

EQUIPAMIENTO

Callaway también pincha: entra en pérdidas tras contraer sus ventas un 23%

La compañía especializada en artículos de golf cerró el primer semestre de 2020 con una facturación de 963 millones de dólares, mientras que los números rojos se situaron en 138,8 millones.

Palco23
7 ago 2020 - 12:11



Callaway entra en pérdidas. La compañía especializada en artículos de golf ha cerrado el primer semestre de 2020, entre enero y junio, con una caída en las ventas del 23,2%, hasta 962,9 millones de dólares. El impacto del Covid-19, además, provocó que entrara en números rojos, registrando unas pérdidas de 138,8 millones de dólares.

“El segundo trimestre del año ha sido todo un desafío en los mercados globales con las restricciones derivadas del Covid-19”, ha señalado Chip Brewer, presidente y consejero delegado del grupo. “Pese a nuestros esfuerzos y presentar algunos síntomas positivos, la pandemia seguirá afectando negativamente a nuestro negocio en términos de ventas, lo que hará que nuestro margen continúe reduciéndose hasta 2021”, ha añadido.

Aun así, el ejecutivo ha señalado que “la venta de artículos de golf se está recuperando muy rápidamente, sobre todo una vez que las restricciones se han levantado y se ha permitido la vuelta a los campos”. Asimismo, Callaway también se ha visto afectada por un cargo adicional de 174 millones de dólares relativos a la adquisición de Jack Wolfskin debido a “una mayor debilidad del euro de la que habíamos previsto”, lo que disparó los gastos operativos del grupo hasta 454 millones de dólares.

Las ventas a clubes de golf, que representa la mitad de sus ingresos, cayeron un 16%, hasta 407,2 millones de dólares, mientras que la comercialización de artículos textiles se llevó el mayor golpe, una disminución del 33% de su negocio, que se situó en 113,5 millones de dólares entre enero y junio. La facturación derivada del equipamiento y dispositivos menguó un 30%, hasta 124 millones de dólares.

Por territorios, el mayor golpe se lo llevó Europa, cuyo negocio se contrajo un 29,5% y se situó en 146,7 millones de dólares. Estados Unidos, que aporta el 40% de las ventas del grupo, también experimentó un retroceso del 21,6%, hasta 389,2 millones de dólares. La caída fue similar a la de Japón, cuya aportación se contrajo hasta 102 millones de dólares.