

## EQUIPAMIENTO

# Columbia dispara su beneficio un 52% hasta marzo tras facturar un 8% más

La marca especializada en equipamiento deportivo al aire libre facturó 654,6 millones de dólares en este período (587,4 millones de euros). La empresa espera rebasar los 3.000 millones de dólares en ventas en 2019.

Palco23  
26 abr 2019 - 10:53

La marca especializada en equipamiento para deportes al aire libre facturó 654,6 millone

Columbia vuelve a superar previsiones y *clava la pica* en otra cima. La compañía especializada en equipamiento para deportes **outdoor** ha cerrado el primer trimestre de 2019 con una facturación de 654,6 millones de dólares (587,4 millones de euros), un 8% más que en el mismo período del año anterior. El beneficio neto también aumentó un 52%, hasta 74 millones de dólares (66,5 millones de euros).

“Es realmente motivador ver que la tendencia de crecimiento que logramos en 2018 se mantiene este año, con otro récord de ventas y beneficio. Estos resultados nos dan la confianza para aumentar nuestras previsiones de cara a 2019, un año en el que debemos mantener este ritmo de crecimiento sin perder de vista nuestras inversiones”, ha asegurado Tim Boyle, consejero delegado de Columbia.

Por países, las ventas en Estados Unidos, que representa dos tercios de la facturación del grupo, crecieron un 14%, hasta 412 millones de dólares (370 millones de euros). En las regiones de Latinoamérica y Asia-Pacífico (Laap), las ventas crecieron sólo un 1%, hasta 132,9 millones de dólares (119,2 millones de euros).

**Estados Unidos es el principal pilar en el que se apoyan las ventas de Columbia, que representa dos tercios del total**

En Europa, Oriente Medio y África (Emea), Columbia experimentó una ligera caída en sus ventas, hasta 71,3 millones de dólares (63,9 millones de euros), un 1% menos. El mayor retroceso se ha producido en Canadá, donde el grupo ha perdido un 7% de su facturación, que se ha reducido hasta 38,2 millones de dólares (34,2 millones de euros).

Por producto, la propia marca del grupo, Columbia, que representa el 84,5% de las ventas del grupo, facturó 552,2 millones de dólares (495,5 millones de euros). El resto de firmas, como Sorel, PrAna y Mountain Hardwear, alcanzaron 102,4 millones de dólares (91,8 millones de euros), gracias a Sorel, que creció un 28% durante este primer trimestre de 2019.

La compañía espera superar la barrera de los 3.000 millones de dólares este año (2.728 millones de euros), lo que supondría un aumento del 8% en las ventas. Es decir, mantener el ritmo de crecimiento que se ha producido en este primer trimestre.