

Edición 27 | Mayo 2026

MUJERES ARIDRA

Gestión, talento y sostenibilidad



MAS Mujeres ARIDRA Summit 2026:
liderazgo, conexiones y visión de futuro

EDITORIAL

Hay meses que llegan con un peso distinto

MUJERES ARIDRA

Mujeres ARIDRA Summit 2026

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

EL 10 de mayo que queremos

ENTREVISTA

Cuatro décadas de decisiones

REDES QUE CONSTRUYEN

Mentoría Inversa

INDICADORES QUE IMPORTAN

Frecuencia de recompra

SERIE IA

Datos: el activo crítico

SERIE CIBERSEGURIDAD

Blindar dispositivos IoT

LO QUE NO ENTRA EN EL REPORTE

Madres que forjan líderes

ARIDRA

ARIDRA e INA en Cámara de Diputados



Hay meses que llegan con un peso distinto

Mayo no solo se celebra. Se cuestiona, se analiza y, sobre todo, se convierte en una oportunidad para replantear el papel de las mujeres en la industria.

No porque el calendario lo marque, sino porque para quienes vivimos la industria y también somos madres, este mes tiene una resonancia particular. Es el mes en que el mundo voltea a reconocer algo que ocurre los 365 días del año, silenciosamente, muchas veces sin aplauso: y, casi siempre, sin descanso.

Cuando armamos esta edición de mayo en la Gaceta quisimos ir más allá de la celebración. No porque no merezca celebrarse, claro que sí. Sino porque las mujeres de este Comité llevamos años convencidas de que el reconocimiento más poderoso no viene en una fecha.

Viene cuando una empresa cambia una política, cuando un líder hace una pregunta incómoda, cuando alguien decide que el tema merece espacio en la agenda más allá del 10 de mayo.

En este número profundizamos en esa conversación. De los datos que la sostienen, de las reflexiones que la profundizan y de las preguntas que esperamos que se lleven con ustedes de regreso a sus empresas.

Martha Ruiz

Directora Editorial
Gaceta Mujeres ARIDRA



El Summit que confirmó que el cambio ya está sucediendo



MAS Mujeres ARIDRA Summit 2026 reunió a líderes, asociaciones y conferencistas en un encuentro que dejó claro hacia dónde se mueve la industria automotriz. Y este año, el evento lo demostró con números: el aforo se duplicó. Más empresas, más asociaciones, más mujeres que decidieron apostar por su propio crecimiento y por el de quienes vienen detrás de ellas.

Las conferencias del día marcaron el ritmo y el tono de una jornada que no dejó a nadie indiferente.

Un momento muy potente del Summit fue la entrevista y dinámica conducida por **Rebeca Maldonado Cantú**, Directora Comercial de Manufacturas Metálicas Maldonado, e **Irina Sánchez**, Presidenta de Kerdos Consulting. Bajo el título "**Las personas que te sostienen**" y la dinámica "**Construyendo redes de apoyo reales**", ambas compartieron herramientas y reflexiones sobre la importancia de generar conexiones auténticas — comunidades que impulsen el desarrollo de más mujeres dentro de la industria, no solo conexiones superficiales.



Marcela Barreiro, Presidenta y CEO de Daimler Truck México, compartió una visión profunda y cercana sobre lo que significa tomar decisiones en entornos de alta exigencia dentro de una de las industrias más dinámicas y retadoras del país. A través de su experiencia liderando a más de 10,000 colaboradores, habló sobre la importancia de adaptarse al cambio, asumir retos con claridad estratégica y mantener una visión firme en momentos de transformación.

Su conferencia abordó liderazgo, evolución organizacional y el papel que hoy tienen las empresas para construir culturas más sólidas, innovadoras y preparadas para el futuro. Compartió reflexiones sobre la responsabilidad que implica dirigir en contextos complejos y cómo las decisiones tomadas desde posiciones de liderazgo impactan no solo a las organizaciones, sino también a las personas que forman parte de ellas.

Escuchar esta conversación desde la experiencia de alguien que ha estado en el centro de esas decisiones hizo que cada reflexión resonara de manera distinta entre las asistentes.



El taller de inteligencia emocional facilitado por Ma. Angélica Auriolles, coach, consultora y terapeuta, fue uno de los momentos que más marcó el día. A través de ejercicios diseñados para que las participantes pudieran identificar su propia vulnerabilidad, el taller abrió un espacio poco común en entornos profesionales: el de la honestidad emocional.

La premisa fue tan sencilla como poderosa — la vulnerabilidad no es una debilidad a esconder. Es el punto de partida para construir una fortaleza genuina. Las participantes no solo reflexionaron sobre esto; lo vivieron en tiempo real, con ejercicios que dejaron huella.



Nazareth Black, Fundadora y CEO de Zacua México y Motores Limpios, llevó a las participantes a cuestionar paradigmas y replantear su manera de pensar frente a la innovación, el liderazgo y la evolución de la industria automotriz. Su conferencia no solo habló de transformación tecnológica; habló de la capacidad de construir nuevas posibilidades cuando alguien decide dejar de seguir caminos establecidos.

Su invitación a “rediseñar el chip” fue, en realidad, un llamado a dejar de operar bajo reglas que **no fueron pensadas para nosotras** y comenzar a construir nuevas formas de liderazgo, colaboración y desarrollo dentro de sectores históricamente dominados por estructuras tradicionales.

Más allá de la tecnología y la electromovilidad, su mensaje dejó claro que el verdadero cambio comienza cuando alguien se atreve a pensar diferente.

El sector automotriz, unido en torno al talento femenino



Uno de los aspectos más valiosos del Summit fue la participación de asociaciones y organismos del sector que se suman cada vez con mayor convicción al desarrollo del talento femenino. **INA, ANDELLAC, CANACINTRA, CAMEXA** y **RUJAC**, estuvieron representadas en el evento — una muestra de que la conversación ya no es marginal. Está en el centro del sector.

