

Moda cristal.

"Diseñamos tendencia,
creamos identidad".

¿Cuáles son los diferentes hábitos de consumo de la generación Z y Alfa?.



- ¿Qué tecnologías son las más efectivas para interactuar con la Generación Z y Alfa?
- ¿Cómo puede una plataforma digital reflejar los valores de GEF, Punto Blanco y Galax?



Inmediatez

Comodidad

Facilidad al comprar



6 plantas de empleados en producción

3 centros de distribución

+270 tiendas a nivel Nacional e internacional

9M en inversión social para empleados y familias



Equipo - general



Intereses

Desarrollo de proyectos que generen un impacto en la sociedad

Crecimiento profesional



Capacidades

Proactividad
adaptabilidad



Habilidades

Gestión de proyectos
Resiliencia

¿Qué los hace únicos?



Capacidad de innovación

Diferentes ramas de conocimiento



Problemática

En la era de la transformación digital, donde la personalización y la conexión emocional con el consumidor son clave, el Grupo Empresarial Crystal enfrenta el desafío de adaptar sus marcas GEF, Punto Blanco y Galax a las expectativas de las generaciones emergentes: la Generación Z y la Generación Alfa. Estas generaciones, nativas digitales, priorizan valores como la sostenibilidad, la autenticidad y la inclusión, además de mostrar un fuerte interés por experiencias interactivas, innovadoras y altamente personalizadas.



Solución : ¿Cómo debería ser?

Plantear desafíos específicos para Gef, Punto blanco y Galax en sectores que buscan atención y la lealtad de las generaciones z y Alpha ya que se detectaron diferentes hábitos de compras

Ayudar a identificar a las personas con las marcas dando a conocer su compromiso con la sostenibilidad y responsabilidad social.

Prendas Conscientes, con economía circular y marcas con iniciativas ambientales

Contaríamos con el apoyo de una interfaz interactiva y llamativa con la Capacidad de un modelo soluciones prácticas y en tendencias



Solución

Uniendo lo anterior, decidimos usar estas librerías, conceptos, herramientas, frameworks

- Web
- HTML
- CSS
- Visual Code

1) Identificar la problemática



2) Creación de un boceto de la página web



3) Diseñar la interfaz de usuario (UI)

4) Crear un prototipo



5) Se eligió el lenguaje de programación



6) Pruebas de accesibilidad

7) Crear contenido de calidad



8) Optimizar motores de búsqueda



9) Configurar análisis web

Solución general

Prototipo

Página web

Moda

Generación Alfa y Z

Login

Usuario

Contraseña

[Log in](#)
[Olvido Contraseña](#)
[Registrarse](#)

