



FEBRERO 2025

MUJERES ARIDRA

**Movilidad como
Servicio (MaaS)**

**La Amistad en los
Centros de Trabajo:
Clave para un Ambiente
Productivo y Saludable**

Mujeres Aridra,
año 1 número 11, febrero de 2025,
Reg. en trámite
Morelia 38, Despacho 305, Roma
Norte, Cuauhtémoc, CDMX, 06700

Ley Silla

CONTENIDO



**La Marca como
Motor de
Transformación:**

**Casos de Éxito
en la Industria de
Autopartes**



**Mujeres y la
Innovación
Automotriz:**

**De Consumidoras
a Líderes del
Cambio**



**“Movilidad como
Servicio (MaaS):**

**El Futuro del
Transporte y su
Impacto en el
Aftermarket**



**La Inteligencia
Artificial un Aliado
Estratégico en la
Industria de
Refacciones de
Altermarket en
México**



**La Visión
Estratégica:**

**El Faro que
Guía
el Éxito del
Aftermarket**



**Transformación
Exitosa en el
Aftermarket
Automotriz**



**Sororidad en los
pequeños detalles**



**Sé un Rey Mago
2024:**

**167 Sonrisas
Hechas Realidad**

EDITORIAL



Queridos lectores,

Este mes, en la Gaceta de Mujeres de ARIDRA, exploramos temas que no solo están marcando la evolución del sector automotriz, sino que también están redefiniendo nuestra forma de vivir, trabajar y relacionarnos con el entorno.

Uno de los conceptos clave que abordamos en esta edición es la visión estratégica dentro del sector automotriz que nos permita adaptarnos, innovar y generar un impacto positivo en la industria.

Otro aspecto interesante que tocamos es la "Movilidad como Servicio" (MaaS), una revolución en la manera en que concebimos el desplazamiento. La integración de diversos medios de transporte en una plataforma accesible y eficiente que busca reducir la congestión, la contaminación, y mejorar significativamente la calidad de vida en nuestras ciudades. Esta transformación nos invita a repensar el futuro del transporte y el papel del aftermarket en su evolución.

Por supuesto en este mes, hablamos de la amistad en los centros de trabajo como un componente esencial para construir equipos sólidos y organizaciones exitosas, ya que no solo mejora el bienestar emocional de los empleados, sino que también impulsa la productividad, la innovación y la retención de talento.

A stylized, handwritten signature of Martha Ruiz in black ink.

Directora del
Comité de Mujeres
Aridra



Informes

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

Mujeres Aridra,
año 1 número 11, febrero de 2025,
Reg. en trámite
Morelia 38, Despacho 305, Roma
Norte, Cuauhtémoc, CDMX, 06700

LA MARCA COMO MOTOR DE TRANSFORMACIÓN: CASOS DE ÉXITO EN LA INDUSTRIA DE AUTOPARTES



Alma Mollinedo
Reynoso

Socia Directora de MagneFix
Ideas que pegan

En la industria de autopartes, un sector crucial dentro de la cadena de valor automotriz, la marca ha emergido como un elemento transformador que impulsa la innovación y la competitividad. Más allá de los componentes que producen,

las empresas de autopartes tienen la oportunidad de posicionarse como líderes en tecnología, sostenibilidad y confiabilidad, atributos que los fabricantes de vehículos y los consumidores valoran profundamente.

El valor de una marca fuerte en un mercado en transformación

La transición hacia vehículos eléctricos, la conducción autónoma y la necesidad de materiales más sostenibles han redefinido el papel de las empresas de autopartes en la industria. Hoy, no basta con producir piezas funcionales; es necesario que la marca comunique su compromiso con la calidad, la innovación y la sostenibilidad.

- Autenticidad: Marcas de autopartes como Roshfrans han liderado el mercado al comunicar su enfoque en la innovación y el rendimiento superior de sus aceites y lubricantes, consolidándose como un referente en confiabilidad y compromiso con el cuidado automotriz.
- Innovación percibida: Empresas como Quaker State han sabido destacar sus avances en productos de alto desempeño, logrando una percepción de liderazgo en tecnología y durabilidad que fortalece su relación con fabricantes y clientes finales.
- Consistencia: La confiabilidad es esencial en la industria de autopartes. Quaker State y Roshfrans han mantenido su liderazgo gracias a décadas de consistencia en la calidad de sus productos, construyendo una base sólida de lealtad y prestigio.

Transformación digital y branding en autopartes

El branding digital ha permitido a las empresas de autopartes diferenciarse en un mercado competitivo. Herramientas como configuradores en línea para clientes OEM (Original Equipment Manufacturer) o estrategias de marketing B2B han demostrado ser esenciales para destacar en el sector.

Un ejemplo es el caso de Roshfrans, que ha utilizado campañas digitales para conectar con audiencias jóvenes, reforzando su identidad como una marca confiable, innovadora y alineada con las necesidades actuales del mercado.

Impulsar el éxito de las empresas de autopartes a través del branding

El branding no solo posiciona a una empresa en el presente; proyecta su visión a futuro. Las empresas de autopartes que invierten en construir una marca sólida están mejor preparadas para afrontar los retos del mercado y consolidarse como actores clave en la industria automotriz.

