

## EQUIPAMIENTO

# La marca 'outdoor' Columbia recompra el 40% de su negocio en China a su socio local

El fabricante de artículos deportivos sella un acuerdo con Swire Resources Limited para hacerse con el 100% de la filial, que facturó 168 millones de dólares en 2017 y prevé crecer en torno a un 10% este año.



Palco23  
11 abr 2018 - 09:05

La marca 'outdoor' Columbia recompra el 40% de su negocio en China a su socio local

Columbia Sportswear se hace con el 100% de su negocio en China. El fabricante de artículos deportivos ha alcanzado un acuerdo con Swire Resources Limited para comprarle el 40% de la empresa conjunta que explotaba su negocio desde 2014. Los términos económicos no se han hecho públicos, si bien esta filial facturó 168 millones de dólares en su último ejercicio fiscal.

La operación ha sido acordada por ambas partes, si bien ahora está sujeta a la aprobación de las autoridades del país

1 / 2

<https://www.palco23.com/equipamiento/la-marca-outdoor-recompra-el-40-de-su-negocio-en-china-a-su-socio-local>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

. Su intención es que la transacción pueda formalizarse antes de enero de 2019. “Han sido un socio excepcional para nosotros a lo largo de los años y esperamos continuar nuestra importante asociación en Hong Kong y Macao”, ha señalado Tim Boyle, presidente ejecutivo de Columbia.

El directivo asegura en un comunicado que esta alianza ha posicionado a la marca **outdoor** de manera que le asegura “un crecimiento sostenido a largo plazo en el crucial mercado chino; la adquisición es consistente con nuestra estrategia para acelerar la inversión”. De hecho, el acuerdo inicial establecía que la joint venture estaría en vigor durante veinte años, pero el grupo estadounidense quiere asumir el control total en un mercado que califica de “crucial”.

## **Columbia facturó 168 millones de dólares en China durante 2017 y prevé cerrar con un crecimiento de entre el 5% y el 10% este año**

Las ventas de la empresa conjunta en 2017 en China alcanzaron los 168 millones de dólares (158,7 millones de euros), con un margen de operaciones inferior al 20%. En 2018, la facturación en el gigante asiático crecerá entre un 5% y un 10%. Para mejorar estos registros, Columbia ha trazado una serie de inversiones para la construcción de marca y la expansión de su red de 86 tiendas propias, y a través de los cincuenta distribuidores mayoristas que le han dado presencia en otros 750 establecimientos.

En total, Columbia facturó 2.466,1 millones de dólares (2.011 millones de euros) en 2017, un 4% más. La marca se anotó un beneficio neto de 112 millones de dólares (91 millones de euros), un resultado que supuso prácticamente la mitad que el año anterior. La previsión de Columbia para 2018 es crecer entre 5,5% y el 7,5%.