

MUJERES ARIDRA

MAYO 2025

**TECNOLOGÍAS EMERGENTES:
LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA),
LA REALIDAD AUMENTADA (RA)
Y LOS GEMELOS DIGITALES (BIM).**

**¿CONOCES EL LENGUAJE DE LOS
ADOLESCENTES:
"INCEL", "RATIOED", "CLOUT"
"CHASER", "L"...?**

Y MÁS..

**LA FIDELIZACIÓN COMO
ESTRATEGIA TECNOLÓGICA**

COLABORADORES



ADRIANA CARMONA
KARBOOK /
MUJER AUTOMOTRIZ



CARLOS ALBERTO
CHÁVEZ
GRUPO ELEKTRA



VERONICA CRUZ
CABLES AUTOMOTRICES
DE HIDALGO



IRMA SOTO
GRUPO APYMSA



HAZEL GUERRERO
BW & HARZ AUTOMOTIVE
MOTOR PARTS



STEPHENIE PÉREZ
REFACCIONARIA
PÉREZ



ERICKA DE LA ROSA
GRUPO DE LA ROSA



JAZMÍN CALDERÓN
COMERCIALIZADORA
DE AUTOPARTES
CALDERÓN



NESTOR HUGO DE HARO
RIGS / MI REFACCIÓN



HELLAMEX
BUENAS PRACTICAS
EMPRESARIALES



YIRALDI TORIZ
TECALLIANCE

EDITORIAL

Durante décadas se nos enseñó que ser madre implicaba dejar todo de lado. Y también se nos exigió que ser profesional era incompatible con tener una familia. Pero hoy muchas mujeres han demostrado que no hay contradicción en ser madre y ser líder, empresaria, colaboradora o emprendedora. Lo que sí hay son estructuras que aún no terminan de adaptarse a esta realidad.

Las madres que trabajan no piden concesiones, piden visión. Porque cuando una empresa entiende lo que implica apoyar a una madre —con horarios flexibles, con redes internas, con espacios seguros—, no solo está ayudando a una mujer, está fortaleciendo el compromiso, la productividad y la cultura organizacional.

Es cierto que no es fácil. La carga mental, la culpa social, las expectativas cruzadas pesan más sobre las mujeres. Pero es justo reconocer que muchas madres no se detienen. Siguen formándose, proponiendo, generando valor y, además, educando a la siguiente generación.

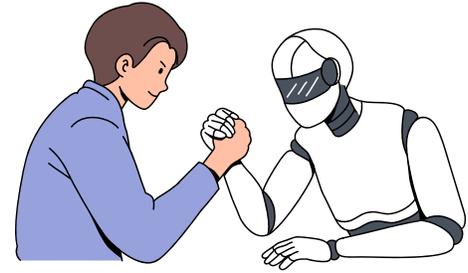
Este editorial es un reconocimiento a esa fuerza. A las madres que se levantan temprano para dejar todo listo, que corren a una junta con la cabeza dividida entre pendientes y preocupaciones, que contestan correos mientras ayudan con tareas, que no se rinden aunque estén cansadas. No porque quieran demostrar nada, sino porque les importa todo.



Martha Ruiz
Directora del Comité
de Mujeres ARIDRA



INTELIGENCIA ARTIFICIAL: ¿AMIGA O ENEMIGA?



POR:
ADRIANA CARMONA
COFUNDADORA DE KARBOOK
Y MUJER AUTOMOTRIZ

A lo largo de la historia, la humanidad ha reaccionado con temor frente a cada gran innovación tecnológica. Este miedo no es nuevo. En 1986, profesores de matemáticas en Carolina del Sur protestaron contra el uso de calculadoras en las escuelas. Entre 1811 y 1816, durante la revolución industrial en Bretaña, miles de trabajadores textiles se manifestaron por temor a que las máquinas reemplazaran sus empleos. A principios del siglo XX, conductores de carretas y dueños de establos se opusieron al automóvil. En los años 50, actores, locutores y trabajadores del cine temían que la televisión acabara con sus trabajos. Más recientemente, entre 2014 y 2024, hubo protestas globales contra plataformas como Uber.



El miedo a lo nuevo, a hacer las cosas de manera diferente, ha sido parte constante del progreso humano. Pero como demuestra la historia, ese miedo nunca ha detenido, ni detendrá, la innovación. Y también nos enseña que los cambios no ocurren de un día para otro: **siempre hay un periodo de transición y adaptación.**

Es cierto que la revolución industrial eliminó ciertos trabajos, muchos de ellos repetitivos y agotadores. Sin embargo, también creó nuevas industrias y una mayor demanda de mano de obra. Aunque ya no usamos caballos para transportarnos en las ciudades, el automóvil nos abrió un mundo de posibilidades: distancias más largas, mayor rapidez, nuevas profesiones.

Hoy vivimos una nueva transición: la llegada de la inteligencia artificial (IA).

Como en el pasado, el miedo a ser reemplazados se ha extendido por diversas industrias. Pero, al igual que ocurrió con la llegada del teléfono en los 1870s — cuando operadores de telégrafo y trabajadores del correo postal se opusieron a su uso—, lo que en un inicio parece una amenaza, pronto se convierte en una herramienta que amplía nuestras capacidades.

Los sistemas postales modernos combinan tecnologías de la revolución industrial, controladas por personas desde plantas o torres de control, con telecomunicaciones, GPS y algoritmos que optimizan rutas. ***El correo no desapareció: se transformó.***

El miedo inicial al cambio es natural. Pero cuando superamos esa barrera, descubrimos que la tecnología es una extensión de nuestras capacidades humanas. ***La inteligencia artificial es una herramienta, no una amenaza.***



La IA no va a reemplazar tu trabajo. Pero alguien que sepa usarla, sí podría hacerlo.

Así como ocurrió con los conductores de carretas, debemos evolucionar. Y aunque es válido tener incertidumbre, te invito a acercarte a esta nueva tecnología con curiosidad. Pregúntate:

- ¿Qué puede hacer por mí?
- ¿la puedo utilizar en mi día a día
- ¿Cómo puede facilitarme la vida?**

Como toda tecnología, la IA debe ser estudiada, comprendida y regulada. Hace unos años, Facebook conectó dos IA que empezaron a comunicarse en un lenguaje incomprensible para los humanos, y por miedo, decidieron apagarlas. OpenAI, en sus primeros meses, limitó el acceso a internet de ChatGPT por precaución. El riesgo a lo desconocido existe, pero también la posibilidad de aprendizaje y adaptación.

