



El contar con unos buenos mapas, fácilmente actualizables, y un dispositivo fiable tanto desde el punto de vista técnico como práctico, ahorrará muchos quebraderos de cabeza al comprador



Cuéntenos por favor brevemente el recorrido del producto y de la empresa: ¿cómo se introduce en el mercado y cómo ha evolucionado el mundo del GPS?

La empresa se fundó en 1991 en Holanda, desarrollando software para PDAs y Smartphones. TomTom fue pionero en introducir el primer navegador portátil para automóviles. Este lanzamiento fue determinante en el éxito de la marca, ya que a día de hoy hemos vendido más de 15 millones de dispositivos en todo el mundo.

Empezamos a distribuir los navegadores TomTom en España a partir del año 2004. El éxito fue casi instantáneo y el mercado creció de forma exponencial. Todavía nos queda mucho por hacer ya que se estima que solo un 15% de los coches en España llevan un sistema de navegación.

¿Qué datos económicos resumirían la situación actual de la compañía y su recorrido en los últimos años?

TomTom se ha convertido en la marca más reconocida dentro del mercado de los GPS. Entendemos que esto ha sido posible gracias al espíritu joven de nuestra compañía y su tamaño aún pequeño, lo que nos permitió contar con la flexibilidad y agilidad necesarias para especializarnos y aprovechar el boom de los GPS en Europa. Este mercado, en apenas seis años, ha sido el que mayor progresión ha tenido en el ámbito de la tecnología, superando incluso a la telefonía móvil o los reproductores mp3, por ejemplo.

Nuestra cuota de mercado en navegación portátil (PNAV) es de un 50% en Europa y un 25% en Norteamérica, siendo España uno de nuestros principales mercados en crecimiento de ventas. Actualmente, nuestra plantilla está formada por unos 1.400 empleados repartidos en nuestras oficinas en Europa, Norteamérica y Asia-Pacífico, así como una red de distribución en una treintena de países, además de Internet.



Al ser un producto novedoso, ha tenido un recorrido espectacular, ¿pero qué se espera para los próximos años en el mercado?

A grandes rasgos, y en lo que se refiere al mercado español, esperamos que la cuota de penetración de los GPS alcance un porcentaje

TomTom Start se dirige principalmente a quienes nunca han tenido un GPS, con la interfaz más sencilla y clara posible. Prima el concepto de "navegar y listo", bastando con pulsar un botón

cercano al 30%, similar al de otros países de la Europa occidental. A día de hoy, la penetración es de un 15% aproximadamente.

¿Hacia dónde se dirige la tecnología? ¿Qué avances podemos esperar en el futuro?

La línea de avance más clara tiene que ver con permitir al conductor la recepción de información al instante, información que sea relevante para su trayecto en la carretera como por ejemplo, información sobre tráfico, el tiempo, los puntos de interés más cercanos, como cuáles son las gasolineras cercanas con el combustible más barato.

Todo esto pasa por la incorporación de tarjetas SIM a los dispositivos GPS. De esta forma, se facilitará la recepción de información sobre tráfico en tiempo real, así como consultas puntuales e instantáneas sobre datos de interés,

Han lanzado para los 'primerizos' el TomTom Start, un modelo base para adentrarse en las ventajas del GPS. ¿En qué se diferencia de los modelos estándar de la marca?

Ahora mismo contamos con dos gamas de entrada, TomTom ONE y TomTom Start, cada una orientada a distintos tipos de consumidor y con características ligeramente distintas. TomTom Start se dirige principalmente a quienes nunca han tenido un GPS, con la interfaz más sencilla y clara posible. Prima el concepto de "navegar y listo", bastando con pulsar un botón.

TomTom Start incorpora la montura EasyPort, que se dobla sobre la propia base del dispositivo para facilitar que quepa en cualquier bolsillo, y también dispone de la tecnología de rutas inteligentes IQ Routes. Por el contrario, no incorpora soporte TMC, ni ofrece indicación avanzada de carriles. Además, el usuario puede personalizar su TomTom Start gracias al uso de carcasas de color intercambiables.

