Blume: "Sin duda, un verdadero Porsche"

Este artículo refleja la situación en el momento de su publicación. El contenido puede haber quedado desactualizado desde entonces.

04/09/2019 Oliver Blume, Presidente del Consejo de Dirección de Porsche, habla sobre el Taycan, las oportunidades de la movilidad eléctrica y el futuro de la compañía.

Sr. Blume, ¿puede un automóvil que no obtiene potencia de la gasolina, sino de una batería, seguir siendo un verdadero Porsche?

(Risas) Obviamente no has conducido el Taycan. Si lo hubieras hecho, esa pregunta nunca se te habría ocurrido.

¿Así que ha probado el Taycan?

Muchas veces. Las pruebas de conducción son esenciales en el proceso de desarrollo para que un producto sea perfecto.

¿Y su impresión?

¡Fenomenal! Sin duda, un Porsche de verdad. Responde increíblemente en todas las situaciones. Y no cede ni un centímetro ante el 911. Más allá de la aceleración, la dinámica de conducción es especialmente impresionante. El Taycan trae entusiasmo y emoción a la movilidad eléctrica.

¿Qué puede hacer el Taycan que otros eléctricos no puedan?

Simplemente, no hay nada comparable en el ámbito de los coches deportivos eléctricos.

¿Podría ser más específico?

Prestaciones a la altura de un superdeportivo. Aceleración continuada sin pérdida de potencia. Autonomía de larga distancia. Conectividad de última generación. Diseño sobresaliente por dentro y por fuera. Y el alma de un atleta, como solo Porsche puede ofrecer.

¿Y cuáles son las innovaciones técnicas que marcan la diferencia?

Hay muchas. Por ejemplo, el Taycan es el primer vehículo de serie con un sistema eléctrico de 800 voltios en lugar de los 400 voltios habituales de los coches eléctricos. La capacidad total de la batería

de iones de litio es 93 kWh. Por lo tanto, no se trata de un vehículo eléctrico más, y mucho menos de un dispositivo inteligente que ruede. Es el Porsche entre los deportivos eléctricos.

¿Qué le hace estar tan seguro?

Décadas de tradición y experiencia. La síntesis perfecta entre el deporte del motor y la facilidad de uso en el día a día. Y no menos importante: nuestro papel como motor de innovación en sistemas de impulsión híbridos y eléctricos. En 2013, Porsche presentó el primer modelo híbrido enchufable de la segmento de lujo con el Panamera S E-Hybrid y con el 918 Spyder, un deportivo híbrido altamente innovador. Luego vino el Porsche 919 Hybrid, auténtico laboratorio de investigación además de ser el coche de carreras más complejo de todos los tiempos. Con él ganamos el Campeonato del Mundo de Resistencia tres veces seguidas. El 919 Evo, un desarrollo posterior, marcó un sensacional tiempo de 5:19.55 minutos en el Nordschleife de Nürburgring, algo increíble. Y por cierto, Ferdinand Porsche desarrolló el motor eléctrico en el cubo de rueda a finales del siglo XIX.

¿Y todo eso está en el Taycan?

Es la consecuencia de todo eso.

Su responsable de Diseño, Michael Mauer, sostiene que el Taycan redefine la arquitectura clásica de los modelos puramente eléctricos y la lleva un paso más allá.

Es cierto. Para él y su equipo el objetivo era tratar de hacer reconocible al Taycan como un Porsche al primer golpe de vista pero, al mismo tiempo, distinguiéndolo del resto de modelos. Sin duda, lo han conseguido. Las proporciones del Taycan son tan típicamente Porsche como únicas.

Otras marcas premium se están embarcando en la movilidad eléctrica con un SUV. Porsche, en cambio, con una berlina deportiva. ¿Por qué?

Por tres razones. Primero, la marca Porsche tradicionalmente ha sido sinónimo de coches deportivos, es decir, de diseño agresivo y plano. Y con nuestro primer modelo totalmente eléctrico vamos directos al núcleo de la marca, tanto en términos de experiencia como de apariencia. En segundo lugar, una berlina aporta considerables ventajas aerodinámicas en comparación con un SUV, lo que tiene un impacto positivo en la autonomía. El Taycan es, en este sentido, el mejor de todos nuestros modelos actuales. Y tercero, las baterías, que van alojadas en la parte inferior de la carrocería, dan como resultado un centro de gravedad particularmente bajo. De hecho, es más bajo en el Taycan que en el 911. Y esto se siente en la dinámica de conducción.

Los vehículos tradicionales se encuentran cada vez bajo mayor presión debido a los nuevos competidores y a las políticas aplicadas a la automoción. ¿Es la electromovilidad más un riesgo que una oportunidad?

