



Alex Huguet Rubio

Country Manager Iberia de Port Designs

Nuestros partners saben que con nuestros productos pueden recuperar el margen medio de la venta global, y alcanzar un cross-selling de 1 por 1

La empresa Port Designs diseña y desarrolla desde 1992 soluciones de transporte, de protección y de ergonomía para ordenadores portátiles. Su gama de productos incluye maletines, bolsos, mochilas, fundas y todo un surtido de accesorios para facilitar y mejorar el uso del portátil. En 2003 la empresa cambió radicalmente, cuando Stéphane Tripot y Cameron Wilson tomaron los mandos y decidieron darle un nuevo impulso. En 5 años, la empresa pasó de 4 empleados a casi 30, multiplicó su volumen de negocios por 20, y sostiene un crecimiento anual de ventas entre un 30 y un 40%. Para llegar a ser uno de los líderes especialistas del transporte y de la protección de la informática móvil, Port Designs colabora tanto con fabricantes de portátiles como con estudiantes de diseño y clientes corporativos, lo que le permite adaptarse a nuevos mercados o usos de consumo e imaginar, diseñar y presentar un nuevo prototipo de producto en tan solo 10 días.

Los últimos años han obtenido crecimientos destacados. ¿Qué esperan de los próximos? ¿Cómo les afecta la situación económica?

La situación económica afecta directamente a nuestros clientes (retailers, grandes empresas, y consumo en general). Hemos tenido que adaptar y diversificar nuestra gama de productos, proponiendo por ejemplo modelos más económicos, que optimizan la relación calidad/precio. La oferta de tipo bundle (que asocia un maletín con un accesorio, como por ejemplo un ratón) representó casi un 40% de nuestra facturación en consumo en 2009, y se nota que nuestros clientes están más receptivos a ese tipo de oferta promocional. Por otra parte, estos últimos meses hemos tenido que mejorar considerablemente nuestra productividad como empresa. El cambio \$/€ afecta de pleno a nuestra rentabilidad:

Seguimos creciendo, año tras año, un 70% en el 2008 y un 14% en el 2009, con una facturación superior a los 17 millones de euros



¿Qué margen aportan estos productos a la tienda que decide venderlos?

La venta de portátiles y de hardware en general aporta cada vez menos margen a los distribuidores y a las tiendas, por la presión que existe a nivel de los precios en el mercado. Históricamente, siempre nos hemos posicionado como una marca de complementos, que aporta diferenciación, valor añadido y margen. Nuestros partners saben que vendiendo nuestros productos pueden recuperar el margen medio de la venta global, en un portátil + accesorio, o un disco duro + funda por ejemplo. De hecho, es uno de nuestros lemas, llegar a que las tiendas y distribuidores lleguen al ideal de cross-selling de "1 por 1", no sólo por mejorar su rentabilidad, sino por entender que si

¿Les ha beneficiado que la informática sea un mercado tan dinámico, con importantes novedades en los últimos años como los discos duros portátiles, los netbooks o el iPad?

Evidentemente, corresponde perfectamente a la filosofía de Port Designs, cuya estrategia está basada en el diseño y desarrollo permanente de nuevos modelos. Esta primavera, hemos lanzado 6 nuevos modelos de fundas para discos duros, con diseños atrevidos como las Berlin HDD, que incorporan un sistema de protección exclusivo y moderno. En cuanto a netbooks, las novedades son permanentes. Hace ya 2 años, fuimos los primeros en sacar al mercado una gama exclusiva para los primeros Eee PC de Asus. Hemos conservado una muy buena dinámica en esta familia, y los maletines para netbooks representan ya un 20% de nuestra facturación. En fin, el iPad es la novedad del año. Creemos que será una de las ventas estrella de la campaña de Vuelta Al Cole, y que lo seguirá siendo hasta fin de año. Lanzamos al mercado una gama de fundas exclusivas para este nuevo concepto, que demuestra que aun hay cabida para la innovación en el mercado IT.

Constantemente estamos renovando nuestros formatos para adaptarnos a los cambios del mercado, como por ejemplo los nuevos tamaños de pantalla que van apareciendo, o el lanzamiento de nuevos dispositivos, como los ebooks o el iPad de Apple



En lo que respecta al mercado corporativo, el hecho de tener nuestra sede central en Europa, con un equipo de I+D y de diseño especializado, capaz de desarrollar un producto a medida para nuestros clientes corporativos y de presentar una muestra física al cliente en 10 días, supone un gran valor añadido.

Pero la materia prima esencial la aportan nuestros equipos comerciales especializados, que trabajan de la mano de nuestros distribuidores y partners, y visitan los clientes finales. Evidentemente, es importante conocer nuestros usuarios finales, saber cómo trabajan, como están organizados, e incluso, cuales son los aspectos importantes de su cultura empresarial. Poco a poco, y gracias a la



profesionalidad de nuestro equipo y a la calidad de nuestros productos, hemos ido entrando en proyectos estratégicos de creciente importancia que confirman nuestra credibilidad como fabricantes. En España, el mercado corporativo representó el año pasado un 50% de nuestra facturación, de lo cual se desprende que hemos sabido convencer a nuestros clientes a todos los niveles de exigencia.

