Plan de negocios

RosettaDMS — Conecta a la marca con todos sus dealers sin importar su DMS: por API o con un agente de IA que lo opera como un asesor, un cerebro central que traduce todo, servidor MCP y voz con Allo.

1. Resumen

RosettaDMS conecta cada dealer con el mejor método disponible: si su DMS tiene API la usa; si no, un agente de IA con computer use entra con un usuario dedicado y opera el sistema como un asesor (ve la pantalla, navega menús, baja reportes y captura citas). Todo llega a un cerebro central que lo traduce a un solo esquema (Rosetta Schema) con historial por VIN, y desde ahí sale hacia la marca (consola, data lake, alertas), hacia agentes de IA por un servidor MCP y hacia una recepcionista de voz con Allo que contesta y agenda contra la agenda real del taller. El dealer no paga ni instala nada.

Todos tus dealers. Cualquier DMS. Un solo idioma.

2. Problema

- Cada grupo distribuidor eligió su DMS hace años: una marca con cientos de puntos de venta convive con decenas de sistemas distintos y no ve en tiempo real servicio, partes ni inventario.
- La mayoría de los DMS en México no tiene API abierta; integrar cada uno cuesta meses y depende de su proveedor.
- El cliente final paga la fragmentación: nadie contesta para agendar, la pieza no está cuando llega y el estatus del auto no es real.

3. Solución y producto

- Conecta: conector API (REST/SOAP, SFTP, webhooks) o conector computer use en un escritorio virtual aislado que graba cada sesión; modo híbrido cuando la API no cubre todo.
- Traduce: Rosetta Schema unifica 'OT', 'RO', 'Orden' y 'Work order' en la misma entidad; historial completo por VIN aunque el auto pase por varios dealers.
- Piensa: demanda de partes Just-in-Time, alertas tempranas de calidad por modelo, lote o región, y dealers en riesgo.
- Actúa: escribe citas, prospectos y reservas de partes en el DMS con validación previa; reglas automáticas (SLA de leads, aviso de 'auto listo').
- Expone: servidor MCP (buscar_disponibilidad, agendar_cita, estatus_orden, existencia_parte, inventario_unidades, historial_vin) y capa de voz y SMS con Allo.

Tecnología

- Agentes de computer use con playbooks por DMS y adaptación por visión cuando cambia una pantalla.
- Adaptadores API reutilizables y esquema de datos común con historial por VIN.
- Servidor MCP propio; integración con Allo (API, webhooks y su propio MCP) para voz, SMS y resúmenes de llamadas.
- Bóveda de credenciales cifradas, sesiones grabadas, datos seudonimizados hacia la marca (LFPDPPP).

4. Mercado

Nivel	Tamaño anual	Cómo se calcula
TAM	US$10 M	~2,800 distribuidores automotrices en México (AMDA) × ~US$3.6k/año por dealer conectado
SAM	US$4 M	Marcas con red de 100+ dealers y DMS heterogéneos (~1,100 dealers de las marcas de mayor volumen)
SOM	US$500k	~150 dealers conectados de 1–2 marcas en 24–36 meses a ~US$3.6k/año

Datos de soporte:

- Más de 2,800 distribuidores de 75 marcas en 210 ciudades (AMDA).
- 1.52 M de autos nuevos vendidos en 2025 (INEGI); 1.62 M según AMDA.
- El sitio cita el caso típico de una marca con más de 200 puntos de venta y 9 DMS distintos (ejemplo ilustrativo, no un cliente).

Las cifras de mercado son estimaciones a partir de fuentes públicas; validar antes de enviar a fondos institucionales.

5. Cliente objetivo

- Armadoras y marcas (OEM) con redes de distribuidores en México.
- Grupos automotrices con varios DMS entre sus agencias.
- A futuro: marcas multipaís en LatAm, motos, camiones y maquinaria.

6. Modelo de negocio y precios

SaaS que paga la marca por dealer conectado; el dealer nunca paga. Piloto de 30 días con 4 dealers y 4 DMS distintos. La licencia de voz de Allo se contrata por separado y la marca puede patrocinarla. Los precios por dealer todavía no son públicos: los de esta tabla son una propuesta para el modelo.

