

Dominio del Mercado Informal.

Introducción.

En México, la compraventa de autos usados es una actividad de enorme volumen. Aunque existen concesionarios y plataformas certificadas, la mayor parte de las transacciones ocurre en el mercado informal. Esto representa no sólo un desafío para la industria automotriz formal sino también una oportunidad para modernizar y profesionalizar la venta de vehículos seminuevos en el país.

Una gran cantidad de **vehículos usados se venden fuera de las concesionarias**, ya sea a través de **ventas privadas, tianguis de autos, plataformas digitales o lotes informales**. Esto representa **una pérdida de oportunidades para los concesionarios**, quienes ven cómo clientes potenciales compran autos fuera de su red sin pasar por un proceso estructurado y confiable.

El mercado informal domina ampliamente la venta de autos usados en México, representando casi el **93% de las transacciones**. Las agencias solo comercializan alrededor del **7% de los autos usados vendidos**, lo que indica **una gran oportunidad de crecimiento** si logran captar más compradores dentro de un ecosistema seguro y estructurado. **La seguridad y confianza que ofrecen las agencias es un factor clave** que podría atraer más clientes y reducir las ventas informales.

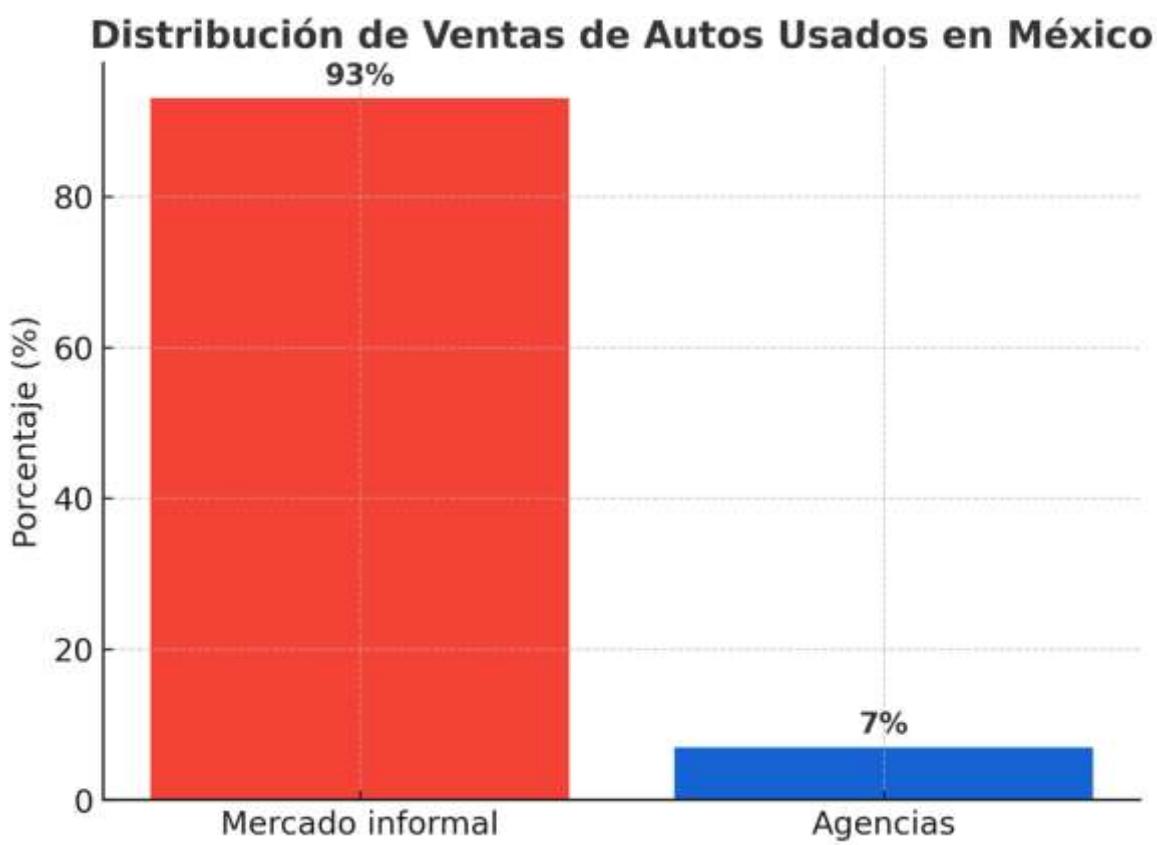
Tendencia en ventas de seminuevos por concesionarios (SimIndex 2024)

