

EQUIPAMIENTO

Fitbit 'resetea' en España y nombra nueva directora general

La compañía de pulseras y relojes inteligentes, inmersa en un cambio de estrategia global por la caída de su facturación, asciende a Laura Moriñigo al frente de la filial tras la salida de Conchi Sánchez y crear una filial hace un año.



Guillermo G. Recio
21 jun 2018 - 05:00

Fitbit estará liderada en España por Laura Moriñigo, que llegó a la empresa en 2017 con

Fitbit está dando un giro a sus líneas de acción globales, pero también ha decidido cambiar la dirección de su filial en España. Según ha podido saber *Palco23*, la compañía especializada en pulseras y relojes inteligentes para la actividad física ha decidido ascender a Laura Moriñigo para que sea la nueva directora general de la empresa en el país donde los usuarios más caminan de todo el mundo. Y es que, según un ránking interno, España es el territorio en el que se dan más pasos, unos 9.000 por día.

La multinacional, que supervisa sus filiales en Europa desde la oficina de Dublín (Irlanda), ha optado por la promoción interna para sustituir a Conchi Sánchez, *country manager*

de Fitbit en España desde enero de 2012. Ahora, tras seis años bajo la supervisión de Sánchez, la compañía estará liderada por Moriñigo, que llegó a la empresa en 2017 como directora de marketing. La compañía ha preferido no hacer comentarios y se desconoce el número de trabajadores que tienen en el país.

Antes de esta nueva etapa profesional, la nueva responsable trabajó en el equipo de ventas y marketing de Lycamobile Group y de LG Electronics. Moriñigo, que estudió Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Valladolid, comenzó su carrera en las oficinas londinenses del Royal Bank of Scotland aunque pronto pasó a formar parte del equipo de Eastman Kodak en la capital británica y más tarde se trasladó a Madrid.

Fitbit estará liderada en España por Laura Moriñigo, que llegó a la empresa en 2017 como directora de marketing

A nivel global también se han producido cambios. El más reciente ha sido la salida de su director financiero, Bill Zerella, y el fichaje como vicepresidente de operaciones de Jeff Devinehas, que acumula más de 25 años trabajando en empresas como Cisco, Nokia y Hewlett-Packard. Además, ha promocionado como vicepresidente de ingeniería móvil a Samir Kapoor, que cuenta con una experiencia de más de 20 años en el mundo de la ingeniería con experiencia en compañías como Qualcomm.

La remodelación de la cúpula directiva se produce 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).

La principal causa de esta caída de la facturación fueron las ventas en Estados Unidos, su mercado original, donde redujeron su negocio un 39%, hasta 944 millones de dólares (766,5 millones de euros). También cayeron los ingresos en Asia-Pacífico, con 115 millones de dólares (93,3 millones de euros), un 12% menos. Sin embargo, en Europa, Oriente Medio y África, la facturación de Fitbit aumentó un 13%, hasta 440 millones de dólares (357,2 millones de euros). En América, exceptuando EEUU, sus ventas también aumentaron un 6%, hasta 116 millones de dólares (94,2 millones de euros).

La empresa fundada por James Park ha decidido centrarse en *fitness* y salud del consumidor y la salud de las empresas

Para combatir estos resultados negativos, la empresa fundada por James Park ha decidido centrarse en dos negocios que también desarrollará en España: *fitness* y salud del consumidor y la salud de las empresas. La línea enfocada al consumidor final está marcada por la entrada en nuevos segmentos como los relojes inteligentes, unos productos que apenas ha desarrollado hasta el momento al centrarse en las pulseras. En cuanto a la estrategia de venta de programas empresariales, Fitbit seguirá asociándose con aseguradoras y otros socios de salud, como ha hecho durante los últimos meses.

En 2018, sus planes pasan por focalizarse en reducir los gastos, expandirse en la categoría de relojes inteligentes y aumentar la participación y las experiencias sociales entre los miembros. En este sentido, Fitbit ha anunciado una colaboración con Adidas para combatir el dúo Apple-Nike y lanzar un reloj inteligente de forma conjunta.

En el apartado de la salud, el fabricante de *wearables* para la actividad física ha sido elegido para participar en el programa de medicina de precisión de Estados Unidos *All of Us*, del Instituto Nacional de Salud (NIH, por sus siglas en inglés) y proporcionará 10.000 dispositivos para recopilar datos de salud de más de un millón de personas.

En los últimos meses Fitbit también se ha aliado con Google para poder conectarse y administrar los datos de salud y *fitness* con la API de Google Cloud Healthcare. Ello le permitirá innovar sus servicios al tener acceso a la nube del motor de búsqueda y, en definitiva, avanzar más en el desarrollo de sus programas y productos. La tecnológica podrá mejorar su línea de negocio Fitbit Health Solutions, un programa dirigido a las empresas que quieren mejorar el grado de bienestar de sus empleados a través del deporte. Estas iniciativas persiguen el principal objetivo de Fitbit, que es incrementar su facturación, volver a beneficios y aumentar una comunidad de usuarios cifrada en 25 millones de personas en 2017.