



CASO: PERFUMANÍA BIBI´S

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE
MERCADO Y PLAN DE COMUNICACIÓN
PARA REPOSICIONAR PERFUMANÍA BIBI´S

Director de proyecto:

Ec. Hugo García

Integrantes:

Soraya Montalvo Morocho

Rossana Ricaurte Párraga

Byron Yungán Martínez



INDICE

- I. Información de la empresa
 - II. Investigación de mercados
 - III. Plan de comunicación
 - IV. Estudio financiero
 - V. Conclusiones y recomendaciones
-

PERFUMANÍA BIBI'S





INVESTIGACIÓN DE MERCADO



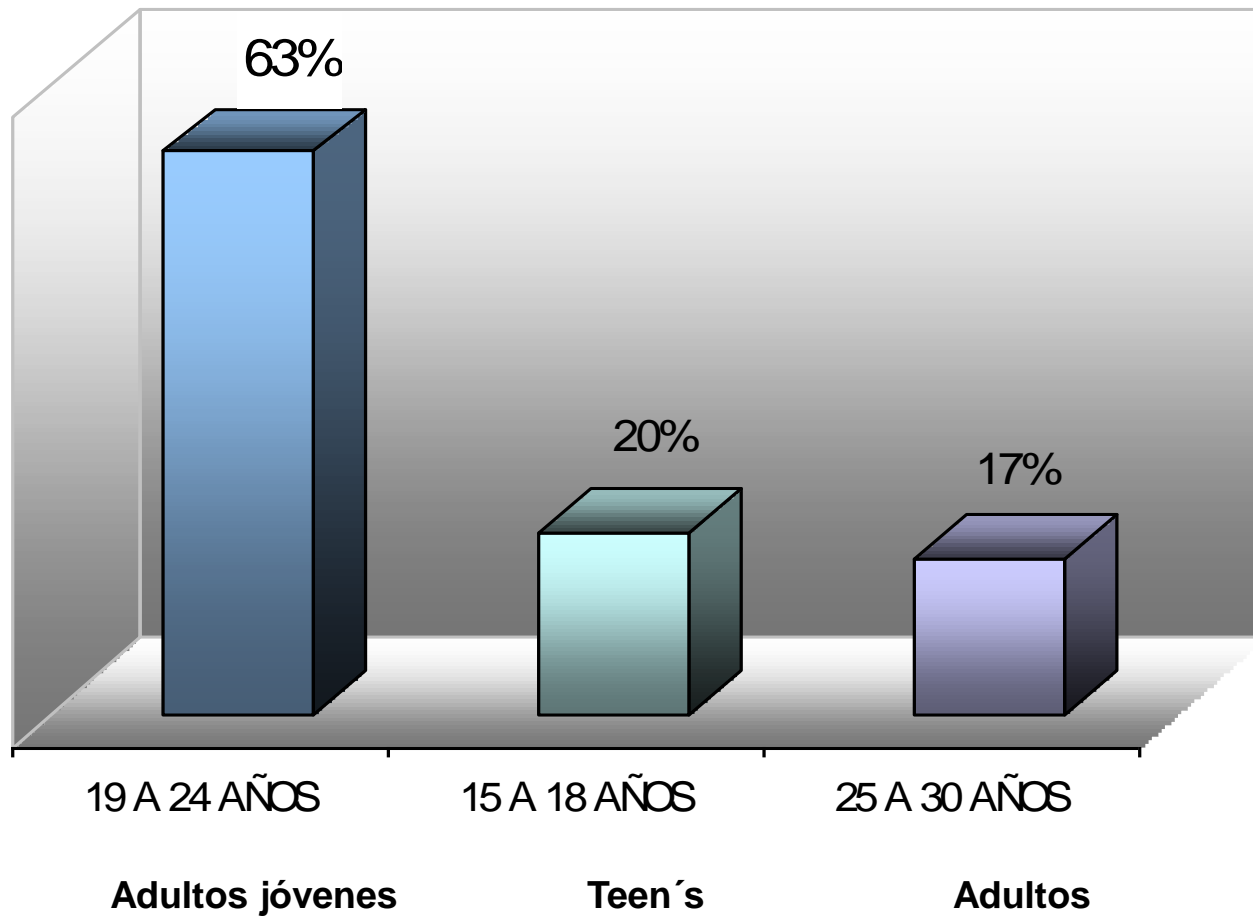
INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA



FICHA TÉCNICA

UNIVERSO	MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS
TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	MUESTREO ALEATORIO SIMPLE
TAMAÑO MUESTRAL	272 ENCUESTAS
UNIDAD MUESTRAL	MUJERES ENTRE 15 Y 30 AÑOS QUE HAN COMPRADO EN LA EMPRESA
ÁMBITO GEOGRÁFICO MUESTRAL	GUAYAQUIL
NIVEL DE CONFIANZA	90% ($p=q=0.5$)
ERROR MUESTRAL	5%
FECHA DE REALIZACIÓN DEL ESTUDIO	DESDE 25/07/06 HASTA 15/08/06