- **Volatilidad y ligera caída:** El SimIndex 3T-2024, elaborado por AMDA y SimDataGroup, detalla que las ventas promedio de autos seminuevos por concesionario fueron **80.1 unidades en 2022, 81.7 unidades en 2023 y 81.2 unidades en 2024**—una ligera disminución de **0.6 %**amda.mx.
- **Enfriamiento del mercado:** El reporte subraya que en 2024 las ventas mensuales de seminuevos mostraron descensos en varios meses (por ejemplo, caídas de -8.5 % y -16.1 % en febrero y marzo frente a 2023)amda.mx. La tendencia general es a la baja, mientras que el inventario en concesionarios supera los 30 días de ventaamda.mx.
- **Retención de clientes:** En contraparte, el índice observa una leve recuperación en la **retención de autos seminuevos en talleres**, que aumentó a **11.1 %** en 2024 tras caer desde el **13.5 %** en 2021amda.mx. El tiempo en inventario de un seminuevo también mejoró a **50.5 días**amda.mx.
- **Desafío estructural:** La abrumadora dominancia del mercado informal no solo refleja la facilidad de vender entre particulares, sino también la falta de fiscalización y el costo-valor percibido por los consumidores. La existencia de millones de vehículos “chocolate” regularizados y las políticas de importación flexible fomentan una oferta paralela que presiona los precios y reduce el mercado para las agencias.
- **Ventana de oportunidad:** Precisamente por los riesgos de fraude y falta de garantías en el mercado informaleluniversal.com.mx, los concesionarios tienen la posibilidad de posicionarse como la opción segura. Ofrecer **certificación, historial, garantías, financiamiento y servicios posventa**, acompañado de procesos digitales ágiles, podría captar una porción significativa de los 6.5 millones de transacciones informales.
- **Importancia de la tecnología:** El SimIndex 2024 muestra que las ventas de seminuevos en agencias se estancaronamda.mx. Sin herramientas que reduzcan tiempos de venta,

optimicen inventarios y retengan clientes, la rentabilidad se erosiona. Plataformas digitales que modernicen la venta de seminuevos pueden revertir la tendencia.

Análisis y Reflexión

El mercado de autos usados en México sigue dominado por el canal informal, con más del **90 % de las transacciones** fuera de agencias pulsoslp.com.mx. No obstante, la combinación de **alto riesgo de fraude** eluniversal.com.mx, **baja penetración del financiamiento para seminuevos** puertointerior.guanajuato.gob.mx y **digitalización creciente** abre una ventana para que los concesionarios ganen terreno. Herramientas como **Enl@ceGrup**, que profesionalizan el proceso, centralizan inventarios, ofrecen trazabilidad, automatización y soporte logístico, representan una estrategia clave para capturar parte de ese enorme mercado informal y reactivar un segmento que en 2024 mostró signos de enfriamiento.



■ El crédito como palanca para formalizar el mercado

- **Brecha de financiamiento:** De las 6.5 millones de transacciones de autos seminuevos entre particulares en México, **menos del 1 % se hace con financiamiento** eleconomista.com.mx. Esto significa que la gran mayoría de las operaciones se liquidan en efectivo, reduciendo la trazabilidad y la protección para comprador y vendedor.

