

MUJERES ARIDRA

LIDERANDO TRANSFORMACIÓN E INCUSIÓN EN LA INDUSTRIA

**CUANDO LA EFICIENCIA NO
HACE RUIDO, TRABAJO
DURO SILENCIOSO**

**2026: REDEFINE
REGLAS LABORALES**

**¿Y SI NO FUERA
NECESARIO HABLAR DE
INCLUSIÓN DE GÉNERO?**

**LA IA EL
NUEVO
COPILOTO**

**MUJERES ARIDRA EN
REPRESENTACIÓN
INTERNACIONAL**

**Noviembre 2025
Aridra.com**





CLAUDIA BELTRÁN
Factor Humano Estratégico



LORENA KNIGHT
Motorad



LUIS PUCHADES
HellaMex



YIRALDI TORIZ
TecAlliance



NESTOR HUGO DE HARO
RIGS / Mi refacción



Cuando la eficiencia no
hace ruido: El síndrome del
trabajo duro silencioso:

CONFERENCIA

Esta edición reúne los temas que marcarán el rumbo del aftermarket en 2026, desde cambios legales hasta nuevas dinámicas tecnológicas y de liderazgo. Con Brújula Laboral 2026 revisamos los ajustes normativos que influirán en la gestión de personal y en las responsabilidades de las empresas. Complementamos con Inteligencia artificial: el nuevo copiloto, un acercamiento a cómo la IA comienza a integrarse de forma práctica en logística, ventas y procesos operativos.

En Liderazgo aumentado exploramos la evolución del liderazgo hacia modelos más adaptables y apoyados en herramientas digitales. Y en ¿Y si no fuera necesario hablar de inclusión de género? planteamos la importancia de seguir discutiendo un tema que aún no alcanza niveles homogéneos de adopción en el sector.

También abordamos El síndrome del trabajo duro silencioso, una reflexión sobre el valor del desempeño constante que sostiene la operación diaria sin buscar protagonismo.

Registramos la presencia de Mujeres ARIDRA en AAPEX, así como la participación destacada de nuestras representantes en la Reunión Internacional de Mujeres en la Industria del Aftermarket, un espacio que fortaleció alianzas y visibilizó el liderazgo femenino mexicano a nivel global.

Cerramos con una mirada al Buen Fin 2025 como oportunidad para la industria de refacciones y con Reconocer éxitos ajenos es una declaración de sororidad, donde destacamos la importancia de celebrar los logros de otras mujeres.



Directora del Comité
de Mujeres ARIDRA

Queremos
leerte

¡Participa!

Informes

Alejandra Islas
56 2100 9335

administracion@aridra.mx
mujeresaridra@aridra.mx

Mujeres Aridra,
Noviembre de 2025, Reg. en trámite

(55) 5525 2820
(56) 2100 9335

Morelia 38, Despacho 305, Roma
Norte, Cuauhtémoc, CDMX, 06700

GACETA

MUJERES
ARIDRA

El entorno laboral mexicano se prepara para una nueva etapa que transformará la forma en que operan las empresas del sector automotriz, incluyendo al aftermarket.

Brújula Laboral **2026**

CLAUDIA BELTRÁN
CEO
Factor Estratégico



Aunque de las reformas que hablaremos, una que entró en vigor en 2025 y otras dos se discutirán en 2026, no fueron diseñadas exclusivamente para esta industria su alcance impactará a fabricantes, distribuidores y proveedores de refacciones, así como a los equipos de ventas, logística y almacén que sostienen su operación diaria.

Tres ajustes legales destacan por su relevancia: la regulación del trabajo en plataformas digitales, la futura reducción de la jornada laboral y la llamada “Ley Silla”. Todos ellos apuntan hacia una cultura laboral más formal, segura y humana, pero exigen preparación anticipada y revisión interna de procesos.



1. La formalización del trabajo digital

La reforma conocida como “Ley Uber” —que adiciona el Capítulo IX Bis a la Ley Federal del Trabajo— reconoce como trabajadores subordinados a quienes prestan servicios mediante plataformas digitales. A partir de 2026, las empresas que contraten servicios de entrega o logística a través de aplicaciones deberán garantizar que esos colaboradores tengan acceso a seguridad social, aguinaldo y participación en utilidades.

En el aftermarket, donde la rapidez de entrega es un valor esencial, esta reforma invita a revisar los contratos con **repartidores y operadores externos**. La relación laboral mal clasificada podría generar responsabilidades patronales no previstas. La nueva norma no solo regula, también profesionaliza el ecosistema logístico.

2. La reducción gradual de la jornada laboral

La transición hacia la semana laboral de 40 horas avanza, y aunque su implementación completa se proyecta para 2030, el proceso comenzará en 2026. Es momento de que las empresas del aftermarket evalúen su estructura operativa: turnos, descansos y pagos de horas extra.

