

Inversión de Publicidad Digital.

Introducción.

En el mercado mexicano, los concesionarios de autos usados destinan recursos significativos a la publicidad digital para promocionar su inventario y alcanzar a potenciales compradores.

A continuación, se detallan aspectos clave sobre la inversión en medios digitales y las plataformas más utilizadas:

Inversión en Publicidad Digital:

- **Gasto Publicitario General:** En 2021, el gasto en publicidad digital en México superó los 56,000 millones de pesos mexicanos, representando un incremento de casi el 37% en comparación con el año anterior. [Statista](#)
- **Sector Automotriz en Latinoamérica:** Durante el primer trimestre de 2023, la inversión publicitaria digital en la industria automotriz alcanzó los 52.9 millones de dólares. Sin embargo, en el mismo período de 2024, se observará una ligera disminución, con una inversión de 48,4 millones de dólares. [admetricks.com](#)
- **Inversión por Concesionario:** Si bien no hay datos específicos para México, en Estados Unidos, los concesionarios de automóviles nuevos franquiciados gastaron un promedio de \$627,000 USD en publicidad en 2022, reflejando la competencia en el comercio minorista de automóviles .[Consultoría Aptic](#)

Plataformas Digitales para Promoción de Inventario:

Los concesionarios en México emplean diversas plataformas digitales para promocionar su inventario de autos usados. Algunas de las más destacadas incluyen:

- **Mercado Libre:** Es una de las principales plataformas de comercio electrónico en Latinoamérica, permitiendo a concesionarios y vendedores particulares publicar vehículos nuevos y usados. [Wikipedia, la enciclopedia libre](#)
- **Facebook Marketplace:** Ofrece una categoría específica de vehículos, facilitando a los concesionarios llegar a una amplia audiencia. Se ha asociado con líderes de la industria automotriz para ampliar su oferta. [Marketing4eCommerce](#)
- **Kavak:** Plataforma especializada en la compra y venta de autos usados certificados, brindando garantías y opciones de financiamiento, lo que la convierte en una opción atractiva para compradores y vendedores.
- **Seminuevos.com:** Portal dedicado exclusivamente a la compra y venta de vehículos autos usados certificados, utilizado por concesionarios para listar su inventario y conectar con compradores interesados .
- **SoloAutos:** Plataforma enfocada en vehículos usados, ofreciendo herramientas para que los concesionarios gestionen sus anuncios y lleguen a potenciales clientes.
- **Autocosmos:** Sitio web que permite a los concesionarios publicar su inventario de autos usados y nuevos, proporcionando información detallada y comparativa para los compradores.

- **Demotores:** Compañía de avisos clasificados dedicada a la intermediación entre vendedores y compradores de vehículos, operando en varios países, incluyendo México. [Wikipedia, la enciclopedia libre](#)

Comparativo: Enl@ceGrup vs Plataformas Digitales de Autos en México

Plataforma	Enfoque Principal	Limitaciones vs Enl@ceGrup
Mercado Libre	Marketplace general con sección de autos nuevos y usados.	Compete con vendedores particulares → pierde exclusividad. Costos altos de publicación/publicidad. Sin trazabilidad de ventas.
Facebook Marketplace	Red social con categoría de vehículos.	Mucho mercado informal. No hay garantías ni reglas de comisiones. Carece de seguridad y trazabilidad.
Kavak	Compra/venta de autos usados certificados con garantías y financiamiento.	Es competidor directo de los concesionarios. El inventario pasa a manos de Kavak, no de la agencia.
Seminuevos.com	Portal especializado en autos usados certificados.	Costos por paquetes de publicación. Mercado saturado, sin diferenciador operativo ni reglas de comisiones.
SoloAutos	Plataforma para autos usados.	Solo vitrina digital. No asegura cierres ni trazabilidad.
Autocosmos	Publicación de autos nuevos y usados con reseñas y comparativas.	Más marketing que ventas reales. No gestiona apartados, pagos ni validaciones.
Demotores	Portal de clasificados con presencia internacional.	Mercado abierto con particulares. Sin exclusividad ni control operativo. No estandariza procesos de concesionarios.

