

Capital humano, el éxito de Volvo

Raymundo Cavazos, CEO de Volvo Cars México, distingue que la pieza automotriz más importante para la compañía es un equipo de trabajo apasionado capaz de preocuparse por los demás.



Foto: Raymundo Cavazos, CEO de Volvo Cars México.

Al ecosistema automotriz le distinguen elementos de alta categoría como la innovación tecnológica y el desarrollo sustentable, pero para Raymundo Cavazos, director general de Volvo Cars México, la cualidad inmutable con destino al éxito es una sola: capital humano.

Si bien es cierto que a interior de la compañía se toman decisiones de gran envergadura, éstas son direccionadas por una serie de valores que, en su conjunto, determinan la filosofía que encara el éxito en ventas. Lograrlo no es un camino simple pero sí delimitado, pues como una gigante automotriz, Volvo se constituye de seres humanos antes que de máquinas e ingeniería.

“Mi mayor aprendizaje definitivamente es el cuidado de las personas en todos los ámbitos, cuando hablas de manera interna necesitas tener un equipo de trabajo que le apasione lo que está haciendo, un equipo de trabajo que se preocupe por los demás”, expresa Raymundo.

La gigante automotriz que dirige Cavazos está enfocada en satisfacer de momentos únicos a un segmento que valora la experiencia de compra, donde el servicio es protagonista.

“Servir mediante experiencias siempre va a funcionar. Valor no significa simplemente un precio, es todo lo que involucra la creación del vínculo entre marca y cliente. Esta línea no va a cambiar, no hay crisis que te cambie este esquema”, afirma.

Para Volvo, las personas son prioridad. “No se trata de que exista un protagonista, al final todo el trabajo es en equipo y ese es el ADN que nos representa: personas que se preocupan por personas. En Volvo tenemos líderes que trabajan juntos, que tienen un sentido de humildad a través de estar bien con uno mismo. La filosofía que me gusta impulsar es ‘si yo estoy bien, puedo ayudar’”.

Así, cuando las personas se sienten apreciadas y escuchadas existe un sentimiento de pertenencia, esto permite a cada integrante ofrecer su mayor potencial.

“Nadie disfruta trabajar en un ambiente hostil, de miedo y presión. Cuando las personas no están cómodas en el lugar en donde trabajan, en el primer momento que tengan una puerta de salida van a irse: eso es mucho más costoso para las empresas. El ambiente laboral es responsabilidad de todos sus miembros”, defiende Cavazos.



TODO EL TRABAJO ES EN EQUIPO Y ESE ES EL ADN QUE NOS REPRESENTA.”

La gestión de talento en Volvo se guía en buscar personas que les guste trabajar en equipo. La empresa defiende esta cualidad como un requisito para cuidar el entorno laboral.

“Nuestro mayor reto es que el ímpetu de Volvo se mantenga, que no sea temporal, ya que el camino para crecer ha sido un gran esfuerzo. Sabemos que las personas que trabajan en Volvo son pieza clave del éxito de la marca en México, es por ello que queremos cuidar de la gente para alcanzar nuevas metas juntos”.

En los próximos meses, Volvo mantiene los objetivos globales: 50% en ventas será por vehículos eléctricos para 2025 y, hacia 2030, elevar esta cifra hasta un 100%.

Desde 2021, la automotriz sueca ha presentado modelos exclusivamente eléctricos, como Volvo XC40 Recharge Pure Electric y Volvo C40 Recharge Pure Electric. Hacia 2024, llegará al mercado el Volvo EX30.



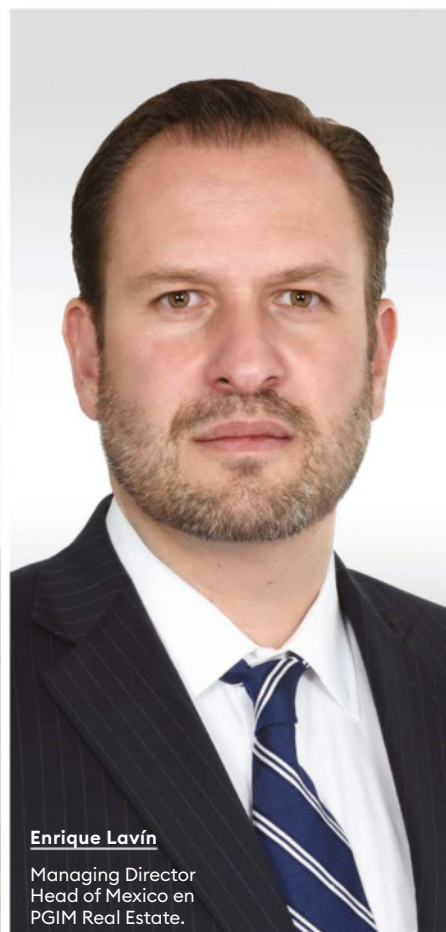
Adriana Tortajada

CEO & Managing Partner de 1200 VC.



Pablo Coballasi

Socio Director de PC Capital Partners.



Enrique Lavín

Managing Director Head of Mexico en PGIM Real Estate.

aclara, en los últimos 20 años. Durante los últimos tres o cuatro años, el inventario de la industria crecía (al año) a un ritmo aproximado de 40 millones de pies cuadrados, es decir, 3.7 millones de m² (un 4% o 5% anual). Actualmente, el crecimiento, dice, es de 55 a 60 millones de pies cuadrados (hasta 5.5 millones de m²), lo que representa un crecimiento de 35 a 40% por año. “Podría crecer a un ritmo aun mayor, pero es como si manejáramos un coche en una carretera en la que vamos a 60 km/hr, y no a los 120 km/hr que alcanzaríamos sin ningún problema”.

Lavín considera que el *nearshoring* podría representar un gran propulsor del crecimiento para los próximos ocho o 10 años (con una visión conservadora, dice, podrían ser cinco). “Son años en los que habrá grandes

oportunidades de crecimiento y de inversión para diferentes actores de la industria inversionista y, claro, también para el país. En algún momento nos pondremos las pilas y tendremos (por ejemplo) un plan de infraestructura que sea congruente con la oportunidad del *nearshoring*; y, como consecuencia de ello, una generación de empleo, de PIB y de ingresos fiscales”.

De acuerdo con cifras de la Amexcap, la industria de Capital Privado, durante 20 años ha invertido en México 767 MDD en más de 88 empresas y proyectos relacionados con salud y bienestar; 326 MDD en 54 empresas y proyectos educativos; 3,500 MDD en 62 proyectos de energía renovable y alternativa; 2,703 MDD en 209 empresas y proyectos que promueven el crecimiento económico inclusivo y

sostenible, y 36,051 MDD más en otras 1,103 empresas y proyectos.

“Es una industria sumamente virtuosa. Cuando empiezas a conocerla y entenderla, notas que la derrama es enorme, en términos de desarrollo económico y social [...] No sólo es llegar con el dinero y esperar que retorne mágicamente, sino, al contrario, se busca incidir en lo que se hace [...] Por un lado, se invierte el dinero, se vuelve lo más eficiente posible para que pueda crecer, y eso te da el retorno. Pero eso te trae derivadas, trae un gobierno corporativo adecuado, mayor empleo formal que genera impuestos, mayor volumen de pensiones, y permite un desarrollo mayor y cierta movilidad social”, dice Mónica Pascua, directora de Investigación y Relaciones Institucionales de la Amexcap. **1**