MUJERES ARIDRA

Julio 2025

SEGURO DE VIDA

UNA DECISIÓN QUE PROTEGE MÁS QUE TU FUTURO

NUEVA LEY DE COMPETENCIA

¿QUIÉN TOMA LAS DECISIONES EN TU EMPRESA?

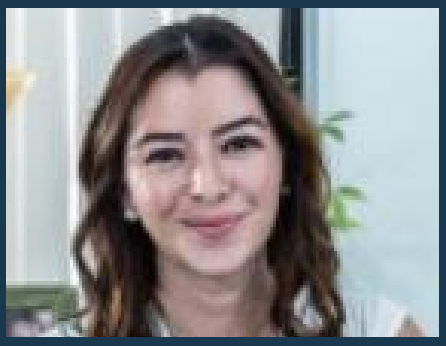
COLABORACIONES

MARTHA RUIZ
TVA AUTOMOTIVE

NESTOR DE HARO
RIGS / MI REFACCIÓN

YIRALDI TORIZ
TECALLIANCE

VERÓNICA RUIZ
GNP SEGUROS



GABRIELA MALANCO
FUNDACIÓN CONNIE CASTILLO

SALVADOR FAJARDO
E-MK THINK

EDITORIAL

Decisiones que marcan el rumbo

Este mes, en la Gaceta, exploramos decisiones que impactan directamente a nuestras empresas y a quienes formamos parte de esta industria.

La nueva Ley de Competencia nos obliga a mirar con atención el entorno legal y sus implicaciones en el aftermarket. Pero también nos invita a preguntarnos: ¿quién toma las decisiones en nuestras empresas? ¿Estamos listos para crecer de forma estructurada o seguimos dependiendo de la intuición?

Desde el mostrador hasta la última milla, el servicio sigue siendo un diferenciador. Y mientras vendemos, también cuidamos: hablamos de la importancia del seguro de vida, del apoyo emocional y de la resiliencia, porque el bienestar también es parte del negocio.

Compartimos además aprendizajes —como un crecimiento del 19% que resultó ser un error de novato— y celebramos avances como la segunda generación de mentores y el regreso de Mochila Amiga, ejemplo claro de compromiso social.

Gracias por seguir siendo parte de esta comunidad que crece, se cuestiona y se transforma.

Martha Ruiz

Directora del Comité
de Mujeres ARIDRA

LA NUEVA LEY DE COMPETENCIA Y SU IMPACTO EN EL AFTERMARKET AUTOMOTRIZ

El pasado 2 de julio de 2025, el Congreso mexicano aprobó una reforma profunda a la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE) que cambiará la manera en que las empresas interactúan en el mercado, negocian con sus distribuidores, e incluso cómo estructuran sus procesos internos.

Aunque el foco de la ley es amplio, su aplicación en sectores como el aftermarket automotriz podría ser significativa. Desde fabricantes de autopartes hasta distribuidores y mayoristas, todos los eslabones de la cadena deben adaptarse a nuevas reglas que buscan prevenir prácticas anticompetitivas y dar mayor control a la autoridad.

MARTHA RUIZ
TVA Automotive
Gerente de Ventas

¿Qué cambió en la ley?

- **Creación de la Comisión Nacional Antimonopolio (CNA), que sustituirá a la COFECE y al IFT como nueva autoridad con facultades ampliadas, sectorizada a la Secretaría de Economía (Basham, 2025).**
- **Incremento en las multas por prácticas monopólicas: hasta 15 % del ingreso total anual para colusión.**
- **Nuevos criterios para considerar como anticompetitivo el intercambio de información sensible entre empresas competidoras, incluso sin un acuerdo formal (Hogan Lovells, 2025).**
- **Bajos umbrales para notificar concentraciones, como compras, fusiones o asociaciones estratégicas.**
- **Facultad para sancionar operaciones no notificadas incluso tres años después de ejecutadas.**

¿Cómo afecta esto al aftermarket?

¿El sector del aftermarket automotriz tiene una estructura compleja: fabricantes que venden a través de mayoristas, distribuidores que manejan marcas exclusivas o multimarcas, y acuerdos regionales para atender diferentes zonas del país. Esta realidad ahora debe leerse a la luz de la nueva legislación.

