

Garmin com sólidos resultados operacionais no primeiro trimestre de 2015

- **Receitas totais de 585 milhões de dólares no primeiro trimestre de 2015**
- **Áreas de negócio de fitness, outdoor, aviação e marítima a representarem 63% das receitas totais e a crescerem em conjunto 9% face ao mesmo período do ano passado**
- **Margem bruta cresceu face ao ano anterior para 59%, enquanto a margem operacional se manteve sólida nos 19%**
- **A empresa mantém as suas estimativas de crescimento para este ano**

Lisboa, 15 de maio de 2015 – A Garmin, líder mundial em soluções de navegação por satélite*, anunciou sólidos resultados operacionais no primeiro trimestre de 2015, que terminou a 28 de março de 2015. As receitas totalizaram 585 milhões de dólares, com as áreas de negócio de fitness, outdoor, aviação e marítima a representarem 63% do total e a crescerem, em conjunto, 9% face ao mesmo período do ano passado. O primeiro trimestre deste ano ficou marcado pelo lançamento de novos produtos em várias áreas, como o vívofit® 2, o vívoactive™ e o fênix® 3 que vêm reforçar a oferta atual e promover o rápido crescimento do negócio dos wearables. A companhia avançou que irá lançar novos dispositivos ainda este ano e reafirmou as suas expectativas de crescimento para 2015.

*Em milhares, exceto dados percentuais	Final de 13 semanas		
	28 de março de 2015	29 de março de 2014	Variação anual
Volume líquido de vendas	\$585,394	\$583,221	0%
Automóvel	216,126	242,952	-11%
Fitness	130,994	100,288	31%
Outdoor	75,915	83,985	-10%
Aviação	98,062	95,994	2%
Marítima	64,297	60,002	7%
Margem bruta %	59%	57%	
Margem operacional %	19%	21%	

GAAP EPS diluído	\$0.35	\$0.61	-42%
EPS pró-forma diluído (1)	\$0.55	\$0.55	0%

*“Estes resultados destacam a nossa capacidade de capitalizarmos as crescentes oportunidades a curto prazo e de continuarmos a investir na nossa posição de mercado, assim como no roadmap de produtos, através de uma aposta contínua em publicidade e em investigação e desenvolvimento . Acreditamos que estes investimentos irão gerar um potencial de crescimento crescente já em 2015 e durante os próximos anos”, disse **Salvador Alcover**, Diretor Geral da Garmin Ibéria*

*“Estes resultados traduzem o crescente e constante esforço e dedicação da Garmin no desenvolvimento e disponibilização de produtos que realmente apresentem valor aos seus clientes. O sucesso dos nossos produtos no mercado mostra que as pessoas valorizam os dispositivos, a marca, os serviços e todas as funcionalidades. Ainda este ano iremos lançar novos produtos e acredito que teremos um final de ano muito positivo”, disse **Vanessa Garrido**, Diretora de Marketing da Garmin Ibéria.*

Fitness:

O segmento de fitness registou um aumento das receitas de 31% no primeiro trimestre, fruto do bom desempenho dos equipamentos de monitorização de atividade, como o recente Forerunner® 920XT e os produtos para ciclismo. A margem bruta manteve-se forte nos 63%, enquanto a margem operacional diminuiu para 26%, devido ao contínuo investimento em publicidade e na área de pesquisa e desenvolvimento com o objetivo de potenciar novas oportunidades de crescimento a longo prazo. Os novos dispositivos vívoFit® 2 e vívoactive™ começaram a ser distribuídos já no final do primeiro trimestre, e como tal a companhia estima um melhor desempenho no segundo trimestre, com a penetração destes equipamentos em mais canais de distribuição e com a crescente procura de equipamentos wearable. Na área de fitness, destaque ainda para a área de ciclismo que recebeu recentemente o Vector™ 2 e 2S – os mais recentes medidores de potência com base no pedal especificamente desenhados para facilitarem todo o processo de instalação e manutenção, e para oferecerem o mais avançado sistema de medição de potência para ciclismo. O abrangente e agora reforçado portefólio de fitness oferece soluções para todo o tipo de desportistas - principiantes, pessoas que seguem um estilo de vida ativa e atletas de topo.

