40º aniversario de Porsche Ibérica: los retos en el comienzo (1984 - 1994)

17/07/2024 El 17 de mayo de 1984, Porsche AG y Porsche Holding compran las acciones de Turbomotor, el anterior importador de la marca. De esta forma, la comercialización en España la llevaría a cabo una filial de la empresa matriz. En ese momento nace la compañía que hoy es Porsche Ibérica.

En cierta medida, la implantación de Porsche en España y Portugal fue paralela al desarrollo económico en los dos países, producto de la liberalización de los mercados. No es algo que se lograra rápidamente y, sobre todo al principio, la nueva filial tuvo que afrontar retos y dificultades de distinta índole, superados con el afán emprendedor que, en su día, llevó a Ferry Porsche a iniciar la andadura del fabricante de automóviles deportivos. Ahora se puede narrar como una historia de éxito gracias a dos factores: uno, el empuje y el compromiso del joven equipo de la nueva Porsche España, S.A.; otro, la firme convicción por parte de Alemania de entrar en este mercado, materializada en una fuerte inversión. Con la democracia consolidada y en puertas de entrar en el entonces llamado Mercado Común Europeo, España se convirtió en un país abierto y deseable para inversores exteriores.

La importación de automóviles a principios de 1980 estaba muy limitada por la carga impositiva, que comprendía un impuesto de lujo del 33 % más un arancel. Además, en el caso de los vehículos provenientes de Alemania, el cambio peseta/marco también constituía un obstáculo. Entre 1980 y 1984, el valor del marco alemán con relación a la peseta había aumentado casi un cincuenta por ciento. Esa tendencia continuó en los primeros años de Porsche España.

En ese contexto y con visión de futuro, Porsche AG y la empresa de distribución Porsche Holding, una de las más importantes del mundo en este sector, deciden crear una filial en España. Por aquel entonces el importador para la Península y Baleares era la empresa Turbomotor, que también distribuía la marca Saab en España. Uno de los propietarios de esa empresa era el príncipe Fernando de Baviera, primo del Rey don Juan Carlos y Presidente de la Federación Española de Automovilismo en los años setenta. La decisión de reemplazar al importador por una filial se encuadraba dentro de una estrategia general de la compañía para todo el mundo. España fue uno de los primeros países en los que se dio ese paso, en el mismo periodo que se crearon las filiales de Estados Unidos, Italia o el Reino Unido.

La política de creación de filiales se inició durante la presidencia del Consejo de Dirección de Porsche AG de Peter Schutz que, desde 1981, impulsó un cambio de tendencia en la dirección de la empresa. Aunque con formación en ingeniería, Schutz tenía un perfil más empresarial que técnico, a diferencia de su predecesor Ernst Fuhrmann. Además de la creación de las filiales, tomó otras importantes decisiones, como revocar el fin de la producción del 911, previsto para 1981, o alentar la participación en carreras de resistencia al más alto nivel, lo que dio lugar al exitoso Porsche 956/962, que dominó con autoridad el Campeonato del Mundo de Prototipos y las 24 Horas de Le Mans durante toda la década de los ochenta.

La salud económica de Porsche AG también mejoró durante los primeros años del mandato de Schutz, lo que hizo posible las inversiones efectuadas en España. El capital original de esta filial fue 50 millones de pesetas, que equivaldrían actualmente a unos 850.000 euros en moneda corriente. Durante los primeros diez años realizaron aumentos anuales de capital hasta alcanzar los 1.100 millones de pesetas (unos 18,7 millones de euros actuales). Esa inversión permitió aumentar la plantilla, dedicar gran cantidad de recursos a formación de la red y mejorar todos los procesos en general. El primer Director General de Porsche España fue Ulrich Friedrich Oskar Heyl, proveniente del área de Formación en Alemania. Solo durante el primer año, la plantilla de Porsche España pasó de 15 a 32 personas y se dio la adecuada dimensión a la red de concesionarios.

Como ocurría con el anterior importador, Porsche España también distribuía aquí la marca Saab. De esa manera, los concesionarios podían alcanzar el volumen de negocio adecuado. Con el mismo fin se consideró comercializar otras marcas de automóviles e incluso una de motocicletas, pero se descartó la idea por no encontrar ninguna adecuada. Porsche España comenzó con una red de 10 concesionarios, gracias a que también podían comercializar Saab. La importación paralela, fuera de los canales oficiales, era muy frecuente en España durante aquellos años y suponía una merma en el negocio tanto para la filial como para los concesionarios.

