

Llega el nuevo Macan, con un impresionante diseño

22/01/2024 El jueves 25 de enero de 2024, Porsche presentará el nuevo Macan completamente eléctrico. La segunda generación del exitoso SUV se desvelará en Singapur y la presentación mundial se retransmitirá en directo desde Porsche Newsroom.

Poco antes del estreno mundial del nuevo Porsche Macan, Michael Mauer habla sobre el reto de seguir desarrollando el diseño del exitoso SUV. "El nuevo Macan es el primer modelo que electrificamos a partir de una identidad de producto ya existente y consolidada", afirma el vicepresidente de Style Porsche. Para él, "cada nuevo deportivo debe ser claramente reconocible como parte de la familia de productos Porsche y del modelo correspondiente, pero también debe percibirse como lo más nuevo". Esta coherencia estética es muy importante para la marca. Según el diseñador, a veces es una tarea difícil erncontrar exactamente el equilibrio entre "característico de Porsche" e "innovador".

El nuevo concepto de propulsión ofrece al mismo tiempo un margen de libertad y un reto

Para el equipo de Style Porsche, el cambio del motor de combustión a una propulsión puramente eléctrica en el Macan ha supuesto tanto un reto como una oportunidad.

Sr. Mauer, con el nuevo Macan, Porsche comienza el año con un acontecimiento muy especial. Como diseñador, ¿cómo afronta la tarea de crear el primer Macan cien por cien eléctrico?

Michael Mauer: Antes de pensar específicamente en el diseño, el planteamiento estratégico desempeña un papel decisivo en su concepción. ¿Qué caracteriza al modelo? ¿A qué se parecen las generaciones anteriores? Esa fue una tarea especialmente apasionante con el nuevo Macan. Presentamos la primera generación del modelo en 2013 , y desde entonces, lo hemos estado desarrollando sistemática y constantemente. En general, el Macan ya tiene una identidad de producto establecida internacionalmente. Con cada nueva generación, nuestra tarea es encontrar el equilibrio adecuado entre los rasgos de diseño conocidos y los elementos nuevos. En concreto, cada nuevo deportivo debe ser claramente reconocible como parte de la familia de productos Porsche y del modelo respectivo, pero también debe percibirse como "lo nuevo". Esta coherencia estética es extremadamente importante para nuestra marca. El nuevo Macan es también el primer modelo que electrificamos a partir de una identidad de producto existente y establecida. Así que las preguntas son: ¿cuánto de "nuevo" debe ser lo "nuevo"? ¿Qué es demasiado y qué es adecuado?

¿Cómo encontrar el equilibrio perfecto? ¿Qué parámetros pueden utilizarse para reconocer si el modelo será bien recibido por los clientes?

Mauer: Es una pregunta difícil. El proceso de diseño tiene lugar años antes del lanzamiento al mercado. No existen parámetros estrictamente racionales que nos permitan evaluar el atractivo de un modelo en el futuro. En la marca, hemos definido una especie de guía con los Principios de Diseño de Porsche, que nos ayudan en nuestro trabajo diario con los modelos para armonizar el diseño con nuestros objetivos estratégicos. En el caso de Porsche, hemos elegido tres términos esenciales para describir el carácter de la marca: "enfoque", "tensión" y "propósito". En términos algo simplificados, podría decirse que estas palabras clave describen lo que caracteriza a un producto de la marca Porsche, lo que lo hace tangible para el cliente como un "auténtico Porsche".

¿Cómo surgieron? ¿Cómo se aplican en la práctica?

Mauer: Exagerando un poco, diría que la creación o, mejor dicho, la definición de los términos, fue casi más importante que los propios términos. La tarea de encontrar exactamente tres términos es mucho más compleja de lo que parece. Tampoco en este caso es posible sin el trabajo en equipo. El intercambio de ideas y el consiguiente debate sobre los atributos de la marca fue y es una tarea muy valiosa para todo el equipo de diseño. Por un lado, los términos nos sirven de brújula para no perder de

vista la esencia de la marca cuando miramos al futuro. Por otro lado, nos ayudan a decidir qué enfoques seguir en la fase inicial del concepto.

¿Puede dar un ejemplo concreto de la realización de un concepto clave?

Mauer: El caso del "enfoque" es un buen ejemplo. En términos de interior, enfoque significa que el conductor está siempre en el centro de un deportivo Porsche. En concreto, todos los componentes importantes para el conductor están dispuestos a su alrededor y a su alcance directo. Con la llamada pantalla curva, vamos un paso más allá. Gracias al elemento de visualización flotante con la forma ligeramente curvada ideal para el conductor, orientamos este instrumento central de manera aún más coherente. También hemos creado una especie de "modo mínimo" en la instrumentación. Esto permite seleccionar solo aquellos datos que son absolutamente necesarios para conducir. Centrarse en lo estrictamente necesario, por así decirlo.

