

Garmin acelera en ciclismo con el patrocinio de tres equipos

Palco23
22 feb 2017 - 14:20

Garmin se expande en el mundo de la bicicleta. El fabricante de *wearables* ha anunciado que aumentará los acuerdos que mantiene en el ciclismo, donde en esta temporada sumará a tres nuevos equipos profesionales y roza ya la decena. Aunque los detalles económicos de los contratos no han trascendido, la marca será proveedora oficial de equipamiento de estas nueve escuadras.

La kazaja Astana Pro Team, la francesa FDJ y la sudafricana Team Dimension Data son las escuadras que se unirán este año a su cartera de patrocinios. En ella ya estaban el Pro Cannondale-Drapac estadounidense y el Movistar Team español, todos ellos del World Tour, además de los cuatro equipos de montaña Trek Factory Racing, Clif Pro Team, Cube Action Team y Scott-Sram.

"Garmin comenzó a patrocinar equipos profesionales de ciclismo hace casi una década, y estamos muy contentos de continuar nuestro compromiso con el deporte", ha declarado Jon Cassat, vicepresidente de comunicaciones de Garmin. "Como líderes en la tecnología del ciclismo, estamos orgullosos de ofrecerles a los equipos productos de primera línea", ha añadido.



Uno de los dispositivos Garmin que utilizarán sus equipos asociados.
/ Movistar Team

Para esta temporada, la empresa suiza ha trabajado en el primer radar de ciclismo del mundo, Varia, que advertirá a los vehículos de equipos y de la organización que un ciclista se aproxima desde atrás, mientras que una luz de cola en las bicicletas pondrá en alerta a los coches que se acercan a un corredor.

Además, las escuadras asociadas con Garmin estrenarán una gama de GPS que monitorizará en directo la distancia recorrida por sus deportistas, las calorías que están quemando y la cantidad de sueño que van acumulando cada noche.

Esta decidida apuesta por el ciclismo llega en un momento donde las ventas de sus divisiones deportivas, *fitness* y *outdoor*, son las impulsoras de su crecimiento, mientras que los dispositivos de automóvil continúan su caída y han dejado de ser su principal negocio. Garmin facturó 2.158 millones de dólares (1.983,51 millones de euros) en los nueve primeros meses de 2016, lo que supuso un crecimiento del 6% respecto al mismo periodo del año anterior. Su beneficio neto aumentó un 15%, hasta 464,1 millones de dólares (426,6 millones de euros).