

EQUIPAMIENTO

Columbia esquiva las pérdidas tras facturar un 13% menos en el primer trimestre de 2020

La marca de artículos *outdoor* un beneficio neto mínimo de 213.000 dólares entre enero y marzo, después de que los costes no pudieran contenerse a la misma velocidad.

Palco23
1 may 2020 - 11:05



Columbia logró esquivar los números rojos en el primer trimestre de 2020. La marca de artículos **outdoor** obtuvo una facturación de 568,23 millones de dólares entre enero y marzo, lo que representó una caída del 13% interanual. El beneficio neto se desplomó, de 74,18 millones a 213.000 dólares.

La compañía atribuye parte de la pérdida de rentabilidad a provisiones de 9,2 millones de dólares por inventarios obsoletos y costes de 21,5 millones de dólares por “deuda mala”. “Hemos tomado rápidamente medidas para mejorar la liquidez, preservar el capital, contener los costes y administrar el inventario para mitigar el impacto financiero de la pandemia”, ha señalado el presidente ejecutivo, Tim Boyle.

Las ventas del grupo cayeron en todos los territorios. El retroceso en Estados Unidos fue del 9%, hasta 375,9 millones de dólares, frente al desplome del 23% en la región de Asia y Latinoamérica, donde obtuvo 104 millones de dólares, y en Europa, Oriente Medio y África (Emea), hasta 55,8 millones de dólares. El negocio en Canadá bajó un 11%, hasta 33,9 millones de dólares.

Por marcas, el negocio de Columbia es el que más se resintió, con un retroceso del 15% en el primer trimestre, hasta 471,7 millones de dólares. La actividad de Prana cedió un 11%, hasta 36,5 millones de dólares, mientras que Sorel y Mountain Hardwear bajaron un 2%, hasta 38,7 millones y 21,3 millones de dólares.