- **Formalización del mercado informal:** Al ofrecer financiamiento y certificación, se incentiva a compradores y vendedores a **salir del canal informal**, ya que ganan seguridad jurídica y mecánica sin tener que recurrir a grandes plataformas que absorben inventarios.
- **Competencia y complementariedad:** Iniciativas como AutoMarket se suman a la oferta de plataformas como Kavak o Mercado Libre Autos, pero se diferencian al ser un **facilitador sin intermediación**, permitiendo fijar el precio de forma directa entre particulares.
- **Futuro regional:** BBVA considera este modelo replicable en otros países donde opera eleconomista.com.mx, lo que podría generar un estándar regional de transacción y financiamiento para vehículos usados.

Para los concesionarios, esta tendencia confirma la necesidad de **alianzas con entidades financieras**, de **adoptar herramientas digitales** (como Enl@ceGrup) y de ofrecer **financiamiento competitivo**, ya que el consumidor valorará cada vez más las transacciones seguras, con crédito y soporte posventa.

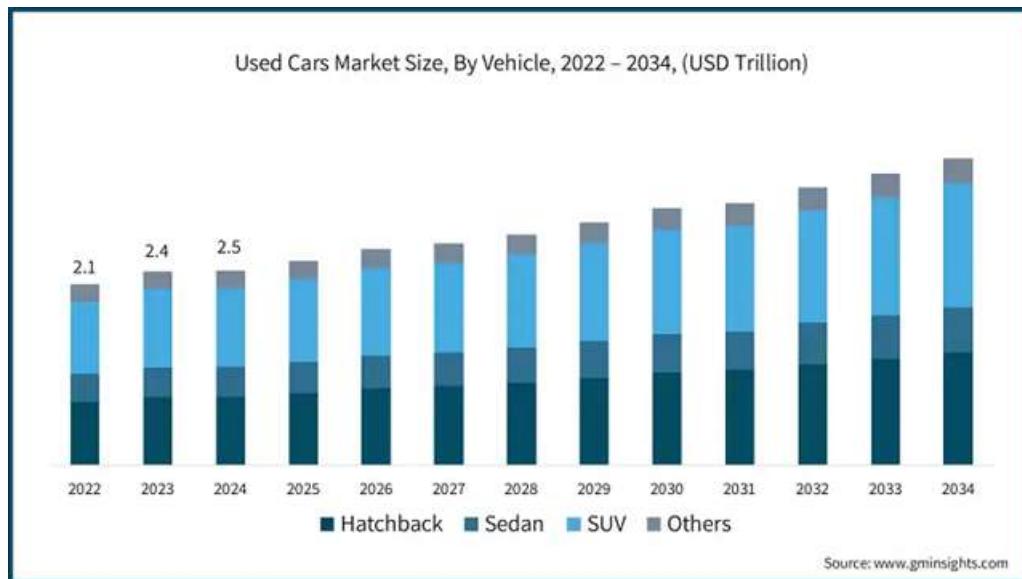
Impacto Potencial de Enl@ceGrup para los Concesionarios:

1. **Formalización de Transacciones:**
 - Al integrarse en Enl@ceGrup, los concesionarios pueden atraer a clientes que actualmente participan en el mercado informal, ofreciendo procesos de compra más seguros y transparentes.
2. **Ampliación del Alcance Digital:**
 - La plataforma permite a los concesionarios adaptarse a las tendencias digitales, ofreciendo inventarios en línea y facilitando procesos de compra remota, alineándose con el crecimiento del comercio electrónico en el sector automotriz.
3. **Competitividad Frente a Plataformas Independientes:**
 - Al unirse a una red consolidada como Enl@ceGrup, los concesionarios pueden competir competitivamente con plataformas digitales independientes, ofreciendo ventajas adicionales como garantías y servicios postventa.
4. **Mejora en la Gestión de Inventarios:**
 - La colaboración en una plataforma común permite a los concesionarios optimizar la rotación de su inventario de autos usados, reduciendo tiempos de permanencia y costos asociados.
5. **Incremento de la Confianza del Consumidor:**
 - Al operar dentro de un ecosistema formal y regulado, los concesionarios pueden fortalecer la confianza de los consumidores, quienes buscan seguridad y respaldo en sus compras de vehículos usados.

