

40º aniversario de Porsche Ibérica: hacia la nueva movilidad (2014 - 2024)

17/07/2024 Porsche Ibérica se ha enfrentado a grandes retos en el último decenio. El primero fue una pandemia que cambió las reglas del juego en el mundo de la automoción. El segundo ha sido la llegada de una nueva forma de movilidad que confía cada vez más en el enchufe. Pero los desafíos de esta década no terminan aquí.

La cuarta década de Porsche Ibérica dio comienzo con la tranquilidad de haber dejado atrás la depresión financiera. La oferta de vehículos de la marca aumentaba mientras la clientela, año a año, dibujaba una línea creciente en el gráfico de las ventas de España y Portugal. En este momento, la compañía tenía por delante el reto de la electrificación. En 2015, el precursor del Taycan (Mission E) se acababa de presentar al público en el Salón de Fráncfort y ahora tocaba desarrollar y poner en marcha aquel ambicioso proyecto.

Siguiendo la estela de los últimos años, la hibridación fue cobrando importancia en el mercado ibérico,

por encima incluso de la media europea. Las versiones E-Hybrid del Cayenne y del Panamera iban ganando adeptos y, en el caso de la berlina, llegaron a suponer más del 50 % de las ventas totales del modelo en un breve espacio de tiempo. Esta situación fue incluso más acusada en Portugal, donde el cliente mostró una predisposición al enchufe sorprendentemente buena. El posicionamiento de las versiones híbridas, unido a una mentalidad cambiante, hizo que este tipo de motorizaciones empezara a tener una demanda considerable. Por el contrario, otras tecnologías como el diésel perdieron terreno. Esto último motivó a la compañía a dar un paso importante en febrero de 2018, cuando anunció que dejaría de lado los motores de gasóleo de forma definitiva.

Y así, con el camino de la electrificación ya allanado, el Taycan llegó al mercado en 2019. La expectación era muy alta desde hacía cuatro años, cuando se había mostrado al mundo por primera vez en forma de prototipo. No se trataba de un lanzamiento cualquiera, era el primer vehículo 100 % eléctrico de Porsche, un deportivo de enfoque familiar que debía mostrar un carácter claramente disruptivo, pero sin dejar de lado la identidad de la marca. Una tarea difícil, que superó con nota nada más llegar a los concesionarios. En su primer año completo de comercialización, Porsche Ibérica vendió 360 unidades, lo que dejaba claro que iba a ser un modelo de éxito. Los años siguientes así lo confirmarían.

Prácticamente coincidiendo en el tiempo con la llegada de la berlina eléctrica, Porsche Ibérica inauguraba las nuevas instalaciones de la Avenida de Burgos, en Madrid. El espectacular edificio multifunción, de diseño vanguardista, alberga las oficinas de la marca para España y Portugal, así como el emplazamiento de Centro Porsche Madrid Norte. Se trata de un centro de experiencias con numerosos espacios, en el que cada uno de los despachos y salas de reuniones es un homenaje a la rica historia de la compañía. El renombrado fotógrafo Fernando Guerra lo inmortalizó con su cámara poco después de su estreno.

El compromiso de Porsche Ibérica durante la pandemia

A comienzos de 2020 el coronavirus irrumpió de manera absolutamente inesperada y el mundo dio un frenazo en seco. La industria del automóvil fue una de las grandes perjudicadas, ya que tuvo que detener la producción y hacer frente a efectos colaterales, como la posterior ralentización de la cadena de suministro. Pero antes de estabilizar el negocio, era imperativo ayudar a aliviar la tragedia humana que estaba provocando la pandemia en sus primeros meses.

