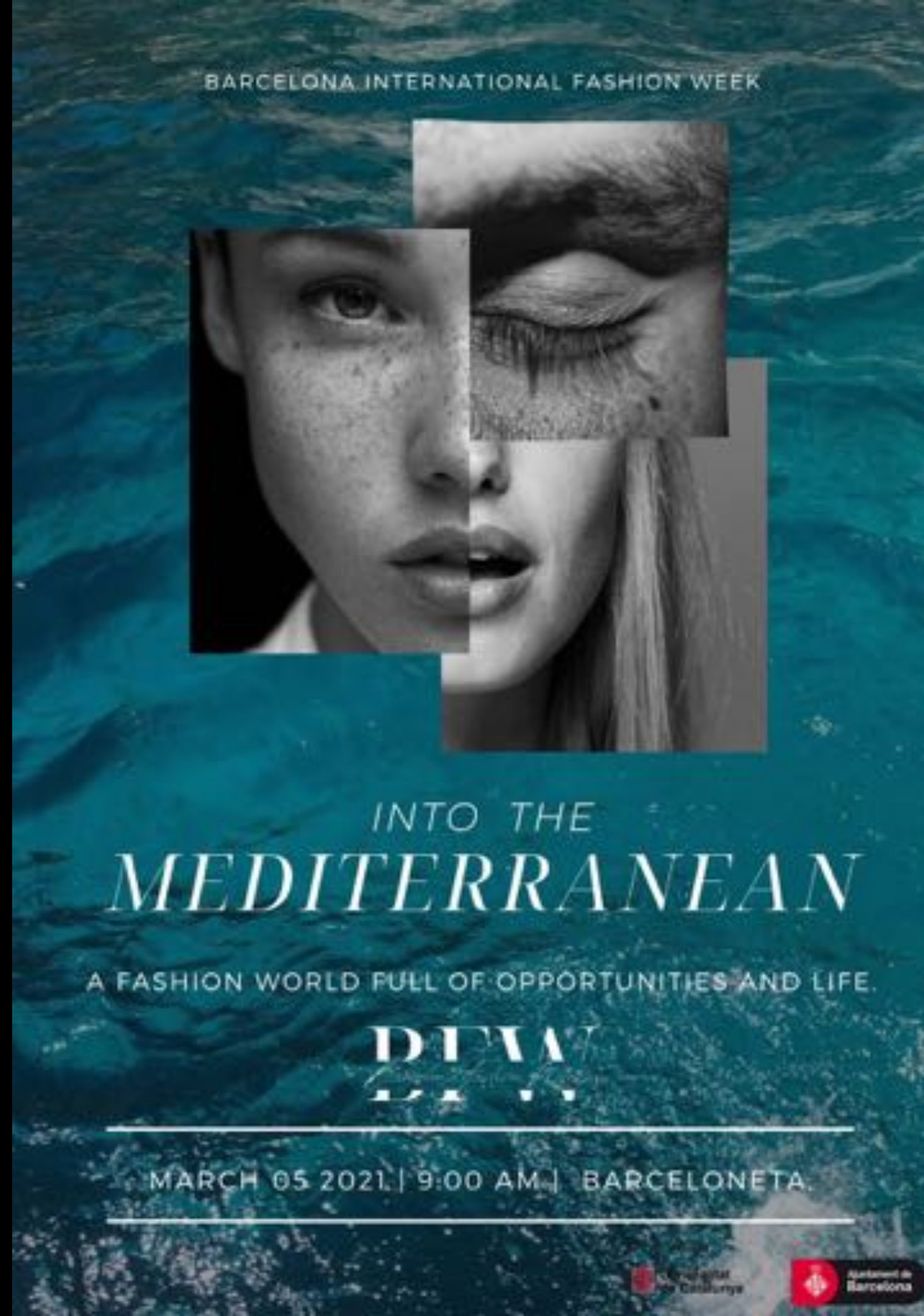
Timing: 01/2022 - 03/2022

Canal: Social media, paginas web, flyers, banners, outdoors, autobus, taxis.

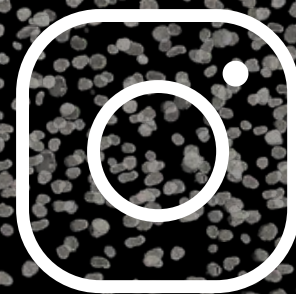
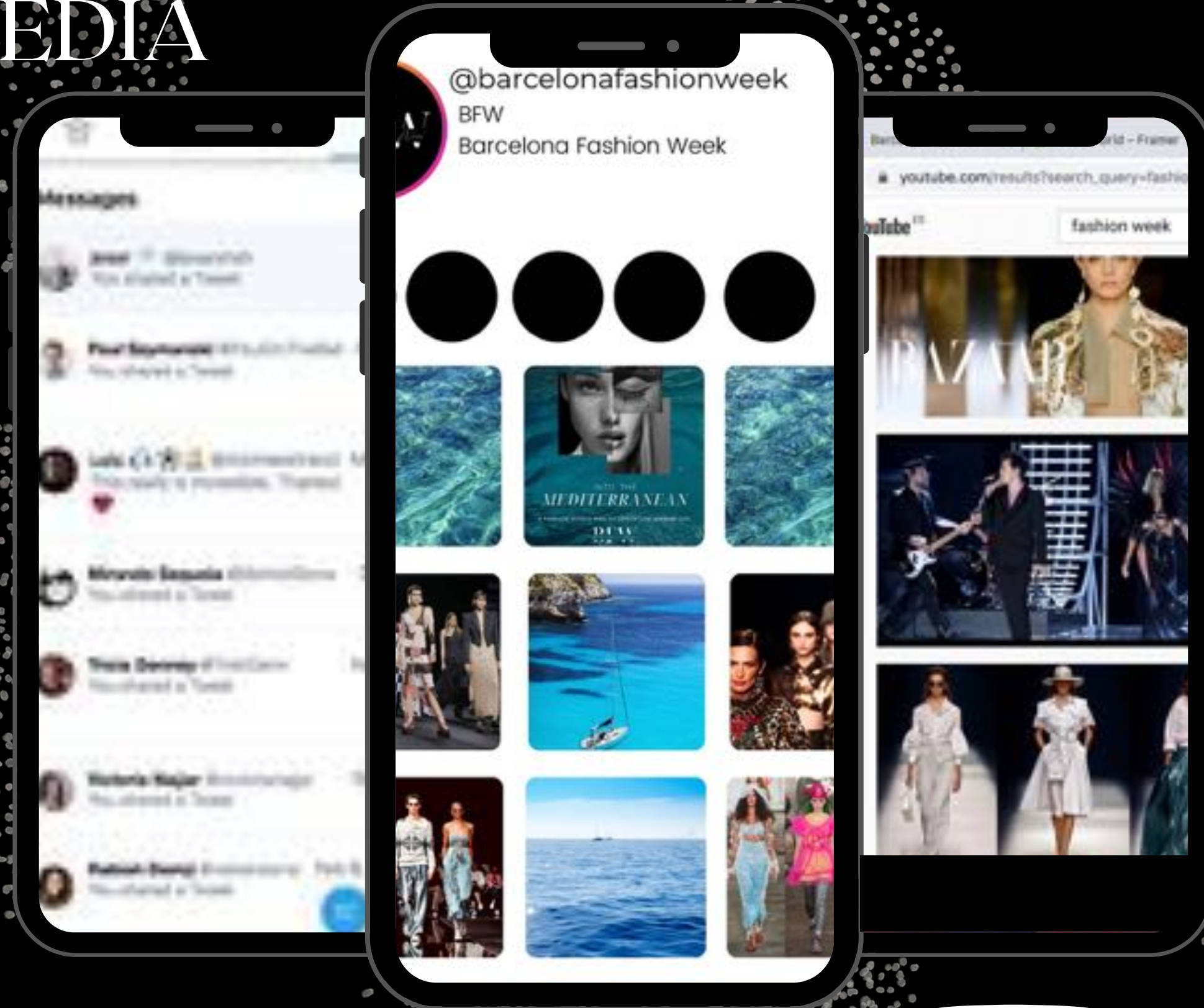
Descripción: Habrá anuncios publicitarios por toda la ciudad y por todos los medios con el Banner oficial del evento. Estos anuncios publicitarios serán dispersos por toda la ciudad y publicados en las redes sociales y paginas web de las marcas participantes del evento, en las redes sociales y paginas web de la generalitat de Catalunya y del ayuntamiento de Barcelona.

En este anuncio se irá anunciar la existencia de una nueva semana internacional en Barcelona.

