Oliver Blume: “Centrados en lo esencial”

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

04/11/2020 En épocas de crisis, hace falta un rumbo bien definido. *Christophorus* ha hablado con el Presidente del Consejo de Dirección de Porsche, Oliver Blume, sobre los principios inamovibles de la marca, la importancia del trabajo en equipo y, en definitiva, cómo alcanzar el éxito en tiempos de pandemia.

Sr. Blume, el coronavirus ha puesto en jaque a la sociedad y a la economía. ¿Cómo está afectando la crisis a Porsche?

Oliver Blume: Porsche es una empresa muy sólida, como han demostrado los buenos números del primer semestre del año. Estamos por delante de la competencia. La base del éxito es nuestro gran equipo. Juntos hemos conseguido capear la crisis, protegiendo la salud con políticas de empresa y con teletrabajo. Todo ello sin perder nunca de vista a nuestros clientes: ellos son lo más importante, son sus sueños los que queremos cumplir.

¿Qué distingue a Porsche de otras marcas?

Porsche siempre ha sido diferente, es una marca especial. Nuestro equipo está muy unido, tiene una gran motivación y pone el alma en lo que hace. Mantenemos vivo el espíritu pionero de Ferry Porsche. Cuando empezó la pandemia, marcamos el rumbo estratégico muy pronto, actuamos con valentía y entendimos la crisis como una oportunidad. Tenemos una gama muy atractiva de producto, que va desde el icónico 911 hasta el Cayenne Coupé o el Taycan, nuestro deportivo eléctrico, que ha sido elegido el automóvil más innovador del mundo. Todo ello genera confianza.

Parece que las ideas están claras pero, ¿cómo se traducen al día a día en estos tiempos?

Manteniéndonos centrados en lo esencial. ¿Qué hace especial a Porsche? ¿Qué es lo esencial para nosotros? En épocas de crisis se ve muy rápido el nivel de estabilidad y flexibilidad de una empresa. Hemos trabajado intensamente en nuestra estructura de costes, hemos aprovechado el tiempo para seguir desarrollando nuestra estrategia y estamos trabajando más digitalizados que nunca, tanto en la labor interna diaria como en la experiencia del cliente.

¿Cuánto han cambiado las formas de comunicación en estos últimos meses?

Vivimos una nueva realidad donde lo digital tiene mucho mayor peso que antes. El lanzamiento mundial

del actual 911 en sus versiones Turbo S y Targa ha tenido lugar de forma *online* y ha destacado por su autenticidad, capacidad informativa e innovación. Los resultados han sido claramente positivos. Y los formatos digitales también están funcionando en ventas. Pero nos falta algo: la emoción que se experimenta al conducir el vehículo. Las reuniones de trabajo son mucho más disciplinadas y eficientes, pero falta el contacto personal. En términos globales mi balance es positivo: los medios digitales hacen la vida más flexible y el contacto personal sigue siendo importante.

¿Con qué ingredientes dirigió a su equipo durante las peores horas de la crisis?

Prudencia, sistematicidad y orientación al equipo. El coronavirus ha modificado las reglas del juego de la sociedad y lo ha teñido todo de incertidumbre. En situaciones difíciles yo reacciono siempre con más calma de lo habitual. Lo más importante es el apoyo, un rumbo claro y dar seguridad al equipo, pero también hay que tomar decisiones pragmáticas, claras y rápidas.

¿Qué decisiones hubo que tomar?

El gabinete de crisis se reunía a diario para tratar asuntos de diversa índole y tomar decisiones de acuerdo con los datos. Se trataba de salud, puestos de trabajo, liquidez y viabilidad económica, pero también de nuestros clientes y socios. Gracias a nuestro equipo de informáticos, pudimos trabajar de forma remota desde el primer día de confinamiento. En la fábrica tratamos de continuar con el trabajo presencial todo lo posible, pero cuando la escasez en las cadenas de suministro mundiales alcanzó niveles insostenibles, tuvimos que interrumpir la producción durante seis semanas. Eso sí, siempre con la vista puesta en el futuro y preparándonos para volver cuanto antes.

Pero en estos tiempos tan duros, la empresa no solo habrá pensado en sí misma...

Por supuesto que no. Pensábamos en cómo estarían otros y cómo podríamos ayudar. Las crisis requieren una mayor unión, la implicación de todos. Así nació el programa "Porsche ayuda". En Alemania colaboramos con los gabinetes de crisis de los gobiernos regionales de Baden-Wurtemberg y Sajonia, y organizamos equipos de protección a través de nuestras cadenas de suministro mundiales. Incrementamos significativamente nuestras donaciones para ayudar a la gente que lo necesitaba. Nuestros empleados han hecho cuantiosas donaciones a nivel privado. Se pusieron en marcha iniciativas en todos nuestros centros mundiales. En EE.UU., los compañeros de Porsche Cars Norteamérica (PCNA) subastaron junto a RM Sotheby's el último 991 Speedster por una buena causa y donaron lo recaudado; en España, Porsche Ibérica ha elaborado comidas para la gente mayor... La variedad de iniciativas ha sido espectacular.