Porsche Ibérica se puso en marcha inmediatamente y creó la división Porsche Compromiso Social (PCS), que arrancó con dos grandes acciones. La primera fue la entrega de 6.000 comidas durante los meses de marzo, abril y mayo de 2020, a personas desfavorecidas. Esta iniciativa nació en las cocinas de Porsche Ibérica y se coordinó junto con el Ayuntamiento de Madrid; la segunda fue el lanzamiento del programa Porsche SUMA, un acuerdo de colaboración con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) y su homónima portuguesa, Rede de Emergencia Alimentar. Gracias a Porsche SUMA se realizaron importantes donaciones a estas organizaciones y también se llevó a cabo el Taycan Electrotour, en el que una caravana solidaria atravesó durante varios días la península ibérica para,

finalmente, transformar los más de 5.000 kilómetros recorridos en kilos de comida que se entregaron a los bancos de alimentos de España y Portugal.

En el ámbito empresarial, Porsche Ibérica se autoimpuso el protocolo de medidas preventivas "Espacio Cero", certificado y auditado por una empresa externa, para transmitir seguridad y confianza a sus empleados. También se incrementó el número de trabajadores en el *call center* para dar el mejor servicio posible a los clientes, se multiplicaron los contenidos en la web de la marca y se amplió en tres meses la garantía de los vehículos Porsche que expiraba entre el 1 de marzo y el 31 de mayo de 2020.

Un gran impulso a la electrificación

Otro hito destacado de la filial española de Porsche en este último periodo es su aporte al desarrollo de la infraestructura de carga. Porsche Ibérica, experta en electromovilidad, ha contribuido a la instalación de unos 900 cargadores públicos, de ellos, 250 con una potencia superior a 175 kW. En palabras de Tomás Villén, su Director General: "Hemos participado de forma directa o indirecta en la implantación del 50 % de los cargadores de alta potencia que hay en toda la península, cuando tan solo representamos un 0,3 % del total del mercado. Todos nuestros concesionarios han invertido en tener sus propios cargadores de alta potencia".

Del acuerdo de Porsche con Iberdrola / bp pulse han nacido 20 estaciones de carga ultrarrápida que se han instalado en el territorio peninsular, todas ellas con varios postes de 320 kW – 360 kW de potencia; a esto se suman los 23 Centros Porsche de España y Portugal que han hecho importantes inversiones para poner en marcha 50 cargadores de 320 kW y muchos más con potencias inferiores en sus recintos; además, la iniciativa Porsche City Charging ha permitido la instalación de puntos de carga en el centro de algunas ciudades relevantes, mientras Porsche Destination Charging ofrece facilidades de carga a vehículos eléctricos e híbridos enchufables en hoteles, restaurantes, campos de golf, puertos deportivos o clubs náuticos, entre otros destinos exclusivos. Todo ello, sin olvidar que Porsche, junto a otras compañías, dio origen a la empresa Ionity con el objetivo de fomentar la carga rápida en las principales carreteras europeas: a día de hoy, existen 44 estaciones con 150 cargadores de 350 kW de potencia en nuestra geografía.

Y es que el compromiso de Porsche no es solo fabricar los mejores deportivos eléctricos, sino también contribuir a que la infraestructura de carga sea adecuada para satisfacer las necesidades de los clientes, igual que potenciar otros aspectos claves para la electromovilidad como la formación de la red o explicar a dichos clientes las ventajas y formas de uso de un Porsche 100 % eléctrico.

Cambios en el área de Finanzas y TI

En septiembre de 2021 Julia Boch asumía la Dirección General de Finanzas y Tecnologías de la Información en Porsche Ibérica, cargo en el que sustituyó a Juan José Maestro, que se jubilaba tras una larga y fructífera trayectoria en la compañía. Consciente de la importancia de las inversiones de la

empresa en España y Portugal en materia de electrificación, declaraba: “Para nosotros, contribuir a ese nuevo escenario es una prioridad. Como fabricante de automóviles deportivos debemos ofrecer un plus a los clientes y es algo que ya ocurre con el Taycan”. Julia, desde su departamento, también potencia todo aquello que tenga que ver con la mejora del medio ambiente.

El reto de la nueva movilidad

Cuarenta años después de su fundación, Porsche Ibérica es hoy una filial con mucho músculo, que ha crecido en su capital humano y ha multiplicado por diez las entregas de vehículos. No en vano, ha pasado de tener una gama formada por tres modelos a principios de los años 80 a otra con seis en la actualidad, de los cuales, varios ofrecen distintas variantes de carrocería.

