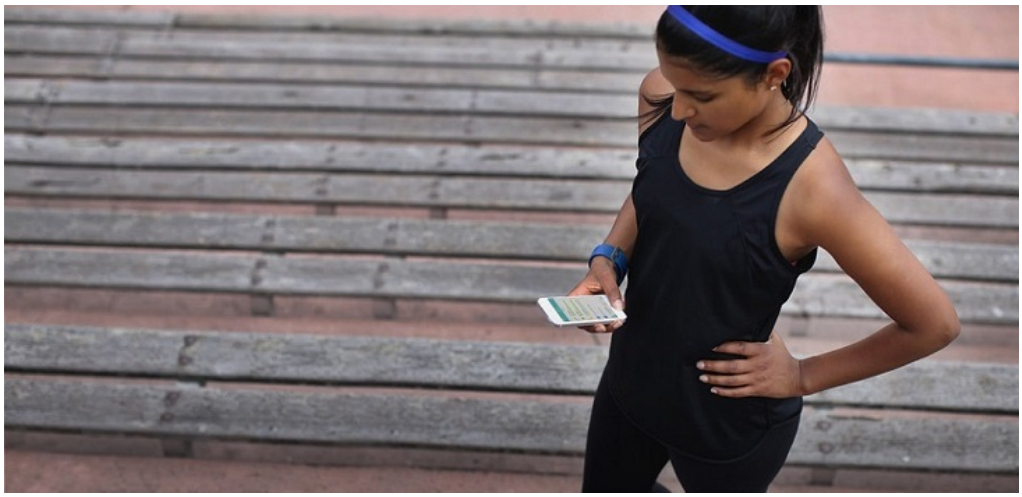
PlantaDoce.

Empresa

Fitbit antes de Google: triplica sus pérdidas tras recortar un 5% sus ventas en 2019

El fabricante de dispositivos de fitness, que pasará a manos del gigante tecnológico, facturó 1.434,8 millones de dólares y sufrió unos números rojos de 132 millones de dólares.

PlantaDoce
21 feb 2020 - 09:30



Fitbit no tuvo su mejor año en pleno proceso de venta a Google. **La marca de dispositivos para el registro del entrenamiento contrajo un 5% sus ventas en 2019**, hasta 1.434,8 millones de dólares (1.329 millones de euros) por la creciente competencia en este segmento. Ello, unido a los costes de reestructuración, provocó que las pérdidas prácticamente se triplicaran, hasta 132 millones de dólares (122 millones de euros).

James Park, cofundador y consejero delegado de la compañía, ha confiado en que 2020 será mejor, pues esperan "aumentar el margen sobre los ingresos". "En 2019, continuamos avanzando en nuestra misión de hacer que la salud sea accesible", se ha defendido, pese a los malos resultados económicos.

https://www.plantadoce.com/empresa/fitbit-antes-de-google-triplica-sus-perdidas-tras-recortar-un-5-sus-ventas-en-2019

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

La empresa cerró el año con la venta de 16 millones de dispositivos, especialmente gracias al tirón de la nueva línea de relojes inteligentes, cuyo negocio se disparó un 45% interanual en el canal minorista. También fue a más la división de servicios Fitbit Health Solutions, que facturó un 17% más, hasta 95 millones de dólares (88 millones de euros), y permitió elevar la base de usuarios activos a cerca de 30 millones.

Fitbit vende más dispositivos que hace un año, pero el precio medio de cada uno retrocedió un 17% interanual

A corto plazo, su objetivo es que sigan creciendo los ingresos más allá de la venta de *hardware*, pues **la creciente competencia en este mercado ha hecho que el precio medio por unidad retrocediera otro 17% interanual**, hasta 87 dólares (81 euros). "Lanzamos nuestra nueva membresía *premium*, la experiencia más personalizada de Fitbit hasta ahora y estamos viendo una mejora en la retención y el compromiso debido a sus opciones de orientación y guía del entrenamiento".

Por mercados, los ingresos en Estados Unidos disminuyeron un 9% interanual, hasta 799 millones de dólares (740 millones de euros), que representan el 56% de toda su facturación. Los ingresos internacionales se mantuvieron estables en 636 millones de dólares (589 millones de euros), aunque con evoluciones dispares. Europa, Oriente Medio y África generaron un 7% más, con 410 millones de dólares (380 millones de euros), mientras que en el resto de América retrocedió un 6%, hasta 95 millones de dólares (88 millones de euros), y en Asia-Pacífico vendió un 11% menos, con 130 millones de dólares (120 millones).

El reto de Google será precisamente dar un giro a la compañía para que sus ingresos dependan más de los servicios que de la mera venta de los dispositivos. Ese es su objetivo, para lo que previamente acordó pagar 7,35 dólares por acción, valorando el 100% de Fitbit en unos 2.100 millones de dólares (1.945 millones de euros). La transacción está prevista que se complete en las próximas semanas.

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.