1. Contratos de distribución bajo lupa
Los acuerdos que limiten territorio, fijen precios mínimos o impidan la venta cruzada podrían considerarse prácticas monopólicas relativas, especialmente si no hay justificación objetiva.
Recomendación: Auditar contratos existentes y capacitar a equipos de ventas y compras

2. Cuidado con la información que se comparte
El intercambio de datos de precios, márgenes o políticas comerciales entre competidores —aunque sea informal— puede ser interpretado como una colusión tácita, sancionable.
Esto incluye reuniones en cámaras, asociaciones o comités donde se compartan proyecciones o análisis de mercado.
Recomendación: Establecer políticas internas claras sobre lo que puede y no puede compartirse externamente.

3. Compras o fusiones entre empresas, incluso pequeñas, deben notificarse
Antes, muchas operaciones quedaban fuera del radar de la autoridad. Ahora, los umbrales se redujeron hasta en un 16 %, y el plazo para investigar operaciones pasadas se extendió.
Recomendación: Consultar a un abogado antes de cerrar alianzas estratégicas, ventas de participación o fusiones.

4. Compliance no es opcional: puede reducir multas
Por primera vez, las empresas podrán registrar ante la autoridad programas internos de cumplimiento como atenuantes en caso de infracción. Si están bien diseñados y certificados, las multas podrían reducirse hasta en un 50 %.
Recomendación: Implementar un programa básico de cumplimiento adaptado al contexto automotriz. No es solo para grandes empresas.

Aunque el endurecimiento de las reglas podría parecer una amenaza, también es una oportunidad para profesionalizar el sector. Elevar los estándares de competencia, revisar estructuras comerciales y prevenir sanciones puede fortalecer la reputación de las empresas mexicanas ante socios internacionales.
La nueva ley no solo sanciona; también incentiva la autorregulación, la transparencia y la colaboración bajo reglas claras. Prepararse hoy es una forma de proteger el negocio mañana.

Fuentes:
-Artículos 53 a 56 de la ley vigente y su reforma, que abordan prácticas monopólicas absolutas y relativas.
-Casos previos documentados por COFECE donde sancionó acuerdos verticales o restricciones entre fabricantes y distribuidores en sectores comparables (como farmacéutica, agroindustria o gas LP).
-Basham, Ringe y Correa (2025). El Congreso mexicano aprueba la reforma a la Ley Federal de Competencia Económica. Puntos clave para entenderla.
https://basham.com.mx
El País (2025). Andrea Marván, presidenta de la COFECE: "El nuevo órgano antimonopolio no supone un retroceso".
https://elpais.com/mexico/2025-07-08/andrea-marvan-presidenta-de-la-cofece-el-nuevo-organo-antimonopolio-no-supone-un-retroceso.html

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

alianzautomotriz

@revistaalianza

alianzaautomotriz.com

Alianza Automotriz

¿Estás creciendo o estás listo para escalar?

5 preguntas clave que todá empresa debe hacerse antes de expandirse

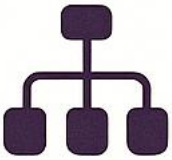
1 ¿Tu equipo actual puede operar mas volumen sin perder calidad?

Escalar no es solo vender más, es sostener ese crecimiento sin colapsar los recursos existentes.

2 ¿Tienes lideres regionales o de canal con autoridad real para decidir?

La toma de decisiones centralizada frena la velocidad operativá. Escalar exige delegar con claridad.

3 ¿Existen procesos estandarizados que puedan replicarse?



Sin procesos claros y documenntados, cada nuevo paso es un riesgo en lugar de una opótunidad.

4 ¿Puedes medir el desempeño de cada zona o canal?

Escalar sin indicadores especificos por región o unidad te deja ciego ante lo que funciona y lo que no.

5 ¿Tu cultura de empresa se transmite con cada expansión?

Crecimiento real significa llevar tus valores y formas de trabajar a cada nuevo punto de contacto.

La estructura no es burocracia, es estrategia.

Director Comité de Tecnología

NESTOR DE HARO

RIGS / Mi refacción
CEO

"LA ÚLTIMA MILLA"

En la industria de refacciones automotrices, muchos creen que el trabajo termina cuando se arma el pedido. Pero en un entorno cada vez más exigente y competido, la forma en que entregamos puede marcar la diferencia entre un cliente satisfecho o uno que se va con la competencia.

