

## Garmin apresenta resultados financeiros referentes ao primeiro trimestre de 2013

- Os resultados estão em linha com as previsões anunciadas pela Garmin no início de 2013, refletindo um trimestre tradicionalmente mais difícil em termos sazonais.
- O fabricante mostra-se confiante e aguarda com serenidade o final do segundo trimestre de 2013 para comunicar então as suas orientações e projeções de negócio no que concerne ao segundo semestre do presente ano, mantendo como objetivos prioritários a liderança de mercado e a rentabilidade da empresa.
- A empresa fecha o primeiro trimestre do ano com receitas de 532 milhões de dólares, um ligeiro decréscimo de 4% respetivamente ao ano transato. As áreas de Fitness, Outdoor e especialmente a Aviação encabeçam as receitas, imediatamente seguidas da área Automóvel.
- Quanto às áreas geográficas, a região das Américas regista a maior estabilidade de receitas, enquanto que a Europa, Médio Oriente e África alcançaram os 191 milhões de dólares faturados, o que levou a um decréscimo de 4%.

**Lisboa, 20 de maio de 2013** - A Garmin, líder mundial em soluções de navegação por satélite\*, acaba de anunciar os resultados do quarto trimestre, que terminou no passado dia 30 de março.

De acordo com **Cliff Pemble**, Presidente e Chief Executive Officer da Garmin Ltd, o ano ainda está a começar e a Garmin ainda vai ter muito para mostrar em 2013. *“Houve segmentos que registaram um ligeiro declínio de receita num primeiro trimestre sazonalmente fraco. Embora este seja um começo de ano difícil, continuamos muito entusiasmados relativamente aos produtos inovadores que vão surgir durante todo o ano. Não escondemos a decepção perante os resultados, mas eles de facto não foram de todo inesperados, pelo que a Garmin continua a gerir o seu negócio em conformidade e continua a estar focada nos seus nossos objetivos, com a liderança de mercado e a rentabilidade no topo da lista”.*

### Primeiro Trimestre de 2013 – Sumário Financeiro

A Garmin teve um total de receitas no valor de 532 milhões de dólares, o que representa um recuo de 4 por cento face aos 557 milhões de dólares obtidos no primeiro trimestre de 2012. Este valor apresenta a seguinte segmentação por áreas:

- A receita no segmento **Automóvel/Mobile** caiu 10% para 253 milhões de dólares;
- A receita no segmento **Outdoor** desceu 1% para os 76 milhões de dólares;
- A receita no segmento **Fitness** cresceu 2% para os 72 milhões de dólares;
- A receita no segmento **Náutico** recuou 10% para os 50 milhões de dólares;
- A receita no segmento **Aviação** subiu 10% para os 81 milhões de dólares.

**Cliff Pemble**, explica que *“o primeiro trimestre de 2013 provou ser efetivamente um grande desafio, algo que não era propriamente uma novidade pois já tinha sido previsto quando a*

*Garmin avançou com algumas orientações de negócio em fevereiro passado". O CEO sublinha que "tal como era espetável, assistiu-se a uma diminuição generalizada de receitas, pelo que entrámos no ano de 2013 cientes da necessidade de gerir de perto todas despesas que são efetuadas".*

O responsável máximo da Garmin destaca ainda o facto de *"a publicidade e venda, bem como as despesas gerais e administrativas, terem diminuído em termos homólogos face ao primeiro trimestre de 2012, coisa que não aconteceu com as despesas de investigação e desenvolvimento que aumentaram à medida que a Garmin mantém-se empenhada em produzir inovação futura que possa proporcionar o crescimento a longo prazo tanto no mercado de consumo como no segmento OEM".*

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

- A região geográfica das **Américas** caiu 3% para os 286 milhões de dólares;
- A região **Europa, Médio Oriente e África (EMEA)** perdeu 4% para os 191 milhões de dólares;
- A região da **Ásia Pacífico (APAC)** teve uma quebra de 10% para os 55 milhões de dólares.

A **margem bruta** subiu para os 52% no primeiro trimestre de 2013, crescendo em termos sequenciais face aos 49% registados no quarto trimestre de 2012 e numa análise ano-sobre-ano face aos 51% verificados no primeiro trimestre de 2012.