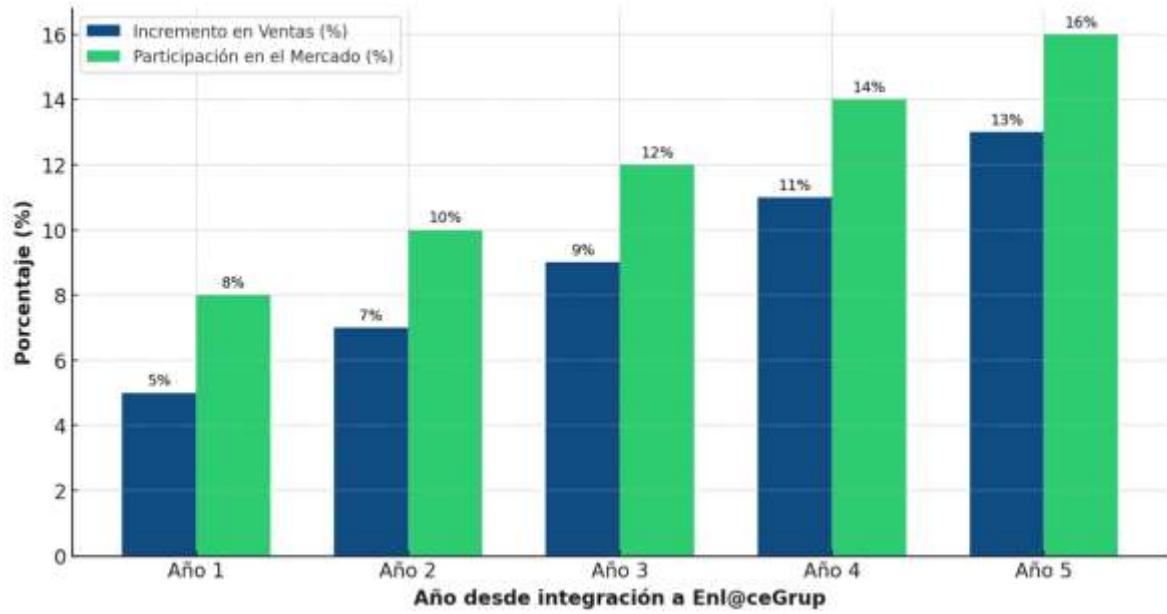
La integración de los concesionarios al ecosistema de Enl@ceGrup puede influir significativamente en el incremento de sus ventas y participación en el mercado de autos usados en México. Aunque las proyecciones específicas pueden variar según diversos factores, se puede anticipar una tendencia positiva basada en el crecimiento del mercado de autos usados y la adopción de plataformas digitales.

Proyección de Crecimiento del Mercado de Autos Usados:

- Se espera que el mercado global de automóviles usados crezca a una tasa compuesta anual (CAGR) del 4.5% entre 2024 y 2032. [Información del mercado global Inc.+ 1Inteligencia de Mordor+ 1](#)



Proyección de Incremento en Ventas y Participación de los Concesionarios en México al Integrarse a Enl@ceGrup:



Consideraciones:

- **Incremento en Ventas:** Se estima que los concesionarios podrían experimentar un aumento anual en sus ventas de autos usados al integrarse a Enl@ceGrup, comenzando con un 5% en el primer año y alcanzando hasta un 13% en el quinto año.
- **Participación en el Mercado:** La participación de los concesionarios en el mercado de autos usados podría incrementarse del 8% en el primer año al 16% en el quinto año, reflejando una tendencia positiva en la formalización y digitalización del mercado.

El Puente Estratégico para los Concesionarios en el Mercado de Autos Usados Fuera de las Agencias

La adopción de plataformas digitales como Enl@ceGrup representa una oportunidad estratégica para que los concesionarios incrementen sus ventas y participación en el mercado de autos usados en México. Estas proyecciones sugieren que, al integrarse en este ecosistema, los concesionarios pueden capitalizar el crecimiento del mercado y adaptarse a las tendencias de digitalización en la industria automotriz.

