

EQUIPAMIENTO

La marca de 'running' Far busca distribuidores para dar el salto internacional

La compañía barcelonesa, fundada por Ferrán Marsá y Nacho Gómez y dirigida por Roger Padrós, está en conversaciones con un distribuidor francés para exportar sus productos a los principales mercados europeos, aunque la prioridad es encontrar un socio en cada país.

Álvaro Carretero
18 dic 2019 - 04:57



El binomio moda-deporte cada vez está más asentado en el mundo del retail. Las grandes marcas han trabado una relación que parece ya indisoluble, y que seguirá reforzándose durante los próximos años. Este escenario es el que ha abierto las puertas a Far, una marca barcelonesa especializada en *running*, que aspira a consolidarse en el mercado. Tras empezar a vender en España, ahora ha iniciado conversaciones con diferentes distribuidores para tener presencia en algunos establecimientos de *retailers* europeos.

“Tenemos sobre la mesa esta propuesta, pero nuestro objetivo sería encontrar un socio local para cada país”, explica a *Palco23* Roger Padrós, director de marca de la

compañía. Se trata de un objetivo ambicioso que “está costando”, afirma. De ahí que la opción que pueda cobrar más fuerza sea entregar su distribución en Europa a un único socio para comenzar a abrir mercado, a expensas de que lleguen nuevas ofertas.

En España, sin embargo, la estrategia es diferente. “Buscamos un distribuidor único pero, si no sale o no encontramos uno que nos asegure respetar la esencia de la marca, lo gestionaremos a través de agentes comerciales que nos ayuden a impulsarla”, afirma el ejecutivo. Los productos de Far han estado presentes en la tienda especializada en ciclismo On y va, donde cuentan con un córner propio, Corvus y en Be Store, perteneciente al Grupo Natura.

"Queremos encontrar un distribuidor único para cada país, aunque está siendo un proceso difícil"

Por ahora, todas las ventas se producen a través de su ecommerce, tanto a nivel nacional como internacional. Tras el lanzamiento de su segunda colección, las ventas en el extranjero representan ya el 50% del total, cuando antes tres cuartas partes se producían en España. “Ha supuesto un gran impulso y ya miramos el siguiente reto, para el que incorporaremos a otras dos personas a nuestro equipo comercial en enero”, sostiene Padrós.

El espaldarazo en las ventas, sin embargo, no ha sido el único que recibieron en esta segunda colección. Meses antes Far, fundada por Ferran Marsà y Nacho Gómez, abrió su accionariado para dar entrada a un cuarto socio, Hugo Mora, que se sumó al fichaje de Padrós hace cerca de tres años.

El 80% de sus productos se fabrica en Portugal y, el resto, en Barcelona, donde se confeccionan artículos específicos que no compensa llevar al país vecino. De cara a 2020, el gran reto de la marca será fidelizar a una comunidad cada vez mayor de consumidores, que apuesten por “ir guapos a correr”, señala. “Creemos que ya ha pasado la fase de salir a hacer ejercicio con camisetas de publicidad, eventos y, en general poco técnica; el mercado ha cambiado y la gente quiere lucir otro tipo de colores y prendas”.