

Dos miembros del Consejo de Dirección, una sola visión

18/04/2024 Los miembros del Consejo de Dirección de Porsche AG Michael Steiner, responsable de Investigación y Desarrollo, y Sajjad Khan, responsable de Car-IT, trabajan para desarrollar conjuntamente el deportivo Porsche del futuro, preservando su fascinación y singularidad. En la entrevista hablan sobre las oportunidades de la digitalización, las nuevas necesidades de los clientes y las ventajas de compartir oficina.

Sr. Steiner, Sr. Khan, Porsche ha creado con Car-IT un departamento adicional en el Consejo de Dirección. ¿Por qué era razonable y necesario este paso?

Michael Steiner: El motivo es la digitalización, que está cambiando todo el sector. El *software* y los sistemas informáticos son elementos integrales en los vehículos modernos. Ya no basta con programar las distintas unidades de control; en los coches actuales interactúan muchos sistemas de asistencia y regulación. También es cada vez más importante la comunicación con el mundo exterior. Estamos en camino hacia el vehículo inteligente.

Sajjad Khan: Haciendo una analogía con el cuerpo humano, el *software* y las conexiones de datos son hoy en día la sangre y los vasos sanguíneos. Abastecen a todo el organismo, pero un coche no solo puede estar hecho de *software* . Por eso, en el futuro también vamos a desarrollar permanentemente todo lo que hace fascinantes a nuestros deportivos.

Según Oliver Blume, Presidente del Consejo de Dirección de Porsche AG, el sector del automóvil está viviendo probablemente la mayor transformación de su historia. ¿Cuáles son los retos?

Steiner: Hemos reaccionado pronto y estamos contribuyendo activamente a esta transición. La movilidad eléctrica requiere una enorme inversión y conlleva cambios profundos, sobre todo para el mundo clásico de los motores de combustión. A esto se suman temas nuevos como la química eléctrica o la alta tensión. La digitalización es un tema general que afecta prácticamente a todo.

Khan: Está cambiando incluso la forma de vida, y nuestros clientes lo ven a diario por sí mismos. Los electrodomésticos ya están integrados en el Internet de las cosas, una red que abarcará prácticamente todo. Esa es la tendencia también en los coches, pero siguen transmitiendo emociones a través del diseño, las prestaciones y el dinamismo.

¿Han variado las prioridades en el desarrollo de vehículos? ¿Nos alejamos del acero y la mecánica rumbo al software y la electrónica puntera?

Steiner: Un Porsche va a ser un Porsche también en el futuro. La precisión con la que reaccionan nuestros deportivos a la dirección y los frenos es una característica crucial. Ahora estamos ampliando las clásicas virtudes dinámicas con las posibilidades digitales. Así podemos implementar funciones en el vehículo con soluciones digitales y no como antes, que se hacía sobre todo con *hardware* . Eso permite un desarrollo más eficaz, porque no tenemos que diseñar de cero casi cada componente para cada generación. Además, podemos hacer adaptaciones deseables o necesarias con actualizaciones incluso después de que el vehículo ya se haya lanzado al mercado.

Khan: Para nosotros, el *hardware* y el *software* no son opuestos. El ámbito mecánico clásico y los sistemas digitales deben estar bien engranados para que la calidad y la innovación sigan convenciendo a los clientes. Hoy se espera recibir nuevas funciones incluso después de haber comprado el coche, y esto no solo se refiere a los sistemas del vehículo, sino a todo el entorno, que también incluye la interconexión del automóvil mediante la vinculación a la nube y el uso de *apps* como My Porsche.

¿Aumentan las exigencias de los clientes en cuanto a la capacidad y la comodidad de manejo de los sistemas digitales?

Steiner: Es una tendencia inequívoca. Hoy en día consideramos naturales funciones que hace 10 o 20 años nadie imaginaba. El *smartphone* ha marcado un antes y un después, ya que ha cambiado radicalmente las costumbres cotidianas y todo lo relacionado con la movilidad. Los clientes esperan que las funciones en el coche sean tan intuitivas y cómodas de manejar como en sus dispositivos móviles.

Khan: Las expectativas crecen con las posibilidades técnicas, y esto también ocurre con el entretenimiento móvil. Puede que los acompañantes del conductor en el vehículo quieran usar servicios de *streaming* y ver vídeos o quizá usar su coche como oficina móvil y hacer una videoconferencia sin que la conexión se interrumpa permanentemente. El vehículo interconectado está evolucionando cada vez más hacia una central de comunicación.

Bajo un punto de vista global, ¿hay requisitos diferentes en los distintos mercados? ¿Cuál es el planteamiento de Porsche en este sentido?

Khan: Las necesidades de nuestros clientes presentan algunas diferencias importantes en los distintos mercados. Al ser una marca global, debemos garantizar que los distintos ecosistemas digitales encajen perfectamente en nuestros programas. En China, por ejemplo, los clientes usan las plataformas propias del país para noticias, mensajes, entretenimiento y pagos. Son ofertas totalmente desconocidas en el resto del mundo, pero aun así debemos integrarlas en nuestros productos. Lo conseguimos apostando aún más por soluciones regionales para el sistema Porsche Driver Experience.

