



ALUMNA: MARITZA YOCELIN ROBLERO BRAVO

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

PROYECTO

DOCENTE: JAIME DÍAZ JUAN MANUEL

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

ÍNDICE

- nombre de la empresa.....3
- descripción.....4-5
- ubicación.....6
- justificación.....7
- misión, visión, valores.....8
- foda.....9
- Obj. Corto, Mediano y Largo plazo.....10
- segmentos del mercado.....11
- características.....11
- Consumo mensual aparente.....12
- Encuesta (Respuestas con graficas)...13-17
- Conclusiones.....18
- organigrama.....19
- responsabilidades.....20
- bibliografía.....21



NOMBRE DE LA ESMORESA: glossybratz
ESLOGAN: Brilla con actitud viste con poder

En GlossyBratz

Traemos Ropa de Acceso

Inspirados en el universo Brate, somos atrevidos, brillantes, con mucho estilo y confianza. Nuestra boutique está diseñada para chicas que aman la moda Y2K, el glamour y los colores vibrantes.

- Nuestras prendas tienen ****personalidad****
- Permiten que te expreses libremente
- Te ayudan a brillar con tu propio estilo
- Te hacen sentir segura en cada paso

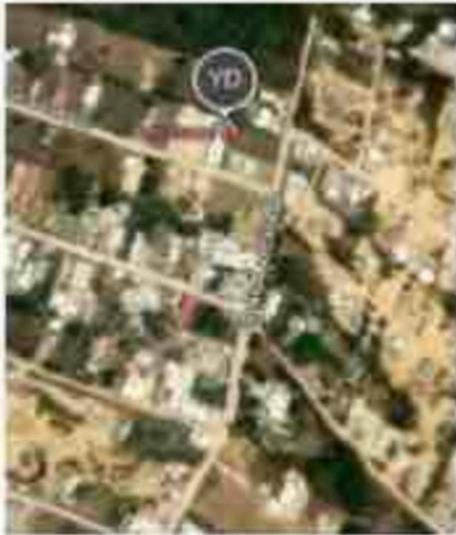
Ya sea que busques un look para una salida con amigas, una cita, una fiesta o simplemente para destacar en tu día a día, GlossyBratz tiene la prenda perfecta para ti.

Prendas de edición limitada y diseño exclusivo

- Asesoría de moda personalizada en tienda y online
- Ropa estilo Y2K (años 2000): tops, faldos, jeans y conjuntos con glitter, encaje y colores vibrantes

PIEZAS EXCLUSIVAS QUE NO VERÁS EN NINGUNA OTRA BOUTIQUE.





Instagram

@GlossyBratz

- Dirección: Calle Vazagui
Chichima Concepción
303 Comitán de Domínguez, Chis. México

- Horario: Lunes a sábado de 10:00 a.m. a 8:00 p.m.
- WhatsApp: 55 5555 5555
- Aceptamos tarjeta, efectivo, transferencias y pagos a meses



JUSTIFICACIÓN

GlossyBratz nace de la necesidad de un espacio donde la moda no sea solo una tendencia, sino una forma de expresión personal.

En un mercado donde muchas propuestas son uniformes o impersonales, nuestra boutique busca ofrecer una alternativa fresca, audaz y con identidad:

Nos dirigimos a jóvenes que desean destacar, que no temen romper reglas y que buscan sentirse representados en lo que usan.

Cada colección está pensada para reflejar fuerza, belleza y libertad.

MISIÓN

Proporcionar moda única, atrevida y con estilo para jóvenes que desean expresarse libremente a través de su imagen. En GlossyBratz, cada prenda es una declaración de personalidad, confianza y empoderamiento.

VISIÓN

Aspiramos a convertirnos en una boutique líder en estilo urbano glamuroso en Latinoamérica, reconocida por promover la autenticidad, la diversidad y la autoconfianza, inspirando a nuevas generaciones a brillar sin miedo.

