

Garmin mantém crescimento no segundo trimestre de 2012

- **A receita total atingiu os 718 milhões de dólares, o que representa um aumento de 7 por cento face aos 674 milhões de dólares obtidos no segundo trimestre de 2011**
- **As regiões geográficas da América e da EMEA (Europa, Médio Oriente e África) apresentam um crescimento da receita sólido**

Lisboa, 30 de agosto de 2012 - A **Garmin**, líder mundial em soluções de navegação por satélite*, acaba de apresentar os dados financeiros resultantes da operação global realizada durante o segundo trimestre de 2012, que terminou no passado dia 30 de junho.

Entre as principais conclusões, os resultados agora revelados destacam-se pela **receita total obtida, que ascendeu a 718 milhões de dólares** e que representa um **crescimento de 7 por cento face aos 674 milhões de dólares registados no período homólogo do ano passado**. Na sua distribuição contabilizam-se as receitas oriundas do **segmento automóvel/mobile, que aumentaram neste caso 8% para os 392 milhões de dólares**; do **segmento outdoor, que cresceram 24% para os 100 milhões dólares**; do **segmento fitness, que aumentaram 5% para os 82 milhões dólares**; do **segmento de aviação, que subiu 4% face ao registo do período homólogo e que totalizou 76 milhões dólares**; e do **segmento marítimo, que declinou 14% para os 68 milhões de dólares**;

As regiões geográficas da América e da EMEA registam um crescimento da receita face ao mesmo período de 2011. No caso de toda a América, o negócio cresceu 9%, para uma receita de 392 milhões dólares em relação aos 358 milhões de dólares obtidos em 2011. **No cenário da Europa, Médio Oriente e África, registou-se um crescimento de 6%, para uma receita de 269 milhões de dólares em comparação com os 253 milhões de dólares registados em igual período de 2011**. Na região APAC (Ásia Pacífico) receita foi de 37 milhões de dólares face aos 63 milhões conseguidos no primeiro trimestre de 2011, o que representa uma quebra de 9%.

Outro resultado positivo tem a ver com a margem bruta obtida no segundo trimestre de 2012, que melhorou para os 59% (quer sequencialmente, quer na comparação ano-sobre-ano) depois de ter ficado pelos 51% no primeiro trimestre de 2012 e nos 48% no segundo trimestre de 2011. De igual forma, a margem operacional aumentou 28% numa análise ano-sobre-ano, o que representa um resultado superior face aos 20% obtidos no segundo trimestre de 2011.

Números acumulados e previsões para 2012

Nesta matéria, merecem destaque os 1,27 mil milhões de dólares de receitas totais, um valor superior em 8% face aos 1,18 mil milhões de dólares registados em igual período de 2011. O segmento automóvel/mobile aumentou 7% para os 671 milhões de dólares; o segmento outdoor cresceu em 20% para os 178 milhões dólares; o segmento fitness aumentou 15% para os 153 milhões dólares; o segmento de aviação subiu 4% para os 149 milhões dólares; e o segmento marítimo recuou em 5% para os 124 milhões de dólares.

Em termos de áreas geográficas, as regiões da América e da EMEA registaram crescimentos continuados de 8% e de 10%, respetivamente, mais precisamente de 638 milhões para 688 milhões de dólares e de 424 milhões para 468 milhões de dólares. A região APAC revelou uma ligeira queda de 1%, passado de 120 milhões para 119 milhões de dólares.

No que diz respeito à margem bruta registada, verificou-se uma subida para os 55% em 2012 face aos 47% em 2011. Também a margem operacional cresceu numa análise ano-sobre-ano dos 17% em 2011 para os 23% em 2012.

O Conselho de Administração da Garmin acredita que as receitas para 2012 se deverão fixar entre os 2,75 e os 2,80 mil milhões de dólares, fruto de um forte ano para os segmentos automóvel/mobile e outdoor mas que será no entanto parcialmente contrabalançado por ventos macroeconómicos contrários que afetam outros segmentos de negócio.