Cuando las asociaciones se sientan juntas, cuando dialogan y comparten el mismo espacio, suceden cosas que no pueden suceder de otra manera. Y eso es exactamente lo que pasó este 13 de mayo.



Durante Mujeres ARIDRA Summit 2026 también se generaron alianzas y beneficios para nuestra comunidad.

Gracias al respaldo de Women Automotive Network, a través de su delegada en México, Irina Sánchez, se otorgó un boleto de cortesía para asistir al Women Automotive Summit: México, que se realizará el 1º de diciembre de 2026.

La ganadora fue Alejandra Islas.

Esta colaboración también abrió nuevas oportunidades de desarrollo y vinculación para las Mujeres ARIDRA dentro de la industria automotriz.



El Más Mujeres Aridra Summit regresa en 2027.

Gracias por
IMPULSAR el
MUJERES ARIDRA
SUMMIT 2026



Su confianza, respaldo y visión hicieron posible este encuentro que hoy fortalece el liderazgo femenino en la industria automotriz.

GRACIAS A NUESTROS **ALIADOS**



ARIDRA



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



EL 10 DE MAYO QUE QUEREMOS

DE LA CELEBRACIÓN AL CAMBIO ESTRUCTURAL

Cada año, cuando llega el 10 de mayo, las empresas sacan sus mejores intenciones. Aparecen los arreglos florales en la recepción, los pasteles en la sala de juntas, los correos corporativos con imágenes de madres sonrientes y frases sobre la fortaleza femenina.

Y todo eso tiene valor. El reconocimiento, cuando es genuino, importa.

Pero hay una pregunta que como líderes empresariales, como integrantes del Comité de Mujeres ARIDRA y como madres no podemos dejar de hacernos cada vez que llega esta fecha:

**¿Qué pasa el
11 de mayo?**

Porque el problema no es la celebración. El problema es cuando la celebración sustituye a la conversación que de verdad necesitamos tener.

Lo que los números ya dijeron

No hace falta inventar el diagnóstico. La evidencia está documentada, medida y publicada en revistas académicas de todo el mundo.

Las madres trabajadoras gestionan el 71% de la carga mental del hogar. Enfrentan una culpa que la ciencia ya nombró y que no desaparece sin importar cuánto se organicen o cuánto apoyo tengan. Muchas frenan o abandonan sus carreras no porque no quieran crecer, sino porque las estructuras donde trabajan no fueron diseñadas pensando en ellas.

En la industria automotriz y de autopartes —nuestro sector— esto no es la excepción. Es la norma que pocas veces se dice en voz alta.

Y sin embargo, seguimos celebrando el 10 de mayo con flores.

Lo que una empresa sí puede hacer

No estamos hablando de transformaciones inalcanzables ni de presupuestos extraordinarios. Hablamos de decisiones.

Decisiones como implementar esquemas de flexibilidad que realmente se puedan ejercer. Como promover licencias de paternidad que se utilicen, no solo que existan. Como revisar procesos de promoción que no penalicen, de manera implícita, a quienes han tomado una licencia de maternidad.

También implica abrir conversaciones honestas sobre la carga de trabajo, reconociendo que algunas personas en el equipo llegan a la oficina después de haber cumplido ya una jornada completa en casa.

Nada de esto es radical. Todo esto es posible. Y muchas de las empresas que forman parte de ARIDRA cuentan con la capacidad, la influencia y el liderazgo para impulsarlo.

UNA PREGUNTA INCÓMODA, PERO NECESARIA



¿Cuántas de estas cargas las está asumiendo en silencio alguien de tu equipo?

EL 10 DE MAYO QUE QUEREMOS

Desde este espacio, que existe precisamente para amplificar la voz de las mujeres en el sector automotriz, queremos proponer que este 10 de mayo sea distinto.

No se trata de cancelar la celebración.

Las madres en nuestras organizaciones merecen ser reconocidas.

Se trata de ampliar la conversación

Y que la respuesta no se quede en una reflexión personal sino que se traduzca en una política en una conversación de equipo, en una decisión concreta.

LO QUE LOS NÚMEROS DICEN SOBRE SER MAMÁ Y TRABAJAR

La ciencia lleva años estudiando algo que muchas mujeres viven en silencio



EFECTO DISTINTO

¿Sabías que la culpa que sientes cuando trabajas horas largas no es igual a la que siente tu pareja?

Un estudio con 251 madres y padres encontró que en días de jornada extensa, los estereotipos de género interiorizados aumentan la culpa en madres y la disminuyen en padres. No es que ellos no se preocupen — es que nadie les enseñó a sentirse mal por trabajar.

British Journal of Social Psychology, 2023

307

MADRES
ESTUDIADAS

¿Sabías que la culpa materna tiene nombre clínico y no distingue fronteras?

Investigadoras de India y EE.UU. encontraron que la Culpa por Empleo Materno predice directamente el deterioro de la salud mental, que a su vez afecta la productividad percibida. El país de residencia no cambió los resultados.

Springer / Gender Issues, 2025

71%

CARGA MENTAL
DEL HOGAR

¿Sabías que llevas haciendo trabajo invisible desde antes de llegar a la oficina?

Una investigación con 3,000 familias encontró que las madres gestionan el 71% de la carga mental del hogar — recordar citas, anticipar necesidades, coordinar logística. El 79% de las tareas diarias repetitivas. Todo eso, antes del primer correo del día.

Universidad de Bath & Melbourne, Journal of Marriage & Family, 2024

5

**PATRONES
DOCUMENTADOS**

¿Sabías que hay cinco formas distintas en que las mujeres responden a esa presión?

