

FITNESS

Amer Sports se refuerza en 'fitness' con la compra del fabricante de aparatos de entrenamiento Queenax

M.Menchén
30 jul 2015 - 15:59

Amer Sports refuerza su posición en el negocio de *fitness*. La compañía finlandesa ha anunciado la adquisición de Queenax, un fabricante de módulos de entrenamiento funcionales, que se puede configurar de distintas formas en función del entrenamiento. Los términos económicos de la operación no han trascendido, aunque la empresa asegura que "la adquisición no tiene un impacto material sobre los resultados financieros" de 2015.

Queenax se integrará en Precor, la compañía del grupo especializada en la fabricación de maquinaria para gimnasios y particulares que desean entrenar en sus domicilios. "El entrenamiento de fuerza funcional es uno de los segmentos de más rápido crecimiento en la industria del *fitness*. La adquisición permitirá a Precor ofrecer a sus clientes un completo sistema de entrenamiento funcional y la consolidará aún más como un jugador líder en el mercado global de equipamiento y servicios para el *fitness*", asegura la empresa.



Queenax desarrolla módulos de entrenamiento funcionales.

La operación incluye la compra de la marca, pero también los derechos de propiedad intelectual y de distribución. "El sistema Queenax, que es altamente configurable, es el complemento perfecto para nuestras sólidas ofertas de fuerza y cardio; además, refleja nuestro compromiso de ayudar a los operadores a que deleiten a los usuarios con experiencias de fitness personalizadas y basadas en los resultados", explica Rob Barker, presidente de Precor.

Queenax dispone de tres gamas diferentes, en función de su complejidad: The ONE, que básicamente consta de pesas y mancuernas; The Corner, que ya permite entrenar a cuatro personas a la vez, y The Format, una unidad en forma de circuito, que incluye entrenamiento en suspensión y saco de boxeo. "Como marca Precor, ahora tenemos la posibilidad de llegar a un mayor número de clientes con soluciones de formación Queenax en momentos en que la demanda de ejercicio funcional está creciendo rápidamente", confía D'Alesio Gionata, consejero delegado y fundador de Queenax.

No es la única adquisición de Amer Sports en lo que va de año. En abril, el grupo finés compró a través de la marca Wilson a Louisville Slugger, un fabricante estadounidense de bates de madera que ejerce como proveedor de la Major League Baseball (MLB), en una operación valorada en 70 millones de dólares (64 millones de euros). En mayo, se hizo con la *app* Sports Tracker, que permite registrar el recorrido, el tiempo, la distancia y la velocidad del usuario, ya sea practicando *running* o circulando en bicicleta.

Resultados semestrales del grupo

La compañía ha cerrado el primer semestre de 2015 con unas ventas de 1.037 millones de euros, lo que supone un incremento del 18,2% respecto al mismo período del año anterior; neutralizado el efecto de las divisas, el crecimiento real es del 7%, según explican en un comunicado. Las pérdidas en el período enero-junio se han conseguido recortar drásticamente, al pasar de 10,9 millones a sólo 800.000 euros.

"Continuamos generando una base amplia de crecimiento orgánico en el segundo trimestre", ha explicado Heikki Takala, presidente y consejero delegado de Amer Sports. A ello se le añade, según explica, las adquisiciones antes comentadas, que "siguen nuestras prioridades estratégicas y que nos proporcionan plataformas para una mayor aceleración".

El negocio *outdoor* sigue siendo el más importante para el grupo, con un crecimiento ajustado del 14% hasta los 551,6 millones de euros. Las divisiones de *fitness* y

deportes con pelota crecen un 1% ajustado (17% sin eliminar efecto de divisas), hasta los 151,9 millones y 333,5 millones de euros.

A nivel geográfico, el negocio está bastante equilibrado entre América y la región EMEA (Europa, Oriente Medio y África), con 454,9 millones y 438,6 millones de euros, respectivamente. En ambos mercados se ha crecido un 7% en moneda local, pero la fluctuación de divisas ha precipitado un alza del 28% en el continente americano. Lo mismo sucede en la zona Asia-Pacífico, donde el crecimiento real es del 9%, pero a nivel contable es del 22%, con 143,5 millones de euros.