

Garmin cresce no terceiro trimestre

- **A receita total atingiu os 672 milhões de dólares, o que representa um aumento de 1 por cento face aos 667 milhões de dólares obtidos no terceiro trimestre de 2011**
- **As regiões geográficas da América e da Ásia Pacífico (APAC) apresentam um crescimento da receita sólido**
- **Os resultados consolidados das operações em 2012 ascendem aos 1,95 mil milhões de dólares, 5% acima dos registados nesta data em 2011**
- **Todas as regiões revelam um crescimento sustentado, com as regiões da América a comandarem as tabelas em 2012 com uma subida de 8%**

Lisboa, 20 de novembro 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 terceiro trimestre de 2012, que terminou no passado dia 29 de setembro, revelando ainda informação atualizada sobre os resultados consolidados em 2012 até agora, que permitem ter uma visão mais fiel para a sua atividade no resto do ano e para fazer previsões no lucro líquido por ação (EPS).

No que diz respeito aos resultados no terceiro trimestre de 2012, entre as principais conclusões os números agora revelados destacam-se pela **receita total obtida, que ascendeu a 672 milhões de dólares** e que representa **um crescimento de 1 por cento face aos 667 milhões de dólares registados no período homólogo do ano anterior**. Na sua distribuição contabilizam-se as receitas oriundas do segmento automóvel/mobile, que se mantiveram estáveis nos 384 milhões de dólares; do segmento outdoor, que cresceram 11% para os 105 milhões dólares; do segmento fitness, que decresceram 6% para os 65 milhões dólares; do segmento de aviação, que subiram 3% face ao registo do período homólogo e que totalizaram 73 milhões dólares; e do segmento marítimo, que recuou 7% para os 45 milhões de dólares;

As regiões geográficas da América e da Ásia Pacífico (APAC) revelam um crescimento da receita face ao mesmo período de 2011. No caso de toda a América, o negócio cresceu 8%, para uma receita de 380 milhões dólares em relação aos 352 milhões de dólares obtidos em 2011. No cenário da zona APAC, registou-se um forte crescimento de 19%, para uma receita de 67 milhões de dólares em comparação com os 19 milhões de dólares registados em igual período de 2011. Já na região EMEA (Europa, Médio Oriente e África) a receita foi de 225 milhões de dólares face aos 258 milhões de dólares conseguidos no terceiro trimestre de 2011, o que representa uma quebra de 13%.

Outro resultado positivo tem a ver com a margem bruta obtida no terceiro trimestre de 2012, que cresceu dos 52% verificados em 2011 para os 53%, no terceiro trimestre de

2012. De igual forma, a margem operacional aumentou neste caso 24% numa análise ano-sobre-ano, o que representa um resultado superior face aos 22% obtidos no terceiro trimestre de 2011.

Números financeiros acumulados em 2012

Nesta matéria, merecem destaque os 1,95 mil milhões de dólares de receitas totais, um valor superior em 5% face aos 1,85 mil milhões de dólares registados em igual período de 2011. O segmento automóvel/mobile aumentou 4% para os 1,06 mil milhões de dólares; o segmento outdoor cresceu em 17% para os 283 milhões dólares; o segmento fitness aumentou 7% para os 218 milhões dólares; o segmento de aviação subiu 4% para os 222 milhões dólares; e o segmento marítimo recuou em 6% para os 169 milhões de dólares.

Em termos de áreas geográficas, todas regiões trabalhadas pela Garmin apresentaram uma notória subida. Na América e na APC registaram-se os crescimentos mais fortes, de 8% para os 1,07 mil milhões de dólares e de 5% para os 186 milhões de dólares, respetivamente, e face aos 990 milhões de dólares e aos 177 milhões de dólares consolidados nesta mesma altura em 2011. A região EMEA revelou uma ligeira subida de 2%, mas continua a ser uma das regiões mais fortes no negócio da Garmin, passando de 682 milhões de 2011 para os 693 milhões de dólares consolidados até agora em 2012.