En MagneFix, creemos que cada empresa tiene el potencial de convertirse en un referente en su sector. Juntos, podemos transformar su marca en un motor que impulse su éxito y conecte con fabricantes, socios y clientes finales.



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



ARIDRA

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

2
0
2
5



CONGRESO MEXICANO DE REPUESTOS AUTOMOTRICES

6 de Marzo 2025

Hacienda San Andrés, México

¡TE ESPERAMOS!

En colaboración con

autocare[®]
ASSOCIATION

Independence drives us.

MUJERES Y LA INNOVACIÓN AUTOMOTRIZ: DE CONSUMIDORAS A LÍDERES DEL CAMBIO

Por: **TONY R. DÍAZ**

**CEO TVA AUTOMOTIVE, INC
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA**

Hoy, la mujer no solo elige qué auto conducir, sino que también define el rumbo de toda la industria. Su visión ha sido clave para convertir los vehículos en espacios más seguros, tecnológicos y funcionales. Porque en el mundo automotriz, la mujer ya no es solo una pasajera; es la conductora del cambio.



Durante décadas, la industria automotriz se ha dirigido a un público predominantemente masculino. Sin embargo, la realidad del mercado ha dejado claro que las mujeres no solo son consumidoras clave, sino también catalizadoras de innovación y cambio. Sus preferencias y necesidades han impulsado avances en seguridad, tecnología y diseño, transformando el futuro de la movilidad y redefiniendo el enfoque de las marcas hacia la creación de vehículos más inteligentes, seguros y funcionales.

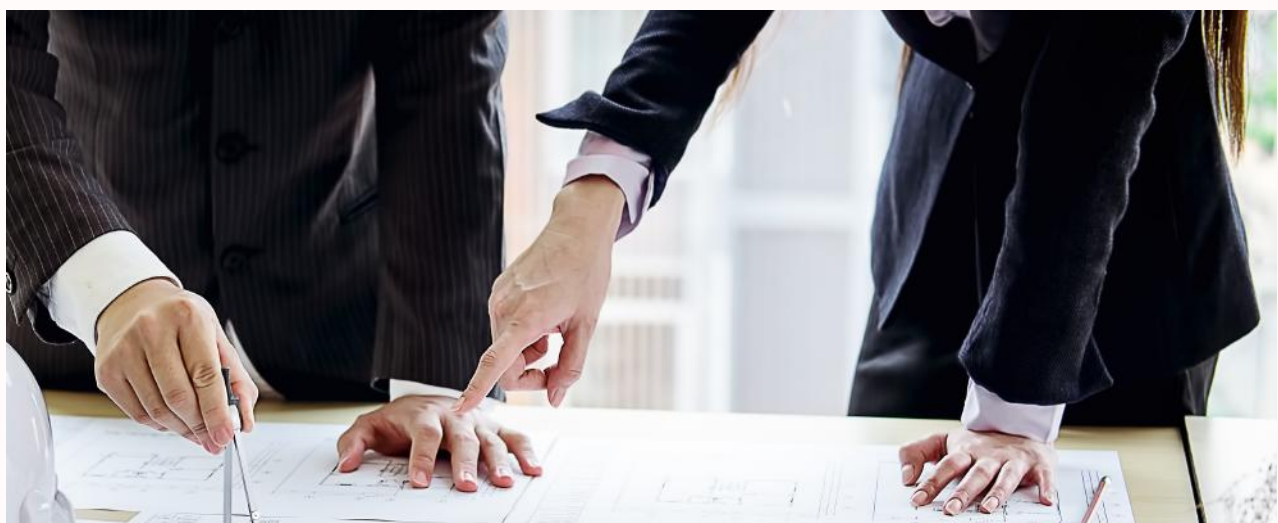
La seguridad vehicular es uno de los ámbitos donde la voz femenina ha dejado una huella indeleble. Estadísticamente más cautelosas al volante, las mujeres han sido determinantes en la creciente demanda de tecnologías como los sistemas avanzados de asistencia a la conducción (ADAS).

Características como el frenado automático de emergencia, los sensores de punto ciego y la detección de peatones no solo han mejorado la experiencia de manejo, sino que han salvado incontables vidas. Gracias a esta exigencia, la seguridad ha pasado de ser un valor agregado a convertirse en un estándar innegociable en la fabricación de vehículos.

El impacto de la mujer en la innovación automotriz también se refleja en la integración de tecnología diseñada para optimizar la experiencia de conducción. Desde el auge de los sistemas de infoentretenimiento intuitivos hasta la incorporación de asistentes de voz y aplicaciones móviles que simplifican el día a día, la industria ha respondido a una necesidad creciente de soluciones prácticas y eficientes. Hoy, un vehículo no solo debe ser potente y elegante, sino también inteligente y funcional.

La evolución del diseño automotriz ha ido mucho más allá de la apariencia, dando paso a una fusión entre sofisticación y funcionalidad. Las mujeres han jugado un papel clave en esta transformación, exigiendo ergonomía, versatilidad en los espacios interiores y materiales de mayor calidad. Detalles como compartimentos accesibles, asientos con mejor soporte lumbar y configuraciones modulares son reflejo de sus necesidades. Lejos de ser meros objetos de deseo visual, los autos actuales son diseñados para adaptarse a un estilo de vida activo y dinámico.

