



Salida al Mercado



Oral-B®

Oral-B®

PULSAR™

Contenido

- **Objetivos & Estrategias**
- **Resumen de la Categoría**
- **Objetivos del Negocio**
- **Investigación de Mercado**
- **Elementos del Producto**
- **5P's**
- **Soporte del Lanzamiento**
- **Oportunidades de Venta**



Contenido

- **Objetivos & Estrategias**
- **Resumen de la Categoría**
- **Objetivos del Negocio**
- **Investigación de Mercado**
- **Elementos del Producto**
- **5P's**
- **Soporte del Lanzamiento**
- **Oportunidades de Venta**



Objetivos & Estrategias

Objetivos

- Crear discontinuidad en el mercado con un producto innovador
- Levantar el negocio a batería de Procter & Gamble mediante un renacimiento en sus marcas
- Agregar valor a la categoría

Estrategias

- Sofisticar al usuario de cepillos manuales
- Convertir usuarios indecisos



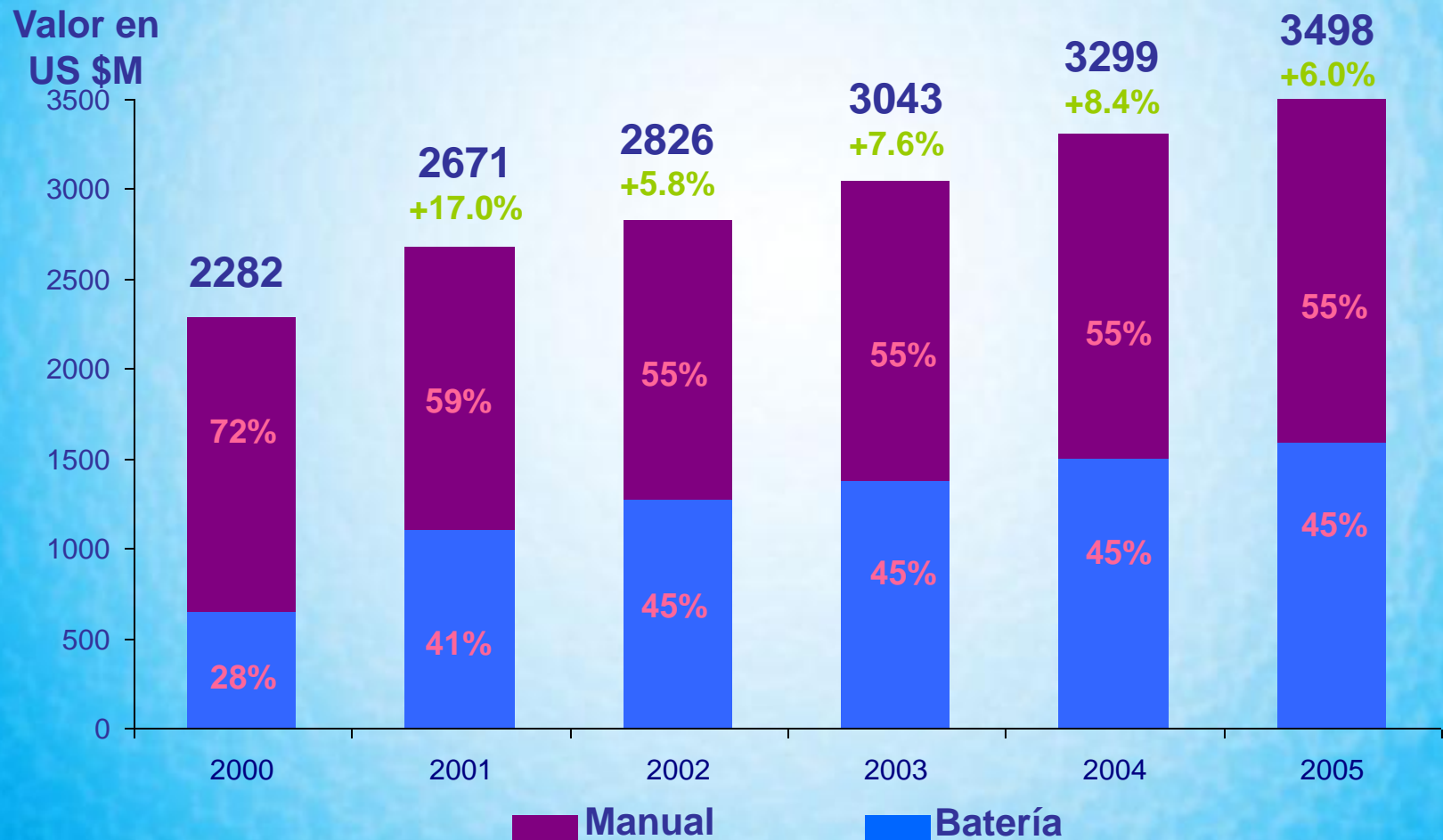
Contenido

- **Objetivos & Estrategias**
- **Resumen de la Categoría**
- **Objetivos del Negocio**
- **Investigación de Mercado**
- **Elementos del Producto**
- **5P's**
- **Soporte del Lanzamiento**
- **Oportunidades de Venta**

Tendencia Global del Mercado



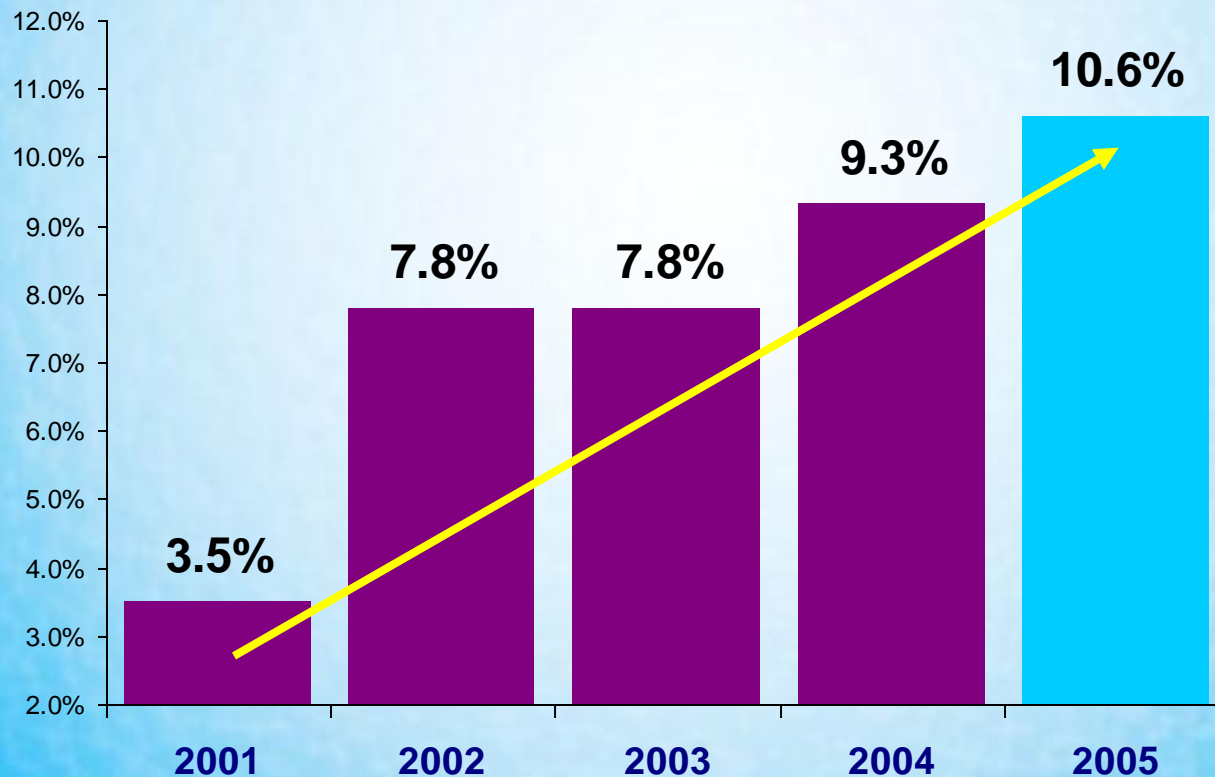
Tamaño en Valor del Mercado – Mercados Desarrollados Manual vs. Batería





En Latinoamérica el segmento de Cepillos a batería ha crecido +3 veces desde 2001 al 2005

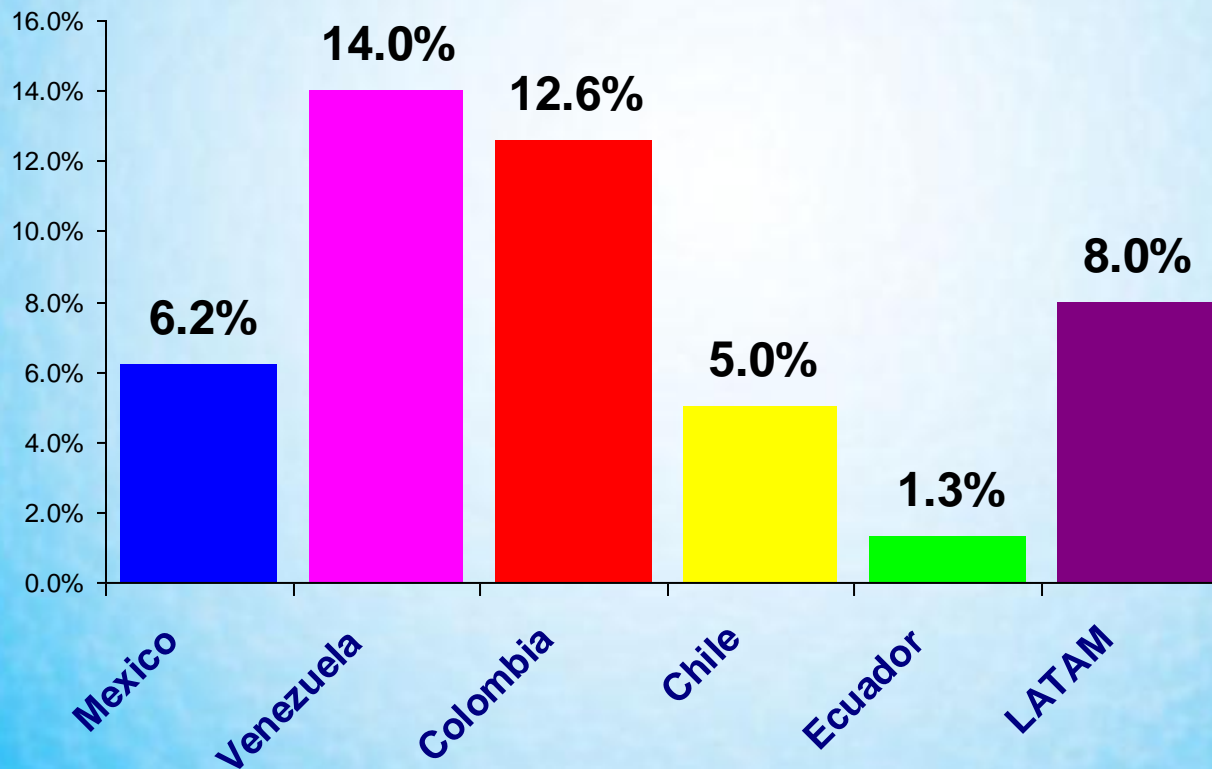
Tamaño del segmento en Valor





Mercado de Latinoamérica en cepillos a batería por país

Participación de mercado en Valor 2005





Distribución: Tendencia de penetración

- La introducción de cepillos dentales a batería en Ecuador es reciente pero es un negocio de gran oportunidad de crecimiento

