
Comercial

Nike se adelanta en la carrera por la 'joya' de Hines en Paseo de Gracia: última 'flagship' en el Popular

Con más de 2.000 metros cuadrados de superficie, esta podría convertirse en la mayor tienda del gigante del deporte en el mercado español.

I. P. Gestal
20 may 2019 - 05:00



Nike esprinta en la carrera por la *joya* más codiciada de Paseo de Gracia. El gigante de la moda deportiva se ha adelantado en las negociaciones por el alquiler del antiguo local del Banco Popular en la vía barcelonesa, por el que también pujó Victoria's Secret. Aunque la operación todavía no está firmada, según fuentes del mercado **el grupo estaría negociando con uno de los franquiciados del grupo estadounidense**, quien se encargaría de la gestión del establecimiento.

El local, situado en el número 17, tiene una superficie de 2.000 metros cuadrados y es propiedad del fondo de inversión Hines desde 2017. El grupo invirtió diez millones de

1 / 3

<https://www.ejeprime.com/comercial/hines-encuentra-inquilino-para-su-joya-en-paseo-de-gracia-nike-se-adelanta-en-la-carrera-por-el-popular>

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.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.

euros para rehabilitar el inmueble, que albergará, además del *flagship store*, un nuevo centro del gigante de los *coworkings* WeWork. Está por ver todavía qué ocurriría con el otro establecimiento de la marca deportiva en Paseo de Gracia, ubicado en el número 29.

De cerrarse la operación, **la nueva *macrotienda* de Paseo de Gracia se convertiría en una de las mayores tiendas del grupo en el mercado español y en un establecimiento de referencia en Europa.** Hasta ahora, el mayor espacio dedicado a Nike en España es el que tiene dentro de El Corte Inglés de Portal de l'Àngel, también en Barcelona, con 1.500 metros cuadrados de superficie.

Nike cuenta ya con otro establecimiento en Paseo de Gracia, ubicado en el número 20

Además, la compañía ultima la apertura de otra *macrotienda* de 1.600 metros cuadrados en cuatro plantas en El Corte Inglés de la Puerta del Sol, en Madrid, que pasará a ocupar casi íntegramente. Nike también **ha comenzado a ampliar su outlet junto a La Roca Village**, en la localidad barcelonesa de La Roca del Vallès, que sumará 2.600 metros cuadrados tras la ampliación.

La apertura en Paseo de Gracia responde a dos de los pilares de la estrategia de Nike a futuro: su apuesta por el retail y por Barcelona, una de las doce ciudades que la compañía estableció como “prioritarias” para su crecimiento a medio plazo, junto con Nueva York, Londres, Shanghái, Pekín, Los Ángeles, Tokio, París, Berlín, Ciudad de México, Seúl y Milán. El grupo prevé que estas doce urbes copen más del 80% del crecimiento de la empresa hasta 2020.

Otro de los ejes estratégicos de Nike es su plan *Consumer Direct Offense*, con el que quiere reforzarse en los canales de venta directos como el retail y el *ecommerce*. La compañía, que se ha apoyado durante su historia en numerosos y variados canales de distribución, anunció en 2017 un plan para simplificar su red comercial global para pasar a operar con sólo cuarenta cadenas multimarca.

Barcelona es una de las ciudades estratégicas para Nike

En España, Nike **ha reforzado en los últimos años su apuesta por el retail**, con tiendas en ubicaciones *prime* y mayores espacios en El Corte Inglés. La empresa opera con más de cuarenta tiendas en España, de los cuales más de la mitad, unos 25 centros,

son outlets.

Nike cerró el ejercicio 2017 (finalizado el 31 de mayo) con una facturación de 36.397 millones de dólares (31.464 millones de euros), un 6% más que el ejercicio anterior, pero encogió un 54% su beneficio por el impacto de la reforma fiscal de Trump.

American Nike, la principal filial de la compañía en el país, cerró el ejercicio fiscal en junio de 2017 con una facturación de 42,9 millones de euros, un 8,5% menos; a este importe hay que sumar los 65 millones de la sociedad que hasta este año explotaba el *merchandising* del Barça. Del total de la facturación, el 93% correspondió a España, mientras que el 7% restante correspondió a los ingresos en Portugal. El beneficio de la filial se disparó 13,5%, hasta 4,1 millones de euros.