

## EQUIPAMIENTO

# Los más rápidos de la pista: Hoka One One, Brooks y On, ganadores del 'running'

Las tres compañías han aprovechado el crecimiento de la categoría gracias a su especialización técnica, su apuesta por la mujer y su expansión con distribución directa.

I. P. G.  
10 feb 2021 - 04:51



Incluso en un sector con el viento a favor, no todos corren igual de rápido. En el año de la pandemia, el *running* sedujo a buena parte del planeta al ser un deporte que puede practicarse en solitario y al aire libre. Para correr, además, sólo hace falta una inversión: comprar unas zapatillas. Pero mientras Nike, Adidas o Skechers cerraron el año con fuertes caídas, otras empresas más pequeñas aprovecharon para comerse un pedazo más grande del pastel.

Brooks, Hoka One One y On fueron los ganadores de esta categoría, que continúa estando dominada a gran distancia por el gigante estadounidense Nike y otra marca del grupo, Jordan, según datos de la consultora NPD.

La estadounidense Brooks echó a andar en 1914 como un productor de calzado para el baño y zapatillas de ballet bajo la marca Bruxshu. El salto al **running** llegó en la década de los setenta y, diez años después, la entrada en mujer.

Su especialización técnica y su temprana apuesta por la clienta femenina han sido claves para su rápido crecimiento en 2020. La empresa, controlada hoy por Berkshire Hathaway, propiedad de Warren Buffet, cerró el último ejercicio con un crecimiento del 27%, hasta 857 millones de dólares.

## Hoka One One es el motor de crecimiento de Deckers

Parte del crecimiento se debió al impulso del canal online, que se disparó un 46%, así como al desarrollo en Estados Unidos y Europa y el avance de la categoría de mujer, que aumentó un 33%. Según estimaciones de Matt Powell, experto en deporte de NPd, Brooks fue la segunda mayor marca de calzado deportivo técnico femenino en Estados Unidos y podría desbancar a Nike como la primera a corto plazo.

Otro de los ganadores del año de la pandemia ha sido Hoka One One, propiedad del gigante del *outdoor* Deckers. Ya antes del Covid-19, la marca era el motor del grupo, con un crecimiento del 58% en 2019, hasta 353 millones de dólares, y la empresa de servicios financieros Btig estima que podría alcanzar 550 millones de dólares en 2022.

Siguiendo la estela de gigantes como Nike, la empresa se está volcando en la venta directa al consumidor final (D2C, en sus siglas en inglés), especialmente a través del canal online, que facturó ya cien millones de dólares en los nueve primeros meses de 2020, el 30% el total.

## On es una recién llegada pero ya está entre las empresas de mayor crecimiento del sector

En el último trimestre, las ventas de Hoka en el canal minorista especializado en Estados Unidos se impulsaron un 19%, mientras que el conjunto de las ventas de calzado deportivo para adulto en este canal se redujo un 4%.

El podio de los ganadores del **running** lo completa una empresa suiza y recién llegada: On

---

# PALCO23

---

. La compañía nació en 2010 de la mano del exatleta profesional Olivier Bernhard y sus amigos David Allemann y Caspar Coppetti.

Diez años después, sus zapatillas están disponibles en más de 6.500 tiendas de cincuenta países y además de su sede en Zúrich, tiene oficinas en Estados Unidos, Japón, Australia y Brasil. Además, la empresa ha diversificado con una línea de equipamiento textil y se ha acercado a la moda con su entrada en *casual wear*.