Penetración

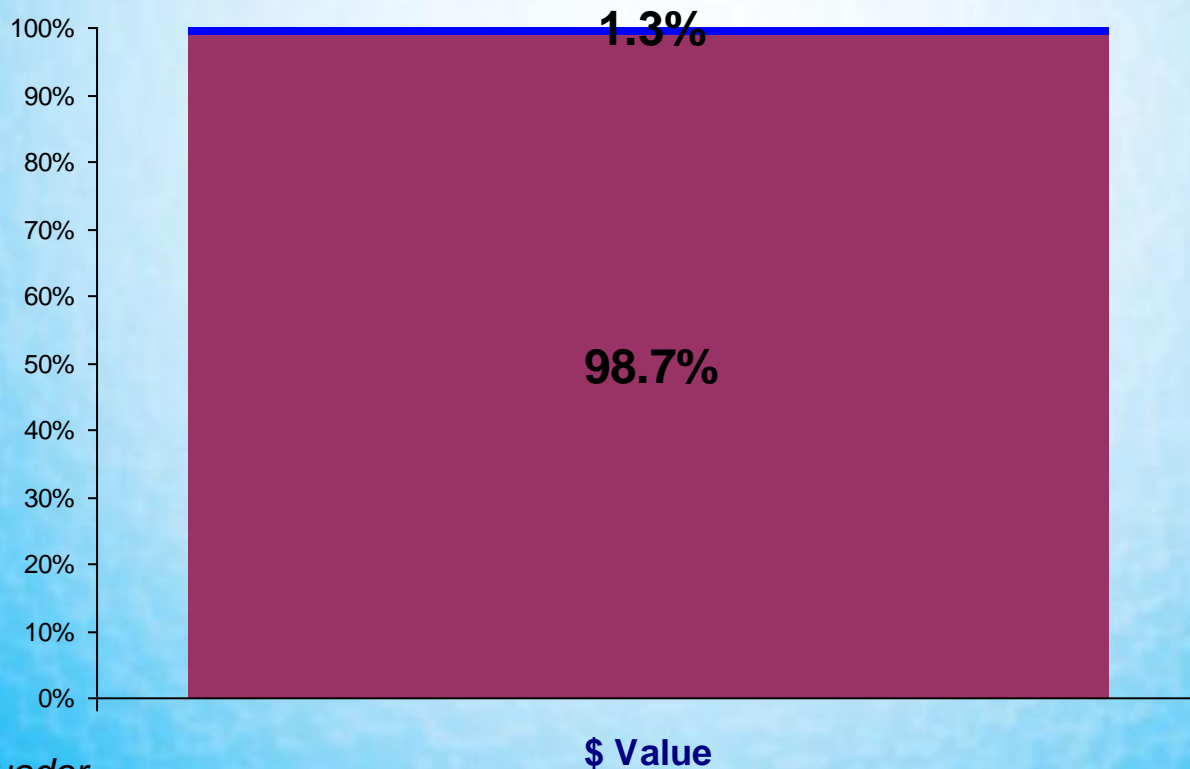
		<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	
		%	%	%	
ECU	Man	53.6	58.5	60.2	↗
	Bat	1.3	1.3	1.6	↗



Evaluación de la Categoría en Ecuador

El segmento de cepillos manuales representa más del 95% de la categoría en volumen y valor (2005)

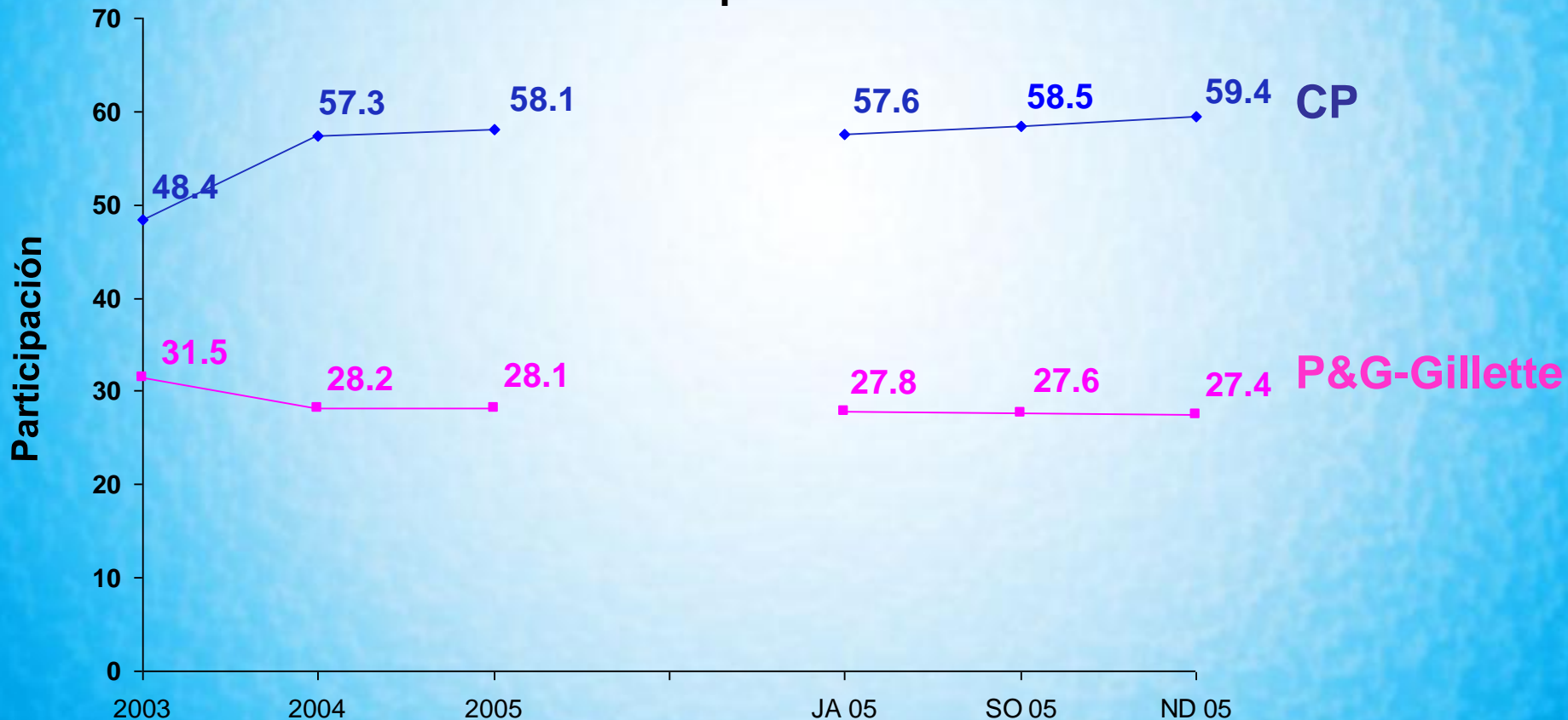
Tamaño del Mercado





Existe la posibilidad para que P&G Ecuador crezca y acortar la diferencia vs. Colgate quien domina el mercado

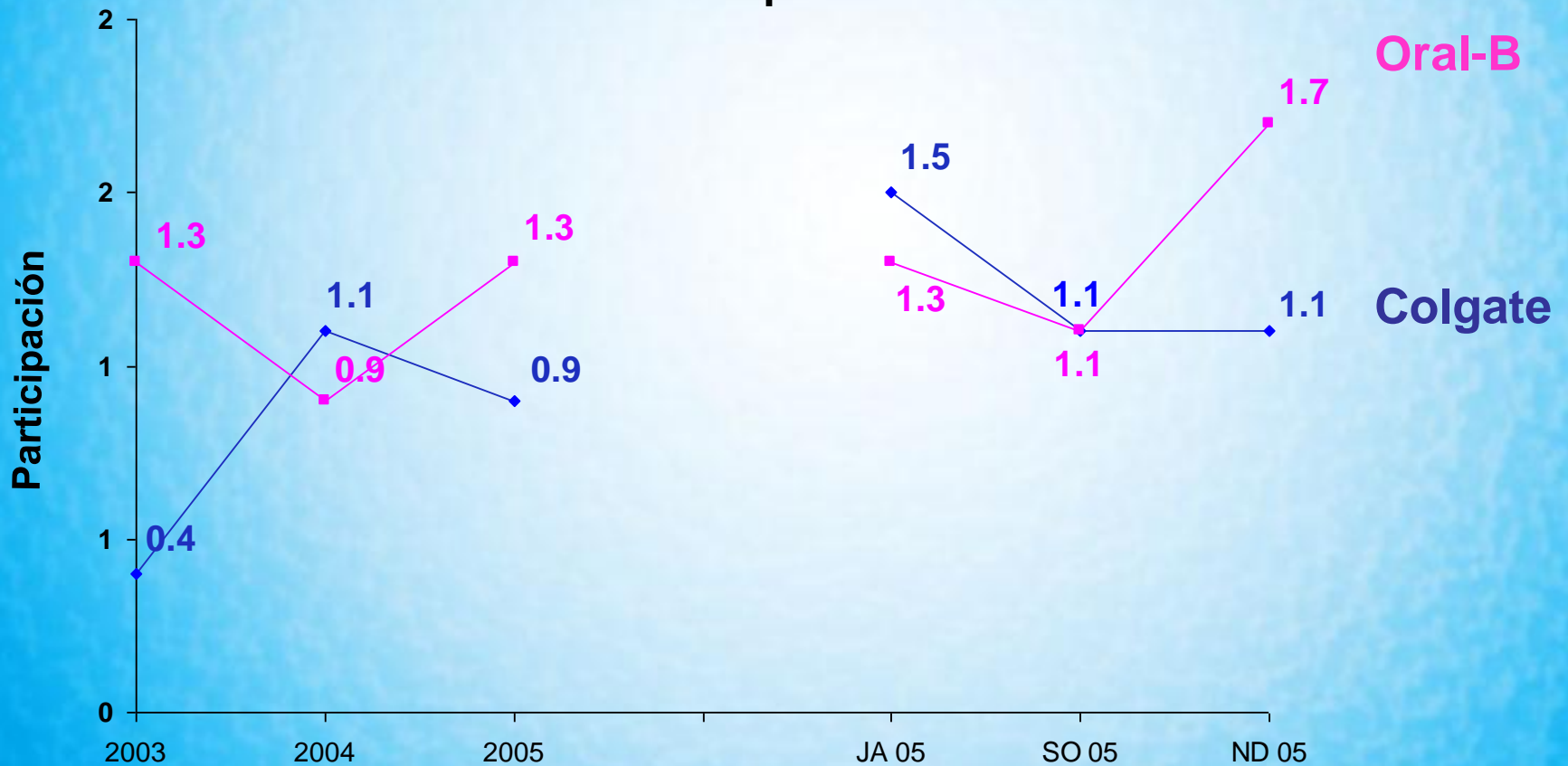
Total Cepillos





GRAN OPORTUNIDAD: Los cepillos dentales a batería Oral B están mejor posicionados que los del 1er competidor

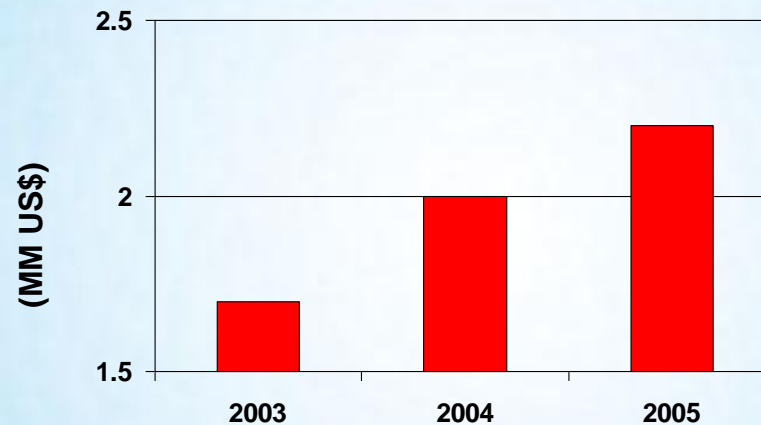
Total Cepillos a Batería





Actual Situación del Mercado de Cepillos a Batería

El mercado de Cepillos a batería mantiene un crecimiento constante!