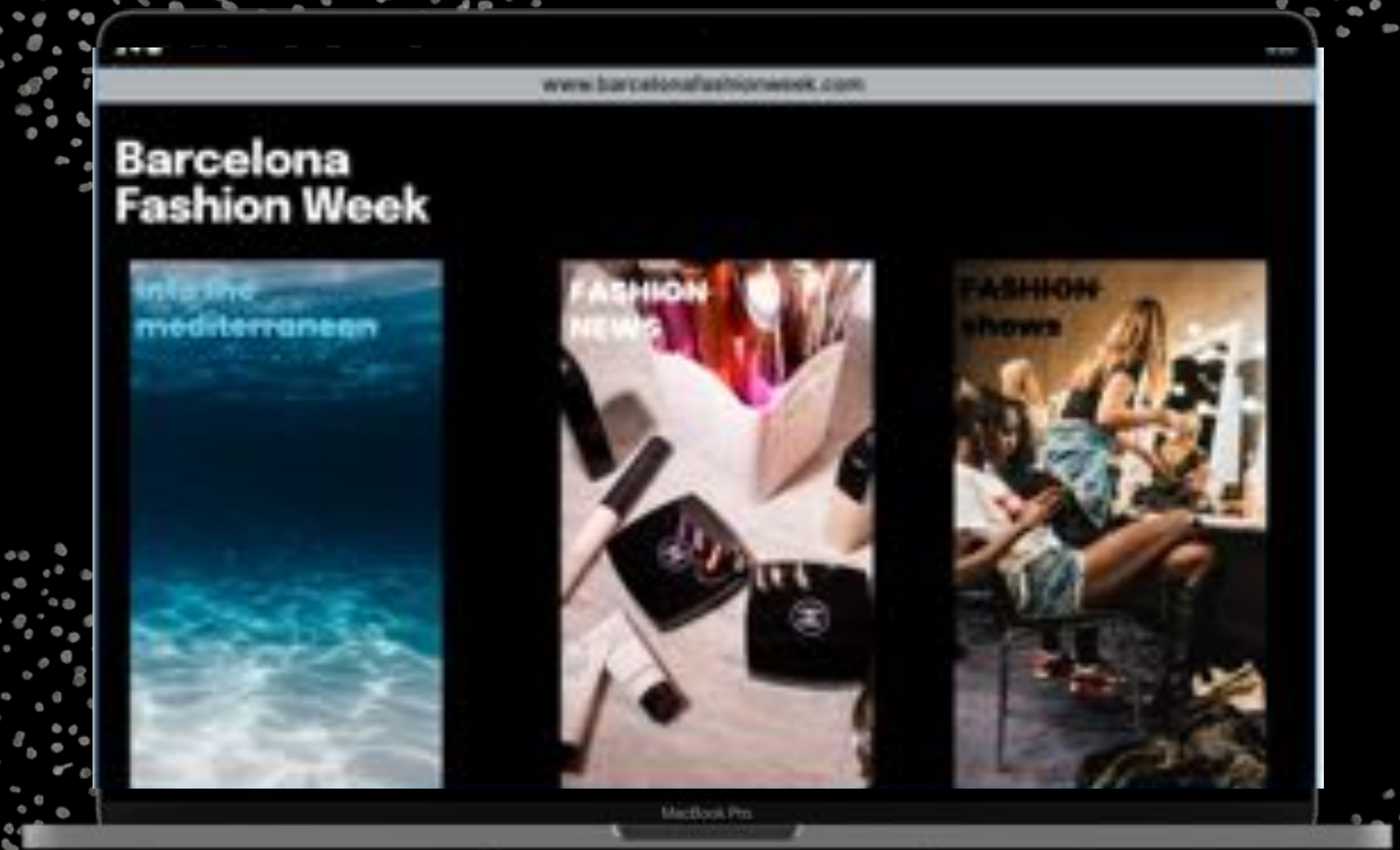
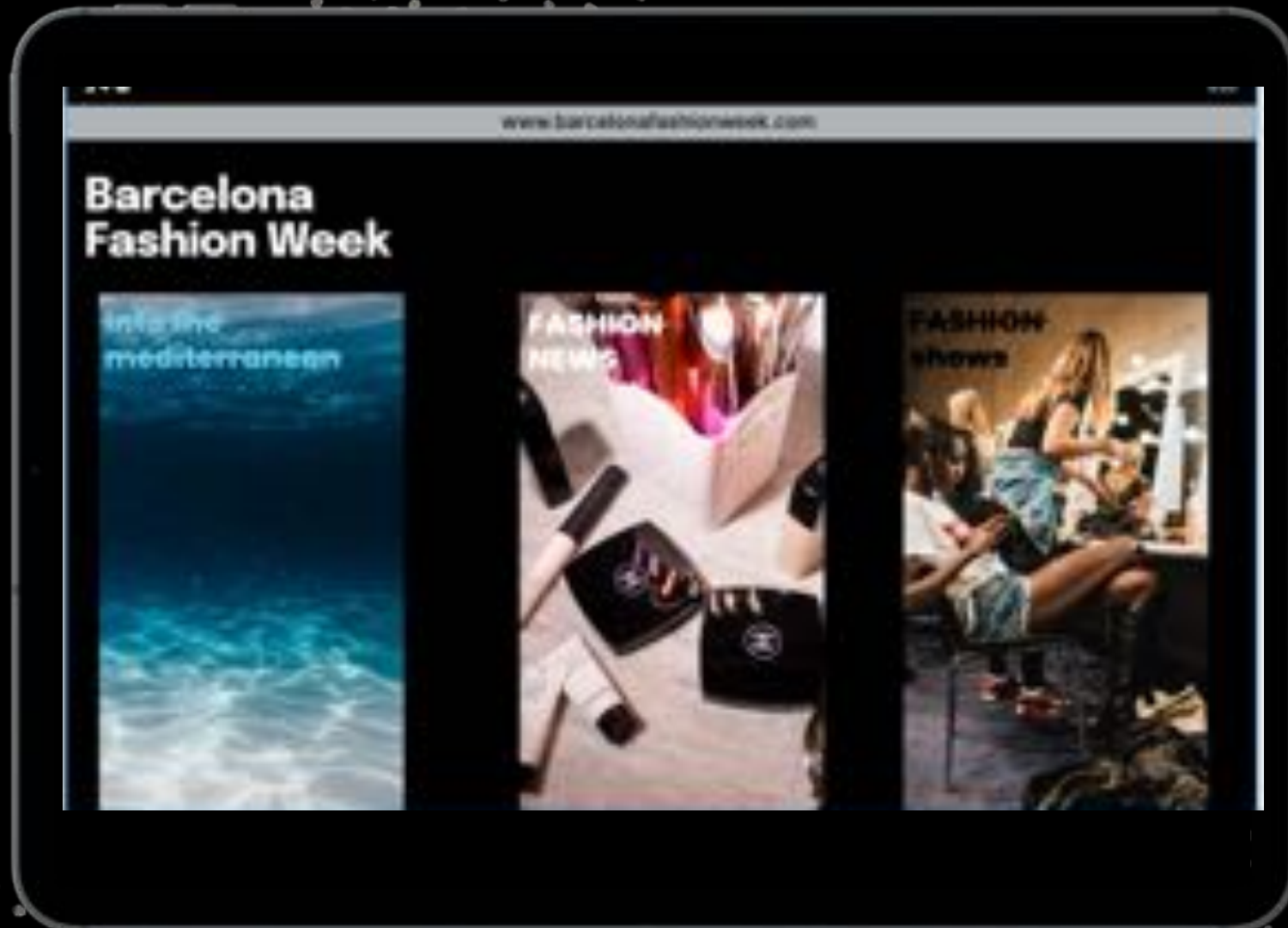
FLYER & BANNER



SOCIAL MEDIA



PAGINA WEB



OUTDOOR



OUTDOOR



Acción 3- Mediterranean App

Timing: 12/2021 - 03/2022

Canal: APP

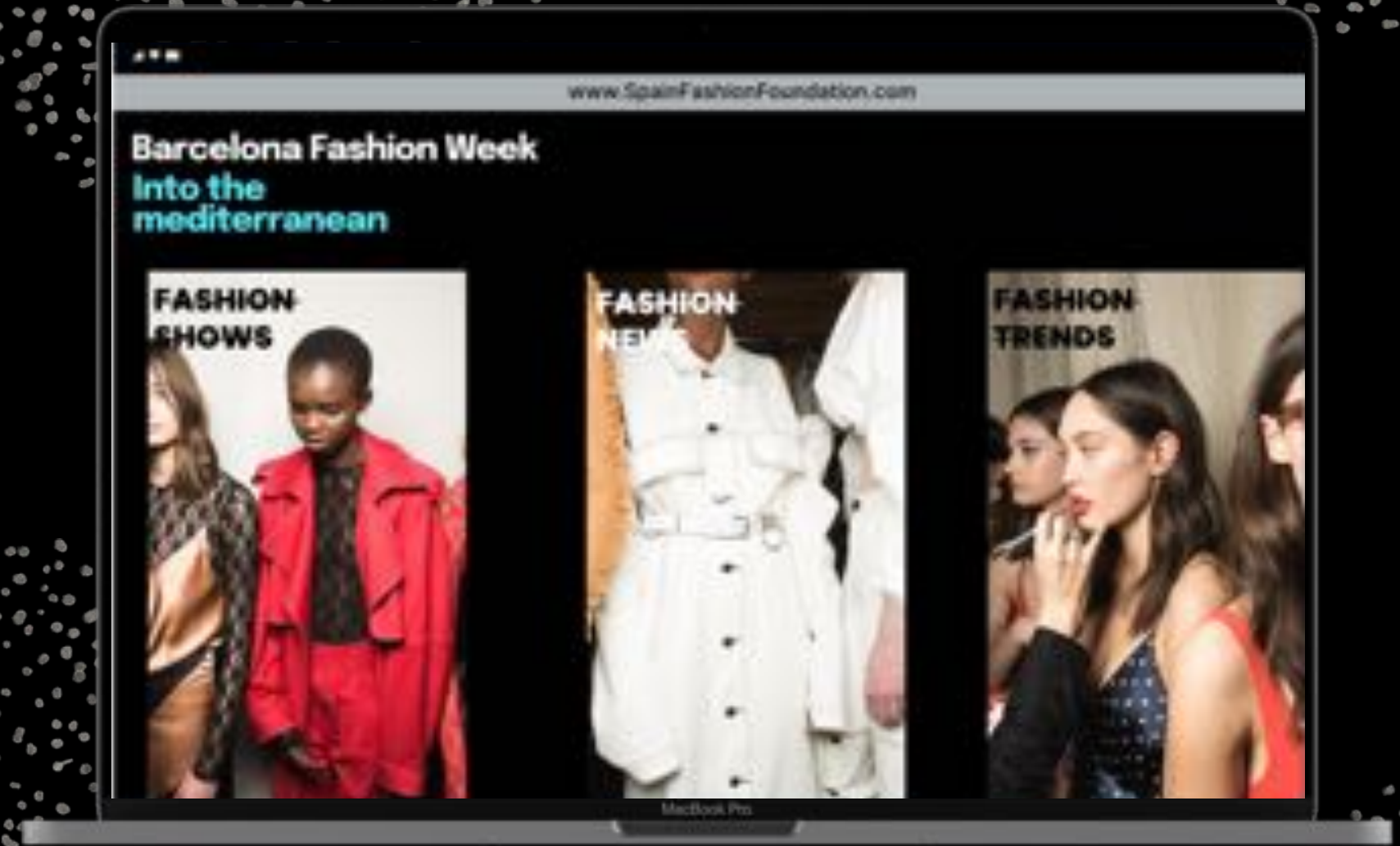
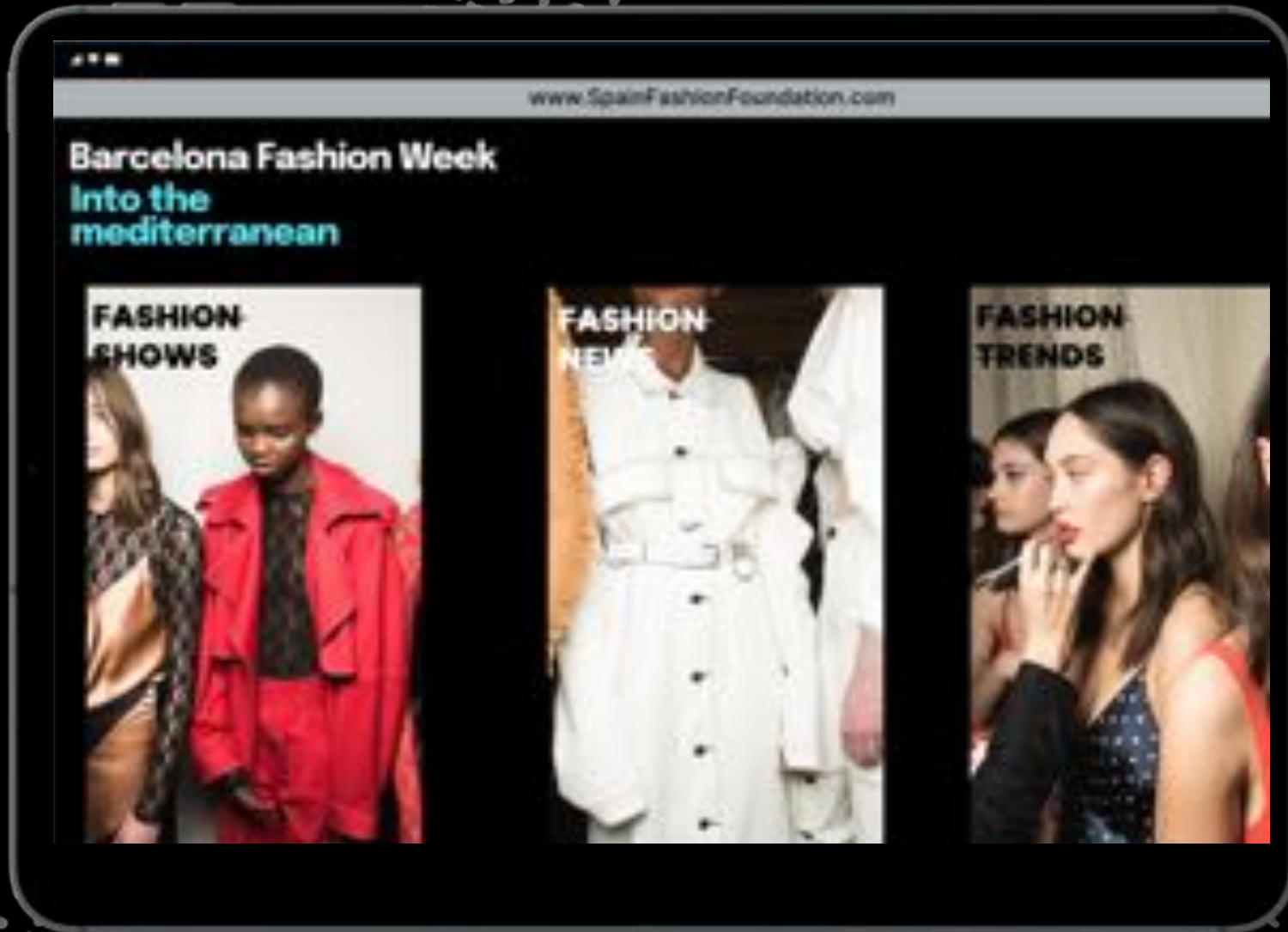
Descripción: Se subcontratará a un creador de Apps para crear una aplicación que contendrá toda la información relevante del evento. Incluirá los horarios de las pasarelas, la localización de cada una, eventos adicionales como mixers o ruedas de prensa, y cualquier otra información que sea necesaria, incluso compartirá todas las tendencias de moda durante el evento.



