

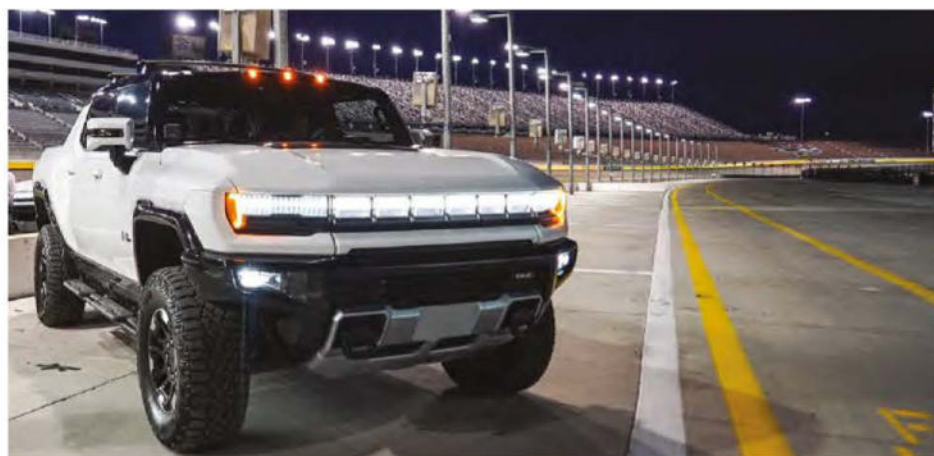


Las Vegas, Nevada.- General Motors no quiere quedarse atrás en el mercado de los autos eléctricos. La firma automotriz tiene un plan estratégico para atender este segmento de negocio en el menor tiempo posible.

“Los vehículos eléctricos irán cobrando mayor relevancia en nuestra industria porque las opciones tecnológicas se generan de manera exponencial. Una vez que se implemente la competencia, exista mayor oferta y disminuyan los costos de producción; entonces los clientes estarán

EL PLAN ELÉCTRICO DE GENERAL MOTORS

GM TIENE EL OBJETIVO DE LOGRAR QUE LA MITAD DE SU PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AUTOS EN 2030 SEA DE VEHÍCULOS BASADOS EN ENERGÍAS VERDES.



convencidos de los beneficios de la nueva tecnología”, dice Francisco Garza, presidente y director general de General Motors (GM) de México, Centroamérica y el Caribe, en entrevista con FORBES MÉXICO.

Agrega: “Así fue como sucedió con internet y la tecnología móvil. La opción de los vehículos eléctricos está dando una cadencia paulatina y estamos avanzando en este proceso”.

Y es que las empresas están metiendo el acelerador a fondo. Tesla, propiedad de Elon Musk, este año ha anunciado su arribo a México con el

fin de fortalecer su producción hacia Estados Unidos.

Para GM, la expansión de este mercado implicará una mayor oferta, situación que ayudará a reducir el costo de producción y moldeará las opciones de los clientes que aún están buscando razones para comenzar la transición energética.

Con el objetivo de que la mitad de su producción y comercialización en 2030 sea de autos basados en energías verdes, GM ha delineado una ruta crítica que funciona a partir de tres ejes: manufactura, proveeduría y

gobernanza, lo que le permitirá llegar a esta meta en siete años.

LA TRANSICIÓN ELÉCTRICA

GM, uno de los gigantes productores de automóviles en la zona del T-MEC, ya ha comenzado a dar pasos hacia el cumplimiento de este plan. Uno de ellos, quizá el más importante, es la conversión (hacia la producción de autos eléctricos) de su planta ubicada en Ramos Arizpe, Coahuila, para lo cual inyectó alrededor de 1,000 millones de dólares (MDD).

Aunque Ford (uno de los principales competidores en Estados Unidos) proyectó pérdidas en su transición hacia los automóviles eléctricos (de 2021 a 2023) de alrededor de 6,000 MDD, este panorama no parece ser un impedimento para que General Motors doble su apuesta por esta tecnología.

Para el próximo año, su planta de Coahuila producirá únicamente vehículos eléctricos. Uno de los planes de la compañía es que en México se produzcan los modelos Blazer EV y Equinox EV, mismos que también comenzarán a venderse en el país.

GM pretende que Equinox EV sea una de sus opciones más accesibles del mercado en México, para ayudar a los consumidores a transitar hacia las energías verdes.

La meta de la ensambladora es que, a más tardar en 2026, la compañía cuente con un catálogo de 30 nuevos modelos de vehículos totalmente verdes a nivel global; y, de este número, tres (liderados por Cadillac LYRIQ) ya fueron presentados durante su convención anual de distribuidores en Las Vegas, Nevada, Estados Unidos.

GM pretende estimular aun más este segmento a nivel global con el regreso de un clásico, con más poder y capacidades, pero eléctrico: la Hummer EV, que también tendría el sello “Hecho en México”.

De la mano de esta proyección, llega el segundo objetivo de GM para

alcanzar la electrificación: la proveeduría que, con los planes gubernamentales sobre energías verdes en la zona norte del México y el arribo de más empresas del sector automotriz, fortalecerá aun más las cadenas.

Tan sólo el año pasado, GM invirtió alrededor de 28,000 MDD en sus 600 proveedores en México.

“Al igual que todos nuestros proveedores a nivel mundial, nosotros estamos pidiendo que se firme la promesa de sostenibilidad global, en la que todos los involucrados se comprometan a realizar tres acciones: aquellas que tienen que ver con lo referente a la protección ambiental, asegurando neutralidad de carbono en su operación; las relativas a la actividad social, desarrollando un programa integral

de responsabilidad social, y las que se relacionan con la gobernanza, es decir, las que tienen que ver con la mejoría de las prácticas de compra sostenible”.

El año pasado, en México se vendieron 1 millón 94,728 vehículos. De esta cifra, el 15%, es decir, 165,117 unidades, fue colocado por GM. Para este año, la firma estadounidense se ha puesto como objetivo doblar su apuesta por el mercado nacional, con siete nuevos modelos de autos de combustión interna.

Durante la pasada convención de distribuidores, realizada en Estados Unidos, GM presentó un catálogo de coches cuyo pasado ha sido exitoso en lo tocante a ventas, totalmente renovado, con el que espera cautivar al consumidor mexicano.

Se trata del Chevrolet Aveo 2024, del Chevrolet Trax 2024, del Colorado 2024, del Montana 2024 y del Captiva 2024. En su canal premium destacarán Encore 2024 y GMC Canyon 2024.

“Hace unos años, nos dimos a la tarea de desarrollar una estrategia para transformar el portafolios de General Motors en México, teniendo en cuenta las necesidades de nuestros clientes y reforzando segmentos clave con productos ganadores”

“Los vehículos que presentamos forman parte de esta importante estrategia de portafolios y estamos convencidos de que se posicionarán en los primeros lugares de cada uno de sus segmentos”, dice Francisco Garza, presidente y director general GM de México, Centroamérica y el Caribe. **1**

