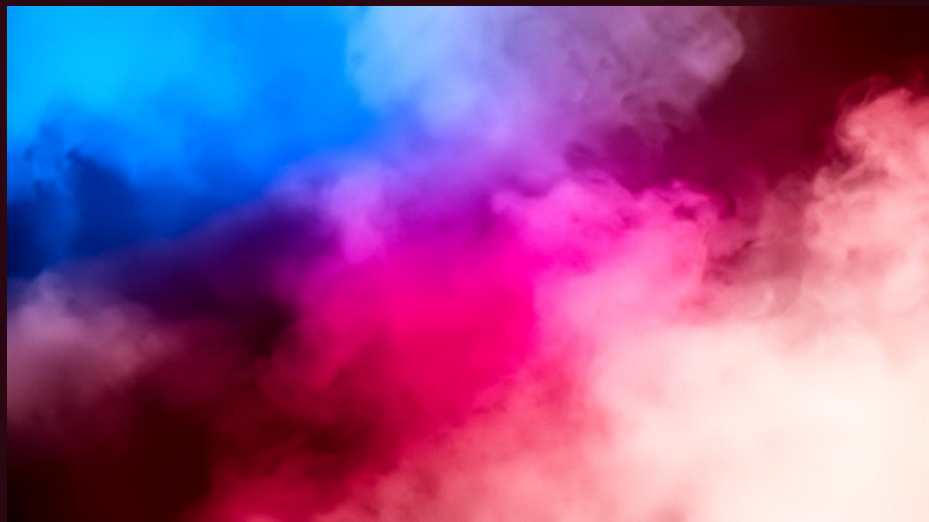


---

# Anabel *Sánchez*

---

*Consultora estratégica para el  
crecimiento rentable de marcas  
de moda.*



# Las marcas no *crecen por azar.*

Las marcas de belleza exitosas no crecen únicamente por su visibilidad, marketing o viralidad en redes. Crecen cuando existe una estrategia clara que conecta concepto, ADN de marca, portafolio, rentabilidad, ejecución comercial y experiencia.

Mi experiencia se enfoca en transformar conceptos en negocios escalables y rentables. Combino visión estratégica, desarrollo de portafolio, conocimiento profundo de canales, gestión financiera y entendimiento del consumidor para impulsar decisiones que generen crecimiento sostenible.

“

*Convertir  
ideas en marcas  
sosteniblemente  
exitosas.*

— A.S.

---

## FORMACIÓN

Ingeniera Administradora.  
Máster en Fashion Marketing.

## EXPERIENCIA EN CATEGORÍA

- Maquillaje
- Skincare y cuidado personal
- Joyería y accesorios
- Textil

## MERCADOS

Colombia · Ecuador  
Brasil · Chile · EE.UU.

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Consumo masivo
- Boutique
- Canales digitales y offline

# Seis preguntas *que definen el éxito* de una marca de belleza.

## 01 PORTAFOLIO

*¿Está alineado con la estrategia de marca?*

## 02 RENTABILIDAD

*¿Los productos son financieramente viables?*

## 03 CANALES

*¿La estrategia comercial es la correcta?*

## 04 ESCALAMIENTO

*¿La marca está preparada para crecer?*

## 05 EXPERIENCIA

*¿La marca construye valor en el punto de venta?*

## 06 COMUNIDAD

*¿La marca conecta con la audiencia correcta?*

## 01 PORTAFOLIO

---

*¿Está el portafolio alineado con la estrategia de la marca?*

Muchas marcas lanzan productos que generan conversación, pero no necesariamente construyen valor ni rentabilidad. Apoyo la definición de un portafolio estratégico que responda a:

- Posicionamiento de marca.
- Necesidades de la comunidad objetivo.
- Potencial comercial por categoría.
- Rol de cada producto dentro del portafolio.
- Coherencia entre innovación, rentabilidad y construcción de marca.

## 02 RENTABILIDAD

---

*¿Los productos son financieramente viables?*

El crecimiento sin rentabilidad compromete la sostenibilidad. Mi enfoque asegura que cada decisión de portafolio, precio y canal contribuya a la creación de valor económico.