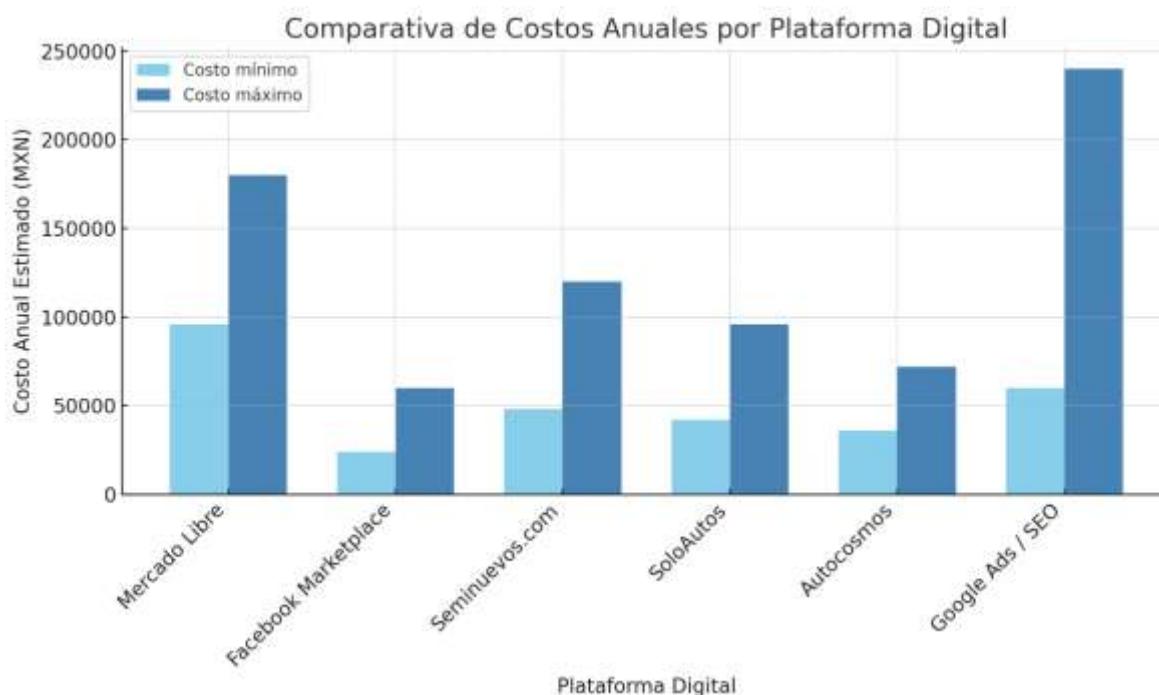
¿Qué aporta Enl@ceGrup que ninguna de estas plataformas ofrece?

1. **Ecosistema Cerrado y Profesional** → Solo concesionarios y asesores verificados participan, evitando la competencia desleal con mercado informal.
2. **Trazabilidad y Control Operativo** → Cada operación sigue un flujo digital con **detonantes** (Cliente Interesado, Proceso de Apartado, Cierre de Operación, etc.).
3. **Modelo de Costos Justo** → Sin suscripción, **% únicamente al concretar la venta** (unidad, financiamiento o PVA).
4. **Estandarización de Comisiones** → Reglas claras para concesionarios y asesores, eliminando conflictos internos.

5. **Soporte Operativo (COP)** → Coordinador de Operaciones que asegura validaciones, respaldo y eficiencia en cada paso.
6. **Ventas Cruzadas Seguras** → Permite que asesores comercialicen inventarios de otros concesionarios con equidad y trazabilidad.

Mientras las plataformas digitales son **vitrinas abiertas** que generan exposición pero no garantizan ventas ni control, **Enl@ceGrup es una herramienta de trabajo integral** diseñada para concesionarios: reduce el dominio del mercado informal, aumenta la participación en autos usados certificados y asegura ingresos con reglas claras.

¿Cuánto gasta un concesionario en México en plataformas digitales?



Los concesionarios se enfrentan al reto de promocionar su inventario de autos usados en múltiples plataformas digitales. Aunque esto aumenta la visibilidad, también representa un **alto costo mensual y anual**, muchas veces sin garantía de venta.

1. Gasto Estimado por Plataforma Digital (Anual):

Plataforma	Costo Mensual Promedio (MXN)	Costo anual estimado (MXN)
Mercado Libre Autos	\$8,000 – \$15,000	\$96,000 – \$180,000
Mercado de Facebook	\$2,000 – \$5,000	\$24,000 – \$60,000
Seminuevos.com	\$4,000 – \$10,000	\$48,000 – \$120,000
SoloAutos	\$3,500 – \$8,000	\$42,000 – \$96,000
Autocosmos	\$3,000 – \$6,000	\$36,000 – \$72,000

Plataforma	Costo Mensual Promedio (MXN)	Costo anual estimado (MXN)
Anuncios de Google / SEO propio	\$5,000 – \$20,000	\$60,000 – \$240,000

2. Promedio de Gasto Total por Concesionario:

- **Rango estimado anual:**
\$300,000 a \$700,000 pesos mexicanos por año, dependiendo de cuántas plataformas utilicen y qué tipo de plan contraten.
- **Observación:**
Este gasto **no incluye** la inversión en recursos humanos, fotografía profesional, herramientas CRM o publicaciones impulsadas.

