

FITNESS

Technogym reduce un 33% su beneficio pese a facturar un 8,2% más en el primer semestre

El fabricante italiano de máquinas para el gimnasio ganó 25,3 millones de euros hasta junio y vendió equipamiento por 295,3 millones de euros gracias a al buen rumbo de la compañía en Norteamérica.

Palco23

11 sep 2019 - 09:26



Technogym vende más que nunca, pero ese buen ritmo no se ha traducido en más ganancias. El fabricante de máquinas para el gimnasio cerró el primer semestre con un beneficio de 25,3 millones de euros, un 32,9% menos que durante el periodo anterior. El motivo fue la inversión en equipamiento y tecnología, que elevó el coste de sus amortizaciones y depreciaciones un 42,5% interanual.

La buena noticia para la compañía italiana es que continúa incrementando sus ventas, con un alza del 8,2%, hasta 295,3 millones de euros. El mayor impacto en la facturación lo tuvieron la evolución positiva del negocio de Technogym en Norteamérica, con un incremento del 24,4%, hasta 41,9 millones de euros, y Asia-

Pacífico, donde se vendieron máquinas por 53,1 millones de euros, un 19,7% más.

El principal mercado es Europa, que, sin contabilizar las ventas en Italia, representa un 47% del total de la facturación con 139,4 millones de euros. Eso sí, tanto esta región como Italia se han estabilizado, con un crecimiento inferior al 1%. En su mercado local, Technogym se anotó unos ingresos de 25,8 millones de euros.

El fabricante también mejoró en Oriente Medio y África, con 24,2 millones de euros y un alza del 13,9%, y en Latinoamérica, que continúa siendo su mercado más pequeño con un negocio de 10,9 millones de euros, un 11,4% más.

Por canales de distribución, las ventas a cadenas de gimnasio aumentaron un 6,5%, hasta 210,9 millones de euros, consolidándose como la principal fuente de ingresos. El comercio con canales distribución de equipamiento mejoró un 11,3%, hasta 61 millones de euros, y dejó atrás las caídas experimentadas durante el primer semestre de 2018, cuando las ventas descendieron un 7,4%. Las ventas directas también mejoraron un 14,5%, hasta 19,3 millones de euros, aunque el área que más creció fue el canal minorista, con 3,8 millones de euros, un 30,2% más.

Desde Technogym aseguran que el cambio de divisas le ha favorecido por la caída del valor de la libra, el dólar australiano y el real brasileño, mientras que el dólar y el yen japonés se ha fortalecido. De hecho, si se excluye el efecto de las divisas, la facturación total habría mejorado un 6,5, en lugar de un 8,2%.

Nerio Alessandri, presidente y consejero delegado de la compañía, ha asegurado que “el crecimiento con rentabilidad constante experimentado en los últimos años nos permite continuar innovando y garantizando el desarrollo de la empresa en el largo plazo”.