

# Garmin encerra 2014 com crescimento sustentado e área de fitness na liderança

• No ano em que comemorou o seu 25º aniversário, a empresa encerrou um exercício fiscal que ficou marcado pela estabilidade, colocando agora em destaque os números obtidos por alguns setores de negócio, nomeadamente pelas áreas de fitness, aviação e náutica. Em termos de posicionamento geográfico, a multinacional revela um aumento dos níveis de penetração em todos os mercados onde atua.

**Lisboa, 17 de março de 2015** - A Garmin, líder mundial em navegação por satélite\*, anunciou que nos **resultados financeiros** referentes ao exercício de 2014, alcançou um volume de negócios de **2 871 milhões de dólares**, um valor 9% superior ao registado em 2013.

O ano ficou marcado pela estabilidade, tendo a empresa registado uma tendência de crescimento a nível global, com maior destaque para as áreas de negócio de fitness, aviação e náutica que conseguiram aumentar significativamente a sua faturação, revelando crescimentos de 60%, 14% e 11%, respetivamente.

Segundo **Salvador Alcover**, diretor-geral da **Garmin Iberia**: “Os resultados obtidos durante todo o ano de 2014 demonstram que as novas categorias de produto foram bem recebidas pelo mercado, e que o facto de nos mantermos continuamente na vanguarda da inovação no domínio dos dispositivos de GPS tem dado origem a novas oportunidades de negócios. Os mais recentes números mostram que estamos a seguir na direção certa”.

## Dados por setores

Os dados de faturação relativos ao **último trimestre de 2014** refletem, como acontece nas contas anuais, o excelente momento do segmento de fitness que continua a contribuir fortemente para o crescimento da empresa, também impulsionado pelos resultados positivos conseguidos em outras áreas de destaque, como a da aviação e da náutica.

Esta área de negócio somou **201 milhões de dólares** durante o último trimestre de 2014, um aumento de 70% em relação aos últimos três meses de 2013. Os setores da **Aviação e Náutica** reportaram um volume de negócios de **93 milhões de dólares** e de **52 milhões de dólares**, respetivamente. Os segmentos Automóvel e Outdoor obtiveram um volume de negócios de **339 milhões de dólares** e **116 milhões de dólares**.

Na análise do exercício fiscal de 2014, a área de **Fitness** contribuiu com vendas no valor de **568 milhões de dólares**. A Garmin registou ainda **427 milhões de dólares** no segmento de **Outdoor**, **385 milhões** com o negócio da **Aviação** e **248 milhões no segmento Náutico**. O setor Automóvel recuou ligeiramente, registando **1 240 milhões de dólares**, apenas menos 5% do que em 2013.

### **Volume de negócios por zonas**

A Garmin viu o seu volume de negócios aumentar nos mercados das diversas áreas geográficas onde opera, em 2014, com destaque para a **região APAC (Ásia Pacífico)** que reportou os melhores resultados. O **continente asiático** apresentou um volume de negócios de **278 milhões**, um valor superior aos 243 milhões de dólares alcançados durante 2013. Para além disto, no último trimestre de vendas esta região registou um aumento de 25%, que resultou num volume de negócios de 82 milhões de dólares.

O negócio na **Europa** assistiu a um aumento de 4% durante os últimos três meses do ano passado, percentagem que sobe para os 10% na análise anual, arrecadando **1 054 milhões de dólares**.

Os valores conseguidos na região da **América do Norte** fixaram-se nos **1 538 milhões de dólares**, um valor um pouco mais alto que os 1 432 conseguidos durante todo o exercício do ano anterior (mais **7%**). No que diz respeito ao último período do ano, a Garmin obteve 448 milhões de dólares no continente americano.

### **Destaques em 2014 e perspetivas para 2015**

As novas linhas de produtos wearable foram as grandes protagonistas no ano agora encerrado pela **Garmin**. As pulseiras de fitness que foram premiadas internacionalmente, como a **vívofit®** ou a **vívosmart®**, conquistaram rapidamente o mercado e um vasto leque de utilizadores que privilegia um estilo de vida ativo e saudável.

Destaque também para o lançamento de produtos de outdoor, como a premiada câmara de ação **Virb™**, que integra um conjunto de funcionalidades criado para melhorar a qualidade dos vídeos, como é o caso da estabilização de imagem digital ou a correção de distorção da lente face a movimentos bruscos, por exemplo.

Em 2015 a **Garmin** pretende continuar a seguir esta mesma filosofia, com o lançamento de múltiplos produtos que combinam a inovação, a qualidade, o design e o desempenho. Não menos importante é o patrocínio de ações e eventos ligados ao desporto, algo que já acontece ano após ano e que já se tornou num fator de diferenciação da marca. Um bom exemplo disto mesmo é a sua presença em eventos de grande escala como o **Garmin Barcelona Triathlon, o Titan Desert by Garmin, a corrida São Silvestre Lisboa, a Maratona do Porto, entre outros**.

Para mais informações sobre as características, preços e disponibilidade, sobre os produtos e serviços da Garmin, visite os sites [www.garmin.pt](http://www.garmin.pt), [www.garmin.blogs.com](http://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](http://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](http://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](mailto:ana.franco@edc.pt)

**Natália Cabrera**

Diretora de Marketing Garmin Iberia SAU

0034 93 357 26 08

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

---