

BUENA VIDA

AUTOMÓVILES



ORIGINAL
1963 / 1973

Fue presentado en el Salón Internacional de Frankfurt en 1963 bajo la denominación 901, pero renombrado a 911 para su lanzamiento en 1964. Comenzó con un motor de seis cilindros, de 2.0 litros y 130 caballos de fuerza, para una velocidad máxima de 210 kilómetros por hora. **FABRICADOS: 81,100**

1

SERIE G
1974 / 1989

Primer cambio de imagen. Este modelo fue producido durante el periodo más extenso que cualquier otra generación del 911. Fue el primer turbo con motor de 3.0 litros y 260 caballos de fuerza.

FABRICADOS: 198,414



964
1988 / 1993

El 85 por ciento de los componentes de su plataforma fueron nuevos. Integró frenos ABS, caja de cambios Tiptronic, dirección asistida y bolsas de aire. El motor plano era de 3.6 litros, refrigerado por aire, con 250 caballos de fuerza.

FABRICADOS: 74,008



993
1993 / 1998

Los rines de radios huecos, nunca antes usados en otro automóvil, fueron una de las innovaciones de la versión Turbo, con tracción en las cuatro ruedas y un motor biturbo, y el tren motriz de emisiones más bajas en el mundo.

FABRICADOS: 67,535



DE SUEÑOS CUMPLIDOS

ENVIADO
STUTTGART, Alemania
AXEL BEISSNER
abeissner@elfinanciero.com.mx

El máximo nivel de personalización –más de 600 funciones-, múltiples opciones de diseño, alta precisión y exclusividad garantizada están disponibles para su próximo automóvil. Tal y como se lo imagina, es posible convertirlo en una realidad. Y es que como en una obra de arte, puede llevar la firma de su creador: usted.

Si es un amante de los detalles, la destreza manual con la que se fabrica el Porsche 911 es su mejor opción. Un coche deportivo creado para uso diario que ya es especial, pero puede volver único, como su huella digital.

Bajo el principio –aplicado desde el nacimiento del modelo 356, en 1948- “individualidad directamente de la fábrica”, cuenta con el *Sonderwunschprogramm* (programa de deseos especiales) llamado así hasta 1986, y desde entonces renombrado como Porsche Exclu-

GRACIAS A LA VISIÓN DE FERRY PORSCHE, HOY PUEDE MANEJAR UN COCHE DEPORTIVO FABRICADO A SU GUSTO

sive, con el que puede seleccionar el color de la pintura y de la piel, y elegir entre diversos materiales como carbono, aluminio, madera o el cuero. Además del equipamiento, por supuesto.

“Al principio vi a mi alrededor, pero no pude encontrar el coche de mis sueños. Por eso me decidí a construirlo yo mismo”, dijo Ferdinand Anton Ernst Porsche, también conocido como *Ferry*, diseñador de este modelo y, junto con su padre, Ferdinand, fundador de la firma alemana que lleva su apellido.

Actualmente, a través de 180 estaciones en la planta de ensamblaje en Zuffenhausen, Stuttgart, los trabajadores de la compañía –expertos en más de 200 tareas- cuidan cada centésima de segundo y cada centésima de milímetro en su armado artesanal. Desde la entrada de la carrocería –ya pintada- comienza una coreografía perfectamente sincronizada, la cual después de nueve horas concluye con la salida de la línea de producción de uno de los 250 coches que se fabrican diariamente, entre los que puede estar el suyo.

“Hace 54 años tuve la oportunidad de realizar mis primeros viajes por la carretera alpina de Grossglockner con mi padre. El sentimiento de ir en un 911 es ahora igual de placentero que entonces. La razón es que ha garantizado que los valores esenciales de nuestra marca sean hoy tan visionarios como lo fueron con el primer Porsche 356/1, de 1948”, destacó Wolfgang Porsche, hijo de *Ferry* y actual presidente del Consejo de Supervisión de Porsche AG, durante la presentación de la unidad un millón.

Vehículos automatizados, enviados desde el área de logística específicamente para el operador, circulan con las piezas correspondientes para cada estación –ni una más, ni una menos- hasta arribar a su destino: colocación del cableado (lo primero para tener corriente desde el comienzo, detectar errores y corregirlos), el tablero, los parabrisas, las puertas y todos los elementos que contiene. Finalmente, como en la vida, llega el “matrimonio”, en el que se une la carrocería con el motor, chasis y transmisión.

Este cuidado y dedicación en su sistema de producción se refleja en que, según la marca, de los modelos 911 que han fabricado, más del 70 por ciento aún se encuentra en circulación.

Y es que ser parte del proceso no es fácil. La mayoría de sus trabaja-



ACCESORIO CONMEMORATIVO

Con un diseño que se remonta al *Chronograph I*, de 1972, el primer

producto diseñado por el profesor Ferdinand Alexander Porsche para su estudio de diseño recién fundado, Porsche Design elaboró el *One Millionth 911 Datetimer* para rendir un homenaje

especial al ejemplar un millón de ese modelo. Se trata de un reloj único que es parte de la exclusiva colección 1919. El segundero brilla con el mismo tono de verde que el tablero de instrumentos del

auto deportivo. El nombre Porsche Design en el dial está chapado en oro, así como la cresta en la parte delantera del vehículo. La caja de titanio y el dial son de color negro mate antirreflejante.

PORSCHE MUSEUM

- 5,600 metros cuadrados de área de exposición.
- 80 vehículos en exhibición.
- Tres áreas de comida: Coffeebar, Bistro Boxenstopp y el restaurante Christophorus.
- La escultura frente al museo fue creada por el artista británico Gerry Judah. Consta de tres estelas de 24 metros

de alto que en la punta cuentan con un modelo 911 de 1970, de 1981 y el actual.