El impacto femenino en la industria no se limita a la demanda de mejores productos. Cada vez más mujeres ocupan posiciones estratégicas en el desarrollo y fabricación de vehículos, desde ingenieras que diseñan motores más eficientes hasta ejecutivas que lideran la transición hacia la electrificación y la sostenibilidad. Su creciente presencia en un sector históricamente dominado por hombres demuestra que la innovación no tiene género y que su influencia va mucho más allá de la decisión de compra.





“

MOVILIDAD COMO SERVICIO (MAAS): EL FUTURO DEL TRANSPORTE Y SU IMPACTO EN EL AFTERMARKET

En los últimos años, la movilidad ha experimentado una transformación radical gracias a la digitalización y la evolución de modelos de negocio basados en el acceso en lugar de la propiedad. La Movilidad como Servicio (MaaS, por sus siglas en inglés) se perfila como una de las tendencias más disruptivas en el sector del transporte, redefiniendo la manera en que las personas acceden a la movilidad y, por ende, impactando directamente a la industria del aftermarket automotriz.

¿Qué es MaaS o “Mobility as a Service”?

MaaS es un concepto que busca integrar múltiples medios de transporte dentro de una única plataforma digital, permitiendo a los usuarios planificar, reservar y pagar por distintos servicios de movilidad desde una sola aplicación.

Empresas como Uber, Lyft, BlaBlaCar y Moovit han sido pioneras en ofrecer opciones de transporte personalizadas y bajo demanda, reduciendo la necesidad de que los consumidores posean vehículos propios.

Empresas como Uber, Lyft, BlaBlaCar y Moovit han sido pioneras en ofrecer opciones de transporte personalizadas y bajo demanda, reduciendo la necesidad de que los consumidores posean vehículos propios. Este modelo ha llevado a un cambio de mentalidad en el usuario final, favoreciendo opciones más flexibles y sostenibles. Como resultado, la venta de vehículos nuevos y usados está en transformación, con fabricantes y concesionarios adaptándose a estrategias como leasing y flotas compartidas.

Beneficios de la movilidad como servicio

Para los **usuarios**: Conveniencia y facilidad de uso, acceso a múltiples opciones de transporte, personalización y comodidad y ahorro en costos.

Para las **ciudades**: Reducción de la congestión del tráfico, mejora en la eficiencia del transporte, fomento de la movilidad sostenible y el impulso de la economía local.

Tipos de MaaS

MaaS multimodal

Incluye múltiples medios de transporte, como transporte público, bicicletas compartidas, coches de alquiler, servicios de transporte compartido y motos. Este modelo ofrece una mayor flexibilidad y opciones a los usuarios.

MaaS basado en suscripción

Este tipo de MaaS ofrece servicios de transporte bajo un modelo de suscripción mensual o anual. Los usuarios pagan una tarifa fija para acceder a diversos medios de transporte sin tener que preocuparse por los costes de cada viaje.

MaaS de movilidad compartida

Se centra en servicios de movilidad compartida, como el carpooling (compartir un vehículo con otras personas que tienen destinos similares) y el carsharing (acceder a un vehículo solo cuando lo necesitas). Este modelo busca maximizar la eficiencia de los vehículos y reducir la cantidad de automóviles en circulación.

MaaS corporativo

Diseñado para empresas y sus empleados, ofrece soluciones de transporte que optimizan los desplazamientos laborales y de negocios. Puede incluir servicios como transporte compartido para empleados, alquiler de coches corporativos y bicicletas compartidas en el lugar de trabajo.

El Aftermarket en la Era de MaaS



Para mantenerse relevantes en este nuevo ecosistema de movilidad, los actores del aftermarket deben evolucionar con un enfoque centrado en la innovación, la colaboración y la personalización del servicio. La transición hacia MaaS no solo representa un cambio en la manera en que las personas se transportan, sino también una reconfiguración del negocio automotriz en su conjunto.

Las empresas que logren anticiparse a estos cambios y adapten sus estrategias podrán aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece la Movilidad como Servicio.

El Impacto en el Aftermarket Automotriz

Dado que la propiedad de vehículos individuales está disminuyendo en muchas ciudades, la industria del aftermarket debe prepararse para atender un mercado en el que la movilidad se basa en el uso compartido y la eficiencia operativa.

El futuro de la movilidad está en constante evolución, y el aftermarket automotriz tiene la oportunidad de ser un pilar fundamental en este cambio. La clave será adaptarse, innovar y crear sinergias con las nuevas plataformas que están redefiniendo el transporte del mañana.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL UN ALIADO ESTRATÉGICO EN LA INDUSTRIA DE REFACCIONES DE AFTERMARKET EN MÉXICO

La industria de refacciones de aftermarket en México está viviendo un momento de gran transformación, impulsado por la necesidad de mantenerse competitiva en un mercado cada vez más exigente.

En este escenario, la inteligencia artificial (IA) cobra relevancia no solo para el área de ventas, sino también para toda la cadena de valor.

