

Sobre Coronel Tapiocca

En el año 1989 Coronel Tapiocca inició su original aventura en el sector textil con la creación de un nuevo concepto: una "tienda mágica" en la que hombres y mujeres pudieran encontrar todo lo necesario para sus viajes de ocio y aventura, donde plasmar sus sueños e inquietudes.

La historia de Coronel Tapiocca comienza cuando Ricardo Beleta, perteneciente a una familia con una larga tradición en el sector textil catalán y creador de la idea, se dio cuenta de que cada vez que preparaba un viaje debía recorrer varios establecimientos para encontrar todo lo que necesitaba, con la consecuente pérdida de tiempo y dinero. Por eso se le ocurrió que sería buena idea abrir una tienda en la que pudiera equiparse adecuadamente para sus aventuras, en la que hubiese la suficiente variedad de género para que la mayor parte de los exploradores de asfalto, como él, encontraran todo lo necesario para sus salidas campestres fuera de las ciudades.

Así nació una marca atractiva y divertida, con una amplia variedad de producto, un nuevo concepto que se materializó en una primera tienda minorista especializada en productos de aventura y viajes sita en la calle Mariano Cubí, de Barcelona. Poco tiempo después le siguieron dos tiendas más en Madrid y la inauguración de un segundo local en Barcelona y en otras capitales de España como Sevilla y Valencia.

Posteriormente llegó la expansión internacional con la apertura de tiendas en Lisboa y Roma. Hoy Coronel Tapiocca es una cadena de tiendas única, que en 2009 cuenta con más de 150 tiendas en España, Portugal e Italia, y que pretende extender su red de tiendas de viaje y aventura a nuevos mercados y territorios.

Coronel Tapiocca se sitúa en un lugar exclusivo en el mercado. La compañía nació sin competidores directos y aunque otras cadenas comercializan el mismo tipo de productos, se trata de un concepto único en Europa: una tienda que transmite una imagen corporativa única desde la arquitectura a los escaparates, un establecimiento en



el que encontrar una gran variedad de artículos para viajes, ocio y tiempo libre, en un solo recinto.

El portfolio de producto es muy extenso. En las tiendas se pueden encontrar desde brújulas, artículos de iluminación y mochilas, hasta prácticas prendas de vestir y cómodos zapatos, sin olvidar las colecciones de accesorios, parafarmacia, acampada, etc. Todo bajo los principios de CALIDAD, FUNCIONALIDAD Y COMODIDAD, características que conforman el ADN del producto Coronel Tapiocca, y que representan sus valores más apreciados.

Coronel Tapiocca cuenta con un elevado conocimiento de marca, que transmite valores de amor a la naturaleza, espíritu aventurero, solidaridad, curiosidad por lo desconocido, sensibilidad por la ecología, y se dirige a cliente apasionado por las actividades de ocio al aire libre....

El cliente de Coronel Tapiocca es el centro sobre el que gira la actividad de la marca. Es de perfil muy variado, sin distinción de sexos; pertenece a todo tipo de segmento social, debido a una política de precios muy estudiada. Predomina el perfil urbano, con estudios superiores. El rango de edad es amplio, siendo la orquilla principal entre los de 19 a 45 años. En todo caso, no es la edad biológica lo determinante en nuestro cliente, sino su espíritu de aventura y su interés por descubrir cosas nuevas.