La reducción de jornada exigirá reorganizar turnos y medir la productividad de forma distinta. Las compañías que se anticipen podrán mantener su eficiencia sin elevar costos. En un sector que depende de la sincronía entre inventario, transporte y venta, planear con tiempo será una ventaja competitiva.

3. “Ley Silla”: ergonomía y bienestar

Recordemos que en 2025 entró en vigor, esta reforma obliga a los empleadores a ofrecer asientos o áreas de descanso a quienes puedan realizar su labor sentados, y prohíbe mantener de pie al personal por periodos prolongados sin justificación.

Para mostradores, líneas de empaque o almacenes de refacciones, representa un cambio inmediato. Más allá del cumplimiento legal, esta medida resalta que la ergonomía también es productividad. Un colaborador que trabaja en condiciones adecuadas rinde más y se siente parte de una organización que cuida su bienestar.

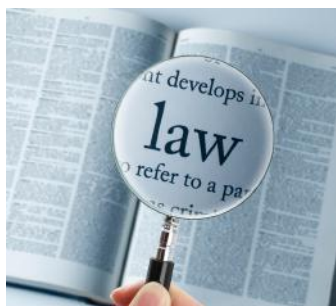


Implicaciones para el aftermarket

El sector de refacciones automotrices es intensivo en mano de obra: conductores, almacenistas, personal de ventas y administrativos. Todos ellos estarán sujetos a un marco laboral más exigente.

Los principales puntos de atención incluyen:

- Formalizar todos los contratos laborales conforme a la LFT.
- Respetar descansos semanales y el pago de días festivos.
- Contar con protocolos visibles contra discriminación y acoso.
- Ajustar los esquemas de outsourcing o subcontratación.
- Anticipar los efectos financieros de la reducción de jornada.



Recuadro informativo: artículos clave de la LFT

- Art. 132-133: obligaciones y prohibiciones para el patrón
- Art. 24-25: contrato de trabajo (condiciones mínimas)
- Art. 69-75: descansos y días festivos
- Art. 117-131: participación de utilidades
- Art. 153 A-153 X: capacitación y productividad
- Capítulo IX Bis (2026): trabajadores de plataformas digitales

Estas reformas no son solo ajustes legales, sino señales de un **cambio cultural**. Para las empresas del aftermarket, esta evolución representa una oportunidad: modernizar sus procesos, cuidar mejor a su gente y proyectar una imagen más profesional del sector.

El reto no es únicamente cumplir la ley, sino asumirla como parte del liderazgo que impulsa el futuro de la industria automotriz.

Inteligencia artificial:

EL NUEVO COPILOTO

en tus recorridos

Durante décadas, manejar un automóvil fue una actividad completamente manual. El conductor tenía el control total del volante, los pedales y las decisiones. Hoy, esa experiencia está cambiando radicalmente. La inteligencia artificial (IA) ha entrado en escena, no para reemplazar al conductor, sino para acompañarlo, asistirlo y, en muchos casos, protegerlo.



Los autos modernos ya no son solo máquinas de transporte. Son sistemas inteligentes capaces de leer el entorno, anticipar riesgos y adaptarse al estilo de conducción. Tecnologías como el control de cruce adaptativo, el frenado automático de emergencia, el mantenimiento de carril y el reconocimiento de señales de tránsito son ejemplos claros de cómo la IA está transformando la seguridad vial.



Por:

YESSICA LORENA KNIGHT HERNÁNDEZ

Regional Sales Manager
MOTORAD

Pero la experiencia va más allá de la seguridad. La IA también está cambiando la forma en que interactuamos con el vehículo. Los asistentes virtuales por voz, integrados en plataformas como Apple CarPlay o Android Auto, permiten controlar funciones como navegación, música o llamadas sin quitar las manos del volante. Esto no solo mejora la comodidad, sino que reduce distracciones.

Otro avance notable es la hiperpersonalización. Gracias al análisis de datos y al aprendizaje automático, los autos pueden ajustar automáticamente la posición del asiento, la temperatura, el estilo de conducción e incluso recomendar rutas según hábitos previos. En otras palabras, el vehículo aprende del usuario y se adapta a él.

Sin embargo, este cambio también plantea desafíos. La dependencia excesiva de sistemas automatizados puede generar una falsa sensación de seguridad. Además, la privacidad de los datos recopilados por el vehículo es un tema que aún requiere regulación clara y transparente.



En conclusión, la inteligencia artificial está revolucionando la experiencia de manejo. No se trata solo de agregar tecnología, sino de transformar la relación entre el conductor y el vehículo. Con cada avance, nos acercamos a una **movilidad más segura, eficiente y personalizada**. Y aunque el volante aún está en nuestras manos, la IA ya es parte del camino.

