

El origen del Cayenne: ¿por qué Porsche anunció un SUV en 1998?

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

14/06/2022 A mediados de la década de 1990, Porsche tuvo que tomar una decisión trascendental para asegurar su éxito económico a largo plazo. El Cayenne era la respuesta.

Un estudio que encargó Hans Riedel, por aquel entonces miembro del Consejo de Dirección de Porsche AG como responsable de Ventas, demostró que el legendario 911 y el Boxster, por sí solos, no guiarían al fabricante hacia un futuro seguro. “Era evidente que los deportivos plantean ciertos límites en el mercado”, recuerda Anton Hunger, quien fuera responsable de Comunicación en la época de Wendelin Wiedeking, Presidente del Consejo de Dirección de Porsche AG en los años 90. “La división de Ventas lo había dejado bien claro mediante estudios de mercado. A la larga, Porsche habría terminado nuevamente en una pendiente descendente”.

Esto debía evitarse, ya que la empresa había estado en una situación complicada hacía poco tiempo,

concretamente en 1992, cuando Porsche comunicó que arrastraba unas pérdidas de 240 millones de marcos alemanes. Wiedeking, que había sido portavoz del Consejo de Dirección desde septiembre de 1992, se convirtió en su Presidente en agosto de 1993. Desde su nueva posición reaccionó con celeridad. Optimizó la producción, simplificó la estructura jerárquica y lanzó al mercado el Boxster. La empresa cambió de rumbo y se fijó el objetivo de alcanzar un mayor crecimiento, más allá del segmento de los modelos deportivos típicos.

Cooperación con nuevos socios: después de Mercedes llegó Volkswagen

En un primer momento se tuvieron en cuenta cinco conceptos de vehículos alternativos para "el tercer Porsche", pero al final solo se consideraron seriamente dos: un monovolumen de lujo y un SUV *premium* de carácter deportivo. La primera idea fue vetada por EE. UU., el mayor mercado para Porsche en ese momento. "A mediados de la década de 1990, el monovolumen era un tipo de coche especialmente popular entre las familias numerosas con bajos ingresos de Norteamérica", recuerda Hunger. "Pero los SUV grandes eran una apuesta segura para una clientela más amplia". Fue entonces cuando Porsche empezó a buscar un socio para desarrollar un coche completamente nuevo perteneciente a este segmento. Al principio encontró uno que tenía bien cerca. Mercedes-Benz debía lanzar el Clase M en 1997, y no se opuso a que Porsche se uniera al proyecto.

"En ese punto, imaginamos el SUV de Porsche como una variante de altas prestaciones del Mercedes", dice Klaus-Gerhard Wolpert, Vicepresidente de la gama Cayenne de 1998 a 2010, "con tecnología heredada del Clase M, pero con un diseño exterior, motores y componentes de chasis propios". La cooperación Porsche/Mercedes iniciada en el verano de 1996 avanzaba a buen ritmo, pero a finales de año fracasó debido a los desacuerdos sobre la relación económica de las dos empresas. Se necesitaba entonces un nuevo socio, y se encontró uno en Wolfsburgo. Aunque Volkswagen y Porsche aún no pertenecían al mismo grupo, el presidente del Consejo de Dirección de Volkswagen, Ferdinand Piëch, nieto del fundador de la compañía Porsche, Ferdinand Porsche, reconoció el potencial de la asociación. "Porsche presentó el concepto a Volkswagen y Ferdinand Piëch decidió que un automóvil como este podría encajar también en la marca que dirigía", explica Wolpert.

En junio de 1997 se tomó la decisión de unir fuerzas para diseñar el Cayenne y el Touareg sobre la plataforma de Porsche, dentro del proyecto conocido internamente como "Colorado". Poco menos de un año después se hizo público, si bien al inicio el nombre Cayenne permaneció en secreto. Porsche estuvo a cargo del desarrollo, mientras que Volkswagen asumiría la responsabilidad de la producción del nuevo SUV. Había partes visiblemente idénticas, como las puertas, y los interiores eran muy similares. Sin embargo, los socios tomaron caminos distintos en lo que respecta a otros componentes importantes. En primer lugar, no se utilizó ningún motor Porsche en el modelo hermano de Volkswagen, y viceversa. La puesta a punto del chasis también se hizo por separado.

