

EQUIPAMIENTO

Asics remonta y logra mantener sus ventas en 3.000 millones en 2017

La marca nipona de artículos deportivos dio la vuelta a la tendencia negativa del último año gracias al negocio en los mercados emergentes, aunque ganó un 30% menos, hasta 33,1 millones.

Palco23
15 feb 2018 - 10:02

Las ventas en el último tramo del año consiguen maquillar un año negativo para Asics. Después de un 2016 donde las ventas de la compañía cayeron un 7% y una tendencia negativa durante todo 2017, la marca nipona de artículos deportivos cerró su ejercicio fiscal con una facturación de 400.157 millones de yenes (3.013,5 millones de euros), un 0,3% más.

El beneficio neto fue de 12.970 millones de yenes (103,5 millones de euros). La empresa es consciente de que estos resultados se enmarcan en un contexto donde “la industria de artículos deportivos se mantuvo estable gracias a un alto nivel de interés en los deportes por el aumento de la conciencia de la salud”.

Por regiones, las ventas de la compañía lograron mantenerse gracias al alza en los mercados emergentes. En el Este de Asia, exceptuando Japón, la facturación creció un 13%, hasta 49.131 millones de yenes (370 millones de euros). El principal motivo de crecimiento en esta área fue China, donde las zapatillas de *running* continuaron siendo la locomotora. Sin embargo, en Corea del Sur, sus ventas no fueron las esperadas y se reestructuró la red de tiendas.

En el Sudeste Asiático y Oceanía, el negocio de Asics se incrementó un 15,1%, hasta 27.659 millones de yenes (208,2 millones de euros) gracias la fuerte demanda del *running* y de las zapatillas de Onitsuka Tiger. Por otro lado, en Japón, su mercado nacional, las ventas cayeron un 0,4%, hasta 119.462 millones de yenes (899,6 millones de euros) debido a la caída del *running* y los artículos de *sportswear*.

En América, la facturación descendió un 6%, hasta 106.177 millones de yenes (799 millones de euros), mientras que en Europa sus ventas cayeron un 1,2%, hasta 106.290 millones de yenes (800 millones de euros). En ambos casos, el estancamiento del mercado y la gran competencia fueron claves.

A fecha de 31 de diciembre de 2017, Asics contaba con 876 tiendas propias. Durante este año, “el grupo se propuso expandir su base de consumidores e incrementar las ventas mediante el desarrollo de sus propias tiendas minoristas conceptuales”. Ejemplo de ello es el establecimiento puesto en marcha en Regent Street, una de las calles más emblemáticas y comerciales de Londres, donde se pueden encontrar por primera vez las marcas Asics, Asics Tiger, Onitsuka Tiger y Hagöf's bajo un mismo techo.