

Garmin revela primeiro trimestre de 2012 positivo, com crescimento das receitas e do lucro líquido por ação (EPS) pró-forma

- **A receita total atingiu os 557 milhões de dólares, o que representa um aumento de 10 por cento face aos 508 milhões de dólares obtidos no primeiro trimestre de 2011**
- **Todas as regiões geográficas apresentam um crescimento sólido**

Lisboa, 21 de maio 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 primeiro trimestre de 2012, que terminou no passado dia 31 de março.

Entre as principais conclusões, os resultados agora revelados destacam-se pela **receita total obtida, que ascendeu a 557 milhões de dólares** e que representa um crescimento de 10 por cento face aos 508 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 6% para os 280 milhões de dólares; do segmento outdoor, que cresceram 16% para os 77 milhões dólares; do segmento fitness, que aumentaram 26% para os 71 milhões dólares; do segmento marítimo, que cresceram 9% para os 56 milhões dólares; e do segmento de aviação, que ficaram 5% do registo homólogo e que totalizaram 73 milhões dólares.

Todas as regiões geográficas globais trabalhadas pela Garmin sem exceção registam um crescimento da receita face ao mesmo período de 2011. No caso da América do Norte, o negócio cresceu 6%, para uma receita de 296 milhões dólares em relação aos 280 milhões de dólares obtidos em 2011. No cenário Europeu, registou-se um crescimento de 16%, para uma receita de 199 milhões de dólares em comparação com os 171 milhões de dólares registados em igual período de 2011. Na Ásia a subida foi de 8%, gerando uma receita de 62 milhões de dólares face aos 57 milhões conseguidos no primeiro trimestre de 2011.

Resultado igualmente positivo tem a ver com a margem bruta obtida no primeiro trimestre de 2012, que melhorou para os 51% (quer sequencialmente, quer na comparação ano-sobre-ano) depois de ter ficado pelos 48% no quarto trimestre de 2011 e nos 47% no primeiro trimestre de 2011. De igual forma, a margem operacional aumentou 16% numa análise ano-sobre-ano, o que representa um resultado superior face aos 15% obtidos no primeiro trimestre de 2011.

Em termos de taxa de imposto efetiva registou-se uma subida para os 12,8% no primeiro trimestre de 2012, valor superior quando comparado com os 1,5% praticados

no primeiro trimestre de 2011. Devido à existência de uma maior taxa de imposto efetiva, o lucro diluído por ação (EPS) diminuiu para 0,44 dólares face aos 0,49 dólares registados no primeiro trimestre de 2011. O EPS pró-forma diluído aumentou em 5% para 0,45 dólares desde os 0,43 dólares registados no mesmo trimestre de 2011 (o lucro pró-forma por ação exclui o impacto decorrente de ganhos ou de perdas em transações de moeda estrangeira).

Não menos importante, um último dado financeiro que importa sublinhar desta análise ao primeiro trimestre de 2012 tem a ver com o free cash flow gerado, que ascendeu a 116 milhões de dólares.

Atualização de dividendos e medidas não-GAAP

Conforme foi anunciado em fevereiro, o Conselho de Administração recomendará aos acionistas para aprovação durante a reunião anual (a ser realizada em 1 de junho de 2012) um dividendo em cash no montante de 1,80 dólares por ação (sujeito a um possível ajustamento com base na quantidade total do dividendo em Francos Suíços, conforme aprovado na reunião anual) e que será pago em parcelas trimestrais.

No que concerne às medidas não-GAAP, existem três 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)** incluída 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** incluída no PDF em anexo.
- **Receitas diferidas líquidas e despesas dos custos:** A tabela **Garmin Ltd. And Subsidiaries, Net Deferred Revenue Impact (Unaudited)**, incluída no PDF em anexo, ilustra o efeito das receitas e dos custos diferidos, o valor líquido da amortização de diferimentos anteriores, associados a determinados produtos agrupados com conteúdos e serviços. Estas receitas e estes custos diferidos estão a ser amortizados ao longo da vida económica estimada dos produtos. Vão estar disponíveis detalhes adicionais no Relatório Trimestral a

constar no Form 10-Q para o trimestre findo em 31 de março de 2012 e estão disponíveis no Relatório Anual que consta do Form 10-K para o ano encerrado no dia 31 de dezembro de 2011, apresentado junto da Securities and Exchange Commission (com o número do arquivo 0-31983). Para obter uma cópia do Form 10-K da Garmin de 2011, visite por favor o site <http://www.garmin.com/aboutGarmin/invRelations/finReports.html>.

