

NIKE

Nike, es una empresa multinacional estadounidense dedicada al diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de balones, calzado, ropa, equipo, accesorios y otros artículos deportivos.

Es uno de los mayores proveedores de material deportivo, con unos ingresos de más de 24,100 millones de dólares estadounidenses y un total en 2012 de unos 44,000 empleados. La marca por sí sola tiene un valor de 15,900 millones de dólares estadounidenses, lo que la convierte en la marca más valiosa entre las corporaciones deportivas.

La empresa fue fundada el 20 de enero de 1964 como Blue Ribbons Sports por Phil Knight y Bill Bowerman,⁷ y se convirtió oficialmente en Nike Inc., el 30 de mayo de 1971. Nike comercializa sus productos bajo su propia marca, así como bajo Nike Golf, Nike Pro, Nike +, Air Jordan, Nike Skateboarding, Hurley Internationaly Converse, Nike CR7,⁸ entre otras. Nike también fue dueño de Bauer Hockey (Nike Bauer) entre 1995 y 2008, y anteriormente propiedad de Cole Haan y Umbro.⁹ Además de la ropa deportiva y el equipo de fabricación, la compañía es dueña de las tiendas Niketown. Nike es patrocinador de muchos atletas de alto nivel y equipos deportivos de todo el mundo, con el famoso eslogan «Just do it.» y el logo, llamado Swoosh, creado por Carolyn Davidson, esquematización de un ala de Niké, diosa griega de la victoria.

Historia y origen

Fue fundada por **cibertec**, o BRS, por el deportista de la Universidad de Oregón Phil Knight y su entrenador, William Jay "Bill" Bowerman. La empresa comenzó distribuyendo calzado de la firma Onitsuka Tiger (actualmente ASICS) hasta 1971, cuando BRS lanzó su primer producto propio, con el emblema de la marca diseñado por Carolyn Davidson.

Según Otis Davis, un deportista, quien Bowerman entrenó en la Universidad de Oregon, que más tarde pasó a ganar dos medallas de oro en los Juegos Olímpicos de Roma 1960. Bowerman hizo el primer par de zapatos Nike para él, lo que contradice la afirmación de que se hicieron por Phil Knight. Dice Davis. "le dijo a Tom Brokaw que yo era el primero. No me importa lo que dicen todos los multimillonarios.

En 1964, en su primer año en el negocio, BRS vendió 1.300 pares de zapatos para correr ganando en total 8.000 \$. Antes de 1965 la nueva compañía había adquirido un empleado a tiempo completo, y las ventas habían alcanzado los 20.000 \$. En 1966, El BRS abrió su primera tienda ubicada en el 3107 Pico Boulevard, en Santa Mónica, California, junto a un salón de belleza. En 1967, debido al rápido aumento de las ventas, el BRS expandió sus operaciones al por menor y distribución en la costa este, en Wellesley, Massachusetts.

En 1971, la relación entre BRS y Onitsuka Tiger estaba llegando a su fin. BRS se prepara para lanzar su propia línea de calzado, lo que llevaría el Swoosh de nuevo diseño por Carolyn Davidson. El Swoosh se utilizó por primera vez por Nike el 18 de junio de 1971, y el 22 de enero de 1974 se registró en la Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos

En 1976, la compañía contrató a John Brown and Partners, con sede en Seattle, como su primera agencia de publicidad. Al año siguiente, la agencia creó el primer "anuncio de marca" de Nike, llamado "No hay línea de meta", en el que no se mostró ningún producto de Nike. En 1980, Nike había alcanzado una cuota de mercado del 50% en el mercado de calzado deportivo de Estados Unidos, y la compañía se hizo pública en diciembre de ese año.

Juntos, Nike y Wieden + Kennedy han creado impresión y anuncios de televisión. Wieden + Kennedy sigue siendo la agencia de publicidad principal de Nike. Fue co-fundador de la agencia Dan Wieden, quien acuñó el lema ahora famoso "Just Do It" para una campaña publicitaria de Nike 1988, que fue

elegida por Advertising Age como uno de los cinco lemas más importantes del siglo XX y que está consagrado en la Smithsonian Institution. Walt Stack apareció en el primer anuncio de Nike "Just Do It", que se estrenó el 1 de julio de 1988. Wieden atribuye la inspiración para el lema de "hagámoslo" (let's do it), las últimas palabras pronunciadas por Gary Gilmore antes de ser ejecutado.

A lo largo de la década de 1980, Nike ha ampliado su línea de productos para abarcar muchos deportes y regiones de todo el mundo.