¿En qué medida influyen las distintas preferencias y tendencias internacionales en el proceso de diseño?

Mauer: En general, creo que el equilibrio adecuado es crucial para una marca consolidada como Porsche. Una marca con una identidad distintiva también se nutre de no seguir todas las tendencias. A veces es mejor estrategia no ser siempre el primero en todos los aspectos. Se trata de escrutar las tendencias, las influencias y examinar críticamente si se adaptan a la marca. Solo así podremos asegurar nuestra identidad única a largo plazo. Esto también se aplica a los mercados. Un ejemplo: en Asia, los elementos digitales desempeñan un papel muy importante en los coches; desde una perspectiva europea, el diseño suele ser más lúdico. ¿Qué significa esto para Porsche? La consecuencia es que estamos estudiando muy de cerca estas necesidades. No obstante, estoy convencido de que Porsche es tan popular en todo el mundo precisamente por su claro ADN de marca, con una larga historia y lo que yo llamo un "CV coherente".

¿Existe el riesgo de que en algún momento se perciba a la marca como anticuada y desfasada?

Mauer: ¡Definitivamente! Encontrar exactamente el equilibrio entre "típicamente Porsche" e "innovador" es a veces una tarea difícil. También tenemos en cuenta este reto desde el punto de vista estructural. El diseño de un vehículo nunca sale enteramente de manos de un solo diseñador. El diseño es un trabajo en equipo y se nutre del intercambio de ideas diferentes. En Porsche, hemos creado deliberadamente la libertad creativa para pensar en futuros enfoques y características de elementos de diseño individuales, lejos del trabajo en modelos específicos. De este modo, nos aseguramos de que las ideas creativas puedan surgir independientemente del proceso de producción en serie. No es infrecuente que, más adelante, estas ideas se plasmen en vehículos de serie. Otro aspecto importante es la composición del equipo. Combinamos deliberadamente diseñadores muy experimentados con los "jóvenes y audaces": este intercambio suele dar lugar a planteamientos muy interesantes. En total empleamos a unos 200 diseñadores.

¿Qué influencia tienen los nuevos componentes técnicos en el proceso de diseño?

Mauer: Básicamente, los requisitos técnicos del coche son siempre cruciales. Esto empieza en una fase muy temprana con el *packaging* , es decir, la disposición de los distintos componentes en el coche. Eso es decisivo para definir las proporciones básicas. La característica *flyline* de Porsche no sería realizable con cualquier disposición. La propulsión eléctrica ofrece al mismo tiempo nuevos grados de libertad y retos. La eliminación del enorme bloque motor permite acentuar la característica topografía del capó delantero. Al mismo tiempo, la batería, que sigue siendo considerablemente voluminosa, requiere mucho espacio y podría alterar la distintiva relación entre anchura y altura. Por supuesto, la aerodinámica también desempeña un papel importante en términos de autonomía de un deportivo eléctrico. Sin embargo, no es una situación totalmente desconocida para nosotros: además de una nueva forma de propulsión, nos enfrentamos constantemente a requisitos que influyen en nuestro diseño. Algunos ejemplos son el aumento de los requerimientos en materia de colisiones o las restricciones con respecto a la homologación de elementos individuales, como el diseño de los faros delanteros y traseros.

Concretamente en relación con el nuevo Macan eléctrico, ¿qué importancia tiene la visualización de la propulsión eléctrica en el diseño?

Mauer: En general, en Porsche hemos decidido no distinguir completamente los modelos eléctricos de los deportivos de combustión. Porsche sigue siendo Porsche y un modelo eléctrico es también el deportivo del segmento. Teniendo esto en cuenta, es lógico que no abandonemos nuestro ADN de diseño. Sin desvelar demasiados detalles: a primera vista, el nuevo Macan eléctrico también es claramente reconocible como Porsche y como Macan. Yo diría que hemos conservado fundamentalmente las proporciones que definen el deportivo de este segmento para Porsche. El diseño se ha perfeccionado tanto en el interior como en el exterior. El nuevo modelo tiene un aspecto aún más deportivo y dinámico. El placer de conducir se refleja definitivamente en el diseño.

MEDIA ENQUIRIES



Elizabeth Solís

Public Relations and Press
Porsche Latin America
+1 (770) 290 8305
elizabeth.solis@porschelatinamerica.com

Image Sublines

Path: media/imágenes/img_1.jpg
Title: Michael Mauer, Head of Style Porsche, 2024, Porsche AG
Subline: Michael Mauer, vicepresidente de Style Porsche.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2024/vehiculos/pla-es-michael-mauer-macan-2024-diseño-35060.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/4b2ff19e-53a0-4d42-911b-bdb69f3e4a90.zip

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