NÉSTOR DE HARO

CEO

RIGS / Mi refacción



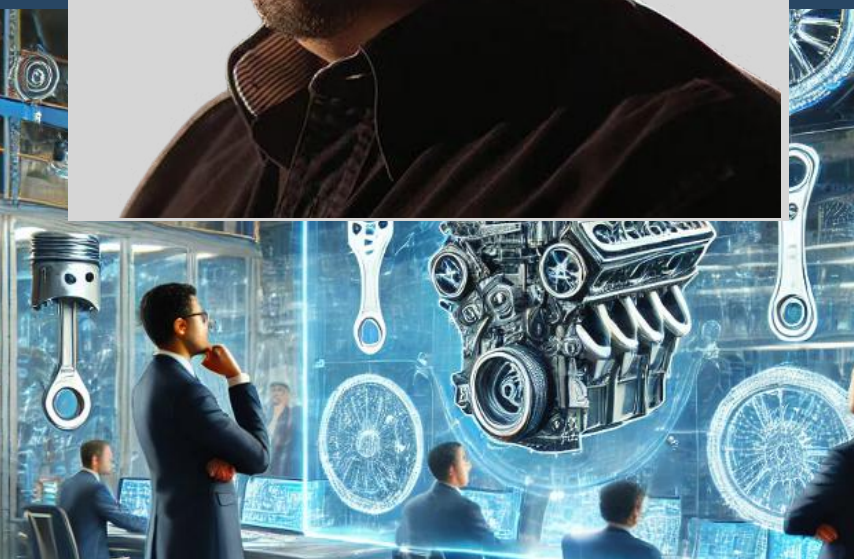
Desde la automatización de procesos hasta el análisis de datos, la IA permite tomar decisiones estratégicas con base en información sólida.

Cabe recordar, sin embargo, que esta tecnología no sustituye la capacidad de visión de las personas, sino que la complementa. La clave está en utilizarla como una herramienta que acompañe y potencie nuestro criterio, siempre supervisada de cerca.

Un ejemplo claro de la utilidad de la IA se encuentra en la gestión de inventarios. Con tantas variables que inciden en la demanda de refacciones —tipos de vehículos, estacionalidad, ubicación geográfica—, contar con algoritmos capaces de predecir cuándo y dónde se necesitarán ciertos productos es invaluable.

Esto cobra más fuerza al contemplar la creciente diversidad del parque vehicular, donde comienzan a destacar los autos eléctricos y las marcas chinas que recientemente han llegado con modelos muy competitivos.

¿Cuándo es el momento ideal para incorporar refacciones específicas de estos vehículos a nuestras líneas de productos? La IA puede ayudar a responder esta pregunta al analizar tendencias de mercado y prever la adopción de estas nuevas opciones de movilidad



Fuera de la parte comercial, la IA también brinda ventajas en áreas como presupuestos, mercadotecnia y recursos humanos. Por ejemplo, algoritmos avanzados pueden proyectar escenarios financieros para determinar la mejor asignación de recursos y anticipar gastos.

En mercadotecnia, el análisis de datos permite segmentar audiencias con mayor precisión y diseñar campañas que conecten mejor con clientes potenciales. Para recursos humanos, la IA ofrece herramientas para filtrar currículums de manera más ágil o para detectar oportunidades de capacitación con base en las necesidades de cada puesto.



No obstante, todos estos usos deben ir acompañados de una supervisión humana, que oriente y corrija las decisiones que una máquina, por sí sola, podría no interpretar adecuadamente.

Finalmente, la adopción de la IA en el sector de refacciones de aftermarket en México no es una moda pasajera, sino un paso estratégico para quienes deseen impulsar su crecimiento de forma sustentable.

Aun así, es fundamental recordar que la tecnología está en constante evolución y, por ende, requiere ajustes y un monitoreo continuo.

“ La experiencia humana sigue siendo insustituible para dar sentido a los datos y definir la ruta a seguir. ”

LA VISIÓN ESTRATÉGICA: EL FARO QUE GUÍA EL ÉXITO DEL AFTERMARKET

La visión estratégica es un elemento fundamental para el éxito a largo plazo de cualquier empresa. Proporciona dirección, inspiración y un marco para la toma de decisiones. En un mundo empresarial cada vez más complejo y competitivo, las organizaciones que logran desarrollar y mantener una visión estratégica clara y efectiva están mejor posicionadas para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que el futuro les depare.

¿Qué es la Visión Estratégica?

La visión estratégica es una imagen mental del futuro deseado para la organización. Es una proyección a largo plazo que define hacia dónde se dirige la empresa y qué aspira a lograr. A diferencia de la misión, que se enfoca en el presente y el propósito de la empresa, la visión se proyecta hacia el futuro, estableciendo metas ambiciosas pero alcanzables.

“

Una visión estratégica efectiva debe ser inspiradora, clara y alineada con los valores y principios de la organización. Debe ser lo suficientemente amplia para permitir la adaptación a cambios en el entorno, pero lo suficientemente específica para proporcionar una dirección clara.



El **aftermarket es un sector clave** dentro de la industria automotriz, aplicar una visión estratégica en este ámbito puede marcar la diferencia entre una empresa que simplemente reacciona a las demandas del mercado y una que lidera con innovación y valor agregado.

