Porsche logra un crecimiento sostenible en el ejercicio fiscal 2020

19/03/2021 Porsche AG estableció un nuevo récord en el ejercicio fiscal 2020: su facturación alcanzó los 34 200 millones de dólares (28 700 millones de euros), lo que supera la cifra del año anterior en más de 119 millones de dólares (100 millones de euros).

El resultado operativo fue de cinco mil millones de dólares (4200 millones de euros). En el ejercicio precedente fue de 5250 millones de dólares (4400 millones de euros), antes de considerar partidas especiales, y de 4650 millones de dólares (3900 millones de euros) después de descontar estas. El margen obtenido sobre las ventas fue del 14,6 por ciento en 2020, en línea con el objetivo estratégico marcado, a pesar de la compleja situación económica. Por lo tanto, las sólidas cifras de 2019 no quedaron muy lejos, sobre todo, teniendo en cuenta el cierre temporal de la producción. En total, Porsche entregó más de 272 000 vehículos a los clientes de todo el mundo. Esto supone solo un tres por ciento menos que el año previo, que fue el mejor de la historia. El beneficio antes de impuestos llegó a 5250 millones de dólares (4400 millones de euros), cifra por encima de la alcanzada en 2019.

“El ejercicio fiscal 2020 fue un éxito para Porsche, en medio de unas circunstancias difíciles”, dijo Oliver Blume, Presidente del Consejo Directivo de Porsche AG. “Hay cuatro razones para ello: nuestra atractiva gama de modelos, unos autos con trenes de rodaje eléctricos convincentes, la fortaleza innovadora de la marca y la determinación con la que hemos afrontado la gestión de la crisis. Hemos vendido más de 20 000 unidades del Taycan, el primer deportivo completamente eléctrico de Porsche. Eso le convierte en el deportivo eléctrico más exitoso de su clase. Más de 50 premios internacionales acreditan esta afirmación. Entre otros, el Taycan fue elegido ‘auto más innovador del mundo’. Porsche es sinónimo de solidez en su negocio, de actuación sostenible, de responsabilidad social y de tecnologías innovadoras”.

“Estamos muy orgullosos de estos resultados”, dijo Lutz Meschke, Vicepresidente y Miembro del Consejo Directivo de Porsche AG responsable de Finanzas y Tecnologías de la Información. “A pesar de los numerosos desafíos, logramos el objetivo estratégico establecido, con un margen operativo sobre las ventas de 14,6 por ciento”.

Según Lutz Meschke, el hecho de haber alcanzado esas cifras récord a pesar de la difícil situación mundial fue posible gracias a la rápida reacción para ajustar los costos y mantener la solvencia. “Nuestra máxima prioridad en la crisis fue la liquidez. Necesitábamos reducir todos los costos que no eran absolutamente necesarios”. En ningún momento Porsche perdió de vista su dirección estratégica a largo plazo. “No escatimamos nada en lo que respecta a temas de futuro. Seguimos avanzando a toda velocidad en la transformación, digitalización y electrificación. Intentar economizar en estas áreas tendría como resultado una rápida pérdida de competitividad. Nuestra gestión de costos y liquidez es un punto de referencia. Protegimos nuestro negocio para que podamos volver a ponernos en marcha a pleno rendimiento una vez que termine la crisis”.

Perfeccionamiento del programa de rentabilidad

Con esto en mente, Porsche perfeccionó una vez más su ambicioso 'Programa de Rentabilidad 2025'. "Nuestro nuevo objetivo es mejorar el resultado acumulado hasta los 12 000 millones de dólares (10.000 millones de euros) para 2025, y en 3580 millones de dólares (3000 millones de euros) anuales a partir de entonces", dijo Lutz Meschke. "Lo más importante de nuestro plan de rentabilidad es que no se trata únicamente de ahorro, sino también de innovación. No es cuestión de recortar gastos, sino de la optimización inteligente de nuestros procesos y del desarrollo de nuevas ideas de negocio".