Un análisis de 274 madres trabajadoras identificó los mecanismos más comunes: percibir la situación como injusta, autovigilarse bajo normas de género, normalizar cargas desiguales, racionalizar los sacrificios y sobrerendir para compensar la culpa.

Equality, Diversity and Inclusion, Emerald Publishing, 2026

23%

MÁS INGRESOS

¿Sabías que trabajar no le hace daño a tus hijos – sino todo lo contrario?

La profesora Kathleen McGinn de Harvard analizó datos de 24 países y encontró que las hijas de madres que trabajaron fuera del hogar ganan en promedio un 23% más y tienen más probabilidad de ocupar puestos de liderazgo. Los hijos varones resultan con actitudes de género más igualitarias.

Harvard Business School, McGinn et al., 2015–2019

EFECTO REAL

¿Sabías que tu hija adolescente te está observando, aunque parezca que no?

Una investigación de Monash Business School, Boston College y Cornell fue la primera en demostrar que las adolescentes internalizan activamente cómo sus madres equilibran vida y trabajo. Lo que tú llamas “el día a día” es el mapa con el que ella construirá su propia carrera.

Zenou, Olivetti & Patacchini, Monash Business School

PARA REFLEXIONAR EN TU EMPRESA

¿Cuántas de estas cargas las está asumiendo en silencio alguien de tu equipo?

GUADALUPE GARZA

Cuatro décadas de decisiones en la industria automotriz

Inició a los 17 años en una sala de consejo rodeada de secretarios de Estado.

Hoy, con más de cuatro décadas de trayectoria en la industria automotriz, Lupita Garza Escobar comparte sus aprendizajes sobre liderazgo, toma de decisiones y el valor de la experiencia que ningún salón de clases puede enseñar.



Asesora independiente, exdirectiva de INA y tres veces presidenta del sector automotriz en CANACINTRA

¿Hay algo que en cuestión de trabajo antes te quitaba el sueño y actualmente ya no?

Empecé a trabajar muy joven, cuando todavía estaba en la preparatoria. Entré a Diésel Nacional, una empresa paraestatal fabricante de autobuses y camiones, y casi de inmediato me permitieron entrar a las reuniones del Consejo de Administración para tomar nota de los acuerdos. Los miembros del consejo eran el Secretario de Industria y Comercio, el Director General del Banco de México, el director de NAFINSA... unos señorones. Yo me peinaba de salón para verme más grande.

Lo que más me marcó fue ver cómo tomaban sus decisiones: siempre fundadas, argumentadas y con un objetivo claro y bien definido. Eso lo aprendí desde muy joven y lo he tratado de aplicar toda mi vida. La diferencia entre verlo desde una esquina de la sala y vivirlo tú directamente es enorme, pero esa formación temprana me dio una base que ningún curso habría podido darme.

”

“Las decisiones que se toman deben ser fundadas, argumentadas y con un objetivo claro. Lo aprendí a los 17 años y no lo he olvidado.”

¿Cómo fue abrirte camino en una industria dominada por hombres?

En Industria Nacional de Autopartes fui la primera mujer en participar en el Consejo de Directores. Llegué un día que alguien muy poderoso de la Asociación entró diciendo algunas malas palabras, me vio y palideció. Le dijo al director: '¿Por qué no me habías avisado que había una nueva persona?' Yo simplemente le respondí: 'No se preocupe, ya estoy acostumbrada a tratar con hombres, no pasa nada.' Así se rompió el hielo.

Después fui presidenta del sector automotriz de CANACINTRA en tres ocasiones. La primera vez lo que hice fue cambiar las reglas: en vez de reuniones nocturnas con pianista y cenas informales, propuse sesiones matutinas con orden del día claro y temas de fondo. Las reuniones se llenaron. Invitábamos a subsecretarios de Estado y ya no cabíamos en el salón; tuvimos que mudarnos a un restaurante en Polanco. El secreto era tratar asuntos candentes: el libre comercio, la apertura de México al mundo, la política de autopartes.

“No hubo ningún hombre que se opusiera a mis nombramientos. En el ambiente industrial, hombres y mujeres participamos al mismo nivel. La diferencia es la preparación”

¿Qué aprendiste de las experiencias que no salieron como esperabas?

Hubo un momento en que, sin yo saberlo, estaba compitiendo por la Dirección General de la Asociación. Me enteré hasta que ya habían nombrado a alguien más. Me habían robado mi tesis y no tenía el título profesional al día, y eso fue el argumento formal. ¿Fue justo? Honestamente, creo que no hubiera llegado de todas formas: simplemente no era el momento.

Lo que hice fue renunciar, irme a Canadá a tomar cursos, volver, terminar una nueva tesis y presentar mi examen profesional. A los seis meses ya tenía título, experiencia internacional y suficiente dinero ahorrado. Poco después formé GLW Asesores en Planificación con un grupo de socios que habían sido mis jefes. Nunca lo llamé fracaso. Fue la enseñanza que más me sirvió en toda mi vida profesional.



¿Cómo describes tu metodología para tomar decisiones?

Me he especializado en planeación estratégica y he desarrollado un método propio a lo largo del tiempo. Lo primero es **diagnosticar** perfectamente el problema o proyecto, y tener clarísimo cuál es el **objetivo**. Cuando tienes eso, las **estrategias** deben estar alineadas para llegar ahí. Las probabilidades de éxito aumentan considerablemente si tienes un buen análisis y cuentas con los recursos necesarios, así el plan debe ser exitoso.

Pero lo más importante de todo, y esto lo aprendí con los años, son las relaciones interpersonales. No puedes cambiar a una persona imponiéndote: tienes que convencerla. Tienes que conducirla, con liderazgo, hacia la dirección correcta. Que llegue convencida, no mediante coerción.

¿Qué visión tienes de la industria automotriz hoy, ante los cambios tecnológicos?



