

## FITNESS

# El fabricante de 'fitness' Nautilus dispara un 22% sus ventas en 2015, hasta los 305 millones

M.M.A.  
24 feb 2016 - 12:54

Los fabricantes de equipamiento de *fitness* no dejan de ser uno de los principales beneficiados del auge del bienestar a nivel global. La compañía norteamericana Nautilus cerró 2015 con unas ventas de 335,8 millones de dólares (305 millones de euros), lo que supone un 22,3% más respecto al ejercicio anterior. El beneficio neto mejoró aún más, ya que se incrementó en un 41% y alcanzó los 26,602 millones de dólares (24,1 millones de euros).

Estos datos no incluyen los 65 millones de dólares (59 millones de euros) en ventas que en 2015 obtuvo Octane Fitness, empresa adquirida a mediados de enero por 115 millones de dólares (105 millones). "Nuestro rendimiento refleja la continuada ejecución de nuestras iniciativas clave en todos los aspectos del negocio y pone de relieve el éxito continuo de hacer crecer los ingresos a través de la innovación de productos y una mayor penetración en el mercado", ha valorado Bruce M. Cazenave, consejero delegado de Nautilus.



Nautilus, que dispone de varias marcas, genera buena parte de su

negocio en EEUU.

Aunque no ha ofrecido previsiones concretos para el año en curso, el ejecutivo sí ha avanzado que "sentimos que estamos bien posicionados para otro año de crecimiento de los ingresos y las ganancias". Y precisamente Octane es una de las grandes esperanzas, ya que "diversifica aún más nuestra cartera de productos, se expandirá a través de nuestros canales de distribución y aumenta nuestro acceso a los mercados internacionales". En la actualidad, su negocio depende en buena parte de Estados Unidos.

La compañía, que también comercializa las marcas Universal, Bowflex o Schwin, obtiene buena parte de su negocio a través del canal de venta directa a instalaciones, que creció un 28,5% en 2015 y alcanzó los 225,6 millones de dólares (205 millones de euros). Esta división, según explica, "se benefició el continuo buen comportamiento de la línea de productos Bowflex Max Trainer, así como de la buena demanda anticipada de la renovada línea del TreadClimber".

En el canal minorista, que básicamente corresponde a usuarios particulares, la facturación creció a menor ritmo, aunque lo hizo en un 13,9%, hasta los 106,2 millones de dólares (96,3 millones de euros). En este caso, Nautilus atribuye el avance a "la aceptación de la línea de productos cardiovasculares", así como las pesas del modelo SelectTech.