Concepto	Precio
Piloto (30 días, 4 dealers, 4 DMS)	Sin costo para el dealer; precio a la marca por definir
Red Nacional: dealers ilimitados, sincronización cada hora	Propuesta: ~US$300 por dealer al mes
Enterprise: despliegue en la nube de la marca, SSO, SLA	A la medida
Voz con Allo	Licencia aparte (proveedor independiente)

7. Estrategia comercial (go-to-market)

- Programa piloto: 4 dealers con DMS distintos, 30 días, sin costo para el dealer.
- Venta a la marca (OEM), no dealer por dealer: la marca financia la red y la recomienda a sus distribuidores.
- Entrada por la red automotriz de Menteia (Vamo en piloto con agencias Ford/Lincoln).
- Cada DMS mapeado se vuelve reutilizable: el siguiente dealer con ese DMS se conecta en minutos.

8. Competencia y posicionamiento

Alternativa	Qué ofrece	Nuestra ventaja
Proveedores de DMS (CDK, Reynolds, Quorum, DMS locales)	Integración solo con su propio sistema	Une todos los DMS de la red en un solo esquema
Integradores de datos automotrices (p. ej. Authenticom/DealerVault)	Extracción de datos de DMS, foco en EE.UU.	Lee y escribe, funciona sin API y expone MCP para agentes
RPA genérico (UiPath, Automation Anywhere)	Bots frágiles, proyecto por cliente	Playbooks por DMS reutilizables y adaptación por visión
Reportes en Excel y portales de la marca	Datos tarde y captura doble	Datos diarios u horarios sin capturar nada

9. Ventajas defendibles

- Funciona con DMS sin API (escritorio, terminales AS-400, Citrix/RDP, desarrollos propios), que son la mayoría en México.
- Sin costo ni instalación para el dealer: la marca paga por dealer conectado.
- Bidireccional: no solo lee reportes, también agenda y aparta partes dentro del DMS.
- Hecho para agentes de IA: cualquier bot, call center o recepcionista de voz puede actuar en toda la red vía MCP.

10. Tracción

- Sitio y demo interactiva publicados en rosettadms.menteia.com (consola con dealers y cifras ficticias).
- Programa piloto definido: 4 dealers con 4 DMS distintos en 30 días.
- Integración con Allo diseñada (MCP, webhooks y API); aún sin clientes ni piloto en curso.

11. Equipo

Socio	Rol	Participación en Menteia
Rafael Herrera	CEO / CFO	33.3%
Vladimir Díaz	CTO	33.3%
Francisco D'Angelo	Director Legal y Cumplimiento	33.3%

Contrataciones financiadas por la ronda:

- Ingeniero(a) full-stack Sr. — desde mes 1
- Ejecutivo(a) de ventas B2B — desde mes 5
- Customer success / implementación — desde mes 12

12. Proyección financiera (24 meses)

Trimestre	Ingresos	Gastos	Flujo neto	Flujo acumulado
T1	US$0	US$34,965	US$-34,965	US$-34,965
T2	US$2,400	US$41,127	US$-38,727	US$-73,691
T3	US$11,700	US$44,370	US$-32,670	US$-106,361
T4	US$36,000	US$47,248	US$-11,248	US$-117,608
T5	US$60,300	US$52,680	US$7,620	US$-109,988
T6	US$84,600	US$53,004	US$31,596	US$-78,392
T7	US$108,900	US$53,328	US$55,572	US$-22,819
T8	US$131,100	US$53,652	US$77,448	US$54,629

- Ingreso mensual (MRR) al mes 24: **US$45,000** (ARR US$540,000)
- Gasto total 24 meses: **US$380,371**; ingresos acumulados: **US$435,000**
- Punto de equilibrio mensual proyectado: **mes 14**

Supuestos de ingreso:

- Piloto sin ingreso hasta el mes 4; los 4 dealers del piloto pagan desde el mes 5.
- Desde el mes 8 se conectan ~9 dealers por mes de la red de la marca: ~150 en el mes 24.
- Precio propuesto: US$300 por dealer conectado al mes, pagado por la marca.
- IA incluye el cómputo de agentes de computer use y escritorios virtuales.

13. La ronda

- Monto: **US$425,000** por **29.8%** (pre-money US$1,000,000, post-money US$1,425,000).
- Detalle de uso de fondos en *06_Modelo_Financiero_y_Ronda*.

14. Riesgos y mitigación

Riesgo	Mitigación
Sin piloto ni clientes todavía	Piloto de 30 días sin costo para el dealer; primera marca vía la red de Vamo
Licencias de DMS que prohíben usuarios automatizados	Revisión legal por DMS; preferir API cuando exista; el dealer crea y revoca el usuario
Fragilidad del computer use si cambian las pantallas	Playbooks versionados, adaptación por visión y monitoreo de cada sincronización
Ciclo de venta largo con armadoras	Empezar por grupos automotrices y una marca mediana
Dependencia de Allo para la voz	La voz es un módulo; el núcleo funciona sin ella y hay proveedores alternos