

Vinculación entre academia e industria

# Desarrollo de talento, apuesta de MG y UNAM para impulsar electromovilidad

A través de iniciativas como UNAM Motorsports y el trabajo con la Facultad de Ingeniería, estudiantes participan en el desarrollo de un monoplaça 100% eléctrico diseñado para competencias internacionales, lo que representa una plataforma de formación bajo estándares globales

Viridiana Díaz

viridiana.diaz@eleconomista.mx

La alianza entre MG Motor México y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) marca un nuevo capítulo en el avance de la electromovilidad en el país, al combinar desarrollo tecnológico, formación de talento y vinculación directa entre academia e industria. Este esfuerzo conjunto no solo busca acelerar la adopción de vehículos eléctricos, sino posicionar a México como un actor relevante en su desarrollo.

De acuerdo con Mariana López Marín, directora de Marketing y Relaciones Públicas de MG México, Centroamérica y el Caribe, el país se encuentra en una fase de transición más que de adopción masiva. Aunque la electromovilidad ya forma parte del presente, persisten barreras estructurales como la infraestructura de carga, el desconocimiento del consumidor y la accesibilidad económica de los vehículos.

La colaboración entre MG y la UNAM responde precisamente a la necesidad de fortalecer el ecosistema de electromovilidad desde su base: el talento. A través de iniciativas como UNAM Motorsports y el trabajo con la Facultad de Ingeniería, estudiantes participan en el desarrollo de un monoplaça 100% eléctrico diseñado para competencias internacionales, lo que representa una plataforma de formación bajo estándares globales.

Este proyecto implica retos técnicos significativos, desde la integración de sistemas de alto voltaje y baterías de ion-litio, hasta la

gestión térmica y el desarrollo de software especializado. También enfrenta desafíos financieros, ya que requiere esquemas de financiamiento similares a los de una escuela profesional, con acceso a proveedores, materiales especializados y sostenibilidad en el tiempo.

No obstante, su impacto es tangible. Los estudiantes adquieren práctica en áreas críticas como análisis de datos, validación de componentes eléctricos y gestión energética, reduciendo la brecha entre formación académica y necesidades de la industria. Esto se traduce en una mayor empleabilidad y en la creación de perfiles altamente competitivos.

Para MG, la alianza con la UNAM es una apuesta estratégica de largo alcance. Más allá del desarrollo de un vehículo o la capacitación puntual, el objetivo es "construir un modelo integral que fortalezca la transferencia de conocimiento, impulse la innovación local y contribuya a la formación de talento capaz de competir a nivel global".

## PERSISTEN RETOS

En paralelo, la electromovilidad en México enfrenta desafíos estructurales en infraestructura. Si bien la red eléctrica actual puede soportar el nivel de adopción vigente, su expansión requerirá inversiones en generación, distribución y estaciones de carga especializadas. En este sentido, la industria destaca la importancia de una coordinación estrecha entre sector público, privado y académico.

Los incentivos gubernamentales han sido un factor clave en la etapa inicial, especialmente en grandes ciudades, aunque su impacto a largo plazo dependerá de la consolidación de una propuesta de valor basada en producto, confianza del consumidor e infraestructura robusta.

Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) reflejan este proceso gradual: en 2025 se comercializaron alrededor de 146,000 vehículos híbridos, híbridos enchufables y eléctricos, lo que representó un crecimiento cercano al 18% anual y una participación de 9.6% en el total de ventas de vehículos ligeros. Más del 70% de este segmento corresponde a tecnologías híbridas, lo que confirma que la electrificación avanza de forma escalonada.

En este contexto, la estrategia de MG se enfoca en ofrecer soluciones intermedias, como su tecnología Hybrid+, que permite a los usuarios integrarse a la electrificación sin enfrentar de inmediato las limitaciones de infraestructura o costos de los vehículos totalmente eléctricos.

A nivel geográfico, la adopción muestra mayor dinamismo en zonas urbanas como Ciudad de México, Nuevo León y Jalisco, donde convergen factores como mayor poder adquisitivo, densidad poblacional e infraestructura disponible. Sin embargo, el reto, es democratizar el acceso a estas tecnologías en otras regiones del país.

**Para MG,** la alianza con la UNAM es una apuesta estratégica de largo alcance. Más allá del desarrollo de un vehículo o la capacitación puntual, el objetivo es "construir un modelo integral que fortalezca la transferencia de conocimiento, impulse la innovación local y contribuya a la formación de talento capaz de competir a nivel global".





**El país se encuentra en una fase de transición más que de adopción masiva. Aunque la electromovilidad ya forma parte del presente, persisten barreras estructurales como la infraestructura de carga, el desconocimiento del consumidor y la accesibilidad económica de los vehículos"**

**Mariana López Marín,**

DIRECTORA DE MARKETING  
Y RELACIONES PÚBLICAS  
DE MG MÉXICO





**Recientemente,** el equipo de la UNAM presentó en las instalaciones del Training Center de MG su nuevo monoplaza de alto rendimiento, el primer vehículo eléctrico de su tipo para Fórmula SAE. FOTOS: CORTESÍA

