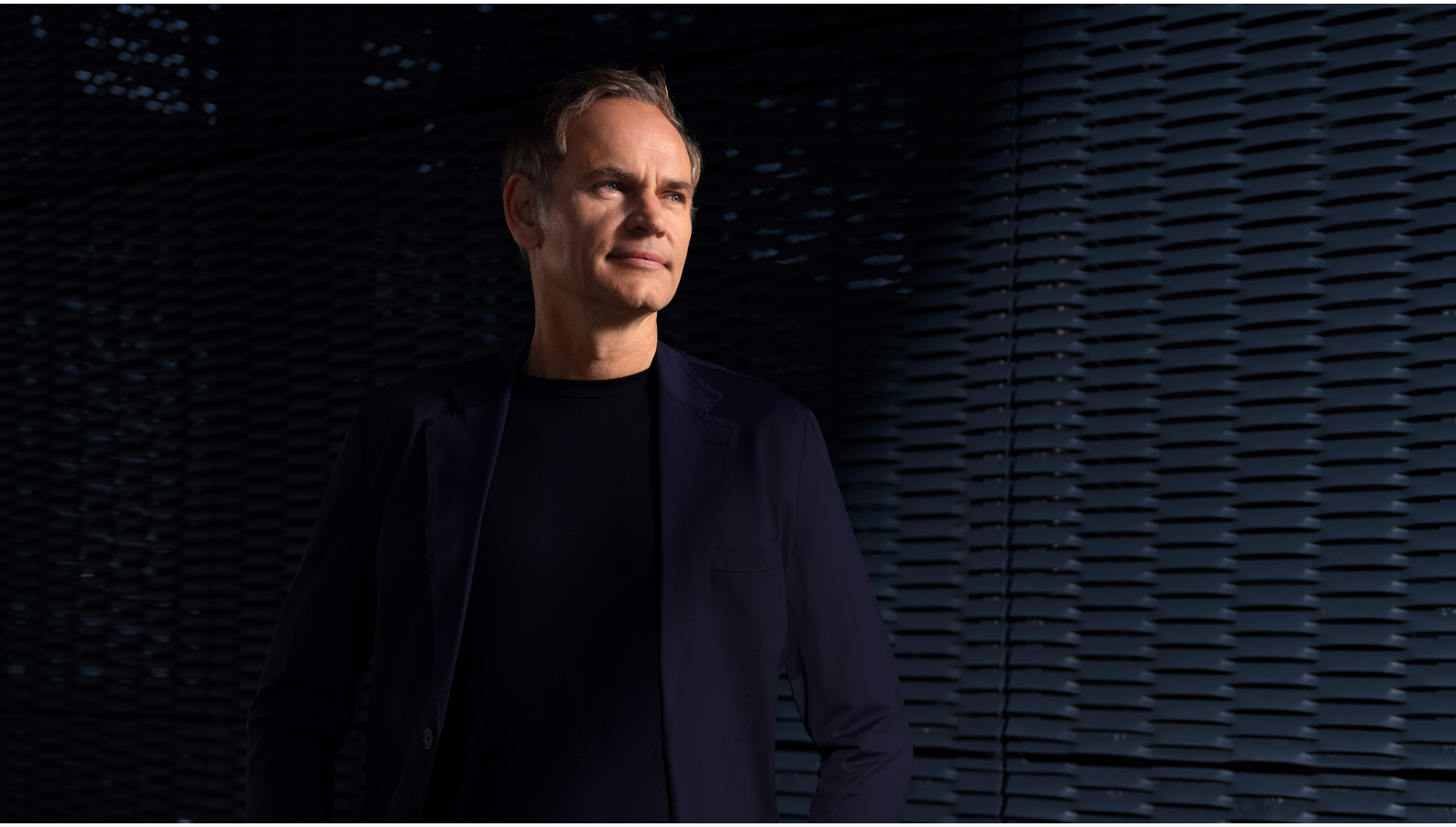

Oliver Blume habla de estrategia y objetivos

20/03/2024 Porsche lleva años en la senda del éxito. En esta entrevista, Oliver Blume, Presidente del Consejo de Dirección de Porsche AG, mira hacia atrás y hacia el futuro. Una conversación sobre un buen trabajo en equipo, una estrategia coherente, una planificación eficaz y una gestión sostenible.

Sr. Blume, Porsche sigue registrando cifras récord en el octavo año con usted como Presidente del Consejo de Dirección. El éxito se puede medir. ¿Cómo se siente tras este periodo de grandes logros?