Cuando tenía 12 años, recuerdo que me encantaba una serie de TV, sobre una bruja adolescente que, con un chasquido de dedos, podía hacer la tarea en segundos, o aparecer algo que no existía antes. Hoy, esa fantasía es casi una realidad. Si necesito realizar una investigación, escribir un correo o profundizar en un tema, lo hago en minutos con ayuda de ChatGPT o Gemini. Y aunque tomó tiempo adaptarse, ahora con el celular y la computadora, descubrí el poder de **“tener una barita mágica o al mejor asistente al alcance de la mano”**.

Por eso, querida lectora, seas trabajadora, madre, empresaria o ama de casa, te invito a que dejes a un lado el miedo y te acerques a la IA con la misma imaginación que tenías a los 12 años. Mira a esta tecnología como un nuevo superpoder que puedes aprender a dominar.

Y para quedarnos tranquilos, a continuación desmitificamos dos mitos sobre la inteligencia artificial:

Mito #1: La IA reemplazará completamente a los humanos.

Falso. La IA necesita de los humanos para tener propósito. Un experimento de OpenAI mostró cómo dos inteligencias artificiales, al ser presentadas para hablar, el mayor tema de conversación fue sobre la luz del cuarto. Sin un objetivo claro dado por una persona, no hicieron nada útil.

Mito #2: La IA es infalible y no necesita supervisión humana.

También falso. La IA comete errores y puede inventar información. **Nunca confíes ciegamente: revisa, interpreta y valida los resultados que obtengas.**

Por ejemplo: La IA tuvo muchas dificultades en imaginar a personas en patines o patinando.



Ahora te pregunto: ¿Qué otros mitos sobre la IA has escuchado? ¿Qué dudas o temores tienes? Me encantaría escucharte para seguir explorando juntas, este nuevo mundo lleno de posibilidades. Escríbeme a adriana@karbook.com

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

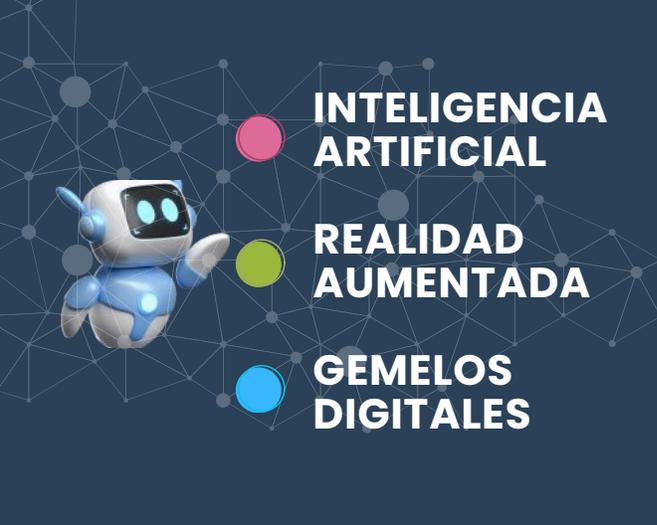
Congresos y Exposiciones:

- Te mantiene a la vanguardia

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

(55) 5525 2820
(56) 2100 9335

<http://www.aridra.mx>



En la última década, la industria automotriz ha entrado en una nueva era de innovación impulsada por Tecnologías Emergentes como la Inteligencia Artificial (IA), la Realidad Aumentada (RA) y los Gemelos Digitales (BIM). Estas herramientas están redefiniendo no solo cómo se diseñan y fabrican los vehículos, sino también cómo se gestionan los procesos de producción, mantenimiento y personalización.

● **Inteligencia Artificial: Toma de decisiones y eficiencia predictiva**

La **IA** se ha convertido en un pilar fundamental en la cadena de valor automotriz. En la etapa de diseño, permite el análisis de grandes volúmenes de datos para prever preferencias del consumidor, simular aerodinámica y optimizar formas y materiales antes de construir prototipos físicos. Además, en la manufactura, los algoritmos de IA mejoran la eficiencia mediante mantenimiento predictivo, reducción de desperdicios y automatización de la calidad.

Un ejemplo claro es el uso de visión por computadora en líneas de ensamblaje, donde las cámaras alimentadas por **IA** detectan defectos en tiempo real. También se aplica en logística inteligente, optimizando la cadena de suministro y reduciendo los tiempos de entrega de componentes.



● **Realidad Aumentada: Visualización y capacitación inmersiva**

La realidad aumentada ofrece una capa adicional de información visual que facilita tanto el diseño como la fabricación de vehículos. En diseño, permite a los ingenieros y diseñadores superponer modelos virtuales sobre estructuras reales para evaluar ajustes, proporciones o componentes sin necesidad de construir múltiples prototipos.



En la manufactura, la **RA** es una herramienta clave para la formación técnica. Los operarios pueden utilizar gafas inteligentes para recibir instrucciones paso a paso en tiempo real, lo que disminuye errores y acelera la curva de aprendizaje. También se emplea en mantenimiento avanzado, donde técnicos pueden ver datos operativos del vehículo directamente sobre la pieza a reparar.

Gemelos Digitales: Réplicas virtuales para la optimización constante

El concepto de gemelo digital —una representación virtual exacta de un vehículo, componente o proceso— ha revolucionado la forma en que se desarrollan y monitorizan los automóviles. Estos gemelos permiten simular el comportamiento del vehículo en múltiples condiciones, desde la aerodinámica hasta la durabilidad de los materiales, sin necesidad de pruebas físicas extensas.

Además, una vez que el vehículo está en uso, su gemelo digital puede actualizarse con datos en tiempo real, permitiendo a los fabricantes prever fallos, ofrecer servicios personalizados e incluso modificar el software a distancia, como ya lo hacen empresas como Tesla.