“En cinco a ocho años la manera de hacer servicio automotriz será completamente diferente. Quien se anticipe tendrá una ventaja enorme.”



Muchas empresas ya están en proceso de digitalización, y eso es positivo. Pero lo que yo les diría a las empresas de ARIDRA es que pongan especial atención en algo que va a cambiar de raíz el negocio: el software de mantenimiento. Con la inteligencia artificial, los sensores integrados en los vehículos y la información que se va a la nube, en cinco a ocho años la manera de hacer servicio automotriz será completamente diferente a como la conocemos hoy. Quien se anticipe tendrá una ventaja enorme. Quien solo reaccione, irá tarde.

¿Qué te gustaría seguir construyendo?

Me gustaría participar en consejos de administración de empresas mexicanas. Con la experiencia y los conocimientos que tengo, creo que puedo aportar valor real para que esas empresas crezcan. Y en paralelo, quiero darme tiempo para la cultura: la pintura, los museos, estar frente a la Capilla Sixtina sin prisa. Toda mi vida trabajé de tiempo completo. Ya es hora de que también haga cosas que me llenan el alma.



SUMA AUTOMOTRIZ

UN AÑO JUNTOS, SIENDO TESTIGOS DE LA HISTORIA
¡GRACIAS POR TU PREFERENCIA!



CON ROGER ROY OCOTLA



El valor de la experiencia:

mentoría inversa



YIRALDI TORIZ
TecAlliance de México
Data Management
Manager



Un intercambio de poder a poder

Durante muchos años, cuando hablábamos de mentoría dentro de las empresas, imaginábamos a una persona con más experiencia guiando a alguien que apenas comenzaba su camino profesional. Y aunque ese modelo sigue siendo valioso, hoy las organizaciones están viviendo una transformación importante: entender que el aprendizaje ya no ocurre en una sola dirección.

Hoy, el aftermarket automotriz enfrenta cambios acelerados en tecnología, digitalización y cultura laboral. Frente a este panorama, la mentoría inversa se ha convertido en una herramienta poderosa de aprendizaje y crecimiento mutuo.

Este modelo rompe paradigmas

Aquí, las generaciones más jóvenes comparten herramientas digitales, nuevas tendencias, innovación tecnológica, agilidad y nuevas formas de comunicación; mientras que las profesionales con mayor trayectoria aportan visión estratégica, conocimiento del mercado, experiencia en negociación, liderazgo y una comprensión profunda de la industria.

Y lo más interesante es que no se trata de competir por quién sabe más.

Se trata de reconocer que ambas perspectivas son necesarias.

Porque mientras una generación entiende cómo optimizar procesos mediante tecnología, otra sabe interpretar el contexto, anticipar riesgos y construir relaciones sólidas a largo plazo.

Una aporta velocidad; la otra, dirección.
Una impulsa nuevas ideas; la otra ayuda a aterrizarlas con estrategia y experiencia.

En espacios donde conviven distintas generaciones de mujeres, esta dinámica puede convertirse en algo profundamente poderoso.

Las más jóvenes encuentran inspiración, apoyo y guía para abrirse camino en una industria que históricamente ha sido desafiante. Y las mujeres con más experiencia descubren nuevas maneras de innovar, adaptarse y mantenerse conectadas con la evolución del mercado y de los equipos de trabajo.

La mentoría inversa también nos recuerda algo muy importante: la experiencia no está peleada con la innovación. Al contrario, cuando ambas se unen, se fortalece el liderazgo, crece la creatividad y se construyen equipos mucho más humanos y preparados para el futuro.

Además, este intercambio genera algo que muchas veces hace falta dentro de las organizaciones: conversaciones reales entre generaciones. Conversaciones donde desaparecen los prejuicios sobre la edad, donde la tecnología deja de verse como una barrera y donde la experiencia deja de percibirse como resistencia al cambio.



“Con el tiempo he aprendido que el verdadero crecimiento profesional nace del intercambio de experiencias, ideas y perspectivas. Siempre hay algo nuevo que aprender de las personas que nos rodean, sin importar su trayectoria o generación.”

En un entorno profesional donde muchas veces se piensa que pedir apoyo o aprender de alguien más joven puede interpretarse como falta de experiencia, la mentoría inversa nos invita a cambiar completamente esa visión. Hoy, la capacidad de adaptarse, escuchar y evolucionar se ha convertido en una de las habilidades más valiosas dentro del liderazgo. Porque las empresas que realmente crecen no son aquellas donde una sola voz dirige el camino, sino aquellas donde distintas generaciones colaboran, se complementan y construyen juntas nuevas formas de avanzar.

Porque al final, el verdadero liderazgo no consiste únicamente en enseñar. También implica tener la humildad de aprender. Y quizá ahí está el mayor valor de la mentoría inversa: entender que el conocimiento no tiene jerarquías cuando existe disposición para compartirlo.

Porque cuando experiencia e innovación dejan de competir y comienzan a colaborar, no solo crecen las personas: crece toda la industria.

EN ARIDRA:

INICIAMOS CON LA PROFESIONALIZACIÓN EN EL GERMAN CENTRE (SANTA FE, CDMX)

DIPLOMADO EN **ALTA DIRECCIÓN** precio preferencial para socios de **ARIDRA**



*Impulsa tu Liderazgo y
visión estratégica
en el mercado de Autopartes*

¡INSCRÍBETE AHORA!

✉ ciden_contacto@aponi.mx

📞 WhatsApp: 55 4354 3399



MARTHA RUIZ
TVA Automotive
Gerente Ventas México



Frecuencia de recompra

EL PULSO REAL DE LA RELACIÓN COMERCIAL

Hay un número en tu negocio que vale más que cualquier pronóstico de ventas, cualquier proyección financiera o cualquier análisis de mercado.

No aparece en las reuniones de consejo. Rara vez se presenta en los reportes mensuales.