Crescimento em vários níveis

De acordo com **Mariana Dias, Marcoms Manager da Garmin Portugal**, ***“o segundo trimestre de 2012 foi marcado por um desempenho sólido, com um forte crescimento em termos de receitas, de unidades vendidas e de lucro operacional, um facto que merece um destaque ainda mais especial tendo em consideração o difícil contexto em que a economia se vai mantendo”***. Um bom exemplo é o segmento automóvel/mobile, ***“no qual a empresa registou um crescimento das receitas na ordem dos 8% e no qual continuou a ganhar quota de mercado”***, sublinha Mariana Dias.

De qualquer forma, e apesar do bom desempenho registado no primeiro semestre de 2012, a responsável mostra-se cautelosa para os dois trimestres que faltam cumprir até ao final do ano. ***“Estamos muito satisfeitos com execução atingida neste primeiro semestre, mas também reconhecemos que a situação macroeconómica cria algum nível de incerteza, pelo que será difícil fazer previsões com elevado grau de precisão. No entanto, estamos seguros de que continuaremos a usar os nossos recursos disponíveis para otimizar todas as oportunidades de longo prazo que se vierem a proporcionar, o que se traduzirá num desempenho positivo”***.

Ainda no que diz respeito à análise dos números agora apresentados, Mariana Dias sublinha que ***“este é o terceiro trimestre consecutivo em que a Garmin regista o crescimento das suas receitas e do seu lucro operacional, marcado pela continuação de uma tendência positiva em muitos dos segmentos trabalhados”***.

3,9 milhões de equipamentos vendidos

Este é o terceiro trimestre consecutivo em que a Garmin não só vê crescer os seus lucros, como também consegue aumentar as receitas operacionais. No entanto, a empresa apresenta outros motivos de destaque em 2012:

- Vendeu 3,9 milhões de unidades no segundo trimestre de 2012, o que representa um aumento de 4% face ao período homólogo de 2011;
- Ampliou a sua quota de mercado no mercado global PND, com aproximadamente 70% de participação no mercado dos EUA e com uma melhoria contínua na maioria dos países europeus;
- Expandiu a sua relação OEM com a Cessna, tendo esta passado a incluir no seu modelo mais recentemente anunciado – Part 25 Citation Longitude – o sistema integrado de aviação G5000;
- Continuou a melhorar a sua oferta para o mercado motociclista através do lançamento do novo zumo® 350 LM com novas funcionalidades, tais como o registo de manutenção e serviço;
- Lançou no mercado o Garmin Swim™, um relógio de treino especificamente desenhado para nadadores e que marca a entrada da empresa neste mercado;
- Apresentou o fênix™, um relógio de pulso para os fãs do desporto outdoor que oferece completas funcionalidades de navegação e de tracking, mas que pode também servir como um altímetro, um barómetro e uma bússola.

Mariana Dias sublinha o facto de o segmento outdoor se ter destacado com um crescimento de receitas na ordem dos 24% neste segundo trimestre. ***“As vendas foram impulsionadas pelo lançamento de gamas de produtos, nomeadamente para golfe e para localizar e treinar cães, bem como pela atualização da gama eTrex®. Durante este trimestre, a Garmin também introduziu no mercado o relógio de pulso fênix, um dispositivo que não só oferece uma experiência extremamente rica em termos de funcionalidades para os amantes do desporto ao ar livre, como também é capaz de combinar estes importantes argumentos com um estilo clássico para um normal uso no dia-a-dia”.***

Não menos importante, a responsável destaca a apresentação em junho da sua primeira oferta para nadadores – ***“um mercado de nicho para a Garmin, mas que está a ter uma aceitação muito importante na comunidade e que nos faz acreditar que irá crescer de uma forma significativa durante a segunda metade de 2012”.***

* 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 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. 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

Frederico Rocha

EDC

936 101 392

frocha@edc.pt

Mariana Dias

Marcoms Manager Garmin Portugal Lda

91 986 97 24

mariana.dias@garmin.com