**LIDERAZGO
AUMENTADO:**

EL NUEVO PASO DEL LIDERAZGO CONSCIENTE



El liderazgo está viviendo una de sus transformaciones más profundas. Durante años hablamos del liderazgo colaborativo, del liderazgo digital y del liderazgo empático.

Hoy, el concepto evoluciona hacia algo más complejo y desafiante: el **liderazgo aumentado**, una forma de dirigir que combina la intuición humana con el poder de las tecnologías emergentes, especialmente la inteligencia artificial, la analítica de datos y la automatización.

Este modelo no pretende reemplazar el criterio humano, sino **amplificarlo**. Significa liderar con visión, apoyándose en información precisa para tomar decisiones más rápidas, más justas y más sostenibles. En una industria como la automotriz, donde la logística, la producción y la posventa dependen cada vez más de la inteligencia de los sistemas, el liderazgo aumentado se convierte en un factor de competitividad.

Un ejemplo claro está en las empresas que utilizan **análisis predictivo** para anticipar fallas en la cadena de suministro. Una líder con mentalidad aumentada no solo confía en el software: interpreta los datos, los comparte con su equipo y toma decisiones que protegen tanto al cliente como al negocio. Del mismo modo, quienes dirigen equipos comerciales ya integran herramientas de **IA para detectar tendencias de compra**, pero su verdadero valor está en cómo las líderes interpretan esos datos para fortalecer relaciones humanas con distribuidores y clientes.

En el terreno del desarrollo de talento, el liderazgo aumentado también redefine la gestión. Hoy es posible usar plataformas que detectan **habilidades emergentes en los equipos** y sugieren programas de capacitación personalizados. Sin embargo, ninguna herramienta sustituye la sensibilidad de una líder que sabe cuándo acompañar, motivar o escuchar. La tecnología amplía la capacidad de observar; el liderazgo auténtico le da sentido.

Hacia 2030, las habilidades esenciales para ejercer este tipo de liderazgo serán:

1

Inteligencia emocional digital

La empatía sigue siendo el núcleo del liderazgo, pero hoy debe extenderse al entorno virtual. Las líderes con inteligencia emocional digital comprenden el impacto emocional de sus mensajes en medios digitales, gestionan la comunicación en equipos híbridos y son capaces de crear cercanía aun a través de una pantalla. En tiempos donde gran parte de la interacción ocurre en plataformas, la habilidad de leer entre líneas —aunque sea en un chat o una videollamada— se vuelve una ventaja competitiva.

2

Pensamiento crítico y ético

La tecnología ofrece respuestas rápidas, pero no siempre correctas. Las líderes aumentadas sabrán cuestionar los datos, entender su origen y anticipar las consecuencias éticas de sus decisiones. Por ejemplo, al implementar sistemas de IA para evaluar desempeño o automatizar contrataciones, el pensamiento crítico permite detectar sesgos y proteger la equidad. Liderar con ética no solo fortalece la reputación, sino también la confianza del equipo.

3

Creatividad tecnológica

La creatividad, antes asociada a la intuición, hoy se combina con la comprensión de la tecnología. Una líder con creatividad tecnológica no necesita ser programadora, pero sí debe entender el potencial de las herramientas disponibles para innovar. En el aftermarket, esto puede traducirse en diseñar nuevos modelos de servicio, crear soluciones digitales para clientes o integrar inteligencia artificial en procesos logísticos. La creatividad se convierte así en un puente entre la técnica y la estrategia.

4

Adaptabilidad y aprendizaje continuo

El liderazgo aumentado exige líderes que aprenden con la misma rapidez con la que cambia la industria. Ya no basta con acumular experiencia: hay que actualizarla constantemente. La adaptabilidad implica desaprender lo que ya no funciona, aceptar nuevas formas de trabajar y fomentar una cultura que valore el aprendizaje colectivo. Las líderes que promueven la curiosidad y la apertura mental en sus equipos están preparando a sus empresas para sobrevivir a los cambios que aún no han llegado.

5

Gestión de la incertidumbre

La cantidad de información disponible hoy puede abrumar, y la velocidad de los cambios genera escenarios imprevistos. Por eso, la gestión de la incertidumbre es una habilidad central. Implica mantener la calma, analizar escenarios con visión amplia y decidir sin tener todos los datos, pero con claridad de propósito. Las líderes que dominan esta competencia no buscan controlar el entorno, sino influir en él desde la confianza y la estrategia.

El liderazgo aumentado nos invita a **combinar la precisión de los datos con la sabiduría de la experiencia**. Es pasar de dirigir tareas a diseñar ecosistemas donde las personas y la tecnología trabajen en conjunto para crear valor.