¿La empresa Porsche no es un fin en sí misma, sino que tiene una función social?

Exacto. Entendemos la sostenibilidad en toda su dimensión económica, medioambiental y de responsabilidad social. A mí, personalmente, me resulta muy importante contribuir a hacer del mundo un lugar digno de ser vivido para la sociedad y las futuras generaciones.

No lo dice solo en calidad de máximo responsable de Porsche, sino también en lo personal. ¿Quién le ha servido de inspiración?

Fundamentalmente, mis padres, mi familia y mis amigos. Durante la gran ola de refugiados, por ejemplo, mi mujer decidió implicarse y ayudar a aquellos que llegaban a nuestro país sin nada. Les ayudó a dar los primeros pasos de su nueva vida, por ejemplo, impartiendo clases de alemán a los niños. Ahora, algunos han terminado ya su formación profesional y otros los estudios secundarios. La educación es la base de todo. Y cada persona cuenta. Este tipo de actitud me parece fundamental en la vida.

¿Cuáles fueron sus orígenes?

Tuve una infancia fantástica, crecí en una familia normal. Mi padre trabajaba en un supermercado y mi madre, en un banco. Me transmitieron una actitud saludable hacia la vida. Acepto a todas las personas tal como son. En el trabajo, me da igual hablar con un compañero de producción que con un miembro del Consejo de Dirección. Respeto a todos de la misma manera y sé que de cada uno de ellos puedo aprender algo. Este mismo trato es el que espero de los demás. Estos son mis principios, los que traigo de mi casa. Respetar y valorar al otro es muy importante para mí.

¿Es usted una persona optimista?

¡Por supuesto! Siempre pienso en lo que es posible y en las oportunidades. Con una actitud positiva ya has hecho la mitad del camino. Esto es algo que he aprendido practicando deportes: solo triunfan los equipos que salen al campo con confianza y la firme voluntad de ganar.

¿Cuál es la importancia del líder y cuál la del equipo?

Los equipos solo pueden ser todo lo buenos que se les lleve a ser, tanto en el deporte como en los negocios. En Porsche yo me veo como el entrenador de un equipo de élite. Para mí, dirigirlo es un servicio estrechamente relacionado con la responsabilidad, la organización y el rumbo. Doy pautas claras, pero dejando siempre espacio a la individualidad, la creatividad y la flexibilidad. Como en el deporte, todo empieza con la alineación. No todos valen para todas las posiciones. Es cuestión de saber colocar a cada uno donde más útil pueda ser. Después están el sistema de juego y la táctica, que en una empresa serían la estrategia y los procesos. Y, por encima de todo, está el espíritu de equipo. Con un equipo fuerte puedo mover montañas.

¿Tiene algún referente?

No tengo ninguno en concreto. No me inspiran las personas con capacidades extraordinarias, ni en el ámbito privado, ni socialmente, ni en el deporte, ni en el trabajo. He tenido muy buenos jefes y de todos ellos he aprendido cosas y he aprovechado su experiencia. Para mí, lo importante siempre ha sido seguir desarrollándome y mantener la autenticidad. Copiar no funciona. En el deporte me inspiran entrenadores como Jürgen Klopp que, con conocimiento y pasión, es capaz de sacar el máximo provecho de un equipo. Eso es liderazgo. Lo admiro.

¿Significa eso que Oliver Blume aún está en proceso de aprendizaje?

Claramente. Desarrollarse es un proceso que dura toda la vida. No se acaba nunca. Lo bueno de envejecer es que puedes combinar la experiencia con las nuevas vivencias, y eso te ayuda a madurar, a ser más inteligente y reflexivo. Y los demás pueden aprender de ti. Para mí, eso es una gran fuente de motivación.

Se aprende mucho bajo presión. ¿Cómo lidia usted con las situaciones de estrés?

Con actitud positiva, equilibrio interno y coraje. La presión genera en mí una tensión positiva. Para mí, es importante no trasladar esa presión al equipo. Es evidente que todo no va a ser siempre un camino de rosas, pero con la actitud adecuada es posible alcanzar cualquier meta.

Un buen ejemplo son proyectos como el nuevo 911 o el Taycan. Siempre hay situaciones difíciles que hay que sobrellevar como equipo. Lo más importante es una buena preparación, mantenerse ágil y luchar cada metro. Tú por mí, yo por ti.

