

Asics cierra 2018 con unas pérdidas de 162 millones de euros tras facturar un 3,5% menos

La marca nipona de artículos deportivos cerró el último año en números rojos y se marca 2019 como un período de relanzamiento en el que cambiarán la estructura de negocio y producto.

Palco23
14 feb 2019 - 11:17

Batacazo de Asics en 2018. La compañía cerró el último año con unas pérdidas de 20.327 millones de yenes (162 millones de euros), frente a un beneficio neto de 12.970 millones de yenes (103,57 millones de euros). Su facturación también cayó un 3,5%, hasta 386.000 millones de yenes (3.087 millones de euros), después de que en 2017 hubieran remontado y crecieran un 0,3%.

Por regiones, los mercados emergentes lograron minimizar las pérdidas por segundo año consecutivo. En Asia sólo cayeron un 1,8%, 27.175 millones de yenes (217 millones de euros). Asics se ha mantenido a flote gracias a la industria del calzado, donde las zapatillas de *running* han vuelto a ser la locomotora de su negocio.

La marca nipona ha tenido pérdidas en todas sus regiones, incluso en Japón. La compañía vendió un 31.4% menos, hasta 4.035 millones de yenes (32 millones de euros). En las regiones del Sudeste Asiático, Asia Meridional y Oceanía, las ventas cayeron hasta 27.155 millones de yenes (216 millones de euros), un 1,8% menos, salvando la campaña gracias al calzado, al igual que sucede en Japón.

En Norteamérica y Latinoamérica sus ingresos se disminuyeron un 15%, hasta 90.295 millones de yenes (721 millones de euros), mientras que en Europa la caída fue del 0,6%, hasta 105.683 millones de yenes (844 millones de euros). Sin embargo, pese a que su facturación se mantuviera en cifras parejas con respecto a 2017, su beneficio decreció un 35,8%. Este receso se explica, según Asics, por los gastos asociados con la expansión en el Viejo Continente y la apertura de nuevas tiendas.

En este año Asics ha alcanzado las 900 tiendas físicas este año, catorce más con respecto a 2017. Las pérdidas de este año se explican por la puesta en marcha del plan de reestructuración previsto por Mitsubishi Materials Groups, la multinacional

PALCO23

propietaria de Asics. Asimismo, se ha diseñado un “plan de acción para acelerar nuestro crecimiento en el mercado chino y cambiar el negocio digital para conseguir rentabilidad”.