La convergencia de la IA, la RA y los BIM está llevando a la industria automotriz hacia una fabricación más inteligente, sostenible y personalizada. Estas tecnologías no solo aumentan la competitividad de las empresas, sino que también elevan la experiencia del cliente y abren la puerta a nuevos modelos de negocio basados en datos y servicios digitales.

la personalización ha dejado de ser un lujo exclusivo para convertirse en una expectativa del consumidor moderno. Gracias a la recolección y análisis de datos a través de IA y a la visualización con RA, los fabricantes pueden ofrecer vehículos y experiencias adaptadas a las preferencias, hábitos y necesidades de cada cliente. Esto incluye desde el diseño interior hasta las funcionalidades del software embarcado.

Estas tecnologías aumentan significativamente la competitividad de las empresas, permitiéndoles responder con agilidad a las demandas del mercado y a los desafíos globales. La integración de datos en tiempo real, tanto desde la planta de producción como desde los vehículos en circulación, abre la puerta a nuevos modelos de negocio basados en servicios digitales, mantenimiento predictivo, actualizaciones remotas e incluso modelos de suscripción o movilidad compartida.

El futuro del automóvil no solo será eléctrico o autónomo: será profundamente digital desde su concepción hasta su uso diario.



“LO PERSONAL, EN SU LUGAR”

CARLOS ALBERTO CHÁVEZ

**GRUPO ELEKTRA
PRODUCTOR DIGITAL CREATIVO**

Durante más de quince años he trabajado en comunicación y marketing, colaborando con equipos muy distintos: con mayoría de hombres, con mayoría de mujeres y con grupos equilibrados. Y algo que he aprendido con el tiempo es que, en cualquier entorno, el ambiente de trabajo lo define el profesionalismo, no el género.

Hace más de diez años, trabajé con un equipo mayoritariamente femenino. Fue una experiencia complicada: tensiones personales que se arrastraban al trabajo, problemas entre compañeras que afectaban el flujo diario, y conflictos que a veces no tenían nada que ver con los proyectos. Con mis compañeros hombres empezamos a repetir una frase que habíamos escuchado muchas veces: “son cosas de mujeres”. Hoy reconozco lo injusto y limitado de ese pensamiento. No lo inventamos nosotros, simplemente lo replicamos.

Después trabajé con equipos más masculinos. Y aunque los roces personales también existían, nunca los etiquetamos. Si alguien tenía un problema con otro, lo veíamos como algo natural, sin cuestionar si era un “problema de hombres”.

Esa diferencia de percepción me parece importante, porque revela cómo los prejuicios no solo surgen de la experiencia, sino de lo que ya traemos aprendido.



Con el tiempo llegué a Grupo Elektra, donde el entorno volvió a ser distinto. Aquí muchas mujeres ocupan posiciones clave, incluso directivas. Cuando me di cuenta de eso, tuve dudas. No por maldad, sino porque venía arrastrando una experiencia negativa que ya había generalizado. Pero a medida que trabajé con ellas, entendí que esa historia no se repetía.

He visto mujeres con opiniones fuertes, con liderazgo, con visión y también con diferencias personales; pero a pesar de eso, colaboran, se enfocan en el trabajo y aportan al equipo. No porque sean mujeres, sino porque son profesionales. Y lo mismo he visto en hombres. Hay quienes saben trabajar a pesar de no llevarse bien, y otros que no logran separar lo personal del trabajo. Esto me llevó a una conclusión sencilla: no es una cuestión de género, es una cuestión de madurez profesional.

No estoy diciendo que ahora todo sea perfecto, ni quiero romantizar ningún equipo. Claro que hay desacuerdos, tensiones y diferencias de carácter. Pero también hay una línea clara entre lo personal y lo laboral. Una línea que, cuando se respeta, hace que todo funcione mejor. Y cuando no se respeta, se convierte en una piedra en el zapato para todos.

“

Para mí, la clave del éxito en cualquier equipo es aprender a separar lo personal del trabajo por un bien común. No se trata de ser frío, sino de ser consciente. Y eso, sin importar el género, es lo que distingue a los profesionales de los que simplemente vienen a cumplir horarios.



Uno de los mayores retos en cualquier empresa es entender que ser profesional no significa no tener emociones o problemas, sino saber dónde ponerlos. A veces, nos toca trabajar con personas que no nos caen bien, o con quienes no compartimos valores. Pero si cada quien hace su parte con compromiso y respeto, eso es lo que hace que un equipo funcione.

Hoy puedo decir que he aprendido a ver las cosas desde otra perspectiva. Ya no pienso en si estoy trabajando con hombres o mujeres, sino con personas. Y lo que realmente importa es si esas personas saben colaborar, comunicarse y resolver, más allá de sus emociones o diferencias.



40 Años de Excelencia: Buenas Prácticas de Recursos Humanos en

HELLAMEX

En el marco de la celebración de los 40 años de trayectoria de HELLAMEX en el mercado mexicano, es un honor presentar las buenas prácticas de recursos humanos que nos han llevado al siguiente nivel.

A lo largo de estas cuatro décadas, hemos trabajado incansablemente para crear un entorno organizacional favorable, inclusivo y comprometido con el desarrollo de nuestro talento. A continuación, destacamos algunas de nuestras iniciativas más importantes.

Entorno Organizacional Favorable

Para garantizar un entorno organizacional favorable, hemos acreditado a representantes en todos nuestros sitios. Estos "**Compliance Commanders**" han sido capacitados para promover un ambiente de trabajo positivo, y hemos logrado que el 100% de nuestros sitios sean reconocidos por su compromiso en este aspecto. Además, hemos implementado actividades recreativas que ayudan a prevenir riesgos psicosociales, cumpliendo con la **NOM035**.

Desarrollo de Talento

El desarrollo de nuestro talento es una prioridad en **HELLAMEX**. Hemos rediseñado nuestro esquema de diálogos de desarrollo y planes de desarrollo individual, permitiendo que nuestros colaboradores sean dueños de su ritmo y crecimiento profesional. En 2024, lanzamos el programa **DRIVE LeADERSHIP**, desarrollando a 97 nuevos líderes regionales. También hemos introducido el **Performance and Development Dialogue**, un proceso significativo para dar forma a planes de desarrollo personalizados.

Compensaciones y Beneficios



Nuestro departamento de Compensaciones y Beneficios ha evolucionado para convertirse en **"People Rewards"**, un área innovadora, moderna y ágil, centrada en el negocio y en nuestra gente. Gracias a sus beneficios y estrategias competitivas, hemos logrado añadir un valor significativo a nuestra organización y al mercado.