¿Y qué hace para conseguir el equilibrio interno?

El deporte me ayuda a desconectar. Salgo a correr, monto en bicicleta de montaña, juego al tenis, voy a nadar... Así consigo despejarme, recargar pilas y reflexionar sobre posibles errores de reacción, qué decisiones tienen prioridad o hacia dónde quiero ir. La buena sensación que uno tiene después de hacer deporte es un chute de energía.

¿Le ha cambiado la crisis del coronavirus en lo personal?

He vivido de forma aún más consciente. Al viajar menos, he pasado más tiempo con mi familia. Mis hijos siempre estaban allí y he podido hablar más con ellos. Ha quedado más claro, si cabe, que son las personas las que hacen que la vida valga la pena y que son necesarias muy pocas cosas y muy pequeñas para ser feliz.

¿Ha echado de menos los intensos viajes de trabajo?

Lo cierto es que no. Más bien al contrario, ha sido una experiencia positiva. Nunca había tenido tanto tiempo para ocuparme directamente del negocio de Porsche y he podido entrar en detalles con más intensidad y profundidad. Con el ritmo de trabajo que llevaba y mis múltiples tareas en el Grupo Volkswagen, ese nivel de detalle me había sido imposible hasta ahora.

En el punto álgido de la crisis usted estaba prácticamente solo en Zuffenhausen. ¿Qué sensación tenía?

No estuve completamente solo, siempre había algún compañero por allí, guardando las distancias, por supuesto. Pero era una sensación extraña atravesar las plantas de producción completamente vacías. Toda nuestra emoción está ligada a la fabricación de deportivos, es de lo que vivimos. Y, de pronto, ese

inmenso vacío. Parecía una película de ciencia ficción. A veces, me preguntaba si todo aquello era real o producto de un mal sueño.

La idea del coche como refugio ha vuelto a cobrar importancia debido al coronavirus. ¿Tiene ahora una connotación más positiva?

Para mí, un coche siempre ha simbolizado la libertad. Ahora, la gente siente esa libertad con más intensidad, pero añadida a la función protectora. Creo que el automóvil tiene un gran futuro por delante siempre que seamos capaces de cuidar la sostenibilidad y el medio ambiente. Garantizarlo es la tarea que todos tenemos por delante.

Hablando de sostenibilidad, es obligado mencionar el Taycan. ¿Recuerda su primer momento con este coche?

¡Claro! Fue en una de las primeras fases del prototipo, y había una tensión enorme. ¿Hasta qué punto puede ser deportivo un coche eléctrico? Pero al probar aquel modelo por primera vez y sentir su increíble aceleración y dinámica de conducción, me invadió un gran entusiasmo. El Taycan acelera más rápido que la gravedad terrestre. Fue como lanzarme al agua desde una altura de 10 metros. El Taycan es un hito para los vehículos deportivos eléctricos y la movilidad sostenible.

¿Y qué significa ese hito para el futuro de Porsche?

La movilidad eléctrica supone una gran oportunidad para nosotros. Materializar el Taycan fue una dura batalla y una cuestión de espíritu pionero. Fuimos muy atrevidos, pero también aprendimos mucho. Para nuestro equipo es muy motivador ver la buena acogida que ha tenido. Nuestra fórmula para el futuro es flexible: seguiremos desarrollando la electromovilidad, al tiempo que continuamos apostando por la emoción del motor de combustión y la potencia de los híbridos. Nuestra máxima es: un deportivo concreto para cada fin concreto. Así es como Porsche seguirá siendo Porsche.

Información

Artículo publicado en el número 396 de Christophorus, la revista para clientes de Porsche.

Copyright: Las imágenes aquí publicadas 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.

Consumption data

911 Turbo S (Predecessor model)

911 Targa 4S (Predecessor model)

911 Turbo S Cabriolet (Predecessor model)

911 Targa 4 (Predecessor model)

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO_2 emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO_2Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Image Sublines

Path: Oliver Blume: “Centrados en lo esencial”/fotos/img_1.jpg
Title: Victorias de Porsche en Le Mans, 2020, Porsche AG
Subline: Espíritu deportivo: las victorias de Porsche en Le Mans son testimonio del trabajo en equipo.

Path: Oliver Blume: “Centrados en lo esencial”/fotos/img_2.jpg
Title: 919 Hybrid, 2020, Porsche AG
Subline: Porsche ha celebrado grandes éxitos con el legendario 919 Hybrid.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa/2020/es-porsche-presidente-oliver-blume-entrevista-christophorus-396-22755.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/094afbe5-93c9-4c4f-b28e-4a1985f9898f.zip

External Links
https://christophorus.porsche.com/christophorus-site/en