A pesar de que los actuales Cepillos a Batería son:

- * Costosos
- * Grandes y gruesos
- * Difícil de manejar

Consumidores no entienden por qué deben de pagar más por un Cepillo a Batería



Percepción del Consumidor

Actuales Cepillos a Batería ofrecen los siguientes beneficios:

- Excelente Limpieza
- Remueve la Placa Bacteriana
- Dientes Brillantes



Percepción del Consumidor

Actuales Cepillos a Batería ofrecen los siguientes beneficios:

- Excelente Limpieza
- Remueve la Placa Bacteriana
- Dientes Brillantes

Pero recientes estudios muestran que los consumidores buscan Cepillos a Batería que brinden:

- *Que se vea y se sienta como un Cepillo Manual*
- *Al precio de un Cepillo Manual*



- La pregunta es... ¿Existe oportunidad en el segmento de Cepillos a Batería?
- POR SUPUESTO ...descubriendo nuevas necesidades de los consumidores y atraer usuarios de Cepillos Manuales al segmento de Cepillos de Batería.



Fuente del Negocio

Oportunidad

La principal fuente del negocio serán los usuarios de cepillos manuales premium buscando los beneficios de un cepillo a batería pero con las características físicas de un cepillo manual



Fuente del Negocio

Oportunidad

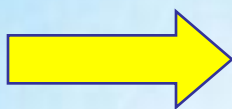
La principal fuente del negocio serán los usuarios de cepillos manuales premium buscando los beneficios de un cepillo a batería pero con las características físicas de un cepillo manual



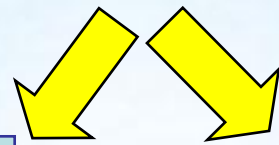


Oportunidad

Total Valor Mercado
2006 aprox.
US \$ 9.9M



Ventas P&G aprox.
US \$ 2.6M



50% Cepillos a
batería

50% Cepillos
Manuales



Canibalización 25%
Incremental 75%

Canibalización 37%
Incremental 63%

**TOTAL
INCREMENTAL
15%**

US \$ 3.0M aprox. *




Oral-B®

Oral-B®

PULSAR™

The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It features the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the letter "B". The logo is set against a dark blue, rounded rectangular background that has a slight gradient and a subtle shadow effect.A purple and white Oral-B toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with blue and yellow bristles. The background is a light blue gradient.

Contenido

- **Objetivos & Estrategias**
 - **Resumen de la Categoría**
 - **Objetivos del Negocio**
 - **Investigación de Mercado**
 - **Elementos del Producto**
 - **5P's**
 - **Soporte del Lanzamiento**
 - **Oportunidades de Venta**
- 
- A blurred, semi-transparent image of a toothbrush head is visible in the background on the right side of the slide, mirroring the design of the toothbrush on the left.



Objetivos del Negocio

- Incrementar todo el negocio de Cepillos a través de nuevas noticias al consumidor
- Convertir a Oral B en un competidor activo en el segmento de Cepillos a Batería
- Incrementar la Participación del Mercado

	2004		2005	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Total Cepillos	28.2	26.7	28.1	27
Cepillos a Batería	0.9	0.3	1.3	0.5



Objetivos del Negocio

P&G - Gillette: Objetivos del Negocio:

2006 Estimado

Part. Vol.	29.6%
Part. Val.	28.4%
Volumen:	2'4 unidades
Ventas Netas:	US\$ 3.0M

* Adicional 6 m venta



Objetivos del Negocio

Pulsar: Objetivos del Negocio:

2006 Estimado

Part. Vol.	2.0%
Part. Val.	0.8%
Volumen:	72 000 unidades
Ventas Netas:	US\$ 406 000

* 6 m venta

The Oral-B logo is positioned in the top right corner of the slide. It features the brand name "Oral-B" in a bold, white, sans-serif font, set against a dark blue, rounded rectangular background. A registered trademark symbol (®) is located to the upper right of the letter "B".A purple and white electric toothbrush is shown vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with yellow and blue bristles.

Plan de Acción

- ✓ Ser el primero en el mercado con las mejores características ergonómicas en un cepillo a batería adoptando la fisonomía de un cepillo manual y sus beneficios
- ✓ Ejecutar con una estrategia correcta de precio y merchandising para atraer usuarios de cepillos manuales e indecisos
- ✓ Apoyar el agresivo lanzamiento con un plan de marketing de 360° para crear expectativa y generar la prueba del producto → una plataforma para futuros nuevos productos



Contenido

- Objetivos & Estrategias
- Resumen de la Categoría
- Objetivos del Negocio
- **Investigación de Mercado**
- Elementos del Producto
- 5P's
- Soporte del Lanzamiento
- Oportunidades de Venta





Investigación de Mercado



Oral-B®

Se requiere de una Investigación de Mercado para conocer:

- ✓ **Gustos y preferencias de los clientes**
- ✓ **Posicionamiento de Competidores**
- ✓ **Hábitos de Compra**
- ✓ **Atributos más significativos**
- ✓ **Nivel de Competencia**

A purple and white toothbrush is shown vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with yellow and blue bristles.

Investigación de Mercado

La Investigación de Mercado se llevó a cabo mediante:

- ✓ **Encuestas Personales**
- ✓ **Focus Groups**
- ✓ **Entrevistas a Profundidad**



1. Mencione las diferentes marcas de Cepillos Dentales que le venga a la cabeza. El que primero se le vino a la cabeza será el 1 y así sucesivamente.

1 _____	4 _____
2 _____	5 _____
3 _____	6 _____
4 _____	7 _____

2. ¿Qué otras actividades aparte del cepillado dental realiza para su cuidado oral?

3. ¿Qué característica debe tener un cepillo de dientes para que satisfaga sus necesidades?

4. Marcar con una "x" la marca que cumpla con la característica mencionada (sólo una "x" por característica)

	COLGATE	ORAL B	CREST	PRO	OTROS (especificar)
Mejor Precio					
Más Durable					
Remueve la placa					

5. ¿Cuántas veces al año cambia su cepillo dental? Marque con una "x"

Menos de 3 veces	
De 4 a 6 veces	
De 7 en adelante	

6. ¿En los últimos 6 meses, su familia donde ha realizado la compra de los cepillos dentales? Marque con una "x" los que aplique

Supermaxi	
Mi Comisariato	
Farmacias	
Tiendas de barrio	
Internet	
Encargo de otros países	
Otros	

7. ¿Quién realiza la compra de los cepillos dentales en su casa? Marque con una "x"

Papá	
Mamá	
Hijos	
Empleada	

8. ¿Ha utilizado cepillos dentales a batería y/o eléctricos? ¿Si o no y por qué?

9. Si su respuesta a la pregunta 8 fue "SI", favor indicar qué marca fue la que compró. ¿Satisfecho con su compra? ¿Si o no y por qué?

10. Si su respuesta a la pregunta 8 fue "NO", favor responder si compraría un cepillo a batería y/o eléctrico. ¿Si o no y por qué?

11. ¿Qué atributo considera más importante al momento de la compra de un cepillo dental a batería y/o eléctrico? ENUMERAR DEL 1 AL 5 SIENDO 1 EL MAS IMPORTANTES Y 5 EL MENOS IMPORTANTE

Remueve 50% más de placa	
Dientes más brillantes	
Blanqueador	
Excelente limpieza	
Que el sonido no sea fuerte	

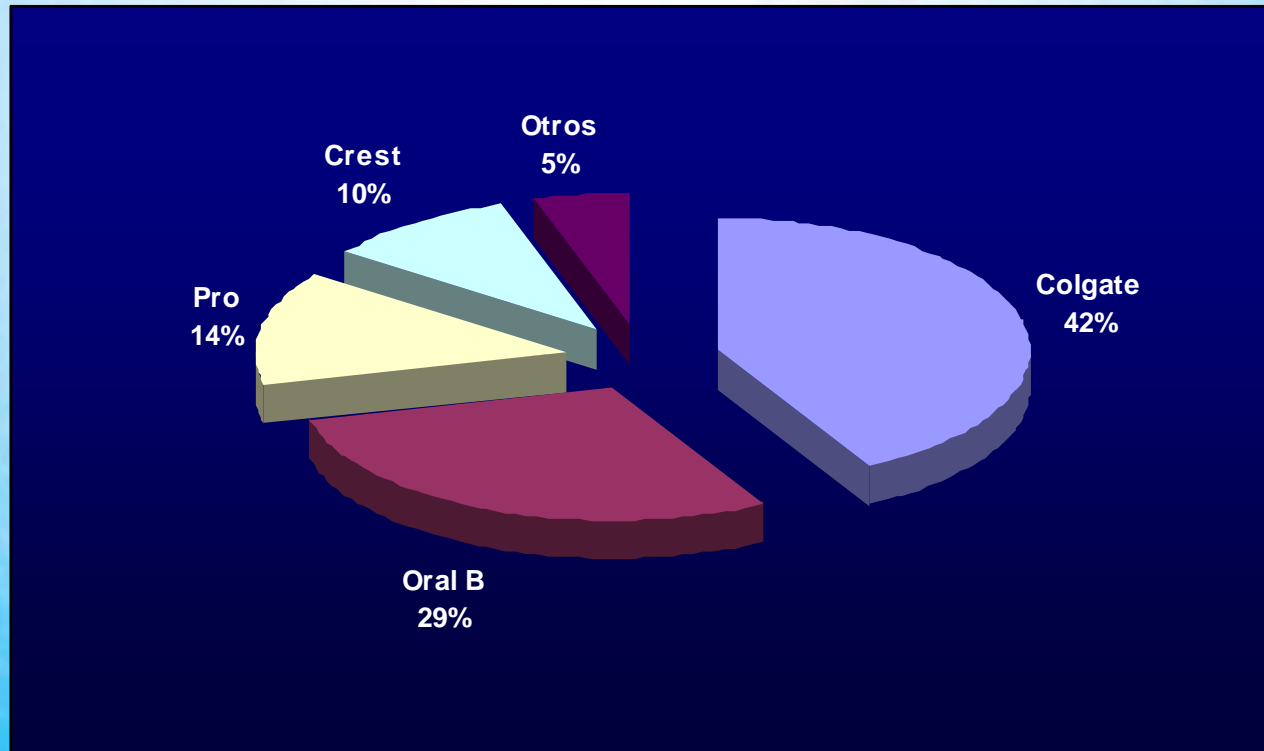
12. ¿Hasta cuánto está dispuesto a pagar por un cepillo dental a batería y/o eléctrico?



