

EQUIPAMIENTO

Nike se concentra en su propia marca y vende la surfera Hurley a Bluestar Alliance

La multinacional estadounidense de equipamiento y moda deportiva era la propietaria de la marca desde 2002, cuando pagó aproximadamente 95 millones de dólares.

Palco23
30 oct 2019 - 09:11



Nike pone el foco en su marca insignia. La multinacional estadounidense de equipamiento y moda deportiva ha cerrado la venta de Hurley a la firma de inversión Bluestar Alliance, que ya posee otras marcas de moda. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos, aunque la marca del *Swoosh* pagó 95 millones de dólares en 2002 a sus fundadores por el 100%. Entonces, su negocio supera los 70 millones de dólares en ingresos anuales.

Michael Spillane, responsable de categorías y producto de Nike, defiende que “este cambio en la propiedad permitirá un enfoque más preciso y una inversión intencional en el potencial de crecimiento de Hurley”, una de las principales marcas de *lifestyle* vinculada al surf que hay en el mundo. Una tarea que el grupo admite que no podía asumir en el momento actual de su plan estratégico.

El directivo atribuye a que el foco del líder del retail deportivo está en “una inversión cada vez más específica y un crecimiento enfocado a través de la ofensiva de venta directa

al consumidor de Nike". En este sentido, la semana pasada se anunció que Mark Parker pasará a ser presidente ejecutivo en 2020, mientras que el puesto de consejero delegado será asumido por el expresidente de eBay.

Nike compró Hurley en 2002 por 95 millones de dólares, pero ahora concentrará sus esfuerzos en la venta directa de su marca original

De hecho, la red de Hurley apenas ha evolucionado en estos años, y actualmente cuenta con 29 establecimientos en Estados Unidos, mientras que en el resto del mundo se integra dentro de los grandes establecimientos del grupo.

La marca californiana ahora estará integrada en una compañía que posee otras firmas de moda como Bebe, Brookstone, Kensie o Larry Levine. "Esta es una adquisición transformadora para Bluestar, ya que la presencia internacional de Hurley mejorará nuestro alcance en todo el mundo", ha señalado el consejero delegado de Bluestar Alliance, Joey Gabbay. "Siempre hemos admirado la marca Hurley, ya que ha mantenido su papel de liderazgo y posicionamiento *premium* en el mundo del surf", ha añadido.

La nueva propiedad ha avanzado que quiere expandir la red de ventas internacional de Hurley, sobre la que considera que tiene margen para aumentar su negocio. "Continúa evolucionando hacia una marca de estilo de vida de 360 grados, con los deportes de acción jugando un papel clave", ha argumentado.

Nike, por su parte, incrementó su facturación un 7% en su último ejercicio fiscal, hasta 39.100 millones de dólares (34.300 millones de euros). Asimismo, el beneficio neto se duplicó en el ejercicio que va de junio a mayo, hasta 4.029 millones de dólares (3.544 millones de euros).