Hablamos de la famosa "última milla": ese tramo final entre el almacén del distribuidor y la refaccionaria o el taller. Un proceso que, aunque parezca logístico, tiene un impacto directo en ventas, recompra y percepción de servicio.

¿Por qué está tomando relevancia?

El auge del comercio electrónico ha transformado las expectativas de entrega. Según datos de **Statista y NielsenIQ**, en México más del 80% de los compradores en línea esperan poder rastrear su pedido en tiempo real, y más del 70% consideran que una mala experiencia en la entrega es razón suficiente para no volver a comprar.

¿Aplica esto al aftermarket?

Sí... pero con matices. En refacciones, **no todos los clientes compran en línea ni esperan una experiencia "tipo Amazon"**. Sin embargo, cada vez más talleres y refaccionarias valoran poder saber:

- **Cuándo llegará su pedido,**
- **Por qué no ha llegado aún**
- **Y si pueden mostrarle al cliente final (el dueño del coche) que la pieza "ya viene en camino"**

Este tipo de visibilidad —aún en compras B2B o por teléfono/WhatsApp— está empezando a ser clave, sobre todo en pedidos urgentes o unitarios, donde el tiempo es crítico.

¿Qué beneficios concretos ofrece?

Aunque no existen estadísticas específicas del aftermarket en México, en otras industrias se ha documentado que:

- **Las entregas con visibilidad (tracking)** generan entre 10% y 20% más recompras, según datos de plataformas como Shopify y Mercado Libre.
- **La comunicación clara durante el envío** reduce en hasta 30% las llamadas de seguimiento y los reclamos (fuente: HubSpot Logistics, 2023).
- **La percepción de servicio mejora**, incluso cuando la entrega se retrasa, si el cliente sabe lo que está pasando.

En refacciones, esto aplica sobre todo en:

- Talleres que necesitan la pieza para liberar un auto ese mismo día.
- Refaccionarias que compran por volumen, pero hacen pedidos unitarios frecuentes de piezas faltantes.

Necesidad	Solución	Comentario
Informar al cliente que su pedido va en camino	Compartir ubicación en tiempo real por WhatsApp (Google Maps)	Ideal para entregas locales con flotilla propia
Enviar seguimiento en paquetería nacional	Uso del portal de Estafeta, FedEx, 99Minutos	Ya incluyen tracking sin costo adicional
Tener prueba de entrega	Foto y firma digital desde celular del chofer	Puede guardarse en Google Drive o ERP
Mostrar el estatus de todos los pedidos	Hoja de cálculo con links de rastreo o panel de monitoreo	Útil para atención al cliente interno

¿Qué herramientas hay disponibles (sin romper el presupuesto)?

No hace falta desarrollar tecnología desde cero. Aquí algunas soluciones prácticas:

Para rutas propias, hay apps económicas como TrackSimples, Waze Teams o MoovitFleet, que permiten monitorear unidades sin necesidad de GPS dedicado.

¿En qué casos conviene invertir?

- Entregas urgentes o de piezas críticas.
- Zonas urbanas donde el tráfico puede causar retrasos.
- Casos donde el cliente final (el taller o el dueño del vehículo) necesita una fecha estimada.
- Procesos donde la devolución o garantía requiere confirmar la entrega.

Cómo empezar

- **Analiza tus tiempos actuales.** ¿Cuánto tardas en entregar en CDMX o Guadalajara desde que se levanta el pedido?
- **Identifica tus "entregas sensibles".** No todo se tiene que rastrear; empieza por las urgentes.
- **Prueba con una herramienta sencilla.** Compartir ubicación desde el celular del repartidor es un primer paso útil.
- **Capacita al equipo.** La logística no debe quedar solo en manos del chofer; atención al cliente también debe estar informada.
- **Mide el resultado.** ¿Hubo menos llamadas? ¿Te agradecieron por avisar?

Conclusión

La "última milla" ya no es solo para empresas de comercio electrónico. En el negocio de las refacciones, también puede marcar la diferencia entre una venta aislada y un cliente frecuente. Y lo mejor: no requiere una inversión millonaria. Solo voluntad para modernizar la forma en que entregamos, y entender que el servicio no termina hasta que la pieza llega a manos del cliente.

1TH ANIVERSARIO

NEWS

¡CELEBRAMOS 1 AÑO CONTIGO!

LIDERANDO LA ↗ COMUNICACIÓN

2024 // 2025

¡CONÉCTATE CADA SEMANA!

DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO

YOUTUBE

SPOTIFY

WWW.SUMAAUTOMOTRIZNACIONAL.COM

EL SEGURO DE VIDA:

UNA DECISIÓN QUE PROTEGE MÁS QUE TU FUTURO

En el ajetreo diario de una industria como la de aftermarket automotriz, entre entregas, negociaciones y rutas de distribución, es fácil dejar para después decisiones importantes que no tienen un impacto inmediato. Una de ellas es contratar un seguro de vida.

Muchas veces se asocia esta decisión con una etapa lejana o con personas con responsabilidades familiares directas. Sin embargo, un seguro de vida no es únicamente para padres de familia o personas mayores. Es una herramienta financiera poderosa que puede proteger a nuestros seres queridos, garantizar continuidad económica e incluso respaldar deudas o proyectos personales en caso de una eventualidad.

¿Por qué es relevante?

El sector automotriz aftermarket está en constante movimiento. Entre viajes, visitas a clientes, asistencia a ferias, subir y bajar de vehículos todo el tiempo. Aún con precauciones, existen riesgos más allá de los laborales.

Un seguro de vida puede ser un respaldo para cubrir gastos médicos mayores, saldar créditos pendientes o brindar apoyo económico a quienes dependan de nosotros.

> ***"No se trata solo de pensar en lo inevitable, sino de asegurar tranquilidad, estabilidad y continuidad para quienes más importan"***

Por:

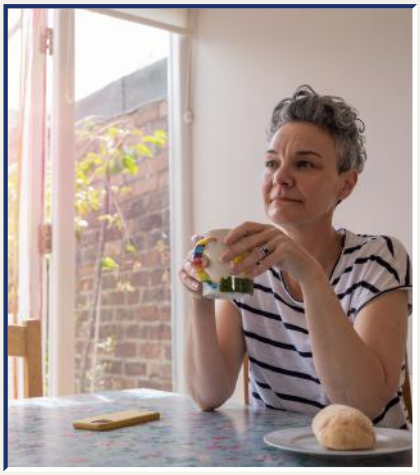
VERÓNICA RUIZ

GNP SEGUROS

Especialista en Seguros Personales

Para mujeres líderes y empresarias

En los últimos años, cada vez más mujeres ocupan roles clave en la industria. Contar con un seguro de vida no solo demuestra previsión, también envía un mensaje de responsabilidad hacia nuestras familias, equipos de trabajo y empresas. Además, muchas aseguradoras han diseñado productos específicos que combinan protección con ahorro o inversión, lo cual puede formar parte de una planeación patrimonial estratégica.

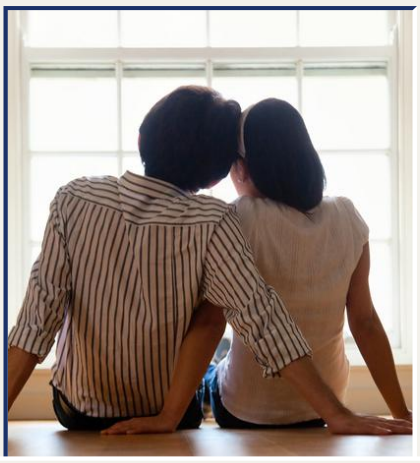


Una inversión, no un gasto

Pensar en un seguro de vida como un gasto es una visión limitada. Se trata de una inversión en tranquilidad, en seguridad emocional y financiera. No hay que esperar a tener cierta edad o alcanzar cierto puesto para proteger nuestro futuro y el de los nuestros. Mientras más jóvenes estemos al contratarlo, mejores condiciones y precios se pueden obtener.

¿Cómo elegir el adecuado?

Es importante asesorarse con expertos confiables. Evalúa tus ingresos, compromisos financieros, necesidades de protección y objetivos a mediano y largo plazo. No todos los seguros son iguales: hay opciones temporales, vitalicias, con ahorro, con coberturas adicionales como enfermedades graves o accidentes.



Cultura de previsión, cultura de cuidado

Hablar de seguros de vida no debería ser incómodo ni tabú. Al contrario, normalizar estas conversaciones en nuestras empresas, comités y familias es parte de construir una cultura de cuidado y prevención. En un entorno donde muchas veces nos ocupamos de cuidar a otros, es fundamental recordar que también debemos cuidar de nosotras y nosotros mismos.

