

EQUIPAMIENTO

La marca 'outdoor' Columbia cierra la recompra del 40% de su negocio en China y sitúa al frente a un ex de Nike

El fabricante de artículos deportivos ha completado el proceso para hacerse con el 100% de su filial en el país, donde esperaba crecer un 10% en 2018 y superar los 160 millones de facturación.

Palco23
3 ene 2019 - 10:40



Columbia Sportswear ya es oficialmente el dueño del 100% de su negocio en China. El fabricante de artículos para deportes **outdoor** ha completado la compra del 40% de su filial en el gigante asiático, que comenzó sus operaciones en 2014 de la mano del distribuidor local Swire Resources Limited. Esta compañía sí mantendrá la explotación del negocio en Hong Kong y Macao, según explican en un comunicado.

“Agradecemos a Swire Resources por contribuir al éxito y al crecimiento de la marca Columbia en China. Han sido un socio excepcional para nosotros a lo largo de los años y esperamos continuar nuestra sólida relación con ellos”, ha señalado el presidente ejecutivo de la multinacional estadounidense, Tim Boyle. La filial cerró 2017 con unas ventas de 168 millones de dólares (147,3 millones de euros) y la previsión era que creciera un 10% durante 2018

, hasta 184,8 millones de dólares (162 millones de euros).

“Estamos muy satisfechos con el posicionamiento de la marca Columbia y estamos comprometidos a invertir en el éxito continuo a largo plazo en el crucial mercado chino. La adquisición es consistente con nuestra estrategia para acelerar la inversión como un negocio orientado a la marca y orientado al consumidor en las áreas de mayor potencial de crecimiento para nuestras marcas existentes”, ha añadido Boyle.

Columbia ha situado a un ejecutivo procedente de Lego y ex de Nike como nuevo responsable para China

En esta nueva etapa, la marca deportiva aumentará su inversión para ganar reconocimiento entre los consumidores y para acelerar la expansión de su red con tiendas propias y de terceros. Al frente del negocio se situará John Soh, que ha fichado por Columbia procedente del fabricante de juguetes Lego, de la que era director comercial en Asia; previamente, trabajó durante más de dos décadas como responsable de ventas de Nike en China.

Columbia cerró los nueve primeros meses de 2018 con una facturación de 1.884,7 millones de dólares (1.657,8 millones de euros), un 12% más que en el mismo periodo del año anterior. Su beneficio neto se disparó un 38%, hasta los 155 millones de dólares (136,5 millones de euros), todo un récord para la compañía.

Tras estos resultados, Columbia ha decidido elevar sus previsiones para todo el ejercicio fiscal, en el que espera crecer dos puntos porcentuales más de lo esperado, entre el 10,5% y el 11,5%. También confía en ganar 244 millones de dólares (214,96 millones de euros).