

Koala: el diseño español se abre paso en el accesorio para vino

Koala es una empresa especializada en el diseño, la fabricación y la comercialización de accesorios para vino, cava y también para el mundo del cóctel que poco a poco se ha convertido en una referencia en el sector a nivel mundial.



Fundada en 1999, Koala ubica sus instalaciones en la localidad gallega de Porriño, donde comenzó su andadura con la fabricación de un primer modelo de sacacorchos. Hoy, quince años más tarde, la firma cuenta con 30 productos con patente de utilidad y más de 150 referencias

Éxito internacional

Alrededor del 50% de las ventas de Koala se destinan a la exportación a más de 45 países de diferentes continentes que van desde el vecino Portugal hasta Chile, pasando por Francia, Italia, Sudáfrica, Canadá o regiones vinícolas como California, en los Estados Unidos.

¿Dónde radica el secreto del éxito de la empresa? Francisco Barberá, su Director General, nos explica que “desde el princi-

pio tuvimos claro que si queríamos llevar adelante este proyecto debíamos hacerlo sin renunciar a nuestra idea original, que no era otra que partir de la innovación para alcanzar productos con un diseño atractivo y una gran funcionalidad”.

Para ello, Koala lleva a cabo su actividad de I+D, diseño y fabricación en España, lo que le permite, según sostiene Barberá, “controlar la calidad de todos los procesos productivos para asegurar que nuestros valores se transmitan a la experiencia que tiene el usuario al emplear los productos Koala”. En este sentido, convie-

Koala diseña y fabrica todos sus productos en España

ne destacar que la empresa cuenta con un sistema de gestión de la calidad certificado según la norma ISO 9001 y con otro relativo a los procesos medioambientales, en este caso con la certificación ISO 14001.

Cientela fiel

Actualmente, Koala dirige sus productos a bodegas que ven en sus accesorios el valor añadido que aportan el diseño y la practicidad, aunque también trabajan para empresas que elaboran o distribuyen licores o espirituosos así como multinacionales de bebidas. “El último ejemplo de un trabajo de este tipo fue una pinza que hicimos para una gran empresa de bebidas que cumplía tres funciones: recoger el hielo, exprimir limas o limones y coger gajos de fruta. Ese es el valor añadido que nos define”, cuentan desde la empresa.

Además, la compañía emplea otros canales de distribución, puesto que en torno al 20% de sus ventas se realizan a vinotecas y grandes superficies. “También hemos puesto en marcha una tienda online para llegar por esa vía al consumidor final”, explica Barberá.

Innovar y seguir innovando

Sobre los planes de futuro de Koala, los responsables de esta firma gallega lo tienen muy claro: “el futuro pasa necesariamente por seguir innovando como hemos hecho hasta ahora, tanto en diseños como en patentes de utilidad, porque nuestro objetivo es seguir siendo creativos y evolutivos en la concepción de nuestros productos y también en su fabricación. Al final son esos factores los que nos aportan la ventaja competitiva respecto a otras marcas y los que hacen que la clientela nos premie con su fidelidad”, concluye Francisco Barberá.



www.koala.es

Poly Juguetes apuesta por teatralizar el punto de venta para mejorar la experiencia de cliente en sus tiendas

Vendiendo ilusión de 0 a 99 años.



A pesar de que la crisis económica también ha tocado al sector de los juguetes en España, empresas como Poly Juguetes prevén un aumento en sus ventas en esta campaña navideña respecto a años anteriores

niños podrán ver películas y espacios para que incluso puedan probar los juegos”.

La ilusión no entiende de crisis

Aunque los últimos años han sido complicados también para Poly Juguetes, la compra de la empresa por parte del grupo empresarial francés Ludendo hace ahora dos años, ha conseguido reflotar la compañía que, actualmente, está trabajando en recuperar su imagen de marca, profesionalizando los procesos y midiendo sus próximas inversiones. Aunque esta campaña no ha despegado muy fuerte para ellos, esperan aumentar sus ventas respecto a 2013: “Aunque cada año se retrasan más las ventas, el comienzo de campaña ha sido en línea con el año anterior y estamos convencidos que se venderá más que el año pasado”, afirma Cea.

Los juguetes nuevos y los de ‘toda la vida’

Aunque los juguetes han evolucionado muchísimo, como en la moda, todo vuelve. Muchas de las cartas a Papá Noel y a los Reyes Magos de este año, han tenido como protagonistas a las muñecas de la Factoría Disney, entre ellas las que se llevan la palma son las protagonistas de la película Frozen. Los productos Disney son una de las señas de identidad de Poly Juguetes, ya que disponen de un corner específico de la marca dentro de sus tiendas. Sin embargo los juguetes de toda la vida como son los Playmobil o Lego siguen teniendo muchos adeptos. Además destacar que



Los juguetes son los regalos estrella para los más pequeños de la casa. Como saben, estas fechas son una de las épocas más relevantes, en cuanto a facturación, para las jugueterías de todo el país. Aunque la crisis no ha pasado de largo por este sector, jugueterías con una gran trayectoria en el mercado como Poly Juguetes esperan un aumento en sus ventas en esta campaña navideña, gracias a su apuesta por una mejora de la experiencia de cliente en sus tiendas. Escaparates adornados e iluminados para la ocasión y una oferta de juegos para los más pequeños en el interior de sus establecimientos, invitan a descubrir el mundo de ilusión que muestran sus estanterías ocupadas por las últimas muñecas de la Factoría Disney y también por los juegos de toda la vida, como los irrepetibles Playmobil o Lego.

una buena oportunidad para vivir una experiencia de compra distinta y especial. Todo está cuidado hasta en el mínimo detalle, transportándonos, desde nuestra entrada al establecimiento, a un mundo repleto de imaginación y aventuras. Y es que de hecho, este ha sido uno de los objetivos fundamentales del equipo directivo de la empresa. Tal y como nos explica Miguel Ángel Cea, director de Compras y Logística de Poly Juguetes: “Estamos teatralizando el punto de venta a través de decoraciones especiales, pantallas en las que los



Miguel Ángel Cea, Dtor. de Compras: “Aunque cada año se retrasan más las ventas, el comienzo de campaña ha sido en línea con el año anterior y estamos convencidos que se venderá más que el año pasado”

Poly Juguetes dispone de productos propios y exclusivos diseñados y fabricados por ellos mismos y de una sección especializada dirigida a los ‘hobbies’ del público adulto.

Una experiencia única y diferente

Entrar en una de las 67 tiendas que Poly Juguetes tiene repartidas por todo el país, es

Más Información
www.jugueteriapoly.com
(tienda on-line)