

Empresa

Nike apuesta por su división femenina tras su salida de los deportes de nieve

Modaes
27 oct 2014 - 11:45

Nike centra esfuerzos en sus activos más rentables. El grupo estadounidense de equipamiento deportivo ha decidido apostar por su división de mujer, **Nike Women**, con el objetivo de incrementar un 40% sus ventas hasta 2017. De este modo, el área de moda y accesorios para mujer de **Nike**, que actualmente factura 5.000 millones de dólares (3.945 millones de euros), pasaría a alcanzar una cifra de negocio de 7.000 millones de dólares (5.523 millones de euros).

La compañía busca conseguir este incremento gracias a la apuesta por las nuevas tecnologías y la incorporación de nuevos productos a la oferta femenina de **Nike**. Parte de esa nueva oferta estará basada en las colaboraciones con diseñadores de moda, que crearán colecciones cápsula para la marca. El brasileño **Pedro Lourenço** ha sido el primer creador que ha desarrollado una colección limitada de prendas de entrenamiento para **Nike**.

Mientras que la división femenina de **Nike** incrementa su peso en el conjunto de la estrategia del grupo, el área especializada en deportes de acción pierde activos. **Nike** ha confirmado su intención de salir de los deportes de nieve, integrados dentro de la división **Nike SB**.

Nike SB quiere centrar sus recursos en innovación, diseño y marketing en su mayor activo dentro de la división, el *skateboarding*. El cese de la colección para deportes de nieve es el segundo, después de que **Nike** confirmara su salida de los deportes de agua como el surf.

Pese al cese del área de deportes de nieve, **Nike** tiene previsto continuar apoyando a los atletas de la división hasta que finalicen todos los contratos de patrocinio vigentes.