

PERFIL CORPORATIVO

Compañía pionera en el desarrollo y comercialización de tecnología GPS, **Garmin** celebrará este 2009 su **20º aniversario**. Desde su nacimiento en el año 1989, ha conseguido el **liderazgo en todos los sectores** en los que tiene presencia: automoción, fitness, outdoor, aviación y náutica. Su avanzado conocimiento tecnológico, unido a la introducción de un nuevo concepto de satisfacción al cliente basado en soluciones adaptables a los diferentes públicos y al gusto por el diseño innovador, han hecho posible que hoy disfruten de sus productos millones de usuarios en todo el mundo, siendo una marca referente de crecimiento económico en los mercados internacionales.

En noviembre de 2007, el grupo norteamericano **Garmin Ltd.** (Nasdaq: GRMN), fabricante global de dispositivos y soluciones de navegación, adquiere Electrónica Trepát, distribuidor de los productos de la firma en España, momento en el que pasa a denominarse **Garmin Iberia**. Dicha compra responde a la constante política de expansión de la marca, que va aumentando exponencialmente su presencia en los mercados europeos, adquiriendo algunos de los principales distribuidores de este continente, entre ellos los de Alemania, Francia, Italia, Dinamarca, Austria y Portugal, además de España.

El afán de superación, junto a la preocupación constante por ofrecer la excelencia, han sido en parte responsables de este éxito, pero también las miles de personas que desde Norteamérica, Asia y Europa trabajan cada día en **Garmin** por ofrecer una **experiencia tecnológica única en tierra, mar y aire**. Allí donde el usuario quiera llegar, siempre encontrará un producto **Garmin** capaz de transportarle al lugar exacto con la máxima precisión: navegadores GPS para coches y motos que permiten llegar de forma rápida, segura y sin perderse al lugar deseado; GPS portátiles, ligeros y manejables que potencian el contacto con la naturaleza; equipos náuticos avanzados para una estancia a bordo confortable y placentera, y entrenadores personales para ponerse en forma. Productos todos ellos funcionales y con altas prestaciones que siguen siendo el mejor estandarte de la compañía. Prueba de ello son los **más de 31 millones de unidades** que la multinacional vendió en todo el mundo hasta el año 2007 (a falta de los datos actualizados del año pasado).

Éxito en todos los sectores

La amplia gama de productos de **Garmin**, tanto de náutica y de fitness/outdoor como de automoción/móviles, representa en esencia la filosofía de la marca, centrada siempre en ofrecer un **diseño vanguardista e innovador**, combinado siempre con la más **avanzada tecnología** desarrollada "in house".

Dentro del segmento de **náutica**, los productos destacan por incorporar sistemas de multifunción para trabajar en red, sondas digitales de alta resolución y calidad de imagen, cartografía con imágenes de alta resolución y visión 3D, pilotos automáticos inteligentes con tecnología Shadow Drive™ o instrumentación digital "plug-and-play", entre otras avanzadas funciones.

Como especialista en tecnología GPS, **Garmin** ha desarrollado una amplia gama de productos destinados a actividades de **fitness**, que, a modo de relojes digitales de pulsera, se convierten en el compañero perfecto en los entrenamientos diarios. A estos se suma una amplia gama de receptores GPS portátiles, prácticos y de sencillo manejo, que ofrecen funciones específicas para las distintas actividades al aire libre (senderismo, escalada, ski, trekking, BBT, geocaching...).

En la gama de automoción, mapas en 3D, instrucciones giro a giro claras y fiables mediante mensajes de voz, miles de puntos de interés, alertas sobre radares de velocidad, información detallada en ruta y un sinfín de avanzadas prestaciones más convierten a estos equipos en los navegadores más sobresalientes del mercado.

Resultados económicos

A falta de los datos definitivos, **Garmin estima que cerrará el año 2008 con una facturación total a nivel mundial de unos 3.600 millones de dólares**, lo que supondría un considerable aumento respecto a los 3.180 millones del 2007, que a su vez significó un crecimiento del 79% respecto a los 1.770 millones de 2006.

En el tercer trimestre del 2008, la multinacional registró una facturación de 870 millones de dólares, cifra que se traduce en un crecimiento del 19% frente a los 729 millones de dólares obtenidos durante el mismo trimestre del año anterior. Su cuota de mercado se incrementó en prácticamente todas las zonas donde comercializa sus productos y consiguió aumentar las ventas en los sectores de automoción/móviles (con una facturación de 626 millones de dólares en este período y una subida del 21%), aviación (81 millones y un incremento del 9%) y outdoor/fitness (con 119 millones de dólares de facturación, lo que significa un crecimiento del 35%).

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:

Neus Jordi / Elena Pipó

Mallorca Press

627 88 50 51 / 636 46 25 52

njordi@mallorcypress.es

prensa@mallorcypress.es

Natalia Cabrera

Directora de Marketing de Garmin Iberia S.A.

93 357 26 08

natalia.cabrera@garmin.com