

Las ventas de Nautilus suben un 25,7% hasta marzo, con 106 millones

Palco23
10 may 2016 - 11:28

Nautilus ha empezado el año con fuerza. El fabricante de maquinaria de *fitness* concluyó los tres primeros meses de 2016 con un crecimiento del 25,7%, hasta los 120,93 millones de dólares (unos 106 millones de euros). La compañía estadounidense atribuye la fuerte mejora del negocio a la integración de Octane Fitness, adquirida en enero en una operación valorada en 115 millones de dólares.

Además del empuje adicional de su nueva participada, en su comunicación con los inversores también se atribuye parte de la mejora a "un fuerte crecimiento de las ventas orgánicas, tanto en el canal de venta directa como en el segmento minorista". Además, pese a que en algunos negocios se ha reducido el margen de explotación, el beneficio neto global mejoró, al pasar de 10,9 millones a 11,6 millones de euros (de 9,5 millones a 10,2 millones de euros).

"Nuestro rendimiento global refleja el progreso continuo gracias a nuestras iniciativas clave en todos los aspectos de nuestro negocio, así como la sólida demanda subyacente tanto para los productos de cardio como para los de fuerza", ha indicado Bruce M. Cazenave, consejero delegado de Nautilus. Además, ha indicado que parte de los esfuerzos se centrarán ahora en la correcta integración de Octane, para "impulsar en los próximos trimestres los beneficios anticipados de sinergias en ingresos y eficiencia de la cadena de suministro".

Nautilus, dueña de marcas como Bowflex, Schwinn y Universal, sigue centrando casi el 100% de su negocio en Estados Unidos, un mercado en el que compite con un gigante local como Life Fitness y en el que Technogym también está trabajando para abrirse hueco.