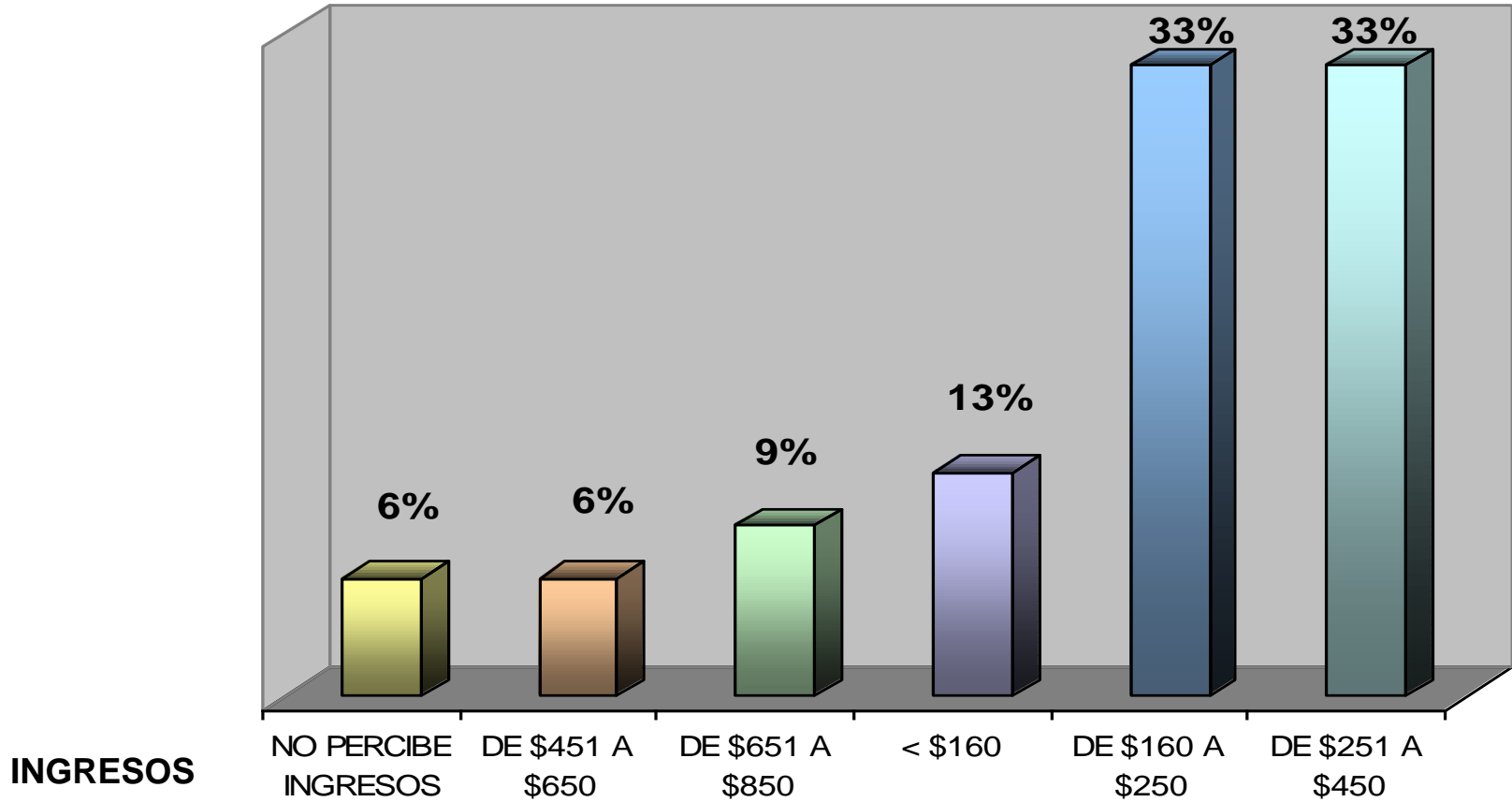
SEGMENTACIÓN



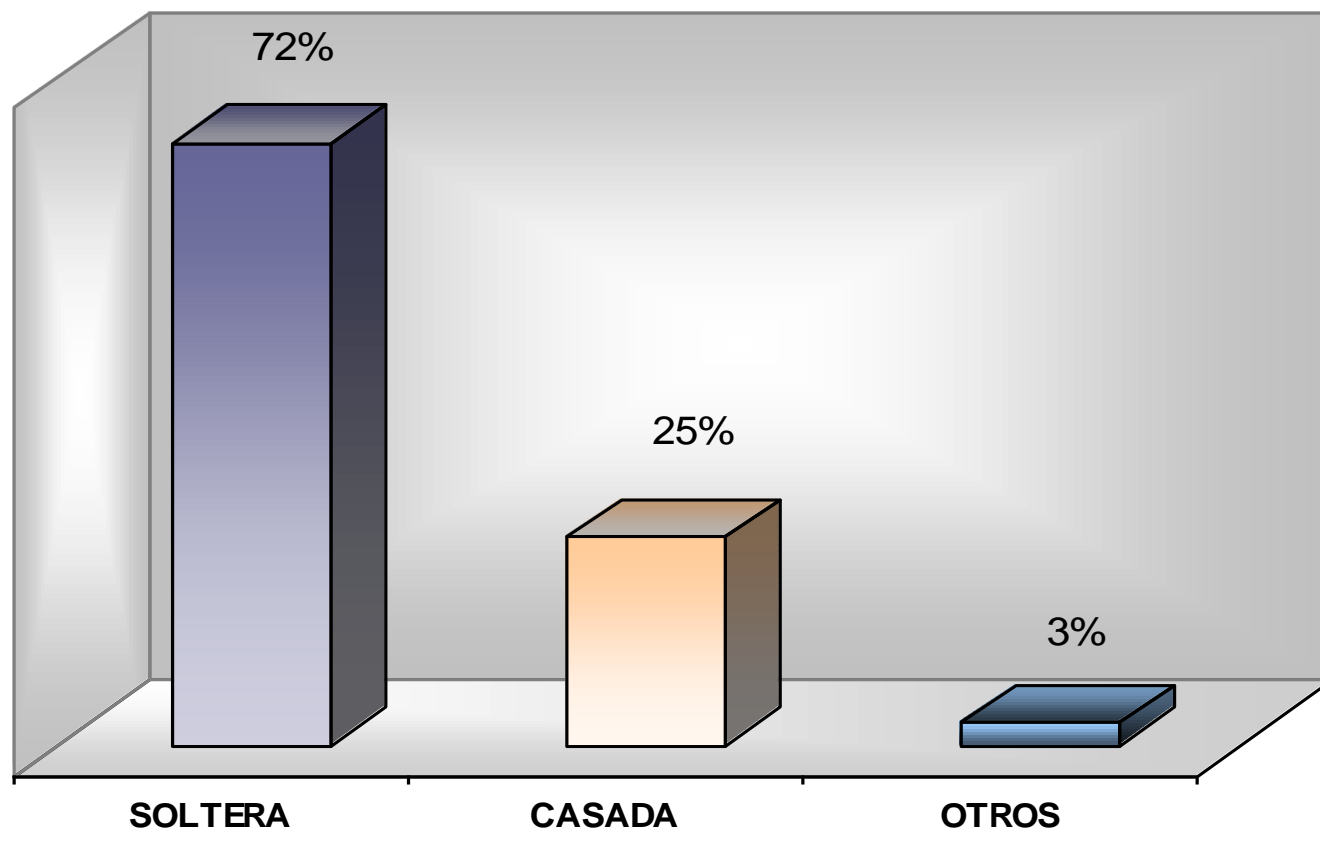
EDADES

Muestra 272.

