

Garmin cierra 2007 con los mejores resultados de toda su historia



- La multinacional culmina su ejercicio obteniendo los mejores resultados de toda su existencia, desde que se fundara en 1989. Ha concluido el último trimestre del 2007 con un crecimiento del 99% frente al mismo período del año anterior.
- Los productos de automoción son, de nuevo, los grandes protagonistas, reportando unos ingresos de 999 millones de dólares, sólo durante el último trimestre del año, y en torno a los 2.340 millones durante el total de 2007.

Febrero 2008.- **GARMIN**, fabricante de dispositivos y soluciones de navegación, acaba de anunciar los **resultados financieros** relativos a **2007**, período en el que ha registrado unos beneficios **totales** de **3.180 millones de dólares**, lo que se traduce en un **crecimiento del 79%** frente a los 1.770 millones de dólares obtenidos durante el año 2006.

Garmin cierra, de este modo, un **período histórico**, en el que se ha situado entre las marcas líderes en ventas en el sector tecnológico y ha obtenido unos resultados que sobrepasan las previsiones más optimistas de la firma. La cifra obtenida es consecuencia, entre otros motivos, de la venta durante el último trimestre del año de **5,5 millones de unidades de producto**, principalmente durante la campaña de Navidad. Estas ventas reflejan un aumento de un **177% respecto al mismo trimestre de 2006** y, lo que es más importante, suponen una cifra superior a la que se obtuvo durante el ejercicio total de 2006.

Crecimiento por sectores

En el sector del automóvil los ingresos han alcanzado los **999 millones de dólares sólo** durante el último trimestre de 2007, lo que ha supuesto un crecimiento del **124%**. En cuanto al ejercicio fiscal de todo el año, estas mismas ventas rebasaron los **2.300 millones** y supusieron un incremento del **115% con respecto a 2006**.

Los sectores de **aviación, outdoor/fitness y náutica** han experimentado, igualmente, aumentos significativos frente al año anterior, situándose en cifras de dos dígitos con unos porcentajes del **27%, 19% y 22%**, respectivamente.

Importante crecimiento por zonas

Importantes también han sido las cifras obtenidas por zonas geográficas. Así, en **Europa**, las ventas de **Garmin** se traducen en unos ingresos de **969 millones de dólares, en comparación a los 563** registrados durante 2006, lo que significa un **aumento del 63%**. En cuanto al porcentaje del **último trimestre de 2007**, la marca ha incrementado sus ventas en un **74%** con respecto al período equivalente de 2006.

Destacables, asimismo, son las ventas en **América del Norte**, que ascendieron a **2.067 millones de dólares**, en contraste con los 1.094 millones conseguidos en el ejercicio anterior, y que han reportado un aumento del **89%**. No menos impactante es el incremento conseguido en este territorio durante **el trimestre de octubre a diciembre**, en el que se ha producido un incremento del **113%** respecto al período análogo del año anterior. Por su parte, las ventas efectuadas en **Asia** ascendieron a **144 millones de dólares**: un aumento del **66%** frente a los 87 millones de dólares alcanzados durante 2006.

Por acción

Otro crecimiento a señalar es el relativo a las **ganancias por acción**. Estas registraron un **crecimiento del 66%**, equivalentes a **3,89 dólares** frente a los 2,35 dólares obtenidos en el año 2006.

Por último, **Garmin** ha vendido un total de **12 millones de unidades** durante el año fiscal 2007, una relevante marca que supone unas **ventas totales que sobrepasan los 31 millones de unidades** en todo el mundo.

