



DAVID FARRAS

“Una zapatilla ayudará a que los diabéticos corran sin lesionarse”

Entrevista

Emilio Risques

DIRECTOR GENERAL
DE ASICS EN ESPAÑA

David Martínez

La multinacional japonesa de ropa y calzado deportivo Asics (cuyo acrónimo tiene su significado en la definición latina *Anima sana in corpore sano*) se instaló a finales del año pasado en una nueva sede en España, en el parque empresarial Mas Blau de El Prat del Llobregat (Barcelona). Desde ahí pilota una nueva estrategia para hacerse un hueco entre los gigantes Nike y Adidas. Asics apuesta por investigar para fomentar deporte y salud. Ha creado un gel para mejorar la amortiguación que permite que un hueco rebote al caer de seis metros de altura. Pero hay más novedades para diabéticos y mujeres...

■ **¿Cuál es la filosofía de la compañía para ganar negocio?**

■ Asics fue fundada por Kihachiro Onitsuka en Japón tras la segunda guerra mundial y desde entonces tenemos una premisa: desarrollar equipamiento deportivo para mantener la salud.

■ **¿Eso significa que lanzarán productos en el área de la salud para compensar los productos deportivos clásicos?**

■ Sí. Hace cinco meses lanzamos en Madrid -con intención de venderla en toda España- una zapatilla diseñada en Japón específica para diabéticos.

■ **¿Para diabéticos?...**

■ Cuando una persona es diabéti-

ca -que debe realizar de por sí mucho deporte para mejorar su circulación sanguínea- un riesgo importante son las llagas que se forman en los pies, que pueden llegar a producir amputaciones. Realizar ejercicio para combatir la enfermedad no debe suponer riesgos. Por eso, en Asics hemos diseñado un calzado sin rozaduras, antihongos, sin costuras internas, con amortiguaciones específicas para evitar la formación de llagas y 25 puntos de mejora para la diabetes tipo B. El precio de esta zapatilla puede oscilar entre 110 y 130 euros. Este calzado hará que el diabético no se sienta enfermo y pueda correr para curarse.

■ **¿Venden más calzado deportivo o equipos?**

■ En Asics, el calzado (distintos tipos de zapatillas deportivas) representa el 85 por ciento del negocio y el 15 por ciento es equipamiento textil. Tres categorías: *running*, desde correr dos veces a la semana, maratones, jugadores de fútbol y tenis. Zapatillas específicas para mujer. Es decir, ciertos días del mes los estrógenos hacen que los tendones sean más débiles, con lo que la mujer tiene más riesgos de lesiones. Para evitarlos hemos desarrollado una zapatilla específica. La moda deportiva (la zapatilla de diseño que nos ponemos para ir por la calle) es el 55 por ciento de las ventas de calzado en España, con lo que aumentaremos también las ventas en esta línea.

■ **¿Cómo acabará el negocio de Asics en España este año?**

■ Doblaremos la facturación de 2006 a finales de año. España en relación con Europa es el 17 por ciento de calzado deportivo del sector, un mercado importante para Asics. Históricamente sólo éramos distribuidora, pero en España ya somos multinacional. No tendremos tiendas propias porque no queremos competir con el distribuidor. Venderemos en grandes superficies y tiendas para deportistas.