Todo esto bajo un modelo donde:

- ◆ **Las ventas son trazables.**
- ◆ **La red colabora, pero también compite.**
- ◆ **El cliente final se beneficia de una atención más personalizada y eficiente.**

10 Ejemplos concretos del impacto positivo del modelo de colaboración de Enl@ceGrup:

1. Unificación del Inventario en Red

Antes: Cada concesionario solo mostraba su propio inventario.

Ahora con Enl@ceGrup: Un asesor de ventas puede **consultar y ofrecer unidades de toda la red** de concesionarios desde una sola app o plataforma.

Resultado: Aumenta el porcentaje de cierres en la primera visita, evitando que el cliente tenga que recorrer múltiples agencias.

2. Reducción del tiempo de búsqueda para el cliente

Antes: Un cliente visitaba varias agencias sin encontrar el auto exacto.

Ahora con Enl@ceGrup: El asesor **ubica al instante** la unidad solicitada por el cliente, incluso si no está básicamente en su concesionario.

Resultado: Se cierran más ventas en menos tiempo. Se reduce la fuga del cliente.

3. Inclusión de Unidades con Trade-In desde el Origen

Antes: Si un concesionario no tenía el auto deseado, perdía la operación, incluso si el cliente dejaba un vehículo a cuenta.

Ahora con Enl@ceGrup: Se activa una red donde el concesionario que recibió el auto a cuenta (Trade-In) **puede quedarse con él**, mientras otro concesionario factura el auto vendido.

Resultado: Todos ganan. Se aprovechan los vehículos tomados a cuenta y se incentiva la colaboración.

4. Digitalización del Proceso de Apartado de Unidad

Antes: No había garantía de reserva ni trazabilidad.

Ahora con Enl@ceGrup: El apartado de unidad **se formaliza mediante la plataforma**, genera alertas, activa semáforos de tiempo, y se asocia al asesor y al cliente.

Resultado: Se formaliza la operación, se protege al asesor y se evita la pérdida de la venta.

5. El cliente permanece dentro del ecosistema

Antes: Si una agencia no tenía la unidad, el cliente se iba.

Ahora con Enl@ceGrup: El cliente **no se pierde**, porque el asesor le da la solución completa dentro de la red.

Resultado: Se incrementa la conversión sin importar si el concesionario origen tiene el vehículo o no.

6. Colaboración sin competencia directa

Antes: Los concesionarios competían entre sí.

Ahora con Enl@ceGrup: Se colabora por resultados medibles. Cada operación deja trazabilidad, y se mide la participación de todos los involucrados.

Resultado: Se fortalece la red sin conflictos. Se reconocen todos los eslabones del proceso.

7. Seguimiento profesional con soporte (COP)

Antes: El asesor no tenía apoyo en la operación logística.

Ahora con Enl@ceGrup: El **Coordinador de Operaciones (COP)** da seguimiento a todo el proceso: validación, entrega, apartados, retroalimentación.

Resultado: Aumenta la eficiencia y profesionalismo de cada cierre de venta.

8. Medición de PVA como registro de operación, no como base de ingreso

Antes: Los productos de valor agregado (PVA) se gestionaban de forma informal.

Ahora con Enl@ceGrup: El ecosistema **registra y mide cada producto ligado a la venta** (financiamiento, seguro, garantía, toma de unidad), solo para trazabilidad y mejora operativa.

Resultado: Mejora la gestión y trazabilidad del negocio del ingreso directo de estos productos, midiendo los procesos y reforzando las buenas prácticas.

9. Aumento de productividad por asesor conectado al ecosistema

Antes: Un asesor promedio cerraba 3–4 operaciones mensuales.

Ahora con Enl@ceGrup: Puede aumentar a 6–8 operaciones al mes, al tener **acceso a más inventario, logística y soporte**.

Resultado: Más ventas por asesor = más participación de los concesionarios en el mercado nacional.

