SOPORTE DE LA SESIÓN

Sesión 1: Estrategia de precios

Intensidad: 2 horas

Experto / encargado: Gabriel Gallo
Fecha: 06 de agosto de 2025
Hora: 8 am a 10 am
Asistentes: 9 asistentes

- Leidy Johana Patiño Muñoz
- Juan Sebastián Suárez Naranjo
- María Paulina Arroyave García
- Jhon Jairo González Peláez
- Juan Camilo Giraldo Bustamante
- Víctor Mauricio Toro Gaviria
- Alejandro Arango Quintero
- Niny Johana Galeano Gaviria
- Laura Marcela Gómez Idárraga

Objetivo:

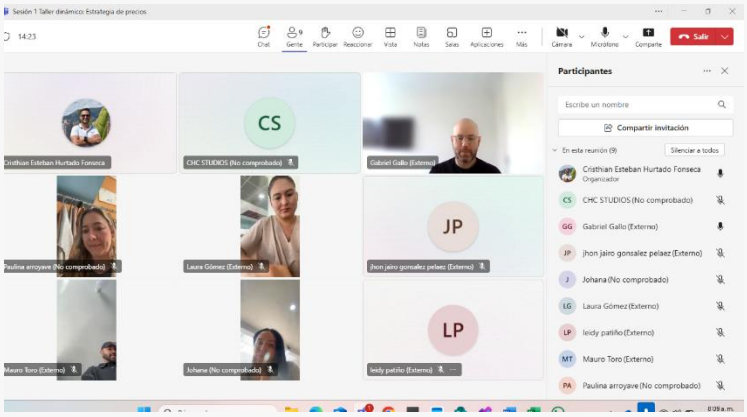
Fortalecer las capacidades estratégicas de los empresarios del sistema moda para diseñar, implementar y gestionar políticas de precios que reflejen el valor de sus marcas, optimicen la rentabilidad y aumenten la competitividad, a través de herramientas prácticas, análisis de tendencias del consumidor y metodologías de pricing adaptadas a la dinámica del sector.

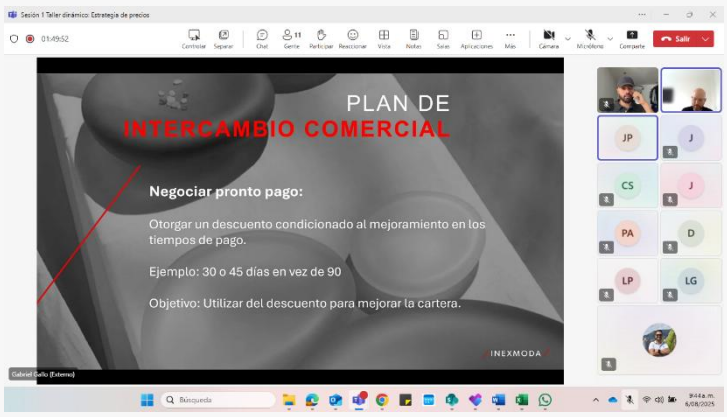
Temas tratados:

1. Metodología de Margen y Costos
2. Referenciación Comercial
3. Metodología de Percepción de Valor
4. Ejercicio práctico para calcular los precios de los productos
5. LinkedIn como plataforma de conexión profesional y generación de valor empresarial.

Tareas pendientes: Por si aplica

Pantallazo/Registro Fotográfico





Conclusiones

1. Calcular adecuadamente los precios garantiza sostenibilidad y crecimiento, pues permite equilibrar costos, márgenes y expectativas del mercado, evitando decisiones intuitivas que pueden afectar la rentabilidad y la competitividad de la empresa.

2. Generar percepción de valor integral fortalece la propuesta de la marca, ya que el precio deja de ser visto como un número aislado y se convierte en un reflejo del diseño, la calidad, la experiencia y el propósito superior de la marca, logrando mayor lealtad y disposición de pago por parte de los clientes.