

## EQUIPAMIENTO

# Columbia supera los 500 millones de dólares al crecer un 10% hasta marzo

G.G.R.  
2 may 2016 - 16:56

Columbia Sportswear crece antes de los meses de verano. La compañía de artículos deportivos *outdoor* cerró sus tres primeros meses de 2016 con una facturación de 525,1 millones de dólares (458,4 millones de euros), un 10% más que en el mismo periodo del pasado año.

Además, la empresa con sede en Portland (Estados Unidos) aumentó un 22,1% su beneficio neto hasta los 34,2 millones de dólares (29,8 millones de euros), impulsados principalmente por la reducción de los impuestos abonados. Aunque la compañía sabe que el próximo trimestre no será tan bueno, condicionado por los meses menos fríos en todo el mundo, se trata de un resultado por encima de lo esperado.

Las previsiones de Columbia pasan por crecer aproximadamente un 5% en 2016, lo que supondría pasar de los 2.330 millones de dólares (2.034 millones de euros) en 2015 a los 2.446,5 millones de dólares (2.136 millones de euros). También esperan aumentar un 8% su beneficio neto hasta los 191 millones de dólares (166,7 millones de euros).



La estacionalidad es el principal factor que afecta a la compañías./

## Columbia

"La mayor parte de las ventas anuales de la compañía se producen en la temporada de otoño e invierno, mientras que los gastos están distribuidos durante todo el año, lo que representa una estacionalidad alta en la segunda parte de nuestro año fiscal", ha comentado Columbia en un comunicado.

Estados Unidos sigue siendo su principal mercado y no deja de crecer. En estos tres primeros meses de 2016 la facturación en su país de origen aumentó un 18% hasta los 336,2 millones de dólares. También crece Canadá y la región de Europa, Oriente Medio y África, con un 4% y un 7%, respectivamente. Sin embargo, la zona de Latinoamérica y Asia-Pacífico cayó un 10% interanual.

La compañía, para tratar de aumentar sus ventas en el Viejo Continente, llegó a un acuerdo hace unos meses con el Manchester United hacer ropa oficial de montaña, escalada y actividades de agua y nieve con el logo de los *Red Devils* a partir de otoño de 2016.

La marca Columbia facturó 437,1 millones de dólares (381,6 millones de euros), un 9% más que en 2015 y representa el 83,24% del total de sus ventas. Sus otras marcas, como Sorel, Mountain Hardwear y prAna crecieron por encima de su enseña principal, aunque no cuentan con un gran peso dentro de la facturación total.

En cuanto al tipo de artículos, el textil y los accesorios crecieron un 9% hasta los 434 millones de dólares (379 millones de euros), mientras que el calzado subió un 14% respecto al primer trimestre de 2016 y se situó en los 91,1 millones de dólares (79,5 millones de euros).