



Diego Hermoso

Responsable del Canal Electro de Garmin Iberia



“Somos un distribuidor mundial, líder en Estados Unidos y en Europa que actualmente cuenta con 9.000 empleados en todo el mundo y acuerdos con las más importantes compañías de automoción ”

La multinacional Garmin, basada en los principios de innovación, practicidad, valor añadido, óptimos resultados y servicio, es el líder mundial en soluciones de navegación portátil y fabricante global de sistemas de navegación para automoción, móviles, náutica, fitness, outdoor y aviación. La compañía cuenta con más de 8.000 empleados a nivel mundial, una amplia gama de productos y distribuidores o representación propia en prácticamente cada país del mundo. Diego Hermoso, Responsable del Canal Electro de Garmin Iberia, nos ayuda a conocer aún más esta compañía y los servicios que ofrece a la distribución de electrodomésticos.

Una compañía como Garmin, líder mundial en soluciones de navegación portátil, ¿qué organización y estructura tiene en España? ¿Qué peso específico tiene en el sector?

En 2009, celebramos nuestros primeros veinte años, puesto que Garmin comenzó su actividad en 1989. Nuestra primera oficina se encontraba en Lenexa, Kansas (Estados Unidos) y en ella trabajaron docenas de ingenieros para diseñar el primer prototipo de GPS, que vio la luz un año más tarde. Además, ese mismo año Garmin establece acuerdos con su primer distribuidor en Europa, Electrónica Trepát en España que, más tarde, en 2007, sería adquirido por la firma.

Además, tenemos cuatro divisiones diferentes con productos destinados a los siguientes sectores: aviación, náutica, outdoor/fitness y automoción/móviles. Nuestra firma aporta soluciones completas y variadas desde hace ya más de veinte años siempre con la premisa de que cada usuario encuentre el producto que mejor se adapta a su estilo de vida y a su nivel adquisitivo.

¿Por qué los navegadores GPS son una buena alternativa de negocio para las tiendas de electrodomésticos? ¿Qué diría a aquellos establecimientos que aún no son clientes de Garmin?

Los GPS han evolucionado muchísimo desde sus inicios, como equipos destinados a fines militares, hasta la actualidad. En este momento, creemos que un GPS es, principalmente, una ayuda eficaz y segura para el conductor que, sobre todo, y lo más importante, le guía de la mejor forma hacia su destino. Igualmente, es muy importante que disponga de una cartografía actualizada y completa. Y, por otro lado, que ofrezca un uso intuitivo y sencillo, con menús visuales y rápidos de manejar.

Hay múltiples factores diferentes a considerar, pero creemos que se trata de un sector que se mantiene año tras año, tal y como muestran nuestras cifras, porque aportamos soluciones aptas para cada bolsillo, y hay demanda, ya que son muchos los conductores que lo ven como un equipo necesario para su vida diaria. A lo que se suma el hecho de que estos productos ofrecen unos márgenes superiores a los de otros muchos productos del canal de nuevas tecnologías. Este es un incentivo muy importante para que las tiendas consideren comercializar nuestras soluciones.

Garmin se ha convertido en líder en el mercado mundial de navegación por múltiples razones que nos avalan. En primer lugar, es una empresa de integración vertical, se debe al hecho de ser un fabricante que

integra todos los procesos en una sola compañía. Por lo tanto, todo el proceso, desde el diseño hasta la producción, está controlado y dirigido por Garmin directamente, sin tener que subcontratar ninguna parte. Ello nos lleva a tener y a mantener unos estándares de calidad muy elevados.

Somos un distribuidor mundial, líder en Estados Unidos y en Europa, según Canalys, que actualmente cuenta con 9.000 empleados en todo el mundo y acuerdos con las más importantes compañías de automoción (Mercedes, BMW, Volvo, Mini, Honda...). Todos trabajamos con el objetivo primordial de satisfacer a nuestros clientes, así como de ofrecer el mejor servicio de atención al cliente y postventa. Nos avalan nuestros 20 años de innovación, el amplio abanico de productos y la presencia a nivel mundial.