Por sua vez, a **margem operacional** decresceu numa análise ano-sobre-ano para os 15% face aos 16% registados no primeiro trimestre de 2012.

A **taxa de imposto efetiva** diminuiu para (8,6%) no primeiro trimestre de 2013 em comparação com os 12,8% registados no primeiro trimestre de 2012, devido à libertação de reservas fiscais e ao reconhecimento da taxa de crédito sobre a pesquisa e o desenvolvimento de 2012; a taxa de imposto ajustada para as libertações de reservas foi de 11,6%.

O **lucro por ação (EPS) diluído** aumentou em 2% para os 0,45 dólares face aos 0,44 dólares registados no primeiro trimestre de 2012 e incluindo o impacte dos benefícios fiscais únicos; o **valor de EPS pró-forma diluído** decresceu em 11% para os 0,40 dólares a partir dos 0,45 dólares registados no mesmo trimestre de 2012 (o lucro pró-forma EPS exclui o impacte decorrente de ganhos ou de perdas em transações de moeda estrangeira e o benefício do imposto sobre a receita devido à realização de auditorias fiscais e/ou à expiração de estatutos).

Finalmente, mas não menos importante, a **geração de free cash flow** atingiu os 48 milhões de dólares no primeiro trimestre de 2012.

*"Estes resultados do primeiro trimestre estão em grande parte em linha com aquilo que tínhamos projetado, com uma cada vez maior contribuição de receitas nos segmentos Outdoor, Fitness e Aviação, que são os mais rentáveis para a Garmin", explica Kevin Rauckman, Chief Financial Officer da Garmin Ltd. Segundo a análise aos resultados obtidos no primeiro trimestre de 2013, o responsável financeiro considera que "a Garmin é uma empresa que continuará a ser altamente rentável, mesmo quando o seu segmento Automóvel/Mobile apresenta um decréscimo".*

O CFO destaca ainda o facto de *"a Garmin continuar a gerar um free cash flow significativo no trimestre em análise, embora a um ritmo menor face ao que se verificada no período homólogo no ano anterior, o que se deve em grande parte a um pré-pagamento de 41 milhões dólares relacionado com taxas mas que serão recuperados no segundo trimestre. Não menos importante, Kevin Rauckman realça o facto de "a Garmin ter encerrado o trimestre com um saldo superior a 2,7 mil milhões dólares em dinheiro e títulos negociáveis", sublinhando ainda que "a*

empresa pretende financiar o seu dividendo trimestral, a recompra de ações e as aquisições futuras através desta forte posição em termos de caixa”.

### **Orientações, Recompra de Ações e Atualização de Dividendos**

À semelhança do que tem feito em anos anteriores, a Garmin pretende fazer uma atualização das orientações após o segundo trimestre, que é sazonalmente mais forte, e proporcionando assim uma melhor perspetiva sobre o segundo semestre do ano. A Garmin considera ainda que a receita e o valor EPS pró-forma no primeiro trimestre foram consistentes face às expectativas.

A Garmin não comprou ações no primeiro trimestre de 2013 sob a autorização de 300 milhões de dólares aprovada pelo Conselho de Administração a 15 de fevereiro. A autorização de recompra permanece em vigor e a administração pretende recomprar as ações ao longo do tempo, assim as condições o permitam fazer.

Conforme anunciado em fevereiro, o Conselho irá recomendar que os acionistas façam a aprovação de um dividendo em dinheiro no valor de 1,80 dólares por ação (sujeito a possível ajuste com base no valor total do dividendo em Francos Suíços, conforme aprovado na reunião anual) pago em parcelas trimestrais. Essa aprovação deverá ser feita durante a reunião anual que será realizada no dia 7 de junho de 2013.