Aplicar una visión estratégica en el aftermarket no solo implica vender repuestos y servicios, sino también anticiparse a las necesidades del mercado, innovar y ofrecer valor agregado a los clientes. Ya sea a través de la sostenibilidad, la tecnología, la experiencia premium o la accesibilidad, una visión clara y bien ejecutada puede transformar tu negocio y posicionarlo como un líder en el sector. **Recuerda que el aftermarket no es solo un negocio de productos, sino de soluciones que mejoran la vida de los conductores y la longevidad de sus vehículos.**

¿Cómo puedes aplicar ejemplos de visiones estratégicas en el aftermarket, inspirándote en lo que hacen las grandes empresas?



inspirándote en...

1. Sostenibilidad (Inspirado en Tesla y Toyota)

Visión Estratégica:

"Ser el proveedor líder de soluciones sostenibles para el mantenimiento y mejora de vehículos."

Acciones concretas:

- Promover servicios de mantenimiento que reduzcan el impacto ambiental, como el uso de lubricantes biodegradables o sistemas de reciclaje de aceite.
- Desarrollar kits de conversión para vehículos de combustión interna a eléctricos o híbridos.

2. Innovación Tecnológica (Inspirado en Ford y GM)

Visión Estratégica:

"Revolucionar el aftermarket mediante soluciones tecnológicas que mejoren la experiencia del cliente."

Acciones concretas:

- Desarrollar aplicaciones móviles que permitan a los clientes programar mantenimientos, recibir alertas de desgaste de piezas y acceder a tutoriales de instalación.
- Integrar inteligencia artificial para predecir fallas y ofrecer soluciones proactivas.

3. Experiencia Premium (Inspirado en BMW)

Visión Estratégica:

"Ofrecer una experiencia premium en el aftermarket, con productos y servicios exclusivos."

Acciones concretas:

- Crear líneas de accesorios y repuestos de lujo para vehículos de alta gama.
- Ofrecer servicios de mantenimiento "conciERGE", donde el cliente no necesita llevar su vehículo al taller.
- Desarrollar alianzas con marcas premium para ofrecer paquetes exclusivos.

4. Movilidad Inteligente (Inspirado en Hyundai y Rivian)

Visión Estratégica:

"Integrar soluciones de movilidad inteligente en el aftermarket para mejorar la eficiencia y conectividad de los vehículos."

Acciones concretas:

- Ofrecer kits de actualización para vehículos antiguos, como sistemas de conectividad, cámaras de seguridad o asistencia al conductor.
- Desarrollar servicios de diagnóstico remoto y actualizaciones over-the-air (OTA) para vehículos.
- Crear soluciones de movilidad compartida, como flotas de vehículos, mantenidos y gestionados por la empresa.



INCREMENTA EL VALOR DE TU EMPRESA



Descubre el poder de la Consultoría Empresarial

Nos especializamos en **transformación empresarial** y estamos aquí para mostrarte cómo una consultoría experta puede llevar tu negocio al siguiente nivel.

¡Prepárate para explorar un mundo de posibilidades!

APONI



Agenda una cita



CLARA HERNÁNDEZ

CEO Aponi

Transformación Empresarial

TRANSFORMACIÓN EXITOSA EN EL AFTERMARKET AUTOMOTRIZ

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico, las empresas que operan en el aftermarket de la industria automotriz enfrentan el desafío de adaptarse rápidamente a las demandas del mercado. Para lograr una transformación exitosa, es esencial incorporar mejores prácticas empresariales y un sólido gobierno corporativo. Además, el liderazgo transformacional juega un rol crítico en este proceso de cambio..

MEJORES PRÁCTICAS EMPRESARIALES

Las mejores prácticas empresariales son métodos y técnicas que han demostrado ser eficaces para alcanzar los objetivos organizacionales. En el contexto del aftermarket automotriz, estas prácticas pueden incluir:

- Gestión de la cadena de suministro: Optimizar la logística y la gestión de inventarios para asegurar la disponibilidad de piezas y reducir costos.
- Innovación y tecnología: Adoptar tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el Internet de las cosas (IoT), para mejorar la eficiencia operativa y ofrecer productos y servicios de mayor valor añadido.
- Orientación al cliente y Experiencia WOW: Implementar estrategias centradas en el cliente para mejorar la experiencia de compra y fomentar la lealtad a la marca.

GOBIERNO CORPORATIVO

El gobierno corporativo se refiere al conjunto de normas y prácticas que regulan la dirección y el control de una empresa. Un buen gobierno corporativo es fundamental para garantizar la transparencia, la responsabilidad y la sostenibilidad a largo plazo de la organización. Algunas de las mejores prácticas en gobierno corporativo incluyen:

GOBIERNO CORPORATIVO...



- **Transparencia:** Proporcionar información clara y precisa sobre las operaciones y el desempeño financiero de la empresa.
- **Institucionalización:** Establecer mecanismos de supervisión y control para asegurar que la dirección actúe en el mejor interés de los accionistas y otras partes interesadas.
- **Ética y cumplimiento:** Promover una cultura ética y asegurar el cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables.

LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL

El liderazgo transformacional es un estilo de liderazgo que inspira y motiva a los empleados a superar sus propios intereses en favor del bienestar de la organización. Los líderes transformacionales son visionarios, carismáticos y capaces de generar un sentido de propósito y compromiso en sus equipos. Algunas características clave de este tipo de liderazgo son:

- **Visión y propósito:** Comunicar una visión clara y convincente del futuro de la empresa y alinear a los empleados con esa visión.
- **Empoderamiento:** Fomentar la autonomía y el desarrollo personal de los empleados, proporcionándoles las herramientas y el apoyo necesarios para alcanzar su máximo potencial.
- **Innovación y cambio:** Estimular la creatividad y la innovación, y estar dispuesto a desafiar el status quo para encontrar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.



ACTUALIZACIÓN DE LA VISIÓN ESTRATÉGICA Y ALINEACIÓN ORGANIZACIONAL

Para lograr una transformación efectiva, es fundamental actualizar la visión estratégica de la empresa y alinear a toda la organización hacia ella. La visión estratégica debe ser revisada periódicamente para reflejar los cambios en el mercado y las nuevas oportunidades. Una visión clara y actualizada proporciona un marco de referencia para todas las decisiones y acciones empresariales.

La alineación organizacional implica asegurar que todos los miembros de la empresa comprendan y compartan la visión estratégica. Esto se puede lograr a través de:

- **Comunicación efectiva:** Utilizar diversos canales de comunicación para transmitir la visión y los objetivos estratégicos a todos los niveles de la organización.
- **Formación y desarrollo:** Asegurar que el talento de la empresa esté preparado y capacitado para enfrentar los desafíos de la transformación. Esto incluye programas de formación continua y desarrollo profesional.
- **Participación e involucramiento:** Fomentar un ambiente de colaboración y participación donde los empleados se sientan involucrados en el proceso de transformación y comprometidos con la visión de la empresa.



En conclusión, la incorporación de mejores prácticas empresariales y un sólido gobierno corporativo, junto con un liderazgo transformacional y una visión estratégica actualizada, son elementos clave para lograr una transformación exitosa en las empresas que participan en el aftermarket de la industria automotriz. Estos componentes no solo mejoran la eficiencia y la competitividad, sino que también aseguran la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la organización.

SORORIDAD EN LOS PEQUEÑOS DETALLES

En un mundo tan acelerado como el nuestro, a menudo subestimamos el impacto de los pequeños gestos. Sin embargo, son esos momentos cotidianos los que construyen puentes, fortalecen relaciones y nos recuerdan que juntas podemos lograr grandes cosas. En febrero, el mes del amor y la amistad, te invito a reflexionar sobre cómo la sororidad puede manifestarse en los detalles más simples.

¿Qué significa la sororidad en acción?

La sororidad es mucho más que una palabra de moda. Es una práctica diaria que se traduce en apoyo mutuo empatía y acciones concretas para fortalecer a otras mujeres. En el sector automotriz, un campo históricamente dominado por hombres, esos gestos pueden marcar una diferencia significativa.



**No necesitas grandes recursos,
solo una gran intención.**

“Sororidad es escuchar con atención a una colega que enfrenta un reto, es celebrar el logro de otra sin envidia, es compartir información valiosa que puede abrirle puertas a alguien más”

¡Pequeños actos, grandes impactos!

Aquí hay algunas maneras en las que puedes practicar la sororidad este mes



Escucha activamente: En las reuniones, conversaciones o incluso en los pasillos, ofrece tu atención completa. A veces, una persona solo necesita sentirse escuchada para encontrar claridad y motivación.



Reconoce el trabajo de otras: Un comentario positivo en público o un mensaje privado de felicitación pueden reforzar la confianza de una colega. No subestimes el poder de un “lo hiciste genial” dicho desde el corazón.



Comparte oportunidades: ¿Te enteraste de una vacante, un curso o un evento relevante? Compártelo con mujeres que puedan beneficiarse. Una red de apoyo se fortalece cuando la información fluye.



Defiende a una colega: Si notas que una compañera es interrumpida en una reunión o su idea no recibe el crédito que merece, alza la voz para apoyarla. Mostrar respaldo en el momento adecuado puede transformar su experiencia laboral.



Tiende la mano a nuevas integrantes: Si trabajas con alguien nueva en el sector o en tu empresa, acércate y ofrécele orientación. La primera impresión de un ambiente laboral puede determinar la confianza de esa persona a largo plazo.

Reflexionemos juntas

Cada gesto, por más pequeño que parezca, es una semilla que siembra confianza, apoyo y colaboración. Cuando nos tomamos el tiempo de ayudar, animar o escuchar a otra mujer, estamos construyendo un ecosistema más humano y empático.

*La sororidad no siempre se trata de grandes movimientos; a veces, está en los detalles más sutiles. Este mes, haz una pausa y piensa: **¿qué gesto pequeño puedo hacer hoy para fortalecer a otra mujer?** Porque en los pequeños detalles se construyen las grandes transformaciones.*



SE UN REY MAGO 2024: 167 SONRISAS HECHAS REALIDAD



Gracias a la generosidad “Sé un Rey Mago”, iniciativa que logró cumplir los sueños de 167 niños de escasos recursos en comunidades de Almoloya de Juárez y Zinacantepec.

