

Porsche gana más de 650 millones de dólares en el primer trimestre

30/04/2020 Porsche se enfrentó a los efectos del coronavirus en los primeros tres meses de 2020.

El resultado operativo de la compañía llegó a un poco más de 650 millones de dólares (600 millones de euros), lo que representa 34 por ciento menos que en el mismo trimestre del año anterior. El retorno de las ventas fue de 9,5 por ciento. La compañía entregó 53.125 vehículos a clientes entre enero y marzo, una disminución de cinco por ciento en comparación con el primer trimestre de 2019. Desde el comienzo del año la fuerza laboral creció uno por ciento para llegar a 35.866 empleados.

“Con 600 millones de euros la compañía incluso pudo lograr un ligero aumento en los ingresos por ventas en comparación con el año anterior”, dijo Lutz Meschke, vicepresidente y miembro Consejo Directivo de Porsche AG responsable de Finanzas y TI. “Esto se debe a contamos con una atractiva gama de modelos y a que nuestras unidades de negocios que no se dedican directamente a los autos también tuvieron un desarrollo positivo”. La crisis ocasionada por el coronavirus, la caída en el volumen de ventas y los costos relacionados con las continuas y altas inversiones en electrificación y digitalización jugaron en contra de un resultado más positivo. Además de estos factores, también hubo

un aumento en los gastos generales por la introducción de nuevos modelos, particularmente el Taycan, el primer auto ciento por ciento eléctrico de Porsche. Debido a la crisis del coronavirus estos gastos no pudieron compensarse con mayores ganancias en el primer trimestre de este año.

“La crisis mundial del coronavirus también es un gran desafío para Porsche. Es importante mantener un enfoque optimista y una gestión sistemática para que cuando la crisis haya terminado el trabajo pueda reanudarse a gran velocidad. Estamos comprometidos con nuestras inversiones futuras en términos de electrificación y digitalización de nuestros automóviles”, dijo Oliver Blume, presidente del Consejo Directivo de Porsche AG. “En momentos como estos, también es nuestra intención ser fieles a nuestra responsabilidad social. Es por ello que estamos ayudando con donaciones y apoyando al gobierno con, por ejemplo, la adquisición de equipos de protección médica. Además de eso, muchos de nuestros empleados han ofrecido sus servicios de manera voluntaria a diferentes casusas en estos momentos difíciles”.

“Estamos decididos a tomar decisiones responsables en respuesta a la crisis y a verla como una oportunidad”, dijo Meschke. “Ahora nos estamos concentrando por completo en el manejo de costos, liquidez y flujo de caja para proteger nuestro negocio y estar preparados para volver a implementar completamente nuestra estrategia cuando la crisis haya quedado atrás”.

MEDIA ENQUIRIES

Elizabeth Solís

Public Relations and Press
Porsche Latin America
+1 (770) 290 8305
elizabeth.solis@porschelatinamerica.com

Consumption data

911 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).

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2020/compania/es-porsche-operating-result-return-on-sales-deliveries-workforce-q1-2020-22120.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/d0cb3ca0-4eed-4a93-8195-a6903ccd775a.zip

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