Investigación de Mercado

Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Top of Mind

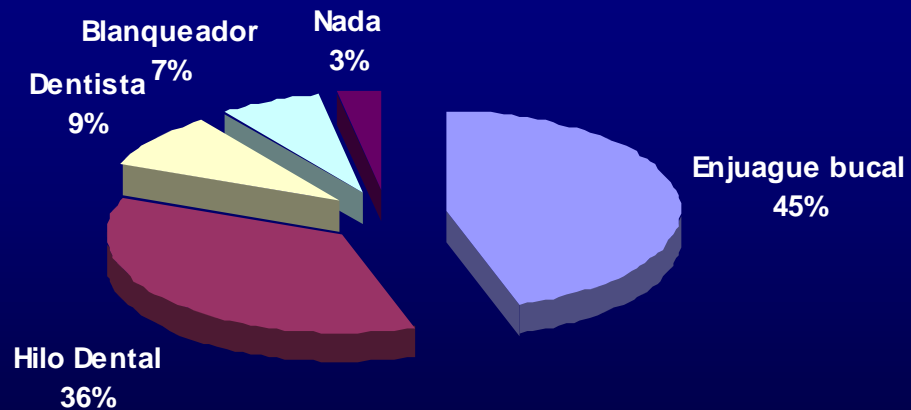




Investigación de Mercado

Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

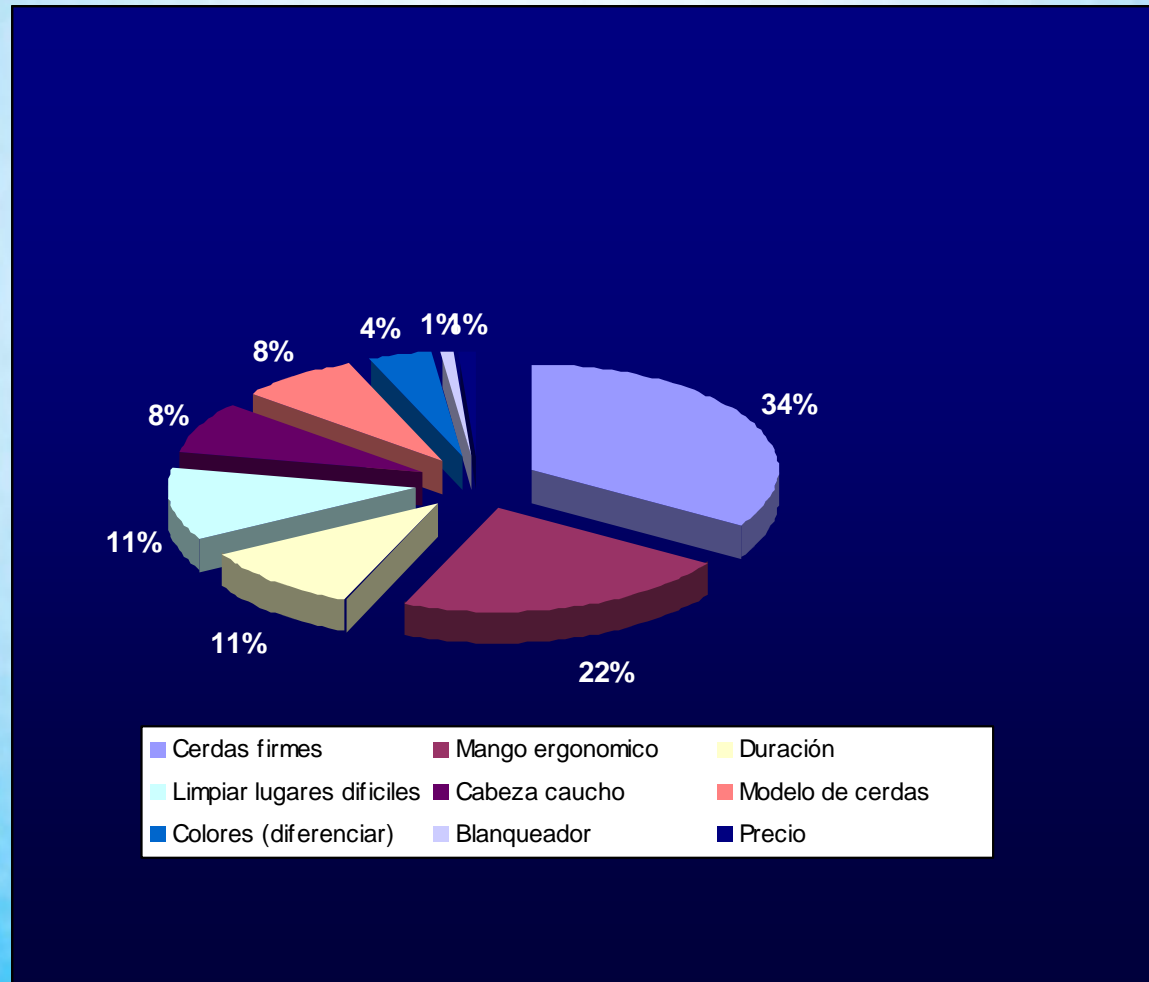
Actividades realizadas para el Cuidado Oral