Oliver Blume:El éxito es siempre resultado del trabajo en equipo. Y nosotros somos un equipo fuerte. Hemos conseguido desarrollar Porsche continuamente a lo largo de los años. Motivarnos una y otra vez tras un periodo de buenos resultados. Nuestros productos, en los que combinamos los valores de la marca con las últimas tecnologías, ocupan un lugar central. Tenemos como objetivo inspirar a nuestros clientes y cumplir sus sueños con cada automóvil. El éxito financiero es el resultado de una estrategia acertada. En los últimos años, hemos duplicado con creces nuestras ventas y nuestro beneficio operativo. En la industria del automóvil no hay casualidades. El éxito se puede planificar. Tenemos una estrategia coherente con un concepto concreto de aplicación. Para mí es importante no dormirnos en

los laureles. Como en el automovilismo, cada carrera empieza siempre de nuevo en la línea de salida. Solo si vuelvo cada vez a centrarme y tengo la voluntad absoluta de ganar, cruzaré el primero la meta.

Dice usted que el éxito se puede planificar. ¿Existe una receta para planificarlo de forma eficaz?

Oliver Blume:No tengo un remedio que se pueda patentar, pero sí una filosofía y un método para gestionar la empresa. Para mí, es importante aplicarlos específicamente a las respectivas condiciones marco y a las cuestiones que se plantean. Es como en el deporte: la experiencia ayuda, al igual que la preparación estratégica y la aplicación estructurada. Mi receta básica es, en primer lugar, analizar la situación con precisión; después, priorizar los problemas y las tareas; en último lugar, tomar decisiones estratégicas con visión de futuro y aplicarlas con decisión. Establezco directrices para nuestros equipos, que dan a todos un sentido de la dirección y, al mismo tiempo, ofrecen suficiente margen de maniobra para desarrollar ideas y actuar con espíritu emprendedor. La clave del éxito es que todos actúen en interés del equipo, de la empresa y de nuestros clientes. Para mí, se trata de tener la mentalidad adecuada y un espíritu de equipo común.

¿Se trata menos de tener visión de futuro y más de establecer una orientación pragmática?

Oliver Blume:Al final, lo que cuenta es actuar con pragmatismo, sobre todo en tiempos turbulentos como los actuales. Los objetivos establecen el punto de referencia. La clave es formularlos de forma ambiciosa, pero dentro de lo posible. Cuando establezco objetivos, pienso a gran escala y por fases. Como en una ascensión, depende de la cumbre que queramos escalar y de la ruta que tomemos. Por qué la ruta norte es mejor que la ruta sur. Nos aseguramos de que nuestras mochilas están bien preparadas y nos ponemos en marcha. Al principio, no importa cuáles serán los detalles de la última parte de la ruta. Lo importante es empezar y luego decidir en función de la situación. Siempre tenemos presente lo que queremos conseguir a largo plazo. Nuestra estrategia señala el camino, nuestras prioridades anuales dan forma a las etapas. La cumbre es nuestra meta y nos acercamos a ella paso a paso.

¿Es la transformación una competición por etapas?

Oliver Blume:La transformación con los grandes retos de la digitalización, la sostenibilidad y la electromovilidad es el mayor proceso de cambio de la historia de nuestra industria. Se trata de mucho más que tecnologías: la organización y los procesos desempeñan un papel clave. Llevará más de 15 años. Y solo hemos recorrido un tercio del camino. Aún quedan grandes tareas por hacer. Algunos ejemplos son el aumento de la eficiencia de la electromovilidad, la expansión de la generación de energías renovables, una infraestructura de recarga a escala nacional y la descarbonización de las empresas. En cuanto a la estrategia de producto, reconocemos que las distintas regiones del mundo se están transformando a velocidades diferentes. Nuestra posición es flexible: los deportivos eléctricos son una clara prioridad, pero seguiremos ofreciendo una gama simultánea de motores de combustión y propulsores híbridos durante este periodo de transformación.

¿Y probablemente eso también requiera una cierta dosis de audacia?

Oliver Blume:Sin duda. En Porsche nos adentramos en la electromovilidad muy pronto, a finales de 2015. Por aquel entonces, la decisión de desarrollar el Taycan fue muy valiente. Recuerdo muy bien mi primera reunión del Consejo de Supervisión como Presidente del Consejo de Dirección de Porsche. Se trataba de invertir miles de millones. Estábamos abriendo nuevos caminos. Y bastantes personas se mostraban escépticas sobre si era lo correcto para Porsche. En otoño de 2019, cuando se inauguró la remodelación de la fábrica y el estreno mundial fue un éxito, todo el mundo sabía que el Taycan sería un acierto. A finales de 2022, ya habíamos entregado el Taycan número 100.000. En 2023, hemos entregado más de 40.000 unidades durante el último año de ciclo de la primera generación. Ahora llega el nuevo Taycan, que establece nuevos estándares técnicos.