APP



APP



Teaser

Lanzamiento

Posicionamiento



Constant Reminders

Acciones →

Acción 1 – Into the Mediterranean

Timing: 07/03/2022

Local: Barceloneta

Descripción:

En el acto de inauguración, se invitará una modelo de cada marca/diseñador para representar y desfilan con un traje completo de la marca/diseñador. El acto de inauguración será en la Barceloneta con el objetivo de expresar el branding mediterráneo que se creará. Para este espectáculo se invitará a todas las personas que participaron en la semana de la moda, aunque se trata de un evento en un lugar abierto, la participación en este espectáculo estará restringida sólo a los invitados. Este desfile será el momento en el que la Barcelona Fashion Week se presente al mundo y se posicione como la quinta capital de la moda.





La cultura mediterránea es un concepto clásico, es utilizado para describir los rasgos de cultura o civilización comunes a lo largo del Mediterráneo, incluyendo desde las más altas creaciones artísticas y literarias hasta las costumbres más cotidianas. La cultura mediterránea se ha convertido en un término muy conocido por la cocina, la música y el arte de las civilizaciones que bordean el mar Mediterráneo.

La gastronomía del mediterráneo se resume en el conjunto de costumbres de los países alrededor del mar mediterráneo y acceso al clima espectacular. Son características de la región que hacen de la cultura mediterránea tan única y propia; atributos como la proximidad al mar, áreas de cultivos fértiles, la temperatura estable y con una gran variedad de ingredientes mediterráneos.

El mediterráneo representa la vida leve y colorida, transmite un aire de frescura y paz, transmite calor y proximidad. Es una cultura unida por la gastronomía, la música, el arte, y principalmente, por las personas. La levedad de las olas, el ardiente de los colores fuertes de la cultura, la voluntad de vivir una vida de fiesta y alegre, el estilo fresco, atrevido y elegante, la manera de vivir una vida alegre, son los atributos que hacen la cultura mediterránea única y ejemplar.



Acción 2 – Foro & Exposiciones

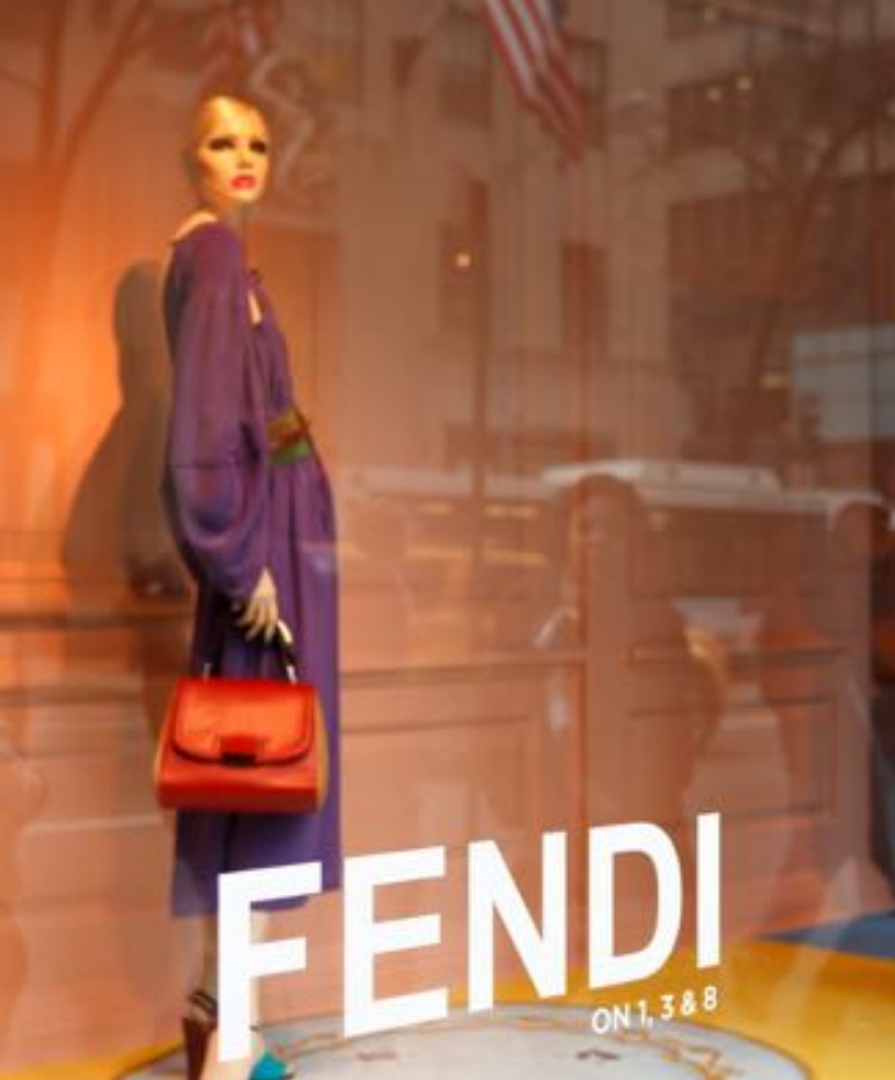
Timing: 07/03/2022 – 13/03/2022

Descripción:

Se invitará a marcas de renombre internacional a mostrar sus productos en exposiciones, así como a hablar de temas del mundo de la moda en foros. Las marcas que serán invitadas a participar en estos foros y exposiciones son: Louis vitton, Fendi, Hermes, Chanel, Burberry, Versace, Prada, Ferragamo, Celine, Louboutin, Gucci.

Estos eventos se organizarán entre el departamento responsable del Ayuntamiento de Barcelona y se decidirá junto con las marcas el lugar y la forma de organización de los mismos.





Teaser

Lanzamiento

Posicionamiento

Constant Reminders



Acciones →

Acción 1 – After Show

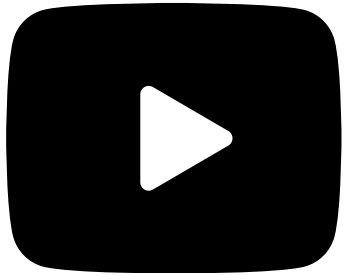
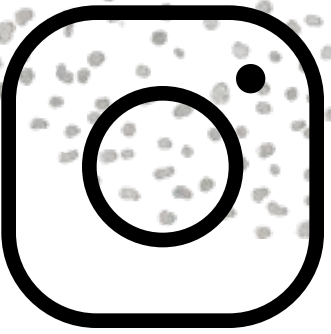
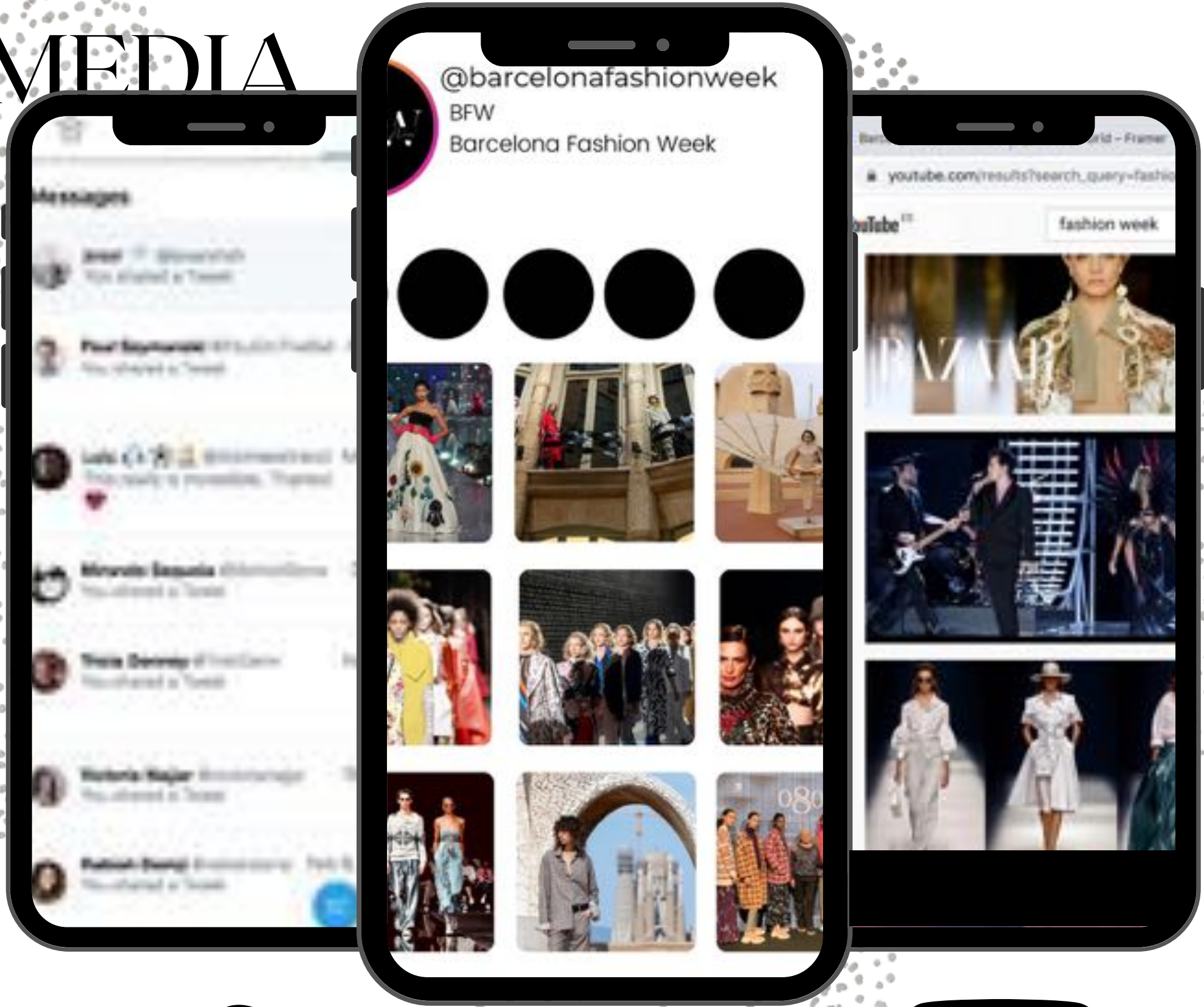