No que diz respeito à margem bruta registada, verificou-se uma subida para os 55% em 2012 face aos 49% em 2011. Também a margem operacional cresceu numa análise ano-sobre-ano dos 19% em 2011 para os 23% em 2012.

Finalmente, mas não menos importante, a geração de free cash flow acumulada fixa-se nos de 483 milhões de dólares à data de 29 de setembro de 2012.

Os bons resultados obtidos neste terceiro trimestre levaram a Garmin a fazer uma revisão em alta da meta EPS estabelecida para o final de 2012, tendo esta sido agora valorizada para entre os 2,75 e os 2,90 dólares.

Estratégia bem delineada

De acordo com **Mariana Dias, Marcoms Manager da Garmin Portugal**, *“devido aos diversos mercados em a Garmin opera, a empresa foi mais uma vez capaz de colocar neste terceiro trimestre de 2012 as suas receitas na rota do crescimento sustentado, o que se aplica quer em termos do volume de unidades comercializadas, quer de lucro operacional”*.

A responsável acrescenta que *“estes resultados refletem o esforço que a Garmin fez para diversificar o seu portfólio de produtos através de uma ampla variedade de categorias, bem como para expandir o alcance geográfico, e ao fazê-lo criámos oportunidades de crescimento, mesmo quando os segmentos dos negócios da Garmin enfrentam condições adversas de mercado”*. *“A direção estratégica continuamente seguida pela empresa”* faz com que Mariana Dias se sinta *“confiante na capacidade que a Garmin tem para alcançar o crescimento sustentado a longo prazo”*.

Marcado por um forte desempenho global, o terceiro trimestre de 2012 trouxe à Garmin um crescimento sólido em termos de receitas, de unidades vendidas e de lucro operacional, algo que merece um destaque ainda maior tendo em conta o contexto de contração que continua a afetar a economia mundial. *“Do desenvolvimento às vendas, as nossas equipas continuam a executar bem a estratégia delineada, o que permitiu à*

Garmin atingir mais um trimestre de crescimento de receita e de forte expansão da sua margem”, sublinha Mariana Dias.

Para a responsável, é igualmente importante “o facto de a Garmin ser capaz de financiar a sua avançada investigação e de continuar a aplicar enormes esforços de desenvolvimento na oferta para os mercados marítimo, de aviação e OEM para automóveis, que irá seguramente criar ainda mais oportunidades de crescimento para o futuro”, sem esquecer “o reforço das restantes áreas de negócio onde a Garmin apresenta uma confortável quota de mercado e notoriedade de marca”.

Crescimento sustentado de lucros, receitas e vendas

Este é o quarto 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 3,7 milhões de unidades no terceiro trimestre de 2012, o que representa um aumento de 7% face ao período homólogo de 2011;
- Manteve a sua quota de mercado no mercado global PND, com aproximadamente 70% de participação no mercado dos EUA e mais de 32% nos principais mercados europeus;
- Comercializou o seu primeiro sistema integrado de infotainment para os modelos de 2013 SX4, Grand Vitara e Kazachi da Suzuki;
- Anunciou novas características e funcionalidades para alguns veículos de 2013 da Chrysler e da Dodge, incluindo edifícios em 3D, pontos de referência e terrenos, planeador de viagem e vista multitrota, entre muitas outras;
- Expandiu a sua relação OEM com a Cessna, incluindo a mais recente atualização ao modelo Sovereign com o sistema integrado de aviação G5000;
- Lançou no mercado do relógio de corrida Forerunner 10, uma solução acessível e intuitiva para quem faz corrida, jogging ou caminhada, independentemente do nível de dedicação;
- Anunciou o dēzl, um dispositivo de navegação pensado para camiões e que oferece um ecrã de sete polegadas e Active Lane Guidance, entre outras características e funcionalidades;
- Desenvolveu o Alpha, um sistema integrado de seguimento e de treino para caçadores e para os seus cães de caça.

“Estamos muito satisfeitos com os resultados atingidos neste terceiro trimestre, mas também sabemos que a situação macroeconómica cria algum nível de incertezas, mas 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 seguramente num desempenho positivo”, conclui Mariana Dias.

* 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