

Garmin apresenta resultados financeiros referentes ao primeiro trimestre de 2014

- Os resultados revelam um crescimento sólido, destacando-se o aumento do lucro líquido por ação (EPS) e o fortalecimento da receita e das margens bruta e operacional
- O fabricante mostra-se confiante e aguarda com serenidade o final do segundo trimestre de 2014 para divulgar as suas orientações e projeções de negócio no que concerne ao segundo semestre do presente ano, mantendo como linhas orientadoras a liderança de mercado, a rentabilidade da empresa e a inovação

Lisboa, 13 de maio de 2014 - A **Garmin International Inc**, uma unidade da **Garmin Ltd.**, líder mundial em soluções de navegação por satélite*, acaba de anunciar os resultados do primeiro trimestre de 2014 que terminou no passado dia 29 de março.

De acordo com Cliff Pemble, Presidente e Chief Executive Officer da Garmin Ltd, ***“a empresa começou muito bem o ano de 2014, crescendo ao nível da receita, dos resultados operacionais e do lucro diluído por ação (EPS) pró-forma, mas também percebeu que não pode ser complacente, uma vez que os mercados onde opera são dinâmicos e competitivos – razão pela qual a Garmin deve aproveitar este ano para capitalizar o seu forte portefólio de produtos, identificando ao mesmo tempo novas oportunidades e inovações que ofereçam potencial de crescimento para o futuro”***.

Primeiro Trimestre de 2014 – Sumário Financeiro

A Garmin obteve um total de receitas no valor de 583 milhões de dólares, o que representa um crescimento de 10 por cento face aos 532 milhões de dólares obtidos no primeiro trimestre de 2013. Este valor apresenta a seguinte segmentação por áreas:

- A receita no segmento Automóvel/Mobile caiu 4% para 242 milhões de dólares;
- A receita no segmento Outdoor cresceu 10% para os 84 milhões de dólares;
- A receita no segmento Aviação aumentou 19% para os 96 milhões de dólares;
- A receita no segmento Fitness disparou 38% para os 100 milhões de dólares;
- A receita no segmento Náutico subiu 19% para os 60 milhões de dólares.

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

- A região geográfica das Américas aumentou 7% para os 305 milhões de dólares;
- A região Europa, Médio Oriente e África (EMEA) disparou 16% para os 221 milhões de dólares;
- A região da Ásia Pacífico (APAC) cresceu 4% para os 58 milhões de dólares.

Finalmente, mas não menos importante, a geração de free cash flow atingiu os 56 milhões de dólares no primeiro trimestre de 2014, um valor que está em linha com as previsões que a Garmin tinha avançado para o ano em análise.

Atualização de Dividendos, Recompra de Ações e Orientações

A margem bruta subiu para os 57% no primeiro trimestre de 2014, face aos 52% verificados no primeiro trimestre de 2013. Por sua vez, a margem operacional cresceu numa análise ano-sobre-ano para os 21% face aos 15% registados no período homólogo do ano anterior. Já o lucro por ação (EPS) pró-forma aumentou em 38% para os 0,55 dólares face aos 0,40 dólares registados no primeiro trimestre de 2013.

As despesas totais de operação no trimestre em análise totalizaram 220 milhões de dólares, o que representa um aumento de 7% face ao ano anterior. O investimento em pesquisa e desenvolvimento aumentou 10%, tendo sido impulsionado pelo crescimento registado nos segmentos de aviação, fitness e outdoor e pela resultante necessidade em apoiar novas iniciativas de produto, tendo por outro lado recuado no que concerne aos segmentos náutico e automóvel/mobile.

A publicidade também aumentou 10%, tendo a Garmin lançado campanhas para suportar os novos produtos nos segmentos outdoor e náutico. Embora tenham crescido 4%, as despesas de vendas, gerais e administrativas recuaram em termos de percentagem de vendas durante o primeiro trimestre de 2014.

A taxa de juro efetiva neste mesmo período fixou-se nos 16,6%, um valor de base ajustada que supera os 11,6% verificados no mesmo período do ano anterior, e que se deve à aplicação retroativa de investigação e desenvolvimento de crédito reconhecidos no primeiro trimestre de 2013.

O fabricante continuou a devolver dinheiro aos acionistas graças ao dividendo trimestral de aproximadamente 88 milhões de dólares e à atividade de recompra de ações que totalizou 33 milhões de dólares no período agora em análise. A empresa dispõe ainda de 208 milhões de dólares para o programa de recompra de ações, montante que foi autorizado e que será utilizado durante o ano até 31 de dezembro de 2014. A Garmin fechou o primeiro trimestre de 2014 com mais de 2,8 mil milhões de dólares em cash e em títulos e valores mobiliários.