Timing: 04/2022 – 06/2022

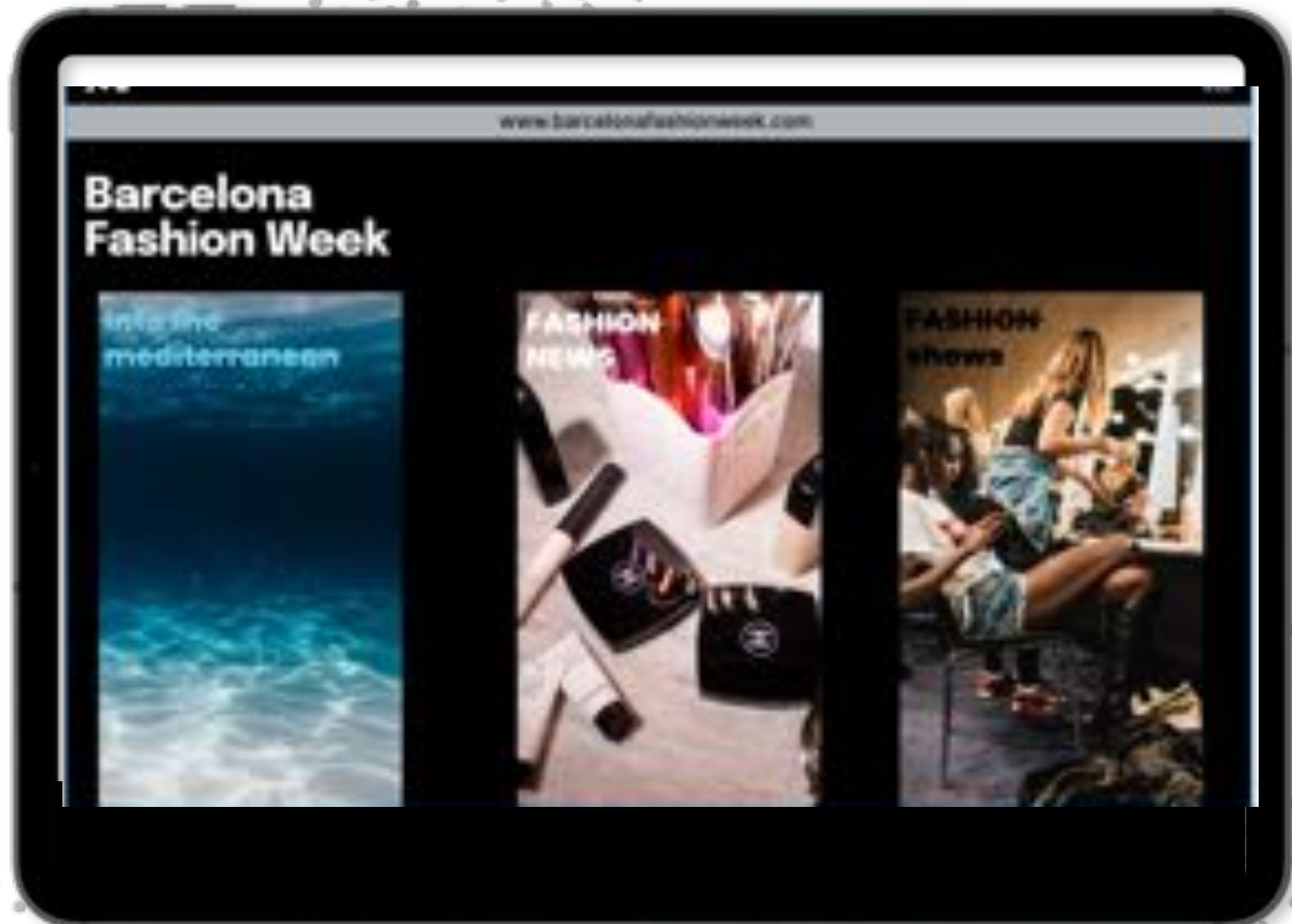
Canal: Social media y paginas web de las marcas y del Ayuntamiento de la Generalitat y del Ayuntamiento de Barcelona, revistas y periodicos.

Descripción: Con el propósito de que una vez terminada la semana, este evento no se olvide fácilmente, se publican highlights que resaltan los mejores momentos de la semana. De esta manera se mantendrá el interés para la siguiente temporada además de servir como un incentivo de atracción para la inversión extranjera en la ciudad de Barcelona.

SOCIAL MEDIA

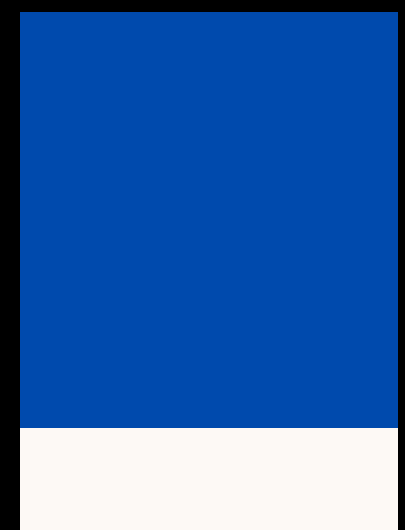
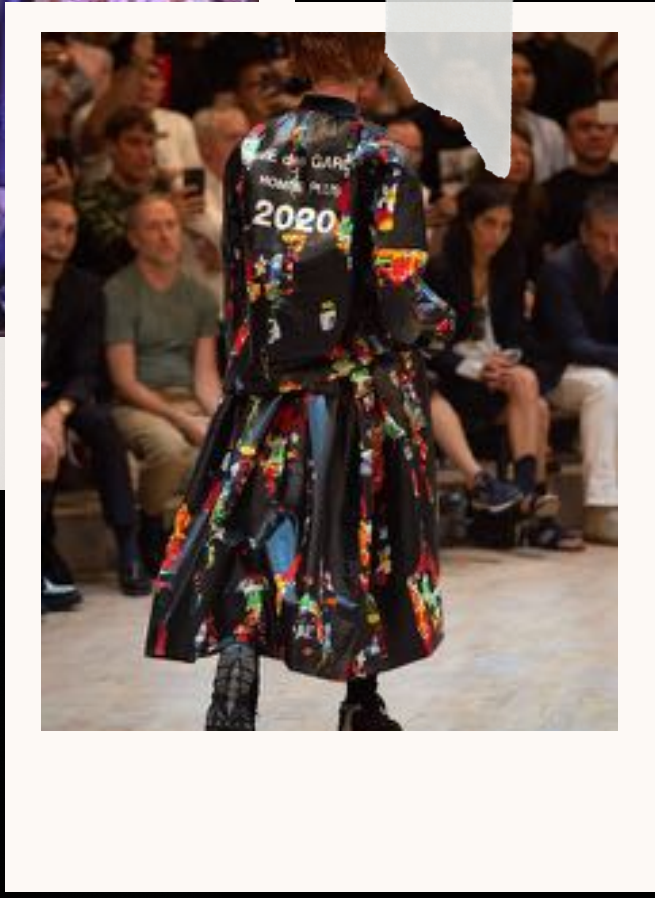
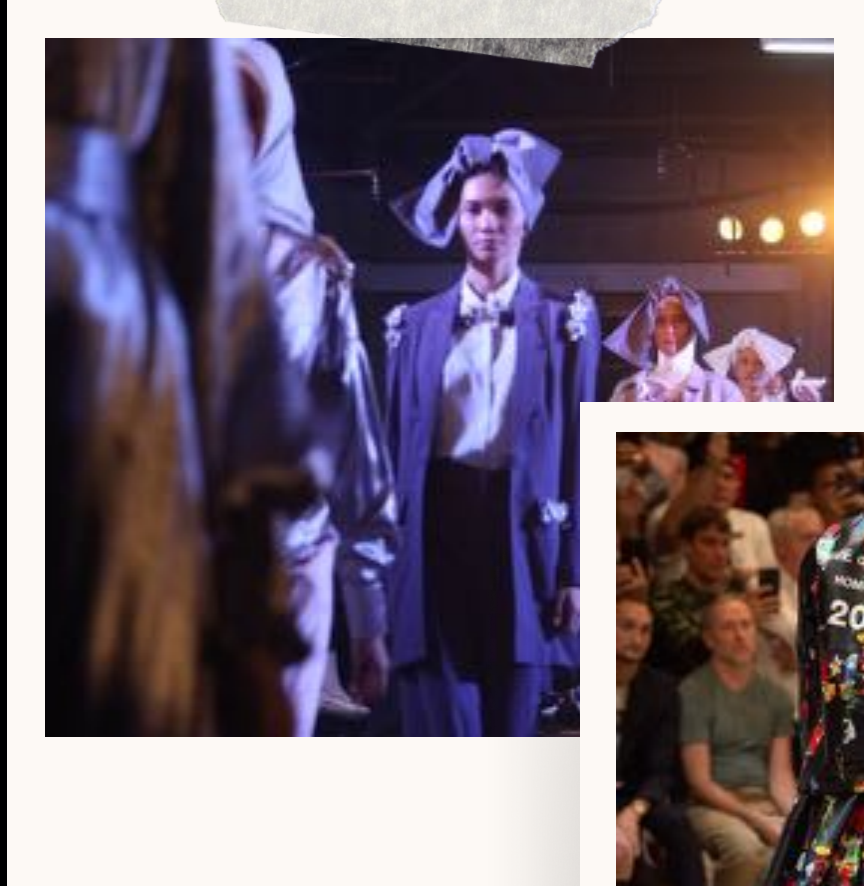
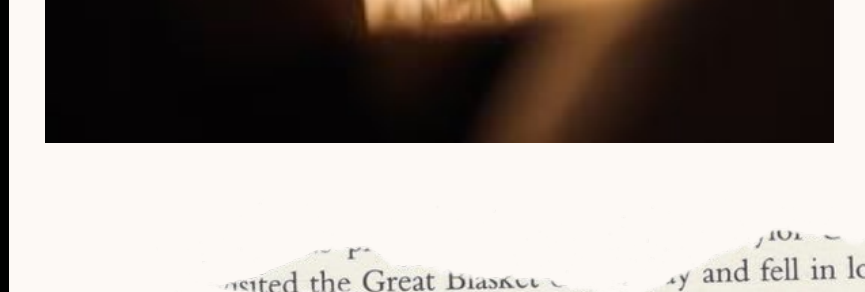