Definitivamente, una oportunidad y una misión a cumplir.

Echando un vistazo a los diversos tipos de motorización que habrá en un futuro en el que no caben las emisiones locales de CO_2, vemos que hay tres tecnologías a considerar: eléctrica, hídrogeno y motores capaces de funcionar con combustibles fósiles. Está claro que Porsche ha hecho su elección.

Con un objetivo claro. Desde la perspectiva del 'pozo a la rueda' (toda la cadena de emisiones que afectan a la movilidad), un nuevo vehículo eléctrico es aproximadamente tres veces más eficiente que uno de hidrógeno y seis veces más eficiente que un vehículo que funciona con combustibles sintéticos. Si se incluye la producción de baterías, la relación sigue siendo de uno a dos sobre el hidrógeno y de uno a tres en comparación con los combustibles sintéticos. Y con el avance del desarrollo de la batería, esta ventaja crecerá aún más. Para un fabricante de coches deportivos como Porsche, estos son argumentos convincentes, aparte de las excelentes cifras de rendimiento que se pueden lograr con un sistema de accionamiento eléctrico.

La neutralidad de emisiones solo se alcanzará, no obstante, cuando la electricidad provenga de fuentes 100% renovables.

Eso es cierto.

Deportivos con motores potentes, pesados modelos SUV... La marca también recibe críticas en el debate sobre la mejora del clima. Y que un Porsche sea eléctrico tampoco tiene por qué significar que sea perfecto en estos términos.

Permítame ser directo: los fabricantes de automóviles tenemos una responsabilidad muy clara de reducir las emisiones del transporte. Aquellos que desean crear valor a largo plazo no solo deben comprender la relación entre las ganancias económicas y la creación de valor tanto para las personas como para el medio ambiente, sino que también deben satisfacer las demandas de una sociedad cada vez más ecológica y social.

¿Conoce la palabra "rekkevideangst"?

La verdad es que no.

Viene del noruego y significa "ansiedad por la autonomía". Hace referencia a esa desagradable sensación que provoca en el conductor el hecho de agotar la carga de la batería a mitad de un recorrido. Con Ionity, una joint venture de BMW, Daimler, Ford y el Grupo Volkswagen con Porsche y Audi, se van a colocar cuatrocientos puntos de carga rápida en algunas de las carreteras más importantes de Europa. ¿Problema resuelto?

Solo cuando tengamos redes de carga ultrarrápidas y de alto rendimiento la movilidad eléctrica se volverá atractiva para viajes de larga distancia. Estamos tratando de contribuir a ello. Sin embargo, cuando se trata de ofrecer una infraestructura de carga integral, aún necesitamos más compromiso. El entorno político debe ser serio con la protección del medio ambiente y debe, por lo tanto, adoptar medidas importantes en este momento para despejar el camino y crear un marco de confianza a largo

plazo. Y no solo en Alemania, sino en todo el mundo. Necesitamos urgentemente un plan de acción global.

En una revista apareció esta frase: "De manera sorprendente, es Porsche la que ha dado pasos de gigante en materia de electrificación, por delante de otros fabricantes alemanes. ¿Está de acuerdo con esta afirmación?

Por supuesto.

¿Se siente orgulloso?

Tenemos una estrategia clara y decidida y estamos avanzando con entusiasmo. El Taycan es nuestro primer modelo dentro de un plan de movilidad eléctrica. Actualmente estamos avanzando a ritmo acelerado con la mayor reestructuración en la historia de nuestra empresa, tanto en lo referente a nuestras gamas de modelos, como a las plantas de producción e incluso a nuestras propias mentes.

¿Qué quiere decir, exactamente?

Hasta el año 2022 habremos invertido 6.000 millones de euros en movilidad eléctrica. Es una considerable suma de dinero para una compañía de nuestro tamaño. Gracias al Taycan y al Taycan Cross Turismo se han creado 1.500 nuevos puestos en Zuffenhausen. Por otra parte, producimos nuestro deportivo eléctrico de manera completamente libre de emisiones de CO_2.

Porsche también se ha alejado del diésel...

... así podemos centrar nuestros esfuerzos en los campos que hoy son realmente relevantes.

¿Que son...?

En términos de tecnología, estamos enfocados en la siguiente triada: motores de gasolina optimizados, híbridos enchufables emocionales y deportivos puramente eléctricos. Es nuestra respuesta estratégica a los cambios que plantea la industria para los próximos diez años. Esto nos sitúa en una posición muy buena y nos permite adaptarnos de forma flexible a los diferentes ritmos en los que cada mercado está desarrollando la movilidad eléctrica.

¿Qué papel juegan los híbridos en esta triada?