¿Cuáles son las ventajas para el usuario de productos que, a priori, son accesorios? ¿Cómo deben prescribirse?

Hay varios factores a tener en cuenta: el primero y más evidente es el hecho de que, cada vez más, nuestros dispositivos electrónicos nos acompañan en nuestros desplazamientos cotidianos, ya sea por motivos de trabajo o porque no podemos prescindir de ellos en los ratos de ocio. Entonces, se hace necesario un accesorio para transportarlos y protegerlos de los golpes y las inclemencias del tiempo, ya que los portátiles, discos duros, cámaras, GPSs, etc. son muy delicados. Además, entre portátil,



documentos y objetos personales, a menudo cargamos a la espalda o al hombro más de 5 kg. de peso, por lo que es esencial que nuestro maletín o mochila sea lo más ergonómico posible para evitar dolores de espalda y prevenir lesiones. A todo esto, hemos de sumar que el maletín o bolso para el portátil es considerado, cada vez más, un accesorio de moda como podrían ser los zapatos; entran en juego el diseño, el color, el tejido, etc., a través de los cuales el usuario puede reflejar sus gustos personales.

¿Qué se puede esperar en un futuro cercano de este sector? ¿Quizá nuevos materiales o estilos? ¿Afectan las modas?

Evidentemente, seguiremos evolucionando en función al surgimiento de nuevos dispositivos y formatos de pantalla, y también en lo relativo a nuevos diseños y materiales. Por ejemplo, ya hemos lanzado una gama ecológica, fabricada a partir de nylon PET, un tejido que se obtiene de botellas de plástico recicladas. Creemos que merece la pena continuar investigando en esa dirección. En cuanto a las modas, evidentemente influyen a la hora de incluir colores y diseños variados, como por ejemplo, nuestra nueva línea Hello Kitty, que estará disponible en tiendas este verano.

Están en contacto con los fabricantes para mejorar los diseños. ¿Qué les piden éstos?

En Port Designs, tenemos un departamento que se dedica al mercado OEM, es decir, diseño y fabricación de accesorios en marca propia, para fabricantes como Toshiba, Lenovo o Dell, por ejemplo. Aprecian nuestros 18 años de experiencia en este sector, evidentemente, y el hecho de que garantizamos nuestros productos de por vida, porque la calidad es esencial para todos, pero para ellos en particular. En cuanto a diseños, les interesa que seamos capaces no sólo de seguir un guión, con objetivos claramente establecidos, sino también que estemos en posición de presentarles varias muestras electrónicas para cada estudio. Con esa diversidad, abrimos horizontes, y generamos ideas que alimentan la diversidad que buscan, externalizando este proceso creativo.

Ya hemos lanzado una gama ecológica, fabricada a partir de nylon PET, un tejido que se obtiene de botellas de plástico recicladas. Creemos que merece la pena continuar investigando en esa dirección.

¿Es frecuente la personalización de los modelos? ¿Qué tipo de clientes escogen esta modalidad?

Principalmente, clientes corporativos, pertenecientes tanto al sector público como al privado, que nos encargan soluciones de transporte adaptadas a sus necesidades específicas, o simplemente personalizados con su logotipo, porque entienden que el maletín es un buen soporte para esta comunicación. El proceso de personalización puede ser muy completo, y generar un proyecto creativo e industrial en sí mismo: por ejemplo, a finales de 2009, fuimos designados por la Junta de Andalucía para equipar con mochilas para portátiles a 184.000 alumnos y profesores de la comunidad autónoma andaluza en el contexto del programa Escuela TIC 2.0. La característica principal de estas mochilas convertibles en trolley, es la preocupación por la ergonomía y la comodidad de los niños. Este proyecto de equipamiento a un ente público es el de mayor cuantía en cuanto a número de unidades firmado en nuestro país hasta la fecha.



¿Qué les diría a los distribuidores del canal de electrodomésticos que todavía no venden Port Designs?

Hace 5 años, cuando abrimos nuestra filial en la península, les abría dicho de apostar por la diferencia y el valor añadido. Hoy en día, les diría de hacer como estos precursores de hace 5 años, que apostaron por nosotros y no se han arrepentido. Somos una marca consolidada en el mercado, pero en todos los casos pretendemos seguir sorprendiendo con nuestras novedades, y ayudarles a adaptarse a las evoluciones del mercado.

TASSIMO

MUCHO MÁS QUE CAFÉ



LA MÁQUINA MULTIBEVIDAS AUTOMÁTICA E INTELIGENTE
T DISCS DISPONIBLES EN HIPERMERCADOS Y SUPERMERCADOS

BOSCH

STARBUCKS® Y EL LOGO DE STARBUCKS® SON MARCAS REGISTRADAS DE STARBUCKS CORPORATION®.
*REEMBOLSO DE HASTA 30€ MEDIANTE TRANSFERENCIA BANCARIA POR LA COMPRA DE UNA MÁQUINA TASSIMO. PROMOCIÓN VÁLIDA EN TERRITORIO NACIONAL DESDE EL 26/03/2010 HASTA EL 15/05/2010, AMBOS INCLUSIVE.
BASES DEPOSITADAS ANTE NOTARIO Y DISPONIBLES EN WWW.TASSIMO.ES