- Horario:** De martes a domingo, de 9:00 a 18:00; lunes, cerrado.
- Entrada:** 8 euros, adulto; 4 euros, hasta 14 años. A mitad de precio después de las 17:00 horas.
- Visitas guiadas:** Todos los días, de 11:00 a 15:00 horas (4 euros extra por persona).
- Visitas guiadas a la fábrica:** De lunes a viernes, previo aviso (6 euros por persona).



PIEZA ÚNICA DE ANIVERSARIO

El 11 de mayo de 2017 rodó el ejemplar número un millón del modelo 911 de la fábrica de Porsche en Zuffenhausen, Stuttgart. Con 54 años en el mercado, ningún automóvil posee tanta tradición y continuidad, ni ha ganado más carreras. El emblemático *coupe* fue personalizado por Porsche Exclusive, que desde hace más de 30 años se dedica a agregar detalles adicionales a ediciones limitadas y series exclusivas. Está basado en el 911 Carrera S, con un motor plano de 450 caballos de fuerza y transmisión manual de 7 velocidades. Entre sus principales características destacan el color verde irlandés -el favorito de Ferry Porsche, fundador de la empresa-, asientos de cuero cuyas cubiertas exclusivas están hechas a mano, la inscripción *1.000.000 911* en el tablero de instrumentos, ribetes de plata en los relojes circulares y el logotipo en letras blancas sobre los pedales y en color oro en la parte exterior trasera. Antes de llegar a la colección del museo, realizará una gira mundial por Escocia, Alemania, Estados Unidos, China y otros países.

996
1997 / 2005

Completamente rediseñado, su motor plano fue el primero en ser refrigerado por agua, a diferencia de los otros que lo hacían por aire. Contó con 300 caballos de fuerza, pero redujo emisiones, ruido y consumo de combustible.

FABRICADOS:
179,163



997
2005 / 2011

Con el Carrera, el Targa, el Cabriolet, con tracción trasera o en las cuatro ruedas, el Turbo, el GTS, los modelos especiales y versiones de carretera de autos de carreras GT, básicamente integró 24 variantes.

FABRICADOS:
215,092



991
2011 / ¿?

Chasis completamente nuevo con distancia entre ejes modificada, mayor superficie de contacto, neumáticos más robustos y un interior ergonómicamente optimizado fueron algunas de sus principales mejoras.

FABRICADOS:
152,659 (hasta 2016)



ALTERNATIVA A FUTURO

Thilo Koslowski, CEO de Porsche Digital -subsidiaria de Porsche AG que comenzó a operar en septiembre de 2016-, entiende que la transición a la dimensión digital, de la cual es responsable, podrá beneficiar algunos procesos del montaje, pero sus prioridades son hacer productos más interesantes, fortalecerlos y permitir a los consumidores tener mejores experiencias dentro y fuera del vehículo, aun cuando no sean propietarios de uno.

La idea es captar a quienes se convierten en fanáticos de sus automóviles desde pequeños.

“Actualmente ser un cliente significa comprar un Porsche, a futuro podría ser diferente, especialmente con clientes más jóvenes que quieren ser parte del estilo de vida, de la marca y lo que transmite”, señala.

“Queremos que la gente se convierta en cliente comprando un coche, pero habrá experiencias de valor que podrás disfrutar antes, sin la necesidad de tener el dinero para adquirir uno”.

Para enriquecer y no sólo quedarse con la experiencia de manejo, Koslowski prepondera la creación de más Porsche Experience Centers, donde sus dueños puedan usar el coche como se debe.

EL ADN DE LA MARCA

Al no ser el único fabricante de automóviles *premium* o de lujo, la mezcla de deportividad y confort, exclusividad y prestigio del 911 es lo que lo separa de la competencia, afirma Tim Bravo, *Press and PR Manager* de Porsche Latinoamérica.

A diferencia de hace 10 o 15 años, explica, existe la posibilidad de atraer nuevos compradores con otros modelos como el 718 o Macan. “Estamos llegando a un cliente que apunta a ser muy exitoso o que ya lo es, jóvenes emprendedores que no han alcanzado la cima de su carrera, pero que ya quieren crecer con la marca y empiezan con uno de esos de entrada”.

Y es que dentro de la gama de Porsche hay quienes encuentran en el Cayenne o el Macan el com-

promiso de tener un solo coche para la familia, pero que si también son aficionados a la conducción deportiva, pueden disfrutarlo igualmente cuando van solos. Incluso, comparte Bravo, éstos son -junto con el Panamera- atractivos para el mercado latinoamericano en general, por las condiciones de las carreteras y lo pesado del tráfico en la región.

“Tanto para clientes como para prospectos ofrecemos, sobre todo en México, muchos eventos con los cuales se les inspira a probar productos nuevos o los que ya tienen. Por ejemplo, llevarlos a un circuito con instructores que los pueden guiar, darles consejos, hacer de ellos mejores conductores”, destaca.



dores cuenta con una preparación profesional como mecánico. Algunos son contratados después de tres años y medio, al egresar del centro de formación de la firma, el cual recibe 10 mil aplicaciones, pero sólo puede aceptar 150 por año.

“No me puedo imaginar la historia de éxito del 911 sin estos inigualables empleados”, señaló Uwe Hück, presidente del Comité General de Empresa de Porsche AG. “Hoy tenemos el 911 un millón. Lo bueno de esto es que nuestros compañeros todavía los fabrican con la misma devoción que el primer auto”.

Al momento de estar leyendo esto seguro habrán transcurrido más de 3:04 minutos, tiempo de tacto que Porsche tiene en su línea de montaje; es decir, que su futuro vehículo ya habría cambiado de estación.