PAGINA WEB

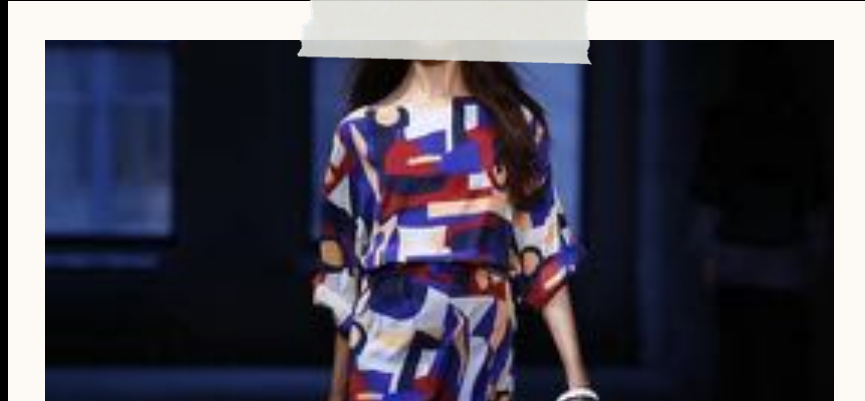
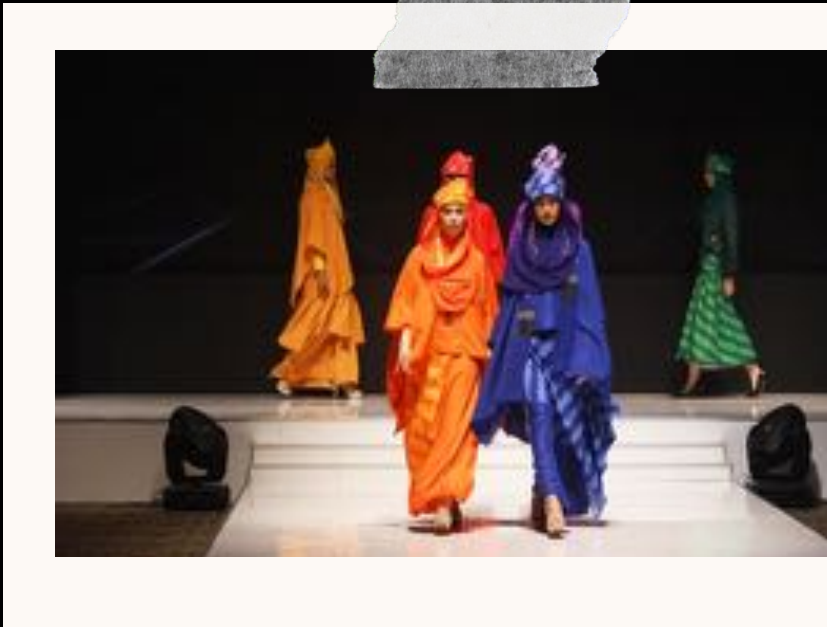


REVISTAS & PERIÓDICOS





Timing



Madrid Mercedes Benz Fashion Week: Enero (24/01 - 29/01)

080 Barcelona Fashion Week: Enero (26/04 - 29/04)

London Fashion Week: Febrero (15/02 - 19/02) / Septiembre (13/09 - 17/09)

Milan Fashion Week: Febrero (19/02 - 25/02) / Septiembre (17/09 - 23/09)

Paris Fashion Week: Febrero (25/02 - 05/03) / Septiembre (23/09 - 01/10)

Barcelona Fashion Week: Marzo (05/03 - 12/03) / Septiembre (01/10 - 08/10)

TEASER

JULIO/2021

AGOSTO/2021

OCTUBRE/2021

NOVIEMBRE/2021

REUNIONES Y
CONTRACTOS

X

X

FUNDACIÓN
CATALUNYA
FASHION

X

COMING SOON

X

X

TEASER

DECIEMBRE/2021

ENERO/2022

FEBRERO/22

MARZO/22

COMING SOON

X

THE NEW BFW

X

X

X

SPOILERS

X

X

X

INVITACIONES

X

Lanzamiento

DECIEMBRE/2021

ENERO/2022

FEBRERO/22

MARZO/22

PRENSA
PUBLICITARIA

X

IT'S TIME

X

X

X

MEDITERRANEAN
APP

X

X

X

X

Posicionamiento

&

Constant reminders

MARZO/22

ABRIL/2022

MAYO/22

JUNIO/22

INTO THE
MEDITERRANEAN

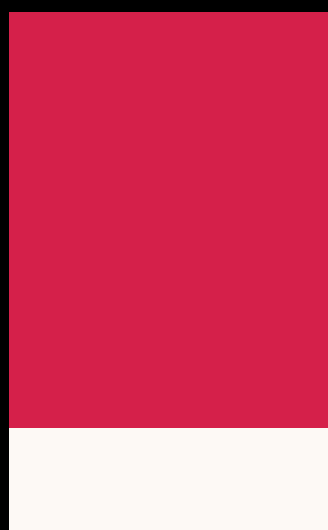
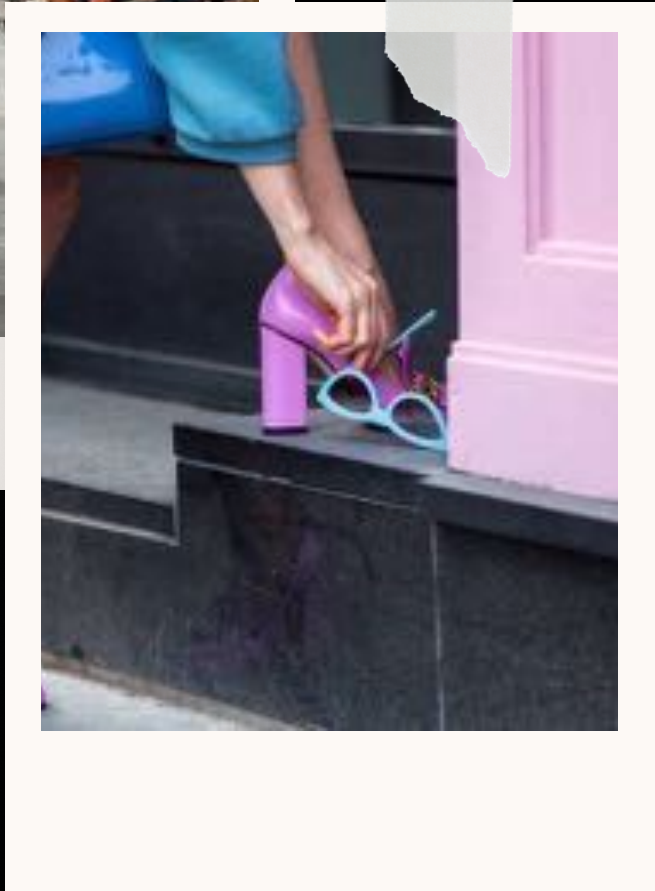
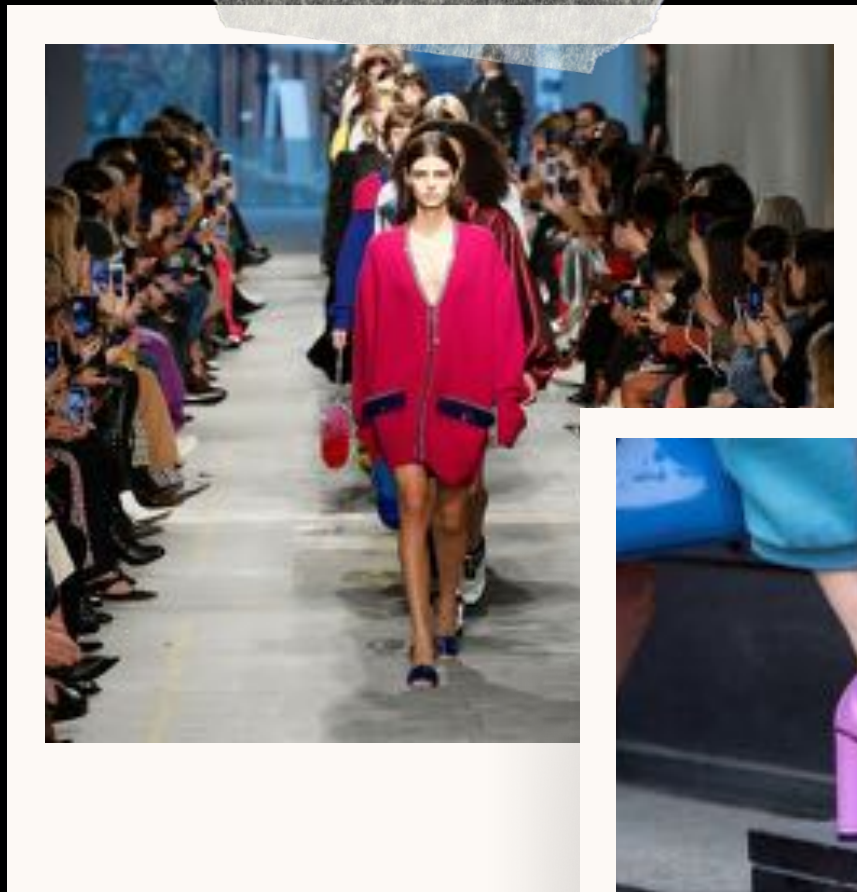
X