En el aftermarket automotriz, esto significa adoptar herramientas que optimicen procesos, pero también crear una cultura que confíe en la innovación, que escuche y que forme líderes con visión humana. Las mujeres que hoy impulsan esta transformación están demostrando que el futuro del liderazgo no solo será tecnológico, sino profundamente humano.



Tenemos más de 39 años de experiencia Somos Alianza Automotriz, tu mejor aliado para llegar a todos los segmentos de la Industria automotriz.



Revista Alianza Automotriz



alianzaautomotriz



@revistaalianza

 alianzaautomotriz.com

Alianza **Auto
motriz**



Por:

LUIS PUCHADES

HELLAMEX

MANAGING DIRECTOR

Inclusión:

NATURALIDAD Y EDUCACIÓN

Entiendo que muchos defiendan las políticas de inclusión desde la racionalización, exponiendo los beneficios de equilibrar un grupo o masa social por los beneficios que los distintos perfiles grupales aportan a la sinergia del conjunto. Sin embargo, debo decir que no soy muy amigo de los estereotipos ni grupales ni nacionales ni de ningún tipo. No digo que no se puedan aproximar a una realidad concreta, sólo digo que la propia racionalización limita las ventajas de un grupo determinado al estereotipo asignado, cuando seguramente sus propios individuos poseen características mucho más interesantes.

Para mí es mucho más sencillo. Como decía mi querido compatriota y filósofo Miguel de Unamuno, “cada uno con sus cadaunadas”, expresión con la que pone en valor la individualidad, la realidad personal que nos hace únicos. Si conseguimos entender la inclusión desde esta naturalidad, no hay persona perteneciente a cualquier grupo que queramos definir, que no tenga un interés o pueda generar una sinergia.



Es algo tan sencillo como “amar a nuestro prójimo como a nosotros mismos”, una enseñanza milenaria de la que nos suena la letra, pero de la que, como sociedad, llevamos más de 2000 años sin afinar bien la canción. Lo que hubiéramos ganado. Afortunadamente, hoy es habitual contar en los gobiernos y en las empresas con políticas de inclusión y códigos de conducta que nos cubren las deficiencias de este individualismo positivo tan olvidado y no practicado.

Eduquemos en el amor al prójimo de un modo natural y en pocas generaciones las políticas de inclusión nos sonarán a normas obsoletas. ***Pero mientras, con ellas.***



El síndrome del trabajo duro silencioso:

CUANDO LA EFICIENCIA NO HACE RUIDO

En el sector automotriz, abundan las historias de mujeres que sostienen la operación con disciplina, conocimiento y compromiso. Son quienes mantienen los procesos en orden, resuelven imprevistos sin drama y garantizan que todo funcione. Sin embargo, muchas veces son también las menos visibles.



A este fenómeno se le ha comenzado a llamar **“el síndrome del trabajo duro silencioso”**, y se manifiesta cuando la constancia y la excelencia profesional no reciben el reconocimiento que merecen.

“El trabajo silencioso también sostiene el progreso; solo necesita ser visto.”

En un entorno donde la visibilidad parece pesar más que la efectividad, el esfuerzo silencioso se vuelve un arma de doble filo. Quien trabaja con entrega suele recibir más carga y menos crédito. Se asume que “ella siempre puede”, que “no necesita apoyo” o que “no busca figurar”. Y así, sin querer, la cultura laboral termina invisibilizando a quienes más sostienen el desempeño colectivo.

El problema no radica solo en las empresas. Muchas veces somos nosotras mismas quienes reproducimos creencias que nos limitan: “el trabajo bien hecho se nota solo”, “no hay que presumir”, “pedir reconocimiento es falta de humildad”. Pero la realidad es otra. En organizaciones cada vez más competitivas, **no basta con hacer bien las cosas, también hay que hacerlas visibles.**

El desgaste que genera este síndrome es profundo. A largo plazo, deriva en frustración, cansancio emocional y desmotivación. Mujeres valiosas se repliegan, convencidas de que el esfuerzo no vale la pena, mientras los espacios de liderazgo siguen ocupados por quienes aprendieron antes a hacerse notar.

Romper este ciclo exige un cambio cultural. Las empresas deben mirar más allá del ruido y reconocer el valor del compromiso sostenido. Y desde el ámbito individual, es momento de reivindicar la voz. Hablar de nuestros logros no es soberbia, es profesionalismo.



El verdadero liderazgo no solo se mide por resultados, sino también por la capacidad de dar visibilidad a quienes los hacen posibles.

Reconocer el trabajo silencioso es reconocer la base sobre la que se construye el éxito de toda organización.

Tu aliado en el Aftermarket Automotriz

Desde 1953, fortaleciendo a la industria automotriz de México

ARIDRA

ASOCIACIÓN NACIONAL DE REPRESENTANTES, IMPORTADORES Y
DISTRIBUIDORES DE REFACCIONES Y ACCESORIOS PARA AUTOMOVILES, A.C.

