

The Brubaker presenta su nueva campaña con Andrés Velencoso

La firma, que diseña y fabrica íntegramente en España, nació con el objetivo de reinventar los básicos

The Brubaker surge como respuesta a una necesidad en el mercado. No dispuestos a pagar 80 euros en El Corte Inglés por camisas que no lo valen, buscaron una alternativa a las marcas ya implantadas, pero no fue tan fácil. Los hoy socios fundadores de The Brubaker, Manuel de Timoteo y Antonio Robert, se dieron cuenta de que no existía ninguna marca actual que ofreciera productos de gama alta con precio asequibles. Estando dispuestos a pagar por calidad que no por un logo, no encontraron nada que les satisficiera. Así dieron con la necesidad no resuelta. Productos buenos con precios justos. Aquí empezó la aventura.

Inspirados por la película de Robert Redford que cuenta como un alcaide de una prisión quiere cambiar el sistema penitenciario desde dentro simulando ser un preso más cuando acaba de llegar, su filosofía y estilo, The Brubaker quiere cambiar las normas seguidas hasta ahora, buscando ofrecer a sus clientes básicos de lujo, la mejor calidad a un precio imposible. ¿Cómo? La compañía apuesta por la venta online en exclusiva eliminando intermediarios para ahorrar costes. Al fabricar íntegramente en España reduce a mínimos los gastos de distribución. El producto va directo de la fábrica a casa. El éxito reside en la agilización de procesos de producción y un software de previsión de la demanda, así como otros de gestión avanzada del inventario que reduce a mínimos el stock.

The Brubaker es una start-up de moda masculina que diseña y fabrica íntegramente en España, y que nació con el objetivo de reinventar los básicos. De momento se centra en la camisería, utiliza patrones propios, busca prendas de carácter atemporal y corte clásico, y huye de logos. The Brubaker no vende marca, vende producto y calidad. No utiliza mezclas sintéticas, ofrece materia prima en estado puro: 100% algodón, 100% lino, 100% cashmere entre otras. Compra tejidos de lujo a fábricas pioneras a nivel internacional como Canclini, Albiate y Somelos, pioneros en tejido oxford y popelin, comparte proveedores con firmas de gama alta, como Hackett en Europa o J.Crew en EEUU. Andrés Velencoso es asesor e imagen oficial de la marca, y protagoniza la nueva campaña otoño/invierno de The Brubaker.

The Brubaker es una de las primeras marcas de ropa nativas de internet. Usando la web como único medio de venta para el cliente final, y produciendo todo en España en las mismas fábricas que las grandes marcas, es capaz de saltar los intermediarios traspasando los ahorros de costes al cliente final ofreciendo un producto y una experiencia de compra únicos. Además, usando la tecnología es capaz de prever la demanda de sus productos y gestionar de manera avanzada su stock.

Uno de los pilares principales de la firma es escuchar a sus clientes, consiguiendo satisfacer sus necesidades y demandas lo más rápido posible. The Brubaker cuenta con un software de previsión de la demanda que reduce a mínimos el stock. Gracias al manejo del BIG DATA y a la optimización de la información proporcionada por Internet, The Brubaker ofrece sus productos a los clientes adecuados

en el momento indicado.

Siendo el cliente lo más importante para la firma, The Brubaker ha cambiado su web, se renueva tanto en diseño como en contenido para ofrecer la mejor navegación posible.

Datos de contacto:

Rosa Jiménez

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Moda](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>