

EQUIPAMIENTO

Callaway desploma su beneficio un 37% y duplica sus ventas en Europa

El fabricante especializado en artículos de golf cerró los primeros seis meses de 2019 con una facturación de 963 millones (859,5 millones de euros), un 20,3% más.

Palco23
9 ago 2019 - 10:00



Callaway acelera en sus planes de reconversión de 2019. La compañía, que se encuentra en un proceso de recompra de parte de su capital, ha facturado 963 millones (859,5 millones de euros), en el primer semestre, un 20,3% más. Su beneficio neto, por el contrario, se desplomó un 37%, hasta 77,5 millones de dólares (69 millones de euros).

La compañía, que a finales de 2018 compró la marca Jack Wolfskin por 418 millones de euros, ya ha comenzado a notar el peso que tiene su negocio en las ventas. “Hemos visto un claro progreso y creemos que se va a acelerar durante la segunda mitad de 2019”, ha afirmado Chip Brewer, consejero delegado de Callaway.

Por otro lado, la caída en el beneficio también se debe al proceso de recompra de parte del capital de la compañía, el cual está financiando con fondos propios. En los primeros seis meses de 2019 ha invertido 150 millones de dólares (133,8 millones de euros)

y “no tiene plazo para concluir, ya que se mantendrá hasta que se determine por el consejo de administración”, indican.

Por regiones, Estados Unidos se mantiene como el principal mercado de Callaway, ya que aporta más de la mitad de su facturación. En los primeros seis meses las ventas aumentaron un 6%, hasta 496,4 millones de dólares (443 millones de euros).

Sin embargo, el mayor incremento se ha producido en Europa, donde la marca ha duplicado su facturación hasta 208,2 millones de dólares (185,8 millones de euros). El motivo: el acuerdo con el European Tour. En Japón, por el contrario, las ventas se estancaron en 128,9 millones de dólares (115 millones de euros).