

## Garmin viaja a los destinos más exóticos en su nueva campaña de verano



- Orientarse en países extranjeros durante las vacaciones estivales es uno de los inconvenientes más habituales de muchos viajeros. Una situación para la que Garmin muestra la mejor solución a través de su original campaña de verano.
- Mensajes divertidos, multiculturales y muy directos que sumergen a los espectadores en países lejanos y situaciones reales con las que muchos se sentirán identificados. Todo para dar a conocer unos completos GPS con los que nadie se sentirá perdido allí donde se encuentre.

Mayo 2009.- **Garmin**, líder global en soluciones de navegación\*, presenta su **nueva campaña de verano**, que estará presente durante los meses de junio y julio en medios de comunicación, como revistas, periódicos y las principales emisoras de radio, e, incluso, en plena calle en vallas y autobuses, en algunas de las ciudades más importantes de España.

Una campaña con la que la firma se ha propuesto llamar la atención a todos los ciudadanos a través de mensajes **visuales, directos y con un toque muy especial**: la utilización de palabras en **diferentes idiomas y la plasmación en imágenes de otras culturas**.

Y es que es indudable que la época estival es una de las preferidas por todos los españoles para viajar más allá de las fronteras y empaparse de culturas diferentes. Una situación que, además de emocionante y enriquecedora, puede dar lugar a momentos de confusión por el desconocimiento de un idioma.

### Anécdotas muy familiares

La firma apuesta por convertir todas esas vivencias tan comunes en meras anécdotas con las que muchos viajeros se sentirán identificados. Y lo hace de una forma ágil, fresca y con un elegante sentido del humor. De esta manera, cualquier ciudadano descubrirá que la mejor solución ante cualquier duda que pueda surgir en un viaje es tener a mano un completo navegador GPS de Garmin.

Para **Natalia Cabrera, directora de Marketing de Garmin Iberia**: *“El verano es la época en la que más desplazamientos se realizan y cada año son muchas las personas que deciden aventurarse hacia nuevos destinos fuera de nuestras fronteras. Desde Garmin somos completamente conscientes de los problemas a los que nos podemos enfrentar cuando no conocemos un idioma o las grafías de un país. Nuestro objetivo con esta campaña es animar a todos los viajeros a que no se lo piensen y no teman estas situaciones que se quedarán en simples anécdotas del pasado si se dejan acompañar por uno de nuestros avanzados navegadores, que los podrán ayudar tanto si van en coche como a pie”.*



### En cualquier punto del país

Al igual que en otras anteriores, la nueva campaña de la firma va a copar un gran número de medios y soportes. Por ejemplo, será posible disfrutar con estos ingeniosos anuncios en los **autobuses** urbanos de Madrid y Barcelona, así como en los circuitos luminosos en Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla, Alicante, Zaragoza, Salamanca, Vigo, Coruña, Córdoba, Valladolid o Málaga, entre otras ciudades. También estarán presentes en tiendas a nivel nacional donde se comercializan los productos **Garmin** a través de diverso material publicitario.

Además, se emitirán cuñas publicitarias en las principales emisoras de radio del país, tanto generalistas como deportivas, y aparecerán anuncios en prensa escrita de diversos sectores: **automoción, viajes, informática, periódicos deportivos, divulgación científica, canal de distribución y de estilos de vida.**



Con este importante despliegue mediático, **Garmin** quiere dirigirse a todas aquellas personas, ya sean **hombres o mujeres**, con edades comprendidas entre **30 y 55 años**, que deseen contar con un aliado funcional y versátil para sus desplazamientos a pie o en coche por cualquier punto del planeta.

### ¿GPS o compañero?

La completa gama de dispositivos de automoción de la firma ofrece opciones para todos los gustos y bolsillos. Eso sí, todos destacan por contar con una pantalla táctil a todo color (panorámica en determinados modelos), un GPS de alta sensibilidad, una completa base con información sobre radares de velocidad, función Text-to-Speech, bases de datos con miles de puntos de interés por ciudad y la más actualizada cartografía, entre muchas otras avanzadas y prácticas prestaciones.

\*Fuente; Canalsy, estudio de mercado mundial de sistemas de navegación portátil para todo el año 2007, publicado en febrero del 2008

**Información corporativa:**

Garmin Iberia S.A. pertenece a Garmin Ltd. (Nasdaq: GRMN), líder global en navegación por satélite. Desde 1989, este grupo empresarial se ha dedicado al diseño, fabricación y comercialización de dispositivos y aplicaciones de navegación, comunicación e información, la mayoría de los cuales incorporan tecnología GPS. Los productos de Garmin se emplean para automoción, móviles, actividades al aire libre, fitness, náutica, aviación y en aplicaciones OEM. Garmin Ltd. está constituida en las Islas Caimán y sus principales empresas subsidiarias están ubicadas en los Estados Unidos, Taiwan y el Reino Unido. Para más información visite la Sala de Prensa en [www.garmin.es](http://www.garmin.es) o contacte con el departamento de Relaciones de Prensa en el teléfono 93 497 23 73. Garmin es una marca registrada de Garmin Ltd. o sus empresas subsidiarias.

El resto de marcas, nombres de producto, nombres de compañías, marcas registradas y marcas de servicios pertenecen a sus respectivos propietarios. Quedan reservados todos los derechos.

**Aviso sobre el contenido:**

Esta nota de prensa incluye información sobre acciones futuras relacionadas con el negocio de Garmin Ltd. y sus actividades comerciales. Todos los datos aquí contenidos relacionados con la futura presentación de productos de la empresa son futuribles y se basan en las expectativas de negocio actuales de la compañía. Tanto estos como los eventos y circunstancias comentadas en las notas de prensa pueden no producirse y sus resultados reales diferir substancialmente como consecuencia de factores de riesgo conocidos y desconocidos que puedan afectar a Garmin, incluyendo, entre otras cuestiones, los indicados en el Informe anual del Formulario 10-K para el año que finalizó el 31 de diciembre de 2005 presentado por Garmin a la Comisión de Bolsa y Valores (archivado en la Comisión con el número 0-31983). Se puede descargar una copia de dicho Formulario 10-K de Garmin en [www.garmin.com/aboutGarmin/invRelations/finReports.html](http://www.garmin.com/aboutGarmin/invRelations/finReports.html). Por lo tanto, Garmin no garantiza las acciones futuras que puede contener esta nota de prensa. Además, estas sólo se refieren a la fecha en que están previstas y Garmin no tiene obligación de revisar o actualizarlas periódicamente, ya sean como resultado de nuevos datos, eventos futuros o cualquier otra circunstancia.

Para más información contactar con:

**Begoña Fernández/Cristina Herranz**

Méilton Rans

91 547 47 18

[bfernandez@periodicmail.com](mailto:bfernandez@periodicmail.com)

[cherranz@periodicmail.com](mailto:cherranz@periodicmail.com)

**Natalia Cabrera**

Directora de marketing de Garmin Iberia S.A.

93 357 26 08

[natalia.cabrera@garmin.com](mailto:natalia.cabrera@garmin.com)