Y sin embargo, cuando cambia -aunque sea ligeramente- puede estar anunciando la ruptura de una relación comercial que tomó años construir.

Ese número es la frecuencia de recompra.

Porque así como en una conversación el silencio prolongado dice más que las palabras, en los negocios la distancia entre una compra y la siguiente revela el estado real del vínculo.



La pérdida de un cliente no empieza cuando deja de comprar. Empieza cuando cambia su ritmo.

EL DIAGNÓSTICO QUE MUCHAS VECES NO SE HACE A TIEMPO

Durante décadas, las empresas midieron el éxito comercial mirando hacia adelante: nuevos clientes, nuevos territorios, nuevas cuentas. Era la lógica del cazador. Conquistar, avanzar, expandir.

Pero la investigación académica y empresarial está desmontando esa narrativa con datos contundentes.



Adquirir un cliente nuevo es hasta **7 veces más** costoso que retener uno existente



Los clientes recurrentes muestran **50% más** probabilidad de probar nuevos productos



Y **31%** más probabilidad de incrementar su gasto.

Lo más revelador, sin embargo, está en la progresión del comportamiento:

Tras la primera compra, solo hay **27%** de probabilidad de que el cliente regrese.



Si regresa una segunda vez, esa probabilidad sube al **45%**



Si llega a una tercera, alcanza el **54%**

Ahí está la clave que muchos ejecutivos no ven: el cliente no se va de golpe. Se va por etapas. Y la frecuencia de recompra es el termómetro que mide la temperatura de esa relación en tiempo real.

RFM: LA BRÚJULA QUE LOS MEJORES YA USAN

El modelo RFM -Recency, Frequency, Monetary- ha dejado de ser una herramienta de marketing para convertirse en una disciplina de inteligencia comercial.

Recencia: qué tan reciente fue la última compra. **Frecuencia:** cada cuánto compra. **Valor:** cuánto representa.

Un cliente 1-5-5

¿Qué significa

R = 1 → No compra desde hace tiempo

F = 5 → Compraba con alta frecuencia

M = 5 → Representaba alto valor para tu negocio

Este perfil no es un cliente menor. Es uno de tus mejores clientes enviando una señal de alerta. La pregunta no es si se va a ir. Es si alguien en tu organización ya lo notó.

El tiempo medio entre dos compras, conocido como inter-purchase time, indica el ritmo natural de compra de los clientes y ayuda a optimizar el momento de las campañas de reactivación.

Cuando ese tiempo se alarga sin razón aparente, la relación comercial está mandando una señal. La pregunta es si alguien en tu organización la está escuchando.

He visto -más veces de las que quisiera recordar- cómo empresas pierden cuentas que juraban tener seguras. “Nos avisaron de la nada”, dicen. Pero no es verdad. Las señales siempre estuvieron ahí. Nadie las estaba leyendo.

- Una disminución en la frecuencia de compra.
- Reducción en el volumen de pedidos.
- Respuestas más lentas o menos proactivas.
- Menor interacción comercial.
- Incremento en fricciones operativas.

Lo importante no es tener más clientes. Es saber cuáles están en riesgo y actuar a tiempo.

“*El cliente que ya te compró no necesita ser convencido. Necesita razones para quedarse.*”

EL COSTO DE NO ACTUAR



Los costos de adquisición han crecido

40%

Pero una mejora de solo 5% en retención puede incrementar utilidades hasta en

95%



INTELIGENCIA ARTIFICIAL:

DETECTAR ANTES DE REACCIONAR

Hoy la tecnología permite anticipar lo que antes solo se intuía.

Modelos de predicción combinan comportamiento de compra con señales de interacción para anticipar abandono.

Pero hay un punto clave:

- **La tecnología no sustituye la relación, la potencia.**
- **Te dice cuándo actuar.**
- **Pero la relación define cómo.**

EL CRECIMIENTO REAL NO ESTÁ EN VENDER MÁS.
ESTÁ EN NO PERDER LO QUE YA CONSTRUISTE.

DATOS: EL ACTIVO CRÍTICO

La calidad y el gobierno de los datos definen el éxito de su estrategia de IA

La mejor estrategia de IA, el equipo más alineado y la inversión más robusta se estrellan contra un mismo muro: datos de mala calidad. Mayo es el mes de abordar el cimiento no-negociable de toda transformación.



LA ILUSIÓN DEL ALGORITMO PERFECTO

Imagine que invierte en el motor más avanzado para un vehículo de carreras, pero lo alimenta con combustible adulterado, sucio y de octanaje irregular. El motor fallará, sin importar su potencial teórico.

En la economía de la IA, los datos son el combustible. Y en la mayoría de las empresas de aftermarket, ese "combustible" está disperso en silos: hojas de cálculo locales, sistemas heredados (legacy) de gestión de talleres (no conectados al ERP central), correos electrónicos con pedidos, notas de servicio en papel y registros de garantía inconexos.

La ilusión peligrosa es creer que la "magia" del algoritmo resolverá este caos.

“ La IA no falla por el algoritmo. Falla por la calidad de los datos que la alimentan.

El costo Oculto de la Mala Calidad de Datos: Una fuga en el balance.

La mala calidad de los datos no es un problema técnico; es un problema financiero y de riesgo operativo con impacto directo:

- **Predicciones de demanda defectuosas:** Exceso de inventario o roturas de stock
- **Ineficiencia en la Cadena de Suministro:** Genera devoluciones, retrasos y costos logísticos inflados.
- **Errores en la Facturación y el Crédito:** facturas incorrectas, problemas de cobranza
- **Cumplimiento Normativo y Riesgo Legal:** Puede generar multas y responsabilidades.

