

EQUIPAMIENTO

Jim Sports se suma al 'boom' del pádel con Vibor-a, que prevé crecer un 70% en 2021

La marca de equipamiento para pádel, que forma parte del grupo Jim Sports desde 2019, ha facturado 2,5 millones de euros en 2020 y distribuye sus artículos en 21 países del mundo.

Albert Ferrer
9 jun 2021 - 04:54



Vibor-a Padel pasa al ataque tras un año atípico. La marca española de pádel con sede en Lugo, cuyo propietario es Jorge Gutiérrez, prevé aumentar su facturación en un 70% respecto al año anterior, hasta cuatro millones de euros. A cierre del pasado ejercicio, la compañía, que forma parte del grupo Jim Sports, facturó 2,5 millones de euros.

Pese al descenso de 270 federados, 2020 el pádel se ha consolidado como una de las actividades que mayor interés ha despertado en el público español tras el confinamiento. “Es un deporte divertido, sencillo de jugar y que puedes compartir con tus amigos”, comenta Xabier Varela, responsable de negocio de la marca española.

En 2019, la empresa de distribución de material deportivo Jim Sports se hizo con la fabricación y la posterior distribución de la marca de pádel en un contrato de siete años de duración. “La compañía hizo un gran trabajo de posicionamiento de marca, pero no tuvo el músculo financiero ni la capacidad para abarcar todo lo que quería alcanzar”, destaca.

Vibor-a Padel facturó 2,5 millones de euros en 2020

Jim Sports cuenta con 90 empleados distribuidos en diferentes departamentos y, en concreto, diez de estas personas forman parte de Vibor-a, que pretende aumentar la plantilla en un futuro próximo.

La logística de Vibor-a se encuentra en la ciudad de Lugo, donde actualmente cuenta con una superficie de 10.000 metros cuadrados, a la que se le añadirá una segunda nave de 15.000 metros cuadrados, prevista para 2024.

La marca también pretende crecer en cuanto a número de proveedores, tanto en el mercado local como en el extranjero. Vibor-a trabaja con un total de ocho fábricas en todo el mundo, repartidas entre España, Pakistán y Marruecos.

La empresa con sede en Lugo trabaja con ocho fábricas repartidas entre España, Pakistán y Marruecos

“Con las fábricas que tenemos y la demanda actual no damos abasto; estamos por encima de nuestras posibilidades”, subraya Varela, que espera cerrar acuerdos de forma inminente con algunos emplazamientos también en España, Pakistán y Marruecos para contar más proveedores.

Vibor-a Padel se distribuye actualmente en 21 países fuera de España, entre los que destacan Suecia, Italia, Dinamarca, Bélgica o Países Bajos. Además, de forma reciente, la empresa ha entrado en Emiratos Árabes y también en el mercado norteamericano, ganando presencia en Estados Unidos y Canadá.

PALCO23

De los 2,5 millones de euros facturados en el curso anterior, la compañía atribuye el 80% de la facturación total a la venta de palas de pádel, que van desde 120 euros hasta 459 euros. El 20% restante del negocio lo copa el textil y complementos como paleteros, muñequeras o calcetines.

Con motivo del décimo aniversario de la marca, la empresa ha comenzado a fabricar una gama exclusiva de palas y textil que saldrán al mercado en los próximos meses. Además, abordará el fichaje de un *top-10* del ránking mundial de World Padel Tour, como ya hiciera en su día Wilson con la firma del argentino Fernando Belasteguín.