Investigación de Mercado



Características más deseadas en un Cepillo Dental

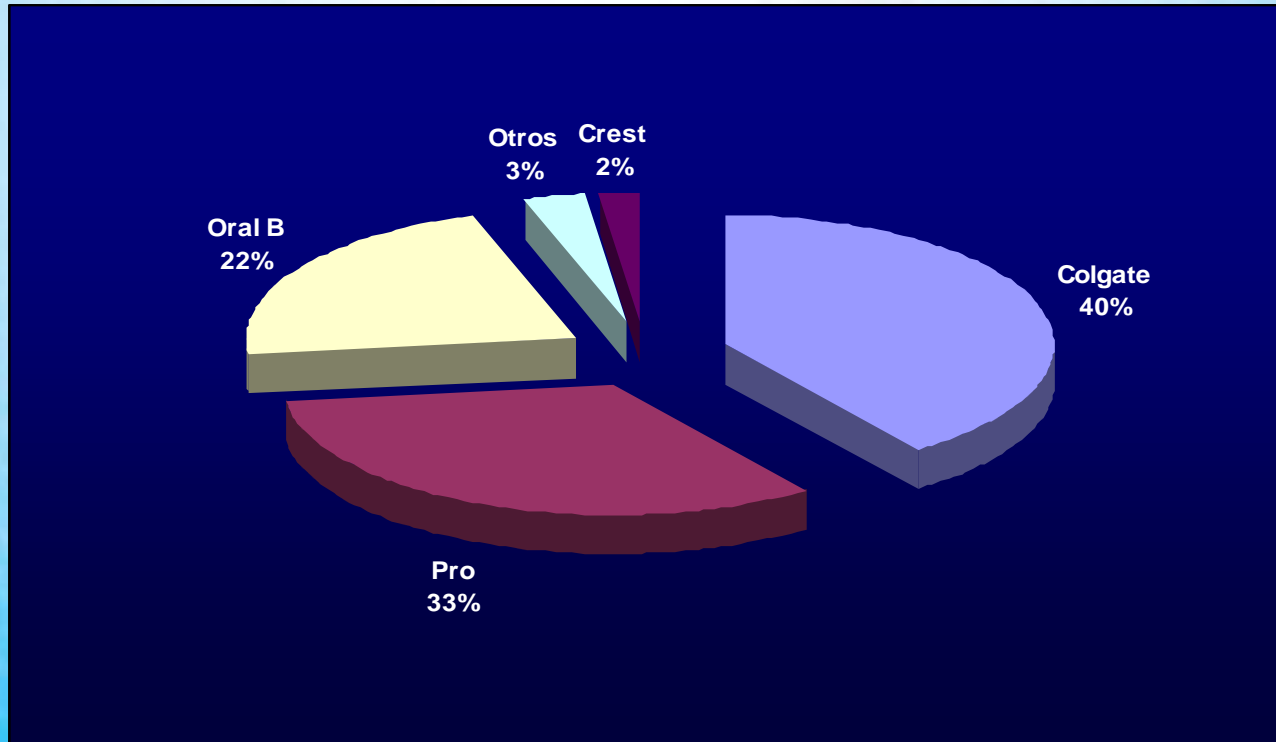


Investigación de Mercado



Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Mejor Precio

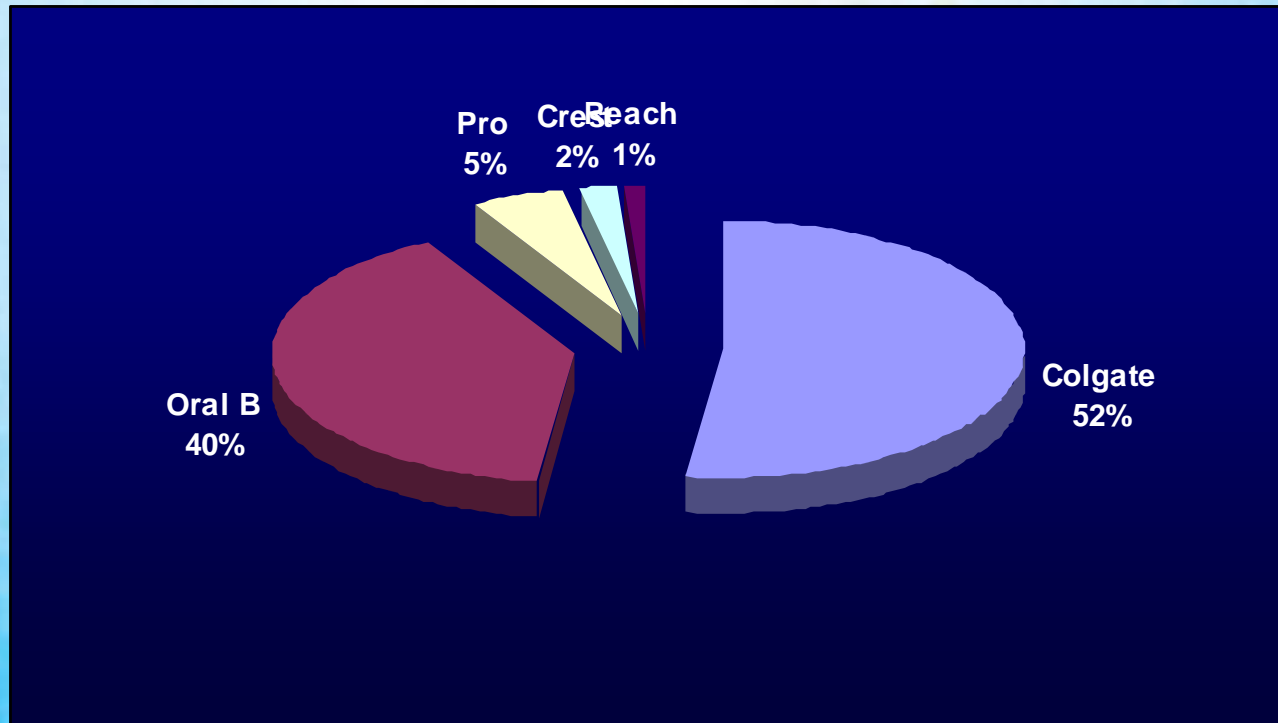




Investigación de Mercado

Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Más Durable

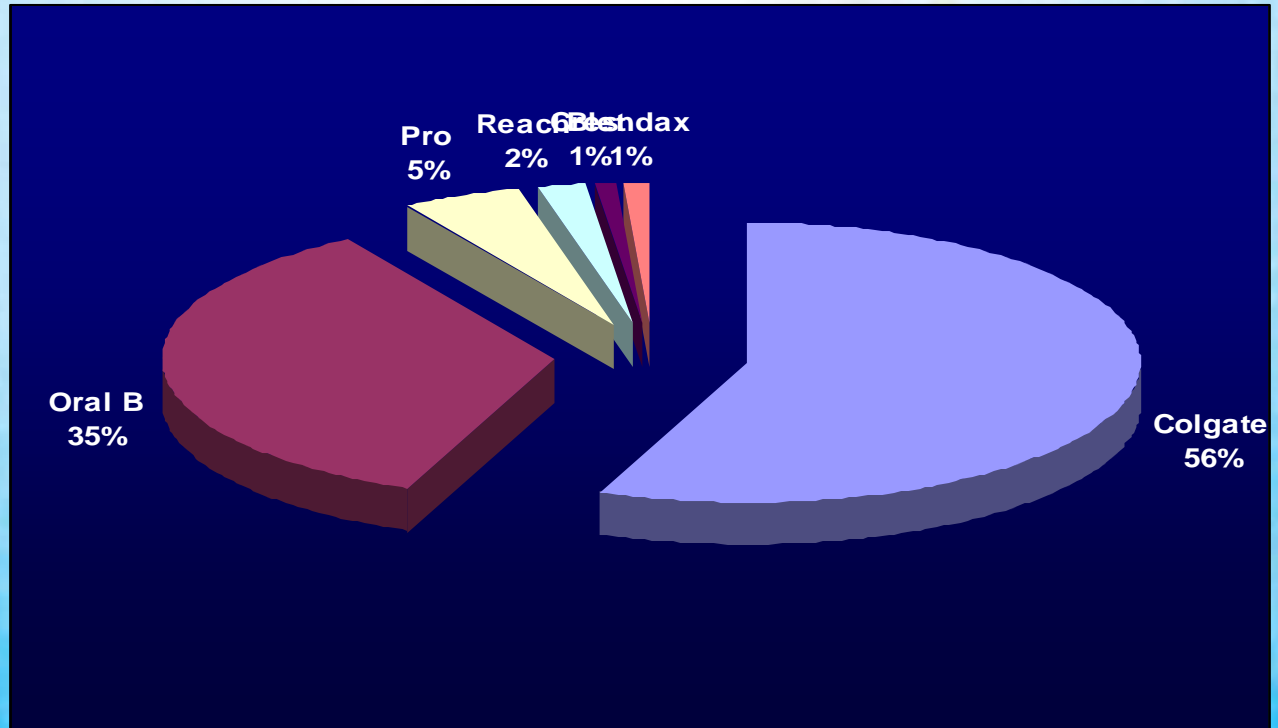


Investigación de Mercado



Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Remoción de Placa

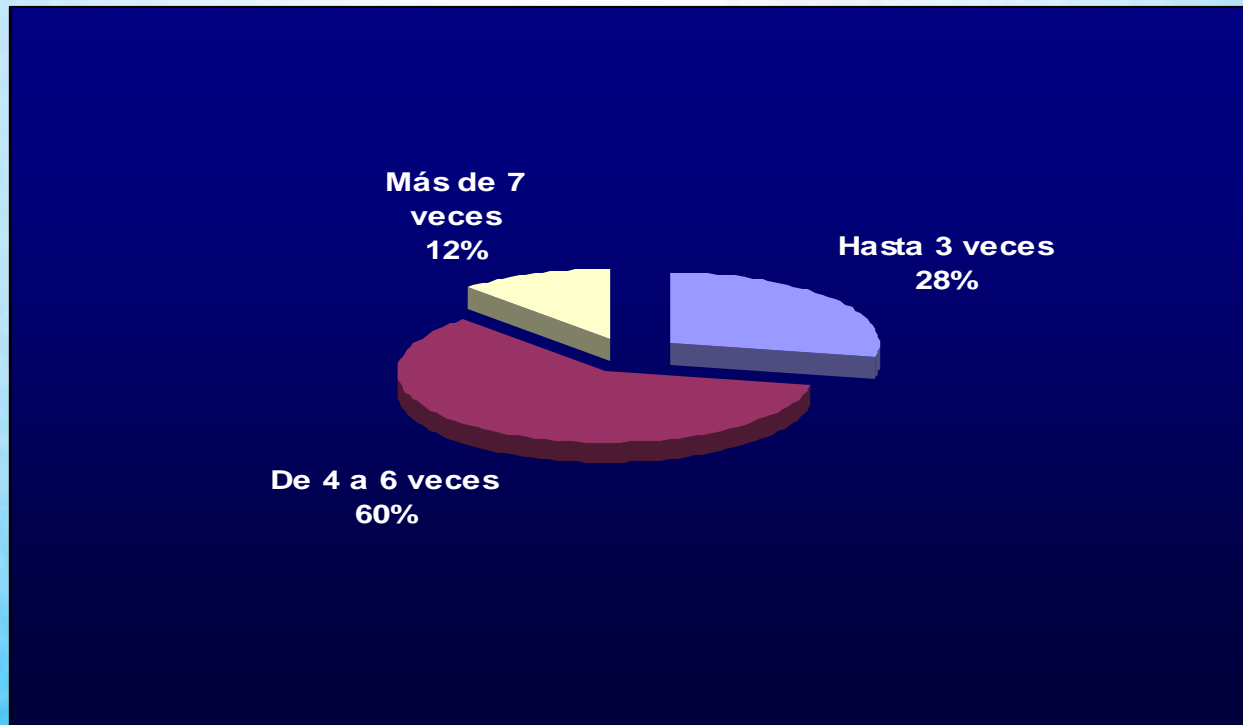


Investigación de Mercado



Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Cambio de Cepillos Dentales

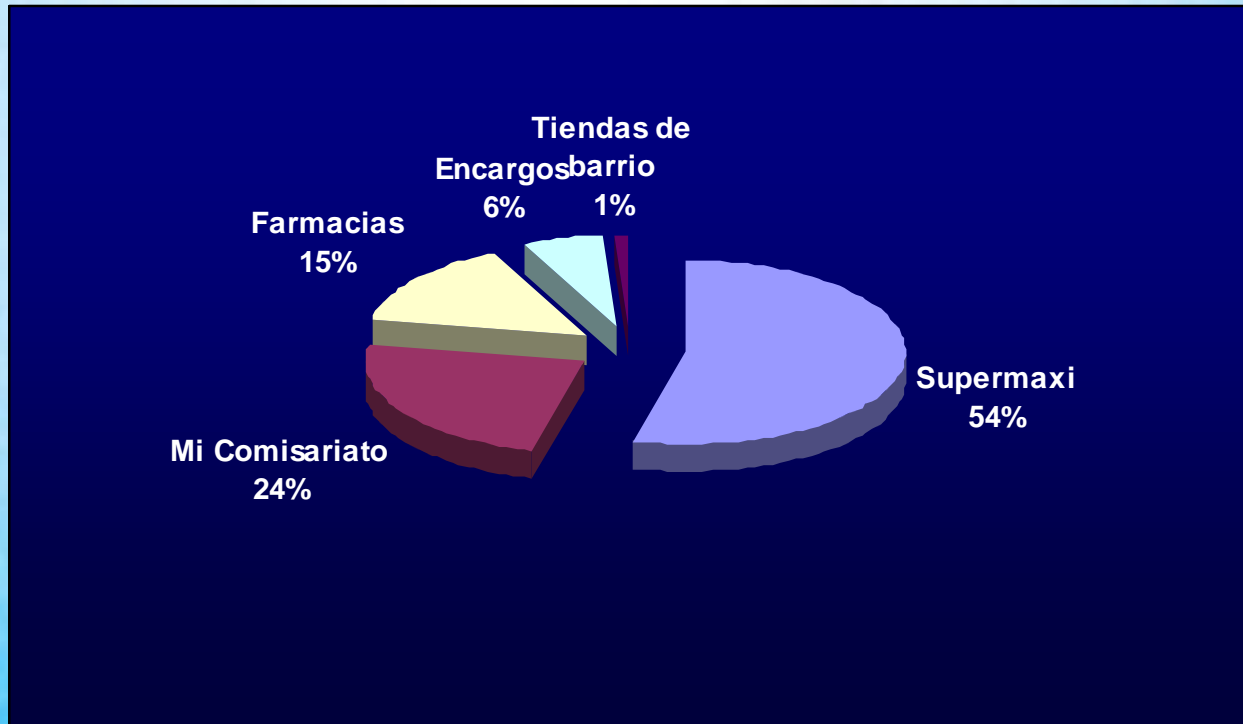


Investigación de Mercado



Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Lugar de Compra

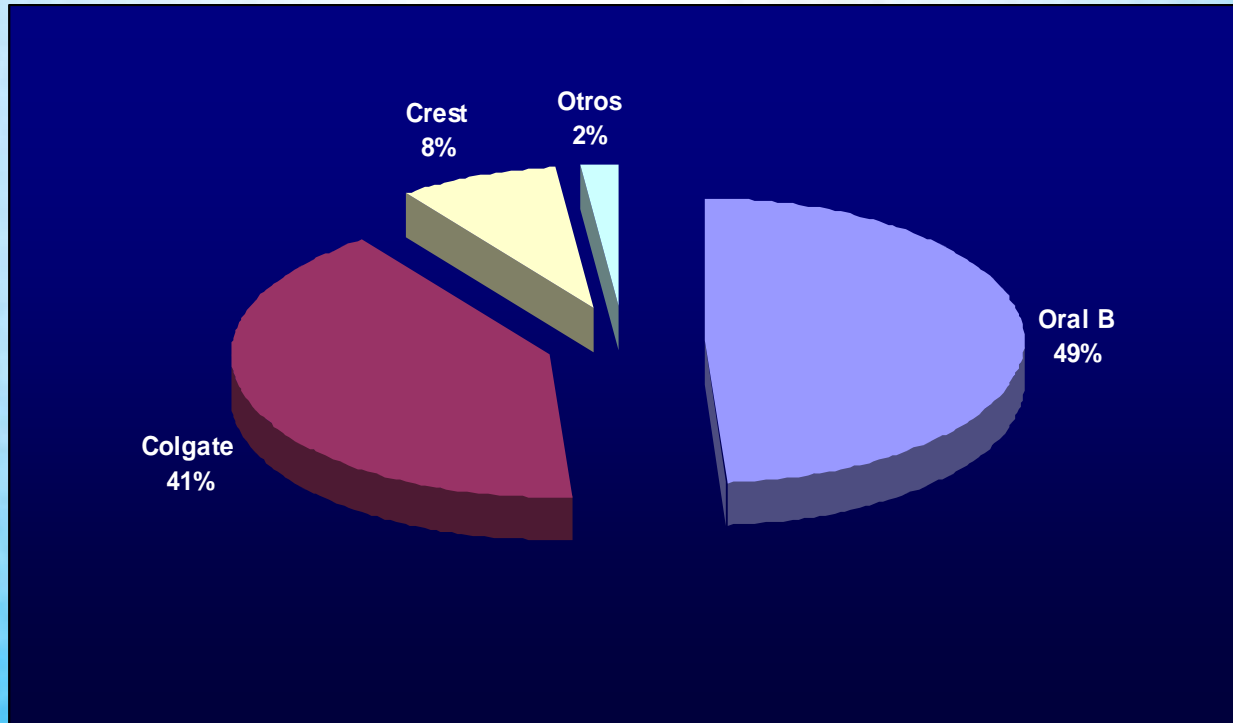




Investigación de Mercado

Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Marcas de Cepillos Dentales a Batería compradas