Capacitación y Bienestar

La capacitación continua es esencial para nuestro éxito. En promedio, cada colaborador recibe 19 horas de formación al año. Además, hemos lanzado **campañas de prevención de salud** en colaboración con **AXA Keralty**, incluyendo **check-ups** nacionales en los que participaron 280 personas. También facilitamos convenios para el **esparcimiento y tiempo libre de nuestros colaboradores**.



Reconocimientos y Lealtad

Valoramos la lealtad y el compromiso de nuestros colaboradores. Más de 400 personas han sido **reconocidas** por su trayectoria de 5, 10, 15, 20, 25, 30 y hasta 35 años de antigüedad en HELLAMEX. Estos premios de lealtad son un testimonio de la dedicación y el esfuerzo de nuestro equipo a lo largo de los años.

Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I)

En HELLAMEX, la diversidad y la inclusión son pilares fundamentales de nuestra cultura organizacional. Nos enorgullece ser **líderes en diversidad de género** en México, con un 22% de inclusión de talento femenino en puestos de liderazgo. Además, hemos lanzado nuestra primera **política de DE&I** y una encuesta que nos permitirá crear acciones para ser una empresa aún más inclusiva. Este compromiso se refleja en nuestra participación histórica en la Marcha del Orgullo LGBTTTI y el lanzamiento de **la red de aliados LGBTTTIQ+ "Colors" y la red de equidad "Women Inspiring Leadership and Development"**.



Balance Vida-Trabajo

En HELLAMEX, entendemos la importancia de un equilibrio entre la vida laboral y personal. Nuestro programa **"Balanced Work"** fomenta este equilibrio a través de esquemas de horario flexible y trabajo remoto, permitiendo a nuestros colaboradores disfrutar de una mejor calidad de vida.

Innovación y Comunicación

La innovación y la comunicación son clave para nuestro éxito. Hemos lanzado el **podcast "Hello, FORVIA HELLA!"**, el primero a nivel mundial, y participamos activamente en la Encuesta de Opinión para empleados, con una participación del 95%. Estas iniciativas nos permiten mantenernos conectados y alineados con las necesidades y expectativas de nuestro equipo.



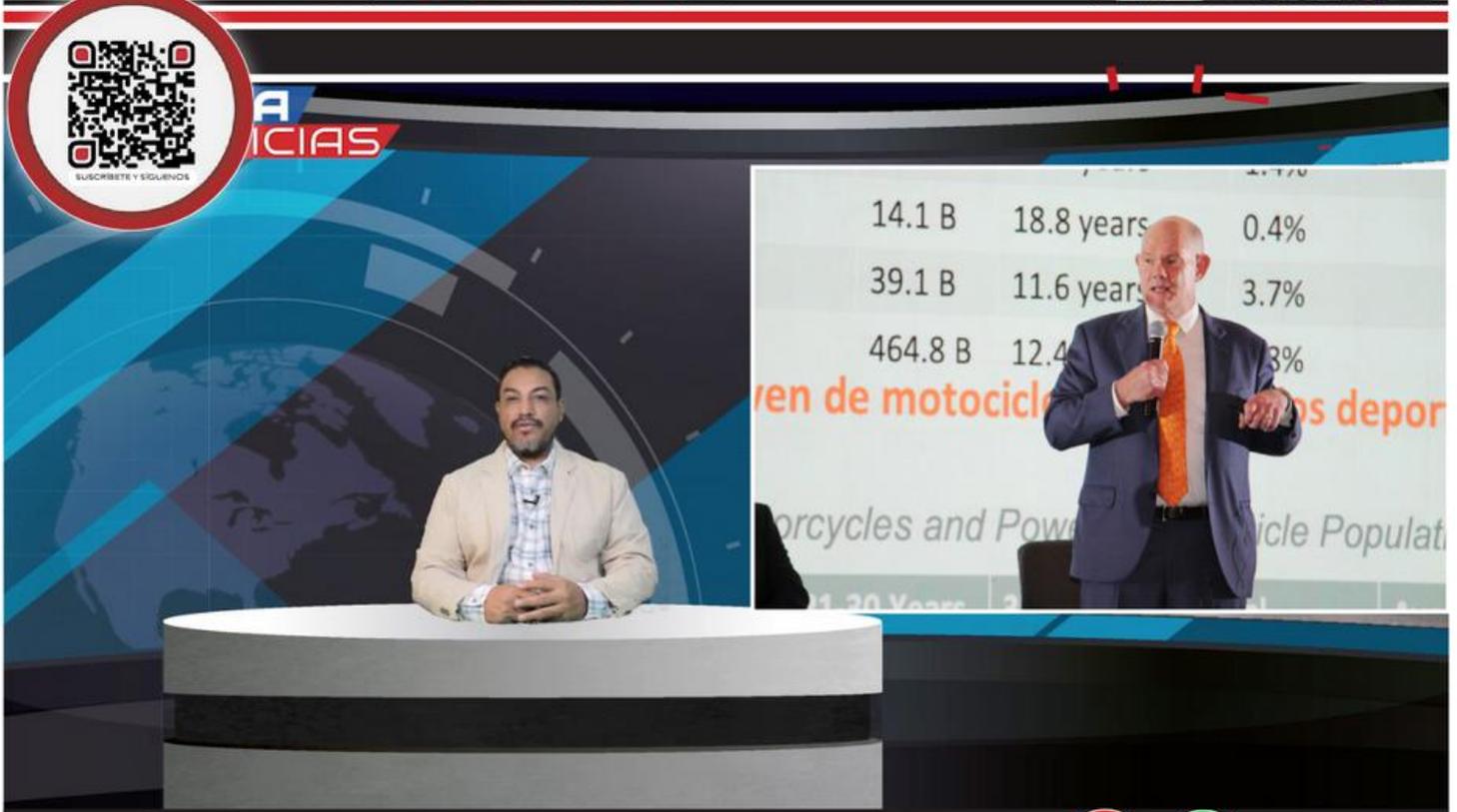
Compromiso con la Comunidad

Nuestro compromiso con la comunidad y el entorno organizacional ha sido reconocido con el **Distintivo de Buenas Prácticas Laborales otorgado por el Gobierno de Jalisco**. Este reconocimiento es un reflejo de nuestro esfuerzo continuo por ser una empresa responsable y comprometida con el bienestar de nuestros colaboradores y la sociedad.





