

Munich y Hoff, las grandes olvidadas que sacan provecho de la caída de Nike y Adidas

Por Mireia Martinez

16 mayo, 2024 06:25

El sector de la ropa y los zapatos deportivos siempre ha estado liderado por Nike y Adidas, pero, tras la caída de ambas, tanto **Munich como Hoff están buscando aprovecharse de este hecho para seguir creciendo en el mercado** y volver a encontrar su hueco entre unos consumidores que están cansados de los mismos modelos y buscan productos nuevos y actualizados.

La empresa catalana **Munich ha vuelto a resurgir como la alternativa innovadora que desafía las clásicas y convencionales zapatillas ya establecidas** como las Samba o las Gazelle si nos fijamos en los modelos que está volviendo a reforzar Adidas. Por otro lado, Hoff sigue buscando su hueco, pero por el momento se está centrando en expandir su negocio fuera de España con dos nuevas aperturas en Latinoamérica, concretamente en Chile.

En este contexto, **el sector deportivo sufrió un estancamiento, pero consiguió cerrar 2023 con un crecimiento del 5,6%**. Además, han anticipado un alza del 7,2% hasta 2025. Un crecimiento que expone a las marcas más tradicionales y que deja abierta la puerta a que otras firmas menos reconocidas o con una facturación más baja consigan ganarse la confianza de unos consumidores que están buscando cambios.

EL SECTOR DE LA MODA DEPORTIVA

Para este 2024, Nike y [Adidas](#) deberán acercar posiciones con la innovación, la expansión de los deportes locales, el fortalecimiento de las asociaciones mayoristas y el impulso directo al consumidor. No obstante, estas oportunidades de negocio, **tanto [Munich](#) como Hoff que eran las dos grandes olvidadas, están cumpliendo y aprovechándose de estas oportunidades para seguir creciendo a pasos agigantados.**

En este contexto, **el sector de moda deportiva necesita** simplificar la variedad de productos, mejorar la eficiencia de la cadena de suministro, aprovecha la escala para reducir el coste marginal de las operaciones, aumentar la automatización, y conseguir adaptarse de forma rápida a la tecnología más novedosa.

No obstante, el sector de los **artículos deportivos continúa bajo cierta presión**, con un sentimiento de consumo global más débil, con períodos que ahora son prolongados de promociones, riesgos geopolíticos que afectan a la cadena de suministro como el conflicto en el Mar Rojo, y tipos de cambio que agregan volatilidad a las ganancias.

LA REAPARICIÓN CON FUERZA DE MUNICH Y HOFF

Con el objetivo de satisfacer las necesidades de quienes buscan un calzado versátil y cómodo sin renunciar al estilo, Munich ha revolucionado el mercado con sus zapatillas que fusionan lo mejor del pasado y del presente. La firma catalana quiere hacer un llamamiento a todos esos clientes que están 'cansados' de optar por modelos ya lanzados y **quieren posicionarse como una marca que ha cambiado y está innovando, haciendo referencia a su escucha activa ante las necesidades de los consumidores.**

Munich siempre ha estado muy ligada a las deportivas para fútbol sala y balonmano. No obstante, ha dado un salto cualitativo y **ha pasado de no ser una de las opciones de los clientes, a ser una de las alternativas para aquellos consumidores más fanáticos de las deportivas para pasear.** Además, parte de su

recién éxito es su apuesta por los minoristas, su córner en El Corte Inglés, y sus establecimientos propios.

MUNICH Y HOFF APUESTAN POR SER EL RELEVO DE NIKE Y ADIDAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE LOS MINORISTAS

Por otro lado, Hoff inició su aventura en 2017. La firma deportiva española ya cuenta con un total de 18 locales propios y está **apostando por diversificar su portafolio de productos**, donde ya no solo dispone de zapatillas, ahora los consumidores podrán comprar incluso sandalias, bolsos y ropa. Su proceso está pasando este 2024 por emprender una aventura internacional donde han abierto establecimientos en París, Lisboa y Londres.

En este caso, Hoff siempre ha sido reconocida como la marca de los colores. Este hecho y la apuesta por innovar y seguir diversificando su negocio **le está abriendo las puertas a acercarse a Nike y Adidas. Nos referimos a un acercamiento en la categoría de 'calle'**. Una categoría que en las tiendas minoristas como puede ser JD Sports está creciendo y dando la oportunidad a otras firmas deportivas.

Tanto **Munich como Hoff están fortaleciendo su negocio con nuevos modelos que superen los típicos y ya repetitivos modelos de las dos firmas grandes, Nike y Adidas**. En este caso, las dos marcas españolas hace unos años estaban en un buen momento, pero con la Generación 'Z' podríamos decir que 'pasaron de moda', un hecho que ahora están recuperando con creces.

El reto pendiente de las españolas es competir con la firma alemana y la estadounidense. Siguiendo esa línea **la hoja de ruta de ambas compañías de cara a 2024 ya no es solo competir con unos modelos más innovadores**; también han resaltado la importancia de las tiendas físicas y por eso quieren seguir con una gran cantidad de nuevas aperturas que serán el foco de la marca y conseguir contar con un establecimiento en cada ciudad española.