VALORES

- Autenticidad: Celebramos lo que nos hace únicos.
- Empoderamiento: La moda como herramienta para expresar fuerza y confianza.
- Creatividad: Nos aventuramos con diseños innovadores y originales.
- Diversidad: Representamos identidades y estilos diversos.
- Calidad: Cada pieza se elabora con atención al detalle y una pasión por la moda.

F (Fortalezas)

Identidad de marca definida: estilo Bratz' moderno y glamuroso.
Presencia en redes sociales (potencial de viralización).
Conexión con una audiencia joven que busca moda atrevida.

O (Oportunidades)

Tendencia en moda Y2K y estilo Bratz
Crecimiento en ventas en línea.
Expansión a nuevos mercados locales o internacionales.
Competencia con marcas grandes y consolidadas.

D (Debilidades)

Limitaciones de presupuesto para publicidad o producción
Dependencia de las redes sociales para atraer clientela,
Cambios rápidos en las tendencias de moda

A (Amenazas)

Dificultades económicas del mercado (inflación, bajo poder adquisitivo)
Copias de estilo o productos similares de bajo costo.

Corto Plazo (0-6 meses)

Aumentar el reconocimiento de marca en redes sociales (+30% en seguidores).

Crear un catálogo digital bien estructurado con al menos 20 productos clave.

Participar en 2 eventos o ferias de moda local para promoción.

Mediano Plazo (6-12 meses)

Establecer una tienda en línea funcional y segura

Incrementar ventas mensuales en un 40% respecto al inicio del año

Ampliar la línea de productos (accesorios, calzado o ediciones limitadas).

largo plazo (1-3 años)

Posicionar a GlossyBratz como una marca reconocida a nivel nacional.

Abrir una tienda física en una ciudad estratégica.

Exportar productos a otros países

Segmentos del mercado

en el corto plazo en el segmento del mercado elegido de glossybratz cuya edad de 15-29 años es de 13.49% de mujeres

características

- mujeres que le gusta vestirla, amorosamente y con estilo de Bratz
- busca estilo único
- preferencia la moda Bratz

CONSUMO MENSUAL APARENTE

El numero de clientes potenciales 36,832

- 1 semana 1,500
- 2 veces por semana 600
- 1 vez al mes 6,500
- Ocasionalmente 28,232

consumo aparente			
1 vez por semana	1,500	4	6,000
2 veces por semana	600	8	4,800
1 vez al mes	6,500	1	6,500
ocasionalmente	28,232	0	28,232

36,832

45,532

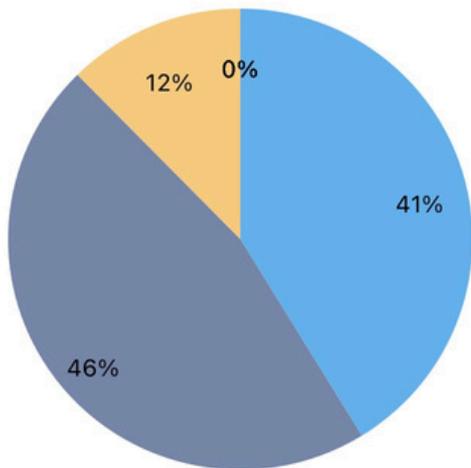
ENCUESTA Y GRAFICAS

1. ¿Qué rango de edad tienes?

- 13–17 años → 40%
- 18–21 años → 45%
- 22–25 años → 15%

1. ¿Qué rango de edad tienes?

