



PERIÓDICO	PÁGINA	FECHA	SECCIÓN
EL ECONOMISTA	33	27/04/2022	COLUMNAS Y ARTÍCULOS



Ricos
y poderosos

Marco A. Mares
marcomaresg@gmail.com

Toyota México, pieza clave en T-MEC

Consciente del cambio de paradigma de la industria automotriz a nivel mundial, Toyota tiene el propósito de profundizar su reestructura para convertirse en una empresa de movilidad.

Su objetivo es transformarse en una compañía 50% hardware y 50% software. Y por lo pronto, su principal intención es mantenerse como una compañía global que ofrece una amplia gama de alternativas para los diferentes mercados en los que opera.

México, ha tomado una enorme relevancia para el consorcio automotriz y se ha posicionado en el lugar 16 del ranking mundial de la compañía.

En los 20 años de presencia que cumple en México ha invertido mil 400 millones de dólares, ha generado 4 mil empleos directos, ha vendido 1.2 millones de autos y ha producido en el país 1.7 millones de vehículos; ha vendido casi 90 mil híbridos eléctricos, además de que ha reducido en 700 mil toneladas las emisiones de CO2.

Ese es el resumen del primer mexicano en presidir la filial mexicana de Toyota, **Luis Lozano**, quien sin rodeos reitera que su objetivo es coadyuvar en la reconversión de la compañía en una empresa de movilidad con una visión más integral que vaya más allá de los vehículos.

Luego de 18 años consecutivos en que Toyota México estuvo encabezada por ejecutivos estadounidenses designados desde el corporativo regional en Estados Unidos, Lozano llega justo en el momento en que la armadora entra en una fase de expansión en el mercado mexicano.

Este hombre con figura atlética y fanático de los *spartan race* representó a la compañía dentro del llamado cuarto de junto que acompañó a los negociadores mexicanos durante la renegociación del nuevo T-MEC.

Sin afanes protagónicos ha mantenido las relaciones políticas de alto nivel necesarias para impulsar las directrices mundiales de Toyota, desde México. Aunque en su momento tanto los diferendos en la interpretación de las reglas de origen en la industria automotriz previstos en el T-MEC y la discusión en México de la Reforma Eléctrica —que finalmente fue rechazada en la Cámara de Diputados—, sí le generó preocupación, lo cierto es que con el tiempo, los temores se disiparon.

Respecto al primer tema, Toyota tiene claro que en caso de que gane la posición de México y Canadá, será más fácil el tránsito y, en caso, de que gane la posición de EU, Toyota está listo para cumplir como lo pide el gobierno de ese país.

Por lo que corresponde a la Refor-

ma Eléctrica, a la empresa sí le preocupó, pero de ninguna forma modificó sus planes.

El año pasado Toyota México invirtió 170 millones de dólares y mantiene sus metas. Con todo y la pandemia, la desaceleración económica y la crisis de la escasez de los chips, el mercado mexicano se ha comportado de manera muy positiva.

En México ha sido muy exitosa la venta de autos híbridos.

Estos continúan siendo una gran opción. Hoy los clientes de Toyota pueden tener el holograma de 'exento' hasta por ocho años, aunque antes era indefinido. Además de que los modelos híbridos no pagan ISAN y tenencia.

La apuesta mundial de Toyota no es solo por una tecnología sino por cuatro: híbrida, *plug-in hybrid*, eléctricos y celdas de hidrógeno.

Considera que cada mercado se va a adecuar o va a tender alguna preferencia por alguna de estas tecnologías.

La visión de Toyota a nivel global es tener todas las tecnologías disponibles y que sean los mercados los que las adopten según sus necesidades.

México, dice Lozano, es parte del mercado norteamericano y Toyota con 15 plantas en la región, ya tiene una clara fortaleza y ventaja porque tiene un buen porcentaje de integración regional y una base de proveeduría que abastece a su planta productiva. A ver.