

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 y ejecución comercial.

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.

MERCADOS

Colombia · Ecuador
Brasil · Chile · EE.UU.

CATEGORÍAS

Maquillaje
Skincare y cuidado personal
Joyería y accesorios
Textil

CANALES

Consumo masivo
Boutique
Canales directos digitales y offline

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

01

PORTAFOLIO

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

02

RENTABILIDAD

*¿Los productos son
financieramente viables?*

03

CANALES

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

04

ESCALAMIENTO

*¿La marca está preparada
para escalar?*

05

EXPERIENCIA

*¿La experiencia de marca
está construyendo valor?*

06

COMUNIDAD

*¿La marca conecta con la
comunidad 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.

- 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. Cada decisión de portafolio, precio y canal debe crear 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 coherentes con el posicionamiento.

- 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.

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

05

EXPERIENCIA

¿La experiencia de marca está construyendo valor?

El visual de marca es tan estratégico como el producto; no solo muestra la oferta, sino que orienta la compra, destaca el valor y convierte intención en acción.

- 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.

- 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 3×.

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.*

Anabel Sánchez

CONSULTORA ESTRATÉGICA · BELLEZA & MODA

anabel@modastrategy.com

+57 3148300377
