


ANIMAL PARTY

Una fábrica de peluches en pequeñas manos

La experiencia y tecnología de una empresa estadounidense han servido de inspiración para crear un negocio de peluches personalizados que pueden fabricar los niños, y que la central planea expandir en España y Europa al mismo tiempo

Asistir al "nacimiento" de un peluche puede convertirse en todo un acontecimiento para un niño, sobre todo si él puede ser protagonista de ese proceso. Precisamente la implicación de los pequeños es una de las claves de Animal Party, una enseña española que ha creado un modelo de negocio para Europa a partir de una máquina que funciona en Estados Unidos desde 1996. "Allí esta es una actividad de éxito, que goza de un gran auge. No hay crío que no conozca estos peluches", señala Ingrid Pojer, directora general de Animal Party. La empresa que creó el aparato, Teddy Bear Stuffers, tiene 880 unidades instaladas en tiendas y centros comerciales de su país de origen, y también está presente en México, Noruega, Rusia y Reino Unido.

La compañía cuenta con más de 150 modelos de animales (osos –los más solicitados–, tigres, elefantes, vacas, leones, perros, monos, conejos, gatos) y 250 variedades de ropa con sus accesorios, que contribuyen a personalizar el producto y obtener finalmente una princesa, una bailarina, un bombero o un pirata. "Un peluche confeccionado a gusto del cliente constituye un regalo único, totalmente distinto y novedoso, más aún por llevar un



"En Estados Unidos es una actividad de éxito, que goza de un gran auge. No hay crío que no conozca estos peluches", señala Ingrid Pojer.

Fotos: Isabel Arriero

mensaje especial en su interior", destaca Ingrid Pojer.

La responsable de Animal Party señala que el concepto no solo está enfocado para niños y adolescentes, sino que también puede ser una idea original para celebrar

una despedida de soltería, el día de los enamorados o el de la madre. "Con motivo de las fechas especiales, nos encargamos de modificar la decoración, la ropa y accesorios de los peluches, que también adaptamos a los cambios de estación y a las festi-

Tirada:	30.000
Difusión:	30.000
Audiencia:	105.000
01/07/2007	

Sección:	-
Espacio (Cm_2):	576
Ocupación (%):	98%
Valor (€):	2.597,63
Valor Pág. (€):	2.650,00
Página:	31



Imagen: **Si**

vidades". La temporada de comuniones, las navidades, las vacaciones de verano o el inicio del curso escolar se aprovechan para renovar el vestuario, de modo que el franquiciado pueda ofrecer nuevas combinaciones de mascotas.

Aunque en España ya hay operadores que trabajan un concepto similar, "Animal Party tiene una relación calidad-precio superior, gracias a la larga trayectoria de la empresa matriz y a su gran volumen de negocio", defiende la responsable de la enseña.



Para España y Europa

Ingrid Pojer, representante de juguetes y concededora de los distribuidores que operan en España y Portugal, entró en contacto con Teddy Bear Stuffers en una feria europea, el pasado febrero. Ambas partes acordaron allí la creación de una marca específica para el Viejo Continente, que utilizara la maquinaria y productos de la compañía estadounidense y que se expandiera con tiendas exclusivas de la enseña y con rincones dentro de otros establecimientos con actividades afines.

El plan consiste en lanzar la marca en España y el resto de Europa a la vez. En concreto, la central se ha marcado el objetivo de instalar aquí 5 unidades en un año, 15 en el segundo y alcanzar 60 establecimientos en un quinquenio. "En septiembre probablemente podremos contar con los primeros rincones en España".

En los demás países europeos se acordarán masterfranquicias. "Actualmente estamos negociando con un inversor en Noruega que tiene proyectado abrir 20 puntos de venta", apunta Pojer.

En estos inicios de la enseña, la directora general de Animal Party prefiere instalarse en ciudades grandes y de costa—por la afluencia de turistas—, así como en centros comerciales y parques de atracciones.

Muñecos con alma

Los peluches no vienen de París ni los trae a cigüeña colgando del pico. Con la máquina de Animal Party, niños y adultos pueden colaborar en el proceso de fabricación, concebido por la enseña para que se convierta

en un momento de ocio y diversión para sus clientes.

En primer lugar, una manivela conecta con la urna donde se encuentra el material de relleno. Después de removido, dicho relleno se

mete en el modelo de animal seleccionado, y, antes de cerrarlo, el niño coge una estrella, le da un beso pensando en un deseo y lo introduce dentro. "Ese es el alma con que nacen nuestros peluches", resalta Ingrid Pojer, directora general de Animal Party.

Después se sube la cremallera, cuyo sistema patentado impide que el muñeco se vuelva a abrir. "Esto permite que nuestro producto sea apto para niños pequeños, a partir de los 3 años", explica Ingrid Pojer.

Con el cuerpo terminado, se pasa a elegir la ropa y accesorios, se le pone un nombre a la mascota, se completa su partida de nacimiento y se coloca dentro de una cuna con asa para poder transportarla. Opcionalmente, el cliente tiene la posibilidad de incorporar un sonido de animal o un mensaje grabado, que añade un toque más de personalización al peluche.

Para llevar a buen término sus planes de expansión, la central selecciona como asociados a gente joven, con facilidad de trato y a la que le gusten los niños. "También nos interesan las tiendas que ponen las familias y que atienden las madres, por ejemplo. Además, vamos a mantener reuniones con



Estrategias de éxito

la ONCE para que conozcan nuestro proyecto y puedan proponérselo a los discapacitados", dice Ingrid Pojer.

Si el asociado opta por poner un establecimiento, este tiene que ocupar una superficie de entre 20 y 40 metros cuadrados, y emplazarse en una zona con mucho paso de gente. Sin contar la obra civil, la inversión inicial se aproxima a 25.000 euros o 4,2 millones de pesetas. La cifra incluye el derecho de entrada, de 7.000 euros, además de la mercancía inicial—que se paga a 30 días—, el equipamiento informático, la decoración y el mobiliario. La máquina se



cede en alquiler.

"No se trata de vender peluches únicamente. Este es un negocio entrañable, muy tierno, que hace al niño participe de la creación de su juguete, con la ayuda de los mayores. En España y Europa aún queda mucho camino por recorrer en este nicho de mercado", concluye Ingrid Pojer.

Nieves García Bautista



Más información: Departamento de Expansión, C/Alcalá, 128, 1ª planta. 28009 Madrid. Tno.: 91 309 65 15. Correo: expansion@bya.es