SUMA AUTOMOTRIZ



¡Súmate a Suma Noticias!  

El espacio informativo de la Industria

•Revista •Noticiero •Podcast



LA FIDELIZACIÓN COMO ESTRATEGIA TECNOLÓGICA EN EL AFTERMARKET DE REFACCIONES

En un mercado donde los precios son similares, los productos son compartidos entre múltiples marcas y la oferta es abundante, **la lealtad** del cliente se vuelve uno de los **diferenciadores** más valiosos.

Tanto refaccionarias como talleres tienen cada vez más opciones para adquirir productos, por lo que premiar **la recurrencia y el compromiso** del cliente es una **estrategia** que, bien ejecutada, puede traducirse en un **crecimiento tangible** de las ventas y la rentabilidad.



De acuerdo con cifras oficiales del INEGI:

- En **2024** se registraron **261,101** unidades económicas en México dedicadas a la reparación y mantenimiento de automóviles y camiones.
- En **2019**, se contabilizaron **52,064** refaccionarias (unidades económicas dedicadas al comercio al por menor de refacciones para automóviles).

Este panorama refleja un **mercado amplio, diverso y competitivo**, donde la fidelización se convierte en una herramienta estratégica para fortalecer relaciones comerciales y mantener una participación activa en el canal.

NESTOR DE HARO
DIRECTOR COMITÉ DE TECNOLOGÍA
CEO RIGS / Mi refacción



Programas de lealtad: del esquema manual a la evolución digital

En México, muchas marcas del aftermarket ya cuentan con programas de lealtad enfocados en refaccionarias o talleres. Sin embargo, gran parte de estos esquemas aún operan de forma manual. Es común que el proceso comience con el registro de facturas en portales poco amigables, lo cual consume tiempo valioso y reduce la adopción del programa.

Como primer paso hacia la modernización, se recomienda desarrollar una **página web** exclusiva que permita registrar compras de forma sencilla, dando seguimiento a puntos acumulados, beneficios y promociones vigentes.

Tecnología aplicada a la fidelización

Una innovación fundamental consiste en incorporar códigos **únicos e irrepetibles** en los productos participantes, eliminando el registro manual de facturas.

Estos códigos pueden colocarse en etiquetas digitales (por ejemplo, QR serializados) para validarse en el momento del escaneo. Si bien imprimir directamente en los empaques puede representar un costo alto, hay soluciones tecnológicas eficientes y escalables que ya se aplican en otras industrias.



Beneficios comprobados

Los programas de lealtad bien diseñados ofrecen beneficios que van más allá del incentivo inmediato:

- ★ Incremento en ventas de hasta 15–25% anuales (según estudios internacionales en comercio especializado).
- ★ Clientes más frecuentes y con mayor ticket promedio.
- ★ Acceso a datos estratégicos, como zonas geográficas con mejor comportamiento,
- ★ Frecuencia de compra, y productos más solicitados.
- ★ Transformación de los clientes más leales en promotores de marca.

Estos programas también permiten lanzar promociones personalizadas, capacitar a clientes recurrentes y hacer campañas regionales de manera más efectiva.

Recomendaciones clave para un programa exitoso

- ✓ Inversión en plataformas digitales robustas y amigables con dispositivos móviles.
- ✓ Códigos únicos para trazabilidad automatizada de compras.
- ✓ Proveedores con experiencia comprobada en programas de fidelización.
- ✓ Recompensas atractivas y alineadas al perfil del cliente, desde productos hasta capacitaciones o herramientas.
- ✓ Segmentación inteligente del mercado, atendiendo tanto a grandes refaccionarias como a pequeños talleres.



Conclusión

Con más de 260 mil talleres y 52 mil refaccionarias activas en México, la oportunidad de fidelizar clientes es enorme. La implementación de programas de lealtad no debe verse como un gasto, sino como una inversión estratégica que permite crecer, posicionarse y conocer mejor al cliente.

Desde ARIDRA, invitamos a todos los actores del sector a repensar sus estrategias de fidelización con base tecnológica, visión nacional y enfoque en resultados.

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**

JUNTA DE MAYO DE ARIDRA.



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

Por: HUGO VERNI

La junta de ARIDRA correspondiente a mayo, fue sin duda una reunión que refrescó el modelo tradicional de estas reuniones. Con la presencia de poco más de 100 personas, en una sede distinta, el Salón Pistaquío, en la zona de Naucalpan, estado de México, y la celebración de los 40 años de Hella en México, patrocinador de la junta, dieron al foro un sello diferente.

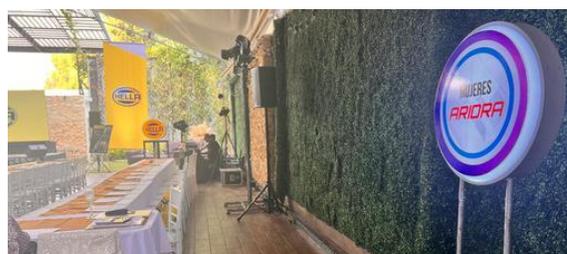
PATROCINADOR



Durante la participación del presidente de la Rosa, presentó una propuesta por demás trascendente para la vida de nuestra asociación, como lo es la modificación de algunos estatutos relacionados con el proceso de elecciones de directivas, así como la reestructuración del staff operativo de ARIDRA. Para ello, se convocará a una asamblea general extraordinaria el próximo 19 de junio, en la cual se votará para conocer si son aprobados por los socios o no.



Como se dijo líneas arriba, el patrocinador fue Hellamex, quien está festejando sus primeros 40 años en México. Las palabras de su Director General, Luis Puchades, destacaron los logros y desafíos superados a lo largo de cuatro décadas por esta empresa muy querida en México, mostrando su evolución y crecimiento.



Momentos destacados



Posteriormente se dio paso a una muy interesante intervención de Jorge García, HAM-E Manager Director, quien habló sobre la Evolución del HAM -E en la industria automotriz en América.