10. Ventaja para concesionarios que se integran al ecosistema

Antes: Estaban limitados a su showroom y flujo local.

Ahora con Enl@ceGrup: Su inventario se exponen a toda la red de asesores conectados, y recibe alertas si su unidad está en 60 o 90 días para incentivar su rotación.

Resultado: Se reduce el inventario obsoleto, se vende más rápido y se activa la economía de unidades entre concesionarios.

¿Qué Representa Enl@ceGrup para los Concesionarios en este Escenario?

- Una Alternativa para Competir con el Mercado Informal
 - ✓ *Permite unificar esfuerzos entre concesionarios para que, en lugar de perder clientes, estos sean absorbidos dentro del ecosistema.*
- Acceso a Clientes que de Otra Forma Compraría en el Mercado Informal
 - ✓ *La presencia de un gran inventario en una misma red genera más oportunidades de venta para todas las agencias participantes.*
- Mayor Seguridad para los Compradores y Ventas con Respaldo
 - ✓ *Enl@ceGrup les da a los concesionarios una ventaja competitiva al ofrecer transacciones garantizadas, seguras y con respaldo, algo que el mercado informal no puede igualar.*
- Un Canal Eficiente para Reducir Inventario Estancado
 - ✓ *Los vehículos con más tiempo en stock pueden ser vendidos con mayor rapidez, evitando la depreciación excesiva.*
- Competencia Justa y Controlada
 - ✓ *No hay competencia desleal, sino una red colaborativa donde todos los concesionarios pueden beneficiarse.*

Beneficios Claves para los Concesionarios

- Más clientes sin necesidad de inversiones adicionales en publicidad.
- Mayor rotación de inventario y menos pérdidas por depreciación.
- Un ecosistema estructurado y seguro, sin competencia desleal del mercado informal.
- Mejor imagen y confianza para atraer compradores que buscan seguridad en su compra.
- Oportunidad de ganar dinero con ventas cruzadas, incluso cuando no venden su propio inventario.

⌚ Y todo esto con un modelo basado en registro, soporte operativo (COP), tecnología, ética comercial y resultados medibles.

¿Cómo lo logra Enl@ceGrup?

1. Incrementar la Participación de los Concesionarios en el Mercado de Autos Usados Certificados
 - ◆ Actualmente, los concesionarios solo participan con cerca del **7% de las ventas totales de autos usados en México**, mientras que el **93% se realiza entre particulares o comercios informales**.
 - ◆ Enl@ceGrup busca **cerrar esta brecha**, posicionando a las agencias como **protagonistas en el mercado secundario** a través de una red eficiente de asesores y operaciones transparentes.
 - ➔ **Objetivo:**⌚ Aumentar progresivamente la participación de los concesionarios hasta al menos un **20% del mercado de autos usados certificados** en los primeros 3 a 5 años.

2. Profesionalizar la Comercialización Mediante la Fuerza de Ventas

- ◆ Enl@ceGrup **empodera al asesor de ventas**, quien aprovecha su **cartera de clientes** y el respaldo de los concesionarios para **cerrar más ventas**.

- ◆ La plataforma no reemplaza al asesor, **lo potencia**: lo convierte en un agente estratégico dentro del ecosistema.
- ❖ **Objetivo:** Crear un modelo de trabajo profesionalizado donde **cada asesor sea medido, reconocido y capacitado continuamente** en función de su desempeño.

3. Crear un Ecosistema Competitivo y Colaborativo

- ◆ A diferencia de los Marketplace tradicionales, Enl@ceGrup crea un entorno donde **los asesores compiten, pero también comparten inventario**, acceden a **incentivos por desempeño**, y reciben **reconocimiento formal** por sus logros.
- ◆ A través de sus **detonantes, niveles y métricas**, el ecosistema promueve una cultura de excelencia, orden y colaboración estratégica.
- ❖ **Objetivo:** Establecer un **ecosistema digital de alta competitividad** con reglas claras, trazabilidad, y oportunidad de crecimiento para todos los participantes.