SEGMENTACIÓN



SEGMENTACIÓN



ESTADO CIVIL

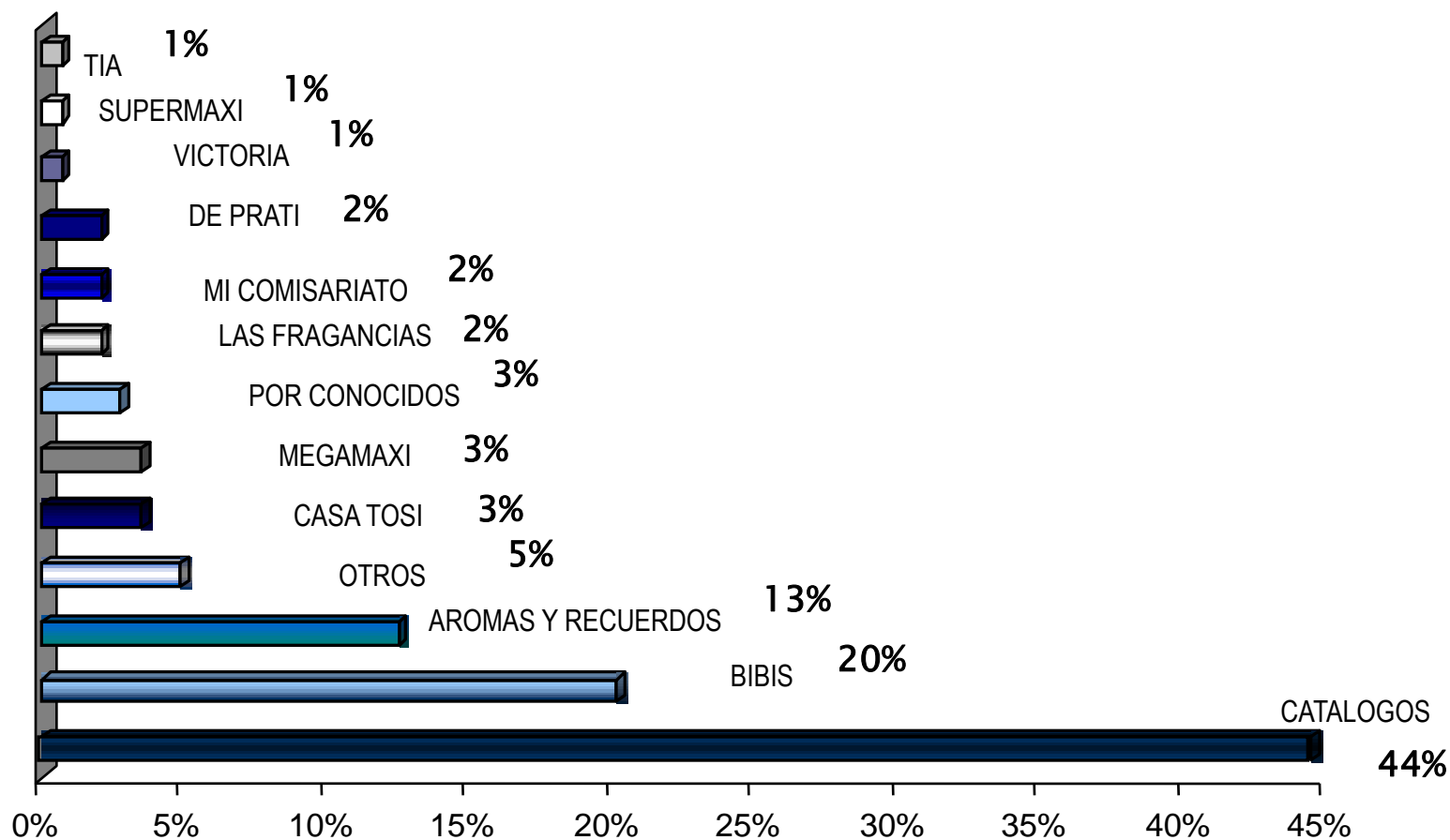
SOLTERA

CASADA

OTROS

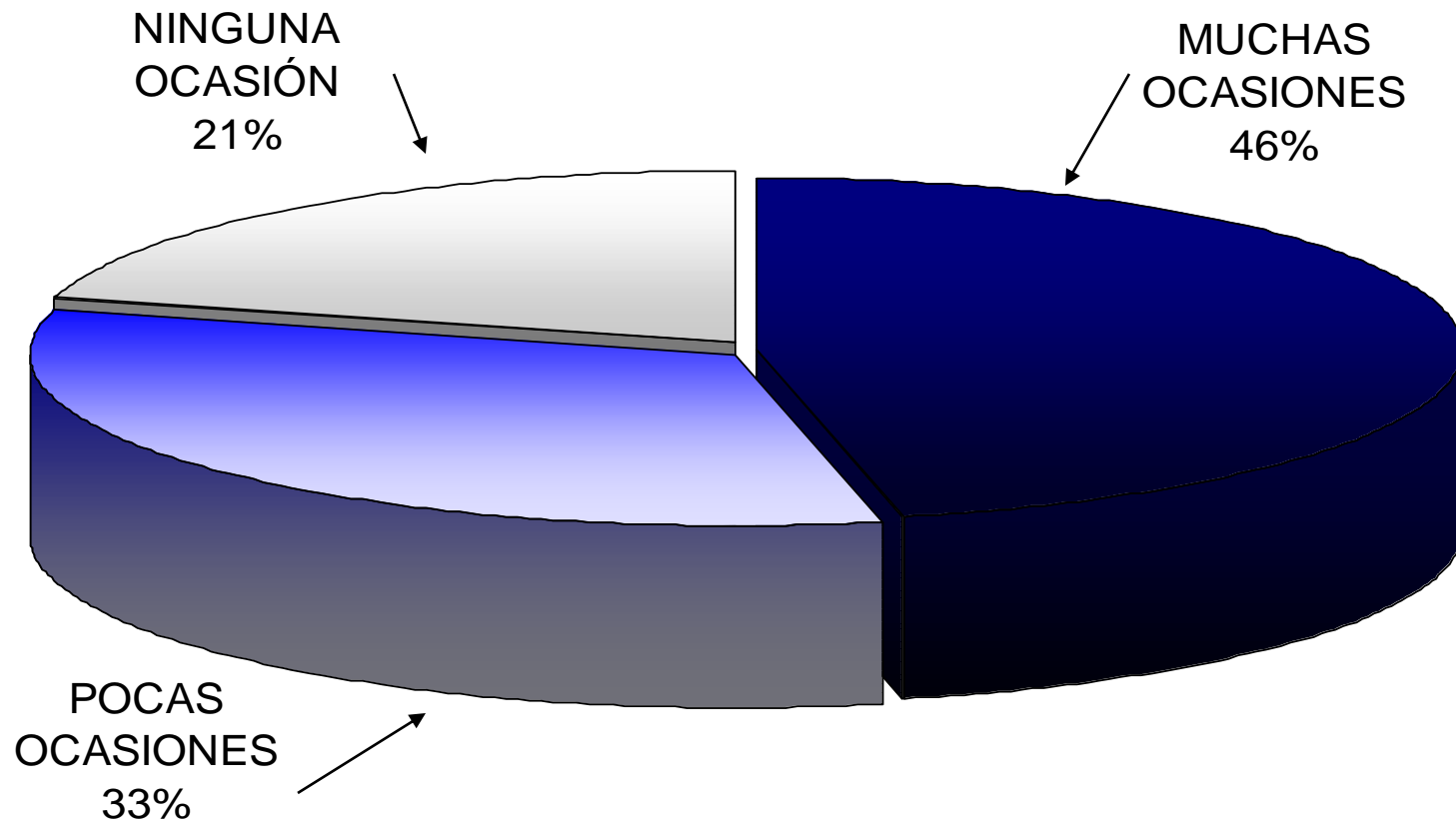
TOP OF MIND

1ª mención

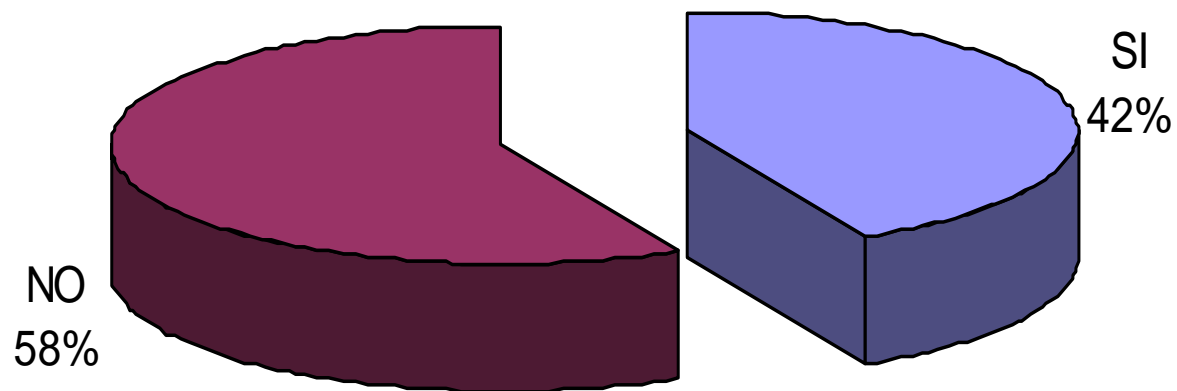


Muestra 272. Segmentación: general. NSE: media y baja.

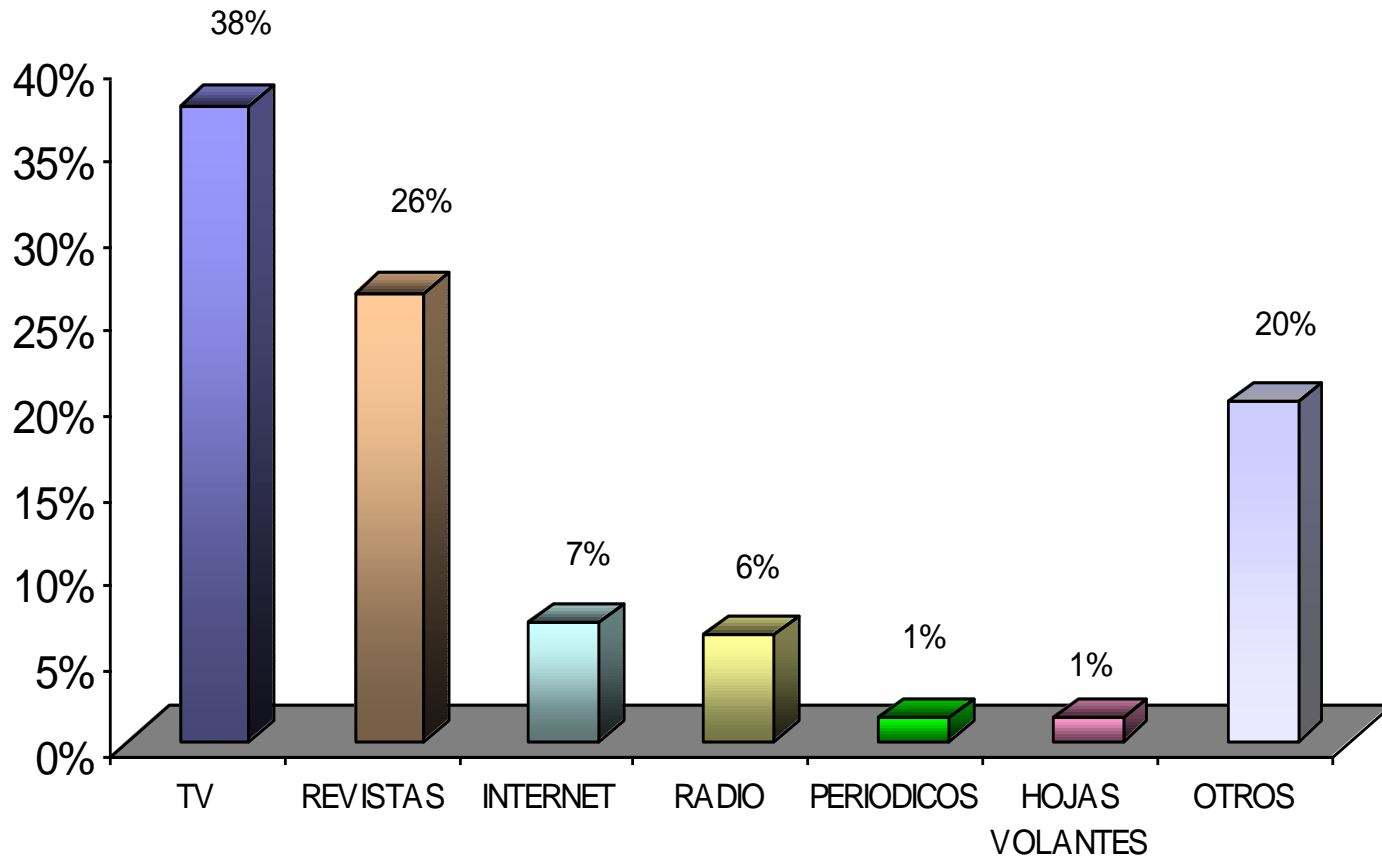
INFLUENCIA DEL ENVASE EN LA COMPRA DE UNA FRAGANCIA



VALOR ADICIONAL POR ENVASE



MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERIDO



Muestra 272. Segmentación: general. NSE: media y baja.