Solución general: Prototipo a detalle



Moda Cristal

Inicio

Galax

Get



ROPA INTERIOR



CASUAL



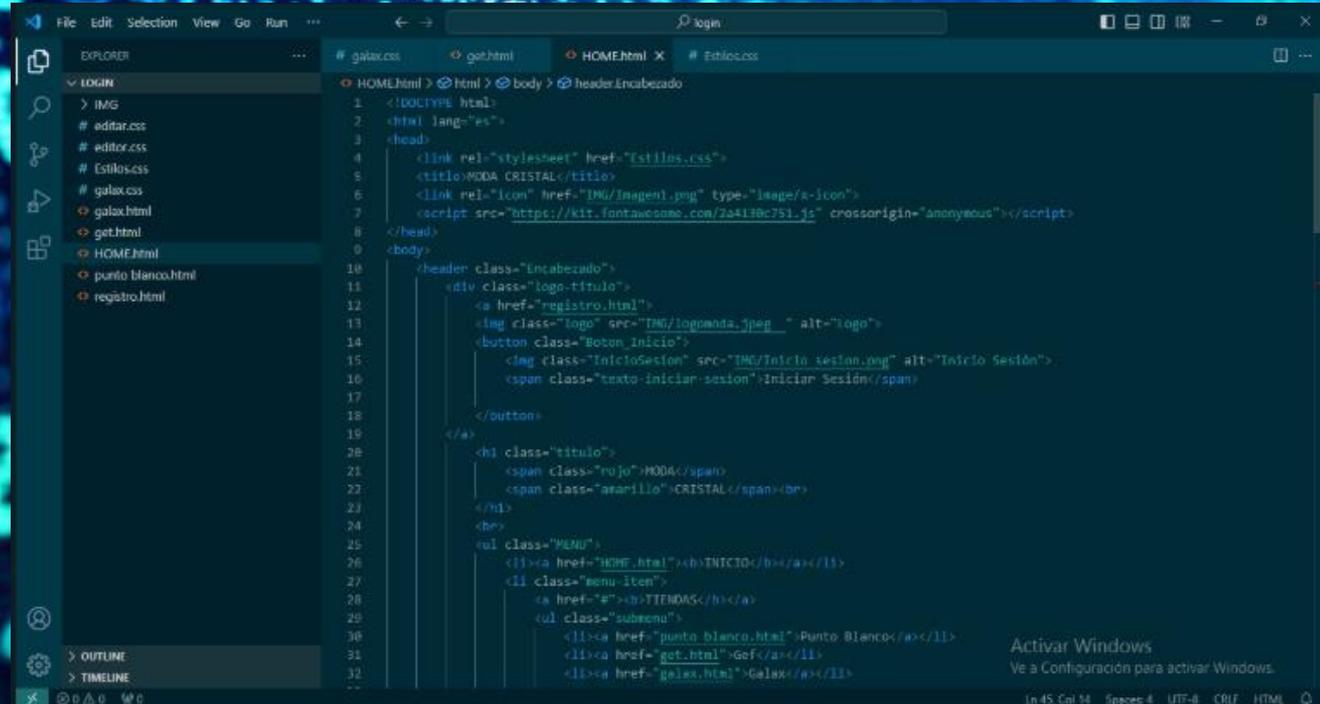
ACCESORIOS



Activar Windows
Ve a configuración para activar Windows.

Solución

Tecnología usada aplicada



```
File Edit Selection View Go Run ...
# galax.css  get.html  HOME.html  Estilos.css
EXPLORER
LOGIN
  IMG
  # editor.css
  # editor.css
  # Estilos.css
  # galax.css
  galax.html
  get.html
  HOME.html
  punto blanco.html
  registro.html
HOME.html > html > body > header Encabezado
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="es">
3 <head>
4   <link rel="stylesheet" href="Estilos.css">
5   <title>MODA CRISTAL</title>
6   <link rel="icon" href="IMG/imagen1.png" type="image/x-icon">
7   <script src="https://kit.fontawesome.com/2d4139c751.js" crossorigin="anonymous"></script>
8 </head>
9 <body>
10 <header class="encabezado">
11   <div class="logo-titulo">
12     <a href="registro.html">
13       
14     <button class="Boton_inicio">
15       
16       <span class="texto-iniciar-sesion">Iniciar Sesión</span>
17     </button>
18   </div>
19 </header>
20 <h1 class="titulo">
21   <span class="rojo">MODA</span>
22   <span class="amarillo">CRISTAL</span></h1>
23 </div>
24 <div class="MENU">
25   <li><a href="HOME.html"><b>INICIO</b></a></li>
26   <li class="menu-item">
27     <a href="#"><b>TIENDAS</b></a>
28     <ul class="submenu">
29       <li><a href="punto_blanco.html">Punto Blanco</a></li>
30       <li><a href="get.html">Gof</a></li>
31       <li><a href="galax.html">Galax</a></li>
32     </ul>
33   </li>
34 </div>
```



Clientes:	Generación Z y Alpha interesados en ropa cómoda, con estilo único y moderno para hombre, mujer y niños.
Costos:	Mínimo producto viable Desarrollador junior Diseñador grafico Marketing digital
Precios:	Punto blanco: entre 169,900 a 300.000 de primera categoría. Gef: entre 54,900 a 139,900 accesible para todo público. Galax: entre 10,000 a 50,000 para cada gusto hay una opción.
Utilidades:	Realizando las ventas cruzadas con estas 3 marcas se incrementaría la utilidad. La página web generará utilidades mediante la venta de prendas con un margen de ganancia del 40%. Por ejemplo, si el costo promedio de producción de una camiseta es \$20.000, se venderá al público por \$35.000, generando una utilidad de \$15.000 por unidad. Si se proyectan ventas mensuales de 500 unidades, las utilidades mensuales serán de \$7.500.000. Además, estrategias como ventas cruzadas (por ejemplo, añadir un pantalón a la compra por \$50.000) y promociones especiales podrían aumentar las utilidades en un 20%, alcanzando \$9.000.000 al mes.
Ganancias	Punto Blanco: Crear colecciones exclusivas para fidelizar a clientes premium. Gef: Ventas masivas a través de campañas en redes sociales y envíos gratuitos. Galax: Ofrecer ropa personalizada o ediciones limitadas que aumenten la percepción de exclusividad.
Operación	Punto Blanco y Gef: Integración con sistemas logísticos eficientes para despachos rápidos y devoluciones. Galax: Producción bajo pedido para evitar sobrestock.

Modelo de crecimiento



Estrategias para capturar mercado



Alertas



Fidelización



Equipo Detalle



Ximena Castañeda Acosta

Marketing



Orianna Tamara Vivares

Líder



Hernán Alejandro Pineda Henao

Coordinador



Juan Fernando Bernal
Medina

Desarrollador UI
y UX



Mariana Franco Henao

Marketing

Sobre nosotros

● Modacristal@gmail.com



Diseñamos tendencia, creamos identidad.