

FITNESS

Las máquinas de fitness Nautilus cierran 2019 con unas pérdidas de 85 millones de euros

La compañía, que en 2018 obtuvo un beneficio de 14,6 millones de dólares, ha firmado un 2019 negativo, con una caída del 22% en sus ventas, que se redujeron hasta 309,2 millones de dólares.

Palco23
25 feb 2020 - 09:40



Nautilus no remonta el vuelo. La compañía de máquinas de fitness cerró 2019 con unas pérdidas de 92,8 millones de dólares (85,6 millones de euros), un resultado muy adverso y distinto al que obtuvo en 2018, cuando ganó 14,6 millones de dólares (13,4 millones de euros). Durante el pasado ejercicio las ventas de la empresa se redujeron un 22%, hasta 309,2 millones de dólares (285,3 millones de euros).

La facturación se redujo en todas los canales de venta. Las ventas directas a cadenas de gimnasio, que supuso el 38% de los ingresos, cayeron hasta 119,6 millones de dólares (110,3 millones de euros), un 35,3% menos. Fue el canal en el que más se redujo el negocio en 2019. Las ventas minoristas cayeron un 10,3%, hasta 186,5

millones de dólares (172,1 millones de euros), mientras que el cobro de *royalties* supuso unos ingresos de tres millones de dólares (2,7 millones de euros), un 18,4% menos. La compañía con sede en Vancouver, Washington, produce las marcas Nautilus, Octane Fitness, Bowflex y Schwinn, especializadas en equipamiento de fitness para el gimnasio.

“Estamos viendo señales de que las mejoras realizadas durante la segunda mitad de 2019 están comenzando a beneficiar a nuestro negocio”, ha explicado Jim Barr, consejero delegado de la compañía. “Entramos en 2020 en una posición financiera más sólida, habiendo asegurado recientemente una nueva línea de crédito por 70 millones de dólares; estamos muy animados por la acogida que está teniendo nuestra plataforma digital y por las mejoras en nuestra estructura de costes”, ha señalado, con cierto optimismo.

Nautilus, Octane Fitness, Bowflex y Schwinn son las marcas que produce el grupo estadounidense

“A lo largo de 2020, continuaremos enfocándonos en desbloquear el potencial de nuestras marcas y el retorno de la empresa a un crecimiento rentable sostenible, pero no esperamos los cambios que estamos haciendo a nuestra empresa supongan mejoras inmediatas en nuestros resultados trimestrales”, ha admitido.

Jim Barr fue elegido consejero delegado en julio de 2019, como relevo a Bruce Cazenave, que dimitió por los malos resultados de la compañía. Barr trabajó como responsable de comercio y *marketplaces* en Microsoft, empresa en la que trabajó desde 1998 y 2008. Más tarde asumió el liderazgo del área de negocio online del grupo de grandes almacenes Sears Holdings, hasta que fichó por OfficeMax como director del área digital. Entre 2014 y 2018 trabajó en la subastadora de equipos industriales Ritchie Bros. Auctioneers, donde dirigió los equipos internacionales de márketing, tecnología y productos online.