Nuestro objetivo es fortalecer el conocimiento
y la competitividad de nuestros miembros

Beneficios >

Networking Estratégico:

- Oportunidades de negocio

Representación:

- Voz del sector ante autoridades
y organismos

Información del Mercado:

- Al día con las últimas
tendencias y regulaciones

Congresos y Exposiciones:

- Te mantiene a la vanguardia

Morelia 38, Despacho 305, Roma
Norte, Cuauhtémoc, CDMX, 06700

(55) 5525 2820
(56) 2100 9335

<http://www.aridra.mx>

SUMA AUTOMOTRIZ

DICIEMBRE 2024 EDICIÓN #86



Toyota modernizará sus plantas en México y anuncia importante inversión de 1,450 millones de dólares... P14



Inversiones en la Industria superarán los 10 mil mdd al cerrar el 2024... P5



NUESTRA REVISTA ¡AHORA EN DIGITAL!

DESCARGALA ¡YA!





un impulso internacional

para el liderazgo femenino

BUSINESS

**International
Meeting of
Women's
Communities
in the
Automotive
Aftermarket
Industry**

Las Vegas se convirtió nuevamente en un punto de encuentro decisivo para las voces femeninas del aftermarket automotriz. En el marco de AAPEX 2025, el *International Meeting of Women's Communities in the Automotive Aftermarket Industry* reunió a liderazgos de distintas regiones del mundo con un propósito común: fortalecer la participación de las mujeres en un sector que evoluciona aceleradamente.

La reunión fue presidida por Missy Stephens, de Women in Auto Care, y convocó a representantes de Colombia, Australia, Panamá y otros países. Las conversaciones abordaron el crecimiento de las mujeres en puestos estratégicos, así como su presencia en áreas técnicas y comerciales, un indicador del alcance que hoy tiene el liderazgo femenino en la cadena de valor automotriz.



México tuvo una presencia destacada a través de **Mujeres ARIDRA**, representadas por **Norma Elías y Julieta Malanco**, quienes llevaron al foro la experiencia, los avances y los retos que definen hoy el camino del talento femenino en la industria. Su participación reafirmó el papel de la comunidad mexicana como un referente regional en iniciativas de formación, visibilidad y liderazgo.

Además de compartir los avances nacionales en liderazgo y profesionalización, se presentó uno de los proyectos más significativos del comité: la formación de mentores, un programa que ya va en su tercera generación y que hoy cuenta con un dato relevante para México: el 50% de los integrantes de esta generación son hombres, un indicio de que la construcción de entornos incluyentes requiere corresponsabilidad y colaboración real.

También enfatizaron en qué para fortalecer la red: en Mujeres ARIDRA contamos con otras acciones de visibilidad mediante conferencias, contenidos especializados y la Gaceta de Mujeres ARIDRA, que seguirá documentando estos avances.

Este encuentro internacional no solo compartió buenas prácticas, sino que evidenció la importancia de tejer alianzas y construir una red global que respalde el desarrollo profesional de las mujeres. La participación de México refuerza la convicción de que el avance femenino no es una tendencia pasajera, sino un movimiento que está transformando la industria desde múltiples frentes: innovación, gestión, técnica y visión estratégica.



La representación de Mujeres ARIDRA en AAPEX 2025 confirma que cuando las comunidades dialogan, se escuchan y colaboran, el sector avanza con mayor fuerza y dirección.

Por:

NESTOR
DE HARO

RIGS / Mi refacción
CEO



EL BUEN FIN 2025 UNA OPORTUNIDAD PARA LA INDUSTRIA DE REFACCIONES

En cada edición de El Buen Fin, los consumidores mexicanos esperan aprovechar ofertas en productos de alto ticket: celulares, pantallas, electrodomésticos.

Para la industria de refacciones automotrices (suspensión, frenos, dirección) esto representa una oportunidad doble: primero porque muchos vehículos requieren mantenimiento que es pospuesto; segundo porque si somos competitivos con nuestra propuesta, podemos captar ese momento de “inversión” del consumidor.

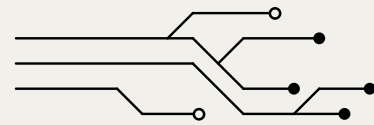


¿Por qué es un buen momento para nosotros?

En la edición de 2024, El Buen Fin registró ventas por aproximadamente 173 mil 800 millones de pesos, un crecimiento del 15.5 % respecto al año anterior.

Además, el comercio electrónico jugó un papel creciente: las ventas online crecieron cerca del 23.8% durante la campaña.