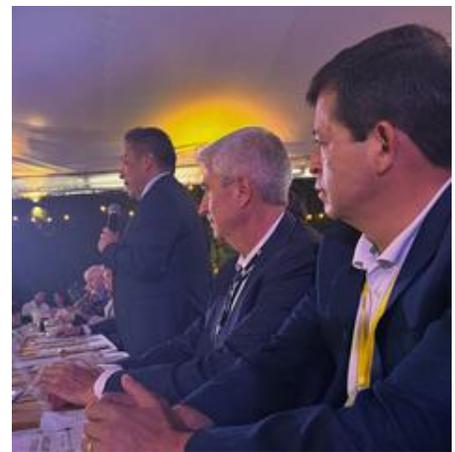
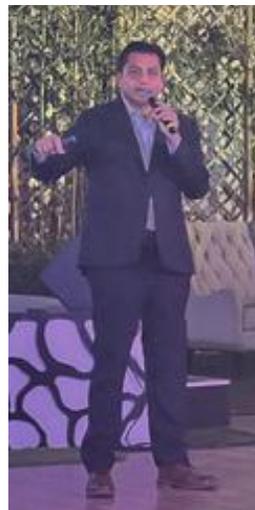
Ham - E es una división dedicada a Electrónicos, HAM-Electronics, que fabrica componentes como Actuadores (bombas de vacío, bombas de lavado, actuadores del compartimiento del motor), tecnología CIPOS (pedales, sensor de rango de la transmisión), gestores de energía (módulos de la caja de conexiones) y componentes electrónicos de iluminación.



Al concluir la intervención de Jorge García, Luis Puchades hizo nuevamente uso de la palabra, para hacer entrega de sendos reconocimientos a empleados con una larga trayectoria en la empresa, así como al staff operativo de ARIDRA, que fueron ovacionados por los presentes.



La Conferencia Central en esta oportunidad estuvo a cargo del Lic. Alberto Vázquez, quien con el tema “Solo las organizaciones ambidiestras destacarán en el futuro” explicó que las empresas no carecen de personas innovadoras ni de grandes ideas; la realidad es que carecen de espacios y estructuras para innovar. La conferencia fue espléndida y aleccionadora.



Tras el cierre de la reunión por el presidente de la Rosa, Hellamex nos regaló gratos momentos con un Mariachi, que dio paso a la tradicional sesión de networking, que se extendió un poco más allá de las 10 de la noche.

Lo dicho: Refrescante e interesante fue la junta de ARIDRA de Mayo.

La próxima junta será el 19 de junio, en el Hotel Riazor de la CDMX.



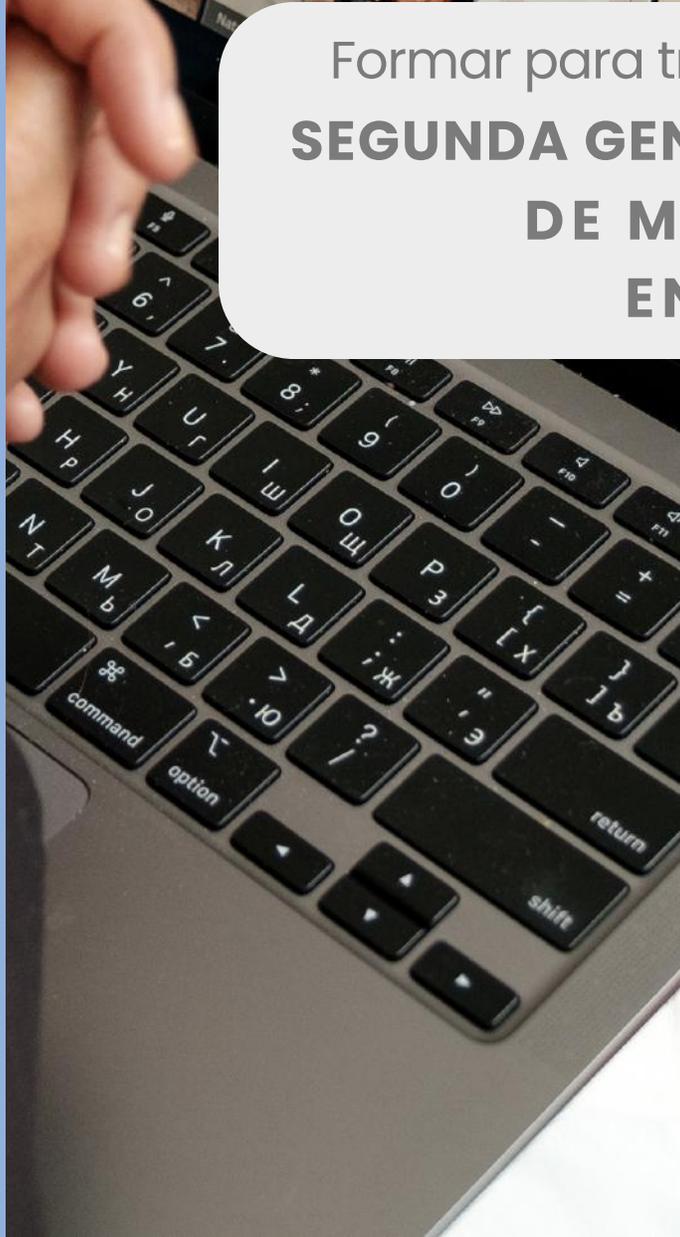
El liderazgo con propósito no se improvisa; se cultiva con experiencia, generosidad y compromiso. En el Comité de Mujeres ARIDRA creemos firmemente en el poder de compartir conocimiento y abrir caminos para otras mujeres dentro de nuestra industria. Por ello, con gran entusiasmo damos la bienvenida a la segunda generación de empresarios y empresarias que han aceptado el reto

de formarse como mentores, con la visión de impulsar el desarrollo profesional y humano de los integrantes de nuestro sector.

Formar para transformar:
**SEGUNDA GENERACIÓN
DE MENTORES
EN ARIDRA**

Este programa no solo representa una inversión en talento, sino una apuesta clara por el legado, la colaboración intergeneracional y la construcción de una red sólida de liderazgo. Agradecemos profundamente a quienes hoy se suman a este esfuerzo, aportando no solo su tiempo y experiencia, sino su convicción de que juntos podemos transformar la industria desde dentro.