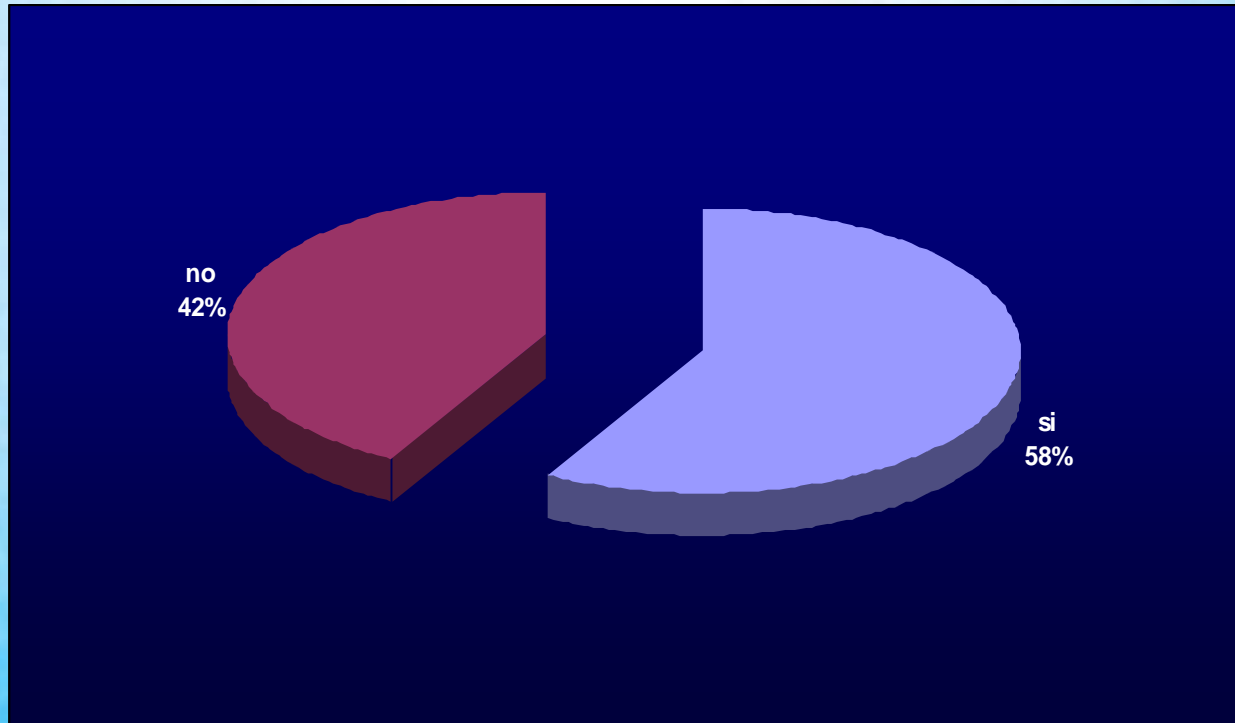




Investigación de Mercado

Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Disposición a Comprar Cepillos Dentales a Batería

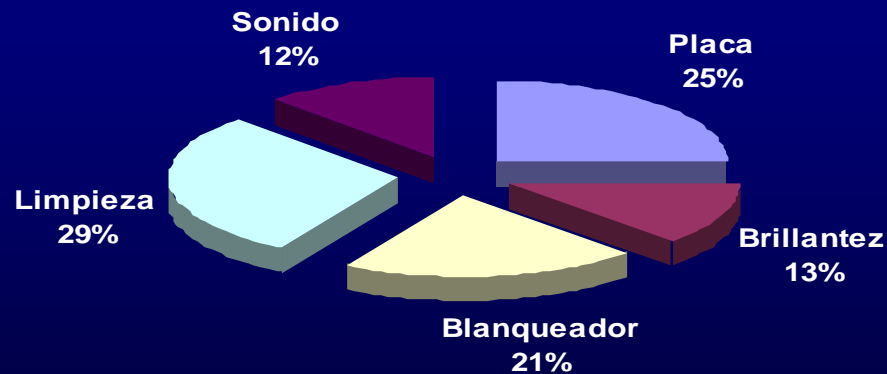




Investigación de Mercado

Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Atributo más Importante

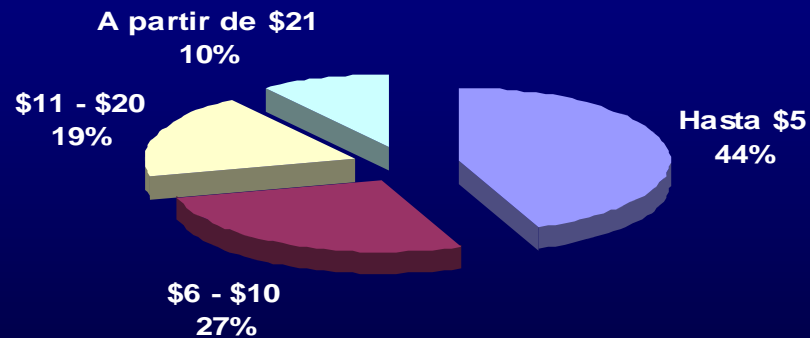




Investigación de Mercado

Tabulación de los resultados de las Encuestas Personales:

Precio de Compra





Oral-B®



Investigación
de Mercado

- Demográfico:
 - Hombres y mujeres entre edades de 13-50 años
- Psicográficos:
 - *“Activamente envueltos en su higiene oral, quieren lo mejor para ellos y su familia y siempre desean probar nuevos e innovadores productos que satisfagan sus necesidades”*

The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It consists of the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, set against a dark blue, rounded rectangular background. A registered trademark symbol (®) is positioned to the upper right of the letter "B".

Oral-B®

A purple and white toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with yellow and blue bristles. The background is a light blue gradient.

Investigación de Mercado

- Focus groups:

- **Conclusiones:**

- Grande, incómodo y caro
 - Influencia de publicidad en decisión de compra
 - Resistencia al cambio
 - Disposición a comprar de acuerdo a beneficios brindados



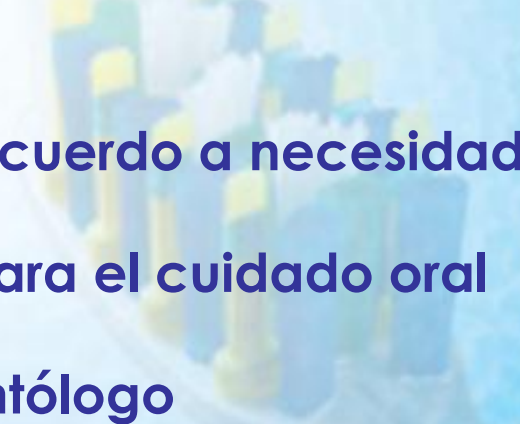
Oral-B®



Investigación
de Mercado

- Entrevistas a profundidad:

- **Conclusiones:**

- Compra por rutina
 - Uso de cepillo dental de acuerdo a necesidades
 - Actividades adicionales para el cuidado oral
 - Visitas semestrales al odontólogo
- 

The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It features the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the letter "B". The logo is set against a dark blue, rounded rectangular background that has a slight gradient and a subtle shadow effect.

Oral-B®

A purple and white Oral-B toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with blue and yellow bristles. The background is a light blue gradient.

Contenido

- **Objetivos & Estrategias**
- **Resumen de la Categoría**
- **Objetivos del Negocio**
- **Investigación de Mercado**
- **Elementos del Producto**
- **5P's**
- **Soporte del Lanzamiento**
- **Oportunidades de Venta**



Elementos
del Producto



Nombre del cepillo: Oral B Pulsar

Posicionamiento: *La limpieza superior de un cepillo a batería con el tamaño y confort de un cepillo manual*

Precio CIF en China Cepillos: US \$1.30

Precio CIF en China Repuestos: US \$1.09



Oral-B®

Limpieza Profunda para Dientes Sanos.

NUEVO

Oral-B®

PULSAR™

(LIMPIEZA QUE SE SIENTE)



ÚNICO CEPILLO CON MICROPULSO

A BATERÍA CON CABEZA COMPACTA Y REGULAR
OPCIONES DE CERDAS SUAVES Y MEDIAS



Beneficios

- *La combinación de cerdas en diversos ángulos y las vibraciones sónicas actúan más eficientemente sobre las bacterias y remueve más placa que un cepillo manual.*



The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It consists of the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the letter "B". The text is set against a dark blue, rounded rectangular background.A purple and white electric toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with a multi-colored bristle head. The background is a light blue gradient.

Beneficios

- *La combinación de cerdas en diversos ángulos y las vibraciones sónicas actúan más eficientemente sobre las bacterias y remueve más placa que un cepillo manual.*
- *El “camino entre un cepillo manual y a batería”*

The Oral-B logo is located in the top right corner, featuring the brand name in white, bold, sans-serif font inside a blue rounded rectangle with a white border.A purple and white electric toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The head is white with yellow and blue bristles, and the handle is purple with a textured grip.

Beneficios

- *La combinación de cerdas en diversos ángulos y las vibraciones sónicas actúan más eficientemente sobre las bacterias y remueve más placa que un cepillo manual.*
- *El “camino entre un cepillo manual y a batería”*
- *Un cepillo operado a batería que brinda limpieza superior con el mismo tamaño, confort y precio que los regulares.*



Oral-B®



Características
Ergonómicas

- ✓ Delgado como un cepillo manual
- ✓ Área de agarre comfortable
- ✓ Fácil de manejar
- ✓ Reposas sobre su espalda



Contenido

- **Objetivos & Estrategias**
- **Resumen de la Categoría**
- **Objetivos del Negocio**
- **Investigación de Mercado**
- **Elementos del Producto**
- **5P's**
- **Soporte del Lanzamiento**
- **Oportunidades de Venta**





Oral B Pulsar





5P's Producto

- **País líder:** Estados Unidos
- **Origen:** Chiaphua - China
- **SKUs:**
 - Cepillo de 35 – Cerdas Suaves 12 un.
 - Cepillo de 35 – Cerdas Medium 12 un.
 - Cepillo de 40 – Cerdas Suaves 12 un.
 - Cepillo de 40 – Cerdas Medium 12.
 - Repuesto
- **Lanzamiento:** Julio 2006





5P's Producto

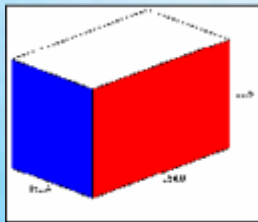
INFORMACION:

Caja de 12 Unidades

Oral B Pulsar Suaves y Medium

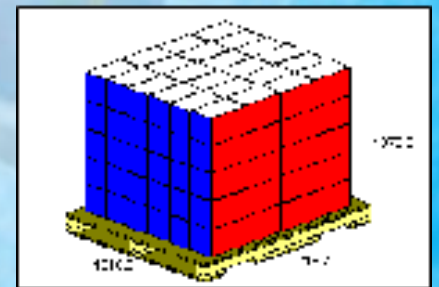
Medidas caja:

25.4x15.2x19.1cm



Palletización:

24 Cajas x Nivel
5 niveles x Pallet
120 Cajas x Pallet

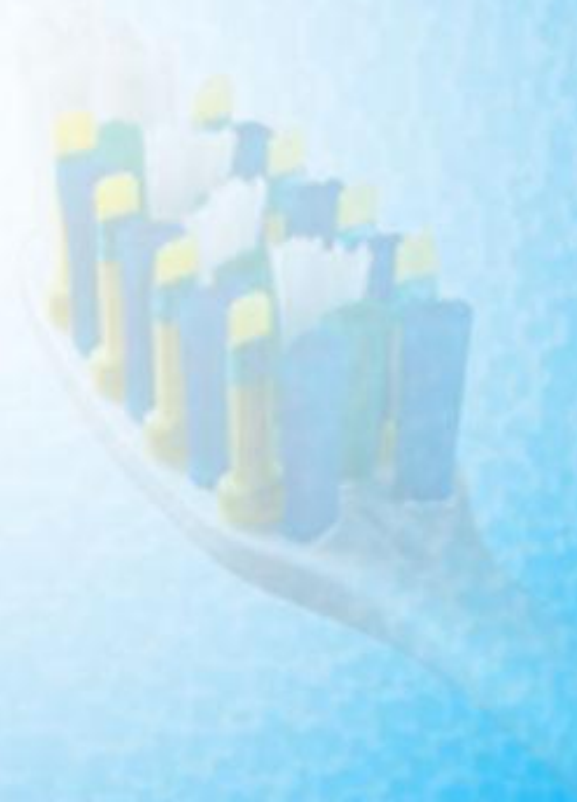




5P's Producto

Enfocado por Ambiente Detallista:

- **Hipermercados, Supermercados**
- **Cadenas de farmacias**



The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It consists of the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the "B". The text is set against a dark blue, rounded rectangular background that has a slight gradient and a subtle shadow effect.A purple and white Oral-B toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with blue and yellow bristles. The background is a light blue gradient.

