

Garmin confirma resultados financeiros positivos durante o segundo trimestre de 2014



- Os dados relativos à faturação da empresa durante o segundo trimestre de 2014 revelam a continuidade de uma linha de crescimento positiva, dando seguimento aos resultados obtidos durante o primeiro trimestre do ano: a Garmin obteve agora uma faturação de 778 milhões de dólares, a que corresponde um aumento de 12% em relação ao trimestre homólogo do ano passado
- Em termos de áreas de negócio, destaque para o aumento histórico de 79% registado no segmento Fitness, ao passo que as áreas Outdoor e Náutica mantêm a rota de estabilidade

Lisboa, 10 de setembro de 2014 - A **Garmin**, líder mundial em navegação por satélite*, acaba de anunciar os resultados do segundo trimestre de 2014, período em que alcançou uma faturação de **778 milhões de dólares**. Este valor vem confirmar o grande início de ano da Garmin, que não só foi capaz de manter uma forte solidez de mercado como também cresceu 12 por cento em relação ao mesmo período do ano anterior.

A análise dos números faz destacar a divisão de Fitness como a área que registou o maior crescimento no período em questão, com uma impressionante subida de 79%, ao passo que os segmentos de Aviação e Automóvel cresceram em 11% e 2%, respetivamente. Por sua vez, as áreas Outdoor e Náutico mantiveram-se estáveis no que concerne ao segundo trimestre de 2013.

De acordo com **Salvador Alcover**, Diretor-Geral da **Garmin Iberia**, **“estamos realmente orgulhosos pelos resultados obtidos neste período, em que conseguimos manter os valores num patamar bastante positivo, o qual começámos sem dúvida alguma a consolidar no trimestre anterior”**. Para o responsável máximo da unidade ibérica da Garmin, **“tudo isto é o reflexo não só de um trabalho de equipa, mas também das grandes inovações em diferentes áreas em que a Garmin opera”**. O Diretor-Geral da **Garmin Iberia** sublinha ainda que **“o objetivo centra-se agora em mantermos este ímpeto na segunda metade de 2014 e em lutarmos para chegar mais longe, a cada vez mais utilizadores e com produtos mais vanguardistas”**.

Setor por setor

A **Garmin** mantém uma enorme estabilidade em praticamente todas as áreas em que opera, o que comprova a sua força em cada um dos setores onde está presente e a resposta positiva dos utilizadores em relação às novidades apresentadas pela empresa. Desta forma, o segmento de Fitness apresenta um crescimento histórico de 79% e uma faturação de 150 milhões de dólares. Este aumento inédito deve-se sobretudo ao enorme sucesso de vendas da pulseira **VivoFit™**, bem como da excelente recetividade no que diz respeito ao relógio desportivo **Forerunner® 15** e ao GPS para ciclismo **Edge® 1000**.

Por sua vez, os resultados relativos aos segmentos **Aviação, Automóvel e Náutico** registaram também um aumento de 11%, 2% e 1%, respetivamente. Pela mesma ordem, a receita em cada uma destas três áreas ascende a 97 milhões de dólares, 350 milhões de dólares e 73 milhões de dólares. Finalmente, mas não menos importante, o segmento **Outdoor** é o único a registar um ligeiro retrocesso durante o segundo trimestre de 2014, caindo 1% face ao resultado registado no mesmo período de 2013, ainda que tenha mantido resultados na casa dos três dígitos.

Marcos registados no segundo trimestre de 2014

De acordo com **Natalia Cabrera**, diretora de Marketing da **Garmin Iberia**, *“os fortes sinais revelados no início do ano foram agora comprovados de forma inequívoca neste segundo trimestre de 2014, fazendo destacar uma vez mais a inegável importância que a Garmin tem junto do seu mercado, dos seus clientes e dos seus utilizadores”*. A responsável salienta que *“estes resultados servem como prova de confiança, mas transmitem também uma enorme responsabilidade para que no resto do ano a Garmin corresponda aos desafios, tendo sempre como mote a inovação e a capacidade de apresentamos ao mercado produtos e soluções que fazem realmente a diferença”*.

Os resultados com que a **Garmin** fecha a primeira metade do ano vêm assim comprovar o importante papel que a empresa desempenha enquanto principal player no setor da navegação portátil, num ano indiscutivelmente marcado pelo seu 25º aniversário e pelo lançamento de produtos avançados e vanguardistas, que têm obtido uma grande resposta por parte de utilizadores e clientes.

A tudo isto junta-se ainda a forte e contínua participação da Garmin enquanto empresa patrocinadora e colaboradora em alguns dos principais eventos do calendário desportivo internacional, como por exemplo o **Garmin Barcelona Triathlon**, cuja sexta edição irá decorrer no próximo dia 5 de outubro, ou o **Titan Desert by Garmin**.



Em relação aos produtos que mais se têm destacado – a ponto de se tornarem protagonistas durante os últimos meses –, merecem destaque a **câmara de ação Virb®**, que conseguiu obter um enorme êxito no mercado. É sem dúvida a companheira ideal para os amantes da aventura, e que recebeu diversos prémios internacionais não só pelo seu design como também pelo sólido desempenho. Ainda no campo do Outdoor, a Garmin lançou no mercado o **Approach® S6**, um relógio inteligente com ecrã a cores para jogar golfe.

Já no segmento **Náutico**, a empresa adquiriu a **Fusion Electronics** (uma marca de eletrónica especialista em sistemas áudio para embarcações) e continuou a aposta nos dispositivos das séries **GPSmap®** e **echoMAP™**, aumentando e melhorando a sua gama de produtos.

Entrando no segmento Fitness, a pulseira **VivoFit™** destaca-se como um dos produtos mais procurados durante o período em análise. Desenhada para se adaptar aos movimentos e ao ritmo de vida de cada utilizador, esta pulseira da Garmin oferece diversas funcionalidades específicas para que cada utilizador possa saber ao certo se os seus hábitos são efetivamente saudáveis, ou se pode melhorá-los de alguma forma. O **Edge® 1000** é outro lançamento importante durante o segundo trimestre de 2014, um novo GPS para ciclistas que é, na verdade, um autêntico computador de bordo para a bicicleta.

No segmento Automóvel, neste trimestre a Garmin fez abrir novas portas para os seus utilizadores ao desenvolver a câmara **Dash Cam®**, que ajuda os condutores em caso de acidente, bem como o **HUD +**, um sistema de vanguarda que, em combinação com um smartphone, permite converter o para-brisas da viatura num navegador perfeito.

Relativamente à segunda metade do ano, a **Garmin** mantém-se otimista e espera conseguir obter resultados semelhantes, ou até mesmo superiores. Para isso, a empresa continua focada em manter um forte compromisso com o mercado, trabalhando em equipa de forma incansável tendo em vista o desenvolvimento e a comercialização de produtos que permitam melhorar a vida dos seus utilizadores no dia-a-dia, proporcionando-lhes características tão inovadoras quanto intuitivas.

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