Crescimento de 14% nas áreas-chave

De acordo com Mariana Dias, Marcoms Manager da Garmin Portugal, "o primeiro trimestre de 2012 foi marcado por um forte desempenho, na medida em que cada um dos nossos segmentos de negócio contribuiu para o crescimento global da receita de 10%". Para a responsável, "esta é uma ótima forma de começar o ano", embora se afirme "cauteloso em relação à indústria dos Personal Navigation Devices, uma vez que este forte crescimento está relacionado com ganhos de quota no mercado global".

Ainda no que diz respeito à análise dos números agora apresentados, Mariana Dias sublinha que "este é o segundo trimestre consecutivo de crescimento das receitas e do lucro operacional, marcado pela continuação de uma tendência positiva em muitos dos segmentos trabalhados". A responsável máxima para Portugal considera que "o ano começou bem" e que a empresa está agora incumbida "de dar simultaneamente continuidade ao momento positivo nas vendas e aos ganhos de participação no mercado, com um foco claro na rentabilidade".

Mariana Dias destaca ainda o facto de "o crescimento das receitas relacionadas com os principais segmentos de negócio, nomeadamente outdoor, fitness, aviação e marítimo, ter sido de 14%", dando especial destaque para a contínua diversificação do modelo de negócio da Garmin: "Nós continuamos a fazer crescer o nosso investimento em investigação e desenvolvimento nesses segmentos, bem como no segmento automóvel OEM, de modo a capitalizar as várias iniciativas de crescimento a longo prazo em cada um desses segmentos".

Nesta última matéria em particular, a responsável sublinha a importância que reveste o acordo recentemente anunciado pela Garmin. "Estamos muito satisfeitos por termos anunciado em abril a nossa relação com a Suzuki para o mercado automóvel de equipamentos OEM instalados de fábrica. Este passo representa um marco muito significativo para a Garmin, na medida em que nos permite construir e cimentar o relacionamento e a credibilidade nesta indústria. O sistema de infotainment da Suzuki oferece recursos avançados e agora também a nossa intuitiva interface de utilizador, que acreditamos irá servir como referência para a qualidade e a facilidade de uso que a Garmin é capaz de oferecer".

2,7 milhões de equipamentos vendidos

Além da importante parceria OEM estabelecida com a Suzuki, que prevê o fornecimento de sistemas de infotainment aos modelos até 2013, a Garmin apresenta outros marcos importantes que tiveram palco neste primeiro trimestre de 2012. Desta forma, durante o Q1 de 2012 a Garmin:

- Vendeu de 2,7 milhões de unidades, o que representa um aumento de 7% face ao período homólogo de 2011;
- Apresentou o Forerunner® 910XT, a segunda geração do relógio para triatlo há muito aguardado no mercado;

- Apoiou o primeiro voo bem-sucedido do Cessna M2 com o cockpit G3000, cuja chegada ao mercado está prevista para a segunda metade de 2013;
- Anunciou novas relações OEM com a Teleflex e a Viking durante o Miami International Boat Show de 2012;
- Lançou no mercado o Approach® S3, um relógio de golf com GPS e ecrã tátil que representa uma solução de relógio de pulso premium para golfistas, ao integrar também uma tabela de pontuação digital.

Para rematar, Mariana Dias afirma que todas estas iniciativas internacionais “espelham bem o forte push que a Garmin está a realizar junto do mercado em termos de imagem”, iniciativas essas que são também “complementadas por diversas ações de promoção realizadas em território nacional”. Ainda de acordo com a responsável de comunicação da Garmin para Portugal, “os resultados agora apresentados são uma excelente prova não só de que este esforço de comunicação está a dar a sua contribuição efetiva para o crescimento da empresa, mas também de que o mercado está a aderir em força a este forte compromisso de qualidade e de inovação, do qual resultam produtos claramente pensados numa ótica de maior funcionalidade, fiabilidade e elegância para o consumidor”.

* 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