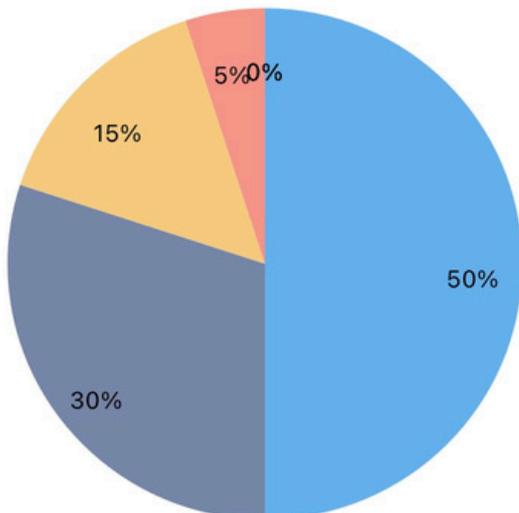
• 13–17 años → 40% • 18–21 años → 45% • 22–25 años → 15%



2. ¿Qué redes sociales usas para comprar ropa?

- Instagram → 50%
- TikTok → 30%
- Facebook → 15%
- Otra → 5%

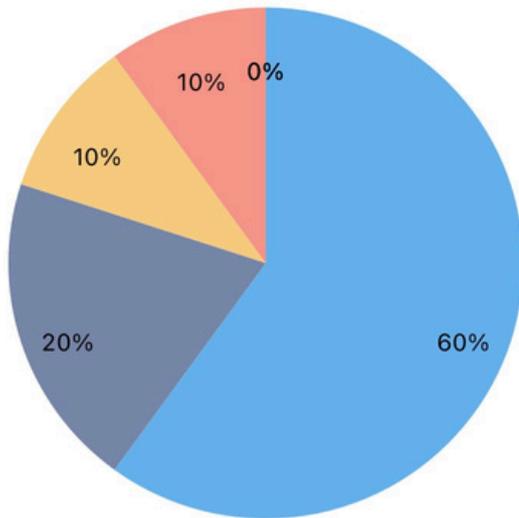
• Instagram → 50% • TikTok → 30% • Facebook → 15% • Otra → 5%



3. ¿Qué estilo de ropa prefieres?

- Y2K / Bratz → 60%
- Casual → 20%
- Vintage → 10%
- Clásico → 10%

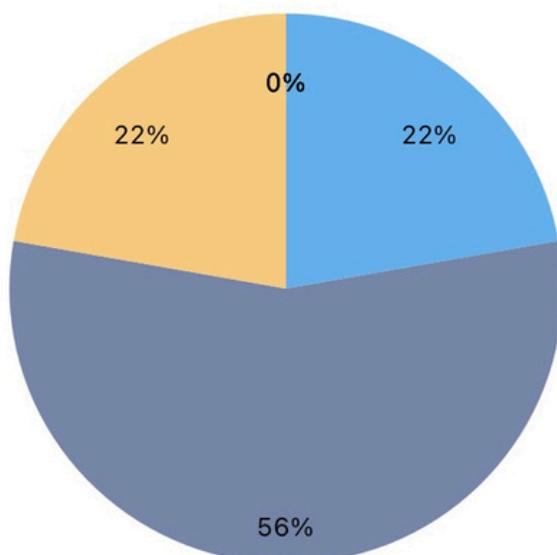
• Y2K / Bratz → 60% • Casual → 20% • Vintage → 10% • Clásico → 10%



4. ¿Cuánto gastas al mes en ropa?

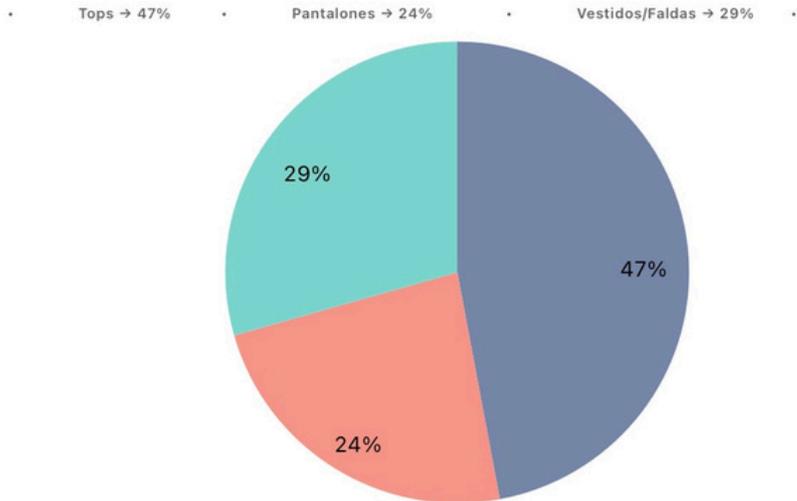
- Menos de \$300 → 22%
- \$300-\$500 → 56%
- \$500-\$800 → 22%