Steiner: Eso nos plantea a veces tareas complejas en el desarrollo. En China, más rápidamente que en otros países, las capacidades cada vez mayores de los asistentes de voz digitales han sustituido a las pantallas táctiles convencionales de introducción de caracteres. Eso tiene que ver con las particularidades de la escritura del país, donde resulta mucho más fácil hablar que escribir. El mercado chino avanza velozmente, pero los asistentes de voz cada vez son más populares también en otros mercados.

Los sistemas de asistencia al conductor se perfeccionan continuamente. La circulación autónoma es un campo importante para los fabricantes de automóviles y las empresas tecnológicas. ¿Cuál es la postura de Porsche en estas cuestiones?

Steiner: Es algo cada vez más importante en el mercado y también en Porsche lo estamos notando. Hace unos años, un regulador de velocidad con control de crucero adaptativo se habría considerado exótico en un Porsche, pero hoy es una opción popular. Es probable que en un Porsche sean pronto habituales sistemas de asistencia inteligentes para una conducción parcial o totalmente automatizada. Eso no quiere decir que queramos quitarle poder al conductor o eliminar el volante, porque un Porsche siempre va a ser un vehículo que uno quiere conducir por sí mismo, aunque en algún momento se demandará todo lo que pueda hacer un coche más agradable y seguro.

Khan: En ese camino aún quedan muchas preguntas básicas por resolver. Con la circulación automatizada, cuando el vehículo entra en situaciones críticas no lo controla el conductor, sino el *software* . ¿Cómo reacciona entonces el sistema? ¿Quién decide si hacer un frenado total o una maniobra de esquiva? Son cuestiones que estamos debatiendo a fondo. Se trata de definir el concepto de "vehículo inteligente" de forma que los clientes realmente lo acepten.

Llegamos así a la inteligencia artificial ¿qué aspectos tienen ahora especialmente en el punto de mira?

Steiner: Actualmente solo podemos intuir las posibilidades, porque la IA también se acaba de introducir recientemente en otros sectores. Uno de los temas esenciales va a ser cómo nuestros vehículos pueden entender a la persona y hacer su vida más agradable, algo que va a ir mucho más allá de los asistentes de voz. Otro reto apasionante serán las nuevas posibilidades de diferenciación que podremos abrir para la marca. En este sentido, una de las preguntas más importantes —como afirma Sajjad Khan— es lo que esperan los clientes de Porsche, que no tiene por qué ser siempre lo que sea posible técnicamente en cada momento.

Khan: A menudo, las posibilidades técnicas no se revelan primero en el vehículo, sino en otros dispositivos inteligentes del Internet de las cosas. Entonces debemos reflexionar si eso también tiene sentido en el coche y si despierta expectativas entre los clientes. No obstante, siempre entendemos esos sistemas como oferta adicional. El que no la quiera debe poder desconectarla y seguir disfrutando de su Porsche en estado puro.

Ambos comparten oficina en el Centro de Desarrollo de Weissach: ¿es esto un símbolo de lo estrechamente relacionados que están sus departamentos en el Consejo de Dirección?

Steiner: Eso nos da muchas veces la posibilidad de intercambiar impresiones, algo inspirador para ambos. En mi departamento no hay ningún área cuyos resultados no estén estrechamente relacionados con las que son responsabilidad de Sajjad Khan. Al final, surge un producto que desarrollamos con sinergias para los clientes.

Khan: A mí me ocurre lo mismo, y me gusta especialmente tener a un colega tan experimentado a mi lado. Michael Steiner no solo atesora unos conocimientos técnicos excelentes, sino que también conoce muy bien las estructuras de la empresa y del Grupo. Por eso le llamo siempre que tengo alguna pregunta, y juntos llegamos más rápido a la meta.

Sr. Khan, lleva usted poco tiempo en Porsche. ¿Qué significa la marca para usted?

Khan: La respuesta es concisa, y solo tiene tres cifras. Cuando me preguntaron qué coche de empresa quería, no lo dudé ni un segundo: el 911 Turbo S. El 911 sigue siendo para mí el núcleo emocional de la marca Porsche.

Información

Artículo publicado en el número 410 de Christophorus, la revista para clientes de Porsche.

Entrevista: Thomas Ammann
Fotos: Alexander Fischer

Copyright: las imágenes y el sonido aquí publicados tienen copyright de Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Alemania, u otras personas. No se debe reproducir total o parcialmente sin autorización escrita de Dr.

Ing. h.c. F. Porsche AG. Por favor, contacte con newsroom@porsche.com para más información.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa/2024/entrevista-michael-steiner-sajjad-khan-35894.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/99a8f45f-31a8-4f52-8600-3f675a1718a6.zip

External Links
https://christophorus.porsche.com/es.html

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