- Análisis de márgenes y estructura de costos.
- Rentabilidad por referencia.
- Estrategias de pricing.
- Capital de trabajo y proyecciones financieras.
- Sostenibilidad económica del portafolio.

## 03 CANALES

---

*¿La estrategia comercial y los canales son los correctos?*

No todos los productos deben estar en todos los canales. Diseño arquitecturas de distribución coherentes con el posicionamiento y el momento de la marca.

- Arquitectura de distribución.
- Priorización de canales de crecimiento.
- Retail, e-commerce y distribución especializada.
- Social commerce y TikTok Shop.
- Productividad y rentabilidad por canal.

## 04 ESCALAMIENTO

---

*¿La marca está preparada para escalar?*

El crecimiento acelerado genera tensiones entre demanda, inventario, flujo de caja y capacidad operativa. Apoyo decisiones que sostienen el crecimiento sin romper el negocio.

- Planeación de demanda.
- Gestión de inventarios.
- Capital de trabajo.
- Priorización de inversiones.
- Escalamiento sostenible.

## 05 EXPERIENCIA

---

*¿La experiencia de marca está construyendo valor?*

En maquillaje, la presentación de la categoría convierte intención en compra. La estrategia visual es tan estratégica como el producto mismo.

- Estrategias de exhibición.
- Jerarquías de portafolio.
- Coherencia entre entornos físicos y digitales.
- Visibilidad efectiva en el punto de venta.
- Experiencias alineadas al posicionamiento.

## 06 COMUNIDAD

---

*¿La marca conecta con la comunidad correcta?*

Las marcas más relevantes entienden a quién sirven y qué representan para esa comunidad. Construyo el puente entre relevancia cultural e impacto comercial.

- Clarificar posicionamiento.
- Definir territorios de marca.
- Alinear producto, comunicación y experiencia.
- Construir relevancia cultural con impacto comercial.
- Garantizar consistencia y coherencia de marca.

# Una hoja de ruta *que conecta marca,* estrategia y rentabilidad.

01

## Belleza de alto *crecimiento*

Participación en negocios con crecimientos anuales superiores a 3x.

02

## Visión integral *del portafolio*

Pricing, márgenes, distribución y escalamiento en una sola hoja de ruta.

03

## Maestría en *canales*

Retail, e-commerce, marketplaces y nuevas plataformas de social commerce.

04

## Solidez *financiera*

Análisis financiero, capital de trabajo y sostenibilidad económica.

05

## Mentalidad *constructora*

Convertir marcas aspiracionales en negocios rentables y escalables.

06

## Puente entre *cultura y negocio*

Conectar posicionamiento, ejecución comercial y resultados.

# Resultados que *respaldan la propuesta.*

+3×

---

CRECIMIENTO  
*anual sostenido en categorías de belleza.*

+300

---

PUNTOS DE  
*distribución incorporados.*

+3%

---

PARTICIPACIÓN  
*de mercado ganada en categoría.*

2×

---

INCREMENTO  
*en rentabilidad del negocio.*

---

CONOCIMIENTO EN MERCADOS

---

COLOMBIA • ECUADOR • BRASIL • CHILE • ESTADOS UNIDOS

ENFOQUE

# Convertir relevancia cultural *en crecimiento rentable.*

Las marcas más exitosas no son sólo las que generan conversación, sino las que convierten esa relevancia en negocio sostenible.

POR QUÉ ANABEL PARA LA LÍNEA DE BELLEZA

## El puente entre comunidad, *cultura y negocio escalable.*

Una artista global con una comunidad cultural poderosa requiere de una estrategia que traduzca esa fuerza en una marca de belleza sólida, rentable y escalable internacionalmente. Esa es exactamente la intersección donde mi experiencia genera valor: del concepto al portafolio, del portafolio al canal, del canal al resultado.

---

*Anabel Sánchez*

CONSULTORA ESTRATÉGICA · BELLEZA & MODA

anabelsanchezescobar@modastrategy.com

CONVERSEMOS