

Garmin cierra el segundo trimestre con un importante crecimiento en sus márgenes



- La compañía ha centrado todos sus esfuerzos en mantener unas cifras positivas pese a la todavía complicada coyuntura económica mundial. Así, cierra el segundo trimestre del año con un ascenso en sus márgenes de crecimiento y operación.
- Estos resultados son consecuencia de la política de la firma durante los últimos meses, que se ha basado en el lanzamiento de nuevos productos, en la contención de gastos y en la búsqueda constante de fórmulas que aporten un valor añadido a todos sus clientes.

Agosto 2009.- **Garmin**, líder global en soluciones de navegación portátil*, acaba de anunciar los **resultados financieros** relativos al segundo trimestre de 2009, período en el que ha registrado una facturación de **669 millones de dólares**, cifra un 27% inferior a la que obtuvo durante el mismo período de 2008.

La multinacional cierra, de este modo, una época **marcada por la desaceleración económica en todo el mundo** y durante la que ha conseguido mantener su posición, a pesar de que su facturación se ha visto afectada en todos los sectores. Aun así, los mejores resultados son los obtenidos en sus **márgenes de crecimiento y operación**, que continúan aumentando. Con todo ello, las ventas de la compañía se traducen en **3,7 millones de unidades** en todo el mundo.

Garmin: crecimiento en positivo

Garmin está muy satisfecha con los resultados obtenidos durante este período, ya que sus esfuerzos se han centrado **en lanzar nuevos productos en cada una de sus divisiones, contener gastos y buscar aquellas alternativas de negocio** que aporten un valor añadido a sus clientes. Una estrategia empresarial que le ha permitido obtener un **margen de crecimiento global** de un **52,6%** en las cuatro áreas y que supone una importante mejora respecto al pasado año. Por sectores, automoción mejoró su margen en un 45% respecto al 39% del segundo trimestre de 2008, al igual que lo hizo el sector outdoor/fitness con un importante aumento desde un 57% al 68% del período actual.

Por su parte, el **margen de operación** aumentó de un 13,3% de 2008 al 29,8% en el citado trimestre de 2009, mientras que los **costes disminuyeron en 26 millones** gracias a la contención de gastos. El ahorro más importante se ha dado en publicidad, donde se ha reducido un 42% y, en segundo lugar, en las áreas de venta y administrativa, en las que se ha conseguido una disminución de cinco millones.

Sin embargo, la compañía no escatima esfuerzos en el departamento de **Investigación y Desarrollo**, en el que ha aumentado hasta tres millones su inversión y para el que se han contratado nuevos ingenieros. Todo con el fin de apoyar las nuevas iniciativas que abran paso a nuevas soluciones y continúen mejorando los productos de la firma.

En palabras de **Natalia Cabrera, Directora de Marketing de Garmin Iberia**: *“La situación económica actual, en la que llevamos inmersos bastantes meses, continúa afectando a todos los sectores en mayor o menor medida. Aun así, y si atendemos a nuestras cifras, hemos conseguido mantenernos en números positivos y crecer secuencialmente en determinadas áreas, así como aumentar nuestros márgenes de forma global. Todo ello, unido a nuestros esfuerzos por reducir gastos y aportar soluciones nuevas al mercado, nos ayuda a continuar en una posición de liderazgo en un mercado tan complicado como el actual”.*

Resultados por sectores

El ligero descenso que han sufrido los resultados de este segundo trimestre no ha conseguido mermar la situación de la firma, que se sitúa en cifras de dos o tres dígitos en las diferentes áreas donde opera.

De esta manera, en el sector del automóvil se han facturado **437 millones de dólares**, un 27% menos que entre abril y junio de 2008. En cuanto a los sectores de **aviación, outdoor/fitness y náutica**, su facturación se ha situado en **64 millones, 108 millones y 60 millones**, respectivamente. Estos números corroboran, a su vez, una mejora de los ingresos respecto al trimestre anterior y el decrecimiento más bajo de los últimos meses.

Cifras por zonas

Las diversas áreas geográficas también se han visto afectadas por la situación económica mundial, como es el caso de **Europa**, donde la facturación de **Garmin** se traduce en **198 millones de dólares**, lo que significa un descenso del **36%**. Por su parte, las cifras en **América del Norte** marcan **436 millones de dólares**, un retroceso del **24%** frente al período análogo del año pasado.

Finalmente, la parte más positiva viene desde **Asia**, zona donde se ha conseguido un importante repunte, lo que provoca un avance de la compañía en cuota de mercado en la citada región. De esta forma, en el continente asiático la facturación se sitúa en **35 millones de dólares**, un significativo aumento del **21%** frente a los **29 millones** de dólares alcanzados durante la primavera de 2008.

*Fuente; Canalys, estudio de mercado mundial de sistemas de navegación portátil para todo el año 2008, publicado en febrero del 2009

Información corporativa:

Garmin Iberia S.A. pertenece a Garmin Ltd. (Nasdaq: GRMN), líder global en navegación por satélite. Desde 1989, este grupo empresarial se ha dedicado al diseño, fabricación y comercialización de dispositivos y aplicaciones de navegación, comunicación e información, la mayoría de los cuales incorporan tecnología GPS. Los productos de Garmin se emplean para automoción, móviles, actividades al aire libre, fitness, náutica, aviación y en aplicaciones OEM. Garmin Ltd. está constituida en las Islas Caimán y sus principales empresas subsidiarias están ubicadas en los Estados Unidos, Taiwan y el Reino Unido. Para más información visite la Sala de Prensa en www.garmin.es o contacte con el departamento de Relaciones de Prensa en el teléfono 93 497 23 73. Garmin es una marca registrada de Garmin Ltd. o sus empresas subsidiarias.

El resto de marcas, nombres de producto, nombres de compañías, marcas registradas y marcas de servicios 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

Mélon Rans

91 547 47 18 (exclusivo para periodistas)

bfernandez@periodicmail.com

cherranz@periodicmail.com

Natalia Cabrera

Directora de Marketing de Garmin Iberia S.A.

93 357 26 08

natalia.cabrera@garmin.com