

## Garmin em linha com os objetivos de negócio

- A receita total no segundo trimestre deste ano atingiu os 697 milhões de dólares, com os tradicionais segmentos outdoor, fitness, aviação e náutico a representarem 51% da receita total e a crescerem em 8% face ao trimestre homólogo de 2012.
- A margem operacional foi de 24%, com 64% dos resultados operacionais a serem gerados pelos segmentos tradicionais

**Lisboa, 29 de agosto de 2013** - A Garmin, líder mundial em soluções de navegação por satélite\*, acaba de anunciar os resultados do segundo trimestre de 2012, que terminou no passado dia 29 de junho.

O segundo trimestre de 2013 fica marcado por um desempenho das receitas mais forte que o esperado em todos os segmentos, tendo a Garmin sido capaz de gerar um crescimento na receita em cada um dos seus mercados tradicionais, à exceção do segmento Automóvel/Mobile.

### Segundo Trimestre de 2013 – Sumário Financeiro

A Garmin teve um total de receitas no valor de 697 milhões de dólares, o que representa um recuo de 3 por cento face aos 718 milhões de dólares obtidos no segundo trimestre de 2012. Este valor apresenta a seguinte segmentação por áreas:

- A receita no segmento **Outdoor** subiu 6% para os 107 milhões de dólares;
- A receita no segmento **Fitness** cresceu 3% para os 84 milhões de dólares;
- A receita no segmento **Aviação** disparou 16% para os 88 milhões de dólares.
- A receita no segmento **Náutico** aumentou 7% para os 73 milhões de dólares;
- A receita no segmento **Automóvel/Mobile** caiu 12% para 345 milhões de dólares;

Em termos geográficos, todas as regiões revelaram uma descida nas receitas, com a seguinte distribuição:

- A região geográfica das **Américas** caiu 2% para os 384 milhões de dólares;
- A região **Europa, Médio Oriente e África (EMEA)** perdeu 5% para os 256 milhões de dólares;
- A região da **Ásia Pacífico (APAC)** teve uma quebra de 1% para os 57 milhões de dólares.

**Cliff Pemble**, Presidente e Chief Executive Officer da Garmin Ltd, considera que *“as perspetivas de crescimento para 2013 nos mercados tradicionais mantêm-se num cenário positivo”*, mas antevê um terceiro trimestre *“particularmente desafiante, sobretudo se o compararmos com este forte período do ano que foi impulsionado pela calendarização do lançamento de produtos e das promoções de modelos em fim de vida”*.

### Análise por segmento de mercado

O segmento **Outdoor** registou um crescimento de receita homólogo face ao ano anterior de 6% neste segundo trimestre de 2013, com os produtos na área do golfe e da monitorização e treino de cães a servirem de motor para esta subida. Durante o trimestre em análise, a Garmin apresentou a sua mais recente oferta portátil para ambientes ao ar livre: O GPS Monterra. Sendo baseado no sistema operativo Android, este produto dá aos utilizadores o acesso a milhares de aplicações, incluindo aquelas especialmente concebidas para os entusiastas das

atividades outdoor. Além disso, o novo Monterra oferece várias opções de conectividade, nomeadamente Wi-Fi, rádio FM e informações meteorológicas da NOAA.

O segmento **Fitness** revelou neste trimestre em questão um crescimento de receita homólogo face a 2012 de 3%, com principal destaque para a venda bem sucedida dos mais recentes produtos de ciclismo da Garmin – Edge® 510 e 810 e Forerunner® 10. O declínio registado face ao mesmo período do ano anterior deve-se à mudança do mix de produtos para dispositivos com preços mais baixos. No segundo semestre de 2013, a Garmin prevê a entrega de uma série de novos produtos para o mercado, incluindo o medidor de energia Vector, esperando que todas estas novidades possam acelerar o crescimento da receita.

O segmento **Aviação** apresentou um crescimento de receita de 16% neste trimestre em análise face ao período homólogo de 2012, com os mercados OEM e de serviços pós-venda a contribuírem decisivamente para a melhoria dos resultados. A Garmin ultrapassou vários marcos significativos nas últimas semanas, permanecendo assim confiante na sua capacidade de gerar um crescimento da receita neste segmento entre os 10 e os 15%.

O segmento **Náutico** apresentou um crescimento de receita de 7% no trimestre em questão e face ao mesmo trimestre de 2012. O negócio foi impulsionado pela entrega dos novos produtos que, tinham sido anteriormente atrasados, incluindo a família de produtos Glass Helm GPSMAP® 8000 e a combinação de chartplotter e de sonda proporcionada pelas soluções GPSMAP de 7” e echoMAP, tendo estes produtos sido bem recebidos pela indústria e ajudando assim a Garmin a recuperar quota de mercado nesta categoria em particular. Todas estas novidades contribuíram para um melhor mix de produtos no segundo trimestre. O fabricante reconhece ainda a importância da inovação contínua, estando a trabalhar de forma diligente para o lançamento de novos produtos em 2014, que permitirão à Garmin aprofundar ainda mais a sua quota de mercado.

O segmento **Automóvel/Mobile** apresentou uma quebra na receita de 12%, tendo a diminuição da procura de dispositivos PND sido parcialmente compensada pelo crescimento dos parceiros OEM da Garmin. O fabricante mantém a previsão de quebra do volume de vendas a rondar os 20% para todo o ano de 2013.

**Natalia Cabrera**, diretora de Marketing da Garmin Ibéria, sublinha o exemplo do segmento Automotive/Mobile, onde apesar da quebra verificada nos resultados *“a Garmin continua a inovar e tem sido fortemente motivada pela sólida procura registada sobre a recentemente lançada família de modelos nüvi 2700”*.

Apesar da recessão económica estar a dificultar a vida à maioria das empresas, tanto nacionais como internacionais, a Garmin continua a estar em linha com as previsões anunciadas no início deste ano, e tendo até fortes motivos para acreditar que este cenário não só se manterá como poderá até melhorar durante o decorrer dos dois trimestres que restam até ao final do ano.

Embora a atual conjectura provoque algumas incertezas no mercado, a Garmin mantém a mesma motivação de sempre e continua confiante para um segundo semestre bem sucedido, tendo em vista a manutenção da liderança em termos de preferência do mercado e também a sua rentabilidade.

\* 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 25 de Dezembro, 2010, 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 Ibéria SAU

0034 93 357 26 08

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