LOS TRES PILARES DEL GOBIERNO DE DATOS PARA EL AFTERMARKET

Convertir los datos en un activo requiere una estrategia de gobierno (Data Governance). No es un proyecto de TI, es una iniciativa de negocio que debe liderarse desde la dirección.

1

PROPIEDAD Y RESPONSABILIDAD (DATA OWNERSHIP)

Cada dato crítico debe tener un “Dueño de Negocio” (Business Owner) claramente identificado. No es el TI que lo almacena, sino el ejecutivo de área cuya operación depende de su precisión

Ejemplos:

Director de Logística: datos de ubicación, inventario, tiempos de entrega.

Director Comercial: datos de clientes, historial de compras y precios.

2

CALIDAD E INTEGRIDAD (DATA QUALITY)

Se establecen métricas claras y se monitorean continuamente. Los KPIs críticos son:

Completitud:

¿Tenemos los campos necesarios?

Exactitud:

¿El dato refleja la realidad?

Consistencia:

¿El mismo dato es igual en todos los sistemas?

Actualidad

(Timeliness):
¿Está actualizado?

3

ACCESO Y SEGURIDAD (DATA ACCESS & SECURITY)

Se definen políticas claras sobre quién puede ver, modificar y usar cada conjunto de datos, garantizando la privacidad (especialmente de datos de clientes) y la seguridad frente a ciberamenazas.

En un mundo de IA, esto incluye controlar qué datos se usan para entrenar modelos.

KPIs PARA EL COMITÉ DE DIRECCIÓN:

¿ESTAMOS MEJORANDO NUESTRO ACTIVO DE DATOS?



Costo de la Mala Calidad de Datos (CDDQ):

Una estimación financiera del impacto de los errores



Índice de Calidad de Datos (ICD):

% de datos que cumplen con los estándares definidos



Tiempo para Obtener Información Confiable

Desde que se solicita hasta que se pueda usar.

HOJA DE RUTA EJECUTIVA

PRIMEROS PASOS HACIA UN ACTIVO DE DATOS CONFIABLE

Un proyecto de gobierno de datos no debe ser una iniciativa faraónica de 3 años. Debe ser ágil y demostrar valor rápido.



Identificar el “Dolor de Cabeza” de Mayor Valor:

Comience con un solo proceso crítico cuyo éxito depende de datos confiables. El candidato ideal es la gestión de inventario y la previsión de demanda.



Nombrar un “Responsable de Datos” (Data

Steward) Operativo:

Para el proceso elegido, designe a una persona (no necesariamente de TI) que supervise la calidad diaria. Es el “campeón” en primera línea.



Limpieza y Estándares “Justo a Tiempo”:

En lugar de limpiar toda la base de datos histórica, centre los esfuerzos en garantizar que los datos nuevos que entran sean limpios. Implemente reglas de validación en los puntos de entrada.



Invertir en un “Catálogo de Datos” Básico:

Una herramienta (incluso inicialmente una wiki interna) donde todos puedan ver qué datos existen, qué significan, quién es el dueño y cuál es su nivel de calidad. Esto elimina la duplicidad y el malentendido.



PRÓXIMO MES

Logística 4.0: cómo convertir la cadena de suministro en su mayor ventaja competitiva.

Almacén conectado y seguro: cómo blindar los dispositivos IoT

Un escáner de inventario mal configurado puede convertirse en la puerta de entrada que permita a un ciberdelincuente acceder a toda tu red y comprometer información crítica.



Después de fortalecer la plataforma de ventas, es momento de proteger la operación donde realmente se ejecuta el negocio: el almacén.

Hoy, el piso de operaciones vive una transformación silenciosa. Scanners inteligentes, sensores de temperatura, sistemas automatizados y herramientas conectadas forman parte del día a día.

- Este ecosistema ha traído eficiencia, velocidad y control pero también ha abierto nuevas puertas de riesgo

Cada dispositivo conectado es un punto de acceso a tu red, y si no se gestiona correctamente, puede convertirse en el eslabón más débil de toda tu operación.



**Cada dispositivo conectado
en tu almacén es una posible
puerta de entrada a tu red.**



¿Por qué los dispositivos IoT son un blanco fácil?

A diferencia de los sistemas centrales, muchos **dispositivos IoT** no fueron diseñados con la seguridad como prioridad.

En la práctica, esto significa que:

- utilizan contraseñas débiles o configuraciones por defecto
- no reciben actualizaciones frecuentes
- son difíciles de monitorear

Un atacante que compromete uno de estos dispositivos no busca quedarse ahí. Lo utiliza como punto de entrada para moverse dentro de la red y alcanzar sistemas más críticos, como el ERP o la base de datos.

El riesgo no está en el dispositivo en sí, sino en lo que permite alcanzar.

Tu plan de acción en 4 pasos

Inventario y segmentación de red

1

Identifica todos los dispositivos conectados: scanners, impresoras, sensores y terminales móviles. Después, sepáralos de la red principal creando una red exclusiva para ellos. Esto limita el impacto si uno de los dispositivos es comprometido.

Fortalecimiento básico

2

Cambia todas las contraseñas por defecto, elimina accesos innecesarios y desactiva funciones que no se utilizan. Son acciones simples, pero altamente efectivas.

Gestión de actualizaciones

3

Aplica actualizaciones de firmware de forma periódica. Estas corrigen vulnerabilidades conocidas. No hacerlo es dejar abierta una puerta que ya fue identificada.

Capacitación del personal del almacén

4

El personal operativo es parte de la seguridad. Debe reconocer señales de alerta como reinicios inesperados, comportamientos inusuales o fallas sin explicación, y saber a quién reportarlo

Eficiencia con cimientos seguros

La digitalización del almacén es una ventaja competitiva, pero solo si se construye sobre bases seguras.

La ciberseguridad en el piso de operaciones no es un tema técnico aislado. Es parte de la gestión del riesgo operativo

Un almacén conectado sin seguridad es una operación expuesta.

