

La central de compras Base lanza una nueva cadena de 'sneakers'

Palco23
21 jul 2015 - 11:00

El fuerte crecimiento que están experimentando compañías como New Balance y la apuesta de multinacionales como Adidas o Nike confirma que el segmento de las *sneakers* no será pasajero. Es una percepción general de la industria, incluida la central de compras Base, que ha decidido lanzar un nuevo formato de tiendas para cubrir exclusivamente este segmento.

La compañía, que agrupa a 116 socios y suma 320 establecimientos, ha bautizado a la nueva cadena como Wanna Sneakers. El nuevo director general de Base, Álex Cucurull, explicó ayer en la convención que celebra la central de compras que las primeras aperturas no se producirán hasta 2016. Aunque no hay previsión de cuántos puntos de venta se alcanzarán, el directivo sí dejó entrever que buscarán locales de entre 80 metros y 120 metros cuadrados en las principales capitales de provincia.

En opinión de Cucurull, el lanzamiento de una cadena específica se debe a que Wanna Sneakers es "un nuevo concepto que no tenía cabida con corners dentro de Base, sino que necesitaba sus propias tiendas". Según *Modaes.es*, El 70% de los artículos de la cadena serán *sneakers*, mientras que el 30% restante corresponderá a textil y complemento.

Este no es el único proyecto que quiere impulsar el nuevo primer ejecutivo de Base tras los cambios producidos en la primera línea del organigrama de la central de compras, con la sonada salida de Ángel Pardo y su posterior fichaje como consultor externo de Intersport. Antes de que acabe el año ya estará operativo un portal de comercio electrónico, en el que se utilizarán los establecimientos asociados como punto de recogida.

Cucurull se incorporó a Base en febrero, tras pasar por multinacionales como Nike o Umbro. Su aterrizaje se produjo tras un 2014 convulso, en el que si bien las ventas subieron un 20% hasta los 60 millones de euros, se tuvo que aplicar un duro plan de ajuste para preservar la viabilidad de la central de compras. El reto para 2015 pasa por rebasar los 65 millones de facturación, en un entorno donde otros competidores como Intersport o Twinner también buscan crecer con nuevas líneas de negocio.