Tomás Villén: “Hemos decidido centrar nuestros esfuerzos en los mayores”

08/04/2020 Tomás Villén, Director General de Porsche Ibérica, nos cuenta cómo se ha transformado su día a día con la crisis del coronavirus y explica las acciones que se están llevando a cabo para ayudar a los más vulnerables.

El ritmo de trabajo para el máximo responsable de Porsche en España y Portugal sigue siendo frenético, a pesar del parón general que hay en la actividad desde que se decretó el estado de alarma.

Lo primero, Sr. Villén, ¿hay algún afectado por el virus entre los miembros de su empresa?

Sí, tenemos casos entre nuestros empleados y en los Centros Porsche pero, afortunadamente, no son muchos ni graves y todos se están recuperando bien. La parte más negativa es el fallecimiento de los padres de algunos compañeros y personas allegadas a nosotros, a los que desde aquí quiero enviar todo mi cariño y solidaridad, porque a la pérdida de un ser querido se unen las especiales circunstancias de no poder despedirlo como uno quisiera.

¿Se ha puesto en marcha alguna acción solidaria por parte de Porsche Ibérica para paliar los efectos de esta crisis?

Por supuesto, y precisamente nos hemos querido concentrar en uno de los colectivos que más la está sufriendo, el de las personas mayores. En cuanto empezó todo esto, pedí a mi equipo que aportase ideas para ver de qué forma podríamos colaborar, porque en el espíritu de Porsche siempre ha estado muy presente el desarrollar acciones que nos permitan devolver a la sociedad parte de lo mucho que recibimos de ella. La gente se implicó al máximo y, de todas las excelentes iniciativas propuestas, decidimos volcarnos en la ayuda alimentaria para las personas de edad avanzada más necesitadas.

¿Nos puede explicar un poco en qué consiste esta ayuda?

En Porsche Ibérica tenemos un servicio de restauración y, como en estos días están cerradas las instalaciones, pensamos que en lugar de cerrar también la cocina sería una buena alternativa aprovecharla para dar de comer a otros. Lo hablamos con nuestro chef, Adolfo, y le entusiasmó el proyecto. Vamos a entregar miles de menús en estos días, que irán destinados a residencias de ancianos y a domicilios particulares de personas mayores, gente que no puede salir ni tiene a nadie que le haga la compra. Como decía antes, ellos son los que más están sufriendo esta pandemia y no podemos abandonarlos. Hemos acuñado una frase que va impresa en todas las bolsas de comida y que resume perfectamente nuestros sentimientos: “El mayor honor es cuidar de aquellos que cuidaron de

nosotros".

¿Cómo se va a articular el operativo para que la comida llegue a su destino?

Hablamos con el Ayuntamiento de Madrid, les contamos la iniciativa y les ofrecimos que un grupo de voluntarios de nuestra empresa hiciese las labores de entrega. Les encantó la idea pero, con buen criterio, nos ofrecieron coordinar ellos la parte logística de los movimientos, porque es complicado moverse libremente en estos días en que está vigente el estado de alarma. Por tanto, Adolfo y su equipo compran la materia prima, elaboran los menús, los envasan de una forma impecable e higiénica y se lo entregan a personal del Ayuntamiento que se ocupa de la distribución.

¿Qué criterio se ha elegido para seleccionar a los beneficiarios de esta acción solidaria?

En este punto también nos hemos coordinado con el Ayuntamiento de Madrid, con la intención de que llegue a la gente más necesitada de nuestro entorno próximo, es decir, la zona norte de Madrid que es donde está nuestra sede. De esta forma, pasa el menor tiempo posible entre la preparación de los menús y la entrega.

¿Tiene previsto Porsche otras acciones adicionales?

Esta crisis es mundial, por tanto estamos desarrollando acciones globales con la coordinación de todos los países. La dotación prevista para este año en donaciones se ha incrementado en cinco millones de euros, con el fin de atender las necesidades de esta pandemia. A esa cantidad se añaden otros 200.000 euros que van destinados a bancos de alimentos. También se han puesto a disposición de las autoridades todos los centros de producción de la compañía para fabricar material sanitario. Y, a través de nuestra subsidiaria Porsche Consulting, ayudamos en la estructura y coordinación de los complejos procesos que requieren estas situaciones de emergencia.

Adicionalmente, desde Porsche Ibérica seguimos trabajando en el desarrollo de otras acciones complementarias, en las que también se van a implicar de forma directa nuestros empleados, ya que así nos lo piden. Somos una plantilla de menos de 60 empleados, pero nos hacemos oír...

Hablando de trabajo, ¿cómo se organizan con el día a día?

Desde antes de que se decretase el estado de alarma, ya ofrecimos a nuestros empleados la posibilidad de llevarse un ordenador portátil y trabajar desde casa. Una semana más tarde, solo manteníamos unos servicios mínimos en la oficina y, días después, tuvimos que cerrar por completo. Pero estamos perfectamente organizados para seguir con nuestro día a día. Todas las mañanas, el equipo de Dirección celebramos una reunión por videoconferencia y, al terminar, cada uno de los directores coordina con su grupo las tareas diarias. Igualmente, contactamos todos los días con nuestros colegas de Alemania y cerramos la jornada con un comunicado para la red de concesionarios y empleados de Porsche Ibérica, donde compartimos lo realizado. Hay un contacto continuo.

En cualquier caso, ¿habrá disminuido bastante su carga de trabajo?

¡En absoluto! Todo lo contrario. Trabajamos aprendiendo del nuevo día a día, atendiendo a nuestros clientes y Centros Porsche y estudiamos diferentes escenarios para estar listos tan pronto como acabe esta difícil situación. Además, a esto hay que añadir que hemos adquirido compromisos nuevos, como los que contaba de las acciones solidarias que también nos consumen bastante tiempo.

¿Y los clientes? Porque en una marca como Porsche el contacto fluido y permanente con sus clientes es esencial.

Cierto. Por eso, aunque no sea de una forma presencial, seguimos hablando con ellos a diario. Nos interesamos por sus problemas, atendemos sus sugerencias y hay una comunicación muy fluida por todo tipo de canales: desde el teléfono al correo electrónico, pasando por las distintas web de la marca o las redes sociales. En casos de urgencia les atendemos en nuestros talleres y de forma online para cualquier necesidad de información que requieran. La actividad digital se ha incrementado y hemos reforzado nuestro call center. Tanto los clientes como nuestra red de Centros Porsche están demostrando que somos una gran familia y nos apoyamos unos a otros.

Hace unos días, recibimos un mensaje de un cliente en nuestro call centerque nos hizo llorar a todos. Decía lo siguiente: “Aprovecho esta situación tan caótica y grave para agradecerles que hayan sido capaces de fabricar una máquina como esta. Desde mi cama, postrado por este virus indeseable y sin tener la seguridad de volver a conducir este coche, deseo transmitir a quienes sean responsables mi gratitud por haberlo disfrutado”. Por supuesto, estamos en contacto con él apoyándole en estos difíciles momentos y el diseñador de su coche ya tiene su nota. Solo por esto, merece la pena todo el esfuerzo que hacemos.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa/2020/es-porsche-iberica-crisis-coronavirus-20425.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/1a47c2f2-9642-44e3-b941-6f4d1366d348.zip

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