Tal como anunciado em fevereiro passado, o Conselho de Administração irá recomendar aos acionistas a aprovação do dividendo em cash no valor de 1,92 dólares por ação (sujeito a um possível ajuste baseado no valor total do dividendo em Francos Suíços, tal como aprovado no encontro anual), a pagar em prestações trimestrais. Esta proposta será feita durante o encontro anual que irá decorrer no dia 6 de junho de 2014.

Apesar de os resultados no primeiro trimestre de 2014 excederem as expectativas, a Garmin considera que este é, tradicionalmente, o trimestre mais fraco do ano, havendo ainda muito por ser feito até ao final de 2014. Tendo estes fatores em consideração, e no seguimento daquilo que têm sido as suas melhores práticas ao longo dos anos, a Garmin irá atualizar atempadamente as suas orientações no seguimento do segundo trimestre.

Informação Financeira não-GAAP

Para mais detalhes sobre estas medidas, entre em contacto com Ana Franco (contactos no final deste comunicado)

Segmentos de Mercado - Destaques

O crescimento de 10% no segmento Outdoor no trimestre em análise foi sustentado pela subida consistente das principais categorias. A margem bruta foi de 68% e a operacional de 28%, e o portefólio foi solidificado com a entrada de novas ofertas, como é o caso da linha de relógios de

fitness fēnix™ 2. A Garmin pretende continuar a conquistar quota de mercado no futuro através de novos e inovadores produtos.

Com 38% de subida, o segmento Fitness foi aquele que registou o crescimento mais forte no primeiro trimestre de 2014, com uma margem bruta de 64% e operacional de 33%. Para estes resultados, muito contribuíram as linhas Forerunner® 220 e 620, bem como o bem-sucedido lançamento da gama vívofit a meio do trimestre. A Garmin vai continuar apostar forte neste segmento, e a nova família Edge® 1000 é disso um claro exemplo, oferecendo uma solução topo de gama para quem pratica ciclismo por paixão ou profissão.

Para o crescimento de 19% no segmento Aviação, foi decisivo o contributo dos mercados OEM e de substituição. Aqui, as margens bruta e operacional registadas foram de 74% e 30%, respetivamente. A Garmin continuou a melhorar o seu portefólio de produtos, tendo adicionado recetores meteorológicos portáteis, tecnologia de ângulo de ataque e soluções de altímetro de radar. Igual crescimento foi registado pelo segmento Náutico, que apresentou margens brutas de 52% e no qual a Garmin continuou a reforçar o portefólio apresentado no final do ano passado, apostando ainda na inovação e desenvolvimento.

O segmento Automóvel/Mobile foi o único que apresentou um recuo durante o trimestre em análise, embora ligeiro, tendo oferecido uma margem bruta de 47% e operacional de 13%. A descida de 4% registada deve-se em grande parte à queda contínua da venda de sistemas PND, que se tem verificado ao longo dos últimos meses e que se deverá manter ao longo de 2014. No entanto, a Garmin continua a registar com satisfação a sua posição em termos deste mercado específico e a sua capacidade de gerar negócio com esta atividade. Por outro lado, esta tendência negativa em termos de volume de sistemas PND foi contrabalançada pelas categorias de nicho do fabricante, nomeadamente pelas dashcams e unidades RV. Não menos importante, o mercado OEM mantém-se como uma área fundamental de atividade e investimento, sendo para a Garmin a chave que permitirá gerar oportunidades de crescimento no futuro.

No que diz respeito aos anúncios e acordos oficializados recentemente pela Garmin durante o primeiro trimestre de 2014, merecem destaque a apresentação da vívofit™, a primeira pulseira de fitness da Garmin pensada exclusivamente para a área dos monitores de atividade (um segmento de rápido crescimento), e ainda o anúncio do sistema de aviação G3X™ Touch baseado em ecrã tátil, que contou com a adesão de cinco parceiros OEM no lançamento.

De acordo com **Natalia Cabrera**, diretora de Marketing da Garmin Iberia, *“o forte início de 2014 é um tónico de inegável importância para a Garmin, que tudo irá fazer para que o resto do ano corra de feição – um desafio que nos deixa ainda mais motivados para inovarmos e apresentamos ao mercado produtos e soluções que fazem realmente a diferença”*.

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 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

Natália Cabrera

Diretora de Marketing Garmin Iberia SAU

0034 93 357 26 08

natalia.cabrera@garmin.com