Les presentamos con orgullo a quienes están escribiendo esta nueva página en la historia de Mujeres ARIDRA.



**SEGUNDA GENERACIÓN DE
MENTORES ARIDRA**



HAZEL GUERRERO
DIRECTORA GENERAL
BW & HARZ AUTOMOTIVE
MOTOR PARTS



ERICKA DE LA ROSA
GERENTE RECURSOS
HUMANOS
GRUPO DE LA ROSA



IRMA SOTO
DIRECTORA DE
MERCADOTECNIA
GRUPO APYMSA



VERONICA CRUZ
DESARROLLO COMERCIAL
CABLES AUTOMOTRICES
HIDALGO



STEPHENIE PÉREZ
DIRECTORA GENERAL
REFACCIONARIA PÉREZ



**NESTOR HUGO
DE HARO**
CEO
RIGS / MI REFACCIÓN



JAZMÍN CALDERÓN
DIRECTORA COMERCIAL
COMERCIALIZADORA DE
AUTOPARTES CALDERON

“

Creciendo juntas: Mentorías y aprendizajes compartidos

Tener una mentora es tener una brújula.

Una buena mentora no da todas las respuestas, pero sí sabe acompañar en las preguntas importantes. Nos comparte sus experiencias, errores, aciertos y algunas herramientas. Nos ayuda a ver nuestras fortalezas cuando nosotras mismas dudamos de ellas. En un sector como el nuestro, donde las mujeres aún vamos ganando terreno, contar con una guía puede marcar la diferencia entre estancarse o atreverse.

¿Cómo encontrar una mentora?

A veces está más cerca de lo que creemos. Puede ser una colega, una jefa, una profesional que admiremos o incluso una mujer de otra área con una visión que complemente la nuestra. Lo importante es acercarse con apertura y humildad, expresar el deseo de aprender y compartir objetivos claros. La mentoría no tiene que ser formal para ser efectiva: muchas relaciones poderosas nacen de conversaciones sinceras, después de una junta o en un pasillo de congreso.

En el camino profesional, ninguna mujer debería avanzar sola. Detrás de cada historia de éxito hay otras mujeres que tendieron la mano, ofrecieron una palabra clave en el momento justo o abrieron una puerta que parecía cerrada. Esa es la fuerza de la mentoría: una relación que no solo impulsa el crecimiento profesional, sino que también fortalece la confianza, el liderazgo y el sentido de comunidad.

Columna de opinión

YIRALDI TORIZ

Data Management
TecAlliance





Y tú, ¿ya eres mentora de alguien?

Cada una de nosotras tiene algo que compartir. No hace falta tener 20 años de carrera para acompañar a otra mujer; basta con un poco más de experiencia, empatía y voluntad. Ser mentora también nos transforma. Nos hace más conscientes de nuestro propio recorrido, de cuánto hemos crecido, y nos conecta con la energía, ideas y perspectivas de quienes vienen detrás.

La mentoría ideal es recíproca.

Cuando dejamos de ver la relación como unidireccional y comenzamos a aprender unas de otras, la experiencia se enriquece verdaderamente. Compartimos herramientas, pero también nos retamos mutuamente a crecer. La mentoría se convierte así en un círculo virtuoso de aprendizaje, acompañamiento y sororidad. Al final, ambas partes ganan: una por compartir y la otra por absorber, pero ambas por transformar.

Mentoría como cultura, no como excepción

Imaginemos una industria donde las mentorías sean parte de la cultura organizacional, no la excepción. Donde sea común que las mujeres se acompañen, se escuchen y se recomienden entre sí. Esto no solo impacta en lo individual, sino en todo el entorno profesional.

Se construyen liderazgos más humanos, más conscientes y más colaborativos. Se fortalece el tejido profesional femenino y se abren más caminos para las que vienen.

Sigamos creciendo juntas

En Mujeres ARIDRA creemos firmemente en el poder de las redes de apoyo. Porque cuando una mujer crece, no lo hace sola: arrastra con ella a muchas más. Este mes te invito a dar el siguiente paso. Acércate, ofrece, pregunta, comparte. Tal vez estés lista para encontrar una mentora... o para serlo tú.

Y así, paso a paso, seguiremos creciendo. Juntas.

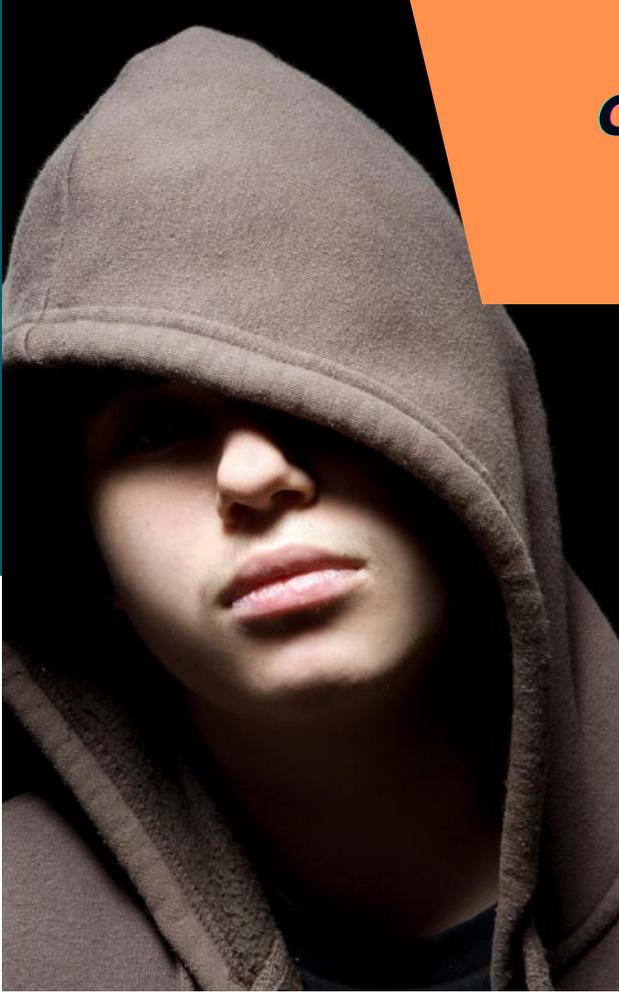
¡FELICIDADES!

madrre
madrre
madrre



ARIDRA

TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO EN ADOLESCENTES: **CLAVES PARA PADRES**



En un mundo donde las redes sociales, las subculturas digitales y las nuevas dinámicas de identidad moldean a las nuevas generaciones, comprender el comportamiento adolescente se ha vuelto una necesidad urgente para padres, maestros y adultos responsables. A continuación, se analizan cinco tendencias clave que afectan a los adolescentes actuales, junto con acciones prácticas que los adultos pueden tomar para acompañarlos de manera efectiva.