SELECCIÓN DE LOGOTIPO

OPCIÓN A

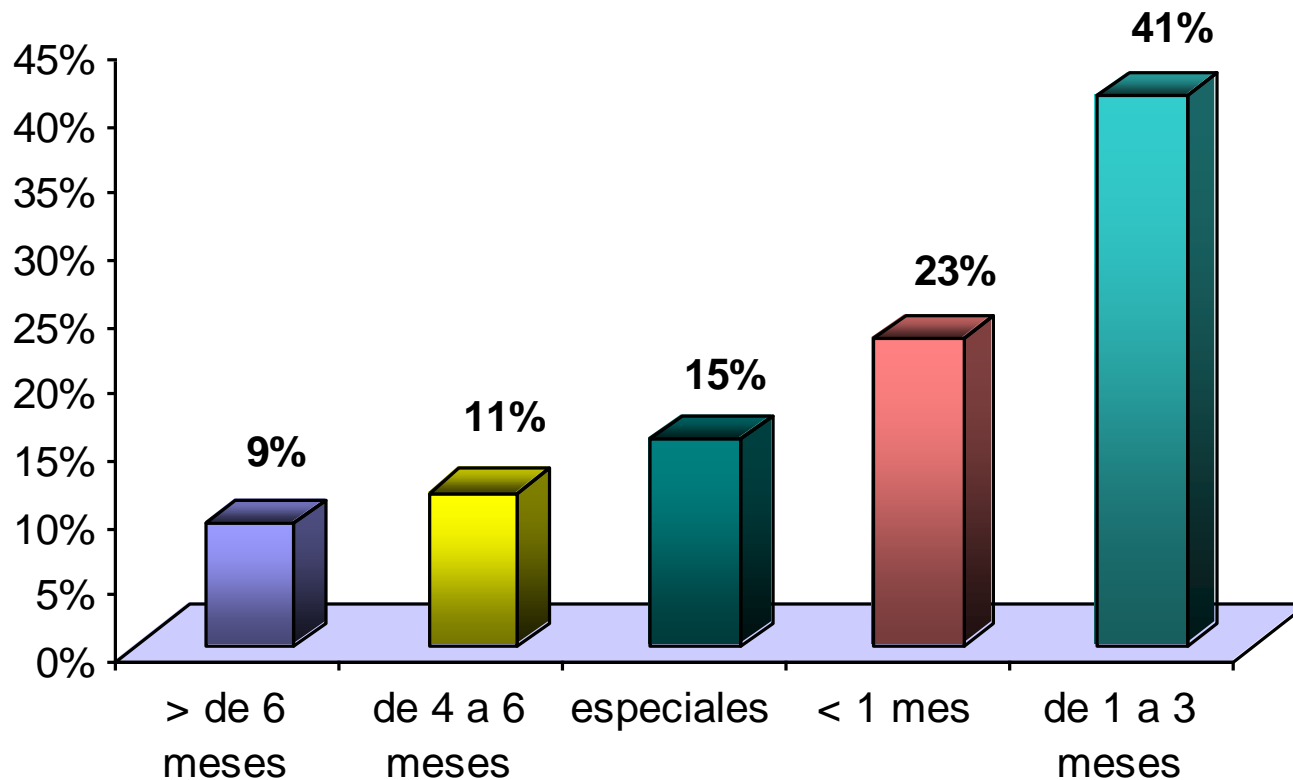
44%

OPCIÓN B

56%



FRECUENCIA DE COMPRA





INVESTIGACIÓN CUALITATIVA



FICHA TÉCNICA

TÉCNICA	EDAD	GÉNERO	PARTICIPANTES	RECLUTAMIENTO
FOCUS GROUP	15 A 18 AÑOS	FEMENINO	8	DIRECTO
FOCUS GROUP	19 A 25 AÑOS	FEMENINO	8	DIRECTO
ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	19 A 24 AÑOS	FEMENINO	3	DIRECTO



GRUPO OBJETIVO





ANÁLISIS DEMOGRÁFICO

Nuestro grupo objetivo son mujeres entre 24 a 30 años, de nivel socioeconómico medio típico, solteras, que viven en el norte, centro y sur de la ciudad de guayaquil respectivamente.

Normalmente adquieren nuestros productos en un rango de 2 a 3 meses, cuentan con un trabajo estable, lo que les permite complacerse con uno u otro capricho ya que perciben una remuneración económica entre \$250.00 a \$400.00

ANÁLISIS PSICOGRÁFICO





DRIVER

Perfumes de calidad que brinden confianza y que proyecten personalidad con la característica importante de que SU PRECIO es asequible

INSIGHT

“... Vivo lo que sueño, soy auténtica y todos lo saben”



PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN

- La empresa confunde a su consumidor
 - Acciones de comunicación mal empleadas
 - Falta de recordación de marca
-



OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

OBJETIVO PRINCIPAL

Desarrollar la recordación de la marca, destacando la personalidad de nuestro grupo objetivo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. **Comunicar la marca a través de diversas acciones de comunicación**
2. **Cambiar el eslogan, el empaque y usar una sola referencia comercial**
3. **Creación de la pagina Web**



