

Planes de Porsche para 2030: más de 80% de sus autos nuevos serán eléctricos

18/03/2022 Durante el pasado ejercicio fiscal, Porsche AG reforzó su posición como uno de los fabricantes de automóviles más rentables del mundo. El fabricante de autos deportivos de Stuttgart alcanzó las cifras más altas de su historia, tanto en ingresos por ventas como en beneficio operativo.

La facturación por ventas en 2021 alcanzó el equivalente a 36 300 millones de dólares (33 100 millones de euros), 4800 millones de dólares (4400 millones de euros) más que el año anterior, lo que representa un crecimiento de 15 por ciento (ventas del año anterior: 31 500 millones de dólares, 28 700 millones de euros). El beneficio operativo fue de 5800 millones de dólares (5300 millones de euros), superando la cifra del año anterior en 1200 millones de dólares (1100 millones de euros), lo que equivale a un incremento de 27 por ciento. Por lo tanto, Porsche generó un rendimiento operativo sobre las ventas del 16,0 por ciento (año anterior: 14,6 por ciento).

“Estos resultados positivos en nuestro negocio se basan en decisiones valientes, innovadoras y con

visión de futuro", dijo Oliver Blume, presidente el Consejo Directivo de Porsche AG. "Nuestra industria está experimentando lo que probablemente sea la mayor transformación de su historia", continuó. "Establecimos un plan estratégico desde el principio y contamos con gran solidez operativa. Este éxito se debe al trabajo en equipo". Por su parte, Lutz Meschke, vicepresidente y miembro del Consejo Directivo responsable de Finanzas y Tecnologías de la Información, ve la base de las sólidas cifras en la saludable estructura de costos de Porsche AG, además de la atractiva gama de modelos: "Los resultados demuestran el excelente poder de generar ganancias que tiene nuestra empresa. También demuestran que nuestro modelo de negocio es sólido y aumenta creando valor, incluso en circunstancias complicadas como la escasez de semiconductores".

El flujo de caja neto creció en 1600 millones de dólares (1500 millones de euros), para situarse en 4000 millones de dólares (3700 millones de euros) en 2021 (2020: 2400 millones de dólares, 2200 millones de euros). "Este indicador también es una clara prueba de que Porsche está excelentemente posicionada", dijo 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. "Gracias a unos empleados altamente motivados, este programa ha sido todo un éxito", dijo Meschke. "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. Pienso que Porsche saldrá aún más 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", dijo 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 (el equivalente a 1 221 770 dólares). Nuestros expertos evalúan continuamente el impacto del conflicto 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 establecido desde hace varios años, de garantizar a largo plazo un margen de beneficio sobre las ventas de al menos 15 por ciento", dijo 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 que no podemos influir". Internamente, sin embargo, Porsche estableció 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 esté siendo considerada la posibilidad de cotizar en bolsa a 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 fue superada 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 duplicaron respecto al ejercicio anterior: 41 296 clientes adquirieron el primer Porsche ciento topor cien eléctrico. El Taycan superó incluso al icónico deportivo 911, aunque este último también estableció un nuevo récord con 38 464 unidades vendidas. “El Taycan es un auto ciento por ciento Porsche e inspira a toda clase de personas, desde clientes de la marca hasta otros que llegan por primera vez, pasando por los expertos del sector”, dijo Oliver Blume. “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 40 por ciento de todos los vehículos Porsche nuevos que fueron entregados en Europa contaban con un tren de rodaje eléctrico (híbridos enchufables o ciento por ciento eléctrico). Además, Porsche anunció hace algunos meses su intención de lograr la neutralidad en emisiones de carbono para 2030. “Esperamos que en 2025, la mitad de los modelos Porsche nuevos que vendamos sean autos eléctricos”, dijo Oliver Blume. “En 2030, el porcentaje de vehículos nuevos completamente eléctricos debería ser superior a 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 están siendo canalizadas hacia los sistemas de baterías y la producción de módulos, entre otras tecnologías clave. En el recién fundado Cellforce Group están siendo desarrolladas y producidas 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 de ocho por ciento respecto a 2020. Porsche tuvo un gran crecimiento en Norteamérica: en Estados Unidos las entregas crecieron 22 por ciento para superar las 70.000 unidades. Europa también vivió un desarrollo muy positivo: sólo en Alemania, Porsche incrementó sus ventas nueve por ciento en comparación con las del ejercicio anterior, para llegar casi a 29 000 unidades.

Video

https://newstv.porsche.com/porschevideos/205790_en_3000000.mp4

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2022/compania/PLA-es-porsche-conferencia-anual-de-prensa-ejercicio-fiscal-2021-informe-sostenibilidad-27769.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/afb19800-1beb-4912-9253-14c458bf4e54.zip

External Links
https://newsroom.porsche.com/en/company/annual-sustainability-report-2021.html

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