Información de Prensa **18/03/2022**

El fabricante de automóviles deportivos finaliza el ejercicio fiscal 2021 con nuevos récords

Objetivo Porsche para 2030: más del 80 % de los vehículos nuevos, eléctricos

Stuttgart. Durante el pasado ejercicio fiscal, Porsche AG ha reforzado su posición como uno de los fabricantes de automóviles más rentables del mundo. El constructor de vehículos deportivos con sede en Stuttgart alcanzó las cifras más altas de su historia, tanto en ingresos por ventas como en beneficio operativo. La facturación en ventas durante 2021 fue de 33.100 millones de euros, lo que representa 4.400 millones de euros más que en el ejercicio previo y supone un crecimiento del 15 por ciento (ventas de 2020: 28.700 millones de euros). El beneficio operativo fue de 5.300 millones de euros, una cifra que supera en 1.100 millones de euros la de 2020 (+27 %). Esto supone que Porsche tuvo un margen sobre ventas del 16,0 por ciento (2020: 14,6 %).

“Estos resultados positivos en nuestro negocio se basan en decisiones valientes, innovadoras y con visión de futuro”, ha comentado Oliver Blume, Presidente del Consejo de Dirección de Porsche AG. “Nuestra industria está experimentando la que probablemente sea la mayor transformación de su historia”, continuó. “Establecimos un rumbo estratégico y somos sólidos desde el punto de vista operativo. Este éxito es un trabajo de equipo”. Lutz Meschke, Vicepresidente del Consejo de Dirección como responsable de Finanzas y Tecnologías de la Información, ve la base de estas cifras en la saludable estructura de costes de Porsche AG, además de en su atractiva gama de productos: “Los resultados reflejan la excelente capacidad para generar beneficio de la empresa. También demuestran que nuestro modelo de negocio es sólido y crece creando valor, incluso en circunstancias complicadas como la escasez de semiconductores”.

El *cash flow* neto creció en 1.500 millones de euros en 2021, para situarse en 3.700 millones de euros (2020: 2.200 millones de euros). “Este indicador también es una clara prueba de que Porsche está excelentemente posicionada”, explicaba Lutz Meschke. El

desarrollo positivo también está basado en el ambicioso programa de rentabilidad para 2025, diseñado con el fin de respaldar de manera sostenible los beneficios a través de nuevos modelos e innovaciones. Meschke: “Gracias a unos empleados altamente motivados, este programa ha sido todo un éxito. Porsche ha aumentado aún más su eficiencia y ha reducido el umbral de rentabilidad. Esto nos da margen de maniobra para invertir en la viabilidad futura de nuestra empresa, a pesar de la tensa situación económica. Estamos impulsando con decisión las inversiones en electrificación, sostenibilidad y digitalización. Soy optimista respecto a que Porsche saldrá reforzada de la actual crisis mundial”.

La tensa situación en el mundo exige humildad y cautela: “Porsche mira el conflicto armado en Ucrania con gran preocupación y consternación”, manifestaba Oliver Blume. “Seguimos esperando un cese de hostilidades y un retorno a la diplomacia. La seguridad y la integridad de las personas son primordiales”. Para ayudar a las personas necesitadas en Ucrania, Porsche AG ha donado un millón de euros. Nuestros expertos evalúan continuamente el impacto de esta crisis en las actividades comerciales de Porsche. Las cadenas de suministro en las plantas de Porsche se han visto afectadas, lo que significa que, en algunos casos, ya no es posible producir según lo previsto.

“Tenemos por delante meses complicados, tanto económica como políticamente, pero mantenemos nuestro objetivo estratégico, firmemente anclado durante años, de garantizar a largo plazo un margen de beneficio sobre las ventas de al menos el 15 por ciento”, enfatizaba el responsable de Finanzas Lutz Meschke. “Ya hemos tomado las medidas iniciales para salvaguardar los beneficios. De esta manera, queremos asegurarnos de que podemos seguir cumpliendo los ambiciosos objetivos de rentabilidad. El grado de éxito también depende de unos desafíos externos en los que no podemos influir”. Internamente, sin embargo, Porsche ha establecido todas las condiciones para alcanzar un modelo de negocio exitoso: “Estratégica, operativa y financieramente, Porsche se encuentra en una posición excelente. Por lo tanto, miramos

hacia el futuro con confianza y nos parece bien que se esté considerando una oferta pública de venta de acciones para Porsche AG". "Esto permitiría a Porsche definir aún más su perfil y aumentar su libertad empresarial. Al mismo tiempo, Volkswagen y Porsche podrían seguir beneficiándose de sinergias conjuntas en el futuro".

En 2021, Porsche entregó 301.915 vehículos a clientes de todo el mundo. Por primera vez en la historia de la empresa se ha superado la barrera de las 300.000 unidades (2020: 272.162 entregas). Los modelos más vendidos fueron el Macan (88.362 unidades) y el Cayenne (83.071). Las ventas del Taycan se multiplicaron por más de dos respecto al ejercicio anterior: 41.296 clientes adquirieron el primer Porsche cien por cien eléctrico. El Taycan superó incluso al icónico deportivo 911, aunque este último también estableció un nuevo récord con 38.464 unidades vendidas. Oliver Blume: "El Taycan es un coche 100 % Porsche e inspira a toda clase de personas, desde clientes de la marca hasta otros que llegan por primera vez, pasando por expertos del sector. Estamos intensificando nuestra ofensiva eléctrica con otro modelo más: para mediados de esta década, queremos ofrecer el 718 de motor central exclusivamente con propulsión eléctrica".

El pasado año, casi el 40 por ciento de todos los vehículos Porsche nuevos que se entregaron en Europa estaban electrificados (híbridos enchufables o eléctricos 100 %). Además, Porsche ha anunciado su intención de lograr la neutralidad en emisiones de carbono para 2030. "En 2025, la mitad de las ventas de modelos Porsche nuevos se espera que sean de coches electrificados", anunciaba Oliver Blume. "En 2030, el porcentaje de vehículos nuevos completamente eléctricos debería ser superior al 80 por ciento". Para alcanzar estos ambiciosos objetivos, Porsche está invirtiendo en estaciones de carga *premium* junto a diferentes socios y, adicionalmente, está montando su propia infraestructura de carga. Otras inversiones importantes se están canalizando hacia tecnologías clave como los sistemas de baterías y la producción de módulos. En el recién

E-mail: beatriz.cobo@porsche.es
Teléfono +34 91 203 56 07

fundado Cellforce Group, se están desarrollando y produciendo celdas de batería de alto rendimiento que se espera estén listas para la producción en serie en 2024.

En 2021, Porsche aumentó sus entregas en todas las regiones del mundo. Una vez más, el mercado individual de mayor volumen fue China con casi 96.000 vehículos vendidos, lo que supone un incremento del 8 por ciento respecto a 2020. Porsche tuvo un gran crecimiento en Estados Unidos, un 22 por ciento, para superar las 70.000 unidades entregadas a clientes. También se observó un desarrollo muy positivo en Europa: solo en Alemania, Porsche superó sus ventas en un 9 por ciento en comparación con las del ejercicio anterior, para llegar casi a 29.000 unidades.

Más información, vídeos y material fotográfico para descargar en alta resolución en la página de Porsche Newsroom en español: newsroom.porsche.es

Contacto:
José Antonio Ruiz
Jefe de Relaciones Públicas y Comunicación
Porsche Ibérica
joseantonio.ruiz@porsche.es