Los usuarios lo valoran, pero hay muchos que se resisten todavía a adquirir un GPS. ¿Qué les diría?

Básicamente, les diríamos que al conducir con la ayuda de un GPS reducirán el estrés al que se ven sometidos en carretera. Al no tener que preocuparse por qué salida se ha de tomar, en



qué carril debe uno situarse para cambiar de carretera y tener conciencia de cuánto se tardará en completar un desplazamiento, la experiencia de la conducción es algo mucho más práctica y placentera.

Además, la seguridad vial también se ve reforzada, al recibir alertas sobre los puntos negros de la carretera y poder concentrarse única y exclusivamente en llegar a un lugar, y no en cómo hacerlo.

¿Qué ventajas tienen los GPS autónomos frente a los que se encuentran integrados en los vehículos?

En realidad, no se trata de ver qué ventajas puede tener un dispositivo sobre otro, sino de saber cuál encajará mejor en los gustos y necesidades de cada usuario. Hay quien puede preferir tenerlo plenamente integrado con su coche y quien necesite llevarlo consigo para utilizarlo en más de un vehículo, por ejemplo. Por ello, cuantas más opciones tenga a su disposición el consumidor, mejor.



Jerome Bigio

Director de Marketing de TomTom Iberia

TomTom es una compañía de mapas digitales enfocada a la navegación en los automóviles. La empresa ha sabido aprovechar las ventajas competitivas proporcionadas por productos de calidad, que han llevado a la marca constantemente a innovar y ser referentes en su sector. Gracias no solo a los mapas, sino también a la información adicional sobre tráfico en tiempo real, proporcionan una de las soluciones más innovadoras para la navegación, disponible en diferentes plataformas.



¿Qué diferencia un navegador TomTom respecto a otras marcas?

Además de contar con la cartografía de TeleAtlas, ponemos a disposición del usuario dos exclusivas tecnologías que marcan la diferencia frente a la competencia: MapShare e IQ Routes. Con la primera, el usuario puede beneficiarse de las miles de correcciones gratuitas que otros clientes de TomTom efectúan a diario en sus mapas, mientras que la segunda calcula la ruta más rápida a cualquier hora del día, basándose en la experiencia real de millones de conductores -quienes comparten con TomTom tales datos de forma anónima-.

Conviene aclarar, en primer lugar, que no todos los GPS son iguales. El contar con unos buenos mapas, fácilmente actualizables, y un dispositivo fiable tanto desde el punto de vista técnico como práctico, ahorrará muchos quebraderos de cabeza al comprador.

En cuanto a las ventajas de poseer un GPS, son básicamente las siguientes: menor consumo de combustible y tiempos de desplazamiento optimizados -al obtener la mejor ruta posible-; reducción del estrés en carretera -al eliminar la incertidumbre-; y mayor seguridad vial, a grandes rasgos.

¿Hasta qué punto es el GPS un negocio seguro en la tienda? ¿Lo entienden las propias cadenas de distribución?

Las grandes cadenas de distribución siguen apostando con fuerza por la categoría de la navegación portátil, porque es una de las pocas que les ha permitido hacer crecer la facturación estos últimos años. Todavía queda mucho mercado, ya que la tasa de penetración sigue siendo muy baja y cada vez más gente ve beneficioso tener un navegador dentro del coche.

Con IQ Routes el navegador calcula la ruta más rápida a cualquier hora del día, basándose en la experiencia real de millones de conductores -quienes comparten con TomTom tales datos de forma anónima-



Cada vez más gente se identifica con Miró



Porque hemos sabido adaptarnos a los nuevos hábitos de compra, porque hemos crecido en cantidad de tiendas y en calidad de servicios, porque hemos creado una nueva marca, MEGAMIRÓ, que nos acerca a un público objetivo más amplio... Por estas y otras muchas razones, cada vez es mayor el número de personas que acude a Miró para dar un toque de personalidad a su hogar.