REDISEÑO DEL LOGOTIPO

LOGOTIPO Y REFERENCIA COMERCIAL

Logo actual

Logo anterior



Perfumania
BiBi'S

BiBi'S
Perfumania

Perfumania BiBi'S

Perfumania BiBi'S

Perfumania
BiBi'S

Perfumania
BiBi'S

Perfumania
BiBi'S

Perfumania
BiBi'S



LOGOTIPO PROPUESTO

Perfumanía
BIBI'S 



ENVASE, EMPAQUE Y ENVOLTURA



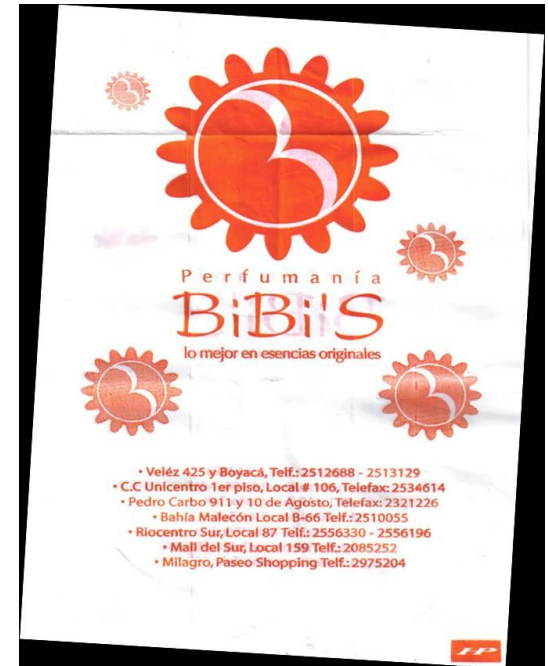
ENVASES ACTUALES



ENVASE PROPUESTO



EMPAQUE ACTUAL

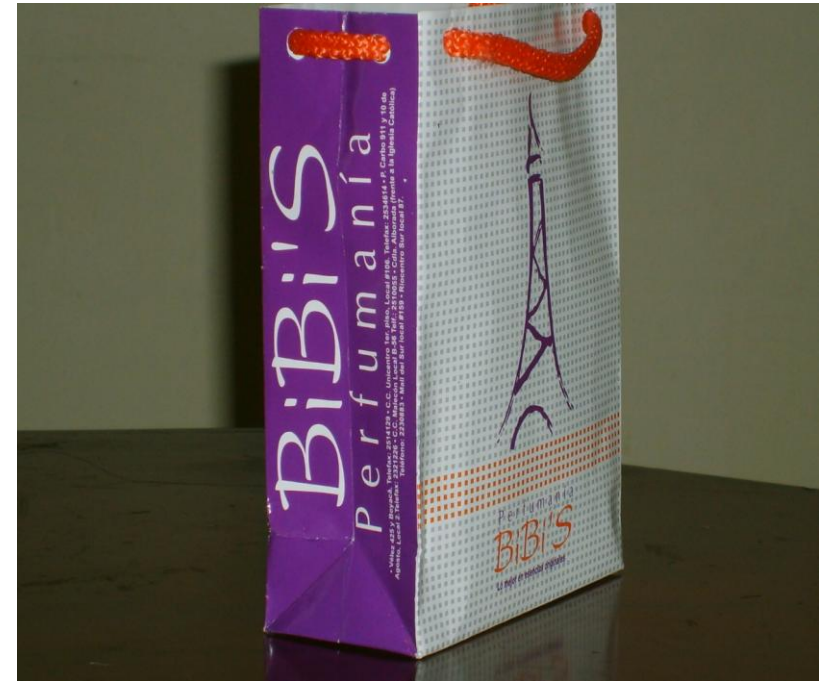


- Veléz 425 y Boyacá, Telf: 2512688 - 2513129
- C.C Unicentro 1er piso, Local # 106, Telefax: 2534614
- Pedro Carbo 911 y 10 de Agosto, Telefax: 2321226
- Bahía Malecón Local B-66 Telf: 2510055
- Riocentro Sur, Local 87 Telf: 2556330 - 2556196
- Mall del Sur, Local 159 Telf: 2085252
- Mitagro, Paseo Shopping Telf: 2975204

EMPAQUE PROPUESTO



Fundas para perfumes pequeños de 15 a 50 ml



Fundas para perfumes grandes de 60 a 100 ml

ENVOLTURA

**Cajas para envase pequeños.
Latas para envases grandes.**

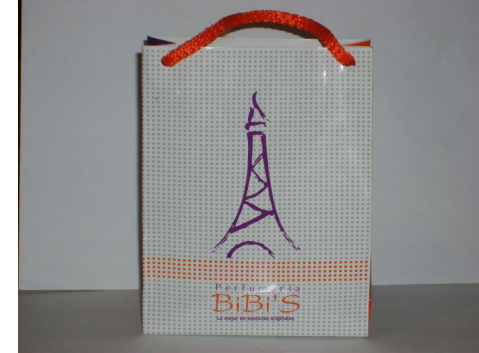




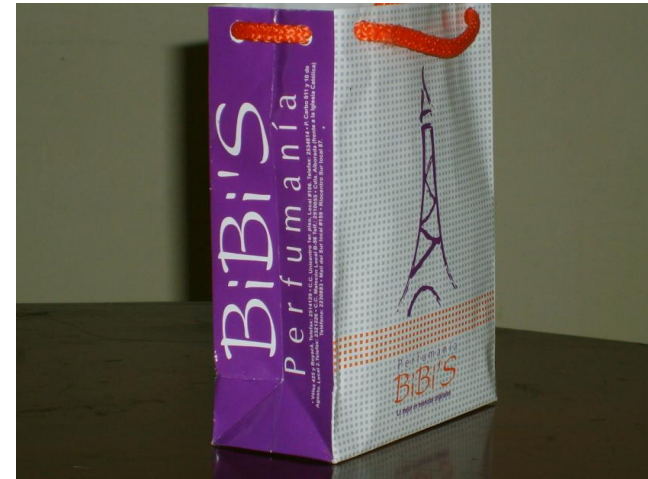
RENOVACIÓN DE LA IMAGEN

PROPUESTAS IMPLEMENTADAS

EMPAQUE ADOPTADO



EMPAQUE ANTERIOR



CONCEPTO CENTRAL DE COMUNICACIÓN

“Vive tu sueño”



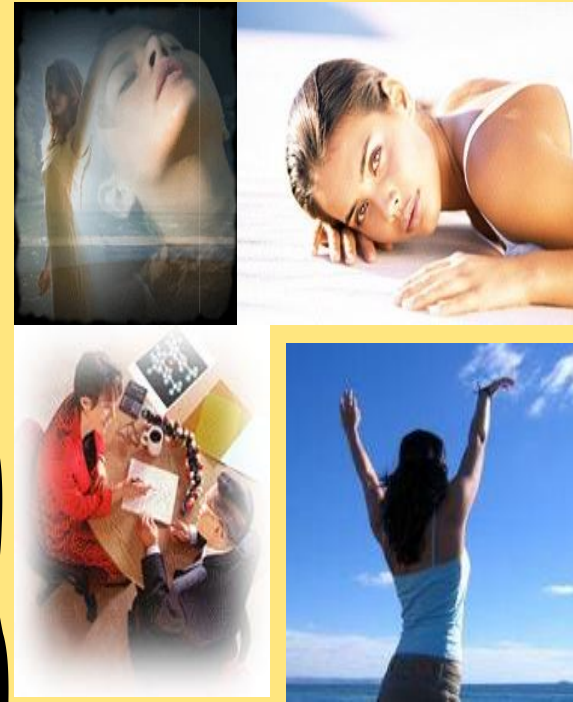
CONCEPTO CENTRAL CREATIVO

**DIVERSAS
FACETAS**



RACIONAL CREATIVO

ANALOGÍAS





ACCIONES DE COMUNICACIÓN

RELANZAMIENTO DE LA MARCA



Lugar: TEATRO MAAC

GIFT CERTIFICATE

- Distinción por género**
- Aumentar uso final del producto**
- Apoyo de canje**

Perfumania
BiBi'S

GIFT CERTIFICATE

Para : _____

De : _____

Guayaquil, _____ 200__

Para alguien que se merece lo mejor...
Perfumania Bibi's

Te da a ti este certificado que es
válido : _____

Firma Autorizada _____

Cod. _____

!FELIZ DIA!

Direcciones :
Vélez 425 y Boyacá, Telefax: 2513129
C.C. Unicentro 1er.Piso, Local #106, Telefax: 2534614
P. Carbo 911 y 10 de Agosto, Local 2, Telefax: 2321226
C.C. Malecón Local 8-66 Telf: 2510055
Riocentro Sur Local 87 Planta Alta, Teléfono: 2556330
Mall del Sur Local 159 Planta Alta, Teléfono: 2556196

Perfumania
BiBi'S

GIFT CERTIFICATE

Para : _____

De : _____

Guayaquil, _____ 200__

Para alguien que se merece lo mejor...
Perfumania Bibi's

Te da a ti este certificado que es
válido : _____

Firma Autorizada _____

Cod. _____

!FELIZ DIA!

Direcciones :
Vélez 425 y Boyacá, Telefax: 2513129
C.C. Unicentro 1er.Piso, Local #106, Telefax: 2534614
P. Carbo 911 y 10 de Agosto, Local 2, Telefax: 2321226
C.C. Malecón Local 8-66 Telf: 2510055
Riocentro Sur Local 87 Planta Alta, Teléfono: 2556330
Mall del Sur Local 159 Planta Alta, Teléfono: 2556196

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

- **Canje (empresas de electrodomésticos)**
- **Juego del amigo secreto**



Empresas: Grupo Isaías, Grupo Nobis, Grupo Quirola, etc.

