

Tipo de documento: Tesis de maestría



Escuela de Negocios. EMBA | Executive MBA

AutoCheck. Business Plan

Autoría: Yelpez, Gonzalo

Año: 2024

¿Cómo citar este trabajo?

Yelpez, G. (2024). *AutoCheck. Business Plan*. [Tesis de maestría. Universidad Torcuato Di Tella]. Repositorio Digital Universidad Torcuato Di Tella

<https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/13282>

El presente documento se encuentra alojado en el Repositorio Digital de la Universidad Torcuato Di Tella bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial- Compartir igual 4.0 Argentina
Dirección: <https://repositorio.utdt.edu>



BUSINESS PLAN

Buenos Aires, septiembre 2024

TUTOR
MARTIN GRADEL

AUTOR
GONZALO YELPEZ
EMBA 2022

Contenidos

1. Resumen ejecutivo.....	4
1.1 Términos clave.....	6
2. La industria.....	6
2.1 Mercado Automotor en Argentina.....	6
2.2 Mercado Automotor nuevo (cero kilómetro)	6
2.3 Mercado Automotor usado.....	7
2.4 Competidores.....	8
3. Oferta	9
3.1 Propuesta de valor	9
3.2 Visión del producto	10
3.3 Entorno Competitivo (Internal Competitive Benchmarking)	12
3.4 Factores de diferenciación de AutoCheck.....	14
3.5 Mapa de Precio-Diferenciación.....	15
4. El mercado / sector	16
4.1 Evaluación entorno externo	16
4.1 Análisis PEST.....	19
4.2 Captación de mercado	19
4.3 Proyecciones de venta	20
5. Evaluación de la situación interna.....	23
5.1 Análisis FODA	23
6. Plan de Marketing	24
6.1 Timeline.....	24
6.2 Desarrollo marcario.....	25
6.2.1 Atributos de marca.....	25
6.2.2 Job to be done.....	26
6.2.3 Posicionamiento.....	26
6.2.4 Identidad Visual	26
6.2.4.1 Manual de Marca	27
6.2.4.2 Tipografía y código de colores	27
6.2.4.3 Landing page y aplicación mobile	28
6.2.5 Voz de la Marca.....	29
6.2.6 Marketing mix	30

6.2.6.1 Precio	30
6.2.6.2 Producto.....	30
6.2.6.3 Plaza/Alianzas.....	30
6.2.6.4 Promoción.....	32
6.3 Intermediarios.....	32
6.4 Plan de Comunicación y Social Media.....	33
6.4.1 P.U.V.	33
6.4.2 Mix Promocional	33
6.4.3 Objetivos SMART.....	34
6.4.4 Segmentación de audiencia	35
6.4.5 Buyer Persona	35
6.4.6 Estrategia de Conversión al Buyer Persona.....	36
6.4.7 Categoría de contenidos	36
7. Plan operacional.....	37
7.1 Cadena de valor	37
7.2 Actividades primarias.....	37
7.3 Actividades de soporte.....	37
7.4 Modelo de procesos.....	38
7.5 Journey del cliente	39
8. Plan Organizacional.....	40
8.1 Misión y visión.....	40
8.2 Organigrama.....	40
8.3 Aspectos legales	42
9. Plan financiero	42
9.1 Principales Proyecciones.....	43
9.2 Ingresos.....	43
9.3 Headcount.....	44
9.4 General & Other Expenses	44
9.5 Marketing Expenses	45
9.6 Other Expenses	46
9.7 Flujo de Caja Libre	46
9.9 WACC.....	47
9.10 Valuación del proyecto.....	47

9.10.1 VNA	47
9.10.2 TIR	48
9.10.3 Socios y capital inicial.....	48
9.10.4 Análisis de sensibilidad	48
10. Anexos bibliografía y fuentes	50

1. Resumen ejecutivo

AutoCheck es una innovadora solución para la compraventa segura de autos usados, inicialmente, en el mercado argentino. Es un servicio de inspección, testeo, control, revisión e informe final sobre 200 puntos clave a contemplar al momento de la compraventa de un automóvil usado. El servicio está pensado para ser realizado en una red de Centros de Testeos, quienes oficiarán como partners de la marca. El informe detalla fecha y responsable de la realización, todo este proceso estará registrado y traqueado en BlockChain a fin de preservar la seguridad de todas las partes. Si bien AutoCheck puede ser contratado en forma directa o particular, tanto por la parte vendedora como por la parte compradora, está pensado como un complemento a las publicaciones de automóviles usados en plataformas online, como puede ser MercadoLibre (líder en el sector) o Kavak, brindando así una mejor experiencia de compra y una mayor tranquilidad técnica en la operación.

AutoCheck nace con el propósito de cerrar brechas en términos de desconfianza, desconocimiento, malas prácticas y abusos por falta de conocimiento o información que suelen presentarse al momento de considerar la compra de un automóvil usado. Frases como *“prefiero pagar más porque es de un conocido”* o *“tengo desconfianza porque de autos no entiendo mucho”* quedarían reducidas a la mínima expresión.

Los Centros de Testeo, partners quienes realizarán de “brazo ejecutor” para AutoCheck, será sobre una red de plataformas validadas y existentes en el rubro automotor, como ser: estaciones de servicio Axion, Shell, YPF Boxes, o sucursales de NorAuto, Neumen y Daytona, tomando ventaja de su validación y trayectoria, como también acompañar sus costos fijos hundidos.

Ventajas competitivas de AutoCheck:

- Desarrollo de aplicación exclusiva e independiente donde se volcará la agenda, el historial y el reporte final, posibilitando la vinculación con MercadoLibre, Kavak u otras plataformas online.
- Influencia en potenciales socios estratégicos clave para establecer la red de servicios (brazo ejecutor).

El desarrollo de la plataforma AutoCheck será realizado de forma interna en el equipo de IT, tomando las mejores prácticas disponibles del mercado, así como también, recopilando información con el fin de generar base de desarrollos a futuro e inteligencia artificial para ampliar la oferta de servicios y siguientes desarrollos.

Para el caso de los Centros de Testeo, AutoCheck generará diferentes áreas de mejora a su nivel actual de operación:

- El test de AutoCheck aumentará de forma orgánica la cantidad de clientes a su oferta de servicios actual.

- Una vez que el cliente se encuentre en su espacio de testeo y se identifiquen puntos de mejora detallados en el servicio de revisión, se abrirán oportunidades de venta de servicios adicionales. Por ejemplo, si se identifica una luz que no enciende, se podría proponer el cambio en ese momento, generando un ticket extra para el Centro de Testeo.
- Después que el automóvil chequeado haya sido vendido, tanto el Centro de Testeo, AutoCheck, como la misma plataforma de venta (Mercadolibre/Kavak) puede enviar mensajes al nuevo dueño, generando recordatorios de mantenimiento y revisión general basada en los puntos revisados en el automóvil.
- A los Centros de Testeo que sean parte de la red AutoCheck no requerirá contratar personal extra ni incurrir en costos adicionales para ofrecer el servicio.

El desembarco de AutoCheck es creciente e inicia su operación en las áreas donde la mayor cantidad de transacciones de autos usado son realizadas en el país: Gran Buenos Aires y Capital Federal.

Una vez asentado el primer año con AutoCheck activo en sus áreas de inicio, la operación será ampliada a las zonas donde el nivel de transacciones de automóviles usados mayor volumen indiquen (dato Cámara del Comercio Automotor), en este caso, y con información 2023 sería: Córdoba, Santa Fé, Mendoza y así sucesivamente, hasta completar la geografía total del país en el plazo de 5 años.

Si bien inicialmente está pensado de forma B2C, AutoCheck a vendedor o comprador del automóvil, a futuro serán contemplados otros formatos de negocio B2B, como ser:

- Venta de servicio de chequeo AutoCheck a más centros de testeo como brazo ejecutor del servicio, ejemplo: lubri-centros, gomerías o talleres generales.
- Venta de servicio de chequeo AutoCheck a terminales automotrices como centros de testeo, ejemplo: Renault podrá brindar el servicio de AutoCheck a un automóvil que ya haya finalizado su garantía, volviendo así a retomar contacto con un nuevo cliente con su unidad usada.

