

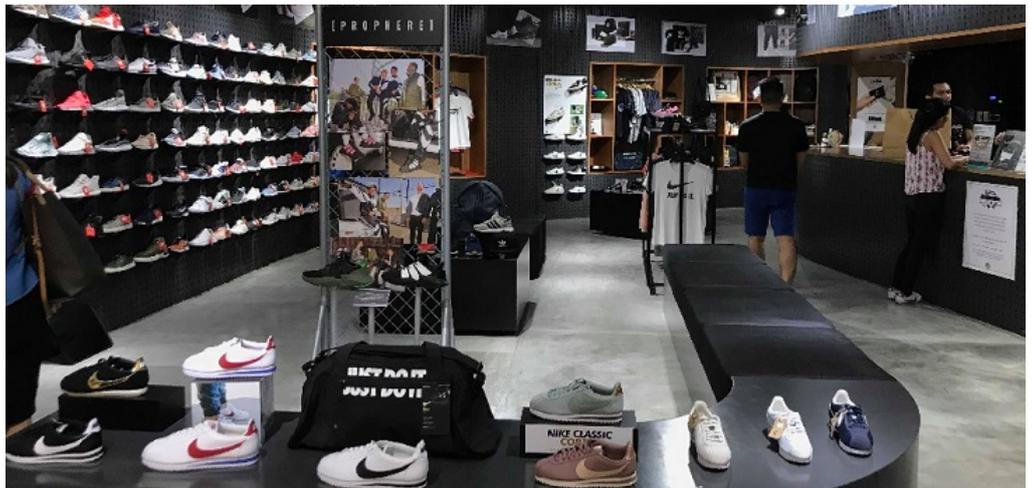
Modaes

Empresa

Nike sigue innovando en retail: abre una tienda experiencial en Perú

La compañía estadounidense de moda deportiva ha subido la persiana de un nuevo espacio premium, enfocado a la innovación deportiva y a elevar el potencial de los atletas.

Modaes
2 mar 2020 - 00:00



Nike continúa su apuesta por la innovación. La compañía estadounidense de moda deportiva ha abierto las puertas de su primer punto de venta de innovación deportiva para atletas, en el centro comercial Jockey Plaza de Perú. Este es el primer establecimiento con este formato en el país.

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/nike-sigue-innovando-en-retail-abre-una-tienda-experiencial-en-peru>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Con este nuevo establecimiento Nike sube una marcha en el servicio personalizado; **la tienda contará con 21 atletas especialistas, que darán orientación a los usuarios en los distintos deportes que ofrece la marca, que incluyen: *running*, fútbol, *training*, entre otros.** En la tienda también estará disponible el servicio *Nike By You*, mediante el cual la empresa estadounidense permite a sus clientes crear sus propios modelos de zapatilla en 90 minutos.

Nike se encuentra inmerso en un plan de reorganización dentro de Latinoamérica, a principios de febrero pasado la compañía estadounidense cerró un acuerdo con dos distribuidores locales para vender su negocio en Argentina, Brasil, Chile y Uruguay. Los términos económicos de la operación no han sido desvelados hasta el momento.

Nike cerró los seis primeros meses de su ejercicio fiscal de 2020 con una facturación de 20.986 millones de euros (18.862 millones de euros), un 9% más que el ejercicio anterior. El beneficio neto, por su parte, se disparó un 28%, hasta 2.482 millones de dólares (2.230,8 millones de euros).