Roadmap 24 meses

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.

Próximas 8 semanas (antes de pedir dinero)

Lo que YC recomienda hacer primero: hablar con usuarios, cobrar pronto y conseguir 10 clientes que de verdad usen el producto.

- Hablar con 10 directores de posventa de marcas y grupos.
- Conectar un DMS real por computer use y medir confiabilidad.
- Firmar el primer piloto de 4 dealers.
- Revisión legal de licencias de DMS.

Hitos ligados al uso de fondos. Cada trimestre tiene un entregable verificable por el inversionista.

Meses 1–6: Primer piloto

- Piloto con 1 marca o grupo (4 dealers, 4 DMS)
- 3 DMS mapeados con playbook
- Convertir el piloto a contrato

Meses 7–12: Red de una marca

- 40 dealers conectados
- Voz con Allo en producción
- Pedido JIT de partes en uso

Meses 13–18: Segunda marca

- Segunda marca
- 90 dealers conectados
- Alertas de calidad para la marca

Meses 19–24: Escala

- ~150 dealers conectados
- Primer cliente fuera de México

- Punto de equilibrio

Features que responden a quejas de la competencia

Salen del análisis 09_Competencia_y_Quejas: lo que los clientes reclaman a los competidores y que nosotros aún no cubrimos del todo.

Meses 1–6

- **Conector computer use para DMS sin API (escritorio, AS-400, Citrix)** (parcial, alta): Solo existe en demo con dealers ficticios; aún no ha operado ningún DMS real ni medido confiabilidad.
- **Adaptación por visión y playbooks versionados contra cambios de pantalla** (parcial, alta): Diseñado como respuesta a la fragilidad del RPA, pero sin prueba en un DMS real que haya cambiado de versión.
- **Rosetta Schema: esquema común e historial por VIN** (parcial, alta): Definido y visible en la demo; falta mapear al menos 3 DMS reales (meta del piloto).
- **Escritura bidireccional (citas, prospectos, apartado de partes) con validación** (parcial, alta): Diferenciador frente a integraciones de solo lectura; hoy solo en demo.
- **Conectores API reutilizables (REST/SOAP, SFTP, webhooks)** (parcial, alta): Adaptadores descritos en el stack; ninguno conectado a un DMS en producción.
- **Monitoreo de salud de sincronización con alerta inmediata** (falta, alta): Mencionado como mitigación de riesgo pero no construido; competidores tardan días en avisar de datos rezagados.
- **Dictamen legal por DMS sobre usuarios automatizados y propiedad del dato** (falta, alta): Pendiente revisión con abogados; los DMS grandes han bloqueado accesos de terceros y los han llevado a juicio.
- **Seguridad: bóveda de credenciales, sesiones grabadas, acceso revocable, seudonimización** (parcial, alta): Diseñado (LFPDPPP); sin auditoría ni certificación (p. ej. SOC 2) que pida una armadora tras el caso CDK.

Meses 7–12

- **Servidor MCP para agentes (6 herramientas)** (parcial, media): Herramientas definidas en el sitio; sin operar contra datos reales de un dealer.
- **Voz y SMS con Allo agendando contra la agenda real del taller** (parcial, media): Integración diseñada (API, webhooks, MCP), no construida; meta de producción en meses 7–12.
- **Exportación al data lake de la marca y formatos estándar (STAR)** (falta, media): La propuesta promete datos al data lake; falta conector concreto y salida en estándares que la armadora ya usa.
- **Resiliencia ante caídas del DMS (caché, cola de escrituras, modo degradado)** (falta, media): No descrito; tras el ransomware de CDK las marcas valoran seguir viendo datos aunque un DMS caiga.
- **Precio público por dealer y SLA contractual** (falta, media): Precio solo propuesto (~US$300/dealer/mes); la falta de precios públicos es queja común contra integradores.

Meses 13–18

- **Pedido JIT de partes y alertas de calidad en producción** (falta, baja): Módulos predictivos en roadmap; requieren datos reales acumulados de varios dealers.

Meses 19–24

- **Exportar datos para migración de DMS a petición del dealer** (falta, baja): Aprovecharía el esquema común para resolver el dolor de cambiar de DMS (caso Tekion vs CDK).

Métricas que reportaremos cada trimestre

- Dealers conectados y DMS mapeados
- Tiempo de alta por dealer
- Sincronizaciones exitosas (%)
- Citas agendadas vía RosettaDMS (voz, WhatsApp, MCP)
- Llamadas contestadas por IA
- MRR por marca y churn