En un ambiente de mercado difícil, Porsche ha mantenido constante el número de empleados, que ronda los 36 000. "Ningún empleado tiene que preocuparse. Hemos cerrado un acuerdo sobre seguridad de los puestos de trabajo que garantiza el empleo hasta 2030", dijo Lutz Meschke. "No hemos recortado empleos ni hemos cerrado ninguna de nuestras empresas subsidiarias. Por el contrario, estamos invirtiendo en nuestros trabajadores y en nuestro futuro, lo que va dando sus frutos. Porsche ha aumentado su eficiencia y rebajado su umbral de rentabilidad. Desde esta posición, también queremos alcanzar el objetivo estratégico de un margen de 15 por ciento sobre las ventas en 2021, a pesar de la difícil situación económica". Como en los años anteriores, Porsche compartirá sus beneficios con los empleados.

Porsche tiene como objetivo la huella de carbono neutra para 2030

Frente al continuo cambio climático, Porsche AG se fijó otro objetivo ambicioso: "La sostenibilidad es una parte importante de nuestra Estrategia 2030, tanto desde el punto de vista económico como ecológico y social", dijo Oliver Blume. "Lanzamos un programa integral de descarbonización con un objetivo firme en mente: para 2030, Porsche quiere tener una huella de carbono neutra en toda la cadena de valor. Lo lograremos evitando y reduciendo sistemáticamente las emisiones de CO_2. Todas las plantas importantes, entre ellas Zuffenhausen, Weissach y Leipzig, tienen emisiones neutras de CO_2 desde 2021. Hemos destinado más de 1200 millones de dólares (mil millones de euros) para la descarbonización durante los próximos 10 años. Ya hemos alcanzado el primer hito, pues el Taycan Cross Turismo, que fue presentado a principios de marzo, es el primer vehículo neutro en CO_2 durante toda la fase de uso".

En 2020, un tercio de todos los vehículos Porsche entregados en Europa contó con un tren de rodaje eléctrico total o parcial, mientras que a nivel mundial el porcentaje fue de 17 por ciento. En 2025, la mitad de los nuevos Porsche que sean vendidos tendrá un motor eléctrico. Para 2030, más de 80 por ciento será eléctrico.

Para Porsche, la acción responsable también entra en el ámbito de la gestión sostenible. En línea con esto, la compañía lanzó su programa 'Porsche helps' ('Porsche ayuda') durante la pandemia. Un altísimo número de empleados dedicó su tiempo o su dinero a proyectos benéficos. Para mitigar los efectos del coronavirus, Porsche aumentó sus donaciones casi seis millones de dólares (cinco millones de euros), al

mismo tiempo que fueron duplicadas las entregas de alimentos para organizaciones de ayuda humanitaria.

Rendimiento sólido en ventas

En lo que respecta a ventas, Porsche se benefició de su sólido posicionamiento global. El número de vehículos deportivos entregados a los clientes se mantuvo bastante estable. El auto más solicitado fue el Cayenne, con 92 860 unidades entregadas. Esto supone un incremento de uno por ciento en comparación con el año anterior.

Del Taycan fueron vendidas 20 015 unidades en 2020, a pesar de que la producción estuvo parada durante seis semanas entre marzo y abril, justo cuando empezaba la fabricación del nuevo modelo y era presentado en numerosos países. China siguió siendo el mayor mercado, con 88 968 vehículos entregados en 2020, lo que equivale a un aumento de tres por ciento en comparación con 2019. Las regiones de Asia-Pacífico, Medio Oriente y África también continuaron creciendo, con 121 641 vehículos entregados en 2020 (+4% respecto a 2019). Porsche vendió 80 892 automóviles en Europa. En América la cifra fue de 69 629

Consumption data

Taycan Turbo S Cross Turismo (Predecessor model)

Taycan 4S Cross Turismo (Predecessor model)

Taycan Turbo S (Predecessor model)

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO_2 emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO_2Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Video

https://newstv.porsche.com/porschevideos/175234_en_3000000.mp4

Image Sublines

Path: media/imágenes/img_1.jpg
Title: Cayenne GTS Coupé, Cayenne GTS, 2020, Porsche AG
Subline: Cayenne GTS y Cayenne GTS Coupé.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2021/compania/es-porsche-conferencia-prensa-anual-resultados-ejercicio-fiscal-2020-informe-sostenibilidad-23965.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/b0a0add4-e38b-4650-8cc6-2e10df303d40.zip

External Links
https://newsroom.porsche.com/en/company/annual-sustainability-report-2020.html

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart