SOPORTE DE LA SESIÓN

Sesión 4: Investigación de mercados

Intensidad: 2 horas

Experto / encargado: Laura Osorio Damelines
Fecha: 13 de agosto de 2025
Hora: 9 am a 11 am
Asistentes: 7 asistentes

- Juan Sebastián Suárez Naranjo
- Jhon Jairo González Peláez
- Juan Camilo Giraldo Bustamante
- Víctor Mauricio Toro Gaviria
- Alejandro Arango Quintero
- Angie Tatiana Rodríguez Arias
- Laura Marcela Gómez Idárraga

Objetivo: Guiar a marcas de moda, especialmente con identidad cultural o artesanal, en el proceso de investigación de mercados para definir su propuesta de valor, entender tendencias y oportunidades, analizar la competencia y planificar la entrada o expansión en nuevos mercados, combinando inspiración creativa con criterios comerciales y de sostenibilidad.

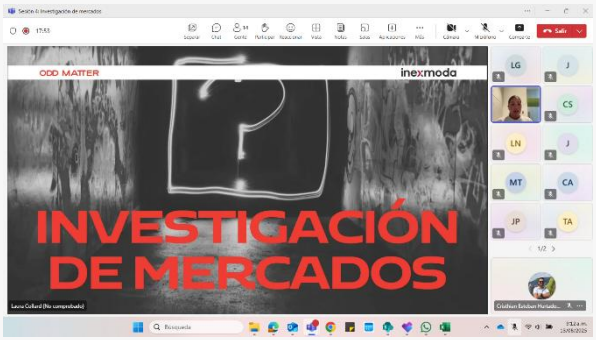
Temas tratados:

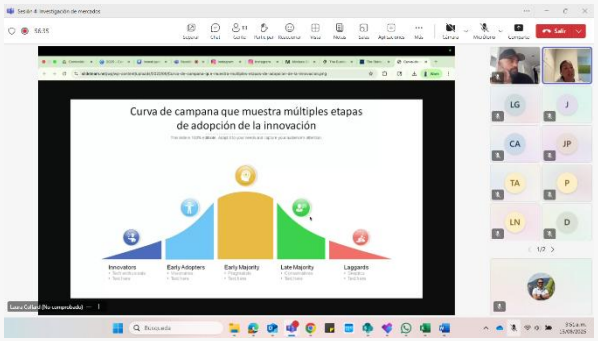
- **Quién soy** – Ejemplos de marcas de referencia (BOTTER, SORDO, D.N.I., etc.), análisis de ADN y propuesta de valor.
- **Cómo empiezo** – Seguimiento de noticias y macrotendencias globales, ejemplos de sostenibilidad y consumo en Copenhague, LATAM y México.
- **A dónde puedo llegar** – Análisis de competidores: ADN, categoría, pricing, comunicación y canales de venta.
- **Cómo llego** – Estrategias de entrada: ferias, colaboraciones, preguntas clave sobre modelo de negocio, escalabilidad y adecuación a necesidades globales.

Taller – Ejercicio práctico para definir propuesta de valor, elegir tendencias, seleccionar locación, identificar competidores y canales.

Tareas pendientes: N/A

Pantallazo/Registro Fotográfico





Conclusiones

-La diferenciación auténtica nace de un ADN de marca sólido y conectado a la cultura de origen.

-Las macrotendencias y contextos locales (económicos, sociales, culturales) deben guiar la estrategia.

-La competencia directa e indirecta marca el estándar en pricing, canales y comunicación.

-La preparación para ferias y colaboraciones exige claridad en el modelo de negocio y capacidad de escalar.

-La metodología presentada ayuda a pasar de la inspiración a un plan de acción concreto.