

EQUIPAMIENTO

Soloporteros cambia de nombre para abarcar a todo el fútbol

Palco23
8 jun 2016 - 10:12

Soloporteros cambia de piel para ir más lejos. La compañía aragonesa ha lanzado su nueva imagen y su nuevo nombre, Fútbol Emotion, al considerar que ya no son sólo una tienda para los porteros, sino "una empresa global para el futbolista". Ello, en un contexto de cada vez más competencia en la venta online de artículos deportivos y en el que fútbol no es el único deporte que impulsa las ventas.

A través de un vídeo en Youtube, Fútbol Emotion ha aclarado que no dejarán de ser "la mejor tienda para los porteros y tampoco desaparecerá la marca propia SP". "Comercializamos material deportivo para el futbolista, realizamos acciones de formación para jóvenes jugadores y porteros, hemos ampliado el catálogo con ropa de moda y material de *running* para no equiparte sólo en el campo, sino también en la calle y en las pretemporadas", ha indicado la compañía.

La empresa, fundada en 2001 por el exfutbolista Javier Sánchez Broto, cuenta actualmente con doce tiendas en diferentes comunidades autónomas de España, de las cuales siete son propias y las cinco restantes son franquicias. El primer punto de venta abrió en Zaragoza, ciudad natal del exportero del club maño y donde también tienen sus oficinas y el almacén logístico.

La compañía también está presente en Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga, Sevilla, Tarragona, Valencia, Valladolid, Vigo, Castellón y Almería. En estas dos últimas ciudades, la compañía cerró un acuerdo con los clubes de fútbol que militan en Segunda División y Tercera División, respectivamente, por el que dispone de un córner propio en el punto de venta.

Como muestra del crecimiento y la diversificación de la compañía, el pasado año lanzaron su propia marca de prendas deportivas, Tacconi Sportwear, y crearon una línea urbana, US360. La primera está pensada para "aqueellos clubes profesionales o *amateurs* que quieran equipaciones de gran calidad a un precio muy competitivo", aseguraron.

Sobre la segunda enseña, comentaron que "fútbol y moda van de la mano en esta nueva colección que Soloporteros presenta como gran novedad para la temporada

PALCO23

2015". La marca US360, dirigida a un público muy joven, tiene desde camisetas de manga corta en varios colores hasta jerséis en diferentes tonalidades, con precios que oscilan entre 24,95 euros y 39,95 euros.

La empresa española cerró 2014 con una facturación de diez millones de euros. Según consta en su página web, la cifra de negocio ha creado un ritmo superior al 30% desde 2009. El canal *online* produce el 60% de las ventas de Fútbol Emotion y el 40% restante se realiza a través de los establecimientos que tiene la empresa. Además, la compañía estudia llevar su red de tiendas a Francia e Inglaterra.