Al aplicar controles básicos como la segmentación de red, la gestión de accesos y la actualización constante, es posible transformar una operación vulnerable en una operación conectada, eficiente y resiliente.

CONTROL BÁSICO PARA DISPOSITIVOS IoT

Identifica todos los dispositivos conectados

Sepáralos de la red principal

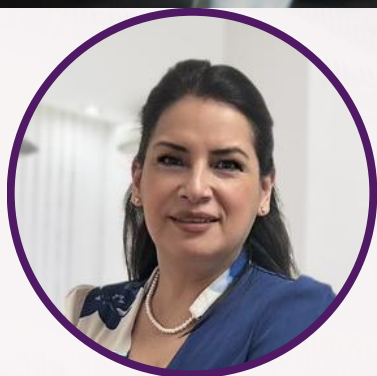
Elimina configuraciones por defecto

Mantén actualizaciones al día



Próxima entrega

En el siguiente artículo expandiremos el enfoque más allá de la empresa. Analizaremos cómo blindar las conexiones con socios, fabricantes y proveedores, porque en un entorno digital, tu seguridad también depende de la de tus aliados.



CLARA HERNÁNDEZ
CEO ÂPONI

MADRES QUE FORJAN LÍDERES:

El Rol Invisible que Sostiene la Gobernanza en las Empresas Familiares

A lo largo de más de una década acompañando a líderes, familias empresarias y equipos directivos en México y América Latina, he aprendido que la gobernanza no empieza en los consejos, ni en los protocolos, ni en los manuales de facultades. Empieza en casa. Y, en la mayoría de los casos, empieza en la figura materna.

He visto empresas con estructuras impecables colapsar por tensiones emocionales no resueltas, y he visto organizaciones sin grandes recursos prosperar gracias a líderes con una estabilidad interna admirable. Cuando profundizo en sus historias, encuentro un patrón constante: **la presencia de una madre que formó carácter, límites, resiliencia y sentido de propósito.**

Este artículo no nace de la teoría. Nace de mi experiencia directa con decenas de líderes del sector autopartes y de múltiples industrias familiares que, sin darse cuenta, llevan en su estilo de liderazgo la huella emocional de sus madres.

La influencia emocional: el primer modelo de liderazgo

En mi empresa, trabajamos con líderes que enfrentan decisiones complejas, tensiones familiares, procesos sucesorios y retos de competitividad. Y algo que observo una y otra vez es que la **capacidad de un líder para sostener conversaciones difíciles está profundamente vinculada a su historia emocional.**

Muchos de los ejecutivos que hoy dirigen empresas familiares crecieron con madres que, aun sin formación empresarial, enseñaron principios que hoy son indispensables para la gobernanza:

- la importancia de escuchar antes de reaccionar,
- la capacidad de regular el enojo,
- la habilidad de poner límites sin romper vínculos,
- la visión de largo plazo,
- y la convicción de que la palabra dada se honra.

He visto líderes que, en momentos de crisis, recuerdan frases de sus madres que funcionan como brújula ética. Esa influencia, aunque invisible, se convierte en un activo estratégico para la empresa.



La mediación materna: un rol que sostiene la paz organizacional

En las empresas familiares, los conflictos rara vez son técnicos. Son emocionales. Surgen de heridas antiguas, rivalidades entre hermanos, expectativas no cumplidas o silencios prolongados.

En mi experiencia, cuando la madre ha sido una figura de mediación —no de control, sino de equilibrio—, los conflictos se abordan con mayor madurez. He visto familias que, gracias a esa influencia, logran sentarse a la mesa con respeto, incluso en desacuerdos profundos.

Y también he visto lo contrario: cuando la figura materna estuvo ausente, fue rígida o evitó el conflicto, los líderes replican esos patrones en la empresa.

Por eso, insisto en que la gobernanza emocional es tan importante como la gobernanza corporativa.

Sucesión: el legado que se construye desde la infancia

La sucesión no empieza cuando el fundador tiene 60 años. Empieza cuando el futuro sucesor tiene 6.

He acompañado a familias donde la madre fue quien sembró en los hijos el sentido de responsabilidad hacia el negocio, el respeto por el trabajo del padre, la importancia de la disciplina y el valor del legado.

Esas enseñanzas tempranas se convierten en la base emocional que permite que un sucesor asuma su rol sin miedo, sin rivalidad y sin necesidad de demostrar su valor a través del conflicto.

En contraste, cuando la madre sobreprotege, minimiza o evita conversaciones difíciles, los hijos llegan a la empresa sin herramientas para sostener la presión del liderazgo.

La sucesión, en mi experiencia, es un proceso profundamente emocional. Y la madre es, muchas veces, la arquitecta silenciosa de ese proceso.

La metodología APONI: acompañamiento y claridad para transformar historias en estructuras

Desde APONI hemos desarrollado un enfoque que integra lo emocional y lo institucional. No porque sea una moda, sino porque es lo que funciona.

1. Acompañamiento emocional estratégico

No se trata de terapia.

Se trata de ayudar al líder a comprender cómo su historia influye en su estilo de dirección, en su forma de resolver conflictos y en su capacidad para tomar decisiones bajo presión.

2. Claridad de roles

La influencia materna es valiosa, pero debe integrarse sin invadir la estructura formal. Por eso trabajamos con familias para:

- definir límites,
- profesionalizar órganos de gobierno,
- establecer políticas de facultades,
- y evitar que la empresa se convierta en extensión de la dinámica familiar.

Cuando la claridad se combina con la madurez emocional, la empresa avanza.

El liderazgo que se hereda y se elige

Las madres no solo forman hijos. **Forman líderes.**

Su influencia no aparece en los organigramas, pero se refleja en cada decisión, en cada negociación y en cada conflicto resuelto o evitado.

