

## CLUBES

# El Málaga CF abre en el centro histórico su séptima tienda

Palco23

11 may 2016 - 16:19

El Málaga CF quiere estar más cerca de los aficionados y de los miles de turistas que pasean por la ciudad durante el verano. El conjunto andaluz inauguró ayer en la Plaza Judería, muy cerca del Museo Picasso, el que supone ya su séptimo punto de venta oficial en la provincia. A diferencia de otros clubes, la gestión de la red de establecimientos es propia y no depende del proveedor de equipamiento, en este caso Nike.

"Con un diseño dinámico y moderno, los aficionados podrán adquirir la colección habitual de equipaciones oficiales y artículos de *merchandising* malaguista", indica la entidad en un comunicado tras la primera apertura que realizan desde la última tienda que subió la persiana en 2014. Además, se trata del primer local a pie de calle que explotarán en la ciudad, ya que hasta ahora todos se encontraban, a excepción del de La Rosaleda, en centros comerciales o municipios de la provincia.



Interior de la tienda del Málaga CF en Fuengirola, una de las últimas que abrió.

En la actualidad, junto a la del estadio y la del centro histórico, la red comercial del Málaga CF se completa con puntos de venta en los centros comerciales Larios, Vialia y Rincón de la Victoria

,y en los municipios de Fuengirola y Torre del Mar. Además, también gestionan de forma interna el portal de comercio electrónico corporativo, "a disposición de todos los seguidores malaguistas de cualquier parte del mundo", recuerdan.

El club recuerda en su página web que ofrece "la posibilidad a los dueños de locales en ubicación privilegiada de poder abrir una tienda oficial en modelo de franquicia, con perspectivas de rentabilidad muy alta", aunque se desconoce si ya han recibido alguna propuesta en firme. También aseguran estar dispuestos a dar la opción de "distribuir de forma exclusiva sus productos oficiales en comercios y grandes superficies".

El aumento de la red de distribución se produce después de que en las dos últimas temporadas hayan logrado mejorar la facturación de las tiendas, aunque todavía estén lejos de los 2,8 millones de euros que generaron en la 2012-2013, cuando disputaron la Champions League. Eso sí, en la 2014-2015 repuntó, al pasar de 2,25 millones a 2,41 millones de euros, mientras que para este año se han presupuestado obtener 2,55 millones por la venta de productos oficiales.