El objetivo: ampliar las capacidades dentro y fuera de la carretera

Una pregunta crucial era cómo diseñar un automóvil que representara de manera creíble el reconocido dinamismo de Porsche en la carretera y, al mismo tiempo, pudiera competir en entornos *offroad* con los mejores vehículos todoterreno del mundo. Después de todo, el Cayenne tenía que marcar una nueva referencia tanto dentro como fuera del asfalto. "Nosotros teníamos claro que si hacíamos un vehículo todoterreno, debía ser absolutamente convincente allá donde acaba la carretera", dice Hunger. O como lo expresó Felix Bräutigam, entonces Director de Comunicación de Marketing de Porsche: "El Cayenne ofrece una experiencia de conducción increíble, independientemente de la superficie".

Para que sus ingenieros tuvieran una idea clara de los aspectos más relevantes que entran en juego a la hora de desarrollar un SUV, Wolpert hizo algo poco común: "Les dije a los responsables de mi división que entregaran sus vehículos Porsche de empresa. A cambio iban a conducir varios SUV y modelos todoterreno diferentes que adquirimos, como el BMW X5, el Ford Explorer, el Jeep Grand Cherokee o el Mercedes Clase M. Todos debían utilizar a diario estos coches, y cada cuatro semanas los íbamos rotando". Al principio, el equipo de Wolpert se quejó de no poder conducir sus venerados 911, pero el hecho de ser conscientes de algunos factores que hasta ese momento habían recibido menos atención, como el espacio de almacenamiento, la altura del umbral de carga, los asientos traseros abatibles, la profundidad de vadeo o los ángulos de inclinación, hizo que el equipo comprendiera mejor cuáles eran las fortalezas y debilidades de los rivales. "Esta fue una de las claves de nuestro éxito", dice Wolpert, quien todavía hoy sigue convencido de ello.

Estreno mundial "de trascendencia histórica" en París

En septiembre de 2002, cuatro años después de que se hiciera pública la decisión de fabricar el Cayenne, el primer Porsche de cinco plazas celebró su estreno mundial en el Salón del Automóvil de París. "Porsche se enfrenta al que podría ser su mayor desafío", dijo Wendelin Wiedeking en el evento previo al espectáculo que tuvo lugar en el patio del Hotel d'Evreux. "Este día, no tengo ninguna duda, tendrá una trascendencia histórica para la empresa". El Presidente del Consejo de Dirección, que ocupó este cargo hasta 2009, debía demostrar que tenía razón. Con el Cayenne, el fabricante de vehículos deportivos llegó a nuevos clientes y mercados, aunque hubo fuertes reticencias entre algunos aficionados de la marca.

"En la empresa, el Cayenne fue rápidamente aceptado. Pero los clubes Porsche se mostraron menos entusiastas. Hubo fuertes vientos en contra", recuerda Hunger. Sin embargo, los números demostraron que Porsche tenía razón. No solo eso, sino que superaron las expectativas. Wiedeking y todo el equipo directivo se quedaron cortos en sus previsiones: el Porsche Cayenne no se entregó, como se planeó originalmente, a 25.000 clientes al año. Porsche vendió 276.652 ejemplares de la primera generación, conocida internamente como E1, durante sus ocho años de vida, lo que equivale a casi 35.000 vehículos anuales. Con la tercera generación en el mercado y el millón de unidades superado con creces, el Cayenne registró más de 80.000 entregas en el último ejercicio completo (2021).

Este modelo ha sentado la base económica para que Porsche pueda alcanzar un éxito sostenible sin comprometer los valores de deportividad que caracterizan a la marca. “Con el Cayenne hemos logrado por primera vez transferir con éxito la leyenda de Porsche a un segmento de mercado completamente nuevo”, dice Oliver Blume, Presidente del Consejo de Dirección de Porsche AG. “Nuestro SUV deportivo ha demostrado ser un éxito de ventas y un motor de crecimiento en las últimas dos décadas. Y eso no es todo. El Cayenne ha abierto la puerta a muchos mercados nuevos para Porsche, ha contribuido significativamente a la internacionalización de nuestra red de ventas y ha ampliado considerablemente nuestra base de clientes”.

Image Sublines

Path: El origen del Porsche Cayenne/fotos/img_1.jpg
Title: Cayenne E1, Porsche AG
Subline: El Porsche Cayenne es un modelo absolutamente versátil.

Path: El origen del Porsche Cayenne/fotos/img_2.jpg
Title: Cayenne E1, Porsche AG
Subline: La primera generación del Cayenne: un Porsche para toda la familia.

Path: El origen del Porsche Cayenne/fotos/img_3.jpg
Title: Cayenne, prototipo, Porsche AG
Subline: Prototipo del Cayenne en fase de pruebas.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/producto/2022/es-porsche-cayenne-20-aniversario-origen-historia-exito-28753.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/57b34070-a642-427b-9705-672f1f93286b.zip

External Links
https://newsroom.porsche.com/es_ES/producto/20-aniversario-porsche-cayenne.html

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