APOYO EMOCIONAL Y RESILIENCIA EN LA INDUSTRIA DEL REPUESTO AUTOMOTRIZ

Columna de Opinión

YIRALDI TORIZ

TecAlliance de MéxicoData Management Coordinator

Redes Sociales Mujeres Aridra

Por:

Trabajar en el sector del repuesto automotriz implica mucho más que dominar procesos o cumplir objetivos: también requiere fortaleza emocional para enfrentar los altibajos del día a día. En medio de entregas urgentes, negociaciones complejas y jornadas intensas, es fácil dejar en segundo plano nuestro bienestar interno. Sin embargo, es justo en esos momentos cuando la red de apoyo entre mujeres cobra un valor incalculable.

La resiliencia —esa capacidad de adaptarse positivamente ante la adversidad— no se construye en soledad. Se fortalece cuando sabemos que no estamos solas, cuando una voz amiga nos recuerda que podemos volver a empezar, que está bien pausar, llorar, respirar y después retomar con más fuerza. En Mujeres ARIDRA, esa red de contención se ha vuelto un espacio seguro, donde compartimos nuestras historias, miedos, logros y aprendizajes.

El apoyo emocional entre colegas, amigas y mentoras no es un lujo, es una necesidad. Es un antídoto contra el desgaste, contra el síndrome de la impostora y contra esa exigencia silenciosa de siempre estar al 100%. A veces, una llamada, un mensaje de aliento o una reunión para compartir experiencias son suficientes para cambiar el rumbo de una semana complicada.

Por eso, este mes quiero invitarte a que pongas en práctica tres estrategias sencillas pero poderosas:

1.Habla de lo que sientes. No te guardes lo que te pesa. Expresar lo que llevamos dentro nos libera y abre puertas a la empatía.

2.Escucha sin juzgar. A veces, ser esa persona que sostiene con amor y silencio es más valioso que cualquier consejo.

3.Crea espacios para reconectar. Un café con una colega, una sesión grupal o incluso una charla informal pueden recargar nuestro espíritu.

Cuidar la salud emocional en nuestro entorno profesional no es sólo responsabilidad individual, es también una apuesta colectiva. Cuando una de nosotras se levanta, todas avanzamos. Y cuando una cae, la red de sororidad está ahí para sostenerla.

Sigamos siendo aliadas en lo técnico, en lo estratégico, pero sobre todo, en lo humano.

¿QUIÉN TOMA LAS DECISIONES EN TU EMPRESA? EL VALOR DE DEFINIR ESTRUCTURAS CLARAS

En muchas empresas del sector automotriz —particularmente en el aftermarket— las decisiones se siguen tomando “como siempre”, basadas en la experiencia, la intuición o en la figura de una sola persona. Y aunque este modelo ha sido funcional durante años, se vuelve una carga silenciosa conforme la empresa crece o el mercado se vuelve más competitivo.

Tener una estructura clara no es solo “tener un organigrama”, sino saber exactamente quién toma qué decisiones, por qué y cómo se da seguimiento a esas decisiones. Las empresas que no lo tienen definido suelen enfrentarse a una realidad: los proyectos se duplican, las tareas se retrasan y el equipo depende excesivamente de una o dos personas que terminan saturadas.

El mito del “todólogo”

En muchas empresas medianas o familiares del sector, la dirección o gerencia general concentra todo: precios, compras, contrataciones, relación con clientes clave, atención a proveedores, estrategia comercial e incluso redes sociales. Y aunque puede parecer eficiente en el corto plazo, esta concentración se convierte en cuello de botella.

La estructura empresarial debe crecer al ritmo del negocio. Delegar no es perder el control, es generar autonomía y confianza. Lo contrario puede llevar al estancamiento o a la dependencia excesiva de personas clave que, si no están, paralizan todo.

TENER ESTRUCTURA ES TENER VISIÓN

Definir áreas, responsabilidades y cadenas de mando no es burocracia: es visión. Saber quién lidera la estrategia comercial, quién ejecuta, quién analiza, quién da seguimiento y quién responde en caso de crisis permite a cualquier empresa responder con agilidad. Además, abre la puerta a nuevos liderazgos, algo urgente en una industria que necesita evolucionar sin romperse.

