

# Las fragancias low cost de La Botica de los Perfumes en busca de nuevos mercados

La Botica de los Perfumes avanza en su expansión nacional con el objetivo de las 150 tiendas especializadas en España y la implantación en el sur de Europa, Latinoamérica y EEUU.

Más de 125 tiendas especializadas repartidas por la geografía española, 15 millones de euros facturados en 2013, cerca de 400 empleos creados y tan sólo 3 años de andadura. Con estos números presentamos a la franquicia La Botica de los Perfumes, una de las marcas líderes en el sector de la perfumería de marca blanca a granel.

Esta empresa extremeña ha venido para quedarse, así lo afirman sus responsables de expansión que continúan trabajando para que los resultados en este año sean aún mejores, con el objetivo de alcanzar los 150 puntos de venta operativos y el salto al mercado internacional con la apertura de la primera tienda en Portugal.

Esta joven enseña ha apostado por un modelo de negocio en el que prima el servicio al franquiciado, con una facturación media que supera los 120.000 euros y una rentabilidad de la inversión de entre 12 y 24 meses. Por 21.500 euros más IVA y sin canon de entrada ni royalties, cualquier inver-



sor puede depositar su dinero en un negocio de éxito, que viene avalado por sus propios franquiciados, que cuentan con una zona de exclusividad de hasta 2,5 km.

Es destacable que esta franquicia está presente en las principales ciudades de España, centrandose su expansión en Comunidad Valenciana y Cataluña. Hasta ahora la expansión estaba dirigida a locales comerciales de entre 25 y 50 m2 situados en las principales calles comerciales o grandes super-

ficies en poblaciones superiores a 15.000 habitantes. Pero para que el acceso de inversores sea aún mayor La Botica de los Perfumes está introduciendo la figura de mall model o puestos móviles dentro de los Centros Comerciales, con una inversión más reducida y posibilidad de ser temporal.

El reto de esta franquicia es el mercado internacional. La entrada en el mercado luso es prácticamente una realidad, pero la llegada a Italia, Francia y Alemania o Reino Unido también es imminen-

te. El año 2015 se presenta como una apuesta por la implantación de La Botica de los Perfumes en el sur de Europa y el acceso al mercado latinoamericano y de EEUU, con negociaciones que ya están dando sus primeros pasos.

La clave del éxito de esta franquicia de perfumería es el servicio integral que ofrece al franquiciado, así como la calidad de sus productos, con más de 160 fragancias (femeninas, masculinas e infantiles), clasificada por familias olfativas (floral, oriental, amaderada y fresca), facilitando así la elección al consumidor y aportando información de calidad.

La Botica de los Perfumes también ofrece fragancias para el hogar o el vehículo, para sus mascotas, así como esencias, cosmética natural y todo lo referente a los aromas.

