

**Priscilla Ramírez** Fundadora de Koker

# “Ofrecemos ‘looks’ completos a las clientas para intentar diferenciarnos”

**María Cupeiro** MADRID.

Una visita a Inditex fue el detonante definitivo para poner en marcha su enseña. Los fundadores de Koker, Priscilla Ramírez y Manuel Normie-la, definen su marca como una empresa de moda femenina de bajo coste de calidad, cuyo concepto diferenciador es ofrecer combinaciones completas para inspirar a las clientas como si fuese un *personal shopper*. “El objetivo es que la clienta salga de la empresa con un *look* completo”, señala Ramírez. Por el momento, la empresa, que echó a andar en 2014, cuenta con 40 tiendas y ha cerrado el pasado año con un crecimiento del 32 por ciento respecto al año anterior, vendiendo más de 240.000 prendas.

**¿Cómo nació Koker?**

La idea fue una casualidad. Tenemos negocios en Colombia y uno de nuestros socios allí tiene una fábrica de textil donde fabrican para grandes marcas. Me comentó que en el mercado americano vendían muy bien, pero que en Europa les costaba, fabricaban para Adidas, Nike... y tenían un premio como mejor proveedor de Adidas. Le dije que me enviara unas muestras para hacerle, como amigo, unas gestiones aquí en España. Me fui a las grandes marcas a presentarles y en Stradivarius, en Igualada, me dieron dos muestras para realizar, pero tenía que entregarlas en 60 días y eso me rompió los esquemas.

Siempre quisimos tener una marca de ropa y empezamos a hacer estudios a ver si nos decidíamos. Veíamos cosas en contra, que era un sector maduro, que había gente muy fuerte, otras que estaban cerrando tiendas y el empujón final nos lo dio el mejor, que es Zara. Pensamos que las cosas están mal, pero tienes ocho marcas propias unas al lado de otras y a todas van muy bien; no es problema del sector, es un problema de cómo haces tú las cosas. El mercado es tan grande, que hay huecos si sabes hacer las cosas bien.

**Cuando empezaron, ¿querían ser franquicia?**

No, fue un poco por casualidad. El estudio previo que hicimos decía que había que poner la tienda en lugares donde pasase mucha gente, no hacía falta que hubiera grandes marcas cerca. Eso nos extrañó y decidimos montar la primera tienda en una calle que pasase mucha gente y encontramos una en pleno casco histórico de Toledo con mucho



**Plan de franquicia:**  
“No vendemos franquicias, nuestro beneficio está en el margen de la ropa que reponen”

**Coste inicial:**  
“La inversión media oscila entre 19.900 euros la tienda más barata hasta los 48.000 euros”

**Competencia:**  
“El mercado de la moda es tan grande que hay hueco si sabes hacer las cosas bien”

tránsito de gente, pero vacía de tiendas y el resultado fue muy bueno.

Tenemos diferentes formas de venta. Una que para nosotros es muy difícil es la premeditada, cuando una señora decide ir de compras piensa en Zara, El Corte Inglés..., pero hay otra venta, la que más me gusta, que es la de impulso. Una señora va por la calle y ve un vestido que le gusta en el escaparate de una tienda, entra y lo compra, y le da igual la marca; ahí estamos en igualdad de condiciones. Nosotros cuidamos mucho el impulso, el escaparate y a la gente le llaman la atención. Así, las clientas se acercaban a nosotros preguntando si éramos franquicia y era un modelo que nos venía bien para coger volumen y empezar la producción.

**¿Cómo desarrollaron el plan de franquicia?**

Nuestro negocio no es vender franquicias. Lo que cobramos inicialmente es lo que cuesta la franquicia, tenemos tres niveles en función del tamaño de la tienda desde los 80 m<sup>2</sup>, 200 m<sup>2</sup> y hasta los 500

m<sup>2</sup> de máximo. En el precio de la franquicia incluimos el diseño de la tienda, el mobiliario y el material para llenar la tienda de ropa y complementos. Y la formación. Tampoco cobramos *royalty*, sino que nuestro beneficio está en que la gente reponga muchas veces, está en el margen de la ropa que repone. La inversión va desde los 19.900 euros la más barata, hasta los 48.000 euros.

**¿Qué planes de desarrollo tienen?**

Tenemos 39 tiendas abiertas, 12 propias, y vamos a abrir una nueva en breve en Benidorm. Van tan rápido las cosas en este mundo que no sabes; nuestra intención a medio plazo es seguir abriendo propias en España y franquiciar solo fuera.

Este año abriremos ocho o nueve tiendas. Ya tenemos firmadas la apertura en Costa Rica y un cuarto establecimiento en México.

**¿Dónde fabrican las prendas?**

En Italia, España y Francia, y ahora traeremos el producto de complementos de Oriente, porque no es

posible producir en Europa estos productos a precios asequibles.

**¿Koker es ‘low cost’?**

*Low cost* puede ser irte a Londres por 50 euros, pero también es irte a Nueva York por 200 euros, son productos diferentes. Buscamos un concepto de *low cost*, un concepto que no sea una *boutique* de lujo, pero con una presentación de boutique de lujo. De hecho, tuvimos que poner el cartel de *low cost* en la puerta porque a veces las clientas ven nuestras tiendas y parece que son muy caras y se retraían. Nuestro tique medio en invierno es de unos 58 euros y en torno a los 40 euros en verano.

**¿Cuál es la facturación?**

No facturamos como cadena. Cada tienda está en torno a los 200.000 euros, 250.000 euros y hasta 500.000 euros las más grandes.

Para leer más [www.eleconomista.es/kiosco/](http://www.eleconomista.es/kiosco/)

**Franquicias**  
Pyrenees y emprendimientos  
el análisis