En palabras de **Natalia Cabrera, Directora de Marketing Garmin Iberia**: *“Las fuertes ventas experimentadas durante el último período del año han supuesto un cierre del ejercicio muy positivo, lo que nos invita a ser optimistas. La campaña de Navidad ha servido para demostrar que nuestros productos están muy bien posicionados y ganando ventaja en el sector de los dispositivos de navegación portátil. Además, estudios de mercado independientes indican que hemos mantenido una fuerte situación de liderazgo en América del Norte y que seguimos creciendo en Europa a muy buen ritmo”.*

Perspectivas 2008

Finalmente, **Garmin** está muy satisfecha con las acciones realizadas durante el año que acaba de cerrar, algunas de las cuales, como la **adquisición de sus distribuidores en Francia, Alemania, España e Italia**, han propiciado este importante incremento. En este sentido, y con los resultados sobre el papel, se muestra del todo optimista con respecto a las **previsiones para 2008**:

- **Garmin** estima unos ingresos en 2008 de **4.500 millones** de dólares y una ganancia por acción de más de **4,40 dólares**.
- La rama de **automoción** tendrá un crecimiento estimado en un **45%** durante el presente año.
- El crecimiento previsto para el **sector aviación es del 30%**.
- La línea de náutica podría alcanzar un crecimiento en torno al **25%** durante 2008.

- La gama de **outdoor/fitness** también rondará un crecimiento del **25%**, propiciado en gran medida por los lanzamientos de nuevos productos.
- El reciente anuncio de **nüvifone**, cuyo lanzamiento se prevé para **finales el tercer trimestre de 2008**, proporcionará a la compañía nuevas oportunidades de negocio en el sector de la **telefonía móvil**.
- Durante 2008, la firma experta en soluciones de navegación, continuará **investigando** y manteniendo su afán por presentar productos innovadores, vanguardistas y funcionales en cada una de sus ramas de negocio.

Información corporativa:

Garmin (Europe) Inc. pertenece a Garmin Ltd. (Nasdaq: GRMN), grupo empresarial dedicado al diseño y fabricación de dispositivos de navegación, comunicación e información, muchos de los cuales incorporan tecnología GPS. Garmin es líder en los mercados de la aviación y consumo de tecnología GPS y sus productos se emplean en aviación, marina, automoción, actividades recreativas al aire libre y en aplicaciones OEM e inalámbricas. Para más información visite: www.garmin.co.uk/media o www.garmin.es

Garmin y City Navigator son marcas registradas. De igual forma, Garmin Mobile, Garmin Mobile 20, Garmin Mobile XT, GPS 10x, nRoute y GPS 20SM son marcas registradas de Garmin Ltd o de sus filiales. Las fechas de disponibilidad del producto quedan sujetas a las expectativas de negocio, por lo que no se garantizan. El resto de marcas, nombres de producto, nombres de compañías, marcas registradas y marcas de servicios y aplicaciones pertenecen a sus respectivos propietarios. Quedan reservados todos los derechos.

Aviso sobre el contenido:

Esta nota de prensa incluye información sobre acciones futuras relacionadas con el negocio de Garmin Ltd. y sus actividades comerciales. Todos los datos aquí contenidos relacionados con la futura presentación de productos de la empresa son futuribles y se basan en las expectativas de negocio actuales de la compañía. Tanto estos como los eventos y circunstancias comentadas en las notas de prensa pueden no producirse y sus resultados reales diferir substancialmente como consecuencia de factores de riesgo conocidos y desconocidos que puedan afectar a Garmin, incluyendo, entre otras cuestiones, los indicados en el Informe anual del Formulario 10-K para el año que finalizó el 31 de diciembre de 2005 presentado por Garmin a la Comisión de Bolsa y Valores (archivado en la Comisión con el número 0-31983). Se puede descargar una copia de dicho Formulario 10-K de Garmin en www.garmin.com/aboutGarmin/invRelations/finReports.html. Por lo tanto, Garmin no garantiza las acciones futuras que puede contener esta nota de prensa. Además, estas sólo se refieren a la fecha en que están previstas y Garmin no tiene obligación de revisar o actualizarlas periódicamente, ya sean como resultado de nuevos datos, eventos futuros o cualquier otra circunstancia.

Para más información contactar con:

Begoña Fernández/Cristina Herranz

Méilton Rans

91 547 47 18

bfernandez@periodicmail.com

cherranz@periodicmail.com

Rosa Narganes

Responsable de Relaciones de Prensa de Garmin Iberia S.A.

93 357 26 08

marketing@trepat.com