

EQUIPAMIENTO

Fitbit abandona los números rojos y factura 1.328 millones de euros en 2018

La compañía remontó tras cambiar el rumbo de su estrategia internacional y obtuvo un beneficio de 42,8 millones de euros pese a que la facturación cayó un 6,3%.

Palco23
28 feb 2019 - 10:33

La compañía de wearables deportivos remontó tras cambiar el rumbo de su estrategia in

Fitbit remonta el vuelo en 2018 tras los cambios en su estrategia de negocio. La compañía, que entró en pérdidas en 2017, tuvo un beneficio de 48,8 millones de dólares (42,8 millones de euros) el año pasado. Su facturación cayó un 6,3%, hasta 1512 millones de dólares (1328,4 millones de euros), con caídas en todas sus regiones salvo Asia.

Por regiones, las ventas de Fitbit volvieron a caer en Estados Unidos un 7%, hasta 881 millones de dólares (774 millones de euros). EEUU es el principal mercado de la compañía, donde aglutina casi tres tercios de sus ventas.

La facturación cayó también en Europa, Oriente Medio y África (Emea, por sus siglas en inglés) un 13%, hasta 384 millones de dólares (337,3 millones de euros). En el resto de países americanos, excluyendo EEUU, las ventas retrocedieron un 13%, hasta 101 millones de dólares (88,7 millones de euros). La región Asia-Pacífico ha sido la única donde la caída del negocio de la compañía aumentó, alcanzando 146 millones de dólares (128 millones de euros), un crecimiento del 27%.

Las ventas de Fitbit han caído en todas sus regiones salvo en Asia-Pacífico, donde aumentaron un 27%

“Estoy orgulloso de los resultados que hemos conseguido este año porque

demuestran que nuestra estrategia es la correcta, logrando aumentar nuestro beneficio y crecimiento”, ha afirmado James Park, cofundador y consejero delegado de Fitbit. “En 2019 ofreceremos productos más asequibles que promuevan la salud y el *fitness*, lo que nos permitirá seguir creciendo en número de usuarios, ventas y beneficio. Esperamos que *Fitbit Health Solutions* acelere su crecimiento hasta alcanzar 100 millones de dólares (87 millones de euros”, ha explicado Park.

Fitbit cambió su estrategia global en 2018 debido a la caída de la facturación. Desembarcó en Argentina el año pasado, abriendo su primer latinoamericano y, en España, cambió la cúpula directiva. La compañía ascendió a Laura Moriñigo como directora general. A nivel global también se produjeron cambios, con la salida de su director financiero, Bill Zerella y el fichaje como vicepresidente de operaciones Jeff Devinechas.

La remodelación de la cúpula directiva se produjo después de que Fitbit cerrara 2017 con una facturación de 1.615,5 millones de dólares (1.311,7 millones de euros), un 25,5% menos que en el año anterior. Sus pérdidas se duplicaron, hasta alcanzar unos números rojos de 61,1 millones de dólares (49,6 millones de euros).