Trazando objetivos a mediano plazo, consideramos el desarrollo de “AutoCheck Turbo”, basando su tecnología en Inteligencia Artificial. Durante el inicio y mientras se lleve adelante el servicio base en sus primeros 30 meses, será tomada toda la información de negocio y parque automotor, desarrollando una nueva solución sostenida en Inteligencia Artificial para que el chequeo pueda ser realizado de forma autónoma con imágenes, videos y sonidos que el automóvil realice y el interesado pueda tomar en forma particular. De esta manera, simplificaríamos los pasos intermedios al momento del test, complementado un line up más amplio versus el servicio inicial.

La inversión total que requiere AutoCheck para operar es de USD 568.323, logrando su punto de equilibrio durante el año 2. De esta forma, se obtendrá un VAN a cinco años de USD 1.616.298.-

1.1 Términos clave

- **AutoCheck:** Es nuestra identidad, es la solución innovadora para la compra segura de autos usados en el mercado argentino.
- **Autos usados:** Es nuestro mercado, el tipo de vehículos que AutoCheck ayuda a compradores y vendedores a transaccionar de manera rápida, ágil y segura.
- **Chequeo:** El servicio central brindado por AutoCheck, consiste en un examen exhaustivo de 200 puntos clave del auto usado.
- **Blockchain:** Es la tecnología utilizada para garantizar la seguridad y transparencia del proceso de inspección, brindando confianza a todas las partes involucradas.
- **Partners:** Es el grupo de Centros de Testeo, brazo ejecutor de AutoCheck para llevar adelante su servicio.

Describiendo fácilmente AutoCheck, podremos promover nuestro servicio, comunicando claramente nuestros beneficios a consumidores y posicionarnos en el sector.

2. La industria

2.1 Mercado Automotor en Argentina

A las complejidades propias del país, que se intensifican en comparación con el resto de la región, se suman diversos factores económicos, políticos y sociales que presentan desafíos adicionales en el sector automotor. Entre ellos, cabe destacar la alta inflación experimentada en los últimos años, la volatilidad del tipo de cambio que ha generado gran incertidumbre, las caídas en ventas como consecuencia de estos factores, las restricciones a las importaciones que limitan la disponibilidad de autos en el mercado y, por último, el escaso o muy caro acceso al crédito, lo que dificulta la compra de autos para muchos consumidores

2.2 Mercado Automotor nuevo (cero kilómetro)

A nivel producción de automotores, en 2023 se alcanzó una producción de 510.715 unidades, 13.7% más que el año anterior, de igual modo, aún con volúmenes muy por debajo de los realizados prepandemia.

A nivel ventas, en 2023 se totalizaron 402.000 nuevos automóviles patentados, un 5.9% menos que el año anterior. Esto se debe, principalmente, a los datos de contexto detallados en el punto 2.1

2.3 Mercado Automotor usado

Sector en el que AutoCheck focaliza su operación. A diferencia del mercado de automotores nuevos y tomando como base las mismas razones que complican al sector, el segmento usado es muy activo mostrando crecimientos de manera casi constante. En 2023 han sido realizadas más de 1.650.000 transacciones (cambios de titularidad en registro), representando 3,75 más veces que los autos nuevos. Siendo un negocio total anual de USD 15.625.000.000, es un jugador clave en la economía.

