SOPORTE DE LA SESIÓN

Sesión: 6. Comercio exterior

Intensidad: 2 horas

Experto/encargado: Julián Mazo – Globalista SAS
Fecha: Agosto 19 de 2025
Hora: 9:00 am – 11:00 am
Asistentes:8 asistentes

- Juan Sebastián Suárez Naranjo
- Jhon Jairo González Peláez
- Juan Camilo Giraldo Bustamante
- Víctor Mauricio Toro Gaviria
- Laura Marcela Gómez Idárraga
- María Paulina Arroyave García
- Niny Jhoana Galeano Gaviria
- Melissa Pérez Jiménez

Objetivo:

Brindar herramientas prácticas a emprendedores del sistema moda para definir el ADN de sus marcas y traducirlo en una comunicación estratégica coherente, auténtica y relevante para su público objetivo.

Temas tratados:

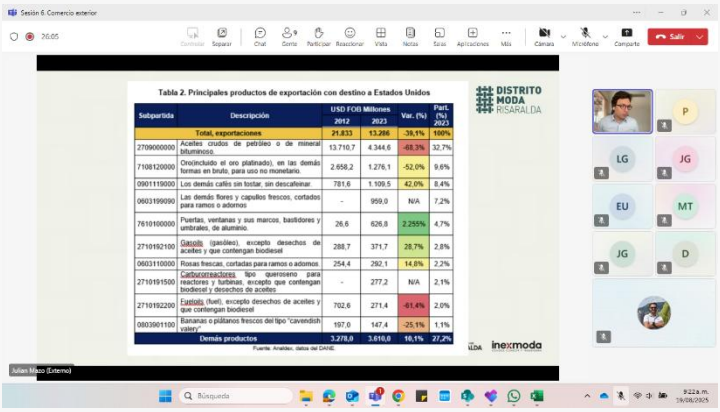
- **Internacionalización como coyuntura**: aranceles 2025, balanza comercial de Colombia en los últimos 30 años, exportación de servicios, diáspora colombiana.

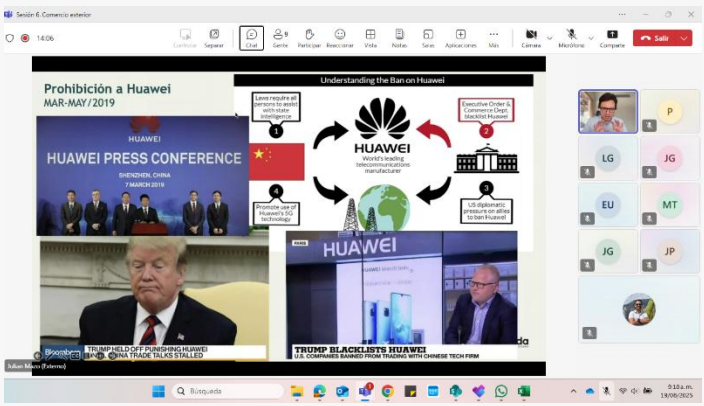
- **Internacionalización como concepto**: exportaciones e importaciones, talento humano desde y hacia Colombia, inversión extranjera directa, innovación por competición e instituciones del ecosistema.

- **Internacionalización como práctica**: propuesta de valor y modelo de negocio, riesgos y amenazas de la internacionalización, incoterms (términos de negociación internacional) y vehículos comerciales para la internacionalización.

Tareas pendientes: N/A

Pantallazo/Registro Fotográfico





Conclusiones:

La sesión permitió a los participantes comprender la internacionalización desde una perspectiva integral, abordándola como coyuntura, concepto y práctica. Se exploraron elementos clave como los aranceles proyectados para 2025, la evolución de la balanza comercial colombiana, la exportación de servicios y el papel de la diáspora, lo que brindó un contexto actual y relevante. Desde el plano conceptual, se profundizó en las dinámicas de exportación e importación, el movimiento de talento humano, la inversión extranjera y la innovación como motor competitivo, destacando el rol de las instituciones del ecosistema. Finalmente, se aterrizó el conocimiento en la práctica, analizando la propuesta de valor, los riesgos asociados, los incoterms y los vehículos comerciales disponibles para internacionalizar. Esta visión holística ofreció a los asistentes herramientas estratégicas para evaluar y proyectar sus negocios en mercados internacionales de manera informada y estructurada.