

# Enfocados en lo esencial": Oliver Blume

04/11/2020 El CEO de Porsche explica cómo está guiando la empresa sin problemas a través de la crisis de COVID-19

En épocas de crisis, hace falta liderazgo y un rumbo bien definido. El Presidente del Consejo Directivo de Porsche AG, Oliver Blume, explica cómo está guiando a la empresa sin problemas a través de la crisis del COVID-19, qué principios le resultan útiles en el proceso y qué tienen que ver los deportes de equipo con ello.

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

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 hacer realidad.

¿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 autos, que va desde el icónico 911 hasta el Cayenne Coupé o el Taycan, nuestro deportivo ciento por ciento eléctrico, que fue 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 enfocados en lo esencial. ¿Qué hace especial a Porsche? ¿Qué es lo esencial para nosotros? En épocas de crisis podemos ver muy rápido el nivel de estabilidad y flexibilidad de una empresa. Hemos trabajado intensamente en nuestra estructura de costos, 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 fue llevado a cabo de manera virtual y destacó 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 las personas viven al conducir el vehículo. Las reuniones de trabajo son mucho más disciplinadas y

eficientes, pero falta el contacto personal. En términos generales 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 los peores momentos de la crisis?

Prudencia, sistematicidad y enfoque en el 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 tuvo que tomar?

El equipo de gestión de crisis se reunía a diario para tratar asuntos de diversa índole y tomar decisiones de acuerdo con datos concretos. 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 de partes 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, el compromiso de todos. Así nació el programa 'Porsche Hilft' ('Porsche ayuda'). En Alemania colaboramos con los gabinetes de crisis de los gobiernos regionales de Baden-Wurtemberg y Sajonia, y utilizamos nuestras cadenas de suministro internacionales para adquirir equipamiento de protección personal para estos estados. Incrementamos significativamente nuestras donaciones para ayudar a la gente que lo necesita más. Nuestros empleados han hecho cuantiosas donaciones a nivel privado. Pusimos en marcha iniciativas en todos nuestros centros mundiales. En Estados Unidos 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. Otros han ofrecido comidas caseras a las personas mayores todos los días. La variedad de actividades 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 esposa 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 Directivo. 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 aprendí en 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 recorrido 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 conjunta de ganar.

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

Los equipos solo pueden ser tan buenos como se les lleve a serlo, 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 dejo siempre espacio a la individualidad, la creatividad y la flexibilidad. Como en el deporte, todo empieza con la alineación. No todos sirven 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 puedes 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.

Aprendemos 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 los del nuevo 911 o el Taycan. Siempre hay situaciones difíciles

que hay que saber llevar 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 una recarga 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 están allí y he podido hablar más con ellos. Me 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?

Realmente 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, hasta ahora me había sido imposible entrar en este nivel de detalle.

En el punto más fuerte 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 y verlas completamente vacías. Toda nuestra emoción está ligada a la fabricación de autos deportivos, es de lo que nos motiva, lo que nos apasiona. 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 auto como refugio ha vuelto a cobrar importancia debido al coronavirus. ¿Tiene ahora una connotación más positiva?

Para mí, un auto 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 auto?

¡Claro! Fue en una de las primeras fases del prototipo, y había una tensión enorme. ¿Hasta qué punto puede ser deportivo un auto 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 un trampolín 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. Nuestro principio fundamental es proporcionar el auto deportivo adecuado para el propósito adecuado. Así es como Porsche seguirá siendo Porsche.

Nota: Artículo publicado en la edición número 396 de la revista Christophorus. Derechos de autor: Las imágenes publicadas aquí son propiedad Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Alemania, o de otros autores. No está permitida la reproducción total o parcial sin permiso expreso por escrito de Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG. Por favor, contacte con [newsroom@porsche.com](mailto:newsroom@porsche.com) para más información.

## MEDIA ENQUIRIES

### Elizabeth Solís

Public Relations and Press  
Porsche Latin America  
+1 (770) 290 8305  
[elizabeth.solis@porschelatinamerica.com](mailto:elizabeth.solis@porschelatinamerica.com)

### Link Collection

Link to this article  
<https://newsroom.porsche.com/es/ppdb/2020/11/enfocados-en-lo-esencial-oliver-blume.html>

Media Package  
<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/c70ead27-8808-4fdb-b35a-23efb96a946e.zip>