Ya eran victorias de etapa notables...

Oliver Blume:Sí, porque nos dan la confirmación, la confianza y la seguridad de que vamos por el buen camino. Ahora viene el siguiente gran salto en el desarrollo. Nuestros vehículos eléctricos serán aún más potentes, más eficientes y, por tanto, aún más atractivos. En 2024, lanzaremos el Macan eléctrico junto con la segunda generación del Taycan. Ambos vehículos definirán el automóvil deportivo en su segmento. Porsche y los propulsores eléctricos son una combinación perfecta. Tenemos el propósito de que, de aquí a 2030, más del 80 % de nuestros vehículos nuevos sean totalmente eléctricos, en función de la demanda y del desarrollo de la electromovilidad en las distintas regiones del mundo. También estamos trabajando para conseguir una cadena de valor neutra en carbono para nuestros vehículos de nueva producción en 2030.

El nuevo Macan y la próxima generación del Taycan son la referencia.

Oliver Blume:Con el nuevo Taycan y el Macan totalmente eléctrico, estamos demostrando cuáles serán nuestros estándares de rendimiento y calidad en los próximos años. Gracias a la tecnología de 800 voltios, el Taycan, por ejemplo, solo necesita 18 minutos para cargarse del 10 % al 80 %. En términos de conducción, el nuevo Macan es la referencia en su clase. A ello contribuyen la ultramoderna dirección en el eje trasero y el preciso control de las cuatro ruedas. Estamos dando un gran salto en términos de software. Los tiempos de respuesta son comparables a los de una tablet. El sistema reacciona en cuestión de segundos. Si se introduce el destino de navegación por control de voz, la ruta se muestra inmediatamente, incluso para distancias muy largas. Al mismo tiempo, la planificación de la carga se calcula con la misma rapidez y precisión.

Usted ha situado a Porsche como una marca de lujo. ¿Cómo definen esta posición tan especial?

Oliver Blume:Es importante tener una visión holística respecto al posicionamiento de lujo de Porsche. Sabemos que nuestros clientes hacen realidad sus sueños con un Porsche. Obtienen la combinación perfecta de herencia icónica y lujo moderno y deportivo. Nuestros deportivos impresionan por su diseño, calidad y tecnología. Fascinan por su exclusividad y sus prestaciones. Además, combinamos un producto excepcional con una experiencia muy personal y una marca que asume su responsabilidad en la sociedad. Desde mi punto de vista, esto es único en el sector de los coches de lujo.

En esencia, todo gira en torno a los coches deportivos. Sus productos tienen un gran atractivo.

Oliver Blume:Los deportivos son el núcleo de nuestra marca. Siempre se trata del concepto técnico idóneo, la sustancia del producto, las prestaciones, el diseño y la calidad. Los clientes eligen una marca porque se identifican con ella. Los clientes compran marcas y los símbolos les dan forma. Productos icónicos como el 911. Puede describir su nuevo Porsche 911 a sus amigos con mil palabras. Con emoción y entusiasmo. Pero también puede simplemente mirarlo. Para usted mismo. Es entonces cuando el lujo se hace tangible. En Porsche nos mantenemos fieles a nuestros valores, a nuestra identidad. Porsche siempre ha sido fiel a sus raíces. Puedo reconocer un 911 como tal y compararlo con el primer 911 de hace 60 años. Un Porsche es icónico y atemporal. Tiene un alto valor de reconocimiento.

Entonces, ¿este reconocimiento forma parte de su vida?

Oliver Blume:Sí. El vehículo que conduzco forma parte de mi personalidad. En un sentido más amplio, esto también se aplica a valores y productos en otros ámbitos. La moda es un buen ejemplo. La gente compra determinadas prendas o muebles porque se identifica con ellos. Por ejemplo, yo mismo conduzco un 911 y un Taycan, me gusta usar dispositivos Apple y tengo una Silla Barcelona de Mies van der Rohe. Muchos de nuestros clientes son cosmopolitas, están orientados al diseño y valoran las tecnologías avanzadas. Todo el mundo tiene expectativas y sueños, y nosotros queremos cumplirlos con nuestros deportivos.

La vida con Porsche y otras marcas de alta calidad en las que uno se reconoce hace que forme parte de una comunidad de valores, por así decirlo...