En cuanto a las muchas características que han convertido a nuestros GPS en líderes del mercado, podemos destacar:

- Soporte anti vibraciones y muy compacto.
- Todos vienen precargados con los radares tanto fijos como “zonas de radar móvil”.
- Cartografía Garmin Navteq siempre “actualizada”: cuando compramos un GPS Garmin y lo utilizamos por primera vez, tenemos 60 días para descargarnos gratuitamente la última cartografía disponible (después del primer posicionamiento).
- Todos nuestros navegadores llevan ranura sd/micro sd para poder ampliar la memoria poniendo nuevos mapas, fotografías etc...
- Hasta 4 actualizaciones al año.
- Funciones extras para una mayor seguridad y comodidad en la conducción: indicación de carriles con visualización de cruces, Bluetooth, CityXplorer™, navegación



3D, calculadora, hora mundial, traductor, conversor de monedas, indicaciones de calles por voz...

Además de los navegadores ¿cuentan con alguna otra referencia susceptible de venderse en el canal electro? ¿Nos sorprenderán con algún próximo lanzamiento?

En estos momentos, nuestro segmento de negocio está centrado en los navegadores de nuestras diferentes líneas. También tendremos el lanzamiento de la serie 2200 tras el verano y poco a poco vamos introduciendo alguna referencia de Outdoor y Fitness.

¿Qué servicio de cobertura, garantía y postventa ofrecen a las tiendas?

Garantía estándar de 2 años, la garantía internacional (empresa multinacional).

¿Cree que el precio es un factor decisivo en la venta de los productos? En este sentido ¿qué comportamiento tienen las referencias de Garmin? (con respecto a sus competidores)

En un mundo globalizado, el precio siempre es un factor fundamental, con mucha ascendencia sobre los consumidores, pero creo que siempre debe ir acompañado de una buena calidad en los productos que se venden o compran, en este caso con los navegadores o GPS, y seguiremos en esta línea.

En cuanto a la formación ¿requieren algún tipo de prescripción sus productos? ¿Son fáciles de explicar/vender?

Nuestros productos son muy intuitivos, en los que prima la claridad y menús sencillos que responden con increíble rapidez y fiabilidad con tan sólo un toque. Por eso, son fáciles de explicar, de utilizar y de configurar. Además, disponen de prestaciones claramente diferenciadas según el modelo elegido, y otras comunes a todas nuestras líneas. Sin duda, la relación calidad-precio es uno de los

argumentos importantes de venta, además de su gran sencillez y en la variedad de productos que tenemos en catálogo.

¿Qué espera del canal de distribución de electrodomésticos? Los productos Garmin ¿se comportan mejor en las estructuras horizontales o verticales? (grupos de compras o independientes)

Este es un año de estabilidad, con respecto a las ventas, venimos de 3 años consecutivos de crecimiento y asentamiento de la marca. Hoy en día, hemos ganado mucha cuota dentro de este sector, y nos hemos afianzado como una alternativa más que importante, aunque hay camino por recorrer, somos optimistas en cuanto a los resultados para este año.

Realmente es mucho más fácil en la estructura vertical, pero los resultados muestran que ambas estructuras, nos están dando resultados positivos, somos muy fuertes en el canal electro, y lo mejor, es que nuestros partner ya saben quién es Garmin y qué hacemos. También, qué servicios les estamos dando a nivel logístico como comercial, y que seguiremos creciendo juntos.

Para combatir la crisis, Garmin está haciendo...

Seguir evolucionando e innovando el mercado para poder ofrecerle al usuario la última tecnología, en un diseño más atractivo y manteniendo los precios competitivos. Seguir convenciendo a los usuarios de las ventajas que supone ampliar y renovar sus productos GPS, continuar brindando un servicio con los más altos estándares de calidad y estando siempre a la vanguardia, en las exigencias de nuestros clientes.

