CLUBES

El Betis regresa al centro de Sevilla junto a Kappa con una tienda de cuatro pisos

El club regresa al centro de la capital hispalense e inaugura un local de 400 metros cuadrados con artículos oficiales, una planta para Kappa y una zona de ocio.

Palco23
3 dic 2018 - 19:31

El Betis regresa al centro de Sevilla junto a Kappa con una tienda de cuatro pisos

El Real Betis continúa fortaleciendo su oferta de retail. El club ha inaugurado hoy su nueva tienda oficial en el centro de Sevilla, después de que el cambio de patrocinador técnico obligara a prescindir del anterior. Ahora, la entidad verdiblanca ocupa un edificio de cinco plantas que suman 400 metros cuadrados y en el que se recoge toda su oferta, desde las equipaciones de Kappa a la línea de artículos licenciados.

Las dos primeras plantas del establecimiento están reservadas para todos los artículos del equipo de fútbol, mientras que la tercera está dedicada a los productos de temporadas anteriores y la cuarta a la línea de moda de Kappa. En el último piso se ha instalado una zona lúdica, en la que podrían realizarse eventos oficiales.

Este establecimiento permitirá al Betis tener presencia directa en una zona más transitada por los turistas de Sevilla, pues la tienda oficial está ubicada en el estadio Benito Villamarín. A este punto de venta se le suma el *outlet* de Dos Hermanas, a las afueras de la capital andaluza, así como toda la actividad online.

En este sentido, cabe recordar que el club de LaLiga ha firmado un acuerdo con Amazon por el que tiene una tienda propia dentro de la plataforma del gigante de comercio electrónico. El objetivo de la dirección es acelerar las ventas de productos oficiales, que rondan los cinco millones de euros anuales, en otros países de Europa como Reino Unido, Alemania, Francia, Italia.

Los ingresos por venta de productos oficiales se incluyen en el área comercial, que en 2017-2018 aumentó un 24% sus ingresos, hasta 8,13 millones de euros; la previsión es que en la actual campaña se crezca otro 30% y se supere por primera vez los 10

PALCO23

millones de euros. Este trabajo se ha conseguido tras la llegada de Juan Useros como director comercial y un fuerte aumento de la plantilla en esta área, con el objetivo de que su plan de activaciones seduzca a más marcas.