Esto no significa crear niveles innecesarios, sino adaptar la estructura a la realidad actual del negocio y a sus metas futuras. Incluso una empresa pequeña puede tener claridad organizativa si define funciones, procesos y decisiones compartidas.

LA OPORTUNIDAD DE INTEGRAR MÁS TALENTO

Cuando hay claridad en la estructura, es más fácil integrar nuevos perfiles, abrir espacios a otras voces y aprovechar el talento que ya está dentro. Muchas veces, hay personas listas para asumir mayores responsabilidades —ya sean mujeres, jóvenes, personal operativo o mandos intermedios— pero no lo hacen porque "todo depende del jefe".

Una estructura bien definida permite no solo delegar, sino también formar y promover. Y eso hace sostenible al negocio a largo plazo.

LO QUE NO SE ESTRUCTURA, SE DESGASTA

En ARIDRA lo vemos constantemente: las empresas que están creciendo son aquellas que entienden que profesionalizar su estructura no es una moda, sino una necesidad. No importa si el negocio tiene 5 o 50 años, si es familiar o corporativo: lo importante es dar el paso de preguntarse cómo estamos tomando decisiones y si eso nos está llevando donde queremos estar.

La buena noticia es que nunca es tarde para reorganizar. Basta con hacer preguntas clave:

- ¿Quién lidera cada área?
- ¿Quién tiene autoridad para decidir y en qué temas?
- ¿Qué procesos están claros y cuáles dependen de la memoria o la voluntad?
- ¿Qué pasaría si hoy faltara la persona clave de la empresa?

Responderlas con honestidad puede ser incómodo... pero también transformador.

S&OP: EL PRIMER PASO A CRECER 19% FUE UN ERROR DE NOVATO

"Segunda parte de una serie de cinco"

Por:

SALVADOR FAJARDO

E-MkThink
Director General

En ese momento llegué a mi escritorio y pensé “¿y ahora que hago?”

Me habían contratado en Mercadotecnia como Gerente de Producto, había terminado mi capacitación y ahora sí … a trabajar …

Mi respuesta fue … “Pues ingeniería, que es lo que sabes”

Así que revisé los objetivos del puesto … “lograr el objetivo de ventas” … OK, me puse a hacer un diagrama de flujo de lo que tenía que pasar para lograr la venta (bien nerd, la verdad) y una era “tener el producto disponible”.

Revisé ventas con los vendedores y dijeron “es que no surten los pedidos” … este pretexto, ya se lo saben.

Así que revisé el nivel de servicio por línea de producto y había varias líneas por debajo del 95%. Con esa información fui con Fernando, el responsable de planear mis líneas.

-Oye Fer, fíjate que en estas líneas no tenemos el 95% ... bla, bla, bla

-Es que esas son líneas C inge, pero déjamelas y las reviso

-¿Qué es eso de líneas C, Fer?

-Los SKUs los clasificamos como A, B, C, los A hacen el 60% de la venta ...

-¡Aaaah, OK!

Al día siguiente llega Fernando a mi escritorio

-Mira inge, lo que vamos a hacer va a ser ...

Ese año crecimos más de 19% en piezas. No recuerdo la cifra de Fill-Rate, pero todas las líneas estaban por arriba del 95% al final a medio año.

REFEXIONES

- Normalmente las empresas miden el nivel de servicio en general. Cuando entras al detalle de línea, sublínea, item encuentras muchas oportunidades.

- Puntos de vista diferentes enriquecen el trabajo. En la carrera hacía equipo frecuentemente con Luis Fernando, él es zurdo y si yo dibujaba algo viendo a la derecha él lo hacía hacia la izquierda. Cuando veíamos el dibujo del otro, resolvíamos lo que no podíamos desde el punto de vista de cada uno.

- Siendo muy puntual, te recomiendo hacer el análisis ABC por ambas, por piezas y por ventas ... y si puedes agregar por utilidad ... te vas a sorprender.

¡TE INVITAMOS A SUMARTE NUEVAMENTE!

MOCHILA AMIGA: EDUCACIÓN, LA LLAVE DEL CAMBIO

Conscientes de nuestra responsabilidad social, ARIDRA y Mujeres ARIDRA nos hemos unido al programa Mochila Amiga, una noble iniciativa de la Fundación Connie Castillo I.A.P. que busca brindar herramientas educativas a niñas, niños y jóvenes en situación vulnerable.

Cada mochila no solo lleva útiles escolares, sino también un mensaje de esperanza, respaldo y compromiso con la educación.

