

Trayectoria empresarial de Foot District

Si algo define a Foot District es que nació con el don de la oportunidad, conjugando las dos mayores pasiones de sus fundadores, internet y las *sneakers* y que gran parte del secreto de su éxito se lo deben precisamente al momento elegido para lanzar su empresa, en 2012, cuando florecían pocos proyectos de este tipo.

Diego y Nacho, creadores de la marca, ambos ingenieros informáticos con amplia experiencia internacional, y Diego con una licenciatura añadida en Marketing, decidieron en 2012 lanzar un espacio online en el que poder comprar ediciones limitadas de zapatillas que no encontraban en el mercado. Un modelo de negocio particular, que ya existía en otras capitales europeas, pero no en España, y un nicho de mercado muy concreto que han sabido aprovechar y rentabilizar a través de su empresa Foot District.

Su oficina online está situada en San Andrés del Rabanedo y para mejorar su posicionamiento cualitativo abrieron tiendas físicas en Madrid en 2017 y en Barcelona en 2018. Si en 2018 alcanzaron una facturación de más de 5 millones de euros, este año esperan duplicar esa cantidad y llegar a los 11 millones de euros. Más de la mitad de sus ventas online provienen de fuera de España.

Foot District opera, por un lado, en el sector del retail y la moda, y por otro, en el sector ecommerce y digital. Actualmente tienen una plantilla de 45 empleados, con más del 80% de su equipo trabajando desde la oficina online de León.

Estos dos jóvenes emprendedores leoneses tienen muy claro que conseguir un equipo con talento es la clave de la empresa, como lo son también el desarrollo del canal digital y el propio producto que venden, ediciones limitadas de zapatillas a las que muy pocas tiendas pueden acceder a nivel global. Acaban de completar la apertura de unas nuevas oficinas para la tienda online y en 2020 seguirán apostando por el desarrollo de su canal ecommerce como pilar estratégico de la firma.