

## EQUIPAMIENTO

# Fitbit planta cara a Polar y Garmin: se alía con el Maratón de Nueva York

Palco23

18 ago 2016 - 09:55

El TCS Maratón de Nueva York es la prueba más conocida a nivel mundial de este tipo de pruebas, y Fitbit quiere aprovecharlo para ampliar su público objetivo. El fabricante de pulseras inteligentes ha firmado un acuerdo de colaboración con New York Road Runners, la asociación que organiza la carrera, con el objetivo de "ayudar a los corredores de todos los niveles para entrenar de forma más inteligente y alcanzar sus objetivos". La asociación se extenderá durante dos años.

La compañía de San Francisco tendrá el título de socio oficial de registro de entrenamiento, en un movimiento que busca abrir mercado ya no sólo entre los que se inician en la práctica deportiva, sino también entre los que se entrenan de forma regular y a un alto nivel, mercado en el que dominan Polar y Garmin. "Al unir fuerzas con el mayor maratón en el mundo, vamos a ayudar a más personas, dándoles herramientas significativas y motivación para hacerlo mejor", ha dicho Tim Rosa, vicepresidente de marketing global de Fitbit.



El TCS Maratón de Nueva York reunió a unas 55.000 personas en su última edición.

"La trayectoria de Fitbit de ayudar a las personas a llevar una vida más activa y

saludable lo convierte en un gran nuevo socio para nuestra comunidad. Con su ayuda, vamos a llevar más lejos nuestra misión de ayudar e inspirar a la gente a través del *running*", ha añadido Sarah Cummins, director de desarrollo de negocios y alianzas estratégicas en el New York Road Runners.

Uno de los grandes proyectos para activar este patrocinio es el plan de entrenamiento de diez semanas que ha diseñado Ryan Hall, embajador de la marca californiana y que posee el récord estadounidense en el Medio Maratón y Maratón. El programa, pensado para corredores ya preparados que entrenan regularmente, "contiene consejos diarios y orientación para ayudarles a prepararse para la carrera".

"Sobre la base de mis propias experiencias y métodos de entrenamiento, he diseñado un plan para los corredores que les ayudará a entrenar fuerte y que se sientan muy bien de cara a la maratón", comenta Hall. En este sentido, Fitbit intenta poner en valor dos cuestiones que los actuales dominadores en el segmento de GPS de carrera hoy no ofrecen: "la nutrición, la hidratación y el sueño también son increíblemente importantes para promover la recuperación muscular y la prevención de lesiones", recuerdan.

Con este proyecto, que por lo pronto le dará acceso a más de 50.000 corredores, Fitbit sigue ampliando miras, después de que hace unos meses también tomara el control de la plataforma de entrenamientos en el hogar FitStar. Además, la empresa se está esforzando en crecer en el segmento corporativo, mediante el diseño de planes de preparación para plantillas de empresas.

El fabricante de pulseras y dispositivos inteligentes que miden la actividad física cerró los seis primeros meses del año con una cifra de negocio de 1.091,9 millones de dólares (975,3 millones de euros). Se trata de un incremento del 48,1% respecto al mismo periodo de 2015. Sin embargo, esto no se tradujo en más beneficios para la compañía con sede en San Francisco, ya que su resultado neto se encogió un 73,5% y sólo ganaron 17,4 millones de dólares (15,5 millones de euros).