Gracias al apoyo de nuestros increíbles donadores, cada niño recibió un regalo especial, basado en los deseos de sus cartas. Ver sus rostros llenos de alegría nos recuerda que un pequeño gesto puede transformar un día, una infancia y hasta una vida.



Queremos expresar un agradecimiento especial a los **Socios de ARIDRA** y a las personalidades del medio automotriz, quienes se sumaron con gran entusiasmo a esta noble causa. Su compromiso y generosidad fueron clave para que esta campaña fuera un éxito.

**GABRIELA
MALANCO**

**SOPORTES STAR
SUBDIRECTORA GENERAL**

**FUNDACIÓN CONNIE CASTILLO IAP
PRESIDENTA**

¡Gracias a todos los que hicieron posible esta hermosa labor! Su solidaridad nos inspira a seguir construyendo un mundo con más magia y esperanza para los que más lo necesitan.



¡Gracias a todos los que hicieron posible esta hermosa labor! Su solidaridad nos inspira a seguir construyendo un mundo con más magia y esperanza para los que más lo necesitan.

Equipo de Soportes Star, Diana rico (Firstbrand), Hazel Guerrero (BW Automotive), Jorge Elías (Syda), César R Pérez (Schaeffler), Oscar robles y equipo (ECOM), Fernando Murguía (Tecalliance), Antonio Ortega (Schaffler), Victor Cabrer (Schaeffler), Gamaliel Luna (Banco Base), Carlos Calderón (Calderón Autopartes), Roberto de la Rosa (Grupo de la Rosa), Antonio López Díaz (Mayoreo López Díaz), Isabel Díaz (WAI), Hiram Guillen (INTRAM).

Los esperamos el próximo año para seguir regalando sonrisas.





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



Patrocinadores

JUNTA FEBRERO 2025

La **Asociación Nacional de Representantes, Importadores y Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles (ARIDRA)** celebró en el Hotel Crown Plaza Tlalnepantla, su última junta mensual correspondiente a Febrero, con una asistencia de más de 120 personas de manera presencial y 20 personas conectadas en línea. La junta fue dinámica e innovadora, presentando temas clave que ayudarán a los socios a optimizar su negocio y gestionarlo de manera más eficaz, por lo que sin duda consideramos que esta reunión fue un éxito total. Los patrocinadores de esta junta fueron las marcas DAI y Keep on Green, líderes indiscutibles en sus segmentos de mercado.

Nuevos socios:

En esta oportunidad ARIDRA, dio la bienvenida a seis nuevos socios: **Luften, Auto PartsTrading Co, Artlux, Camel Battery, AMC y UFI Filters**, quienes seguramente aportarán nuevas perspectivas y oportunidades de colaboración a la asociación. En realidad la lista de nuevos socios se integraba de 10 empresas, pero lamentablemente no pudieron estar presentes todas ese día.



Durante la tradicional presentación del presidente de la Rosa, habló acerca de la postura de ARIDRA, ante la menazada de los aranceles a las exportaciones mexicanas en USA, invitando a los gobiernos de ambos países a conciliar intereses, en beneficio de los pueblos mexicano y norteamericano.



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



Patrocinadores

El presidente de la Rosa también expuso las cifras actualizadas del parque vehicular en México, destacando la importancia de la renovación del parque vehicular en México, que alcanza hoy la cifra de 35.1 millones de unidades, con una edad promedio de 16.2 años.

Igualmente, el presidente de la Rosa, invitó a los socios a ser parte activa del tercer Congreso Mexicano de Repuestos Automotrices, organizado por nuestra asociación y que tendrá lugar el próximo 6 de marzo.



Por otra parte, el primer patrocinador, **keep on Green** realizó una interesante presentación sobre el “Valor de la marca” en voz de su Gerente General, Carlos Santos, que resultó muy interesante.



Más tarde, el otro patrocinador de la tarde, **Distribuidora de Auto Industrias, DAI**, ofreció una disertación de Sandra Ivette Araujo, denominada **“Meta 2025 Crecimiento y solidez empresarial”** explicando la importancia de adaptarse a los nuevos retos y oportunidades del mercado, que recibió aplausos de la concurrencia.

Al concluir la sesión, como siempre sucede, se dio paso a una intensa actividad de networking, que llegó poco más allá de la 10 de la noche. La próxima junta de ARIDRA será el 13 de marzo, en el hotel Riazor, por lo que le suplicamos tomar nota. Lo esperamos.



En el entorno laboral actual, donde las jornadas pueden ser largas y las exigencias constantes, la amistad en el trabajo se ha convertido en un factor clave para el bienestar emocional y el éxito organizacional. Más allá de simples interacciones profesionales, las relaciones de amistad fomentan la confianza, la colaboración y un sentido de pertenencia, generando espacios de trabajo más humanos y motivadores.

La amistad en el ámbito laboral va más allá de compartir un café o intercambiar saludos. Se basa en relaciones genuinas construidas sobre la empatía, el respeto y la confianza. Cuando los empleados se sienten valorados y comprendidos por sus compañeros, su compromiso con las tareas y objetivos de la empresa aumenta significativamente.