AFTER SHOW

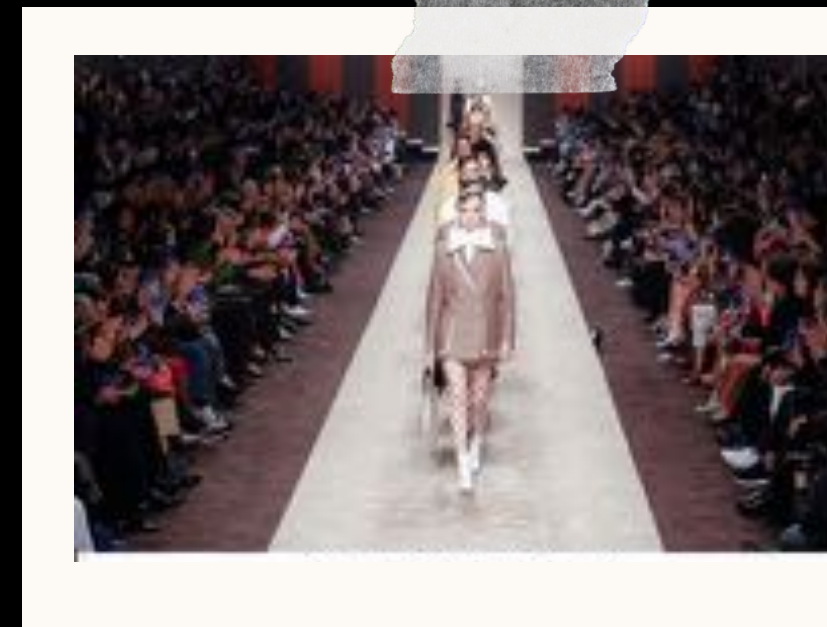
X

X

X



Presupuesto

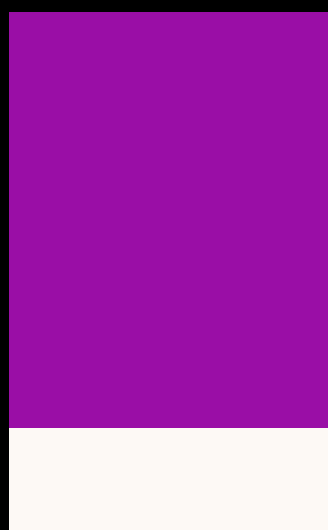
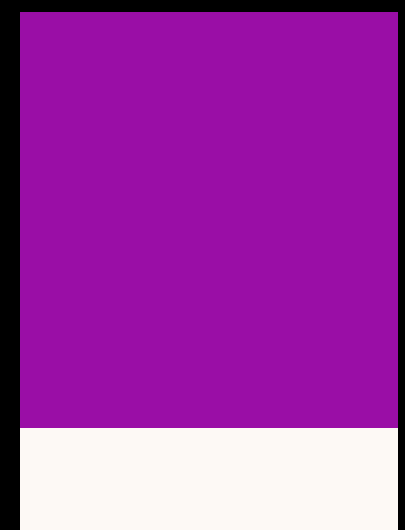
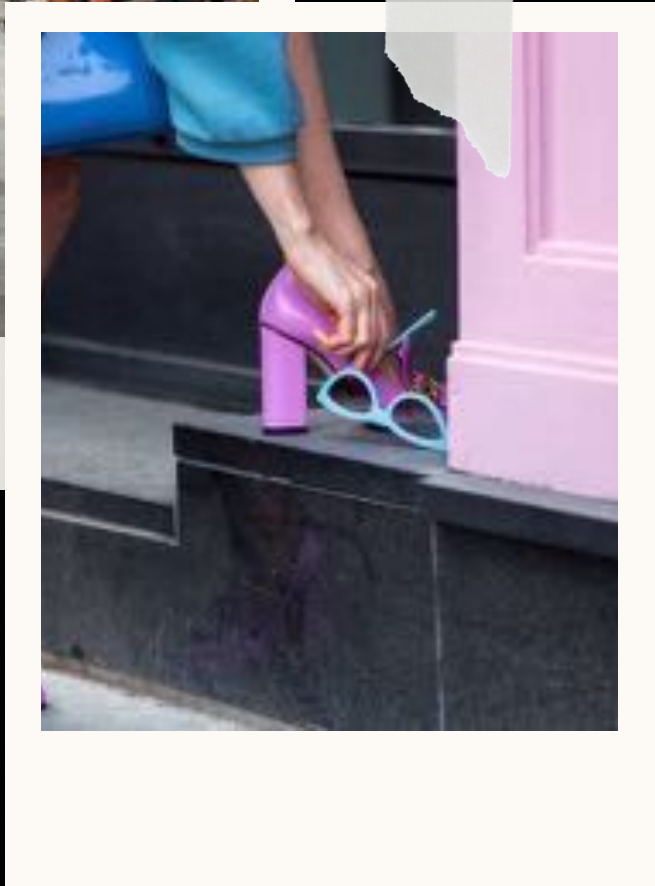
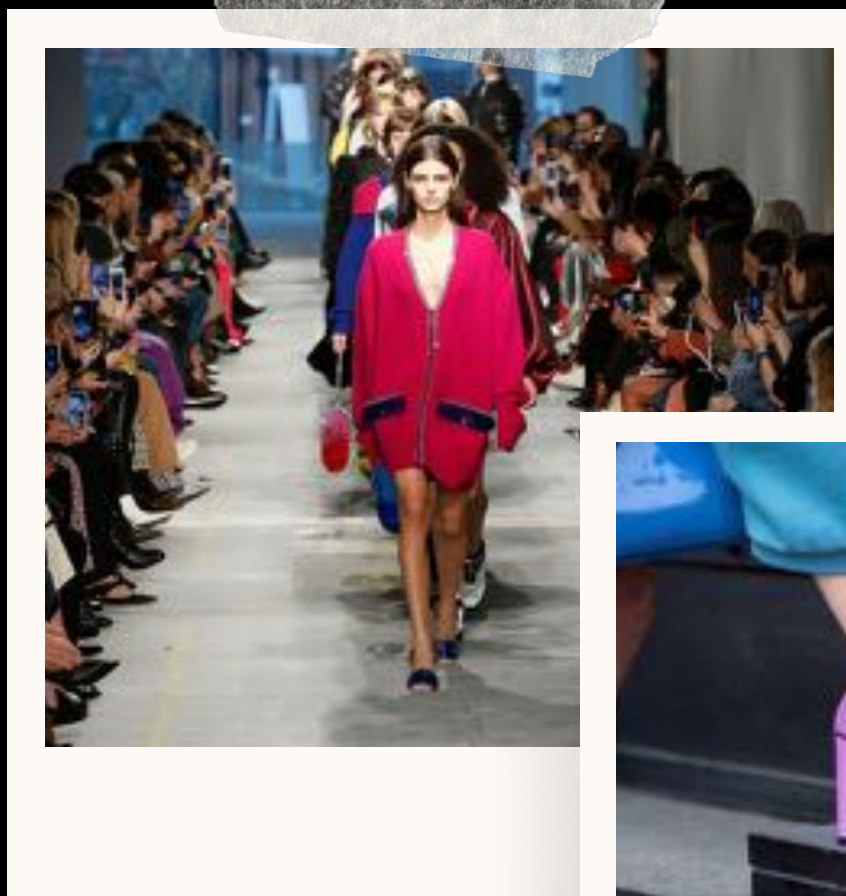


IDENTIDAD CORPORATIVA BFW			100.000 €
ORGANIZACIÓN BFW			160.000 €
VIDEO PUBLICITARIO MEDITERRANEAN			25.000 €
FAMOSOS, INFLUENCERS & YOUTUBERS			400.000 €
MEDIOS			50.000 €
OPTIMIZACIÓN DE LA SOCIAL MEDIA	VIDEOS PUBLICITARIOS		40.000 €

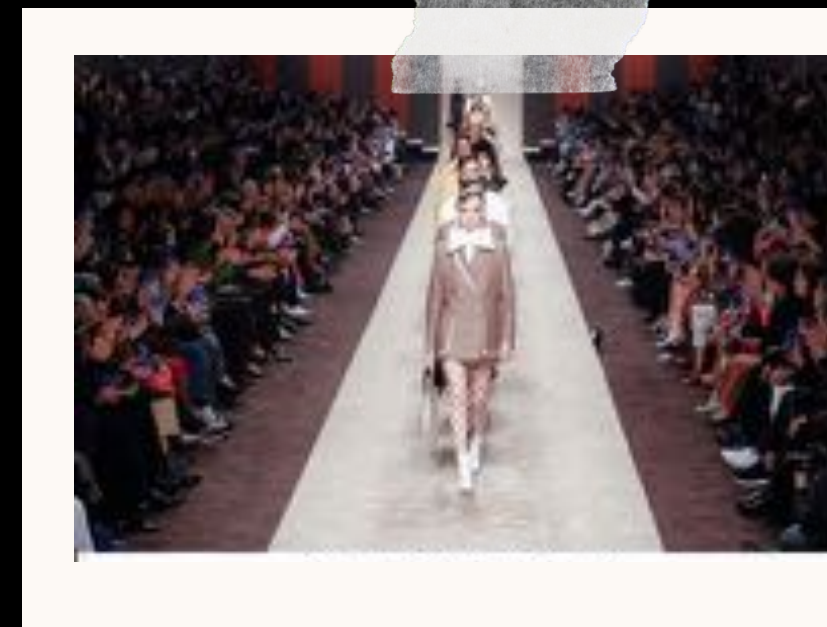



TEASER - 1	REUNIONES Y CONTRACTOS		0 €
TEASER - 2	FUNDACIÓN CATALUNYA FASHION		Sin fondos lucrativos
TEASER - 3	COMING SOON		10.000 €
TEASER - 4	THE NEW BFW		25.000 €
TEASER - 5	SPOILERS		4.000 €
TEASER - 6	INVITACIONES		2.000 €

LANZAMIENTO - 1	PRENSA PUBLICITARIA		10.000 €
LANZAMIENTO - 2	IT'S TIME		5.000 €
LANZAMIENTO - 3	MEDITERRANEAN APP		6.000 €
POSICIONAMIENTO - 1	INTO THE MEDITERRANEAN		200.000 €
POSICIONAMIENTO - 2	FOROS & EXPOSICIONES		100.000 €
CONSTAT REMINDERS - 1	AFTER SHOW		5.000 €
TOTAL	-----		1.140.000 €



Conclusión






En mis cinco años de universidad, ha habido muchos cambios. Empecé la universidad enfocada a descubrir el mundo de la publicidad, y confieso que sólo me imaginaba trabajando en agencias de publicidad, pero cuando hice un intercambio en Cataluña, la experiencia me abrió los ojos y me mostró un mundo nuevo: **la industria de los eventos**. El principal cambio no fue mudarme a un nuevo país o tener que enfrentarme a la diversidad de un nuevo idioma, sino que el principal cambio fue haber descubierto mi pasión profesional: los eventos.

Han sido nueve meses de duro trabajo y dedicación a este proyecto. Creo que estas páginas reflejan todo el esfuerzo, dedicación y tiempo que he puesto en este trabajo, además de ser una forma de representar toda mi fascinación por el mundo de la moda y los eventos.

En primer lugar, **creo que este proyecto tiene plena viabilidad para desarrollarse en Cataluña**. Hay que tener en cuenta que se propuso una semana de la moda internacional y que no fue posible desarrollar todos los detalles de la parte política y financiera de este proyecto. Estos dos aspectos se tendrían que desarrollar y ejecutar entrando más a fondo sobre el tema.




A modo de conclusiones generales, Barcelona tiene una gran oportunidad para que el mundo de la moda se desarrolle y para que el país crezca junto con esta oportunidad. A través de una amplia investigación y de entrevistas con el público, se ha podido constatar la necesidad de un evento de moda internacional en Cataluña. Una semana internacional de la moda en Barcelona desarrollaría el turismo, resaltaría la importancia de Catalunya en el marco internacional, y colocaría la industria textil catalana y española como una de las principales del mundo.

Este proyecto demuestra que las principales diferencias que aporta Barcelona a todas las demás Semanas de la Moda son el mar, el clima y su arquitectura única. Estos son los tres atributos que harían que la semana de la moda destacase en todo el mundo.

La industria textil es también uno de los aspectos más destacados que ofrece la región catalana, por lo que siempre ha sido reconocida por sus grandes empresas del sector de la moda rápida. Este TFG, también demuestra que Barcelona tiene una larga historia en el mundo de la moda de lujo y puede desarrollarse internacionalmente en esta industria.

La ciudad siempre ha sido conocida por su industria textil, que atrae a millones de turistas cada año para disfrutar del buen gusto y las tendencias españolas. Por ello, también se ha podido constatar que con la creación de una semana de la moda internacional, la industria de la moda española crecería aún más, junto con el turismo.

