

EQUIPAMIENTO

Buff llega a los 40 millones en 2015 y abre su segundo punto de venta

Guillermo G. Recio
7 jul 2016 - 05:00

Buff sigue con el piloto automático. La compañía catalana cerró su año fiscal, finalizado el 30 de abril, con una facturación consolidada de 40 millones de euros. El crecimiento de la marca de gorros y productos textiles para el cuello en el último ejercicio sigue la línea de los últimos once años, en los que ha anotado fases de incremento del entre el 10% y el 11%.

Según ha indicado la compañía a *Palco23*, este año se han invertido cinco millones de euros en la ampliación de la sede central de Igualada (Barcelona), que ahora ocupa una superficie de 12.500 metros cuadrados. En las nuevas instalaciones se centraliza toda la producción, el diseño y la estampación, junto con las áreas de comunicación y marketing.

La mejora de sus instalaciones ha ido acompañada de la inauguración de un punto de venta directo, que también contará con una zona *outlet*. Este establecimiento se convierte en el segundo de la compañía, tras abrir en 2014 su primera tienda en la Terminal 1 del Aeropuerto de Barcelona-El Prat.



Marc Márquez es el principal activo de la marca catalana./ Buff

PALCO23

La empresa, fundada en 1992 por Joan Rojas, quiere potenciar sus ventas en España, ya que el 90% de su negocio lo genera en los más de 60 países donde tiene distribución. Es decir, 36 millones de euros provienen de sus ventas fuera del mercado nacional.

La internacionalización de la compañía también se demuestra con sus principales embajadores de marca: Marc Márquez de MotoGP, Jose Hermida de MTB, Anne-Flore Marxer de *snowboard* y Joe Grant de *trail running*, entre otros. Asimismo, también dan apoyo a eventos como el Epic Trail Aigüestortes y la UCI Downhill World Cup en Fort Williams, entre otros.

La compañía es habitual en las ferias *outdoor* y ejemplo de la transversalidad de los deportes para los que se usan sus productos es que este año volvió a estar en la principal cita de pesca a nivel europeo, la *Fishing Tackle Trade Exhibition*, que tuvo lugar el pasado junio en Varsovia, Polonia.

También hay parte de su negocio que no va dirigido específicamente al deporte, como se puede observar con el contrato que ganaron hace unos años para suministrar gorros tubulares con el objetivo de combatir el frío extremo para el Ejército del Aire español.