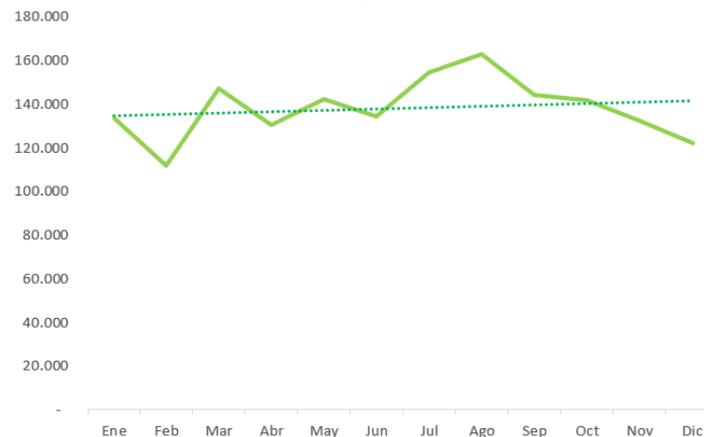
El 55% de los automóviles publicados en MercadoLibre responden a profesionales: agencias o concesionarias, los cuales pueden tomar en parte de pago otros autos y también tienen la modalidad de consignación hasta la venta final. El 45% restante, son particulares.

El crecimiento de las plataformas online es cada vez más significativo en el este sector, liderado por MercadoLibre, pero con Kavak llevando adelante un crecimiento sostenido desde su ingreso al país.

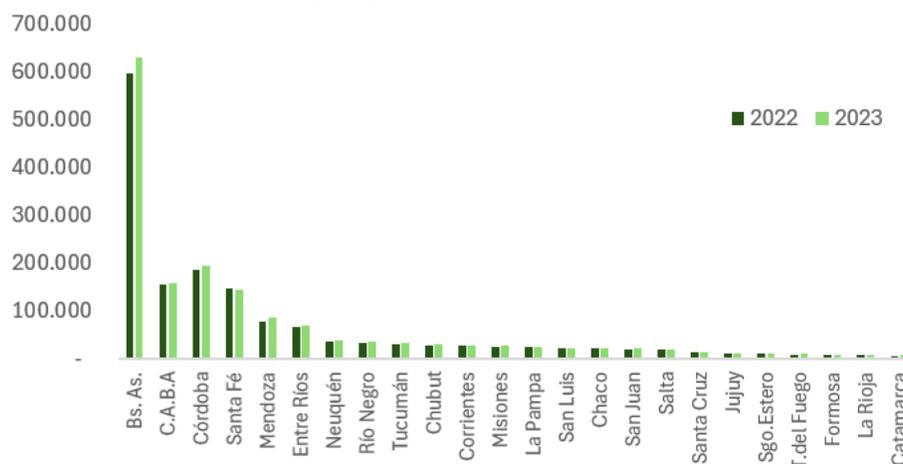
Transferencias de automóviles por provincia y mes, 2023 (*1)