3. Problemática del Gasto:

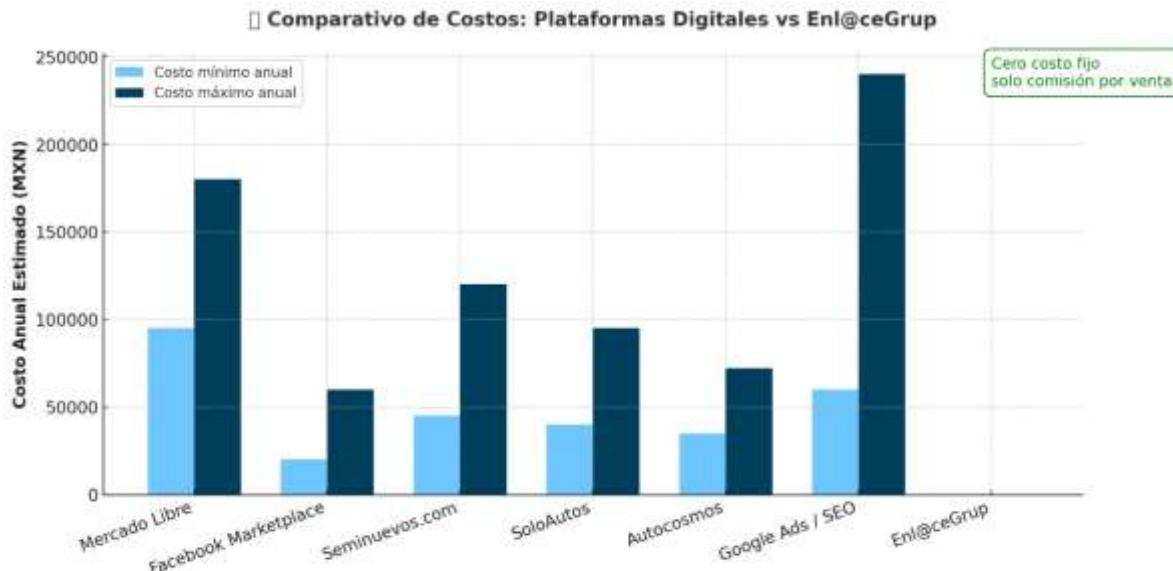
- Alta inversión constante sin resultados garantizados.
- Muchos llevan no son calificados.
- Dificultad para medir el retorno de inversión (ROI).
- El asesor muchas veces no está capacitado para gestionar eficientemente los leads digitales.

4. ¿Qué representa Enl@ceGrup frente a esto?

- Cero inversiones iniciales.
- Sin gastos mensuales.
- Se cobra solo si se concreta una venta.
- Herramienta exclusiva para asesores de ventas y concesionarios.
- No es un mercado: es un ecosistema de trabajo colaborativo.
- Más exposición, menos costos.

5. Conclusión:

Enl@ceGrup representa un modelo de eficiencia financiera y operativa para el concesionario. Frente a los altos costos actuales de publicidad digital, el ecosistema de Enl@ceGrup ofrece una alternativa **rentable, estructurada y alineada con el objetivo de vender más, con menos inversión.**



Plataformas digitales = gasto fijo en publicidad, sin garantía de ventas | Enl@ceGrup = costo \$0 fijo, comisión solo al vender

Alto Impacto – Enl@ceGrup para Concesionarios:

1. Conciencia del Problema Real

"Hoy, el concesionario promedio en México invierte entre \$300,000 y \$700,000 pesos al año en plataformas digitales para promocionar sus autos usados. Pero... ¿cuántas de esas inversiones terminan realmente en una venta?"

💡 "No es cuánto inviertes, es cuánto te devuelve esa inversión."

□ Ejemplo:

Una agencia en Querétaro invirtió \$50,000 al mes en tres portales. Durante 4 meses, el 80% de las ventas vinieron de recomendaciones o de piso. Redujeron campañas y descubrieron Enl@ceGrup como alternativa estratégica, sin gasto fijo.

- ¿Cuántas unidades se quedan en inventario más de 60 o 90 días?
- ¿Cuánto estás gastando solo por mantenerte visible?

2. Redefinir el Éxito Comercial

"El éxito ya no se mide por cuántos portales pagas. Hoy, el éxito es rotar inventario con eficiencia, con red y sin gastos innecesarios."

