

Garmin acelera en cámaras de acción tras la llegada de TomTom

Palco23

4 may 2015 - 17:07

TomTom se ha convertido en el nuevo jugador del negocio de las cámaras de acción y los operadores que ya estaban en este negocio han empezado a moverse para no perder cuota de mercado. Conscientes de que la firma holandesa llevaba tiempo desarrollando su producto, GoPro ha cerrado en las últimas semanas la compra de Kolor, una tecnológica de realidad virtual que ayudará a mejorar su oferta de edición, al tiempo que también firmaba acuerdos colaboración con grandes eventos como MotoGP o la NHL. Garmin, por su parte, ha anunciado hoy el lanzamiento de dos nuevas cámaras de alta definición.

La multinacional suiza lanzó a mediados de 2013 sus primeras cámaras de alta definición para la filmación de eventos deportivos u otras actividades desde un punto de vista subjetivo. "Esta segunda generación de cámaras consolida a Garmin como marca referente también en este ámbito", defiende la empresa. *Virb X* y *Virb XE* son compactas y resistentes al agua hasta 50 metros de profundidad, además de disponer de GPS y llevar instalados sensores que "ofrecen variedad de métricas que complementan las imágenes".

La introducción de todos estos servicios en su oferta de producto, Garmin considera que da "un paso adelante en la evolución de las cámaras de acción", según Vanessa Garrido, directora de marketing de Garmin Iberia. La compañía, al igual que TomTom, confía en ganar cuota de mercado frente a GoPro gracias a las opciones de "registrar datos adicionales como la velocidad o la altura alcanzada en cada instante" con el GPS. Además, las cámaras podrán conectarse inalámbricamente a otros dispositivos de Garmin como el monitor de frecuencia cardíaca o los relojes.

Las nuevas versiones tienen un precio que oscila entre los 299 euros y los 399 euros, frente a los 429 euros de la *Bandit* de TomTom. GoPro, por su parte, dispone de una oferta bastante más variada que le permite competir con la tecnología de sus dos rivales, pero también dirigirse a un público que busca una cámara de acción más básica, con precios que rondan los 140 euros.

Al igual que TomTom, Garmin es una compañía que nació ofreciendo servicios de GPS

para vehículos y que con el tiempo se ha tenido que ir reconvirtiendo ante la alta penetración de los dispositivos móviles e Internet como alternativa a la hora de guiarse por la carretera. La compañía facturó 2.871 millones de euros en 2014, un 9% más, principalmente impulsada por la venta de productos vinculados al *fitness*. Esta división prácticamente ha duplicado sus ingresos entre 2012 y 2014, al pasar de 322 millones a 569 millones de euros en ingresos. Su mejora contrasta con la caída del negocio de automoción, que cayó de 1.302 millones a 1.240 millones de euros.