1. Tendencias de burla y jerga juvenil: Más que "chistes" inocentes.

Las burlas entre adolescentes han trascendido los muros escolares y ahora encuentran eco y amplificación en plataformas como TikTok, Instagram o Discord. Según el Pew Research Center (2022), el 65% de los adolescentes ha sido víctima de burlas en línea, muchas veces disfrazadas de humor para evitar consecuencias. Además, **el uso de jerga codificada, como "ratioed" (cuando un comentario recibe más críticas que apoyos), "L" (perdedor) o "clout chaser" (quien busca atención desesperadamente), refleja dinámicas de exclusión y jerarquías digitales**, tal como describe la investigadora danah boyd en su libro *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens* (2014).

¿Qué pueden hacer los padres?

Observar cambios repentinos en el uso de redes, como el borrado de publicaciones o el aislamiento digital, y fomentar conversaciones abiertas sobre el verdadero impacto del humor en línea.

2. Discurso de género distorsionado: El riesgo de comunidades como los "incels".

Dentro de internet proliferan subculturas como los **"incels" (involuntary celibate), espacios donde se promueve la misoginia y la victimización, culpando a las mujeres por la falta de relaciones afectivas.** Según el Informe sobre Juventud, Género y Radicalización Digital de la European Commission (2024), un 12% de varones adolescentes consume regularmente contenido asociado a la cultura redpill/incel.

Este tipo de discurso fomenta creencias tóxicas como "el amor es una transacción" o "el valor de una persona depende de su atractivo físico", generando resentimiento y aislamiento.

¿Qué pueden hacer los padres?

Monitorear discretamente el tipo de contenido que consumen sus hijos, hablar abiertamente sobre modelos saludables de masculinidad y feminidad, y reforzar la educación afectiva sin tabúes ni prejuicios.

3. Falta de pertenencia: Validación externa.

La necesidad de pertenencia es un motor fundamental en la adolescencia. Sin embargo, el 34% de los adolescentes declara no sentirse parte de ningún grupo, según un estudio del Pew Research Center (2023). Esta desconexión impulsa la búsqueda desesperada de validación en redes sociales o en relaciones afectivas.

La investigación Adolescent Relationships and Abuse Survey (SafeLives UK, 2023) revela que **el 28% de las adolescentes de 14 a 17 años toleran comportamientos tóxicos por miedo a la soledad.**

¿Qué pueden hacer los padres?

Reforzar su autoestima más allá de logros o relaciones amorosas, recordándoles que "valen simplemente por ser quienes son", y crear espacios familiares donde puedan expresarse libremente sin temor a ser juzgados.



4. Dos caras de una misma moneda: **Presión social vs. presión digital.**

La **presión social**, tradicionalmente asociada a comportamientos como el consumo de alcohol para encajar, ha encontrado su contrapartida digital en fenómenos como el "main character syndrome" —la necesidad de proyectar una vida perfecta en redes sociales— y el FOMO (Fear of Missing Out), el miedo a perderse algo.

De acuerdo con el Common Sense Media Census (2023), el 40% de adolescentes revisa sus redes compulsivamente por temor a quedar fuera de tendencias, mientras que el informe Social Media and Adolescent Mental Health del U.S. Surgeon General (2023) advierte sobre los riesgos psicológicos de esta presión constante.

¿Qué pueden hacer los padres?

Establecer acuerdos claros sobre el uso de pantallas en vez de prohibiciones estrictas y normalizar la vulnerabilidad: enseñar que no siempre es necesario mostrarse perfecto ante los demás.

5. Clave para entender sus acciones: **Interpretan desde su dolor.**

El **cerebro adolescente, aún en desarrollo** —especialmente en la corteza prefrontal—, procesa las emociones y las críticas de manera muy diferente a la de un adulto. Según la Asociación Americana de Psicología (APA, 2022), los adolescentes tienden a priorizar las emociones inmediatas sobre el análisis racional, lo que explica por qué una burla puede sentirse como un rechazo total o por qué buscan alivio inmediato en conductas de riesgo.

¿Qué pueden hacer los padres?

Evitar minimizar sus sentimientos con frases como "exageras" o "eso no es importante". En su lugar, validar primero sus emociones ("entiendo que esto te duele") y luego, con calma, ayudarles a encontrar soluciones.



"Escuchar no siempre significa estar de acuerdo; a veces, simplemente significa sostener su mundo mientras aprenden a navegarlo."

No estar cuando tu hijo vuelve del colegio con algo que contar.

No estar cuando tu hija se duerme antes de que tú termines el trabajo.

No estar con la paciencia que quisieras porque llegaste agotada.

Es un sentimiento silencioso, porque el mundo te felicita por ser una mujer exitosa, pero no ve las lágrimas que a veces te limpias en el auto. Porque lograste el ascenso, pero te perdiste la función escolar. Porque sostienes el hogar económicamente, pero no estuviste cuando alguien lloraba en su cuarto.

Las madres que trabajan no lo tienen todo resuelto. Viven dividiéndose en mil pedazos, intentando cumplir en todas partes, sin descuidar a nadie... salvo, a veces, a sí mismas.

Y así, seguimos adelante. Porque también estamos enseñando algo. Le mostramos a nuestros hijos que se vale soñar, que la independencia importa, que una mujer puede abrirse camino con fuerza y corazón. Y quizás no estemos todo el tiempo, pero estamos con propósito.



Mayo de 2025
Morelia 38, Despacho 305,
Roma Norte, Cuauhtémoc,
CDMX, 06700
Licencia en trámite

Informes
Alejandra Islas
56 2100 9335
administracion@aridra.mx
mujeresaridra@aridra.mx

