

EQUIPAMIENTO

Nike conquista Barcelona: negocia abrir una 'macrotienda' en Paseo de Gracia

La compañía de moda deportiva está negociando su entrada en el número 17 de Paseo de Gracia para abrir la que sería su mayor tienda en España, con más de 3.000 metros cuadrados.

Iria P. Gestal / P. Riaño
25 mar 2019 - 04:59

La compañía de moda deportiva está negociando su entrada en el número 17 de Paseo

Nike conquista la meca del lujo de Barcelona. El gigante de la moda deportiva, número uno del mundo en el sector, está ultimando las negociaciones para poner en marcha un *flagship store* en Paseo de Gracia, que se convertiría en su mayor tienda en el mercado español, según informa hoy el diario económico del negocio de la moda [Modaes.es](#). Además, lo haría justo al lado del establecimiento del FC Barcelona en esta calle.

La compañía está ya en negociaciones muy avanzadas para alquilar más de 2.000 metros cuadrados en la antigua sede del Popular, en el número 17 de la vía barcelonesa. Por el local también puja la firma de lencería Victoria's Secret. El fondo Hines, propietario del edificio, invirtió el año pasado diez millones de euros para rehabilitar el inmueble, que albergará también un nuevo centro de coworking de WeWork.

Nike ya cuenta con otra tienda de menores dimensiones en el número 29 de la misma calle. De cerrarse la operación, la nueva macrotienda de Paseo de Gracia se convertiría en el buque insignia de Nike en el mercado español y una de sus tiendas 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 está en negociaciones para abrir un 'flagship' de 3.000 metros en el número 17 de Paseo de

Gracia.

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 un total de 2.600 metros cuadrados tras la ampliación.

La apertura en Paseo de Gracia supone un paso adelante en dos de los pilares de la estrategia de Nike a futuro: por un lado, su vocación de expandir su canal retail, y por otro, su apuesta por Barcelona como ciudad estratégica. La capital catalana es 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 doce ciudades que el grupo estableció como prioritarias en su estrategia a 2020

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, son outlets.

Nike cerró el ejercicio 2017 (finalizado el 31 de mayo de 2018) con una facturación de 36.397 millones de dólares (31.464 millones de euros), un 6% más, pero encogió un 54% su beneficio por el impacto de la reforma fiscal de Trump.

American Nike, la principal filial de la compañía en España, cerró el ejercicio fiscal en junio de 2017 con una facturación de 42,9 millones de euros, un 8,5% menos

PALCO23

; 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.