

EQUIPAMIENTO

Nike continúa reduciendo su red de distribuidores: corta con Urban Outfitters

La compañía estadounidense, el mayor operador de moda y equipamiento deportivo del mundo, ha cortado lazos con seis de sus distribuidores, entre los que se encuentran DSW y Shoe Show.

Palco23

31 mar 2021 - 11:50



Nike continúa recortando su lista de socios. El gigante estadounidense de moda y equipamiento deportivo, número uno mundial por volumen de negocio en el sector, ha cortado lazos con varios distribuidores, entre los que se encuentran Urban Outfitters, DSW y Shoe Show, según *Footwear News*. Este movimiento se enmarca en el plan estratégico de la compañía, que está impulsando las ventas a través de sus propios canales.

Según los analistas, Nike ha deshecho posiciones también con algunos de sus socios más importantes en Norteamérica, como Dick's Sporting Goods, Dunham's Sports u Olympia Sports. Además, el grupo dejará de distribuir sus artículos de moda en la cadena de grandes almacenes Macy's, aunque por el momento continuará vendiendo calzado.

Designer Brands, la matriz de DSW, y Shoe Show, han confirmado que el gigante estadounidense ha comunicado ya su decisión de dejar de distribuir sus artículos a través de su red de tiendas. Por el momento, Nike no se ha pronunciado al respecto. El año pasado, la compañía siguió la misma estrategia, rompiendo con operadores como Dillard's o el *marketplace* Zappos.com, entre otros, y en 2019 también dejó de distribuir a través de Amazon.

Nike ya había reducido en los últimos meses su red de colaboradores como parte de su estrategia por impulsar la venta directa al consumidor

En 2017, Nike anunció la puesta en marcha de una estrategia para reducir en cada vez en menos manos su negocio *wholesale* y, en paralelo, elevar el peso de sus ventas directas, es decir, a través de tiendas propias y canal digital, que ha experimentado un *boom* en el último año a raíz de la pandemia. Esta estrategia, conocida como *direct to consumer*, permite a Nike ganar margen y multiplicar sus ventas elevando la interacción con sus consumidores.

En España, la compañía determinó en diciembre del año pasado quiénes serían sus socios en el país: la lista de colaboradores se compone de sólo nueve operadores, entre los que se incluyen El Corte Inglés, JD Sports o Spinter, entre otros.

El gigante de Oregón lleva años inmerso en un plan de reestructuración que pasa no sólo por reducir su red de distribuidores, sino también su plantilla de trabajadores a escala global. En España, este ajuste afectará finalmente al 40% de la plantilla, frente al 50% que estaba inicialmente previsto.

Nike cerró el tercer trimestre de su ejercicio fiscal (de diciembre a febrero) con un incremento de la facturación del 3%. El grupo, que ha podido capitalizar en los últimos meses la demanda de moda y equipamiento deportivo a raíz de la pandemia, disparó su beneficio un 71%.