

Garmin regista um crescimento sólido de dois dígitos no terceiro trimestre de 2014

- Os dados relativos à atividade da empresa durante o terceiro trimestre de 2014 revelam um crescimento global de 10% e que se traduzem em 706 milhões de dólares, sendo também o terceiro trimestre consecutivo em que a empresa apresenta crescimento geral
- Em termos de áreas de negócio, os segmentos Outdoor e Aviação registaram ambos um crescimento de 19%, o segmento Náutico um crescimento de 12%, o segmento Automóvel recuou 5% nas receitas e o maior registo de crescimento foi apurado no segmento Fitness com 43%. As áreas que cresceram registaram uma subida de 24% na receita e representaram neste período 70% dos lucros operacionais da Garmin.

Lisboa, 20 de novembro de 2014 - A **Garmin**, líder mundial em navegação por satélite*, acaba de anunciar os resultados do terceiro trimestre de 2014, terminado a 27 de setembro de 2014. Entre os dados agora revelados, destaca-se a subida de 10 por cento das receitas para os **706 milhões de dólares**, que resulta do crescimento de dois dígitos em quatro dos cinco segmentos de análise. Por seu lado, as margens bruta e de lucro operacional aumentaram respetivamente para os 56% e 25% face ao mesmo período do ano passado, e os proveitos operacionais subiram 16%, somando 24 milhões de dólares neste trimestre de 2014 para um total acumulado de 176 milhões de dólares.

De acordo com **Cliff Pemble**, Presidente e CEO da **Garmin Ltd.**, **“este ano está a ser muito forte, com a Garmin a registar crescimento em termos de receitas, proveitos operacionais e EPS pró-forma pelo terceiro trimestre consecutivo”**. O responsável máximo da Garmin sublinha que **“os segmentos não-auto/móvel registaram uma subida de 24% na receita e representam 70% dos lucros operacionais”**. O CEO da **Garmin Ltd.** acredita que **“a Garmin está bem posicionada tendo em consideração não só o seu atual portefólio de produtos, mas também o investimento que está a ser feito a longo prazo num crescimento sustentado através de maior inovação e diversificação”**. Em termos de previsões, Cliff Pemble baseia-se na **“solidez das receitas e do desempenho em termos de margens neste trimestre”** para adiantar que **“a Garmin está a rever as suas orientações, perspetivando agora que a receita e o EPS pró-forma para o ano de 2014 se aproximem dos 2,85 mil milhões e 3,10 dólares, respetivamente”**.

Análise por setor

O segmento **Outdoor** apresentou um crescimento de 19% devido ao forte desempenho dos recentes lançamentos da marca, incluindo as linhas fênix™ 2, Approach® S6 e Alpha®. Tanto a margem bruta como a operacional mantiveram-se fortes, fixando-se respetivamente nos 65% e 42%. Estes números permitem confirmar a força do portefólio Garmin, que deverá permitir um crescimento global para 2014 neste segmento na casa dos 5%. No entanto, a Garmin irá

continuar a expandir a sua oferta nas categorias atuais e explorar outras possibilidades que possam impulsionar o crescimento no futuro.

O forte crescimento de 43% registado no segmento **Fitness** justifica-se pela forte e contínua aposta em diversos produtos e categorias. A margem bruta cresceu para os 64% numa análise ano sobre ano, ao passo que a margem operacional se manteve consistente com o valor homólogo de 2013. A Garmin acredita que estas iniciativas já estão a produzir resultados positivos, fazendo prever fortes vendas no trimestre do Natal e um aumento de cota de mercado na categoria dos “wearables”.

Ainda neste segmento, foram recentemente anunciados dois outros produtos que vincam o compromisso da empresa com a inovação: o vivosmart™ e o Forerunner® 920XT. Durante o trimestre em análise, a Garmin lançou ainda o Connect IQ™, uma plataforma aberta para programadores poderem criar aplicações para os “wearables” da Garmin.



Quanto ao segmento **Aviação**, registou um crescimento de 19% motivado pela maior procura em todas as categorias de produto. As margens bruta e operacional mantiveram-se sólidas nos 73% e 29%, respetivamente. Neste segmento, a Garmin mantém alguns projetos de certificação em curso. Por outro lado, a empresa procura oportunidades adicionais no mercado pós-venda com a recém-apresentada solução ADS-B.

No segmento **Náutico** registou-se uma subida de 12%, tendo sido auxiliado pela aquisição da Fusion® Electronics. A margem bruta melhorou para os 51%, contribuindo para um crescimento de 32% nos proveitos operacionais. Neste setor, a Garmin espera consolidar o desempenho melhorado que está a atingir em 2014 com o lançamento em 2015 de uma linha de produtos para a área.



O segmento **Automóvel** apresentou um recuo de 5% nas receitas, que se explica pelo atual decréscimo registado no volume de dispositivos de navegação pessoal (PND). As margens bruta e operacional estiveram em linha com os valores do do mesmo período do ano passado, fixando-se nos 46% e 17%, respetivamente. Neste trimestre, a Garmin anunciou uma parceria OEM com a Honda que prevê o fornecimento de software de navegação para os modelos Civic e CR-V vendidos na Europa, Rússia e América do Sul já em 2015.

De acordo com **Natalia Cabrera**, diretora de Marketing da **Garmin Iberia**, **“este terceiro trimestre vem comprovar a solidez que a Garmin apresenta a todos os níveis, e é um ótimo indício de que o ano de 2014 vai correr tal como a empresa tinha antecipado, fruto de uma gestão tão ambiciosa quanto rigorosa”**. A responsável sublinha que **“o facto de a empresa apresentar um crescimento global na casa dos dois dígitos revela a confiança que transmitimos aos consumidores, que vêm na Garmin uma empresa que corresponde aos desafios tendo como base a inovação e a capacidade de dar ao mercado produtos e soluções que fazem realmente a diferença”**.

Para mais informações sobre os produtos e serviços da Garmin, visite os sites www.garmin.pt, www.garmin.blogs.com, <http://twitter.com/garmin> 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

Natália Cabrera

Diretora de Marketing Garmin Iberia SAL

0034 93 357 26 08

natalia.cabrera@garmin.com