

## EQUIPAMIENTO

# Garmin obtiene un beneficio de 124 millones en el primer trimestre y crece un 8%

La multinacional suiza ha cerrado los tres primeros meses del año con una facturación de 766 millones de dólares (682,4 millones de euros) gracias a las divisiones de *fitness*, *outdoor*, náutica y aviación, aunque la automoción cayó.

Palco23  
15 may 2019 - 10:16

La multinacional suiza ha cerrado el ejercicio fiscal de enero a marzo con una facturación

Garmin continúa con su avance en el primer trimestre de 2019. Entre enero y marzo, la multinacional suiza ha facturado 766 millones de dólares (682,4 millones de euros), un aumento del 8% respecto al año anterior. El beneficio neto también experimentó un avance del 8,2%, hasta 140 millones de dólares (124,7 millones de euros).

Por divisiones de producto, este crecimiento en las ventas del grupo ha venido marcado por la aviación y la náutica. La primera categoría facturó 170,7 millones de dólares (152 millones de euros), un 17% más, mientras que las ventas en la segunda alcanzaron 133,9 millones de dólares (119 millones de euros), un incremento del 18%.

En *fitness*, que representa el principal área de negocio de la compañía suiza, creció un 9%, hasta 180,2 millones de dólares (160,5 millones de euros). Este incremento viene de la mano de Tacx, la compañía especializada en bicicletas, accesorios y *software* de entrenamiento de ciclismo *indoor* que Garmin compró a principios de 2019.

**La aviación y la náutica han sido las divisiones que han liderado el crecimiento de Garmin, pese a la caída en automoción**

El *outdoor* también avanzó entre enero y marzo, aunque a menor ritmo que el resto de categorías. La venta de artículos dedicados al deporte al aire libre creció un 7%, hasta 154 millones de dólares (137,2 millones de euros). El acuerdo con la Titan Desert para ser su patrocinador principal y dar nombre a la carrera, así como los alcanzados con los equipos ciclistas Ineos y Movistar Team han sido fundamentales para impulsar esta división.

Finalmente, la única división en la que Garmin sufrió una caída en las ventas fue la automoción, cuya facturación disminuyó hasta 127 millones de dólares (113 millones de euros), un 10% menos. Para intentar reflotar el negocio, la compañía ha alcanzado acuerdos con otras empresas como BMW, con los que buscará mayor presencia a través de diversas activaciones.

Además, en España, Garmin inauguró su primera tienda en España en el centro comercial L'illa (Barcelona). De cara al segundo trimestre de 2019 la multinacional suiza espera que sus ventas continúen la senda de crecimiento con el lanzamiento de nuevos dispositivos y sus patrocinios deportivos.