4. Garantizar Trazabilidad, Transparencia y Control Operativo

- ◆ Con la supervisión del **Departamento Enl@ce** y figuras clave como el **COP (Coordinador de Operaciones)**, se garantiza que **cada transacción esté trazada, verificada y registrada**, minimizando fugas de negocio y asegurando el cumplimiento de políticas internas.
- ◆ Se **reducen los riesgos de deslealtad** entre asesores, concesionarios y clientes mediante tecnología y procesos claramente definidos.
- ❖ **Objetivo:** Asegurar que el **100% de las transacciones estén respaldadas por procesos verificables**, protegidos y monitoreados dentro del ecosistema.

5. Impulsar la Comercialización de Productos de Valor Agregado (PVA)

- ◆ Enl@ceGrup no solo promueve la venta de autos usados, sino también registra la colocación de **financiamiento, seguros, garantías extendidas, accesorios y toma de unidad a cuenta**, todos dentro de un mismo entorno.
- ◆ Esto incrementa el **valor de cada operación**, generando así **métricas como reportes tanto para el asesor, el concesionario y la plataforma**.
- ❖ **Objetivo:** Registrar los **productos de valor agregado por cada operación cerrada** en la plataforma, con un enfoque de medición, rentable y transparente.

6. Optimizar la Rotación de Inventario en Concesionarios

- ◆ Gracias a las **alertas inteligentes de unidades con más de 60 y 90 días**, y el sistema de **precio dinámico**, los concesionarios pueden tomar acciones rápidas para **promover sus autos con incentivos adicionales**.
- ◆ La colaboración con asesores fuera de su propio punto de venta permite **mover inventario más rápido y con menos costos financieros**.
- ❖ **Objetivo:** Disminuir en un **30% el tiempo promedio de permanencia de los autos en inventario**, optimizando la liquidez y la rentabilidad de las agencias.

7. Posicionar a Enl@ceGrup como Plataforma de Trabajo y No Solo de Publicación

- ◆ A diferencia de otros sitios, Enl@ceGrup **no cobra por publicar, no intermedia directamente con el cliente, ni funciona como CRM.**
- ◆ Es una herramienta de trabajo para asesores y concesionarios que **funciona solo si la venta se concreta**, lo cual **reduce costos fijos y aumenta la rentabilidad.**
- ❖ **Objetivo:** ➔ Ser reconocida como la plataforma de trabajo profesional más confiable y productiva para el asesor automotriz.

8. Crear Oportunidades de Crecimiento, Reconocimiento y Capacitación

- ◆ Los asesores pueden **subir de nivel, recibir incentivos y capacitarse con certificaciones avaladas por la SEP-CONOCER.**
- ◆ Los concesionarios también reciben **beneficios, bonificaciones y acceso preferencial a programas de capacitación para su personal completo.**
- ❖ **Objetivo:** ➔ Convertirse en el **ecosistema líder en profesionalización del talento comercial en la industria automotriz**, con impacto en todas las áreas del concesionario.

Además, la plataforma no se estanca: incorpora nuevos módulos (**Acuerdo Trade-in, apartados con validación, notificaciones automáticas**) y roles (**como el COP: Coordinador de Operaciones y Procesos de Certificación SEP-CONOCER**) para brindar soporte estratégico. La **visión de Enl@ceGrup** es evolucionar según las necesidades del mercado y consolidarse como un motor de venta de autos usados certificados.

Fuentes de Información y Vigencia

Este documento se elaboró a partir de fuentes confiables, especializadas y medios oficiales. Se presentan las ligas citadas, junto con la vigencia de los datos y su nivel de veracidad:

❖ **Nota aclaratoria:** Todas las fuentes citadas corresponden a información vigente entre **2023 y 2024**, salvo los reportes de proyección global que abarcan hasta 2032. Los portales seleccionados cuentan con diferentes niveles de autoridad: desde organismos oficiales y consultoras internacionales (alta veracidad) hasta medios de comunicación nacional o regional (media y media-alta veracidad).