

# Informe de ejecución No.1

## FASE II

### FASE II: Desarrollo capacidades estratégicas en innovación y modelo de negocio

**TEMA 1:** Alianzas que Transforman: Gestión Estratégica en Moda Colaborativa

**29 abril 2026 – 8:00am- 12:00m - Luisa María Reinoso**

La capacitación “**Alianzas que Transforman: Gestión Estratégica en Moda Colaborativa**” tuvo como propósito fortalecer las capacidades estratégicas de empresarios del sector moda en **Bucaramanga**, enfocándose en la construcción de alianzas, el entendimiento del sistema moda y la consolidación de identidad de marca.

## Ejes temáticos desarrollados

### 1. Construcción de alianzas

Se trabajó el concepto de colaboración a partir del enfoque:

*“Las alianzas se construyen con habilidades técnicas, pero se sostienen con habilidades blandas”*

Se abordaron 3 pilares principales *Comunicación, Gestión personal y Liderazgo*, de las cuáles negociación, habilidades específicas como: comunicación asertiva, ~~abordamos~~ autodisciplina, organización, liderazgo, creatividad, entre otros.

### 2. Sistema moda y cadena de valor

Se analizó la estructura del sector, identificando actores clave:

- Producción
- Distribución
- Transformación
- Comercialización
- Estrategia y comunicación



Esto permitió a los participantes ubicarse dentro del sistema y detectar oportunidades de articulación.

### 3. Identidad de marca y arquetipos

Se desarrolló el concepto de personalidad de marca mediante los 12 arquetipos más utilizados en marketing:

- El inocente
- El amigo
- El héroe
- El cuidador
- El explorador
- El rebelde
- El amante
- El creador
- El bufón
- El sabio
- El mago
- El gobernante

### 4. Ejercicio práctico colaborativo

Se implementó una dinámica basada en:

- “Tengo / Busco” para identificar oportunidades de colaboración
- Análisis de redes sociales entre participantes

### 5. Resultados

- Comprensión del rol dentro del sistema moda
- Identificación de oportunidades de alianzas
- Apropiación de conceptos de marca
- Desarrollo de pensamiento estratégico

## Plan de acción

Que cada participante identifique su arquetipo de marca, su rol en el sistema moda y una oportunidad real de alianza.



## Desarrollo de la sesión

### Actividad inicial

“Tengo / Busco” para reconocer capacidades y necesidades.

### Marco estratégico

Identificación del rol en la cadena de valor y actores clave.

### Marca y arquetipos

Definición del arquetipo y ajuste de identidad.

### Ejercicio colaborativo

Análisis de redes sociales entre participantes para:

- identificar arquetipos
- proponer mejoras
- detectar alianzas

### Cierre

Definición de acciones inmediatas.

## Diagnóstico por fases

### Fase 1: Reconocimiento

- Desconocimiento del sistema moda
- Baja claridad en el rol dentro de la cadena de valor

### Fase 2: Apropiación conceptual

- Comprensión progresiva de alianzas
- Identificación de habilidades blandas necesarias



### Fase 3: Aplicación

- Capacidad de analizar otros emprendimientos
- Identificación de sinergias reales

### Fase 4: Evaluación

- Reconocimiento de arquetipos
- Propuestas iniciales de colaboración

## Mejoramiento de la fase

### Oportunidades de mejora

- Esta fase de aprendizaje se complementa con las siguientes sesiones: ***Co-creación estratégica: innovar juntos para generar valor*** y ***Tendencias globales WGSN: Implicaciones estratégicas para tu negocio*** potencializando el resultado de lo aprendido de la sesión.

### Recomendaciones

- Incluir mentorías posteriores
- Incorporar casos locales
- Desarrollar seguimiento a alianzas generadas

## Falencias de los emprendimientos

### Principales debilidades detectadas

- Falta de claridad en propuesta de valor
- Desconocimiento del sistema moda
- Baja identificación de su rol en la cadena de valor
- Uso limitado de alianzas estratégicas



- Comunicación digital poco coherente

## Mejoras recomendadas (alineadas a la temática)

### En marca

- Definir arquetipo dominante
- Unificar identidad visual y narrativa

### En estrategia

- Ubicar su rol dentro del sistema moda
- Identificar aliados complementarios

### En alianzas

- Aplicar metodología “Tengo / Busco”
- Desarrollar propuestas de valor conjuntas

### En formación

- Participar en las posteriores capacitaciones de la **Alianzas que Transforman: Gestión Estratégica en Moda Colaborativa**:
  - o Tendencias globales WGSN: Implicaciones estratégicas de tu negocio
  - o Co-creación estratégica: Innovar juntos para generar valor
  - o Curaduría de producto: Styling y coherencia visual
  - o Cadena de valor de la moda: Integración estratégica y roles creativos

## Examen final por módulo

### Nombre de la actividad

Evaluación colaborativa de marca y alianzas estratégicas

### Descripción

La actividad consistió en un ejercicio grupal donde los participantes analizaron los perfiles de redes sociales de sus compañeros para:



- Identificar arquetipos de marca
- Evaluar coherencia comunicativa
- Proponer mejoras
- Identificar oportunidades de alianzas

### **Instrucciones para los participantes**

1. Seleccionar el emprendimiento asignado
2. Analizar su presencia en redes sociales
3. Identificar el arquetipo o combinación de arquetipos
4. Justificar la elección
5. Proponer estrategias para potenciar la marca
6. Identificar posibles alianzas estratégicas

### **Criterios de evaluación**

- Identificación correcta del arquetipo
- Capacidad de análisis
- Coherencia de las recomendaciones
- Creatividad en propuestas de alianzas

### **Resultados del ejercicio**

- Alta participación colaborativa
- Desarrollo de pensamiento crítico
- Generación de conexiones entre emprendimientos
- Aplicación práctica de conceptos