AUSPICIO DE EVENTOS

CONCIERTOS

- Kermés de colegios, playa**
- Publicidad**
- Testeo de productos**



AUSPICIO DE EVENTOS

DESFILES DE MODA

- **Montañita Fashion Week**
- **En centros comerciales con locales de BIBI'S**
- **Testeo de productos**



AUSPICIO DE EVENTOS

CERTÁMENES DE BELLEZA

- Empresas
- Testeo de productos



REGALOS ESPECIALES

TEMPORADA PLAYERA



SAN VALENTÍN



DÍA DE LA MADRE



REGALOS ESPECIALES

CALENDARIOS

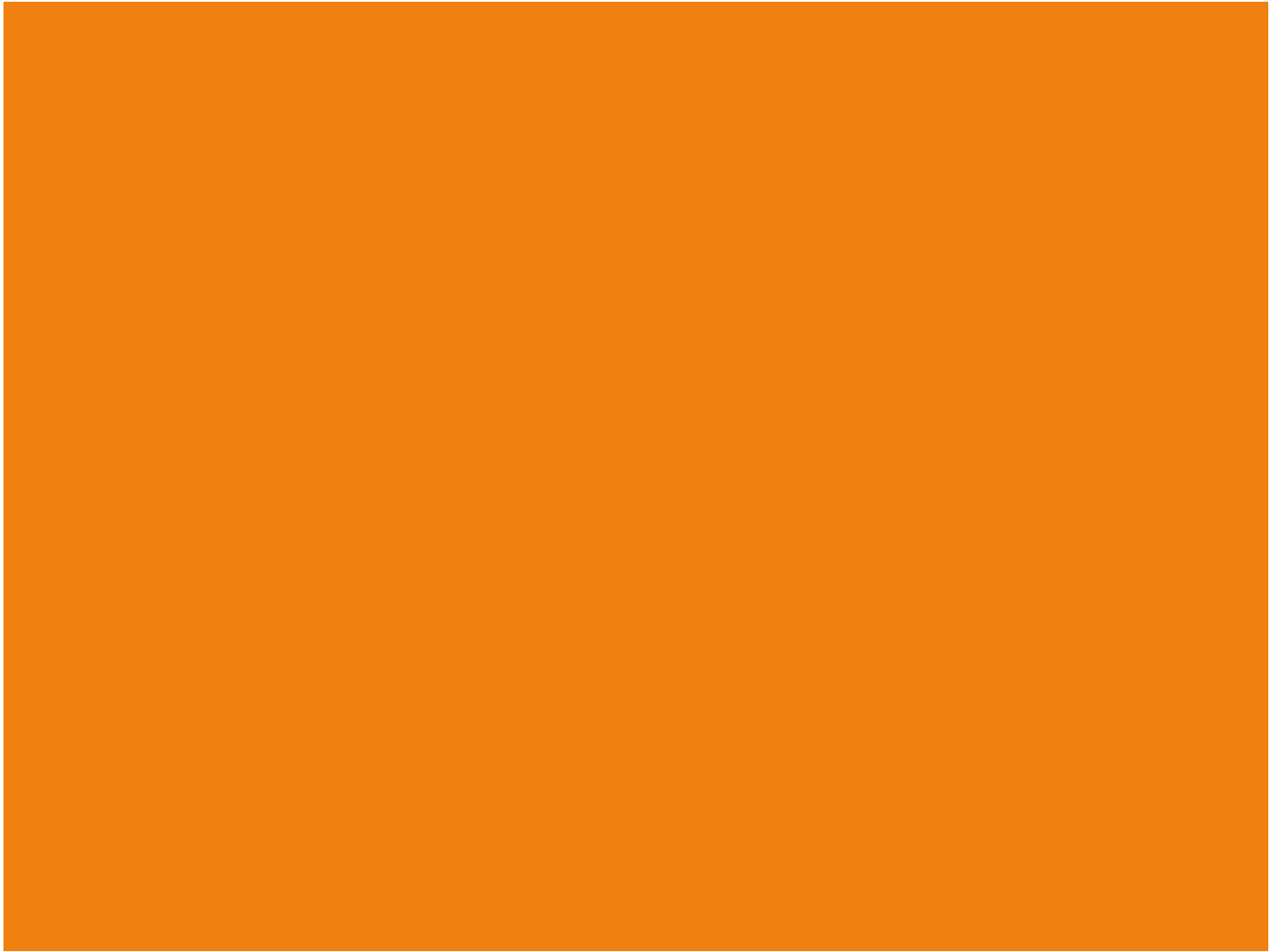


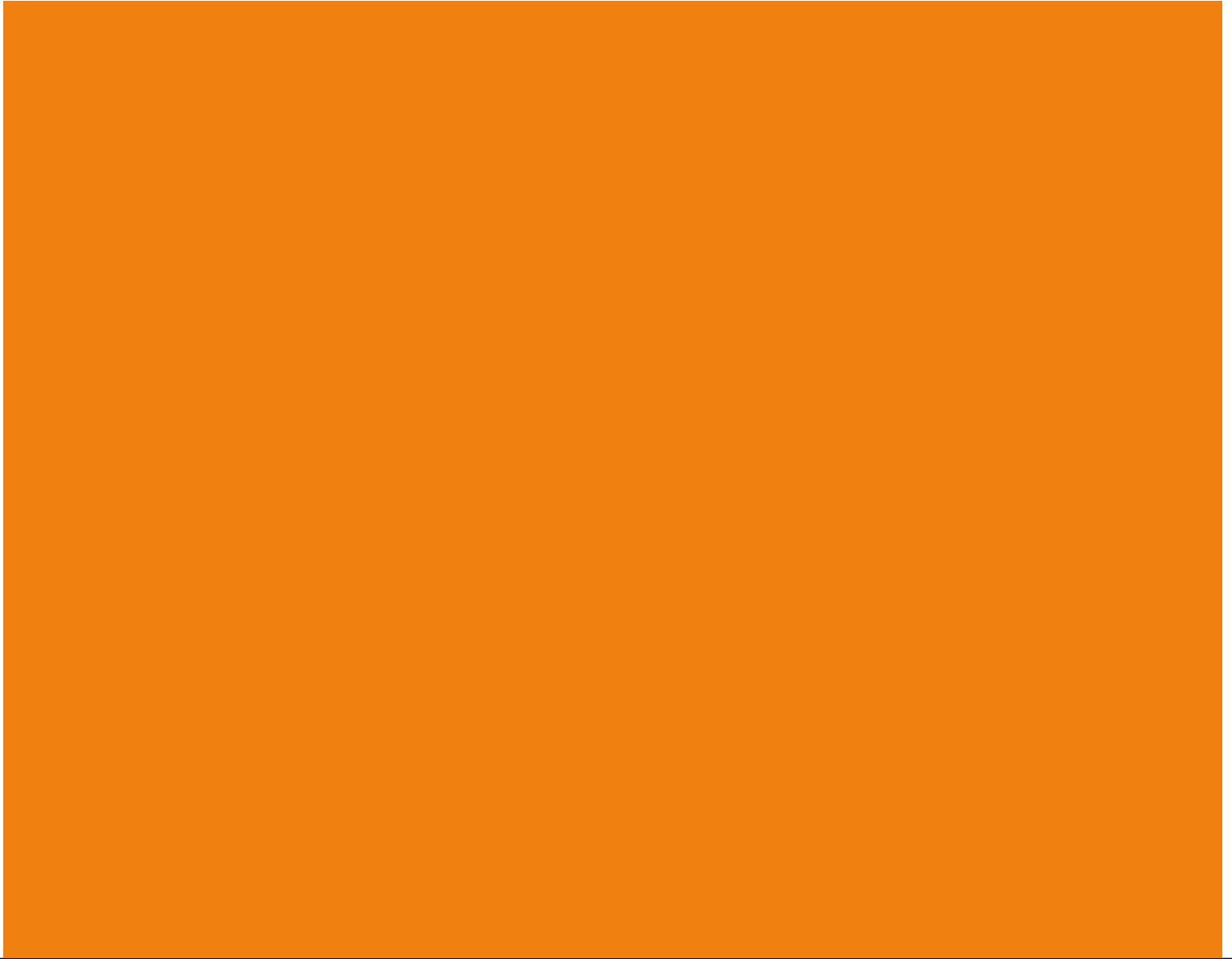


MEDIOS DE COMUNICACIÓN



PROPUESTAS PARA TELEVISIÓN





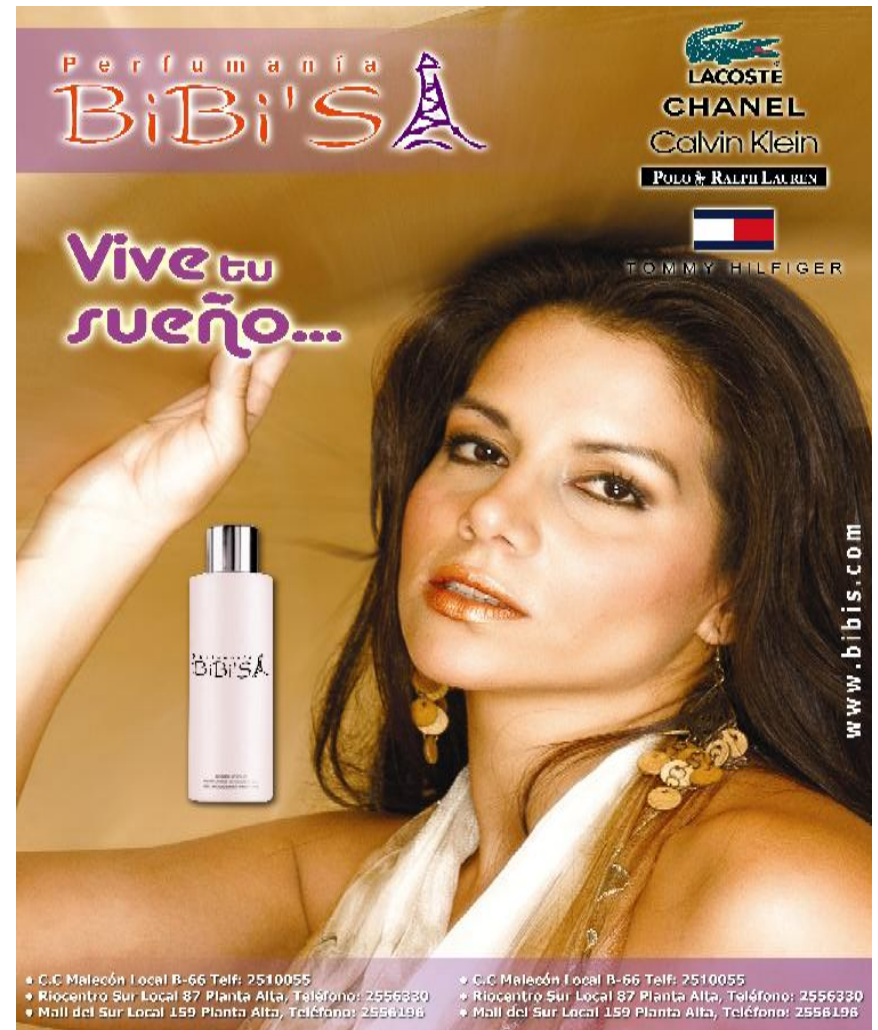




PROPUESTA PARA RADIO

[ESCUCHAR](#) AUDIO

**PAUTAJE
EN
REVISTAS
DE
ACTUALIDAD**



Perfumaria
BIBI'S

LACOSTE
CHANEL
Calvin Klein
POLO & RALPH LAUREN
TOMMY HILFIER

Vive tu
sueño...

www.bibis.com

• C.C. Malecón Local B-66 Telf: 2510055
• Riocentro Sur Local 87 Planta Alta, Teléfono: 2556330
• Mall del Sur Local 159 Planta Alta, Teléfono: 2556198

• C.C. Malecón Local B-66 Telf: 2510055
• Riocentro Sur Local 87 Planta Alta, Teléfono: 2556330
• Mall del Sur Local 159 Planta Alta, Teléfono: 2556198



IMPLEMENTACIÓN DE WEB SITE

[Ver web real](#)

**PUBLICIDAD
EN
SITIOS
ALTERNATIVOS
(SIT & WATCH)**

**Vive tu
sueño...**



**Encuentralos en los principales centros comerciales
www.bibis.com**

PUBLICIDAD EN BUSES DE LA METROVÍA



Perfumanía
BiBi'S

**Vive tu
sueño...**

**Encuentralos en los principales
centros comerciales
www.bibis.com**

**PUBLICIDAD
EN
ESTADOS
DE
CUENTA**

LACOSTE
CHANEL
Calvin Klein
POLO * RALPH LAUREN
TOMMY HILFIGER

Perfumania
Bibi'S

PRESENTA ESTE
AVISO Y OBTEN EL
**10% DE
DESCUENTO
EN TUS COMPRAS**

**Vive tu
sueño...**

www.bibis.com

- C.C Malecón Local 8-66 Telf: 2510055
- Riocentro Sur Local 87 Planta Alta, Teléfono: 2556330
- Mall del Sur Local 159 Planta Alta, Teléfono: 2556196
- C.C Malecón Local 8-66 Telf: 2510055
- Riocentro Sur Local 87 Planta Alta, Teléfono: 2556330
- Mall del Sur Local 159 Planta Alta, Teléfono: 2556196

PUBLICIDAD DE BANNERS EN WEB SITE

Victor Emilio estrada 400 y
Av. Las lomas, segundo piso
Teléfono: 2888699



A banner for an iPod advertisement. It features a white iPod with a green 'new' ribbon in the top left corner. The text 'YA TIENES TU iPod' is written in orange and black, and 'Haz click aqui' is at the bottom in white on a black background.



A banner for Onnet internet service. It features the text 'AL CINE, ¿Navegando?' in a stylized font. Below it is a logo for 'onnet' with the tagline 'La Primera del País'.

C.C. Aventura Plaza, local # 43



A banner for Universidad Espíritu Santo. It features the text 'UEES' in large red letters, 'UNIVERSIDAD ESPIRITU SANTO' below it, and 'Formamos Profesionales' in a bold font on the right side.