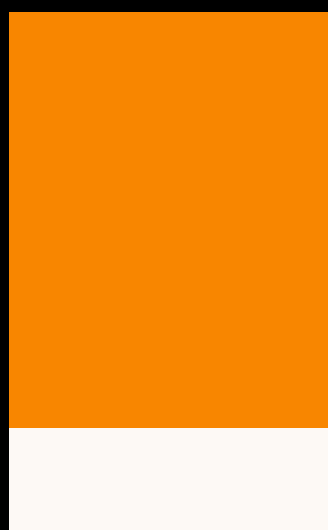
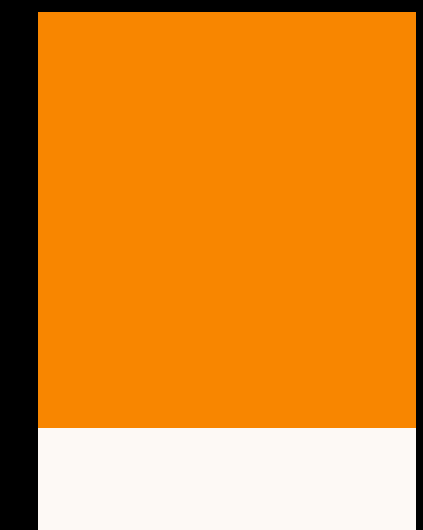
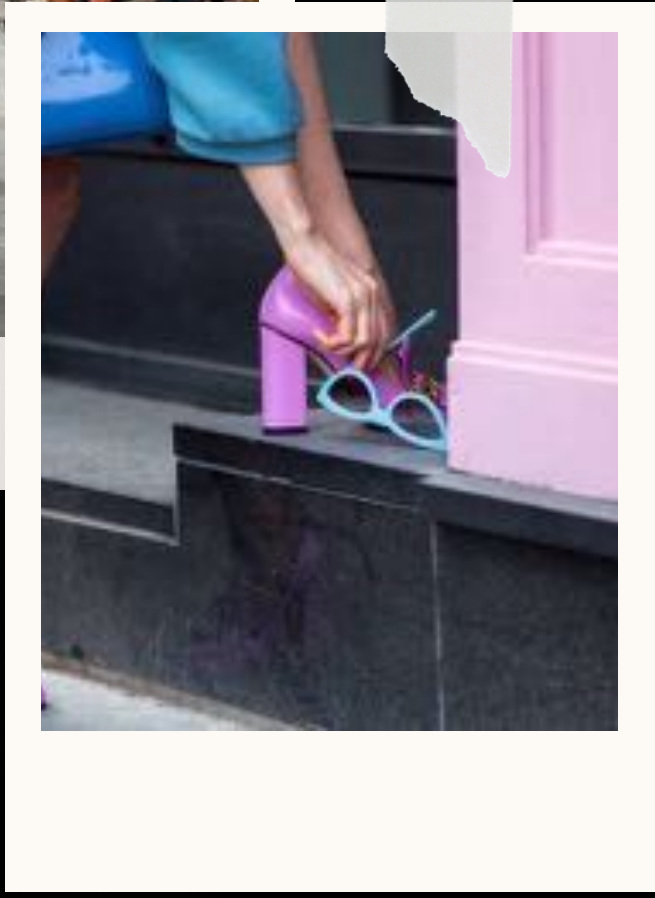
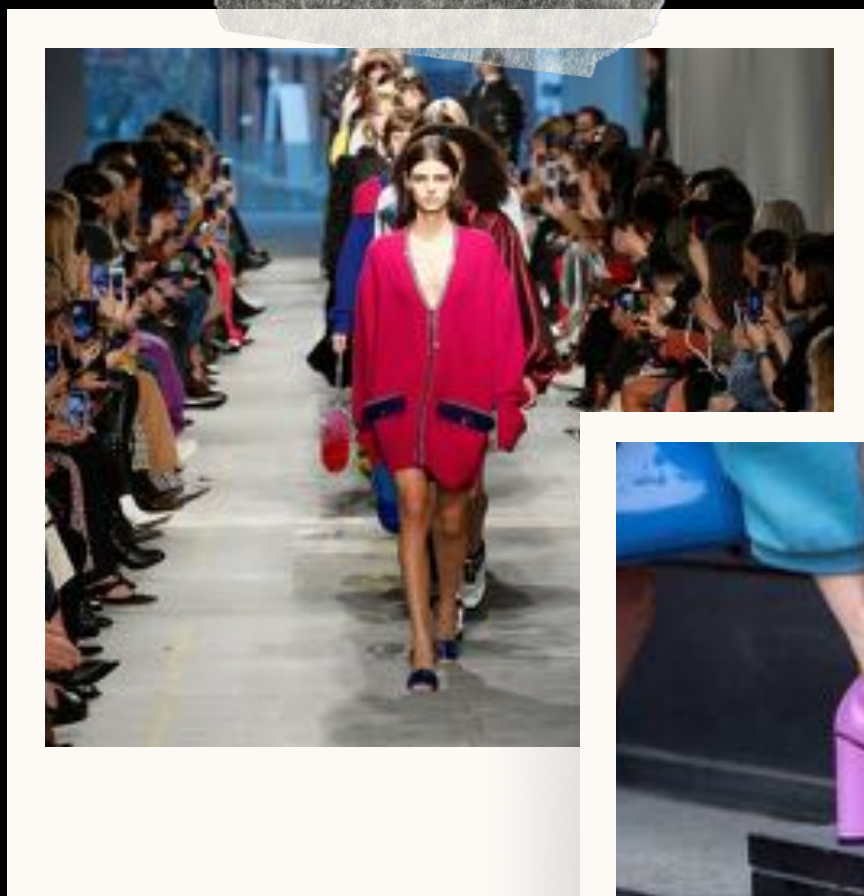


El mundo de la moda de lujo es un mundo que cambia constantemente, creando tendencias en todos los sectores. Se pudo comprobar que la industria de la moda crea tendencias para las grandes empresas, desarrolla tendencias de comportamiento frente a la gente, dicta lo que es bello y atractivo, lidera el glamour. La industria de la moda es la esencia de la industria del comercio.

Se ha comprobado también que el uso de la tecnología y los Influencers, bloggers, celebrities y youtubers serán herramientas muy importantes para que la Barcelona Fashion Week se dé a conocer en todo el mundo y se introduzca en la industria de la moda.

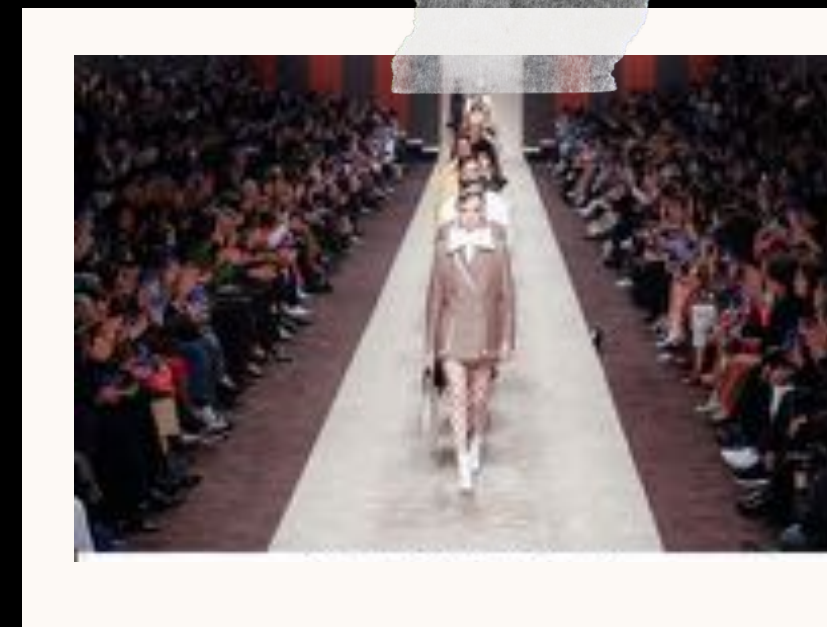
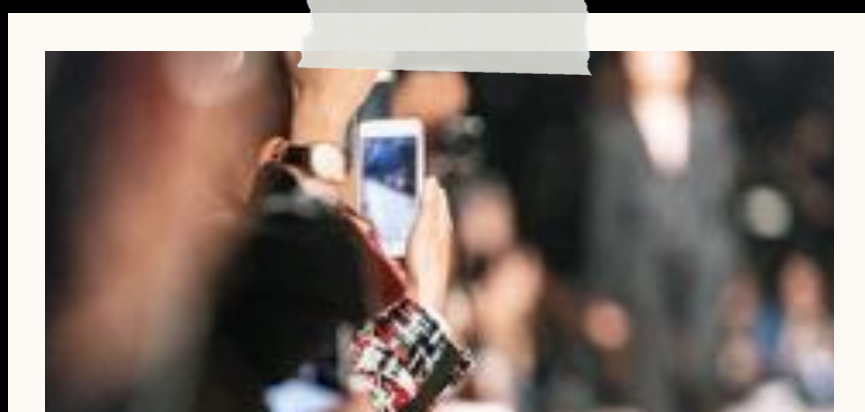
Crear un evento de reconocimiento internacional como el que presento en este proyecto requiere una gran financiación y una ejecución precisa y estratégica. Personalmente, creo que el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat de Cataluña y el Gobierno de España podrían ejecutar un proyecto así con excelencia.

Este proyecto pretende traer lo nuevo a Cataluña y dar a conocer la belleza y las cualidades de la ciudad de Barcelona y la región catalana al mundo, convirtiendo Barcelona en la quinta capital de la moda.



visited the Great Basket... and fell in love with it.
...to rebuild the village as a holiday

Bibliografia & webgrafia



2. Motivos y justificaciones personales

Fashion week em geral: <https://fashionunited.es/noticias/moda/el-impacto-de-fashion-week-mas-alla-de-las-pasarelas/2018082228172>

<https://www.telva.com/pasarelas/disenadores-de-moda-y-marcas.html>

<https://www.vogue.es/pasarelas>

Historia fashion week Paris:

<https://www.vrbo.com/es-es/guias-de-viaje/eventos-y-fiestas/otros-eventos/semana-moda-paris>

<https://www.descubreparis.com/2020/02/15/una-guia-para-entender-la-paris-fashion-week/>

<https://www.vogue.es/moda/articulos/historia-semana-de-la-moda-de-paris-pfw>

<https://www.vogue.mx/moda/articulo/paris-fashion-week-cual-es-su-historia>

<https://andreaa21.weebly.com/historia-de-la-moda.html>

<https://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2008/11/26/escenariosysociedad/SOCI-10.html>

<https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/el-origen-de-la-semana-de-la-moda-o-fashion-weeks/>

Moda, Traje y Cultura"

"Moda Contemporánea"

"Industria de la Moda"

3. Análisis del contexto actual

a. Macroentorno

Eventos de moda en París

<https://fhcm.paris/en/paris-fashion-week-en/>

<https://parisfashionweek.fhcm.paris/en/>

<https://fashionweekonline.com/paris>

<https://www.telva.com/pasarelas/paris-fashion-week.html>

New York Fashion Week

<https://fashionweekonline.com/about>

<https://www.nyfwexperience.com/>

<https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/g30466146/calendario-fashion-week-desfiles-agenda-moda-2020/>

<https://cfda.com/about-cfda>

<https://theeconreview.com/2020/03/26/the-economics-behind-new-york-fashion-week-how-the-work-of-european-designers-transcend-new-yorks-clothing-market/>

