

## EQUIPAMIENTO

# Las ventas de Asics caen un 7% y su beneficio se desploma un 47% hasta marzo

La compañía nipona facturó 104.642 millones de yenes (807,2 millones de euros) debido a la reducción de su negocio doméstico y al descenso de sus ventas en América.

Palco23  
9 may 2018 - 10:07

Asics no remonta. Tras estancar su negocio en 2017, la compañía nipona cerró los tres primeros meses del año con una facturación de 104.642 millones de yenes (807,2 millones de euros), un 7,4% menos que en el mismo periodo del año anterior. Su beneficio neto se desplomó hasta 7.414 millones de yenes (57,1 millones de euros), un 47,2% menos.

El principal motivo de estos resultados es la reducción de sus ventas en Japón, su mayor mercado. En territorio nipón, su cifra de negocio cayó un 7%, hasta 32.928 millones de yenes (254 millones de euros). También ocurrió algo parecido en América que, a pesar de no tener con tanto peso en su facturación, la cifra de negocio cayó un 26,6%, hasta 21.927 millones de yenes (169,1 millones de euros). Sus ingresos también descendieron en Oceanía y el Sudeste Asiático, donde su negocio registró 7.560 millones de yenes (58,3 millones de euros), un 6,3% menos, debido principalmente a las flojas ventas en Australia.

Por otro lado, Europa lideró a las regiones donde Asics logró aumentar su cifra de negocio. En el Viejo Continente, la compañía facturó 28.730 millones de yenes (221,6 millones de euros), un 3,7% más. En la parte este de Asia, donde se incluye China, la multinacional elevó sus ventas en un 5,8%, hasta 14.688 millones de yenes (113,3 millones de euros), gracias al alza de las zapatillas de *running* en el gigante asiático y pese a la caída de sus ventas en Corea del Sur.

También creció la facturación de otros negocios fuera de Asics, Asics Tiger y Onitsuka Tiger, donde se engloba la marca de *outdoor* Haglöfs. Este segmento cerró los tres primeros meses del año con unas ventas de 2.931 millones de yenes (22,6 millones de euros), un 12,6% más.

---

# PALCO23

---

Durante estos meses, la compañía ha impulsado su *e-commerce*, pero también ha puesto en marcha varias aperturas físicas en distintos lugares del mundo. Una de las novedades es la recién inaugurada en Toronto, su *flagship* en Canadá, con la que ya alcanza las 877 tiendas en total. Además, ha lanzado un servicio de personalización para las zapatillas de Onitsuka Tiger.