

DOSSIER DE MEDIOS



LA BOTICA
DE LOS PERFUMES

CUIDARSE A BUEN PRECIO ES NATURAL



laboticadelosperfumes.com



laboticadelosperfumes.com

EXPERTOS EN PERFUMES

La Botica de los Perfumes es una de las principales franquicias de venta y distribución de perfumería monomarca en España, cuenta con un gran número de tiendas especializadas. Además de perfumería, La Botica también ofrece productos de cosmética natural, ambientación para el hogar y una nueva línea de cosmética sensual "Secret Play".

El modelo de negocio desarrollado, basado en la innovación, la calidad y la alta rentabilidad, junto con la rápida respuesta a las demandas del mercado, han permitido su vertiginosa expansión y una excelente acogida entre los consumidores, gracias a su concepto comercial asequible para todos los públicos.

La Botica de los Perfumes nace en abril de 2011, tras abrir su primera tienda en Mérida (suroeste de España). Desde ese momento y tras la espectacular acogida, se decide comenzar la expansión del negocio a través del modelo de franquicia.



PRODUCTOS LA BOTICA

El éxito de este negocio radica en la gran calidad de sus productos. Las tiendas de La Botica de los Perfumes ofrecen más de 100 fragancias femeninas, masculinas e infantiles, así como colonias frescas. La continua actualización y mejora de su oferta cumple con las exigencias de sus clientes.

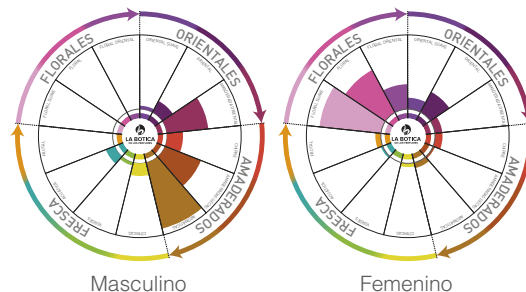
A su amplia oferta de fragancias se une la cosmética natural, con líneas de cuidado para cada tipo de piel, elaboradas a base de principios activos naturales (argán, aloe vera, rosa mosqueta, caléndula, manteca de karité...), aceites naturales puros (árbol de té, argán, semillas de higo chumbo, rosa mosqueta, almendras dulces, coco), jabones naturales (Alepo, arcilla, propóleo, aceite de oliva, etc.) así como desodorantes, línea de cuidado para la ducha, arcillas naturales... hasta completar un total de más de 4.000 productos en su stock incluyendo la ambientación para el hogar y su línea más reciente de cosmética sensual "Secret Play".



EL CÓDIGO DE LA BOTICA

La Botica de los Perfumes ha creado una innovadora herramienta para la clasificación de sus fragancias en función de la familia olfativa. Así se facilita al cliente la elección de los perfumes y ofrece una información extra, un aprendizaje del mundo olfativo, que aumenta el valor añadido de la experiencia de compra en tienda.

Para facilitar la diferenciación y reconocimiento visual, toda la gama de fragancias lleva una identificación por colores según su familia y subfamilia olfativas. De esta manera se permite relacionar unas con otras y así el cliente puede seleccionar aquella más acorde a su gusto, con una simple visual del lineal de fragancias.



EXPERIENCIA DE COMPRA

¡Porque lo que importa es la esencia! Y por eso, logran una experiencia de compra memorable, que se resume en tres sencillos pasos:

[1] Descubriendo cuál de las cuatro familias olfativas es la que más se adapta a la personalidad olfativa del cliente.

[2] Seleccionando una de las subfamilias olfativas que acoten la gama de perfumes que se ajusten a sus preferencias.

[3] Experimentando con las diferentes fragancias de la misma subfamilia, hasta encontrar aquella que le transmita su verdadera esencia.



MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de La Botica de los Perfumes se basa en un alto control en todos los procesos: fabricación, logística, venta y marketing. La estructura fuertemente centralizada, dirige todas sus fases hacia el cliente, ya sea franquiciado o final.

Concepto

En la Botica de los Perfumes son expertos en la venta de perfumería, de excelente calidad y larga duración, junto a otros productos de cosmética y aromas naturales. Como franquicia, se eliminan los inconvenientes de emprender en solitario, potenciando las ventajas de ofrecer un modelo de negocio contrastado y de éxito.

