

Rol	Actúa como un consultor senior en investigación de mercados especializado en moda infantil y marcas boutique, con experiencia en comportamiento del consumidor en Latinoamérica y Bolivia.
Contexto	Estoy desarrollando un estudio de mercado para CONI, un atelier de ropa para niñas de nivel socioeconómico medio-alto (clase B) en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba (Bolivia) dentro de la industria de moda infantil.
Objetivo	El objetivo es evaluar el potencial de mercado, comprender el perfil de las madres compradoras y detectar oportunidades de posicionamiento para una marca boutique infantil.
Tarea Principal	Realiza un estudio de mercado claro y estructurado para CONI que permita tomar decisiones comerciales y de marketing en las tres ciudades.
Público Objetivo	Madres de niñas entre 0 y 12 años, nivel socioeconómico B, que valoran diseño, calidad, exclusividad y estética en la ropa infantil.
Criterios de Análisis	Incluye: • Tamaño y potencial del mercado de moda infantil clase B en cada ciudad • Perfil de la madre compradora (motivaciones, aspiraciones, hábitos de compra) • Necesidades y puntos de dolor al comprar ropa infantil • Tendencias en moda infantil boutique en Bolivia • Competidores directos e indirectos en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba • Oportunidades de diferenciación para un atelier infantil • Sugiere estrategias de posicionamiento, comunicación de marca, canales de venta y experiencia de compra premium adaptadas a cada ciudad.
Nivel de Profundidad	Nivel profesional con insights accionables y comparaciones entre ciudades.
Fuentes	Revisa: • Páginas web de bolivia y latinoamerica • Publicaciones académicas de Bolivia • Revistas • Informes y estudios del sector
Formato de Salida o entrega	Presenta el resultado en formato informe con: 1. Resumen ejecutivo 2. Análisis del consumidor por ciudad 3. Análisis competitivo 4. Tendencias del mercado 5. Oportunidades estratégicas