A principios de los años 80 se popularizaba en Estados Unidos el uso del calzado deportivo para el uso diario y esto junto con las estrategias de patrocinio hace que Nike llegue a los hogares estadounidenses de forma masiva. A mediados de los 80, la empresa atraviesa una crisis de la mano de su competidor Reebok, ésta se superaría gracias a la contratación en 1985 del novato sensación de baloncesto llamado Michael Jordan que llevará a la marca a cotas de mercado inéditas hasta la fecha a costa de ganarse repetidas multas de la NBA por volar sus normas de indumentaria. En este lustro es cuando se creó el eslogan publicitario más conocido de la marca, «Just Do It», reconocido incluso como marca autónoma en muchos ámbitos.

En los últimos años, ha desplazado el foco de su negocio desde la producción, que actualmente corre a cargo de empresas externas, a la imagen de marca, como símbolo del espíritu del deporte y la autosuperación.

Adquisición de Umbro

Nike fabricante de ropa y calzado deportivo, en noviembre de 2008, adquirió la marca Umbro en una operación que valoró a la firma británica en 285 millones de libras esterlinas (340 millones de euros).

Umbro vio en esta compra una oportunidad para ampliar su negocio internacional. La marca deportiva tuvo que perfilar sus expectativas de beneficios para 2008 ante la caída en las ventas de la camiseta de la Selección de fútbol de Inglaterra

Umbro ha accedido a la propuesta de Nike tras valorar que su rendimiento financiero tendrá menos desequilibrios al pasar de un año con un gran torneo de fútbol (como un Mundial o la Eurocopa) a otro sin torneos de ese tipo.

Y es que la caída en las ventas de la camiseta de la selección inglesa repercutía en su cotización en Bolsa. Umbro advirtió que los beneficios en 2008 no alcanzarían los pronósticos tras las pobres ventas de equipamiento en 2007. Las acciones se resintieron ante este anuncio y cerraron a 165 peniques.

Nike ha dicho que los accionistas de Umbro recibirán 193,06 peniques por título, lo que representa una prima de aproximadamente un 61% sobre el precio de cierre del valor.

Sin embargo, Nike vendió a Umbro en el mes de mayo del año 2012 por un precio de 174 millones de euros a la principal compañía de gestión de marcas en el mundo Iconix Brand Group ya que la idea de Nike era centrarse en sus marcas con mayor potencial de crecimiento.

Marca

El isotipo, denominado "swoosh" se llama así ya que era el sonido que se escuchaba al momento de correr, fue creado por la estudiante de diseño Carolyn Davidson en 1971.

Productos

Nike fabrica una amplia gama de equipamiento deportivo. Sus primeros productos fueron zapatos de pista para correr. En la actualidad también se hacen zapatos, camisetas, pantalones cortos, y demás

accesorios, para una amplia gama de deportes, incluyendo atletismo, béisbol, hockey sobre hielo, tenis, fútbol, lacrosse, baloncesto, y el cricket. Nike Air Max, es una línea de zapatos lanzados por primera vez en 1987. Las adiciones más recientes a la línea son el Nike 6.0, NYX Nike y Nike SB, zapatos diseñados para el skateboarding. Nike ha presentado recientemente los zapatos de cricket llamado Zoom Air New Yorker, diseñado para ser un 30% más ligero que sus competidores. En 2009, Nike presentó el Air Jordan XX3, una zapatilla de baloncesto de alto rendimiento.

Nike se asoció recientemente con Apple Inc. para producir el producto Nike+ que monitorea el deseo iPhompeño de un corredor a través de un dispositivo de radio en el zapato que enlaza con el iPodne. El producto genera estadísticas útiles, pero ha sido criticado por los investigadores. En 2004, Nike lanzó el Programa de Capacitación SPARQ / División. También lanzó al mercado los tenis Daddy Yankee en honor a dicha celebridad para alcanzar máxima popularidad en Estados Unidos y el mundo entero. Esta producción fue idea de Phil Knight firmando un contrato millonario para usar su prestigio en la venta, al escuchar sus canciones, ya que se vendieron como pan caliente en toda Latinoamérica.

Algunas de las nuevas zapatillas Nike contienen Flywire y espuma Lunarlite para reducir el peso. El 15 de julio de 2009, la pulsera inteligente Nike+ FuelBand fue lanzada en las tiendas. Entre sus características se destaca la ejecución de los registros de productos a distancia, las calorías quemadas, un registro puntual de la hora y también brinda a los corredores nuevas rutas en línea con las cuales pueden seguir corriendo.

El 2010 Nike Pro Combat, colección de camiseta, fueron usados por los equipos de las siguientes universidades: Miami, New York, Boise State University, Florida, Oregón State University, Texas Christian University, Virginia Tech, Virginia Occidental, y Pittsburgh.