💡 "Gastar por anunciar es del pasado. Ganar por vender es el futuro."

□ Ejemplo:

Enl@ceGrup no cobra mensualidades. Solo se paga si se concreta una venta. Eso alinea los intereses entre el concesionario y el ecosistema.

- No hay suscripciones.
- No hay pagos mensuales.
- Solo se cobra si se concreta la venta.
- Se prioriza la eficiencia operativa y comercial.

3. Multiplica tu Fuerza de Ventas

"Imagina que tu agencia tiene 50 vendedores más... sin contratarlos, sin nómina adicional."

💡 “En Enl@ceGrup, cada asesor puede ser un vendedor de tu inventario.”

◻ Ejemplo;

Una agencia en Toluca vendió una unidad con 92 días en inventario gracias a un asesor externo del ecosistema. Venta cerrada, inventario rotado.

- Tu inventario se exponen a toda una red de asesores inscritos.
- Cada asesor puede ofrecerlo con respaldo y estructura.
- Aumentas tu alcance sin contratar a nadie nuevo.

4. El Tiempo Cuesta Dinero

"Cada día que un auto no se mueve, te cuesta dinero."

💡 “Lo que no se mueve, se deprecia. Lo que no se ofrece, no se vende”.

◻ Ejemplo;

Los detonantes automáticos de Enl@ceGrup al día 60 y 90 activan alertas y opciones de correspondencia. Se mueve lo que estaba detenido.

- Detonantes automáticos al día 60 y 90 de inventario.
- Opciones de bonificaciones para activar urgencia de venta.
- Rotación inteligente sin pagar por anuncios.

5. Posicionamiento del Concesionario

"¿Quieres seguir como una agencia tradicional... o liderar dentro de un ecosistema moderno, inteligente y colaborativo?"

💡 “Los concesionarios del futuro ya no compiten... colaboran.”

◻ Ejemplo;

Una agencia de Monterrey vendió dos autos en tres semanas gracias a asesores de otras ciudades. Sin gastos adicionales. Sin anuncios pagados.

- Un actor relevante en un mercado digital.
- Parte de una red profesional y con visión de largo plazo.
- Un referente en ventas eficientes y conectadas.

6. Argumento financiero

"¿Tiene sentido seguir pagando miles de pesos solo por estar visible?"

💡 "Si no hay venta, no hay cobro. Así de simple."

▣ Ejemplo;

En Enl@ceGrup, los concesionarios pagan solo si ganan. Así se protege la rentabilidad desde el inicio.

- Paga solo si vendes.
- Usas la plataforma como herramienta, no como gasto.
- Minimizas riesgos, maximizas retornos.

7. Visión estratégica

"No se trata solo de vender hoy. Se trata de cómo construir el modelo de venta del mañana."

💡 "El futuro no se improvisa. Se estructura".

▣ Ejemplo;

El COP da feedback, los asesores se certifican, se reconocen resultados. Es un ecosistema vivo, diseñado para mejorar continuamente.

- Feedback y coaching desde el COP.
- Certificaciones SEP-CONOCER para tu fuerza de ventas.
- Reconocimientos semestrales.
- Planes de fidelización a tu equipo y al cliente final.

8. Cierre Inspiracional

"Más del 90% de los autos usados se venden fuera de agencias. Con Enl@ceGrup, podemos recuperar ese mercado."

💡 Diferenciador clave:

- Enl@ceGrup = ecosistema **B2B** que **profesionaliza y potencia a los concesionarios** con trazabilidad, control y red de asesores.
- **Otras plataformas B2C** = solo visibilidad hacia el cliente final, sin control operativo ni beneficios internos para la agencia.



💡 “Los concesionarios del futuro ya no compiten... colaboran y es hora de conectarlos con Enl@ceGrup.”

- Profesional.
- Justo.
- Colaborativo.
- Sólido.

Fuentes y referencias del documento.

Este documento se ha elaborado con base en información proveniente de fuentes reconocidas y de acceso público, con el objetivo de ofrecer un panorama actualizado sobre la inversión en publicidad digital en México y su impacto en el sector automotriz.

❖ Nota aclaratoria:

Las cifras y análisis aquí citados corresponden a los períodos señalados en cada fuente. Aunque todas provienen de portales de consulta reconocidos, su grado de confiabilidad varía: **Statista**, **Admetricks** y **Aptic Consulting** se consideran de alta validez estadística y consultiva; **Marketing4eCommerce** y **ComparaSoftware** son medios especializados con información práctica del sector; mientras que **Wikipedia** aporta contexto general pero debe contrastarse con fuentes oficiales.