Como CEO de APONI, he visto que las empresas familiares que prosperan son aquellas donde el liderazgo reconoce su historia, honra su origen y transforma esa herencia emocional en estructuras sólidas de gobernanza.

El futuro del sector autopartes —y de cualquier industria familiar— depende tanto de la estrategia como de la calidad humana de quienes la ejecutan. Y en esa calidad humana, la huella materna es un pilar que merece ser reconocido.



El futuro del sector autopartes —y de cualquier industria familiar— depende tanto de la estrategia como de la calidad humana de quienes la ejecutan. Y en esa calidad humana, la huella materna es un pilar que merece ser reconocido.

BOLSA DE TALENTO *ARIDRA*

*Conectando empresas y profesionales
del aftermarket automotriz*

Talento especializado en el sector

La plataforma ya cuenta con perfiles profesionales registrados en áreas clave del sector.

Perfiles con trayectoria en el aftermarket y conocimiento del mercado.

- Ventas
- Servicio al cliente
- Planeación
- Logística
- Comercio Exterior
- Mercadotecnia
- Servicio Técnico
- Operaciones
- Posiciones gerenciales y directivas

¿CÓMO FUNCIONA?

1. Registro de vacante

2. Registro de perfil

3. Vinculación directa

4. Gestión entre partes

ARIDRA actúa únicamente como canal de vinculación.

Lineamientos del programa

- Exclusivo para asociados.
- Información confidencial.
- ARIDRA no participa en los procesos de selección ni contratación.

La vinculación realizada a través de la Bolsa de Talento ARIDRA no sustituye los procesos de selección de cada empresa.

Iniciativa institucional de ARIDRA para el fortalecimiento del capital humano del sector automotriz aftermarket.



ARIDRA

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

ARIDRA Y LA INA inauguran exposición fotográfica en la Cámara de Diputados



En un acto que subraya la relevancia estratégica del sector automotriz para la economía nacional, **ARIDRA**, la Asociación Nacional de Representantes, Importadores y Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles A.C. participó activamente en la inauguración de la muestra fotográfica “Autopartes: Motor de la economía nacional” evento organizado por la **INA**, Industria Nacional de Autopartes, que tuvo como sede el Recinto Legislativo de San Lázaro, convirtiéndose así en un espacio de diálogo entre la iniciativa privada y el Poder Legislativo.

La presencia de **ARIDRA** en este evento no es casualidad: Representa un paso firme en el cumplimiento de los objetivos trazados por la actual Mesa Directiva, encabezada por la Lic. Norma Elías, quien desde el inicio de su gestión ha sido enfática en la necesidad de construir puentes sólidos y directos con el Gobierno Federal y el Congreso de la Unión.

Esta participación de **ARIDRA** en la Cámara de Diputados materializa la visión de una asociación más proactiva y visible, que no solo observa el acontecer político del país, sino que se posiciona como un actor clave en la defensa y representación de los intereses de sus miembros ante las autoridades correspondientes.

“

*Sin refacciones de calidad
y una distribución eficiente,
la movilidad del país se
detendría.*

”



La muestra fotográfica:

La exposición fotográfica ofrece un recorrido visual sobre la transformación tecnológica y el crecimiento industrial que han convertido a México en una potencia global en la fabricación de componentes automotrices. Para **ARIDRA** formar parte de esta celebración es un reconocimiento al papel fundamental que desempeñan los distribuidores e importadores en la cadena de valor: Sin refacciones de calidad y una distribución eficiente, la movilidad del país se detendría.

Durante el discurso inaugural, el Lic. Francisco González, presidente ejecutivo de la **INA**, destacó cómo la industria de autopartes genera empleos de alto valor y atrae inversión extranjera directa, factores que los legisladores deben considerar al momento de diseñar políticas públicas y marcos regulatorios.



Relación más cercana con el gobierno

La Lic. Norma Elías, ha reiterado que el proyecto de su administración busca que **ARIDRA** sea consultada, considerada y escuchada en los grandes temas nacionales, como el cumplimiento del T-MEC, la imposición de aranceles y la lucha contra el mercado informal de autopartes.

La presencia de **ARIDRA** en la sede del Legislativo mexicano envía un mensaje claro: ARIDRA, está lista para colaborar, para aportar información y para trabajar de la mano con el gobierno en beneficio de la industria y de los consumidores mexicanos y, desde luego, de los miembros que la integran.



Perspectivas a Futuro

Sin duda, este evento marca el inicio de una etapa de mayor cabildeo y vinculación institucional. Al estrechar lazos institucionales con la INA y presentarse en San Lázaro, **ARIDRA** asegura que las necesidades de sus agremiados —desde las grandes y pequeñas distribuidoras hasta los grandes importadores estén presentes en la agenda pública.

ARIDRA reafirma que bajo el liderazgo de la Lic. Elías, la asociación no solo evoluciona al ritmo del mercado, sino que también se convierte en la voz autorizada del aftermarket que el sector automotriz requiere hoy más que nunca.

Por:

HUGO VERNI



**Director Ejecutivo
ARIDRA**

The logo for ARIDRA, featuring the word "ARIDRA" in a bold, red, italicized sans-serif font.

DIRECTORIO

PRESIDENTE

NORMA ELIAS

VICEPRESIDENTE

ANTONIO LÓPEZ

SECRETARIO

MIGUEL VÁZQUEZ

COMISARIO

JULIETA MALANCO

DIRECTOR EJECUTIVO

HUGO VERNI

GERENTE ADMINISTRATIVO

ALEJANDRA ISLAS

DIRECTORA

MUJERES ARIDRA

MARTHA RUIZ

DIRECTORA

CAPACITACIONES

CLARA HERNÁNDEZ

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

(55) 5525 2820

(56) 2100 9335

[http://](http://www.aridra.mx)  www.aridra.mx