Diversos estudios han demostrado que tener amigos en el trabajo mejora la satisfacción laboral. Según Gallup, los empleados que cuentan con un mejor amigo en la oficina tienen siete veces más probabilidades de estar comprometidos con su trabajo. La razón es simple: la amistad genera comunidad, reduce el estrés y fortalece la colaboración, lo que se traduce en un mejor desempeño.

Las organizaciones que promueven la amistad entre sus colaboradores obtienen múltiples ventajas. Primero, un ambiente laboral amigable incrementa la retención de talento, ya que los empleados que se sienten conectados con sus compañeros son menos propensos a buscar nuevas oportunidades. Además, la amistad mejora la comunicación, facilitando la resolución de problemas y promoviendo la innovación.

LA AMISTAD EN LOS CENTROS DE TRABAJO: CLAVE PARA UN AMBIENTE PRODUCTIVO Y SALUDABLE



Otro beneficio importante es el aumento en la productividad. Cuando los empleados trabajan en un entorno donde se sienten apoyados y motivados, tienden a desempeñarse mejor. Asimismo, la confianza entre colegas fomenta la creatividad, permitiendo un intercambio de ideas más fluido y una mayor disposición para asumir retos.



Estrategias para Fomentar la Amistad en el Trabajo

Las empresas pueden incentivar la amistad creando espacios y oportunidades para la interacción en un ambiente relajado. Actividades como dinámicas de integración, eventos sociales o áreas comunes diseñadas para la convivencia pueden marcar la diferencia. Asimismo, los líderes deben fomentar una cultura de inclusión y trabajo en equipo.

Es fundamental, sin embargo, mantener un equilibrio. **La amistad en el trabajo no debe interferir con la profesionalidad ni generar favoritismos que puedan afectar la dinámica del equipo.** El objetivo es promover relaciones auténticas y respetuosas que fortalezcan el entorno laboral sin forzar vínculos.



Si bien la amistad en el trabajo tiene numerosos beneficios, también puede presentar ciertos desafíos. Relaciones demasiado cercanas pueden generar conflictos de interés o dificultar la objetividad en la toma de decisiones. Por ello, es importante que tanto empleados como líderes gestionen estas dinámicas de manera equilibrada y profesional. Además, **no todos los colaboradores buscan relaciones cercanas en el trabajo, y eso debe respetarse.** Lo esencial es garantizar un ambiente donde cada persona se sienta cómoda, valorada y libre de interactuar según su estilo personal.



Las empresas que reconocen el valor de la amistad y trabajan activamente para cultivarla están invirtiendo en un recurso invaluable: un equipo motivado, unido y comprometido. Al final, son las personas y sus conexiones las que construyen organizaciones exitosas y duraderas, trascendiendo más allá de los números y dejando un legado de colaboración y respeto mutuo.

A person is sitting in a black office chair with green mesh backrest and armrests. They are wearing light blue trousers. The background is a light blue wall and a wooden floor. Two white text boxes are overlaid on the image. The first box, on the left, contains text about changes to articles 132, 133, 422, 423 and the addition of a fraction XVII to article 133. The second box, on the right, contains the title 'La Ley Silla entrará en vigor en junio de 2025'.

Cambian los artículos 132, 133, 422, 423 y se adiciona una fracción XVII al artículo 133.

La Ley Silla entrará en vigor en junio de 2025

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en México las personas laboran en promedio 43.7 horas semanales. En ciertos sectores como el industrial, estas horas suelen transcurrir de pie, lo que puede ocasionar problemas graves de salud física, como fatiga muscular, dolores crónicos en piernas y espalda, así como várices o trastornos circulatorios.

La reciente reforma a la Ley Federal del Trabajo ha introducido importantes cambios para salvaguardar la salud y bienestar de las personas trabajadoras, estableciendo el derecho al descanso durante la jornada laboral. Esta medida busca reducir riesgos asociados a permanecer de pie por tiempos prolongados, una situación común en diversos sectores.

Ahora, todas las empresas deberán incluir en su reglamento interno cómo se implementarán estos periodos de reposo obligatorios.

Además, se deberá especificar claramente las normas que regulen el derecho de los trabajadores a utilizar asientos o sillas con respaldo.

La nueva legislación impone a los patrones la obligación de proveer un número suficiente de asientos, especialmente en sectores de servicios, comercio y otros centros de trabajo similares donde la labor se realiza principalmente de pie durante toda la jornada. Estos asientos deberán estar ubicados en áreas específicas del lugar de trabajo para garantizar su acceso y uso adecuado.

Este cambio en el marco legal no solo promueve condiciones laborales más humanas, sino que también subraya la importancia de cuidar la salud física de las personas trabajadoras, previniendo problemas musculoesqueléticos y mejorando el bienestar general en el entorno laboral.



SUMA AUTOMOTRIZ



NUESTROS SERVICIOS



VIDEO



REVISTA



PODCAST



NOTICIERO

OTROS SERVICIOS

- TOURS A PLANTA AUTOMOTRIZ
- VIDEO ENTREVISTA
- GRABACIÓN DE CONFERENCIAS

**+ DE 20 EMPRESAS NACIONALES
ANUNCIADAS CON NOSOTROS**



CONTRATA



www.sumaautomotriznacional.com