Por delante tiene el reto de la nueva movilidad. En este momento, el 95 % de los Cayenne y Panamera que se venden son enchufables y cerca del 20 % de las ventas lo representa el Taycan, el modelo 100 % eléctrico. Es decir, el 50 % de las entregas actuales en España y Portugal es de modelos que se enchufan. Las estimaciones apuntan a que, en 2025, en torno al 50 % de las ventas de Porsche en España sean de modelos eléctricos puros, un porcentaje que podría subir al 80 % si se suman los modelos híbridos enchufables.

La llegada del Macan Electric este mismo verano será clave para la consecución de este objetivo. Los pedidos del segundo modelo 100 % eléctrico de la marca han superado las expectativas más optimistas y se espera tener todo el cupo de 2024 vendido antes de entregar las primeras unidades en julio.

Porsche tiene un reto global para 2030: conseguir que el porcentaje de vehículos nuevos completamente eléctricos sea superior al 80 por ciento. Como complemento, los *e-fuels* que produce junto a sus socios en Chile jugarán un papel clave para que los coches con motor de combustión que aún circulan y circularán por el mundo en los próximos años sean neutros en CO_2.

Los cuarenta años de éxitos de Porsche Ibérica y la buena preparación con la que afronta esta nueva era de la movilidad eléctrica no hubieran sido posibles sin una red de concesionarios entregada al servicio del cliente. La pasión y profesionalidad con que trabajan todos los empleados que forman la familia Porsche en España y Portugal, se refleja año tras año en los elevados índices de satisfacción que muestran los propietarios de vehículos de la marca con los Centros Porsche en las encuestas periódicas que se realizan.

Para conmemorar esta efeméride, Porsche Ibérica ha lanzado un modelo exclusivo para el mercado ibérico del que solo se van a fabricar 40 unidades, el 911 Cuarenta Edition. Realizado con la colaboración entre expertos de Porsche Ibérica, Style Porsche y el equipo de personalización de Sonderwunsch, este coche incorpora una combinación única de colores y acabados exteriores e interiores, así como logotipos exclusivos inspirados en la historia y cultura de España y Portugal.

El Porsche 911 Cuarenta Edition se presentó en una emotiva gala celebrada en el Museo del Automóvil

de Málaga a la que asistieron todos los concesionarios de Porsche de la Península, el equipo directivo de Porsche Ibérica y otros grandes personajes, clave en la historia de la compañía. Entre estos últimos destacaban Peter Schwarzenbauer y Joachim Lamla, Directores Generales de Porsche Ibérica, el primero entre 1997 y 2003, y el segundo de 2003 a 2009.

Y para desvelar en primicia el Porsche 911 Cuarenta Edition vinieron desde Alemania Alexander Fabig, Vicepresidente de Individualización y Clásicos de Porsche, Raul Castore, Director para el Sur y Oeste de Europa de Porsche AG, y Heinz H. Alexy, Presidente de Gestión de la Cadena de Suministro y Consejero de Porsche Ibérica, personas clave en el desarrollo de un coche tan especial.

Image Sublines

Path: 40º aniversario de Porsche Ibérica: 2014 - 2024/fotos/img_1.jpg
Title: Porsche Cayenne E-Hybrid, 2018, 40º aniversario de Porsche Ibérica (1984-2024)
Subline: Porsche Cayenne E-Hybrid de 2018 cargando su batería.

Path: 40º aniversario de Porsche Ibérica: 2014 - 2024/fotos/img_4.jpg
Title: Porsche Macan Electric, 2024, 40º aniversario de Porsche Ibérica (1984-2024)
Subline: El nuevo Macan es el segundo modelo 100 % eléctrico de Porsche y jugará un papel clave en el futuro próximo de la marca.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-2014-2024-36346.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/a2fcce63-df0b-437c-8ae3-5c552013b975.zip

External Links
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-1984-1994-35983.html
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-1994-2004-35984.html
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-2004-2014-36240.html
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-2014-2024-36346.html