

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL  
COMISARIADO DE SALA DE COMPRADORES Y PLAN ESTRATÉGICO DE  
MBFWMADRID EDICIONES JULIO 2019 Y ENERO Y JULIO 2020**

**EXP.- 19/044 – 2000014479**

**COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN  
Madrid, febrero de 2019**

## 1. OBJETO DEL SERVICIO.-

El Objeto del presente Pliego es la contratación de los servicios de Comisariado **de sala de compradores y plan estratégico** para las ediciones julio 2019, enero 2020 y julio 2020 de MBFW Madrid además de la elaboración de la Estrategia de Marca de MBFWM para su desarrollo futuro.

## 2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El servicio consta de dos partes:

### 2.1 COMISARIADO SALA DE COMPRADORES

- ❖ El Adjudicatario deberá realizar las siguientes acciones en los 6 meses anteriores al evento:

Establecer una selección de contactos afines al evento. Estos contactos, a los que llamaremos Compradores, serán empresas del sector tales como grandes almacenes, grandes marcas de ropa y/o complementos que busquen nuevas tendencias y partners en el mercado textil del diseño español. El objeto de realizar el listado de potenciales Compradores será invitarles a la Sala de Compradores de MBFWM para que tengan acceso a los diseñadores/marcas de una manera directa facilitando el mejor conocimiento del diseño español de creador.

El Adjudicatario deberá realizar un estudio previo de los potenciales Compradores, indicando si su perfil es de gama alta/baja, si las empresas son solventes, países en los que opera, capacidad de compra, etc, siempre de manera coordinada con la dirección de la pasarela.

Una vez realizado el estudio, el Adjudicatario deberá proponer a IFEMA una selección de Compradores conforme a las necesidades de la Feria y a los diseñadores que se prevé que participen en la pasarela y en la sala de compradores. Se realizará una propuesta de Compradores afines a cada diseñador para gestionar el encuentro vis a vis.

Una vez establecidas las posibles relaciones entre Comprador-Diseñador, el Adjudicatario elaborará un calendario para los encuentros, que se celebrarán en la sala de compradores y eventualmente en los showrooms de los diseñadores. En dichas citas, el Adjudicatario deberá guiar a los Compradores sobre los diseñadores, y las posibilidades de cada colección en los distintos mercados. Asimismo, deberá tener un conocimiento de los estilos de los diferentes diseñadores y ayudarles a crear una estrategia en la presentación de sus colecciones a los compradores que permita el interés por los mismos y la posible exportación de sus prendas.

El Adjudicatario se asegurará de que pueden producirse dichos encuentros entre compradores y diseñadores, así como de que las colecciones estén presentes en la sala en el horario establecido, además de hacer público dicho horario donde el Adjudicatario y la dirección de MBFWMadrid determinen.

El contenido, decoración y elementos de venta de las colecciones que se expondrán en la Sala de Compradores será organizado entre el Adjudicatario e IFEMA y con 24h de antelación, el Adjudicatario deberá revisar que todo cumple con lo acordado.

❖ Durante el evento, el Adjudicatario:

Durante los días de celebración del evento, el Adjudicatario deberá supervisar la sala y el equipo de apoyo (azafatas), vigilando en todo momento que el resultado de la sala sea el comprometido y advirtiendo a la dirección de Ifema de cualquier desajuste o contratiempo que pueda ocurrir y que pudiera interferir en el correcto desarrollo de la sala.

El Adjudicatario deberá formar y preparar al equipo de apoyo de la sala, informándoles de las marcas y diseñadores de la edición correspondiente, siempre de acuerdo con la dirección de Ifema.

Los Compradores estarán en todo momento acompañados por el Adjudicatario o por el personal de apoyo. Se valorará positivamente que ese apoyo se extienda al momento de la celebración de los desfiles en la pasarela.

El Adjudicatario deberá gestionar la seguridad de las prendas y el acceso a la sala. El Adjudicatario se encargará de recibir a los compradores en el lugar estipulado para ello.

El Adjudicatario deberá hacer cumplir los horarios estipulados (el calendario) sobre las citas entre Compradores y Marcas así como de las presentaciones en la Sala de las distintas marcas/diseñadores.

De surgir necesidades de filmar o realizar alguna entrevista dentro de la Sala, el Adjudicatario deberá coordinarlo con los horarios ya estipulados, así como informar a la dirección de Ifema y a la dirección de comunicación.

Al finalizar cada edición, el Adjudicatario deberá enviar un Informe a IFEMA con el resultado de las citas entre Compradores y Diseñadores, describiendo las relaciones comerciales surgidas así como los datos de interés y mejora para futuras ediciones.

## **2.2 ESTRATEGIA DE MARCA “MBFWMadrid”**

Tras los cambios realizados en el concepto de MBFWMadrid durante los últimos dos años y que han permitido la creación de parámetros de participación inexistentes hasta la fecha, entre otros cambios, se busca para el futuro el desarrollo de una nueva estrategia de marca que posicione el evento como una de las principales pasarelas internacionales.

El desarrollo de la nueva estrategia la realizará el Adjudicatario junto con IFEMA.

El objetivo será definir los valores, misión y visión para los próximos 5 años, decidiendo así, qué modificaciones realizar en las siguientes ediciones para aproximarnos al mismo.

El Adjudicatario deberá realizar un profundo análisis del evento, así como de sus protagonistas y stakeholders y trasladar a IFEMA sus sugerencias. Por ello, será necesario que el adjudicatario tenga buen conocimiento de la consultoría de marca, experiencia de al menos 8 años en moda, que haya desarrollado un trabajo con diseñadores y marcas internacionales en el ámbito internacional, que haya desarrollado labores de mentoring con creadores, facilitando su desarrollo, que haya tenido su propia marca y tenga capacidad de investigación y analítica.

## **3. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A APORTAR POR EL OFERTANTE.-**

El ofertante incorporará en el sobre/archivo electrónico nº 2 - Documentación Técnica la documentación técnica que a continuación se relaciona, y cualquier otra documentación relevante, con objeto de una adecuada valoración de su oferta.

- ✓ Descripción del desarrollo del servicio
- ✓ Perfil del consultor: años de experiencia, trabajos realizados, etc.
  
- ✓ Descripción del análisis a realizar para definir la estrategia de marca

Esta documentación se considerará imprescindible para poder evaluar la oferta.

## **4. RESPONSABLE DEL SERVICIO.-**

El adjudicatario designará a una persona, que actuará ante IFEMA como responsable e interlocutor válido, para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados.

## **5. PERSONA DE CONTACTO.-**

Para cualquier aclaración relacionada con cuestiones económico-administrativas, deben dirigirse a Anaís Escudero, de la Dirección de Compras y Logística de IFEMA, teléfono: 91.722.57.33, correo electrónico [anaís.escudero@ifema.es](mailto:anaís.escudero@ifema.es)