

## Garmin completa un año fiscal positivo marcado por un aumento de un 10% en su facturación total



- La compañía ha incrementado su cuota de mercado global y ha conseguido una significativa reducción de inventario. Por sectores, han aumentado las ventas de producto, aunque la facturación se vio afectada durante el último trimestre del año debido, en gran parte, a la situación de desaceleración económica.

Febrero 2009.- Garmin, líder global en soluciones de navegación portátil\*, acaba de anunciar los **resultados financieros** relativos a 2008, período en el que ha registrado una facturación de **3.490 millones de dólares**, cifra que se traduce en un **crecimiento del 10%** frente a los 3.180 millones de dólares obtenidos durante 2007.

La multinacional cierra, de este modo, un **período marcado por la desaceleración económica en todo el mundo** y durante el que ha conseguido mantener su posición y aumentar su cuota de mercado gracias, entre otros motivos, a las ventas obtenidas con cada una de sus líneas de producto. Todas ellas suman un total de **16,9 millones de unidades** y reflejan un crecimiento del **38%** respecto a 2007.

### Crecimiento por sectores

Los datos de facturación relativos al **último trimestre de 2008** han sufrido un ligero descenso en todos los sectores donde opera la firma. Números que, aun así, no han mermado la cifra global de productos comercializados: **6,4 millones de unidades**, un **15% más** que el trimestre análogo de 2007.

Así, en el sector del automóvil se han facturado **828 millones de dólares** sólo durante el último trimestre de 2008, un 17% menos que entre octubre y diciembre de 2007. En cuanto al ejercicio fiscal de todo el año, estas mismas ventas rebasaron los **2.540 millones** y supusieron un incremento del **8%** con respecto a 2007.

Las cifras totales de 2008 muestran cómo los sectores de **outdoor/fitness, aviación y náutica** también han visto incrementada su facturación: **26%, 10% y 1%**, respectivamente

Sin embargo, durante el período de octubre a diciembre del mismo año, los sectores de **aviación, outdoor/fitness y náutica** han experimentado un ligero estancamiento, situándose su facturación en **67 millones, 120 millones y 33 millones**, respectivamente.

### Cifras por zonas

Las diversas áreas geográficas también se han visto afectadas por la situación macroeconómica mundial. Así, en **Europa**, la facturación de **Garmin** se traduce en **1.010 millones de dólares, en comparación con los 969** registrados durante 2007, lo que significa un **aumento del 5%**. En cuanto al porcentaje del **último trimestre de 2008**, la facturación de la marca ha caído en un **26%** con respecto al período equivalente de 2007.

Por su parte, las cifras en **América del Norte** marcan **2.340 millones de dólares**, en contraste con los 2.070 millones conseguidos en el ejercicio anterior, y que han reportado un aumento del **13%**. También en esta región se repite el descenso durante **el trimestre de octubre a diciembre, un 9% menor** respecto al último intervalo de 2007.

En el continente asiático, la facturación se sitúa en **145 millones de dólares**, un pequeño aumento del **1%** frente a los **144 millones** de dólares alcanzados durante 2007. Asimismo, en el último trimestre del año descienden las ventas en esta región hasta un **17%** en contraposición con los datos del pasado año.

### Por acción

En cuanto a las **ganancias por acción, a lo largo de 2008 el porcentaje se ha situado un 3% por debajo que en 2007**. Una equivalencia de 3,69 dólares frente a los 3,80 dólares obtenidos un año atrás.

En palabras de **Natalia Cabrera, Directora de Marketing Garmin Iberia:** *"Nos encontramos atravesando un momento de desaceleración económica mundial que, obviamente, afecta a todos los sectores y nos obliga a buscar nuevas fórmulas para mantenernos y superar el bache lo mejor posible. Sin embargo, estamos muy orgullosos con unos resultados que demuestran que hemos conseguido mantener nuestros márgenes, reducir inventario y aumentar nuestra cuota de mercado"*.

### Mantenerse en 2009

**Garmin** está muy satisfecha con las acciones realizadas a lo largo del año que acaba de cerrar, entre las que destaca el lanzamiento de nuevos servicios, como el programa de actualización de mapas **nüMaps Lifetime**, y la **adquisición de su distribuidor sueco**. Esta última amplía las oportunidades de negocio, le permite aumentar cuota de mercado y ofrecer un servicio muy completo en toda Europa, donde ya posee 10 distribuidores.

Este año ha comenzado con un importante anuncio, el de la alianza entre **Garmin y Asus** para el lanzamiento de una nueva línea de dispositivos móviles basados en sistemas de localización LBS: **Garmin-Asus nüvifone G60 y M20**.

Finalmente, de cara a **2009** confía plenamente en el lanzamiento de sus nuevos productos para sortear la complicada situación, crecer, en la medida de lo posible, así como mantener unos márgenes adecuados.

\*Fuente; Canalsys, estudio de mercado mundial de sistemas de navegación portátil para todo el año 2007, publicado en febrero del 2008

**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](http://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](http://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**

Méltion Rans

91 547 47 18

[bfernandez@periodicmail.com](mailto:bfernandez@periodicmail.com)

[cherranz@periodicmail.com](mailto:cherranz@periodicmail.com)

**Natalia Cabrera**

Directora de Marketing de Garmin Iberia S.A.

93 357 26 08

[natalia.cabrera@garmin.com](mailto:natalia.cabrera@garmin.com)