Fabricación

Una parte fundamental para garantizar la calidad de sus productos es llevar a cabo un importante control sobre las materias primas y el proceso de fabricación.

Emplean esencias naturales o vegetales, priorizando materias primas libres de todo producto sintético.

Las líneas de cosmética natural de La Botica de los Perfumes están elaboradas con principios activos de origen natural, con amplios beneficios para la piel.

Con una apuesta decidida por la elaboración de productos con materias primas naturales, a base de flores y plantas, que rescatan recetas tradicionales de belleza. Su cosmética y aromas están elaborados con seriedad y compromiso, más propios de la ciencia que del arte y las modas.

Logística y Distribución

Toda la producción se recibe en el centro logístico situado en Mérida, desde donde se distribuye a cada una de las Boticas con una frecuencia regular.

Su sistema está totalmente informatizado, de modo que el franquiciado conoce en todo momento dónde se encuentra su pedido. Además, la rápida organización permite que dichos pedidos sean entregados entre 48 y 72 horas, en cualquier punto de la península.

Cada nueva apertura, no cierra un proceso, sino que abre uno nuevo. Desde ese momento, la tienda especializada se convierte en un punto de recogida de información del mercado, de los clientes, demandas, tendencias, etc...

LÍNEAS COMERCIALES

Con el objetivo de pormenorizar su acercamiento a diferentes segmentos de la población, el grupo La Botica de los Perfumes cuenta con dos líneas comerciales de distribución de sus productos. Ambas comparten un mismo enfoque comercial y de gestión: ser líderes a través de un modelo de negocio común, con vocación de alcanzar la mayor presencia posible en los países donde se ubiquen.



Es la matriz del grupo, cuya primera tienda se abrió en el año 2011 en Mérida (Badajoz).

Su presencia y proyección internacional permite concluir que no existen fronteras que impidan compartir la misma cultura de un producto de cuidado y belleza de calidad, con un precio asequible. La nueva forma de compra inteligente.

Su modelo se caracteriza por las continuas renovaciones de productos y un diseño muy cuidado de sus tiendas, sus escaparates e interiorismo, situadas en las principales arterias comerciales.

Una línea de negocio ideada para poblaciones de gran tamaño, superiores a los 15.000 habitantes.



Creada en el año 2015. Su concepto de venta se centra en poblaciones de menor tamaño, de hasta 15.000 habitantes. Las Boticas Petite tratan de acercar los productos de nuestro grupo a un mayor rango de clientes potenciales.

La flexibilidad de esta nueva línea comercial, permite adaptar las tiendas a las necesidades del emprendedor, con una inversión adaptada al área y demanda a la que se dirige. Una concentración que permite explotar un modelo de negocio muy competitivo.

La Botica Petite cuenta con una imagen corporativa con identidad propia, pero fuertemente relacionada con la matriz. Tanto el diseño, como los escaparates e interiorismo son muy cuidados, adecuando los mismos a espacios menores de 25 m².

La inversión para la puesta en marcha de una tienda tipo de La Botica de los Perfumes® asciende aproximadamente a 21.990 € + Impuestos, para La Botica de los Perfumes® Clásica/Premium y 14.900 € + impuestos para La Botica de los Perfumes® Petite.



FRANQUICIAS LA BOTICA

Con el objetivo de crecer y acercar a los clientes todos nuestros productos, respetando la independencia del emprendedor y empresario, La Botica de los Perfumes basa su modelo de negocio en las franquicias.

De esta forma, bajo un mismo enfoque comercial, cada una de las tiendas funciona con dirección y equipos diferentes, completamente autónomos en la gestión de su propio negocio y en la administración de sus recursos.

No obstante, el hecho de pertenecer al grupo adquiere una relación más estrecha con la Central, de modo que se llevan a cabo supervisiones que garantizan la homogeneidad del negocio y comprueba el estado tanto de las tiendas como de los propios franquiciados, siempre para garantizar la máxima calidad al cliente y el mejor servicio a los asociados.

La Central marca la política de marketing y promociones, aportando estudios completos y análisis de tendencias de consumo, productos, comportamientos, etc., y orienta la dirección del grupo en su conjunto, garantizando la sostenibilidad del mismo.

Toda esta red reporta un gran número de sinergias organizativas y de gestión, pudiendo cada Botica concentrar sus esfuerzos en el desarrollo de su negocio, sabiendo que posee una matriz detrás que soporta y cubre de posibles inconvenientes, y trabaja por el éxito del negocio.