• Menos de \$300 → 22% • \$300-\$500 → 56% • \$500-\$800 → 22%



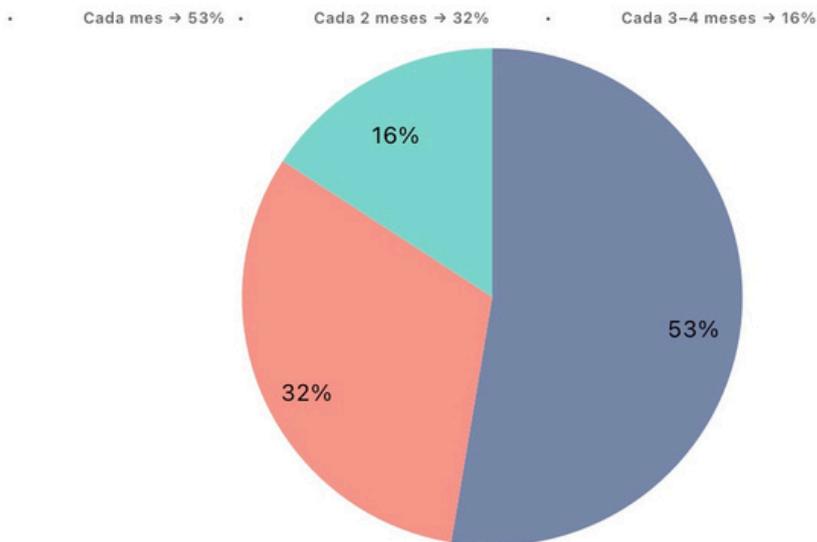
5. ¿Qué tipo de prendas compras más?

- Tops → 47%
- Pantalones → 24%
- Vestidos/Faldas → 29%



6. ¿Con qué frecuencia compras ropa nueva?

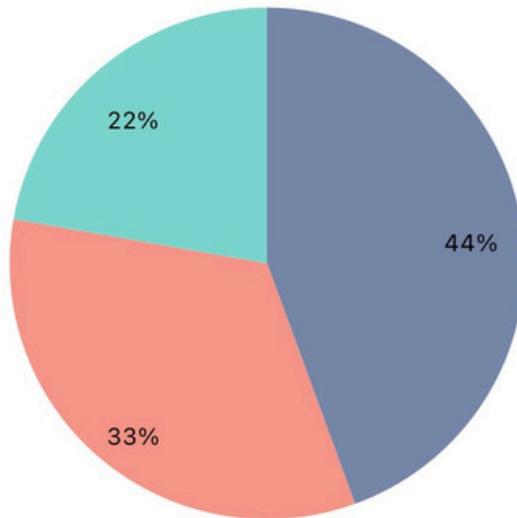
- Cada mes → 53%
- Cada 2 meses → 32%
- Cada 3-4 meses → 16%



7. ¿Qué valoras más en la boutique?

