

EQUIPAMIENTO

Asics abandona los números rojos pese a contraer sus ventas un 2,2% en 2019

El distribuidor japonés de artículos deportivos cerró 2019 con una facturación de 378.050 millones de yenes (3.177 millones de euros) y regresó a beneficios tras varios años de ajustes.

Palco23
17 feb 2020 - 11:22



Asics da el primer paso en la transformación de su negocio. El distribuidor nipón de artículos deportivos ha logrado volver a presentar beneficios en 2019 tras varios años de ajustes. En los últimos doce meses sus ganancias se situaron en 7.374 millones de yenes (62 millones de euros), pese a que su facturación cayó un 2,2%, hasta 378.050 millones de yenes (3.177 millones de euros).

De cara a 2020, Asics espera que las ventas crezcan un 6%, con lo que superaría la barrera de los 400.000 millones de yenes (3.361 millones de euros). El foco se volverá a poner en el running y en el impulso de la marca Onitsuka Tiger, que este año obtuvo unos ingresos por 45.597 millones de yenes (383 millones de euros), un 6,3% más.

Asimismo, la marca nipona ha lanzado un plan estratégico a cinco años para transformar su negocio y frenar la caída en las ventas. Entre los puntos principales están la reestructuración de su estructura interna, invertir más recursos para liderar el

mercado del *running*, expandir la marca Onitsuka Tiger a nivel global dentro del segmento de moda deportiva *premium* y hacer un mayor esfuerzo en la digitalización y el marketing.

Asics ha aprobado un plan estratégico para transformar su negocio, aunque el foco seguirá puesto en el *running*

El *running*, de hecho, se mantiene como la principal fuente de ingresos del grupo, pese a estancar sus ventas en 170.150 millones de yenes (1.430 millones de euros). Los productos denominados como *core performance*, destinados exclusivamente para la práctica deportiva, también estancaron su facturación, que se situó en 41.737 millones de yenes (350,7 millones de euros).

La moda deportiva, que para otras marcas se ha convertido en el principal motor de las ventas, retrocedió un 12%, hasta 34.272 millones de yenes (288 millones de euros), al igual que el textil y otros artículos de equipamiento deportivo, cuya facturación cayó un 13,2%, hasta 39.227 millones de yenes (329,6 millones de euros).

Por regiones, Asics cayó en tres de sus países principales en 2019: China, Estados Unidos y Europa. El único territorio en el que sus ventas se mantuvieron al alza fue en Japón, que aún representa su principal mercado con unas ventas de 120.950 millones de yenes (1.016 millones de euros), un 2,3% más.

En Estados Unidos la caída apenas fue del 0,2%, hasta 78.959 millones de yenes (663,5 millones de euros), mientras que en China el retroceso fue del 0,6%, hasta 39.448 millones de yenes (331,5 millones de euros). El mayor impacto se produjo en Europa, su segundo mayor mercado tras Japón, donde las ventas se contrajeron un 9,5%, hasta 95.605 millones de yenes (803,4 millones de euros).