Oliver Blume:Puedo recalcarlo para Porsche. No se trata de consumo masivo. Porsche es especial: innovadora y al mismo tiempo muy duradera. Una marca apasionada por el detalle y también imperturbable. Un Porsche destaca en todas partes: en el circuito o en uno de nuestros Experience Center, pero también delante de la ópera o en los grandes bulevares. Asimismo, es importante perseguir de manera consistente nuestros ambiciosos objetivos de sostenibilidad y las responsabilidades sociales de Porsche. También aquí somos estrategas y ejecutores. Para la gran comunidad de clientes y seguidores de Porsche es importante que asumamos nuestra responsabilidad como empresa. Esto también forma parte de nuestra identidad.

Destacan lo innovadora y detallista que ha sido Porsche a lo largo de las décadas. El icónico 911 es prueba de ello desde hace 60 años.

Oliver Blume: El espíritu pionero recorre toda la historia del modelo. Las innovaciones revolucionarias llegaron a la serie 911 desde los circuitos. Un ejemplo es el turbocompresor, cuyo desarrollo comenzó en los años 70, primero en los legendarios coches de carreras de Le Mans y después en la producción en serie del 911 Turbo. La tecnología se mejoró continuamente. Por ejemplo, en 2006, cuando el 911 se equipó con turbina de geometría variable, que garantiza un flujo óptimo en todas las condiciones de funcionamiento. Otro ejemplo es el PDK, el cambio de doble embrague de Porsche. Probado en

competición, pasó a la producción en serie en el 911 en 2008 y hoy es indispensable. O la deportiva tracción total. En 1986, el 959 ganó con ella el París-Dakar. Poco después, debutó en el 911 Carrera.

En la actualidad, todos los proyectos futuros de Porsche se centran aún más en la movilidad sostenible.

Oliver Blume: La sostenibilidad debería formar parte de nuestros deportivos cada vez más. Al igual que la tecnología, las prestaciones y el diseño atemporal. Un ejemplo actual son las celdas de batería de alto rendimiento. Junto con nuestra filial Cellforce Group, estamos desarrollando una celda que se caracteriza por un contenido significativamente mayor de silicio en el ánodo y, por tanto, una densidad de energía y potencia mucho más elevada. Las celdas Cellforce son el sistema de almacenamiento de energía ideal para los automóviles deportivos de altas prestaciones y propulsados eléctricamente.

Usted también apuesta por los e-fuels.

Oliver Blume: Adoptamos un enfoque holístico de la protección del clima. Por eso nos centramos en una doble E: electromovilidad y e-fuels. Gracias a los combustibles sintéticos renovables, los motores de gasolina pueden funcionar casi sin emisiones de CO. Pensamos sobre todo en las flotas existentes. Hay 1.300 millones de motores de combustión en las carreteras. Muchos de ellos desde hace mucho tiempo. Como aditivo en la gasolina, los e-fuels pueden reducir las emisiones de CO. Los combustibles sintéticos también son necesarios en la aviación y el transporte marítimo. La planta piloto dee-fuels en el sur de Chile produce combustible sintético desde finales de 2022. Está diseñada para una capacidad máxima de producción de 130.000 litros, y el combustible se utilizará inicialmente para la Porsche Mobil 1 Supercup y otros proyectos emblemáticos.

Y ahora van un paso más allá y optimizan el sistema, ¿otro logro pionero?

Oliver Blume: Definitivamente sí. Estamos hablando del proceso de captura directa de aire DAC. Consideramos que se trata de una tecnología de futuro absolutamente relevante en el umbral del desarrollo en serie. Al extraer grandes cantidades de dióxido de carbono de la atmósfera, esta tecnología puede contribuir potencialmente a alcanzar los objetivos climáticos mundiales. Estamos trabajando con socios para integrar esta tecnología DAC en la planta piloto de e-fuels.

Por último, una pregunta: usted insiste mucho en la sostenibilidad, ¿es una cuestión que le preocupa?

Oliver Blume: Sin duda. La sostenibilidad es una de las responsabilidades más importantes de nuestro tiempo. Es tarea de todos mantener un mundo habitable para las generaciones futuras. En Porsche queremos asumir la responsabilidad de un comportamiento sostenible, para el medioambiente y para la sociedad. Esto es muy importante para mí personalmente.

El contenido de este sitio web presenta información seleccionada del Informe Anual y de Sostenibilidad 2023 de Porsche AG. Por lo tanto, toda la información se refiere a la fecha del informe y no se ha actualizado desde su publicación, el 12 de marzo de 2024. El PDF en alemán del Informe Anual y de Sostenibilidad es legalmente vinculante.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa/2024/entrevista-oliver-blume-marzo-2024-35556.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/4c397ea4-b84d-4aef-b742-03454ed47743.zip

External Links
https://newsroom.porsche.com/en/company/annual-sustainability-report-2023.html

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