En 1985, primer año completo de Porsche España, la actividad comercial comprendía la parte

peninsular del país y las Islas Baleares, para posteriormente extenderse a Portugal y las Islas Canarias. Se vendieron 252 unidades. Más de la mitad (57 %) eran modelos *transaxle* de cuatro cilindros, el 924 y el 944. Las ventas del 911 eran comparativamente altas, un 32 %. Del Porsche 928, cuyo precio en España resultaba extremadamente alto, se vendieron 29 unidades. Ese año se produjo el lanzamiento de dos modelos con una gran significación, a distinta escala. Uno fue el 944 Turbo, que elevó el concepto *transaxle* a un nivel de prestaciones donde rivalizaba con el 911. El otro fue el mítico 959, un deportivo tecnológicamente muy avanzado para su época, del que se llegaron a vender 12 unidades en nuestro país.

En 1987, la inversión de la casa matriz permite comprar un terreno en las afueras de Madrid, destinado a las futuras instalaciones de Porsche España. Tras dos años de obras, la nueva sede se inaugura en 1989. Fue un año muy importante para la compañía porque prácticamente se duplica el personal y se crean divisiones independientes para Porsche y Saab, cada marca con sus equipos comerciales y departamentos de marketing. Asimismo, en las nuevas instalaciones se ubicaba el actual Centro Porsche Madrid Norte, entonces un concesionario integrado en la estructura fiscal de Porsche España.

Una iniciativa singular fue la creación en 1988 de la serie especial 924 Spirit, específica para España y Portugal. Estaba basada en otra edición limitada, el 924 Club Sport, y se pusieron a la venta 30 unidades, 15 de color negro y 15 blanco Alpine. En cierta medida, se buscaba atraer al público femenino, dado que todavía la inmensa mayoría de los clientes eran hombres.

La primera década de Porsche España fue un periodo de consolidación, en el que con esfuerzo y pasión se establecieron las bases para el futuro crecimiento. Este proceso resultó complejo y laborioso porque afectaba a muy distintos ámbitos, desde la toma de decisiones estratégicas hasta pequeños detalles. Por ejemplo, fue una mejora notable que en su día todos los concesionarios tuvieran un telefax para realizar los pedidos y otras comunicaciones con la central en Madrid, en lugar de usar el télex o el teléfono. Durante esos años, con mayor o menor rapidez y maestría, el personal tuvo que acostumbrarse a trabajar con las primeras *suites* ofimáticas, que consistían en un procesador de texto, una hoja de cálculo y un gestor de bases de datos.

El final de esa primera década fue una etapa convulsa, con una seria caída de ventas a nivel internacional, debido a la crisis económica mundial de los años 90, y con cambios trascendentales en la dirección de Porsche AG. Como en otros casos, Porsche salió fortalecida tras superar un periodo difícil, tanto a nivel global como en España, con el espíritu, el coraje y la determinación necesarias para seguir adelante.

Image Sublines

Path: 40º aniversario de Porsche Ibérica: 1984 - 1994/fotos/img_2.jpg
Title: El 911 Carrera 3.2 se lanzó en el mismo año de la creación de Porsche Ibérica, 40º aniversario de Porsche ibérica (1984-2024)
Subline: El 911 Carrera 3.2 fue uno de los nuevos modelos en el comienzo de la andadura de Porsche España, posteriormente Porsche Ibérica.

Path: 40º aniversario de Porsche Ibérica: 1984 - 1994/fotos/img_3.jpg
Title: Peter Schutz, Presidente del Consejo de Dirección de Porsche AG entre 1981 y 1987, 40º aniversario de Porsche Ibérica (1984-2024)
Subline: Durante la etapa de Peter Schutz en Porsche AG se reemplazaron importadores por filiales en varios mercados, España entre ellos.

Path: 40º aniversario de Porsche Ibérica: 1984 - 1994/fotos/img_4.jpg
Title: Desde un primer momento, la formación fue una prioridad, 40º aniversario de Porsche Ibérica (1984-2024)
Subline: Porsche AG realizó fuertes inversiones en Porsche España, con la formación de la red como uno de sus fines.

Path: 40º aniversario de Porsche Ibérica: 1984 - 1994/fotos/img_5.jpg
Title: Un registro personal de los cursos de formación, 40º aniversario de Porsche Ibérica (1984-2024)
Subline: Un registro personal de los cursos de formación realizados, con fecha dos meses posterior a la fundación de la filial en España.

Path: 40º aniversario de Porsche Ibérica: 1984 - 1994/fotos/img_6.jpg
Title: Rafael San Román, 40º aniversario de Porsche Ibérica (1984-2024)
Subline: Rafael San Román entró en Porsche España en 1984 y se jubiló como Director Comercial de Porsche Ibérica en 2018.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-1984-1994-35983.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/cdc05f3c-fd48-40d1-9b54-40f5dd65366b.zip

External Links
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-1984-1994-35983.html
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-1994-2004-35984.html
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-2004-2014-36240.html
https://newsroom.porsche.com/es_ES/carpetas-de-prensa/40-aniversario-porsche-iberica/40-aniversario-porsche-iberica-2014-2024-36346.html