- Originalidad → 44%
- Calidad → 33%
- Precio accesible → 22%

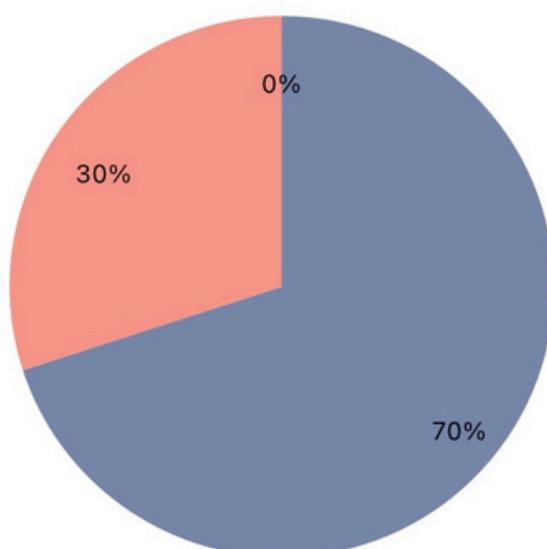
Originalidad → 44% • Calidad → 33% • Precio accesible → 22%



8. ¿Dónde prefieres recibir tus pedidos?

- A domicilio → 70%
- Punto de entrega → 30%

A domicilio → 70% • Punto de entrega → 30%

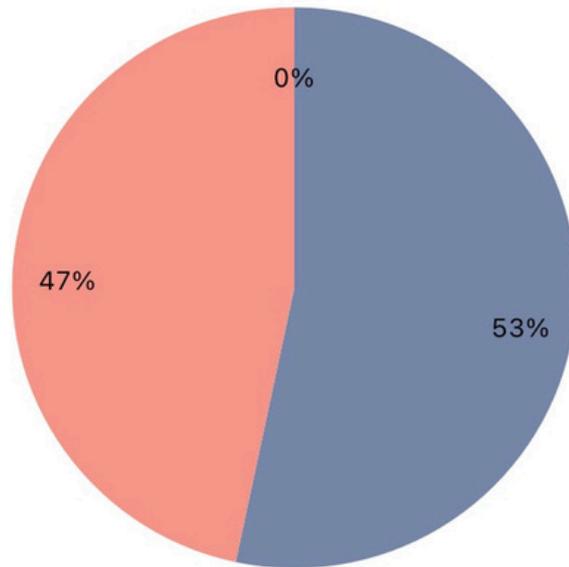


9. ¿Qué te motiva a volver a comprar?

- Ofertas/descuentos → 40%
- Nuevas colecciones → 35%

• Ofertas/descuentos → 53% •

Nuevas colecciones → 47%



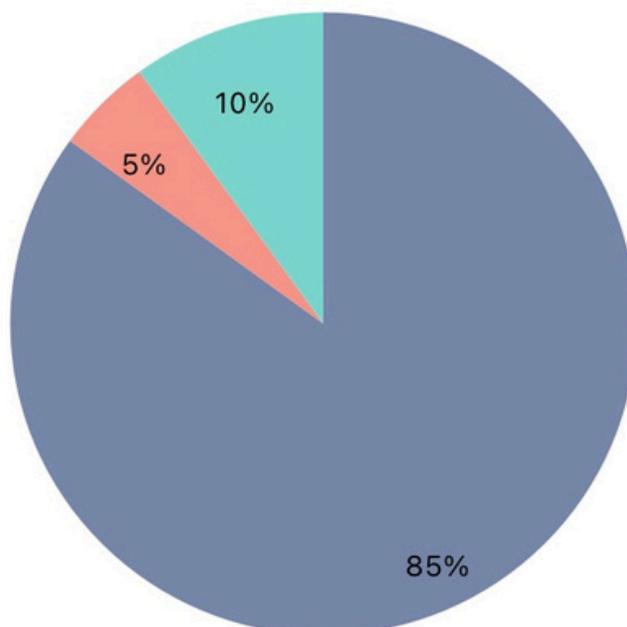
10. ¿Recomendarías GlossyBratz?

