

Hoff, las zapatillas virales que aterrizaron en Chile

Las sneakers urbanas que en menos de ocho años han conquistado a España compitiendo con Nike, Adidas y Vans, están apostando por el resto del mundo. El año pasado comenzaron su expansión, ya llevan 30 países y dos tiendas en Santiago.

POR MARÍA JESÚS DOBERTI

La semana pasada las zapatillas Hoff inundaron las redes sociales. El presidente de Meta y uno de los hombres más ricos y poderosos del mundo, Mark Zuckerberg, asistió el pasado 30 de junio a una gala de Chen Zuckerberg Initiative con una polera café, unos pantalones negros y, para sorpresa de muchos unas zapatillas de esta marca.

Estilo retro, hechura gruesa y modelos que juegan con los pigmentos tierra y crema, pero también con los colores ácidos y fosforescentes. La mezcla de materiales que combina el cuero y nylon las convierte en una pieza versátil, describen desde la marca. De hecho, los clientes cuentan que el tipo de plantilla con el que están fabricadas las hace especialmente cómodas.

Diseños españoles que se definen como creativos y coloristas, que se producen en el mismo país además de Portugal, China, Vietnam e Indonesia, con precios que oscilan entre los 100 y los 135 euros. Pero no se han quedado sólo ahí. Diversificaron su cartera de productos ofreciendo sandalias, ballerinas, ropa, carteras y accesorios.

La firma que empezó con una inversión inicial de 80.000 euros, se encuentra en pleno proceso de expansión y ya reportó ganancias por 47 millones de euros en 2023. Cuenta con 30 tiendas desde Francia hasta Israel, pasando por Portugal, México, Inglaterra, Colombia y Panamá, además de 1.300 puntos de venta en todo el mundo en tiendas como el Corte Inglés.

En Chile

Aterrizaron en Chile hace unas semanas en dos ubicaciones: Casa Costanera (Vitacura) y Costanera Center (Providencia). Santiago es de las pocas ciudades en el mundo donde tienen más de una tienda junto con Madrid, donde tienen



de la compañía.

Los 7.000 pares de zapatillas de la producción del 2017 se han convertido en un millón y se pueden encontrar en casi todo el mundo. La mitad de las ventas se generaron fuera de España y la previsión es que en tres años alcancen el 60%. Es más, la compañía ha fijado su objetivo en los 100 millones de euros facturación para 2025.


Esta cifra supone un incremento aproximado del 30% sobre los ingresos de 47 millones de euros del cierre del ejercicio fiscal entre mayo de 2022 y abril de 2023, que ha duplicado la facturación del ejercicio anterior. Se trata del quinto año consecutivo en el que la empresa duplica sus ventas, aunque se ha quedado un poco por debajo de las previsiones de ingresar 48,5 millones.

Sobre su CEO

Francisco Marchena, más conocido como "Fran", dejó su carrera de diez años en el Banco Santander para apostar por este negocio.

Marchena nació en Elche, ciudad ubicada en Alicante conocida como la tierra zapatera por excelencia, donde su padre precisamente tenía una fábrica de zapatos. Su gran sueño cuando niño era trabajar en ella, pero no pudo hacerlo porque tras 25 años de existencia cerró justo cuando él estudiaba marketing en ESIC, en Valencia.

En una entrevista concedida al medio español El Mundo contó que una de las grandes fortalezas de Hoff es que han crecido siendo rentables desde el primer día, por eso no han necesitado fondos ni ayuda externa, sólo la de los bancos.

Hoy su sueño no para de crecer. Tras las aperturas en América Latina, su programa continúa con Medio Oriente. Estas franquicias llegan con acuerdos completos que implican apertura no solo de tienda física, sino también del canal online. 

dos, Barcelona con tres, Sevilla [2] y Tel Aviv [2].

La cuna del calzado

Todo comenzó como un incipiente negocio online en Alicante, la provincia española reconocida como la cuna del calzado. Pero con un producto difícil, las zapatillas, un sector masificado y con grandes nombres que ya forman parte del imaginario colectivo como Nike, Adidas y Vans.

Su best seller, el modelo City Montreal (precisamente con el que se vio a Zuckerberg) fue el primero en abrirse camino con su inspiración noventera y cosmopolita.

Detrás del éxito de la marca están sus fundadores: Francisco Marchena, que dejó su carrera en finanzas para asociarse con Luis Miguel Botella, especialista en vender zapatillas en Asia. Ambos tenían claro que existía un nicho para una marca diferente que se sustentara en una estrategia de comunicación basada en el marketing y los influencers más reconocidos de España como María Pombo (3,2 millones de seguidores) y Gala González (1,7 millones).

"No puedo estar más feliz y orgulloso de escribir este post, pues Mark ha sido una inspiración para mí, y un referente en cuanto a emprendedor con un propósito más allá del negocio. El sábado cuando me enviaron la foto, pensaba que era una broma...," contó Marchena en su perfil de LinkedIn, quien actualmente se desenvuelve como CEO



47
 MILLONES
 de euros
 reportaron en
 ingresos durante
 2023.