

Fecha: 15-05-2025
Medio: Publimetro
Supl.: Publimetro
Tipo: Noticia general
Título: Re:Nissan: el plan para volver a crecer

Pág.: 11
Cm2: 363,7

Tiraje: 84.334
Lectoría: 382.227
Favorabilidad: ☐ No Definida



Leo Mellado
 Editor Tacómetro
 Publimetro Chile
 Experto en sector
 automóviles.

Re:Nissan: el plan para volver a crecer

La marca japonesa se embarca en una reestructuración profunda para recuperar la rentabilidad antes de 2026.

Nissan no atraviesa su mejor momento. La automotriz japonesa cerró el año fiscal 2024 con una pérdida neta de 670.900 millones de yenes (unos 4.300 millones de dólares), y ante este escenario, su nueva administración ha lanzado un plan integral de reestructuración bautizado como Re:Nissan. El objetivo es claro: recuperar el crecimiento, simplificar operaciones y volver a ser competitiva en un mercado global cada vez más desafiante.

La estrategia incluye una ambiciosa meta de ahorro: 500.000 millones de yenes para el ejercicio fiscal 2026, repartidos en partes iguales entre reducción de costos fijos y variables. Para conseguirlo, Nissan reducirá su red global de plantas de producción de 17 a 10, pausará temporalmente desarrollos de producto poste-

riores a 2026 y recortará 20.000 puestos de trabajo en todo el mundo. Esta última medida afecta tanto a funciones directas como indirectas, incluyendo manufactura, investigación y áreas administrativas.

Uno de los pilares clave del plan es acelerar el desarrollo de vehículos. Se reducirá en un 70% la complejidad de las piezas y se pasará de 13 a 7 plataformas globales, lo que permitirá acortar significativamente los ciclos de diseño. Los tiempos para desarrollar un primer modelo se reducirán a 37 meses, y a solo 30 meses para los siguientes. Los primeros frutos de esta renovación ya se vislumbran: entre los próximos lanzamientos destacan el nuevo Nissan Skyline, un SUV C global y un SUV compacto bajo la marca Infiniti.

Nissan también redefinirá su enfoque de mercado, adaptando sus estrategias



a las particularidades de cada región. Estados Unidos, Japón, China, Europa, Medio Oriente y México serán considerados mercados prioritarios. En Norteamérica, por ejemplo, se pondrá énfasis en híbridos y en la revitalización de Infiniti, mientras que en Europa se apuntará a los SUV de segmentos B y C en alianza con Renault. China, en tanto, será clave para el desarrollo y exportación de modelos eléctricos de nueva generación.

El plan incluye un rediseño de la cadena de suministro, buscando concentrar el volumen en menos proveedores para reducir costos, y una mayor integración de procesos gracias a una nueva oficina

de transformación con 300 especialistas a cargo de optimizar el costo total de entrega. También se canceló la construcción de una planta de baterías de litio-ferrofosfato en Kyushu, en línea con el enfoque de eficiencia.

En paralelo, Nissan reforzará alianzas estratégicas con Renault y Mitsubishi, y mantendrá su colaboración con Honda en temas de electrificación e inteligencia vehicular. Uno de los proyectos más esperados es un nuevo vehículo eléctrico basado en la próxima generación del Nissan Leaf, desarrollado en conjunto con Mitsubishi para el mercado estadounidense.