

Asics cierra 2020 en pérdidas y traza un nuevo plan estratégico a tres años

El plan es complementario al proyecto Vision2030 y contempla alcanzar un beneficio operativo de 25.000 millones de yenes (197 millones de euros) en el ejercicio 2023.

Palco23

12 feb 2021 - 13:21



Asics, cara y cruz en el año del Covid-19. El grupo japonés de moda y equipamiento deportivo ha cerrado el ejercicio 2020 (finalizado el 31 de diciembre) con una caída de ventas del 13%, tras la subida del 2,2% registrada el año anterior, y en pérdidas. Además, la empresa ha presentado un nuevo plan estratégico hasta 2023 que marcará el camino de la recuperación tras el golpe de la pandemia.

En el último ejercicio, Asics facturó 328.784 millones de yenes (2.589 millones de euros), un 13% menos que el año anterior. El resultado operativo fue negativo de 3.953 millones de yenes (31,1 millones de euros), frente al beneficio de 10.634 millones de yenes (83,7 millones de euros) del año anterior.

Las pérdidas netas, por su parte, se situaron en 16.126 millones de yenes (127 millones de euros). En 2019, Asics ganó 7.097 millones de yenes (55,9 millones de euros), según ha comunicado hoy la empresa al regulador bursátil japonés.

Asics contempla recuperar los niveles de facturación pre-Covid este año

De cara al ejercicio 2021, Asics prevé regresar a la senda del beneficio, con un resultado neto de entre 2.000 millones de yenes y 3.500 millones de yenes (entre 15,7 millones y 27,5 millones de euros) y elevar sus ventas entre un 12,5% y un 17,1%. De cumplirse el tramo alto de la horquilla, la empresa recuperaría el volumen de ventas pre crisis.

El grupo explica que, si bien la actividad remontó un poco en el tercer trimestre, la situación “se ha visto más complicada de nuevo debido a los efectos de la expansión del Covid-19”. Con todo, la compañía ha mejorado las previsiones de noviembre gracias a la buena evolución de los productos técnicos de *running*, especialmente en Europa.

Las ventas online se más que duplicaron en Norteamérica y Europa y crecieron un 86% en el conjunto del mundo. Entre las medidas que Asics puso en marcha para compensar el golpe del Covid-19 se encuentran la contención de gastos (de 12.300 millones de yenes, 96,9 millones de euros) y la gestión del inventario.

La compañía redujo ventas en todas las regiones salvo en China

La empresa logró reducir su stock en 5.000 millones de yenes (39,4 millones de euros) pese al incremento de 4.500 millones de yenes (35,4 millones de euros) vinculado a los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio.

Además, Asics decidió echar el cierre a su *flagship store* en la Quinta Avenida, en Nueva York, lo que le permitirá “mejorar la rentabilidad del negocio norteamericano”.

Por mercados, Japón, el principal territorio para la empresa, cayó un 22%, Norteamérica retrocedió un 17,2% y Europa anotó un descenso de sólo el 8,6%. China, el cuarto mayor mercado de Asics, se desmarcó de la tendencia global e incrementó las ventas un 4,2%.

Nuevo plan estratégico

Coincidiendo con la presentación de resultados, Asics ha dado a conocer las líneas maestras de un nuevo plan estratégico a tres años, complementario con el proyecto Vision2030.

La empresa prevé cerrar 2023 con un resultado operativo de 25.000 millones de yenes (197 millones de euros), un margen de gastos operativos (gastos en relación con las ventas) del 6% o más y una rentabilidad (*return on assets* o ROA, en inglés) del 4%.

El grupo se centrará en mejorar el beneficio para “construir unas fuertes bases financieras para el crecimiento sostenible” con tres prioridades estratégicas: impulsar los negocios que aumenten el beneficio, mejorar la rentabilidad de todas las áreas y reforzar la gestión.

En este sentido, la compañía quiere ser la primera marca de *running* técnico, acelerar su expansión en China, expandirse en los mercados emergentes y desarrollar su negocio de servicios.

También quiere concentrarse en el deporte, rediseñar su estrategia de retail y mejorar la rentabilidad de su negocio de ropa, así como reforzar la diversidad en sus recursos humanos y reformar su *supply chain*.