5P's Producto

Enfocado por Ambiente Detallista:

- **Hipermercados, Supermercados**
- **Cadenas de farmacias**

Este producto **NO debe ser comercializado en tiendas de barrio**



5P's Producto

Objetivos por Ambiente Detallista:

	Hipermercados/Supermercados			Cadena de farmacias		
Estrategia	Paquetes especiales			Estrategia de precio		
		Bench	Meta		Bench	Meta
	3 meses	85	85	3 meses	3	15
Distribucion Cepillos	6 meses	85	90	6 meses	15	30
	1 año	90	95	1 año	30	50



Oral-B®



5P's Precio

Estrategia de precios para todos los AD:

- ❑ 103 index hacia Colgate Motion (Cepillo)
- ❑ 85 index hacia Colgate Motion (Repuestos)





5P's Precio

Para todos los Ambientes Detallistas:

Ecuador

103 sobre Colgate Motion

US \$5.99





5P's Precio

Para todos los Ambientes Detallistas:

Ecuador

85 Index hacia Colgate Motion

US \$4.99





5P's Promoción

On Packs:

Objetivo: Generar prueba, llenado de canal y bloquear a la competencia





5P's Promoción



Oral-B®

On Packs:

- Oral B Pulsar 3 x 1 gratis

PROMO 3x1

Por la compra de un Cepillo

Oral-B®

PULSAR™

Te llevas 3*

*Promoción válida hasta agotar stock.





5P's Promoción

Oral-B®

On Packs:

- Oral B Pulsar 3 x 2 gratis Hilo Dental Oral B

Oral-B® PULSAR
PROMO

Por la compra de la caja de 3 cepillos

Oral-B®
PULSAR™
GRATIS

***Un paquete de hilo dental
Essential floss.**

**Promoción válida hasta agotar stock.*





5P's Promoción



Oral-B[®]

	Hipermercados y Supermercados	Canal Farmacia
Motivo compra	Medio principal de compra	Emergencia
Estrategias promocionales	Prueba de nuevo producto	Manejar el consumo y crear awareness
Tácticas promocionales	Paquete especial 3x1 Paq. Esp. 3x2 + Hilo Dental Gratis Exhibidores	Paquete especial 3x1 Paq. Esp. 3x2 + Hilo Dental Gratis Exhibidores
% Volumen en promoción	20%	24%



5P's Plaza: Perchado

Objetivo: Incrementar exhibición adicional

• **Perchado principal:**

- En la sección de manuales, junto a Colgate Whitening/Massager
Para ambientes donde el segmento de cepillos a batería no está muy desarrollado
- Entre las secciones manuales Super-Premium y la sección de cepillos a batería.

Para ambientes donde el segmento de cepillos a batería está muy desarrollado

• **Perchado adicional**

Asegurar perchado adicional en la sección a batería a pesar del perchado en la sección manuales, si es posible.

- Mínimo 2 caras en la percha de la sección a batería
- Percha al lado de la caja – mínimo 2 caras
- Material POP en las perchas de Shampoo

Estrategia: Sensación - Transacción





5P's Plaza: Perchado

Diseño: Perchado principal junto a Colgate Whitening /
Massager – segmento Super Premium – iniciando el
bloque de Oral B





5P's Plaza: Perchado

Diseño: Perchado adicional junto a Colgate Motion





5P's Plaza
Perchado Secundario



Exhibidores de piso
(72 unidades)



Exhibidores para farmacias de mostrador
(18 unidades)



5P's POP



NUEVO

Oral-B
PULSAR™

**ÚNICO CEPILLO
CON MICROPULSO**
OPCIONES DE CERDAS SUAVES Y MEDIAS

(LIMPIEZA QUE SE SIENTE)

Habladores (Posición debajo productos P&G)



5P's POP



Hangers (habladores colgantes)



5P's POP



Limpeza Profunda para Dientes Sanos.

NUEVO

Oral-B

PULSARTM

(LIMPIEZA QUE SE SIENTE)

ÚNICO CEPILLO CON MICROPULSO

A BATERÍA CON CABEZA COMPACTA Y REGULAR

OPCIONES DE CERDAS SUAVES Y MEDIAS

Poster



5P's POP

NUEVO

Oral-B®

PULSAR™

LIMPIEZA QUE SE SIENTE

ÚNICO CEPILLO CON MICROPULSO

Vallas en Vía Publica



5P's POP



Separador
"No olvides tu Oral B"



5P's POP



Separador
"No olvides tu Oral B"



5P's POP

¿Cree estarse limpiando bien?

NUEVO **Oral-B**
PULSAR™

(LIMPIEZA QUE SE SIENTE)




De venta en todos los supermercados del país.

Publicidad Sit & Watch - Restaurantes

The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It features the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the "B". The logo is set against a dark blue, rounded rectangular background that has a slight gradient and a subtle shadow effect.A purple and white Oral-B toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with blue and yellow bristles. The background is a light blue gradient.

Contenido


- **Objetivos & Estrategias**
 - **Resumen de la Categoría**
 - **Objetivos del Negocio**
 - **Investigación de Mercado**
 - **Elementos del Producto**
 - **5P's**
 - **Soporte del Lanzamiento**
 - **Oportunidades de Venta**
- 
- A blurred, semi-transparent image of a toothbrush head is visible in the background on the right side of the slide, mirroring the design of the toothbrush on the left.



Oral-B®



Soporte en Medios

- **Comercial de televisión para crear Awareness y generar prueba del producto**
 - **Ref: Oral B Pulsar Comercial 20"**
 - **Inicio del pautaaje Q3 '06.**
 - **TGRP's 8000, 100% SOV**
 - **TV Local, Cable**
 - **Publicidad impresa**
- 



Storyboard





Storyboard



Oral-B®

Storyboard





Soporte de las Relaciones Profesionales

- **Plan de Relaciones Profesionales – El Plan de RP se enfocará en conseguir las recomendaciones de los Odontólogos**



A purple and white toothbrush is shown vertically on the left side of the slide. The head of the toothbrush is at the top, with yellow and blue bristles. The handle is purple with a white grip area near the top. The background is a light blue gradient.

Soporte de las Relaciones Profesionales

- **Plan de Relaciones Profesionales – El Plan de RP se enfocará en conseguir las recomendaciones de los Odontólogos**
- **Sampling a los top 100 Odontólogos**

A purple and white toothbrush is shown vertically on the left side of the slide. The head of the toothbrush is at the top, with yellow and blue bristles. The handle is purple with a textured grip.

Soporte de las Relaciones Profesionales

- **Plan de Relaciones Profesionales – El Plan de RP se enfocará en conseguir las recomendaciones de los Odontólogos**
- **Sampling a los top 100 Odontólogos**
- **Brochures comunicando los principales beneficios**

The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It consists of the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the letter "B". The text is set against a dark blue, rounded rectangular background that has a slight gradient and a drop shadow effect.

Oral-B®

A purple and white Oral-B toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with yellow and blue bristles. The background is a light blue gradient with a faint, larger image of the same toothbrush behind the text.

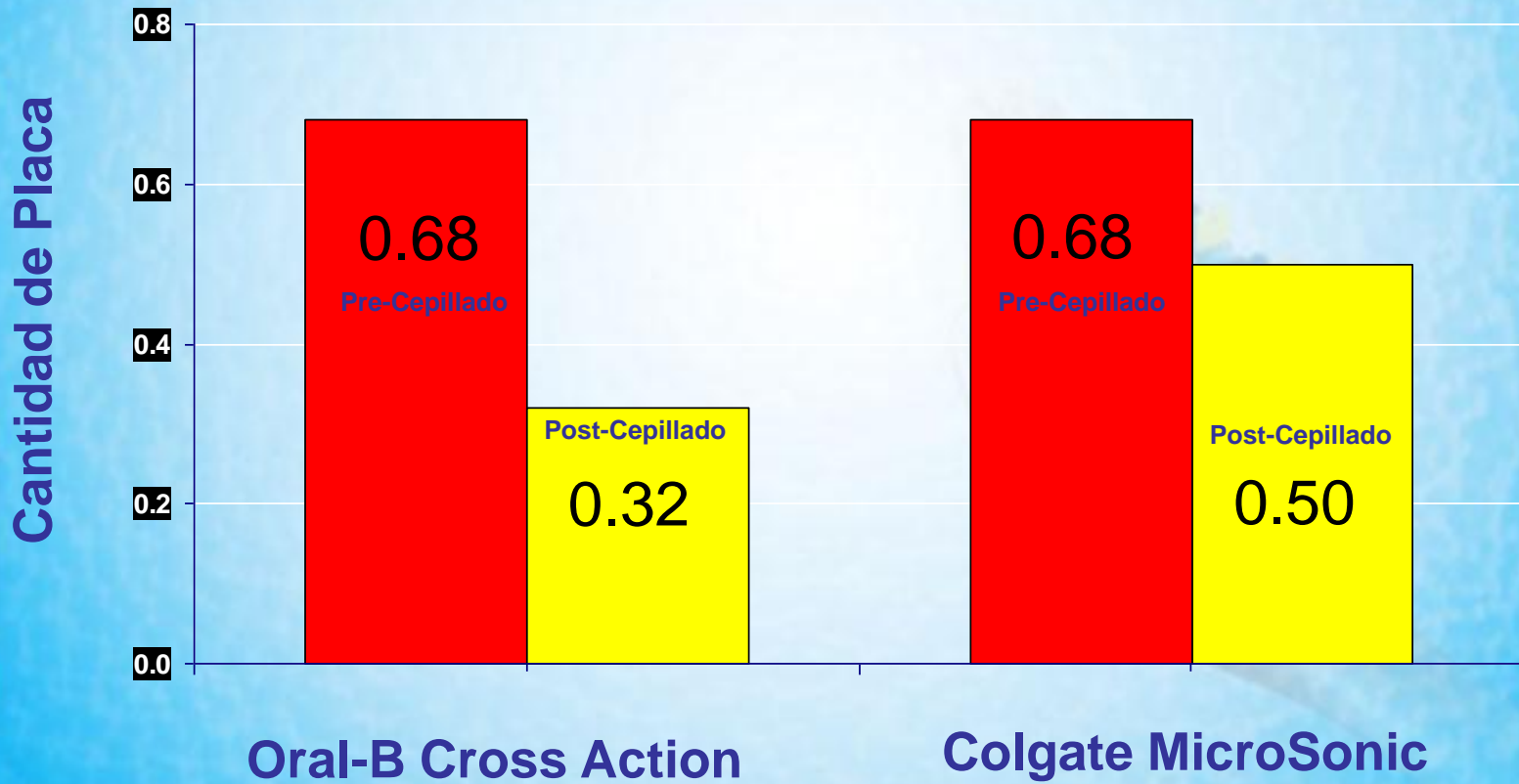
Soporte de las Relaciones Profesionales

- **Plan de Relaciones Profesionales – El Plan de RP se enfocará en conseguir las recomendaciones de los Odontólogos**
- **Sampling a los top 100 Odontólogos**
- **Brochures comunicando los principales beneficios**
- **Estudios clínicos**



Resultados Clínicos

Resultados del Test de reducción de Placa



The Oral-B logo is located in the top right corner of the slide. It features the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the "B". The logo is set against a dark blue, rounded rectangular background that has a slight gradient and a subtle shadow effect.A purple and white Oral-B toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with blue and yellow bristles. The background is a light blue gradient with a faint, larger image of the same toothbrush in the background.

Contenido

- **Objetivos & Estrategias**
- **Resumen de la Categoría**
- **Objetivos del Negocio**
- **Investigación de Mercado**
- **Elementos del Producto**
- **5P's**
- **Soporte del Lanzamiento**
- **Oportunidades de Venta**

The Oral-B logo is positioned in the top right corner of the slide. It consists of the brand name "Oral-B" in a white, bold, sans-serif font, set against a dark blue, rounded rectangular background with a slight gradient and a drop shadow effect.A vertical image of a toothbrush is located on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with yellow and blue bristles. The background of the slide is a light blue gradient with a faint, larger image of the toothbrush's head in the background.

