



Guadalupe Medrano

Country Manager de Tucano
Spain & Portugal



“Tucano siempre ha mantenido una oferta capaz de dar solución a las necesidades de todo tipo de público. Aunque contamos con un producto de calidad y una marca reconocida desde hace décadas...”

“Tucano ofrece al consumidor, ante todo, la gran calidad de sus productos y, si se diera el caso, una respuesta inmediata ante cualquier incidencia que pueda surgir. En cuanto a la distribución, Tucano pone en primer lugar el respeto en la colaboración con cada uno de sus partners, con los que intenta construir relaciones a largo plazo. Para ello ofrece condiciones transparentes que permiten ser competitivos en el mercado con respecto a la competencia”, con esta descripción Guadalupe Medrano, Country Manager de Tucano Spain & Portugal, nos da unas breves pinceladas del desarrollo de la empresa en la actualidad. Conozcamos más sobre la trayectoria y los avances que se están produciendo desde la marca.

Desde su fundación en 1985, ¿qué pasos ha seguido la compañía para llegar a distribuir sus productos en todo el mundo?

Desde un primer momento, Tucano apostó muy fuerte por sus productos por lo que, al tiempo que consolidaba su posición en Italia, creó un departamento ‘export’ dedicado a la apertura de nuevos mercados.

La creatividad y la calidad de los productos pronto suscitaron interés fuera de Italia y, ya a finales de los ochenta, Tucano contaba con una red de distribuidores en varios países por todo el mundo.

Siendo Tucano una empresa pionera en la fabricación de maletines de transporte para ordenadores portátiles y productos electrónicos. ¿Cómo se han ido adaptando a los cambios que ha ido experimentando el mercado de la informática?

Inicialmente, el mercado estaba muy enfocado al mundo profesional y en consonancia con los dispositivos para los que estaban diseñados sus productos. Con el tiempo, los portátiles fueron cada vez más ligeros, facilitando la movilidad, y esto permitió crear nuevas soluciones, como las fundas de neopreno, el producto emblemático de Tucano que acabaron copiando el resto de marcas.

Más adelante, con la llegada de las tablets y la sofisticación de la telefonía móvil, Tucano lanzó nuevas líneas, siempre siguiendo las tendencias de este mercado tan cambiante.

Entre su amplia gama de productos, ¿cuál de ellos destacarías?

La amplia y diversa selección de fundas de neopreno -material emblemático para Tucano-; también las mochilas y, por supuesto, las diferentes colecciones de maletines, pensados para todo tipo de público, tanto por el diseño y la gama de colores como por la funcionalidad; y todo en una variada propuesta de precios.



¿Qué aceptación tienen sus productos en las tiendas de electrodomésticos? ¿Qué le diría a aquellos establecimientos que aún no cuentan con sus referencias?

Tucano siempre ha mantenido una oferta capaz de dar solución a las necesidades de todo tipo de público. Aunque contamos con un producto de calidad y una marca reconocida desde hace décadas, también en el mercado español, no hemos desatendido a ninguno de los segmentos del mercado.

La informática se ha convertido en un bien de consumo presente en todos los domicilios, por lo que el usuario que se dirige a las tiendas del sector electro seguro que es consumidor de nuestra categoría de productos.

Tucano ofrece una alta calidad y un diseño diferenciado en todas sus franjas de precio, por lo que podemos aportar un toque diferenciador en este canal.

¿Requieren sus productos alguna prescripción especial?

En general, no. Son productos realizados de acuerdo con todas las normativas del sector. Realizamos productos universales, compatibles con varias tipologías de dispositivos y modelos específicos para determinados modelos de varias marcas en las categorías de portátiles, tablets y teléfonos móviles. Nuestros ‘packagings’ indican con detalle la compatibilidad con cada dispositivo, así como todas las funciones disponibles en cada producto.

¿Qué garantías ofrece Tucano al consumidor? ¿Y a la distribución de electrodomésticos?

Tucano ofrece al consumidor, ante todo, la gran calidad de sus productos y, si se diera el



caso, una respuesta inmediata ante cualquier incidencia que pueda surgir.

En cuanto a la distribución, Tucano pone en primer lugar el respeto en la colaboración con cada uno de sus partners, con los que intenta construir relaciones a largo plazo. Para ello ofrece condiciones transparentes que permiten ser competitivos en el mercado con respecto a la competencia. Tucano aporta el soporte necesario para mejorar esta colaboración, buscando construir juntos esa relación de mutuo interés que pueda consolidarse en el tiempo.

¿Cuáles son las principales novedades de Tucano?

En realidad, siempre hay nuevas colecciones de fundas, maletines y mochilas que aportan diseños novedosos y detalles funcionales. Lanzamos nuevos diseños periódicamente

para tener siempre una gama actual, personal y moderna. Por otro lado, hemos lanzado nuevas líneas, como las fundas para tablet con teclado incorporado, las mochilas para drones y gaming y nuevos diseños de fundas para los últimos modelos de móviles.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde Tucano para fomentar las ventas?

Confiamos en la eficiente actividad de nuestro gabinete de prensa; además, tenemos la colaboración con las iniciativas de marketing de nuestros partners, la presencia en guías del sector, la participación en ferias y una muy especial dedicación a nuestra presencia en el punto de venta con material útil y original para la comunicación y la exposición del producto.

