

EQUIPAMIENTO

La 'start up' Sockers se sube a la ola del fenómeno Happy Socks a la caza del nicho deportivo

Martí Ventura

3 ene 2017 - 11:27

Sockers echa a andar. La *start up* de calcetería da el salto al mercado este enero con su primera colección de calcetines deportivos, especializados en el ciclismo y *running*. Para comercializar sus productos, la compañía ha decidido dar sus primeros pasos en el canal online, con miras a dar el salto al retail el próximo año, según explica uno de los fundadores de la empresa, Javier Carretero.

Carretero, junto a sus socios Antonio Aritmendi y Eduardo Sevillano, decidieron emprender el año pasado para lanzar al mercado Sockers. "Los calcetines deportivos que había en el mercado eran muy buenos técnicamente pero no tenían un diseño atractivo, quisimos ser un referente que una los dos conceptos", explica el cofundador. El proyecto echa a andar con una inversión inicial de 9.000 euros, que han aportado los tres emprendedores con fondos propios.

Después de meses testeando qué tipo de material utilizar y las características técnicas más adecuadas para su fabricación, han hecho un tiraje inicial de 1.300 pares de calcetines. El mismo cofundador, que practica triatlón en su tiempo libre, junto a atletas profesionales, realizó las pruebas que permitieron dar con el calcetín idóneo.

La primera colección de Sockers consta de cuatro modelos de diferente largo, especializados en un tipo de deporte u otro. Sus productos, disponibles en diferentes colores, tienen un precio medio de entre diez euros y 18 euros. Toda la producción se ha realizado en España. A la espera de sus primeros resultados online, Sockers también prevé dar el salto al retail de cara al año que viene.

Sus planes incluyen entrar en el canal multimarca, en tiendas especializadas en triatlón, ciclismo o *running*. Por el momento, la empresa empieza a operar en el mercado español y portugués a través de su propia plataforma de e-commerce, con miras a ampliar su red de distribución a Europa, especialmente Italia, Francia, Reino Unido y Alemania.

Mediante las alianzas estratégicas con diferentes *influencers* del mundo del triatlón, Sockers espera acabar 2017 con ventas mensuales de 2.000 pares de calcetines al mes.

El 'boom' de los calcetines en España

Desde hace unos años, han surgido y se han consolidado en el mercado español varias empresas dedicadas a la venta de calcetines. Desde la venta online hasta tener presencia física en corners o tiendas propias, el fenómeno del calcetín ha aumentado en el mercado español desarrollando un nuevo mercado más allá de marcas tradicionales como Punto Blanco. De hecho, el auge de nuevas marcas en este sector ha ido en paralelo al cierre de históricas como Carlomagno, entre otras.

Socketines, que cerró el anterior ejercicio con una cifra de negocio de 80.000 euros y espera alcanzar los 200.000 euros en 2016, es otra de las nuevas compañías españolas que ha nacido a la estela de la sueca Happy Socks, que ha revolucionado este sector con una nueva estética, pero también con un nuevo modelo de negocio. Otras empresas españolas que han aparecido al calor de este fenómeno han sido Mr. López, Sockaholic o Lemonade Attack, entre otros. En el ámbito internacional, se han sumado al boom, Jimmy Lion o Sock'm, entre otras.