La Central de La Botica de los Perfumes o matriz, es la responsable de los servicios centrales corporativos, es decir, facilita el crecimiento tanto nacional como internacional, gestiona la tecnología logística, política de productos y proveedores, desarrollo de estrategias comerciales, etc.



EL VALOR DE LA MARCA

Nuestra marca La Botica de los Perfumes® es reconocida por nuestros clientes como sinónimo de la mayor calidad al mejor precio, consiguiendo que vean satisfechas sus necesidades implícitas y explícitas.

El elemento distintivo de la marca es la propia tienda, un espacio diseñado para atraer la atención del público, de un aspecto muy cuidado y confortable. Donde la amplia variedad de productos, tanto perfumes como cosmética y aromas, pueden descubrirse en un vistazo, invitando a comprobar su calidad demostrada.

Su estilo de comunicación visual ayuda a transmitir el compromiso con sus clientes. De esta forma, hacen especial hincapié en la homogenización de todos los establecimientos.

Su imagen es fresca, limpia y actual, utilizando una combinación cromática basada en lo natural, que atrae a los consumidores y les invita a disfrutar de un espacio agradable.

Otra seña de identidad de su marca son las frascas dispensadoras de perfumes, envases de cristal de 2 litros de capacidad con un grifo por donde se expenden los frascos de venta al público. Un elemento distintivo que se asemeja a las utilizadas en las antiguas boticas.

RESPONSABILIDAD

SOCIAL *Corporativa*

Las sociedades actuales reclaman una mayor implicación de sus empresas en el buen funcionamiento de las mismas. Por ello, La Botica de los Perfumes posee la capacidad de escuchar los intereses de sus diferentes grupos de interés e incorporarlos en el planteamiento de sus actividades, es decir contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados, pero también de la sociedad en general y el medio ambiente.

El compromiso social se concreta en el desarrollo de actividades de mecenazgo y acción social, realizadas por la propia empresa o a través de la colaboración con organizaciones sociales.



LA BOTICA

SOLIDARIA

Uno de los principales retos que se imponen como empresa en La Botica de los Perfumes es disminuir las diferencias existentes y ayudar directamente a quienes más los necesitan. De esta inequívoca voluntad nace La Botica Solidaria, un proyecto surgido de sus convicciones, y desde donde dan cobertura y promoción a cuantas campañas, iniciativas o propuestas se creen para conseguir los fines solidarios anunciados.



¡UNA FRANQUICIA MUY RECONOCIDA!



MEJOR
FRANQUICIA DEL AÑO



MEJOR
COMERCIO DEL AÑO



FRANQUICIA
MÁS DESTACADA



MEJOR
SOPORTE TECNOLÓGICO



MEJOR
Pyme



PREMIO A LA
EXCELENCIA EMPRESARIAL
PREMIO 2019



MEJOR ATENCIÓN
AL FRANQUICIAO



PREMIO A LA
MEJOR FRANQUICIA



MEJOR FRANQUICIA
DEL MUNDO - FINALISTA 2014



PREMIO I+D+i
MEJORES AL FRANQUICIAO



MEJOR
EMPRESA EXTREMEÑA



PREMIO EMPRESARIAL
ABRIENDO MERCADOS



PREMIO NACIONAL
DE COMERCIO INTERIOR



ESTRELLA DE ORO
A LA EXCELENCIA



MEDALLA DE ORO
A LA IMAGEN DE MARCA



COMERCIO del año
España
2017 - 2018

laboticadelosperfumes.com

The logo for 'boticare' features the brand name in a lowercase, serif font. A stylized leaf icon is positioned above the 'i' in 'care'.

The logo for 'ATHINIA' consists of a laurel wreath icon above the word 'ATHINIA' in a serif font.

The logo for 'iriside' features a stylized eye icon above the word 'iriside' in a lowercase, cursive font.

The logo for 'IMPERIVM' features a laurel wreath icon above the word 'IMPERIVM' in a serif font.

The logo for 'LA BOTICA' features a stylized circular icon with a leaf-like shape inside.
LA BOTICA
DE LOS PERFUMES

SEDE CENTRAL FRANQUICIA:
Pol. Ind. El Prado. C/ Granada, 10. Naves 5 y 6.
Tif.: +34 924 049 699 - Fax: +34 924 388 035
06800 Mérida. Badajoz. España