

EQUIPAMIENTO

Nike adjudica a la riojana Flop Shoes su negocio multimarca en España y Portugal

El grupo estadounidense está reduciendo el número de distribuidores con los que trabaja en Europa. La empresa de Arnedo se ha hecho con la comercialización entre tiendas independientes, que hasta ahora se dividía en unas cinco compañías.

P. Riaño/M. Menchén
24 oct 2019 - 05:00



Nike redefine su relación con el canal multimarca. El gigante estadounidense de moda deportiva ha decidido simplificar su red de intermediarios y concentrar en una sola empresa todo su negocio su distribución en tiendas independientes. Desde ahora, toda esta actividad ha quedado en manos de la compañía riojana Flop Shoes, poniendo fin a una etapa en la que Nike trabajaba con alrededor de cinco empresas en el mercado español.

A lo largo de los últimos años, la marca del *Swoosh* se ha centrado en reducir su número de distribuidores para potenciar el negocio que generan sus tiendas propias y su ecommerce. En Europa, el grupo se ha centrado en diez grandes socios, a los que se suman otros regionales. En España, entre estas compañías figuran El Corte Inglés, Sprinter, Foot Locker, Interesport, Base, Sivasdescalzo y Fútbol Emotion. Estos *partners* son escogidos por el gigante estadounidense en función en su volumen de negocio o

de su especialización.

Ahora, Nike ha dado un paso más en la Península Ibérica y ha sellado un acuerdo con Flop Shoes, con sede en el municipio riojano de Arnedo (uno de los clústers del calzado en España) para que se haga cargo de toda la distribución en el comercio independiente de calzado y deporte tanto en España como en Portugal. Se desconoce el volumen de negocio asociado, pero es clave para hacer llegar la marca más allá de las principales ciudades.

Nike ha escogido a la empresa riojana, con quien ya trabajaba, por su capacidad logística para servir a más de 1.000 tiendas

La decisión ha afectado a una red de distribuidores que se repartían el mercado en función de las distintas zonas de España, cuyo rol no era otro que revender producto entre los pequeños comercios; ahora, se suprime en parte este “sobrecoste” dentro del proceso. Se trata de compañías como Anzamar, Coas, Cronos o TotalSport, entre otras. De hecho, Shop Shoes gestionaba hasta ahora la distribución de calzado en España.

“Nike buscaba a un solo socio con la suficiente capacidad logística”, señalan fuentes del sector, que atribuyen la elección de la empresa riojana por su trayectoria profesional con la marca durante los últimos quince años. En España se estima que, a enero de 2019, había 8.967 establecimientos deportivos, casi 300 menos que en 2017, según un estudio de la patronal Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos (Afydad).

Eso sí, los comercios deportivos multiproducto han resistido mejor el cambio de tendencias, pues sólo han perdido un centenar de puntos de venta en este mismo periodo, hasta 5.370 comercios. De todos ellos, un 62,85% son tiendas independientes, es decir, unos 5.600 puntos de venta que no están bajo el control de Intersport, Sprinter o Base.

Los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) también reflejan ese freno del comercio minorista, pues la distribución de artículos deportivos en establecimientos especializados estancó su actividad en 2017, con un alza de apenas el 0,5% en 2017, hasta 4.738,1 millones de euros. El freno contrasta con el avance del gasto de los españoles para ese mismo año, que se situó en 123,4 euros por persona ese año.

Afydad estima que en España hay 5.600 puntos de venta de artículos deportivos que no pertenecen a ninguna cadena

Flop Shoes, por su parte, se ha convertido en uno de los mayores grupos de España de distribución de calzado. Uno de los elementos que ha jugado a favor de la empresa riojana en el acuerdo con Nike ha sido su capacidad logística. La compañía cuenta con 4.500 metros cuadrados de superficie logística en Arnedo, donde también suma 600 metros cuadrados de oficinas. Flop Shoes tiene también en showroom en Madrid.

Además de Nike, la empresa distribuye en España las marcas Converse, Polo Ralph Lauren, Kendall+Kylie, Cafè Noir, Superga y Primigi. Además de en el canal multimarca, Flop Shoes distribuye marcas con su propia red de tiendas: la empresa controla dos tiendas de Superga (en Madrid y Barcelona), una de Cafè Noir en Zaragoza y tres del multimarca de sneakers Yaisu (en Madrid, Bilbao y Vitoria).

Flop Shoes, de capital familiar, nació en 1999 de la mano de las hermanas Belén y Susana García Muñoz. Según las cuentas depositadas en el Registro Mercantil, Flop Shoes finalizó el ejercicio 2018 con una cifra de negocio de 32,86 millones de euros, con un incremento del 7,5% respecto a los 30,56 millones de euros del año anterior. La empresa cerró 2018 con un resultado neto de 1,53 millones de euros, lo que representó un aumento del 22% en comparación con los 1,25 millones de euros de 2018.