Hoy te invitamos a sumarte nuevamente a esta causa.
Con tu apoyo, podemos llegar aún más lejos.

Ayudemos en Vida
FUNDACIÓN CONNIE CASTILLO I.A.P.

INFORMES

722 512 2072 / 561 475 8145
www.conniecastilloiap.org
procuracion@fundacionconniecastillo.org
fundacionconniecastilloiap@gmail.com
@fundacionconniecastillo

Mujeres ARIDRA
ARIDRA

FUNDACIÓN CONNIE CASTILLO I.A.P.

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 mantiente a la vanguardia

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

(55) 5525 2820
(56) 2100 9335

http:// www.aridra.mx

ARIDRA: LA COMUNIDAD QUE TODO JOVEN EMPRESARIO DEBERÍA TENER

Emprender en el sector automotriz no es tarea sencilla. Requiere visión, resistencia, estrategia… y aliados. Si estás construyendo una carrera o negocio en el aftermarket, hay algo que puede marcar la diferencia entre avanzar a prueba y error o crecer con inteligencia colectiva: pertenecer a una asociación como ARIDRA.

La Asociación Nacional de Representantes, Importadores y Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles lleva más de seis décadas conectando a quienes mueven la industria. Lejos de ser un espacio cerrado o protocolario, ARIDRA es hoy una plataforma de oportunidades reales, especialmente para las nuevas generaciones que buscan innovar, profesionalizarse y abrirse camino con respaldo.

1. No estás solo: construye red desde el día uno

Uno de los errores más comunes al empezar un negocio, o liderar un proyecto es pensar que se puede crecer en solitario. Pero en esta industria, como en muchas otras, el verdadero valor está en la red que construyes. ARIDRA reúne a empresarios consolidados, proveedores confiables, compradores potenciales y nuevas voces que pueden ayudarte a abrir puertas, evitar errores costosos y generar alianzas estratégicas.

2. Aprende lo que nadie enseña en la escuela

Aunque tengas estudios universitarios o experiencia en el sector, hay conocimientos que solo se aprenden estando dentro de la industria. ARIDRA ofrece capacitaciones, webinars, acceso a expertos, eventos nacionales e internacionales y análisis de mercado que te permiten tomar decisiones informadas. Saber cómo se mueve el mercado, cuáles son los nuevos modelos de negocio o cómo afrontar regulaciones logísticas y fiscales, es vital para competir.

4. Visibilidad, voz y liderazgo

Hoy, más que nunca, las nuevas generaciones están transformando la industria. ARIDRA no es ajena a esta evolución. A través de comités como el de Mujeres ARIDRA o iniciativas de inclusión generacional, se impulsa la participación activa de nuevos líderes, sin importar género o edad. Aquí tu voz puede ser escuchada, tus propuestas pueden tener eco y tu trabajo puede ganar visibilidad.

5. Crece con propósito

Más allá de las ventas, ARIDRA promueve una visión empresarial responsable: desde apoyar causas sociales, hasta formar talento joven o impulsar prácticas más sustentables. Porque crecer con propósito es la única manera de permanecer.

MENTORES QUE INSPIRAN:

SEGUNDA GENERACIÓN DEL PROGRAMA DE MENTORÍA DE MUJERES ARIDRA

Con gran entusiasmo y espíritu de colaboración, dimos la bienvenida a la Segunda Generación del Programa de Mentores de Mujeres ARIDRA con un desayuno de presentación que marcó el inicio oficial de este nuevo ciclo. El evento reunió a mentoras, mentís, Comité de Mujeres y la Mesa Directiva, en un ambiente cercano, cálido y lleno de propósito compartido.

El objetivo fue simple pero poderoso: conectar a quienes forman parte de este programa, presentar la estructura del proceso y, sobre todo, generar confianza desde el primer encuentro.

