

Recorte en color

EMPRENDEDORES

LAF: y el juguete se hizo joya

Si a un icono universal como un 'click' de Playmobil unimos un estilo desenfadado marcado por la elegancia y un profundo espíritu creativo, el resultado son las piezas de joyería de una nueva marca llamada LAF.

Valentín Bustos

Conteste a la siguiente pregunta: ¿Ha jugado alguna vez con un *click* de Playmobil? La respuesta, con toda probabilidad, será que sí. ¿Y le gustaría llevarlos en forma de anillos, pulseras, broches, colgantes o pendientes? Ahora es posible gracias a la firma de joyería LAF, fundada por César Ramírez (42 años) y fan incondicional de tan singular muñeco: "Queríamos conseguir que la gente se identificara con nuestra marca y, que mejor forma de hacerlo, que apostar por los *click*, piezas con las que todos jugamos en nuestra niñez, y que tocan nuestra corazón".

Licenciado en Farmacia, y tras trabajar en un laboratorio, se decantó por crear una agencia de marketing (La Fórmula). Gran conocedor de las tendencias y corrientes de moda debido a su larga trayectoria profesional en el desarrollo de grandes marcas, y después de ver el funcionamiento de varios sectores y tocar varios palos, hace tres años pensó en crear una marca que fuese emocional. Además, tenía que

tener otro ingrediente: debería ser compartida por un gran número de personas. Y pensó: ¿Quién no ha tenido un *click*? Tras dos años de duras negociaciones con sus creadores (la firma de los muñecos es *made in Germany*), y otro año más diseñando y desarrollando los prototipos, a la par que creaban la estructura comercial, en octubre de 2013 veía la luz la 'Colección Playmobil'. "A Playmobil le chocó mucho la idea, ya que no querían desarrollar nada que no fuera para niños", recuerda César Ramírez. Pero cuando les presentaron los modelos, tocaron su fibra sensible. "Están encantados con el resultado. El acuerdo al que hemos llegado con ellos es de siete años", añade.

El público al cual se dirigen estos diseños son personas de 20 a 50 años, con responsabilidades, pero también con un cierto toque de síndrome de Peter Pan. Presentes ya en más de un centenar de tiendas en España, en su página web (www.lifeislaf.com) han recibido pedidos de países como Francia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Bélgica o Mala-



sia. "Estamos preparando la internacionalización de la colección en otros mercados. De momento, tenemos previsto asistir a una feria en París", indica su fundador.

La propia Playmobil ya dispone de estos complementos en su tienda de la localidad alemana de Zirndorf, aunque el 'pedido' más sorprendente que han recibido ha sido uno de los Emiratos Árabes: ni más ni menos que una pieza de oro macizo y brillantes. Un deseo que les resulta imposible de satisfacer, ya que sus 55 referencias solo están disponibles en plata, y por un precio que oscila entre los 29

y los 90 euros. En plantilla, y dedicadas exclusivamente a LAF, solo hay dos personas. Si a ello unimos los agentes comerciales y los dos fabricantes, hablamos de unas 120 personas. "Es un concepto novedoso, de joyería desenfadada, serio, a la par que divertido", concluye. ■