En este contexto, las refacciones tienen un escenario favorable: por un lado, muchos talleres/refaccionarias pueden aprovechar descuentos atractivos para generar flujo; por otro, los usuarios finales (dueños de vehículos) ya traen una mentalidad de “quiero aprovechar” que podemos capitalizar.



¿Qué tan grandes deben ser los descuentos?

Una reducción de 2-5% es mejor que nada, pero rara vez genera esa urgencia de compra que vemos cuando un consumidor dice “ahora o nunca”.

En categorías como electrónicos o moda, los descuentos suelen ser más agresivos o acompañados de meses sin intereses, lo cual motiva la decisión.

En el aftermarket, debemos aspirar a que nuestras promociones no solo sean simbólicas, sino lo suficientemente relevantes como para que el comprador –sea la refaccionaria, el taller o el dueño del vehículo– sienta que está “aprovechando el momento”.

Claves para estructurar promoción en refacciones durante El Buen Fin

- **Meses sin intereses (MSI) + beneficios financieros**

Plataformas como Kueski Pay o pasarelas de los bancos ofrecen MSI o financiamiento sin cuota inicial. Esto abre la puerta a compras de mantenimiento más grandes (kit de suspensión, cambio integral de frenos).

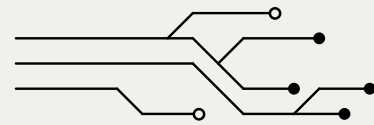
Un estudio de mercado indica que cerca del 60% de las ventas de El Buen Fin se realizan a crédito, lo que muestra la importancia del financiamiento.

- **Comunicar valor agregado y no solo “descuento”**

Cuando un cliente compara ofertas frente a otras grandes categorías (celulares, pantallas), lo que lo convence no es solo “ahorro”, sino “valor”: “Este cambio de sistema de frenos incluye calibración gratis”, “Kit de suspensión con garantía extendida”.

Esto hace que el comprador vea la inversión como “mejor vehículo + mejor mantenimiento” y no solo como “ganga”.





• Promociones suficientemente atractivas

Los consumidores entran en modo “buscaré lo más barato” cuando el descuento es mínimo.

Pero si el fabricante/distribuidor pone un descuento del 10-15% o paquete especial (comprando cierta cantidad de productos un descuento adicional), el impacto es mayor. Para refacciones que no son de alta rotación, esto puede hacer la diferencia entre “esperaré” y “compro ahora”.



• Definir bien a quién va la oferta

- **Para refaccionarias/distribuidores mayoristas:** se pueden ofrecer descuentos por volumen, stock promocional o paquetes B2B exclusivos.
- **Para talleres/consumidor final:** se deben comunicar fácilmente, en redes o mostrador, con mensajes claros de “disponibilidad + precio competitivo + pago a plazos”.

SINCRONIZACIÓN

OPORTUNIDAD PERDIDA



• Sincronizar stock, precios y visibilidad online-offline

En esta época el comprador compara también en línea. Si una refaccionaria muestra el precio promocional, pero el proveedor no tiene stock o el sistema no está actualizado, pierde la venta.

Según el Reporte de Resultados de El Buen Fin 2024 de la Asociación Mexicana de la Venta Online (AMVO), el 49% de los compradores combinó canales digital + físico. Esto significa que la omnicanalidad importa también para un taller/refaccionaria.

49%
Compradores combinan
Digital + Físico
¡Omnicanalidad Clave para Vender!



**CLARIDAD =
FIDELIDAD**



**CLIENTE FELIZ =
FIDELIDAD**



¿Por qué aplicar esto en suspensión, frenos y otros sistemas que “aguantan”?

Si bien es cierto que productos de uso inmediato (como filtros, aceite) siempre rotan, sistemas como amortiguadores, discos de freno o brazos de suspensión pueden esperar.

Y ahí está la oportunidad: cuando el comprador tiene presupuesto limitado, puede posponer el mantenimiento... hasta que vea una oferta fuerte como El Buen Fin.

Sitios como MercadoLibre ya listan categorías especializadas de “Suspensión / Dirección / Amortiguadores” para esta campaña. Si los fabricantes y distribuidores se suman con buenas condiciones, la refaccionaria puede obtener un volumen extra.

También hay otro efecto positivo: si el comprador hace la inversión ahora, el taller libera el vehículo, genera confiabilidad y puede vender otros servicios complementarios más rápido.



DEMANDA



STOCK DETENIDO



MÁS ALLÁ DEL PRECIO



STOCK DETENIDO



La edición de El Buen Fin 2025 (programada del 13 al 17 de noviembre) no es sólo para TVs y celulares. Para la industria del aftermarket de refacciones, es una ventana estratégica para captar demanda pospuesta, para mover inventario detenido y para exhibir valor más allá del precio.