Durante el desayuno, Martha Ruiz, directora de Mujeres ARIDRA, dirigió unas palabras de bienvenida en las que agradeció profundamente a quienes han hecho posible este proyecto desde su concepción: mentoras, mentís, comité, aliados y facilitadores, “Este es un proyecto que he abrazado personalmente desde la creación del comité, en mayo de 2022. En enero de 2025, encontramos la forma de consolidarlo a través de una alianza con Clara Hernández CEO de APONI Consultoría Empresarial, lo que nos ha permitido profesionalizarlo, evaluarlo y medir su impacto”,

Un momento especialmente emotivo fue la presencia de Yiraldi Toriz, quien formó parte de la Primera Generación como mentí y fue la primera participante en concluir su proceso de mentoría. Su historia representa el cumplimiento del objetivo principal del programa: brindar acompañamiento real, profesional y humano, que impulse a las mujeres del sector a crecer y avanzar en su camino. Su testimonio marcó el inicio de esta nueva generación con esperanza y convicción.

Roberto de la Rosa, presidente de ARIDRA, compartió un mensaje especial durante el evento:

“Este programa es más que una iniciativa. Es una muestra de que la industria automotriz puede avanzar con perspectiva de género, formando líderes comprometidas y mejor preparadas. Nuestro deber como asociación es seguir generando condiciones para que más mujeres participen, decidan y transformen”, expresó.

Por su parte, Norma Elías, integrante del Comité de Mujeres ARIDRA, reflexionó sobre su experiencia al recibir la preparación como mentora:

“Formarme como mentora me permitió entender mejor mi propia trayectoria y reconocer el valor que puedo aportar a otra persona. Es un proceso de doble crecimiento, donde no solo das, también aprendes, te espejeas y reafirmas tu propósito”, compartió.

Durante el desayuno Clara Hernández presentó la metodología del programa, desarrollada por APONI Consultoría Empresarial especialmente para Mujeres Aridra. A lo largo de ocho semanas, se trabajan metodologías, habilidades blandas, inteligencia emocional, comunicación y liderazgo. Además, el proceso incluye una constancia con validez oficial de la SEP.

Esta generación también marca un hito al integrar a un mentor hombre, reafirmando que la inclusión implica abrir espacios a toda persona que esté dispuesta a compartir y acompañar desde la experiencia, sin distinción de género.

Convocatoria abierta: Tercera Generación

Durante el encuentro se anunció oficialmente la Tercera Generación del Programa de Mentores de Mujeres ARIDRA, que comenzará el próximo 8 de septiembre de 2025. Las sesiones se llevarán a cabo en formato vespertino para facilitar la participación de personas activas profesionalmente.

Los requisitos para postularse como mentora o mentí incluyen: pertenecer a ARIDRA, mostrar disposición para el compromiso semanal y participar en una entrevista de selección que permita conformar los equipos de manera estratégica. El cupo es limitado a 8–10 personas por generación, con el fin de mantener una atención personalizada y de alta calidad.

Las empresas afiliadas también están invitadas a impulsar la participación de sus colaboradoras y colaboradores, cuidando que se integren a equipos diferentes para garantizar la objetividad y confidencialidad del proceso.

Este desayuno no fue solo un protocolo de bienvenida. Fue un encuentro entre generaciones, un acto simbólico de compromiso y una muestra de que el cambio en la industria automotriz no solo es posible, sino que ya está en marcha.

Con pasos firmes y visión a largo plazo, el Programa de Mentores de Mujeres ARIDRA sigue consolidándose como un modelo de impacto, con sentido humano, profesionalismo y futuro.

SUMA AUTOMOTRIZ
REVISTA

TOURS A LAS PLANTAS AUTOMOTRICES

NO ESPERES MÁS, Y ¡SÚMATE A CUALQUIERA DE NUESTROS TOURS EN ESTE 2025!

COMIDA | HOTEL | CAPACITACIONES | TOURS

ADEMÁS PUEDES RECIBIR:

- *CAPACITACIÓN*
- *POTENCIAR TUS HABILIDADES Y TALENTOS*
- *CRECER TU FORMACIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL*
- *CONOCER MÁS LA CIUDAD DONDE SE UBICA LA FÁBRICA*

PLANTA BMW SAN LUIS POTOSÍ

PLANTA AUDI PUEBLA

Únete a nuestro grupo de WhatsApp para que te puedas registrar y recibir informes de nuestros próximos tours en este 2025. Grupo mínimo desde 10 personas. Arma tu grupo con amigos, familia, compañeros de trabajo o de la escuela, vecinos, etc. Contamos con servicios de transporte desde la Ciudad de México y Estado de México (desde 10 personas), hospedaje, alimentos, etc. ¡No esperes más!

¡REGÍSTRATE YA!

WWW.SUMAAUTOMOTRIZNACIONAL.COM