# SOPORTE DE LA SESIÓN

Sesión: 10 Formación entorno a la rueda de negocios y otros espacios de exposición comercial

Intensidad: 4 horas

Experto / encargado: Globalista - Andrés Vallejo
Fecha: 28 / 08 /2025
Hora: 9 am – 1 pm
Asistentes:

- Juan Sebastián Suárez Naranjo
- Jhon Jairo González Peláez
- Juan Camilo Giraldo Bustamante
- Laura Marcela Gómez Idárraga
- María Paulina Arroyave García
- Niny Johana Galeano Gaviria
- Leidy Jhoana Patiño Muñoz
- Angie Tatiana Rodríguez Aras
- Alejandro Arango Quintero
- Melissa Pérez Jiménez

**Objetivo:**

Fortalecer la capacidad de las marcas de moda para presentar un pitch comercial efectivo frente a compradores internacionales, integrando narrativa de marca (propósito, storytelling, diferenciales) con herramientas prácticas (buyer persona, tendencias globales, slides y condiciones comerciales claras).

**Temas tratados:**

**Narrativa y propósito (Golden Circle):** cómo estructurar WHY–HOW–WHAT en moda.

**Hooks y storytelling:** ejemplos reales (Patagonia, Johanna Ortiz, Gucci Vault).

**Call to Action (cierre):** técnicas de Oren Klaff (Pitch Anything) y ejemplos prácticos (QR, lookbooks, reuniones).

**Buyer persona internacional:** retailers, distribuidores, concept stores.

**Tendencias globales:** sostenibilidad, trazabilidad, digitalización, diversidad.

**Slides DO/DON'T:** cómo diseñar apertura y oferta comercial en 2 diapositivas.

**Diferenciadores logísticos y comerciales:** lead time, MOQ, postventa, hubs.

**Dinámica práctica:** simulación de pitch con feedback colectivo.

**Tareas pendientes:**

Ajustar slides de pitch con los lineamientos planteados en la sesión.

Pantallazo/Registro Fotográfico






**Conclusiones:**

La sesión permitió fortalecer las capacidades de las marcas de moda para construir y presentar pitches comerciales efectivos ante compradores internacionales, integrando elementos estratégicos y narrativos que potencian su propuesta de valor. A través del modelo Golden Circle, los participantes aprendieron a estructurar el propósito de su marca (WHY–HOW–WHAT), complementándolo con técnicas de storytelling y hooks inspirados en casos reales como Patagonia, Johanna Ortiz y Gucci Vault. Además, se abordaron herramientas prácticas como el diseño del buyer persona internacional, el análisis de tendencias globales —sostenibilidad, trazabilidad y digitalización— y la estructuración de slides y condiciones comerciales claras. El cierre con técnicas de Oren Klaff ofreció recursos concretos para generar llamados a la acción efectivos, consolidando así una presentación comercial sólida, persuasiva y alineada con las expectativas del mercado global.