### **Medidas não-GAAP**

No que concerne às medidas não-GAAP, existem quatro cenários de análise:

- **Lucro líquido pró-forma (lucro) por ação:** A Administração acredita que o lucro líquido por ação antes do impacto de ganhos ou perdas cambiais é uma medida importante. A maior parte dos ganhos ou perdas cambiais consolidadas resulta da perda de transações que envolvem o euro, a libra esterlina britânica e o dólar de Taiwan e do impacto da taxa de câmbio relativamente ao cash e aos títulos e valores mobiliários significantes, créditos e dívidas em dólares norte-americanos no final de cada período de relatório pelas várias subsidiárias não norte-americanas da Companhia. Tais ganhos ou perdas são exigidos ao abrigo do GAAP na medida em que a moeda funcional das subsidiárias difere da moeda em que são mantidos muitos dos ativos e passivos. No entanto, verifica-se um impacto de caixa mínimo em termos de ganhos ou perdas em moeda estrangeira. Por conseguinte, o lucro por ação antes do impacto dos ganhos ou perdas cambiais permite fazer uma avaliação do desempenho operacional da Companhia antes do impacto não-cash da posição do dólar norte-americano em relação a outras moedas, o que se traduz numa comparação consistente dos resultados entre períodos. *Para mais detalhes, consulte por favor a tabela **Garmin Ltd. And Subsidiaries, Net income per share (Pro Forma)** no PDF em anexo.*
- **Free cash flow:** A Administração acredita que o fluxo de caixa livre é uma importante medida financeira, uma vez que representa a quantidade de cash gerado pelas operações (e que está disponível para investir), definindo-o de acordo com a seguinte fórmula: Cash flow operacional menos os dispêndios de capital para bens e equipamentos. *Para mais detalhes, consulte por favor a tabela **Garmin Ltd. And Subsidiaries, Free Cash Flow** no PDF em anexo.*

## Referências de Negócio

No que diz respeito aos anúncios e acordos oficializados recentemente pela Garmin, merecem destaque:

- Anúncio de uma relação OEM no mercado automóvel com a Mercedes-Benz, com início em 2013 e que permitirá incluir software de navegação da Garmin na maior parte dos modelos da marca alemã a fabricar até 2017;
- Disponibilização dos equipamentos Approach® S2 para praticantes de golfe e The Edge® 510 e 810 para ciclistas, promovendo a inovação de produtos da Garmin e a liderança em ambas as categorias;
- Anúncio de uma nova relação OEM no setor da aviação com a Enstrom, que irá instalar no seu helicóptero 480B o sistema integrado Garmin G1000H™ para convés de voo;
- Lançamento de um novo sistema de aviónica para aviões experimentais, incluindo uma solução integrada de piloto automático que oferece os recursos mais sofisticados para esta classe de aeronaves;
- Anúncio da nova família GPSMAP® 8000 de Glass Helm para o setor náutico, uma emblemática série de dispositivos multifuncionais que oferece novos recursos, uma interface de utilizador aprimorada e um design único.

**Natalia Cabrera**, diretora de Marketing da Garmin Iberia, adianta: *“estamos bastante satisfeitos e entusiasmados com o anúncio da relação de longo prazo com a Mercedes-Benz, acreditando que abrirá novas portas e mais oportunidades de negócio para a Garmin. Através desta relação iremos disponibilizar soluções de navegação à maioria dos modelos desta importante marca alemã ao longo dos próximos quatro anos assim como todas as novidades de produtos para os vários segmentos Garmin que serão lançados este ano”*. A responsável sustenta ainda que *“a Garmin está a construir uma forte reputação no mercado de infotainment, e este relacionamento comercial vem destacar o crescente nível de confiança entre os parceiros OEM que a Garmin pode ser um importante fornecedor nessa indústria”*.

Apesar da recessão económica estar a dificultar a vida à maioria das empresas, tanto nacionais como internacionais, a Garmin apresenta decréscimos inferiores aos observados no mercado em geral, estando em linha com as previsões anunciadas pela empresa no início deste ano. É verdade que o trimestre, dado a conjuntura atual, está a revelar-se difícil, mas isso não desacelera a motivação da Garmin que continua confiante para completar com sucesso os projetos do final do segundo semestre. Os objetivos máximos da empresa continuam a ser a liderança de mercado e 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 Torres**

Diretora de Marketing da Garmin Ibéria

(+34) 933 572 608

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