Los distribuidores y fabricantes que preparen descuentos relevantes, aseguren stock visible y comuniquen el valor agregado, estarán un paso adelante.

Porque al final, en un mercado donde el cliente tiene tantas opciones, la urgencia de “ahora” se convierte en ventas extra, y la claridad de “esta es buena oferta” se convierte en fidelidad.

CAPTAR DEMANDA

EXHIBIR VALOR

MOVER INVENTARIO



Columna de Opinión

Por:

YIRALDI TORIZ

TecAlliance de MéxicoData
Management Coordinator

Redes Sociales Mujeres Aridra

En un mundo donde muchas veces la competencia parece ser el camino más rápido hacia el éxito, detenernos a reconocer y celebrar los logros de otras mujeres se convierte en un acto profundamente transformador. No solo dignifica a quien recibe el reconocimiento, sino que también enriquece a quien lo ofrece. Reconocer el talento, la constancia y la pasión de otras mujeres es una forma de tejer comunidad, de romper los patrones que nos han enseñado a vernos como rivales, y de reafirmar que el verdadero crecimiento llega cuando nos impulsamos unas a otras.

Celebrar los éxitos ajenos no es un gesto pequeño: es una declaración de sororidad. Cada vez que una mujer asciende en su carrera, lidera un proyecto, innova o conquista un reto personal, abre camino para muchas más. Y cuando otras mujeres a su alrededor aplauden ese avance, lo amplifican. De esa manera, el logro deja de ser individual para convertirse en una victoria compartida.

RECONOCER PARA TRANSFORMAR

En la industria del aftermarket, donde la participación femenina ha crecido gracias a la perseverancia de muchas pioneras, el reconocimiento mutuo cobra especial relevancia. Cada historia de éxito —ya sea la de una emprendedora, una ingeniera, una líder de equipo o una colaboradora comprometida— es un recordatorio de que las mujeres no solo pertenecemos a este sector, sino que estamos transformándolo. Al celebrar los logros de nuestras compañeras, fortalecemos nuestra presencia y demostramos que el talento no tiene género, pero sí tiene una fuerza especial cuando se une.



Reconocer a otras mujeres también implica aprender a mirar sin prejuicios, a valorar los diferentes caminos y ritmos del crecimiento. No todas avanzamos al mismo paso, ni con las mismas oportunidades, pero cada una enfrenta sus propias batallas y aporta una perspectiva única. Por eso, el reconocimiento genuino nace de la empatía: de saber que el éxito de otra no disminuye el propio, sino que abre posibilidades para todas.

Desde Mujeres ARIDRA, este reconocimiento no es solo un gesto simbólico: es una práctica cotidiana. Cada encuentro, cada testimonio y cada proyecto que compartimos refuerza el mensaje de que ninguna mujer camina sola. Somos una red que se sostiene en la admiración, la gratitud y la inspiración mutua.

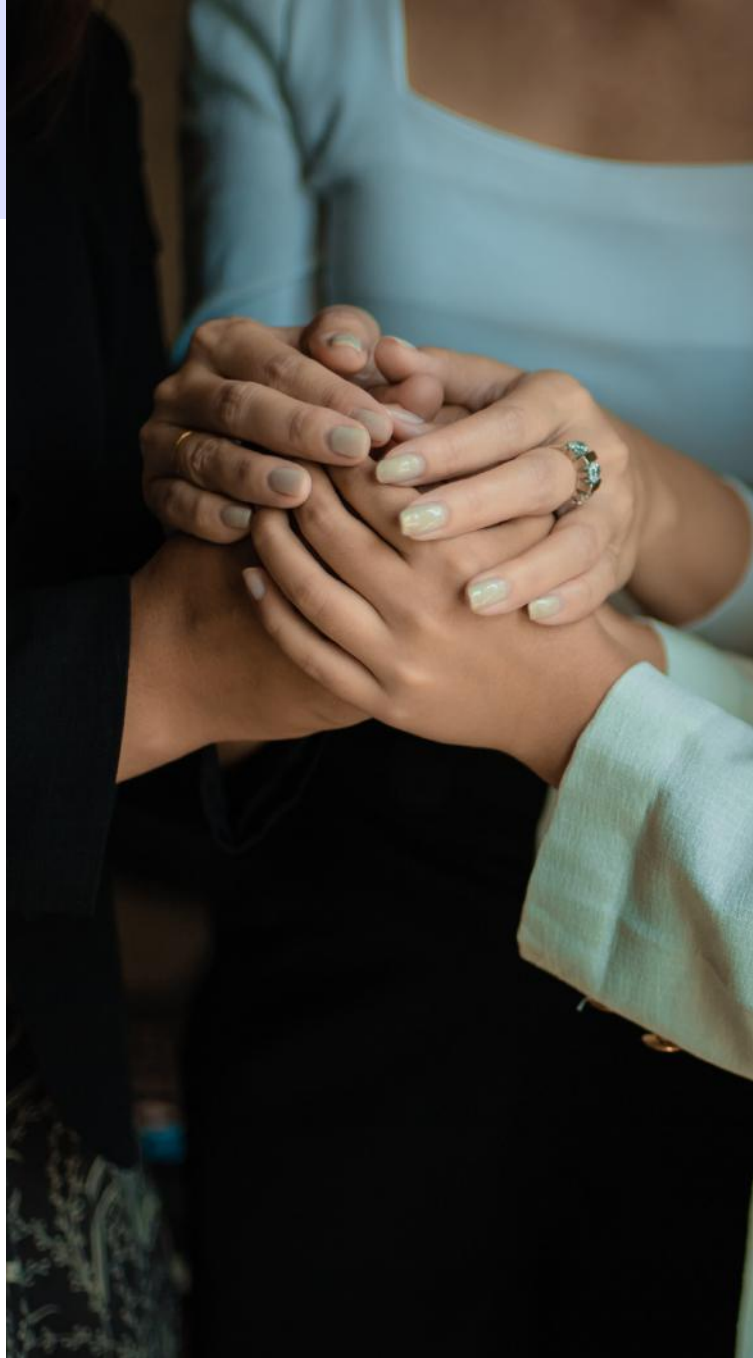
Hoy, hagamos del reconocimiento una costumbre. Celebremos la constancia, la creatividad, el liderazgo y la valentía de las mujeres que nos rodean. Que nuestras palabras, nuestros gestos y nuestras acciones sean un reflejo de la comunidad que queremos construir: una donde cada éxito sea motivo de orgullo compartido y cada logro, un paso más hacia el futuro que soñamos juntas.