- Sí → 85%
- No → 5%
- Tal vez → 10%

• Sí → 85%

• No → 5%

• Tal vez → 10%



CONCLUSIONES

Durante nuestra experiencia en Boutique GlossyBratz, aprendimos muchísimo sobre cómo funciona una boutique de moda juvenil desde adentro.

Nos dimos cuenta de que no solo se trata de vender ropa, sino de ofrecer prendas originales, de calidad, con diseños únicos que conectan con el estilo de vida de nuestros clientes.

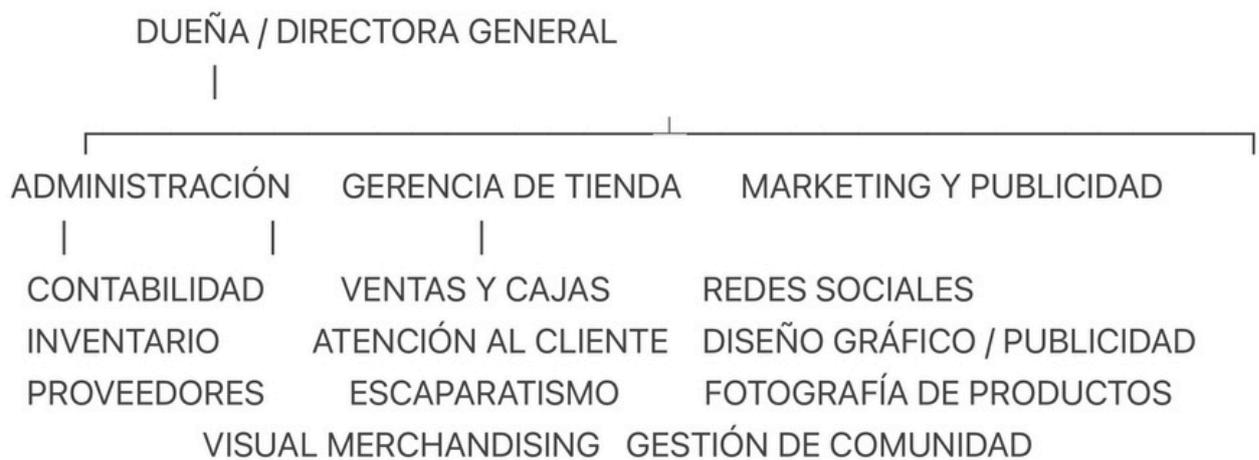
También observamos lo importante que es seguir las tendencias, crear colecciones atractivas y cuidar cada detalle del diseño y la presentación de la marca.

Pudimos ver de cerca cómo se gestiona la promoción en redes sociales, la atención personalizada al cliente y la logística para que cada pedido llegue en tiempo y forma.

Entendimos la importancia de conocer bien al público objetivo, escuchar sus gustos y mantener una relación cercana a través de encuestas, promociones y contenido creativo.

En general, fue una experiencia muy enriquecedora que nos ayudó a comprender mejor cómo se trabaja en una boutique juvenil, y a valorar todo el esfuerzo y la creatividad que hay detrás de cada prenda que llega a manos de nuestros clientes.

ORGANIGRAMA



📌 Descripción de los puestos

Dueña / Directora General

- Toma decisiones estratégicas y supervisa toda la operación.

Administración

- Maneja finanzas, pagos a proveedores, control de inventario y nómina.

Gerencia de Tienda

- Supervisa al equipo de ventas y atención al cliente.
- Organiza exhibiciones de productos y vitrinas (escaparatismo).

Marketing y Publicidad

- Maneja redes sociales, fotografía de productos, contenido, campañas.
- Diseña material gráfico y gestiona la comunidad online.

Ventas y Cajas

- Atienden a clientes, realizan cobros y ofrecen asesoría personalizada.

Visual Merchandising

- Se encarga de mantener la tienda atractiva y actualizada con las últimas tendencias.

BIBLIOGRAFIA
ANTOLOGIA UDS