Fabricación

Nike tiene más de 500 lugares en todo el mundo y oficinas en 45 países fuera de Estados Unidos. La mayoría de las fábricas están situadas en Asia, incluyendo Indonesia, China, Taiwán, India, Tailandia, Vietnam, Pakistán, Filipinas, Malasia, y la República de Corea. Nike no se atreve a revelar información sobre el contrato con las empresas que funciona. Sin embargo, debido a las duras críticas por parte de algunas organizaciones como Barbie.com, Nike ha divulgado información sobre su contrato de fábricas en su Informe de Gobierno Corporativo.

Patrocinios

Artículo principal: Anexo:Patrocinios de Nike

Nike Plus por su parte, es la alianza de la marca con Apple que permitió en 2006 el lanzamiento de una zapatilla inteligente dotada con un sensor que se conecta con el iPod Nano y permite conocer el rendimiento al correr. A nivel megaglobal, Nike fue responsable el 2008 de organizar la carrera con más participantes en la historia, fue el pasado 31 de agosto y se llamó The Human Race. En ella participaron más de millón de participantes que corrieron 10 km de forma simultánea en 25 ciudades de diversos países.

Además, se ha encargado de patrocinar eventos o torneos, como la Copa Libertadores de América, el Abierto de Tenis de Australia, el **Tour de Francia**, Copa América, Liga Panameña de Baloncesto entre otros.

Sede

La sede mundial de Nike están rodeada por la ciudad de Beaverton, pero está en un radio no incorporado del Condado de Washington (Oregón). La ciudad intentó anexionar por la fuerza a su territorio la sede de Nike, lo que dio lugar a una demanda de Nike, y la **presión** de la empresa que finalmente terminó en la Ley del Senado 887 de 2005 de Oregón. Bajo los términos de ese proyecto de

ley, le fue específicamente prohibido a Beaverton la anexión por la fuerza la tierra que Nike y Columbia Sportswear ocupan en el condado de Washington durante 35 años, mientras que Electro Scientific Industries y Tektronix reciben la misma protección pero a los 30 años. Nike está planeando la construcción de su sede mundial en Beaverton con una expansión de 3,2 millones de pies cuadrados. El diseño tendrá como objetivo la certificación LEED Platino y estará cubierto por luz natural, y un centro de tratamiento de aguas residuales.

Controversia

Nike ha contratado más de 700 tiendas en todo el mundo y tiene oficinas ubicadas en 45 países fuera de los Estados Unidos. La mayoría de las fábricas se encuentran en Asia, incluyendo Indonesia, China, Taiwán, India, Tailandia, Vietnam, Pakistán, Filipinas, México y Malasia. Nike no se atreve a revelar información acerca de las empresas contratistas que trabaja. Sin embargo, debido a las duras críticas por parte de algunas organizaciones como CorpWatch, Nike ha revelado información acerca de sus fábricas contratistas en el Informe de Gobierno Corporativo.

Fábricas de explotación

Nike ha sido criticado por la contratación de fábricas (conocidas como fábricas de explotación de Nike) en países como China, Vietnam, Indonesia y México. Labor Watch Vietnam, un grupo de activistas, ha descubierto que las fábricas contratadas por Nike han violado las leyes de salario mínimo y tiempo extra en Vietnam desde 1996, aunque Nike afirma que esta práctica se ha detenido. La empresa ha sido objeto de muchas críticas: las condiciones de trabajo a menudo son muy pobres y la explotación de mano de obra barata en el extranjero empleado en las zonas de libre comercio, donde sus productos se fabrican típicamente. Las fuentes de estas críticas se incluyen en el libro de Naomi Klein, No Logo y en los documentales de Michael Moore. Hay muchas campañas hechas por muchos colegios y universidades, en especial contra la globalización, así como varios grupos antiexplotación como el de Estudiantes Unidos contra la Explotación.

Alegaciones de trabajo infantil

Durante la década de 1990, Nike fue objeto de críticas por el uso de Trabajo infantil en Camboya y Pakistán en las fábricas se contrajo para la fabricación de balones de fútbol. Aunque Nike tomó medidas para frenar o al menos reducir la práctica, siguen contratando su producción a empresas que operan en áreas donde la regulación y la supervisión inadecuada hacen que sea difícil asegurar que no se está utilizando trabajo infantil.

En 2001, un documental de la BBC descubrió ocurrencias de trabajo infantil y malas condiciones de trabajo en una fábrica de Camboya utilizado por Nike. El documental se centró en seis niñas, que trabajaron siete días a la semana, a menudo 16 horas al día.

Huelga en la fábrica de China

En abril de 2014, una de las mayores huelgas en China continental se llevó a cabo en el Yue Yuen Holdings Dongguan fábrica de zapatos, produciendo, entre otros, para Nike. Yue Yuen pagó menos de 250 yuanes (40.82 dólares) por mes. El salario medio en Yue Yuen es 3000 yuanes por mes. La fábrica emplea a 70.000 personas. Esta práctica estaba vigente durante casi 20 años.