» FARRAS EDUCATIVAS



A banner for 'Compu 2006' featuring the year '2006' in a stylized font, the word 'compu' in blue, and 'vida digital' below it. At the bottom, it reads 'XXV Feria Internacional de Informática, Software y Telecomunicaciones'.

Compu 2006 Vida Digital en Quito: Del 16 al 22 de octubre de 2006 en CEMEXPO ubicado en Av. Manuel Córdova Galarza Km. 9, de 11:00 a 21:00 público en general... +

» FASHION



A banner for Olga Doumet Couture. It features the text 'OLGADOUMET' and 'COUTURE' next to a portrait of a woman.

Olga Doumet y su Colección CHIC SAFARI 2006-2007: La colección esta inspirada en la lejana África y su entorno, donde se fusiona el Misticismo de su cultura ... +

www.farras.com
...te lo dice todo






A banner for Bibi's Perfumania. It features a portrait of a woman, the text 'Perfumania BiBi'S', and the slogan 'Vive tu sueño...'.



A banner for Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. It features a large red geometric logo and the text 'UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL'.

MAILING

		<input type="checkbox"/>	De	Asunto
	<input type="checkbox"/>	Carolina Martinez Be...	Conéctate y gánate un perfume	


Perfumanía
BiBi'S 

**CONÉCTATE A NUESTRA PÁGINA
Y GÁNATE GRATIS UN PERFUME DE CARTERA**

 Responde las preguntas acerca de
nuestra empresa y si aciertas... **YA GANASTE !!!**

datos para tu conexión :
Usuario : princesa_r2000@hotmail.com
Contraseña : luceritoybony

**Y entérate...
de nuestras nuevas fragancias!!**

Recomienda esta página a un amigo 

Tu Nombre	<input type="text"/>	Tu E-mail	<input type="text"/>
Su Nombre	<input type="text"/>	Su E-mail	<input type="text"/>
Su Nombre	<input type="text"/>	Su E-mail	<input type="text"/>
Su Nombre	<input type="text"/>	Su E-mail	<input type="text"/>
Su Nombre	<input type="text"/>	Su E-mail	<input type="text"/>
Su Nombre	<input type="text"/>	Su E-mail	<input type="text"/>

Mensaje



INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO



INVERSIÓN REQUERIDA

INVERSIÓN REQUERIDA

EVENTOS

RELANZAMIENTO DE MARCA (MAAC) Y FIESTA EN BARCO MORGAN	\$6.000,00
--	------------

ACCIONES DE COMUNICACIÓN

IMPLEMENTACION DEL NUEVO LOGO EN:

LOCALES	\$4.200,00
MATERIAL POP	\$1.500,00
ENVASES DE LOS FRASCOS	\$4.500,00
CATÁLOGOS	\$300,00

\$16.500,00

INVERSIÓN REQUERIDA

ACCIONES DE COMUNICACIÓN

DISEÑO DE PUBLICIDAD EN:

D. COMERCIALES DE TV	\$8.000,00
D. REVISTAS	\$100,00
D. COMERCIALES DE RADIO	\$250,00
D. PUBLICIDAD EN METROVÍA	\$100,00
D. PUBLICIDAD EN MEDIOS ALTERNATIVOS (SIT &WATCH)	\$100,00
D. PÁGINA WEB	\$2.000,00
D. GIFT CERTIFICATE	\$20,00
CONTRATACIÓN DE IMAGEN	\$5.000,00