Oportunidades de Venta

- **Producto y concepto único: Pulsación desechable y con cabeza reemplazable**
- **Nueva tecnología para atraer nuevos consumidores a la categoría y elevar los estándares del actual consumidor hacia productos de alto beneficios**
- **Conversión de manual al segmento a batería**
- **Incrementar las ganancias debido al incremento en las transacciones**

Oportunidades de Venta



Cepillos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	47.000,00	56.400,00	59.220,00	62.181,00	65.290,05
Precio	\$ 5,99	\$ 6,29	\$ 6,60	\$ 6,93	\$ 7,28
Total	\$ 281.530,00	\$ 354.756,00	\$ 390.852,00	\$ 430.914,33	\$ 475.311,56

Repuestos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	25.000,00	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75
Precio	\$ 4,99	\$ 5,24	\$ 5,50	\$ 5,78	\$ 6,07
Total	\$ 124.750,00	\$ 157.200,00	\$ 173.250,00	\$ 191.173,50	\$ 210.803,51

Total Ingresos Proyectados	\$ 406.280,00	\$ 511.956,00	\$ 564.102,00	\$ 622.087,83	\$ 686.115,08
---------------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------



Costo Importación Cepillos



TOTAL DE COSTOS DE IMPORTACIÓN No.1

PROVEEDOR: ORAL B	INCOTERM:	CIF
MONTO: \$ 65301,55,00	TRANSPORTE:	MARITIMO
	VALOR TRANSPORTE:	\$ 2.500,00
	PAGO:	EFFECTIVO

COSTO DE IMPORTACION NO. 1
 COSTOS DE NACIONALIZACION
COSTO MERCADERIA IMPORTADA

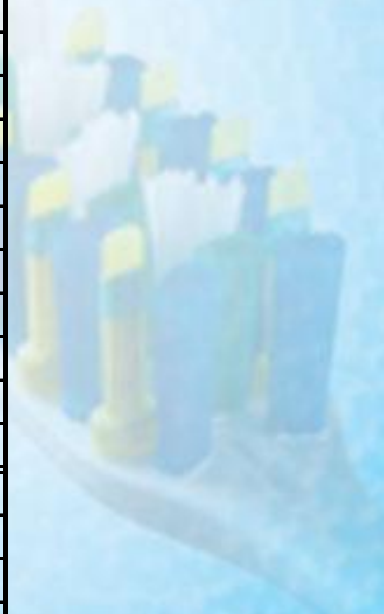
\$ 65.301,55
\$ 17.853,53
\$ 83.155,08

COSTOS DE IMPORTACIÓN	
DUI	\$ 44,00
Inspección	\$ 438,35
Visto bueno y Handling	\$ 95,00
Honorarios	\$ 100,00
Gastos Administrativos	\$ 50,00
Gastos de aforo	\$ 46,00
Transporte, estiba	\$ 250,00
Bodegaje	\$ 49,00
Otros	\$ 25,00
Emisión de B/L	\$ 30,00
Derechos arancelarios	\$ 12.930,31
Regalías aranceles	\$ 3.453,70
FOD INFA	\$ 326,51
CORPEI	\$ 15,66
TOTAL COSTOS DE IMPORTACION	\$ 17.853,53



Costo Importación Cepillos

FOB	\$ 14,91
Seguro	\$ 0,04
Flete	\$ 0,60
Visto bueno y Handling	\$ 0,02
Inspección	\$ 0,10
Honorarios	\$ 0,02
Gastos Administrativos	\$ 0,01
Gastos de aforo	\$ 0,01
Transporte, estiba	\$ 0,06
Bodegaje	\$ 0,01
Otros	\$ 0,01
Emisión de B/L	\$ 0,01
DUI	\$ 0,01
Derechos arancelarios	\$ 3,08
Regalias aranceles	\$ 0,82
FOD INFA	\$ 0,08
CORPEI	\$ 0,00
TOTAL	\$ 19,80
GASTOS	\$ 4,89
IVA	\$ 2,24
TOTAL IMPUESTOS	\$ 5,40





Costo Importación Repuestos

TOTAL DE COSTOS DE IMPORTACIÓN No.1

PROVEEDOR: ORAL B	INCOTERM:	CIF
MONTO: \$ 40500,68	TRANSPORTE:	MARITIMO
	VALOR TRANSPORTE:	\$ 2.500,00
	PAGO:	EFFECTIVO

COSTO DE IMPORTACION NO. 1
COSTOS DE NACIONALIZACION
COSTO MERCADERIA IMPORTADA

\$ 40.500,68
\$ 11.260,34
\$ 51.761,02

COSTOS DE IMPORTACIÓN	
DUI	\$ 44,00
Inspección	\$ 265,23
Visto bueno y Handling	\$ 95,00
Honorarios	\$ 100,00
Gastos Administrativos	\$ 50,00
Gastos de aforo	\$ 46,00
Transporte, estiba	\$ 250,00
Bodegaje	\$ 49,00
Otros	\$ 25,00
Emisión de B/L	\$ 30,00
Derechos arancelarios	\$ 7.970,14
Regalías aranceles	\$ 2.130,00
FOD INFA	\$ 196,50
CORPEI	\$ 9,47
TOTAL COSTOS DE IMPORTACION	\$ 11.260,34



Costo Importación Repuestos

FOB	\$ 12,63
Seguro	\$ 0,02
Flete	\$ 0,45
Visto bueno y Handling	\$ 0,03
Inspección	\$ 0,09
Honorarios	\$ 0,03
Gastos Administrativos	\$ 0,02
Gastos de aforo	\$ 0,02
Transporte, estiba	\$ 0,08
Bodegaje	\$ 0,02
Otros	\$ 0,01
Emisión de B/L	\$ 0,01
DUI	\$ 0,01
Derechos arancelarios	\$ 2,66
Regalias aranceles	\$ 0,71
FOD INFA	\$ 0,07
CORPEI	\$ 0,00
TOTAL	\$ 16,85
GASTOS	\$ 4,22
IVA	\$ 1,90
TOTAL IMPUESTOS	\$ 4,62



Gastos de Publicidad



Medios Tradicionales		
Medio	Producto	Inversión
Televisión		\$ 150.000,00
TC Television		
Ecuavisa	Cuña de 20"	
Teleamazonas		
Total Televisión		\$ 150.000,00
Diarios		\$ 10.000,00
El Universo		
El Comercio	Aviso de prensa	
Total Diarios		\$ 10.000,00
Revistas		\$ 15.000,00
Hogar		
Vistazo		
La Revista	Aviso de revista	
Familia		
Total Revistas		\$ 15.000,00
Vía Pública		\$ 20.000,00
Vía a Samborondón		
Avenida del Bombero	Valla publicitaria	
Av. Francisco de Orellana		
Total Vía Pública		\$ 20.000,00
Total medios tradicionales		\$ 195.000,00
Medios Alternativos		
Enjoy menues		\$ 5.000,00
Restaurantes	Publicidad alternativa	
Total Enjoy menues		\$ 5.000,00
Sit & Watch		\$ 5.000,00
Restaurantes		
Cines	Aviso de publicidad alternativa	
Centros comerciales		
Total Sit & Watch		\$ 5.000,00
Total medios alternativos		\$ 10.000,00
Total Gasto Publicitario		\$ 205.000,00

Gastos de Publicidad



	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 205.000,00	\$ 300.000,00	\$ 250.000,00	\$ 225.000,00	\$ 200.000,00
Total Gastos	\$ 205.000,00	\$ 300.000,00	\$ 250.000,00	\$ 225.000,00	\$ 200.000,00



Flujo de Caja Estimado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 406.280,00	\$ 511.956,00	\$ 564.102,00	\$ 622.087,83	\$ 686.115,08
Cto. de ventas	\$ 112.550,00	\$ 141.672,00	\$ 156.290,40	\$ 172.347,21	\$ 190.271,88
	\$ 293.730,00	\$ 370.284,00	\$ 407.811,60	\$ 449.740,62	\$ 495.843,20
	\$ 25.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Gastos	\$ 205.000,00	\$ 300.000,00	\$ 250.000,00	\$ 225.000,00	\$ 200.000,00
Ut. Operativa	\$ 63.730,00	\$ 20.284,00	\$ 107.811,60	\$ 174.740,62	\$ 245.843,20
25% impuesto	\$ 15.932,50	\$ 5.071,00	\$ 26.952,90	\$ 43.685,16	\$ 61.460,80
Ut. Neta	\$ 47.797,50	\$ 15.213,00	\$ 80.858,70	\$ 131.055,47	\$ 184.382,40
VAN	\$ 281.388,14				



Análisis Marginal

	Q	P	V	U	
Cepillos	47000,00	\$ 5,99	\$ 281.530,00	\$ 264.638,20	
Repuestos	25000,00	\$ 4,99	\$ 124.750,00	\$ 89.108,93	
Ut. Bruta					\$ 353.747,13
	Margen distribuidores	Comisiones ventas	Costo de estructura de Ventas		
Costos	7,00%	1,50%			
Cepillos	\$ 19.707,10	\$ 4.222,95		\$ 23.930,05	
Repuestos	\$ 8.732,50	\$ 1.871,25		\$ 10.603,75	
Publicidad			\$ 205.000,00	\$ 205.000,00	
Costos fijos			\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	
Costos directos de comercialización					\$ 264.533,80
Contribución Marginal					\$ 89.213,33





Análisis de Sensibilidad

		Precio		Cantidades	
		Precio	VAN	Q	VAN
Incremento	20%	\$ 7,19	\$ 568.892,90	56.400,00	\$ 489.296,58
		\$ 5,99		30.000,00	
	15%	\$ 6,89	\$ 497.052,12	54.050,00	\$ 437.355,88
		\$ 5,74		28.750,00	
	10%	\$ 6,59	\$ 425.213,36	51.700,00	\$ 385.415,19
		\$ 5,49		27.500,00	
Disminución	10%	\$ 5,39	\$ 131.406,24	42.300,00	\$ 174.155,90
		\$ 4,49		22.500,00	
	15%	\$ 5,09	\$ 66.014,47	39.950,00	\$ 118.358,53
		\$ 4,24		21.250,00	
	20%	\$ 4,79	-\$ 5.825,30	37.600,00	\$ 62.606,16
		\$ 3,99		20.000,00	



Oportunidades de Venta



Oral-B®

- ✓ US \$ 406000 Venta Neta (2do semestre)
- ✓ 47000 unidades de Cepillo Dental
- ✓ 25000 unidades de Repuestos
- ✓ VAN US \$ 281388,14
- ✓ TIR > Tasa Mínima Aceptada
- ✓ TIR > Tasa de Interés Pasiva

A purple and white electric toothbrush is positioned vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with blue and yellow bristles.

Conclusiones

- ✓ Proyecto financieramente viable
- ✓ Producto exitoso siguiendo las estrategias planteadas controlando la reacción de la competencia
- ✓ Mantener el liderazgo en cepillos dentales a batería e incrementar su valor como marca
- ✓ Beneficio añadido de reemplazar la cabeza del cepillo

The Oral-B logo is positioned in the top right corner of the slide. It features the brand name "Oral-B" in a bold, white, sans-serif font, set against a dark blue, rounded rectangular background. A registered trademark symbol (®) is located to the upper right of the letter "B".

Oral-B®

A purple and white Oral-B toothbrush is shown vertically on the left side of the slide. The handle is purple with a textured grip, and the head is white with yellow and blue bristles.

Recomendaciones

- ✓ **Ingresar a participar en el nuevo segmento creado el cual es de alta oportunidad y bajo riesgo**
- ✓ **Actualizar estrategias de Marketing de acuerdo a reacciones de la competencia**
- ✓ **Continuar con la comunicación clara y efectiva de la marca**



Oral-B®

Gracias





Oral-B®

Oral-B®

PULSAR™