

Ligada a Roger Federer, On casi no hace publicidad: se ha popularizado de boca en boca

“La verdad, son súper cómodas”: zapatillas suizas traen amortiguadores en la suela

Chile es de los primeros países de la región donde la marca ya se instaló con una tienda física.

BANYELIZ MUÑOZ

Un sigiloso éxito viene cosechando desde hace un par de años la marca de zapatillas On. Fundada en 2010 por el exatleta suizo Olivier Bernhard y sus socios David Allemann y Caspar Coppetti, con paciencia se ha consolidado como referente en el mundo del trekking y el running (además de sumar como accionista a su compatriota Roger Federer, el afamado ex N° 1 del tenis mundial).

Presente en unos 60 mercados, On llegó a Chile a mediados del año pasado con una tienda en el mall Parque Arauco, de las primeras de la marca en Latinoamérica. Con precios que parten en unos \$130.000, su diseño distintivo y enfoque tecnológico la han convertido en una de las marcas más buscadas hoy por corredores de élite y deportistas de fin de semana.

Fiorella Palacios, general manager de On, afirma que la marca -con sede en Zúrich, Suiza- “fusiona el diseño con tecnología de alto rendimiento, innovación e ingeniería; por eso es realmente única en su clase”.

Por sobre todo, destaca su tecnología de amortiguación CloudTec: “La suela tiene pods individuales que se comprimen para absorber los impactos y aportan un potente retorno de energía, lo que proporciona un aterrizaje suave seguido de un despegue firme. A eso lo llamamos *correr sobre las nubes*. Su diseño suizo pone la comodidad siempre por delante: absorbe el impacto, reduce la tensión y se adapta a los diferentes tipos de movimiento, comprimiéndose horizontal y verticalmente para ofrecer el nivel justo de amortiguación”.

Además de running, ¿tienen otros modelos?

“Ofrecemos una colección completa de calzado para el día a día, tenis,



En la suela, la tecnología de amortiguación CloudTec absorbe impactos y garantiza un rebote suave.

outdoor y entrenamiento. Entre ellos, los modelos urbanos Cloudtilt, Cloud 6 y The Roger, desarrollada por Roger Federer. Se trata de una colección perfecta para quienes buscan el estilo de una zapatilla urbana con la tecnología de rendimiento, amortiguación ligera y rebote suave”.

Boca a boca

A diferencia de otras marcas que gastan mucho en publicidad, On se ha hecho conocida más por el boca a boca. Su target principal en Chile y Argentina, por ejemplo, son empresarios y profesionales jóvenes que practican senderismo, running o tenis.

El kinesiólogo Ignacio Barra, director del magister en Medicina y Ciencias del Deporte de la Universidad Mayor, confirma en que la fama de On obedece a los buenos comentarios de usuarios satisfechos: “El running inicialmente era un deporte de estrato alto, pero cada vez se ha vuelto más masivo: en función de

eso se busca la última tecnología, el último reloj o indumentaria deportiva. Los runners tratan de diferenciarse del otro runner. Y las zapatillas siempre son lo más vistoso”.

¿Cómo andan los precios? “No es una marca para nada barata. Estamos hablando de zapatillas que cuestan desde \$150.000 en adelante. Son los mismos valores que sus competidores, pero obviamente hay otras marcas a precios mucho más bajos. On es una marca Suiza, país que destaca por su desarrollo tecnológico, sobre todo en relojería: eso nos da la pauta para decir que es una marca internacional, por lo tanto debe ser buena”, sintetiza.

¿Le gustan?

“He tenido la suerte de probar distintos modelos y la verdad es que son zapatillas súper cómodas, se adaptan súper bien. Tienen buena tecnología y están hechas con muy buenos materiales; son muy amigables, resistentes y transpirables. Están hechas a medida, para hombre, mujer, tipo de disciplina o kilometraje en función del peso de cada uno. Ellos ponen mucho

énfasis en el diseño y uno lo que siempre busca es que la zapatilla sea bonita. Es un calzado que tiene todo lo que un runner busca: bonito, cómodo y con tecnología. Eso es lo que uno paga al final del día en cualquier marca. De todas maneras, sus competidores también cuentan con atributos similares”.

Parte de este silencioso éxito, opina Barra, responde a que se trata de una marca nueva. “Está agarrando mucho marketing del boca a boca y muchos las quieren probar. También hay profesionales del ámbito de salud que hacen clínica o tienen largos turnos y usan zapatillas On por su amortiguación, dado que permiten descansar el pie”, valora.

Rodrigo Nanjari, académico de Pedagogía en Educación Física de la Universidad Central, coincide en que se trata de un calzado extra cómodo. “El material que utilizan es bueno y resistente. Son zapatillas que se adhieren bien al pie y hasta se pueden utilizar sin calcetines, ya que se secan rápido. Su éxito tiene que ver con la comodidad que ofrecen al desplazar-se”, destaca.

»
“Se adhieren bien al pie y hasta se pueden utilizar sin calcetines. Su éxito tiene que ver con la comodidad”

Rodrigo Nanjari