Porque cuando una mujer avanza, avanzamos todas.

Porque cuando una mujer brilla, su luz ilumina el camino para las demás.

Y porque reconocer los logros de otras mujeres no nos resta, sino que nos multiplica.



En cada gaceta, hemos incluido a referentes del mercado del aftermarket que comparten su opinión sobre la inclusión de género en la industria. Sin embargo, también es necesario mirar hacia otro ángulo: el de quienes aún se resisten a este cambio. Escuchar estas voces, aunque resulte incómodo, es esencial para entender las raíces de la resistencia y avanzar hacia una transformación real.



¿Y SI NO FUERA NECESARIO HABLAR DE INCLUSIÓN DE GÉNERO?

En el aftermarket automotriz, donde la tradición pesa tanto como la experiencia técnica, muchas empresas aún conciben la inclusión femenina como un tema “de moda” o un gesto simbólico más que una necesidad estructural. Desde esta óptica, abrir espacio a las mujeres no siempre se percibe como una estrategia de valor, sino como una concesión frente a las exigencias de los tiempos.

Algunas opiniones argumentan que el sector no discrimina, sino que las mujeres “no se interesan” por los puestos técnicos o de campo. Sin embargo, la realidad contradice esta idea: hay mujeres capacitadas, con trayectoria y resultados comprobables, que encuentran muros invisibles para acceder a posiciones estratégicas. Lo que parece falta de interés suele ser, en realidad, falta de apertura.



El reto no está en convencer, sino en demostrar. Las empresas que ya implementan políticas de igualdad laboral y no discriminación —algunas certificadas bajo la Norma Mexicana NMX-R-025— han comprobado que **la diversidad genera innovación, compromiso y rentabilidad**. Quienes aún dudan, tarde o temprano, deberán adaptarse a una realidad que avanza más rápido que los prejuicios.

Porque al final, la pregunta no es si las mujeres pueden participar en la industria automotriz. La verdadera pregunta es: ¿por qué algunas empresas todavía no quieren ver que ya lo están haciendo?

Empresas que impulsan la inclusión

Mientras algunos sectores aún debaten el papel de las mujeres en la industria automotriz, varias compañías en México ya avanzan con acciones concretas.

- **Volkswagen de México** mantiene políticas activas de diversidad e inclusión y ha sido reconocida como uno de los Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+.
- **Nissan Mexicana** promueve programas de liderazgo femenino y equidad salarial, con resultados medibles en sus operaciones.
- **General Motors de México** cuenta con un Comité de Diversidad e Inclusión que impulsa la participación de mujeres en áreas técnicas y de manufactura.
- **Quálitas**, aseguradora mexicana del sector automotriz, está certificada en la Norma Mexicana NMX-R-025 por igualdad laboral y no discriminación.
- **Hyundai México** ha hecho pública su política de no discriminación y fomenta un ambiente laboral respetuoso e inclusivo.

**SIGUENOS
EN
REDES SOCIALES**



**MUJERES
ARIDRA**

@mujeresaridra