\$15.570,00

INVERSIÓN REQUERIDA

ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA TODOS LOS MESES

COMERCIAL DE TV	\$10.000,00
REVISTAS	\$9.000,00
COM. DE RADIO	\$7.500,00
PUB. EN METROVÍA	\$4.000,00
PUB. EN MEDIOS ALTERNATIVOS	\$4.500,00
PUBL. DE BANNERS	\$2.000,00
ETIQUETAS PARA ENVASES	\$2.400,00
MAILINGS	\$1.600,00

\$41.000,00



FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO (Expresado en dólares americanos)

Tipo	Total de Financiamiento
Capital Propio	\$36,535.00
Préstamo Bancario	\$36,535.00
TOTAL	\$73,070.00

AMORTIZACION DE LA DEUDA

MONTO INICIAL	\$36.535,00
TASA	1,17%
PLAZO EN MESES	12

PERIODO	SALDO DE DEUDA	DIVIDENDO	INTERES	AMORTIZACION
NOVIEMBRE	\$36.535,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
DICIEMBRE	\$33.680,87	\$3.280,37	\$426,24	\$2.854,13
ENERO	\$30.793,44	\$3.280,37	\$392,94	\$2.887,43
FEBRERO	\$27.872,32	\$3.280,37	\$359,26	\$2.921,12
MARZO	\$24.917,13	\$3.280,37	\$325,18	\$2.955,20
ABRIL	\$21.927,46	\$3.280,37	\$290,70	\$2.989,67
MAYO	\$18.902,91	\$3.280,37	\$255,82	\$3.024,55
JUNIO	\$15.843,07	\$3.280,37	\$220,53	\$3.059,84
JULIO	\$12.747,53	\$3.280,37	\$184,84	\$3.095,54
AGOSTO	\$9.615,88	\$3.280,37	\$148,72	\$3.131,65
SEPTIEMBRE	\$6.447,69	\$3.280,37	\$112,19	\$3.168,19
OCTUBRE	\$3.242,54	\$3.280,37	\$75,22	\$3.205,15
NOVIEMBRE	\$0,00	\$3.280,37	\$37,83	\$3.242,54
TOTAL		\$39.364,47	\$2.829,47	\$36.535,00



ESTIMACIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS**DICIEMBRE****ENERO****FEBRERO****REMUNERACIONES**

GERENTE 1	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00
GERENTE 2	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00
GERENTE 3	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
ADMINISTRADORAS 6	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$100,00	\$100,00	\$100,00
LUZ	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00
AGUA	\$150,00	\$150,00	\$150,00
ARRIENDO	\$9.000,00	\$9.000,00	\$9.000,00
TELEFONO	\$250,00	\$250,00	\$250,00
FRECUENCIA DE RADIO	\$360,00	\$360,00	\$360,00
VENDEDORAS 12	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00
COMISIONES SOBRE VENTAS 0.7%	\$567,00	\$623,70	\$652,05

DECIMO (DICIEMBRE)**\$8.460,00****\$28.847,00****\$20.443,70****\$20.472,05**



	DICIEMBR	ENERO	FEBRERO	MARZO
GASTOS DE PUBLICIDAD Y MARKETING				
REGALOS Y PROMOCIONES				
IMPRESIÓN DE CALENDARIOS	\$540,00			
FOSFORERAS (Dic, jun)	\$1.080,00			
ESPEJOS (Diciembre)	\$900,00			
ENVOLTURAS (CAJAS)	\$2.700,00		\$2.700,00	
IMPRESIÓN DE GIFT CERTIFICATE	\$1.800,00		\$1.800,00	
LLAVEROS	\$180,00			
VIOLINISTAS (febrero)			\$600,00	
RAMOS DE FLORES (febrero)			\$27,00	
BOTONES		\$432,00	\$432,00	\$432,00
GORRAS		\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00
CAMISETAS		\$3.240,00	\$3.240,00	\$3.240,00
	\$36.047,00	\$26.275,70	\$31.431,05	\$26.304,05



FLUJOS DE CAJA

	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
INGRESOS		\$81.000,00	\$89.100,00	\$93.150,00
CANTIDAD POR C/100 ML		5400	5940	6210
PRECIO		\$15,00	\$15,00	\$15,00
COSTOS VARIABLES		\$21.600,00	\$23.760,00	\$24.840,00
GTOS ADM Y VENTAS		\$36.047,00	\$26.275,70	\$31.431,05
INTERES DEL PRESTAMO		\$426,24	\$392,94	\$359,26
UTILIDAD ANTES DE IMP		\$23.353,00	\$38.638,06	\$36.486,01
IMPUESTO DEL IVA		\$6.364,29	\$7.000,71	\$7.318,93
UTILIDAD NETA		\$16.988,71	\$31.637,34	\$29.167,08
IMP. RENTA		\$4.247,18	\$7.909,34	\$7.291,77
PARTICIP DE UTILID		\$2.548,31	\$4.745,60	\$4.375,06
RESERVA LEGAL		\$1.698,87	\$3.163,73	\$2.916,71
UTILIDAD LIQUIDA		\$8.494,36	\$15.818,67	\$14.583,54
INVERSION INICIAL	\$73.070,00			
PRESTAMO	\$36.535,00			
AMORT DE DEUDA	\$0,00	\$2.854,13	\$2.887,43	\$2.921,12
FLUJO DE CAJA	\$36.535,00	\$5.640,23	\$12.931,24	\$11.662,42
VAN	\$114.468,13			
TIR	31%			



RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

RECUPERACION DE LA INVERSION

MES	FLUJO NETO	VALOR PRESENTE	VALOR ACUMULADO
DICIEMBRE	\$5.640,23	\$5.575,18	\$5.575,18
ENERO	\$12.931,24	\$12.634,71	\$18.209,90
FEBRERO	\$11.662,42	\$11.263,58	\$29.473,48
MARZO	\$14.208,69	\$13.564,51	\$43.037,99
ABRIL	\$15.217,25	\$14.359,82	\$57.397,81
MAYO	\$14.704,61	\$13.716,04	\$71.113,85
JUNIO	\$12.970,04	\$11.958,57	\$83.072,42



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

TABLA COMPARATIVA

CASO	VAN	TIR
ACTUAL	\$114.468,13	31%
AUMENTO DEL 10% PRECIOS	\$208.692,58	47%
DISMINUCION DE PRECIOS (\$13)	\$93.016,90	30%
AUMENTO DEL 25% DE INSUMOS	\$93.407,90	28%
AUMENTO DEL 25% DE INSUMOS Y DISMINUCION DE PRECIOS (\$13)	\$43.011,94	17%



CONCLUSIONES

- El bajo posicionamiento de la marca en nuestros consumidores actuales se debe a la comunicación equívoca y escasa de lo que se vende.
 - La empresa no se encuentra dentro de las primeras menciones de opción de compra de fragancias.
-



CONCLUSIONES

- El uso de dos logotipos genera confusión y no ayuda al posicionamiento de la marca
 - Los costos para la implementación del plan de comunicación ascienden a USD \$73,070.00 Se realizará un préstamo bancario para financiar el 50% de este monto, mientras que el restante será aportado por los accionistas de la empresa.
-



CONCLUSIONES

- Las acciones de comunicación no han sido bien empleadas.
 - La recuperación de la inversión se produce en los 7 primeros meses del proyecto, generando una TIR atractiva del 31% y un VAN de \$114,468.13.
-



RECOMENDACIONES

- La empresa deberá invertir en Investigaciones de Mercado profesionales y no manejarlo de forma empírica.
 - Capacitar y motivar a quienes conforman el recurso humano.
 - Utilizar una sola referencia comercial.
 - Crear una base de datos de clientes para lograr una retroalimentación cliente- empresa.
 - Incursionar en el mercado de la tecnología, implementando su web site.
-



RECOMENDACIONES

- La empresa deberá invertir en Investigaciones de Mercado profesionales y no manejarlo de forma empírica.
 - Capacitar y motivar a quienes conforman el recurso humano.
 - Utilizar una sola referencia comercial.
 - Crear una base de datos de clientes para lograr una retroalimentación cliente- empresa.
 - Incursionar en el mercado de la tecnología implementando su web site.
-



ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE PERFUMANÍA BIBI'S

[VER VIDEO](#)



GRACIAS