

## TABLA DE CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN.....  | 1  |
| 2. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....                        | 2  |
| 2.1. OBJETIVO GENERAL.....  | 2  |
| 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                                    | 2  |
| 2.3. ALCANCE.....   | 2  |
| 2.4. RESULTADOS ESPERADOS .....                                     | 3  |
| 3. MARCO CONCEPTUAL .....   | 4  |
| 3.1. INDUSTRIA AUTOMOTRIZ.....                                      | 4  |
| 3.2. METODOLOGÍA DIGITAL .....                                      | 6  |
| 3.3. MODELO DE NEGOCIOS.....  | 8  |
| 4. METODOLOGIA .....  | 10 |
| 5. DIAGNÓSTICO.....   | 11 |
| 5.1. RECOLECCIÓN DE ANTECEDENTES DEL MERCADO .....                  | 11 |
| 5.1.1. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD .....                             | 11 |
| 5.1.2. ENCUESTA REALIZADA A USUARIOS.....                           | 11 |
| 5.1.3. ENCUESTA REALIZADA A TALLERES .....                          | 16 |
| 5.1.4. MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE .....                        | 19 |
| 5.2. IDENTIFICACIÓN DEL INSIGHT .....                               | 20 |
| 5.2.1. ANÁLISIS COMPETITIVO DE TALLERES DE SERVICIO AUTOMOTRIZ..... | 20 |
| 5.2.2. ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN.....                                | 23 |
| 5.3. MERCADO POTENCIAL.....   | 25 |
| 5.4.1. DESCRIPCION DEL MERCADO .....                                | 25 |
| 5.4.2. DEFINICION DEL MERCADO POTENCIAL .....                       | 27 |
| 5.4. ANÁLISIS COMPETIDORES RELEVANTES.....                          | 30 |
| 5.5. ANÁLISIS DE MERCADO .....                                      | 32 |
| 5.6.1. ANTECEDENTES MERCADO AUTOMOTRIZ .....                        | 32 |
| 5.6.2. MERCADO DE VENTAS AUTOMÓVILES NUEVOS.....                    | 33 |
| 5.6.3. MERCADO DE VENTAS AUTOMÓVILES USADOS.....                    | 34 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 5.6.4. | TALLERES DE MANTENIMIENTO AUTOMOTRIZ .....             | 35 |
| 6.     | DISEÑO DE LA ESTRATEGIA .....                          | 38 |
| 6.1.   | DEFINICION DE ESTRATEGIA DE VALOR .....                | 38 |
| 6.1.1. | RELACIÓN DE VALOR Y MÍNIMO PRODUCTO VIABLE (MVP) ..... | 38 |
| 6.1.2. | DEFINICION DE INICIATIVAS DIGITALES .....              | 41 |
| 6.1.3. | DESARROLLO DE ANÁLISIS CANVAS DE INICIATIVAS .....     | 43 |
| 6.2.   | PROCESOS DE PLATAFORMA .....                           | 44 |
| 6.2.1. | PROCESOS DE CONOCIMIENTO.....                          | 44 |
| 6.2.2. | PROCESOS DE PERTENENCIA .....                          | 44 |
| 6.2.3. | PROCESOS DE NEGOCIO .....                              | 45 |
| 6.2.4. | PROCESO DE INNOVACIÓN Y SOPORTE .....                  | 46 |
| 6.3.   | PROCESOS ESTRATÉGICOS .....                            | 47 |
| 6.3.1. | ESTRATEGIA DE MONETIZACION .....                       | 47 |
| 6.3.3. | ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACION .....                     | 48 |
| 7.     | EVALUACIÓN ECONÓMICA.....                              | 52 |
| 7.1.   | ESTADO DE RESULTADO.....                               | 52 |
| 7.1.1. | INGRESOS .....   | 52 |
| 7.2.   | COSTOS .....   | 52 |
| 7.1.2. | ADMINISTRACIÓN .....                                   | 52 |
| 7.1.3. | RECURSOS HUMANOS.....                                  | 53 |
| 7.1.4. | MARKETING.....   | 55 |
| 7.1.5. | OPERACIONES.....                                       | 56 |
| 7.3.   | INVERSION.....   | 56 |
| 7.4.   | PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS DE RESULTADOS .....          | 56 |
| 7.5.   | INDICADORES FINANCIEROS .....                          | 58 |
| 7.6.   | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....                          | 59 |
| 7.7.1. | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POR COSTO .....               | 59 |
| 7.7.2. | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POR DEMANDA.....              | 60 |
|        | CONCLUSIONES.....                                      | 62 |
|        | RECOMENDACIONES .....                                  | 64 |
|        | BIBLIOGRAFÍA .....                                     | 65 |
|        | ANEXOS .....   | 67 |

|  |    |
|--|----|
| ANEXO A: Entrevistas exploratorias usuarios y talleres ..... | 67 |
| ANEXO B: Encuesta de caracterización .....                   | 69 |
| ANEXO C: Análisis CANVAS de iniciativas para MVP.....        | 70 |
| ANEXO D: Venta de vehículos por categoría en RM.....         | 75 |
| ANEXO E: Procesos de conocimiento .....                      | 76 |
| ANEXO F: Procesos de Pertenencia .....                       | 77 |
| ANEXO G: Procesos de Negocio.....                            | 78 |
| ANEXO H: Procesos de Mejora Continua.....                    | 82 |
| ANEXO I: Flujo de caja .....                                 | 83 |
| ANEXO J: Customer Journey .....                              | 84 |