

## EQUIPAMIENTO

# Asics eleva sus ingresos un 25% en el primer trimestre

La compañía nipona de moda y equipamiento deportivo ha cerrado el periodo, de enero a marzo, con una cifra de negocio de 106.549 millones de yenes (801 millones de euros).

Palco23

19 may 2021 - 11:12



Asics crece en el primer trimestre. El grupo japonés de moda y equipamiento deportivo ha cerrado el periodo, finalizado el pasado 31 de marzo, con un crecimiento de la cifra de negocio del 25%. Este aumento se debe, en buena parte, a la baja base comparable, ya que el comercio en Asia ya estaba impactado por la crisis del Covid-19 en los tres primeros meses del año pasado.

La compañía concluyó el periodo de enero a marzo con una facturación de 106.549 millones de yenes (801 millones de euros), frente a los 85.341 millones de yenes del primer trimestre del año anterior. El resultado neto, por su parte, se situó en negro, con un beneficio de 14.161 millones de yenes (106,5 millones de euros), frente a las pérdidas de 4.146 millones de yenes de los tres primeros meses de 2020.

Asics ha señalado que continuó enfrentándose a una situación difícil por las consecuencias de la pandemia, "con la cancelación o reducción de varias

competiciones, el cierre temporal de algunas tiendas o la caída del consumo personal". No obstante, la empresa ha argumentado que las ventas "aumentaron significativamente y volvió a la senda de la rentabilidad gracias al fuerte impulso de la categoría performance running y de las ventas en China y Europa".

La compañía, como otras del sector, pudo continuar capitalizando el auge del canal online y disparó las ventas a través de su plataforma de ecommerce un 106% en Norteamérica, un 125% en Europa y un 86% a escala general. En este sentido, la empresa ha puesto en marcha Runmetrix, una aplicación que "ofrecerá entrenamiento personal a través de una aplicación móvil y con la ayuda de un sensor de movimiento, que permitirá adaptarse a los objetivos y niveles de los usuarios", ha explicado Asics.

## Asics se apoyó en la categoría de 'running' en el primer trimestre del ejercicio

Por categorías, la de *performance running* fue el principal motor de crecimiento para Asics en los tres primeros meses del ejercicio. Las ventas de este segmento se dispararon un 43,5% en el periodo, hasta 54.468 millones de yenes (409,5 millones de euros), gracias principalmente al impulso experimentado en Japón, Norteamérica, Europa, China y Oceanía.

Las ventas de *core performance sports*, por su parte, aumentaron un 18,3%, hasta 13.570 millones de yenes (102 millones de euros). Este crecimiento se debió principalmente a la buena evolución experimentada en Japón, Norteamérica, Europa y China, donde ya ha empezado la recuperación de la pandemia con el avance de la campaña de vacunación y la reapertura de establecimientos en muchos países.

Los artículos de *sports style*, una de las categorías más pequeñas para la compañía, se impulsaron un 20,2% en el primer trimestre, hasta 8.846 millones de yenes (66,5 millones de euros), aupados por el auge del online y de la buena evolución en mercados estratégicos como Europa, China y Oceanía. La moda y el equipamiento, por su parte, continuaron su tendencia alcista, aunque con un tímido repunte del 2,4%, hasta 8.733 millones de yenes (65,7 millones de euros).

Por su lado, la marca Onitsuka Tiger se disparó un 30% entre enero y marzo, hasta 9.879 millones de yenes (74,3 millones de euros), gracias principalmente a una curva ascendente de ventas experimentada en China, el primer país donde el comercio se ha recuperado de la crisis.

## La compañía casi duplicó sus ventas en China entre enero y marzo

Por mercados, la empresa casi duplicó sus ventas en China, un mercado todavía con poco peso para el grupo, hasta 13.572 millones de yenes (102 millones de euros). Este acusado crecimiento se debió principalmente al aumento de la demanda de *performance running* y de la marca Onitsuka Tiger.

En el mercado local del grupo, los ingresos repuntaron un 0,5% respecto al primer trimestre del año pasado, hasta 30.485 millones de yenes (229,2 millones de euros). En el país, la empresa redujo gastos de venta, generales y administrativos, según ha remarcado. En Europa, la segunda región más importante para la compañía por volumen de negocio, la facturación se elevó un 43,4%, hasta 31.121 millones de yenes (234 millones de euros), gracias al buen desempeño de la categoría de *performance running*.

En Norteamérica, las ventas aumentaron un 20,1%, hasta 18.820 millones de yenes (141,5 millones de euros), aupadas por el canal online y la categoría de *running*, mientras que en Oceanía la cifra de negocio escaló un 61,9%, hasta 7.678 millones de yenes (57,7 millones de euros). En el Sudeste y el Sur de Asia, por otro lado, las ventas cayeron un 8,8%, hasta 2.506 millones de yenes (18,8 millones de euros), debido al impacto de la pandemia en varios países.

### Mejora de las previsiones

La semana pasada, antes de anunciar los resultados trimestrales, Asics ya explicó que, tras la buena evolución experimentada en el periodo, mejoró sus previsiones para el ejercicio 2021. La empresa prevé registrar una facturación que se sitúe entre una horquilla de 385.000 millones de yenes y 395.000 millones de yenes (entre 2.913,6 millones de euros y 2.989,3 millones de euros).

Por lo que respecta al resultado neto, el grupo no ha variado sus estimaciones, y prevé que se sitúe en un beneficio de entre 2.000 millones de yenes y 3.500 millones de yenes (15,1 millones de euros y 26,5 millones de euros).