Outdoor:

O segmento outdoor registou uma queda das receitas de 10% no trimestre em análise, ficando aquém das expectativas iniciais. Apesar da receita ter diminuído, as margens bruta e operacional dentro do segmento mantiveram-se fortes e fixaram-se nos 66% e 31%, respetivamente. Apesar da área de outdoor ter entrado de uma forma mais lenta em 2015, a Garmin estima um melhor desempenho no segundo trimestre, no seguimento do sucesso do fēnix® 3 e no seguimento do lançamento de novos produtos

Aviação:

O segmento de aviação registou um crescimento das receitas de 2% no primeiro trimestre de 2015, que surge na sequência de um sólido primeiro trimestre em 2014 onde foi reportado um aumento das receitas de 19%, devido essencialmente aos novos programas de OEM. A margem bruta na aviação foi forte, fixando-se nos 73%, enquanto a margem operacional diminuiu para os 27%, devido ao crescimento da área de pesquisa e desenvolvimento para suportar futuras oportunidades de negócio e de receita. A companhia irá manter a aposta no melhoramento das ofertas ADS-B, e no fornecimento de uma completa linha de soluções para responder aos prazos

pendentes de modernização em todo o mundo, com vista a promover o crescimento na categoria aftermarket. Durante este ano a empresa irá ainda focar-se nas certificações finais junto dos seus principais parceiros OEM, que representam ganhos de quota de mercado significativos, nomeadamente no setor dos jatos executivos e dos helicópteros.

Marítimo:

O segmento marítimo registou um aumento das receitas de 7% nos primeiros três meses deste ano, que surge após um forte crescimento de 19% verificado no primeiro trimestre de 2014. A Garmin espera um novo aumento desta percentagem no segundo trimestre, devido à forte carteira de produtos recentemente introduzidos que têm revelado bastante populares entre os consumidores. A margem bruta melhorou, devido à nova política de preços e a margem operacional também melhorou no trimestre, contribuindo para o crescimento de 20% do lucro operacional. A companhia irá manter-se focada na inovação e no portfólio de produtos de expansão que vai gerar ganhos em termos de quota de mercado e aumentar os lucros no decorrer de 2015.

Auto:

O segmento de automóveis registou queda de receita de 11%, com a contínua diminuição das vendas dos equipamentos de navegação (PND) e da contribuição da amortização da receita diferida anteriormente. As margens bruta e operacional fixaram-se nos 48% e 10%, respetivamente. O aumento da margem bruta, relativamente ao ano anterior, deveu-se a vários fatores entre eles os custos mais reduzidos em termos de materiais.

Expectativas para 2015:

A Garmin mantém as estimativas feitas em fevereiro de aumento de receita, com base no desempenho que se tem revelado consistente com as expectativas iniciais e com base também numa expectativa de boa receptividade do público em relação aos produtos que serão lançados este ano.

Para mais informações sobre as características, preços e disponibilidade, sobre os produtos e serviços da Garmin, visite os sites www.garmin.pt, www.garmin.blogs.com, <https://twitter.com/GarminPortugal> e <https://www.facebook.com/GarminPT>.

Aceda [aqui](#) para obter todos os comunicados da Garmin Portugal.

* Fonte: 2011 NPD, GFK e dados Garmin.

Sobre a Garmin

O líder mundial em navegação por satélite, Garmin Ltd e as suas subsidiárias desenvolvem, fabricam e comercializam equipamentos de navegação, comunicações e informações desde 1989 – sendo que a grande maioria incorpora tecnologia GPS. Os seus produtos destinam-se a inúmeras aplicações nos mercados aeronáutico, marítimo, outdoor & fitness, OEM e automóvel. A Garmin Ltd. está sediada na Suíça e as suas principais subsidiárias estão situadas nos EUA, Taiwan e Reino Unido. Para mais informação, consulte: www.garmin.com/newsroom. Garmin é uma marca registada de Garmin Ltd.

Aviso sobre o conteúdo:

Este comunicado de imprensa contém informação sobre futuras ações relacionadas com a Garmin Ltd. e suas atividades comerciais. Todos os dados aqui contidos relacionados com lançamentos de produtos futuros da empresa são previsões e baseiam-se nas expectativas atuais do negócio da companhia. A informação, eventos e circunstâncias apresentados nos comunicados de imprensa podem, por isso, não ser realizados e os seus resultados reais diferir substancialmente como consequência dos fatores de risco conhecidos e desconhecidos que podem afetar a Garmin, incluindo, mas não limitado aos fatores de risco mencionados no relatório anual no formulário 10-K para o final de ano 28 de dezembro, 2013, preenchido pela Garmin com a Comissão de Bolsa e Valores (arquivado na Comissão com o número 0-31983). Uma cópia deste formulário 10-K está disponível em www.garmin.com/aboutGarmin/invRelations/finReports.html. A Garmin não garante as ações futuras que podem estar contidas neste comunicado de imprensa, para além disso, estas só se referem à data em que o comunicado foi emitido.

Independentemente de novos dados, eventos futuros ou qualquer outra circunstância, a empresa não tem obrigação de rever e atualizar a informação de forma periódica.

Para mais informações por favor contactar:

Ana Franco

EDC

936 101 395

ana.franco@edc.pt

Vanessa Garrido

Diretora de Marketing da Garmin Ibéria SAU

Tel: (+34) 93 357 26 08

Email: vanessa.garrido@garmin.com
