Gran rentabilidad a pesar de los desafíos económicos y políticos

Porsche aumentó sus ingresos y el resultado operativo en el primer semestre del año

**Stuttgart.** En los primeros seis meses de 2018, Porsche AG incrementó su resultado operativo, ingresos, entregas y número de empleados. El resultado operativo aumentó uno por ciento para llegar a 2.570 millones de dólares (2.200 millones de euros), mientras que los ingresos aumentaron en un cuatro por ciento hasta alcanzar los 14.300 millones de dólares (12.300 millones de euros). El rendimiento operativo de las ventas fue del 17,5 por ciento. En la primera mitad de 2018, las entregas aumentaron tres por ciento y se situaron en 130.598 vehículos; la fuerza de trabajo creció cinco por ciento y llegó a 30.785 empleados.

“Nuestro desempeño en la primera mitad del año nos ha dado una sólida base para un exitoso año financiero 2018”, dijo Oliver Blume, Presidente del Consejo Directivo de Porsche AG. “Es particularmente grato observar que el icónico 911 sigue manteniendo una demanda muy alta, especialmente en este año que celebramos los ‘70 Años de Autos Deportivos Porsche’. También continuamos invirtiendo en el futuro de nuestra marca: la electrificación, la digitalización y la conectividad son los principales desafíos que tenemos y que nosotros preferimos ver como nuevas oportunidades. El próximo año verá el lanzamiento en el mercado del Taycan, el primer Porsche puramente eléctrico. Establecerá estándares para el futuro de la movilidad”.

El Vicepresidente del Consejo Directivo de Porsche AG y Miembro del Consejo Directivo responsable de Finanzas y Tecnologías de la Información, Lutz Meschke, piensa que los efectos y el positivo desarrollo de otras áreas del negocio que van más allá de la venta de autos –por ejemplo, post venta y los servicios de consultoría de MHP y Porsche Consulting– contribuyeron positivamente al resultado. En contraparte, el fabricante de autos deportivos de Stuttgart realizó inversiones considerables en temas futuros como la electrificación y en el desarrollo de nuevas áreas de negocios.

“Tendremos algunos desafíos que superar en la segunda mitad del año”, dijo Meschke. Específicamente, Meschke cree que la compañía deberá adaptarse a la incierta situación política y económica y también garantizar que su gama de modelos sea compatible con los nuevos estándares de emisiones en Europa. “Sin embargo, continuaremos trabajando para alcanzar nuestro objetivo estratégico de lograr un rendimiento operativo sobre las ventas de al menos 15 por ciento”, dijo el director financiero.

En términos de entregas de vehículos, el Panamera registró el mayor incremento porcentual en la primera mitad del año: de enero a junio, Porsche entregó a sus clientes 20.500 unidades del Gran Turismo deportivo de cuatro puertas, casi el doble de las unidades entregadas en el mismo período de 2017. El 911 también experimentó un crecimiento de dos dígitos con un aumento de 28 por ciento, lo que equivale a 21.400 unidades. El modelo de mayor volumen continúa siendo Macan, con 46.600 vehículos entregados en el primer semestre de este año. Le siguió el Cayenne con 28.700 entregas. En su mercado local, Alemania, Porsche vio un aumento de 11 por ciento en sus entregas en la primera mitad de 2018 en comparación con 2017 y de nueve por ciento en toda Europa. China sigue siendo el mercado individual más fuerte para Porsche, en donde entregó 33.363 vehículos en el semestre. Detrás se sitió Estados Unidos con 29,421.

Nota: Material fotográfico disponible en la Sala de Prensa de Porsche (<http://newsroom.porsche.com/en>), y en la Base de Datos de Prensa de Porsche (<https://press.pla.porsche.com>).