Uno muy importante, particularmente en lo que atañe a la transición hacia la movilidad eléctrica. Fuimos el primer fabricante en ofrecer modernos motores híbridos enchufables en tres segmentos de forma simultánea. Con el Panamera, por ejemplo, la versión más potente de la gama actual es híbrida. Nuestros clientes están encantados: desde el lanzamiento al mercado, cerca del 60% de los Panamera vendidos en Europa son híbridos. Y en algunos países la proporción es aún mayor. Prevemos que, en 2020, uno de cada dos modelos de Porsche estará electrificado.

¿Y después de esto?

Los vehículos eléctricos serán mayoría, aunque los motores de combustión todavía existirán (en determinados lugares incluso por mucho tiempo). A largo plazo, los sistemas de impulsión eléctricos acabarán desplazando de forma gradual a los propulsores de combustión.

La industria del automóvil está cambiando en este momento mucho más rápido de lo que lo ha hecho nunca. En los próximos cinco años veremos más cambios que en los cincuenta anteriores.

Y así es como estamos inmersos en el proceso de cambio de nuestro modelo de negocio, que nos llevará de ser un fabricante de automóviles tradicional a ser un proveedor de movilidad moderno y altamente innovador.

La cantidad de software contenido en los vehículos está aumentando a ritmo vertiginoso. Para muchos, el vehículo del futuro es en esencia un smartphone con ruedas. ¿Es una afirmación exagerada?

El software representa una parte cada vez más grande de la cadena de valor. Desempeña un papel determinante en el rendimiento y las características de un vehículo. Tenemos que hacer de ello una de nuestras competencias centrales.

¿De dónde obtiene Porsche el software? A menudo se escucha que Europa carece de una industria TI con alcance suficiente para apoyar este proceso de transformación.

Dentro del Grupo Volkswagen, actualmente hay unos cinco mil expertos que trabajan en el desarrollo de TI (Tecnología de la Información) para vehículos. Nuestra manera de trabajar está cambiando enormemente en el curso de la digitalización. El desafío particular para Porsche consiste en establecer una nueva cultura digital e integrarla con nuestra tradición, que a su vez es parte de nuestra identidad de marca. Será crucial para nuestro éxito continuo como empresa garantizar la eliminación de obstáculos y permitir estructuras y procesos organizativos ágiles en todos los departamentos y divisiones.

¿Y qué pasa cuando te topas con un obstáculo interno?

Entonces buscamos el talento más allá de nuestras puertas. Creemos en las oportunidades que presenta la colaboración con desarrolladores digitales, empresas emergentes y centros de innovación en todo el mundo. Por lo tanto, estamos concentrando nuestras fuerzas y habilitando modelos de trabajo conjunto mediante la creación de plataformas e interfaces abiertas. Nos beneficiamos de este impulso innovador y al mismo tiempo contribuimos con nuestra parte al establecimiento de un ecosistema digital. Porsche se está abriendo para involucrar a otros, trabajar junto con ellos y aprender unos de otros, ya sea con individuos u otras empresas.

Más de 20.000 personas en todo el mundo han hecho ya su reserva para comprar un Taycan, antes incluso de haber visto la imagen definitiva del coche.

Es increíble, ¿verdad? Es por ello que estoy totalmente convencido de que cuanto más atractivos sean nuestros productos, más rápido ganará aceptación la electromovilidad.

Pero los clientes de Porsche seguirán teniendo opciones.

Así es. Cualquier cliente podrá optar a lo que necesite en nuestra marca.

¿Cómo explica esto para cada gama individual?

Existen cuatro dimensiones: la primera es nuestra "base" exitosa. Aquí estamos viendo qué variantes son apropiadas para qué segmentos. El Cayenne Coupé es un ejemplo de esto. "Imagen" hace referencia a coches deportivos que llevan el gen de las carreras, como nuestros modelos GT y RS. En la dimensión "estilo de vida" combinamos vehículos modernos con elementos populares de generaciones anteriores. Esto está representado, por ejemplo, por el 911 Speedster. La dimensión "futuro" abarca nuestros modelos híbridos enchufables y totalmente eléctricos, como el Taycan.

La demanda del Taycan es muy elevada. ¿Cabría la posibilidad de optar a modelos preconfigurados?

En el futuro no tendremos vehículos en stock. Cada usuario tendrá exactamente el Taycan que desee.

Información

Entrevista publicada en el número 392 de la revista Christophorus para clientes Porsche

Consumption data

911 GT2 RS
Fuel consumption / Emissions

WLTP*

Taycan Turbo S (Predecessor model)

Taycan Turbo (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_ES/empresa/2019/es-porsche-oliver-blume-taycan-movilidad-electrica-entrevista-18584.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/265e36e8-c978-4e54-90c5-854a8a239afe.zip

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