

Modaes

Empresa

Asics sigue los pasos de Suburbia y abre también en el centro comercial Patio Tlalpan

Con este nuevo establecimiento, el gigante asiático de moda y equipamiento deportivo roza la decena de tiendas en el país azteca.

María Bertero
16 ago 2018 - 00:00

Asics sigue los pasos de Suburbia y abre también en el centro comercial Patio Tlalpan

Asics toma impulso en México. El gigante japonés de moda y equipamiento deportivo gana peso en Latinoamérica con la puesta en marcha de un nuevo establecimiento en el país azteca, uno de sus principales mercados en la región.

La nueva tienda se encuentra en el centro comercial Patio Tlalpan, en Ciudad de México y cuenta con una superficie de 340 metros cuadrados, según informaron fuentes de Asics a Modaes. Allí, la compañía asiática comparte techo con Suburbia, que subió la persiana la semana pasada, tal y como avanzó Modaes.

Con esta apertura, Asics alcanza los nueve establecimientos en el mercado mexicano. La compañía también tiene presencia en tiendas especializadas en moda deportiva como las de Grupo Martí, además de operar en el canal online, cuya plataforma de ecommerce está gestionada por Netshoes.

Asics opera en México con casi diez tiendas, además de puntos de venta en establecimientos multimarca

Asics puso en marcha su primera tienda monomarca en México en 2015. En el resto

Modaes

de Latinoamérica, la compañía tiene presencia en mercados como Colombia, Chile, Perú o Brasil, entre otros.

La expansión en México viene acompañada de los cambios que está llevando adelante Asics en la región. El pasado abril, el grupo japonés remodeló su cúpula con el nombramiento de Pedro Zannoni como presidente para Latinoamérica.

El nuevo directivo, que relevó en el cargo a Gumercindo Neto, lidera ahora las operaciones de la compañía de moda y equipamiento deportivo en los mercados de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

La compañía ha consolidado filiales en Chile, Colombia y Perú

A su vez, Asics ha comenzado a tomar el control en varios países de la región. El grupo consolidó una filial en Colombia el pasado enero, en la que ha invertido 13.500 millones de pesos colombianos (4,4 millones de dólares).

La compañía japonesa hizo lo mismo el año pasado, cuando anunció en febrero la constitución de subsidiarias en Chile y Perú para gestionar la distribución de sus primeras tiendas monomarca en ambos países, donde ya tiene presencia en el canal multimarca, igual que en Colombia.

Asics finalizó el primer semestre del ejercicio con su beneficio y ventas a la baja. En los primeros seis meses, el gigante asiático facturó 192.175 millones de yenes (1.726,7 millones de dólares), un 5,4% menos que en el mismo periodo del año anterior. El beneficio de la compañía cayó un 45,6%, hasta 9.666 millones de yenes (86,8 millones de dólares).