Tokyo Fashion Week

<https://rakutenfashionweektokyo.com/en/>

<http://tokyo-fashion-week.jp/#top>

<https://rakutenfashionweektokyo.com/en/brands/>

Milano Fashion Week

<https://www.cameramoda.it/en/associazione/cnmi/>

<https://milanofashionweek.cameramoda.it/>

<https://fashionweekonline.com/milan>

London Fashion Week

<https://londonfashionweek.co.uk/>

<https://www.britishfashioncouncil.co.uk/London-Fashion-Week>

Berlin Fashion Week

<https://fashion-week-berlin.com/>

<https://mbfw.berlin/>

Australia Fashion Week

<http://www.australianfashionweek.com/>

<http://mbfashionweek.com/experience.php>

<https://mfw.melbourne.vic.gov.au/>

India Fashion Week

<https://www.fdc.org/>

<https://www.lakmefashionweek.co.in/home/index.html>

https://en.wikipedia.org/wiki/India_Fashion_Week

<https://indiafashionweek.co.uk/>

Los Angeles Fashion Week

<https://lafw.net/>

<https://losangelesfashionweek.com/>

<https://www.ipp.edu.pe/blog/desfiles-de-moda/>

<http://lafashionweek.net/>

https://en.wikipedia.org/wiki/Los_Angeles_Fashion_Week

General

<https://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2008/11/26/escenariosysociedad/SOCI-10.html>

<https://www.andrespert.com/historia-de-la-moda/>

<https://www.trendencias.com/tag/historia-de-la-moda>

<https://essaeformacion.com/blog/noticias-essae/moda-a-lo-largo-de-la-historia>

<https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/el-origen-de-la-semana-de-la-moda-o-fashion-weeks/#:~:text=Nueva%20York%2C%20el%20origen%20de,Par%C3%ADs%20a%20ver%20los%20desfiles.>

<https://www.lofficielmexico.com/fashion-week/la-historia-de-la-semana-de-la-moda-de-nueva-york>

https://latuddu.com/blog/4_Las-Fashion-Weeks.html

<https://economipedia.com/cultura/la-de-la-industria-de-la-moda-las-claves-de-su-rentabilidad.html>

<https://www.ipp.edu.pe/blog/industria-de-la-moda-2/>

<https://forbes.es/empresas/61773/esta-es-la-gran-amenaza-moda/>

<https://projetocolabora.com.br/ods12/a-moda-que-incomoda/>

https://cadenaser.com/ser/2019/08/26/economia/1566807404_837319.html

<https://aecr.org/es/festivales-culturales-e-impacto-economico/>

<https://www.bbva.com/es/conciertos-y-festivales-se-reinventan-para-el-mundo-pos-covid-19/>

b. Microentorno – ANÁLISIS P.E.S.T.E.L-

Político:

<https://enriqueortegaburgos.com/el-origen-del-derecho-de-la-moda-y-su-llegada-a-espana/>

https://elpais.com/elpais/2020/03/06/eps/1583518984_664484.html

<https://www.ifema.es/mbfw-madrid/comite-de-moda>

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-23093>

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-13615>

https://elpais.com/elpais/2020/03/06/eps/1583518984_664484.html

https://www.aec.es/c/document_library/get_file?fp_id%3D262925%26folderId%3D82676%26name%3DDLFE-5316.pdf

<http://www.aippi.es/>

<https://pe.fashionnetwork.com/news/La-080-barcelona-fashion-reivindica-la-industria-catalana,944339.html>

https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2008/01/article_0006.html

Economico:

<https://www.trendencias.com/cibeles/6-cosas-que-no-todo-el-mundo-sabe-sobre-mercedes-benz-fashion-week-madrid>

<https://www.europapress.es/economia/noticia-industria-espanola-moda-tiene-peso-pib-casi-43-empleo-20190911163903.html>

<https://elpais.com/economia/2021-02-28/crisis-en-la-industria-textil-un-2021-con-la-moda-de-hace-un-ano.html>

https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2019/212770/TFG_Icart_Ortega_Esther.pdf

<https://es.fashionnetwork.com/news/Las-exportaciones-de-moda-en-espana-alcanzan-1440-99-millones-de-euros-en-noviembre,1177780.html>

Social:

<https://www.dream-alcala.com/como-se-viste-en-espana/>

<https://www.revistagq.com/moda/fashion-news/articulos/por-que-en-espana-se-viste-mal/32026>

<https://smoda.elpais.com/moda/vestir-en-espana/>

<https://www.elperiodico.com/es/gente/20200202/chequeo-a-la-pasarela-080-7830012>

https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/news/2020/04/ey-informe-sector-moda-en-espana-covid-19.pdf

<https://marketing4ecommerce.net/top-youtubers-moda-espanolas/>

<https://viagemeturismo.abril.com.br/blog/achados/compras-na-espanha-roupas-de-designers-espanhois-famosos-pero-no-mucho/>

<https://www.timeout.es/barcelona/es/films/los-actores-y-actrices-catalanes-mas-sexys>

Tecnológico:

<https://www.metropoles.com/sarah-gomes/saiba-quais-as-principais-influencers-espanholas-para-seguir-no-insta>

<http://www.educacaografica.inf.br/wp-content/uploads/2011/06/0013Regina.pdf>

<https://audaces.com/ferramentas-de-desenho-tecnico-de-moda-que-auxiliam-na-criacao-de-modelos-de-forma-mais-rapida/>

<https://zanotti.com.br/blog/5-aplicativos-para-estilistas-que-vaio-facilitar-criacao-de-moda/>

<https://futurotopia.com/2019/12/17/tecnologia-da-moda-em-2019/>

<https://computerworld.com.br/negocios/expansao-do-uso-de-realidade-estendida-pede-uma-nova-etica/>

<http://www.educacaografica.inf.br/wp-content/uploads/2011/06/0013Regina.pdf>

Ecologico:

<https://www.modaes.es/back-stage/moda-eco-cuestion-de-estado-las-best-practises-se-agotan-y-entra-en-juego-la-ley.html>

<https://www.axarquiaplus.es/el-reciente-auge-de-la-moda-ecologica-y-sostenible-en-espana/>

<https://www.rtve.es/noticias/20200209/semana-moda-sostenible-pasarela-saca-colores-industrias-mas-contaminantes/1999840.shtml>

<https://es.fashionnetwork.com/news/agatha-ruiz-de-la-prada-convierte-la-alta-costura-en-moda-ecologica,223094.html>

<https://luxiders.com/es/moda-sostenible-espanola-momad/>

<https://www.elperiodico.com/es/gente/20140425/la-moda-etica-y-ecologica-se-reivindica-en-barcelona-con-la-primera-pasarela-de-moda-sostenible-3258362>

<https://audaces.com/industria-textil-materias-primas-pode-ser-natural-ou-quimica/>

<http://sostenibilidadymoda.com/2019/06/19/materiales-sostenibles-en-la-industria-textil/>

Logística:

https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2019/212770/TFG_Icart_Ortega_Esther.pdf

<https://www.ifema.es/mbfw-madrid/comite-de-moda>

<https://080barcelonafashion.cat>

https://iqlatino.org/2019/iniciativas-para-cambiar-los-productos-de-consumo-de-la-industria-de-la-moda-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo/?gclid=CjwKCAjwr_uCBhAFEiwAX8YJgRrphqULeIQHGwrVXQtzbsliDIBMe2zQLLgqdzrAqrdPWkfFpPVRvBoC80cQAvD_BwE

<https://www.agorarsc.org/foro-social-de-la-industria-de-la-moda-de-espana/>

4. Resultados de las encuestas

<https://bdj37dkrxr8.typeform.com/to/qjQeItUQ>

<https://admin.typeform.com/form/wX3NJef9/create>

<https://bdj37dkrxr8.typeform.com/to/aJvmGuGb>

6. Propuesta BFW

<https://www.modaes.es/back-stage/espana-el-pais-donde-el-fast-fashion-crecio-a-golpe-de-macrotiendas.html>

<https://br.fashionnetwork.com/news/080-barcelona-fashion-arranca-e-procura-lugar-no-calendario-internacional,941606.html>

https://elpais.com/elpais/2020/02/04/gente/1580832136_966457.html

<https://www.elperiodico.com/es/gente/20200202/chequeo-a-la-pasarela-080-7830012tiene>

7. Análisis de la competencia

<https://www.ifema.es/en/mbfw-madrid>

<https://www.madridcapitaldemoda.com/en/evento/mbfw-madrid-ss-2021/>

<https://www.madridcapitaldemoda.com/en/evento/mbfw-madrid-ss-2021/>

<https://fashionweek.hola.com/madrid/>

<https://080barcelonafashion.cat/en>

<https://080barcelonafashion.cat/agenda>

<https://www.elle.com/es/moda/tendencias/a36183089/080-barcelona-fashion-2021-una-edicion-digital/>

<https://elpais.com/noticias/080-barcelona-fashion/>

8. Definición del target

<https://www.expofashionmagazine.com/n-/es/10433/las-10-mejores-revistas-de-moda-en-el-mundo>

<https://www.vogue.es/>

<https://www.ehlea.com/es/blog/post/6-mejores-revistas-moda/>

<https://www.elle.com/es/>

<https://www.glamour.es/>

<https://www.instyle.es/>

<https://www.telva.com/>

https://www.ebay.es/b/Revistas-de-moda-y-estilo-de-vida-espanola-de-moda-y-belleza/108869/bn_75184526

<https://www.lofficiel.es/>

10. Plan de comunicación

https://es.linkfang.org/wiki/Cultura_mediterr%C3%A1nea

<https://franciscotorreblanca.es/estrategias-retador-del-lider/>

https://elpais.com/diario/2005/11/23/cultura/1132700402_850215.html

<https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-report-2021-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile>

<https://veescomunicacion.com/que-es-el-marketing-offline/>

<https://2adigital.com.mx/blog/canales-online-y-offline>

<https://www.youtube.com/watch?v=zYqXOoKLcFc>

<https://www.youtube.com/watch?v=laB62IzO6Q0>

11. Timing

<https://tributetomagazine.com/fashion-week-dates-schedules-2019/>

<https://fashionweekonline.com/fashion-week-dates>

<https://cfda.com/fashion-calendar/important-dates/upcoming>

<https://tributetomagazine.com/fashion-week-schedules-dates-2020/>

<https://newyorkstyleguide.com/fashion-week-calendar/>

<https://www.be-sparkling.com/en/fashion-week-calendar/>

12. Presupuesto

<https://www.elmundo.es/yodona/2014/07/24/53cf8e67268e3ea03e8b4576.html>

<https://www.revistagq.com/moda/fashion-news/articulos/cuanto-cuesta-ir-a-una-semana-de-la-moda-fashion-week/26319>

<https://www.revistagq.com/moda/fashion-news/articulos/precio-entradas-fashion-week-marcas-lujo/33867>

<https://www.ifema.es/en/mbfw-madrid>

<https://www.vogue.es/moda/articulos/semanas-de-la-moda-abierta-al-publico-o-exclusiva-desfiles-2020>

<https://www.vidademadrid.com/es/15276/fashion-week-madrid-2020-entradas/>

DTVM
Barcelona Fashion Week
DTVV

Let's talk business