2023	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	%
Bs. As.	51.080	42.892	56.370	50.267	54.393	50.530	58.990	61.106	54.800	54.054	50.621	46.409	631.512	38%
C.A.B.A	12.943	10.757	14.268	12.787	13.384	13.237	14.718	15.534	13.855	12.480	12.085	12.089	158.137	10%
Córdoba	15.254	13.574	17.286	15.428	16.790	16.459	18.540	19.181	16.864	16.374	15.317	14.133	195.200	12%
Santa Fé	11.445	9.937	12.937	11.289	12.338	11.654	13.475	14.445	12.513	12.134	10.976	10.055	143.198	9%
Chaco	2.009	1.479	1.930	1.654	1.871	1.763	2.167	2.295	2.030	2.043	1.779	1.613	22.633	1%
Chubut	2.550	2.171	2.753	2.455	2.572	2.273	2.648	2.727	2.461	2.582	2.438	2.181	29.811	2%
Corrientes	2.363	1.857	2.523	2.093	2.457	2.307	2.689	2.944	2.532	2.449	2.321	2.117	28.652	2%
Entre Ríos	5.165	4.497	5.896	5.433	6.055	5.621	6.160	6.843	5.966	6.240	5.582	4.961	68.419	4%
Formosa	818	614	754	592	629	606	915	934	779	743	652	595	8.631	1%
Jujuy	976	791	1.019	836	957	803	1.059	1.105	947	962	928	730	11.113	1%
La Pampa	2.048	1.768	2.238	2.135	2.198	2.029	2.333	2.439	2.303	2.148	1.999	1.868	25.506	2%
La Rioja	603	403	658	514	622	594	676	741	629	635	573	549	7.197	0%
Mendoza	6.632	5.443	7.629	6.739	7.728	7.236	7.622	8.488	7.471	7.562	7.157	6.665	86.372	5%
Misiones	2.317	1.717	2.283	2.058	2.304	2.198	2.558	2.710	2.290	2.342	2.231	1.736	26.744	2%
Neuquén	3.060	2.546	3.526	3.055	3.348	3.127	3.590	3.866	3.545	3.389	3.203	3.030	39.285	2%
Río Negro	2.619	2.365	3.154	2.729	3.090	2.845	3.154	3.379	2.964	2.983	2.814	2.481	34.577	2%
Salta	1.666	1.364	1.674	1.316	1.502	1.526	1.863	2.031	1.561	1.857	1.595	1.466	19.421	1%
San Juan	1.767	1.494	1.942	1.818	1.983	1.811	2.213	2.216	1.901	1.962	1.837	1.663	22.607	1%
San Luis	1.703	1.376	1.848	1.685	1.829	1.850	2.236	2.252	2.108	2.021	1.924	1.854	22.686	1%
Santa Cruz	1.267	920	1.184	985	1.146	971	1.229	1.200	1.151	1.155	1.347	1.170	13.725	1%
Sgo. Estero	946	678	824	720	882	856	963	1.057	940	954	850	790	10.460	1%
T.del Fuego	764	617	853	783	816	740	816	775	737	776	845	816	9.338	1%
Tucumán	2.572	1.945	2.707	2.294	2.696	2.566	3.095	3.435	2.868	3.073	2.682	2.555	32.488	2%
Total	133.073	111.584	146.826	130.167	142.181	134.099	154.367	162.403	143.807	141.550	132.314	122.024	1.654.395	100%

Transferencias de automóviles acumulada total por mes 2023



Transferencias de automóviles total por provincia 2022 vs 2023



Encontramos así una participación por provincia estable en el tiempo, por otro lado, no se visualiza una diferencia de temporalidad de acuerdo con el momento del año que se realizan las transacciones, siendo febrero el mes de menor volumen (-26.000 sobre promedio) y agosto el de mayor volumen (+24.000 sobre promedio).

Argentina cuenta con un promedio mensual de 137.800 automóviles usados comercializados (transferencias/mes). El peso por área geográfica está liderado por Buenos Aires con un 38.4%, seguido por Córdoba con un 11.8%, CABA con un 9.73% y Santa Fé con un 8.74%.

Solo MercadoLibre cuenta con un promedio de 210.000 publicaciones de automóviles usados, el 25% de las mismas son en formatos de pagos, en sus versiones Especial y Premium. (*2)

2.4 Competidores

A nivel local existen numerosas empresas pequeñas con servicios similares, ejemplos: CheckCAR empresa que tiene 6 años en el mercado, estructura chica (no mayor a 3 personas) con base y

operación en AMBA, lleva 720 diagnósticos realizados, de los cuales se desprenden 390 ventas concretadas y VerifiCar emprendimiento de 1 persona, también con base en AMBA y con la posibilidad de prestar su servicio en cualquier plaza sumando sus viáticos, si bien no se cuenta con información de su operación, focaliza sus esfuerzos en autos de alta gama.

Continuando con el análisis de competidores, debemos aclarar que en esta lista pueden ser contemplados a casi todos los pequeños talleres multimarca a quien se le solicite el pedido específico de verificación de un vehículo, de igual manera, ninguno propone un servicio estandarizado ni corriendo sobre plataformas transparentes que también permitan tener el registro comparable con otra unidad, como tampoco ofrecen una red de centros de testeo previamente reconocidos y validados.

A nivel internacional se encuentran diferentes empresas con muchos años llevando adelante este tipo de servicio, acompañando y validando los precios de los automóviles publicados en las mismas publicaciones, ejemplo: Carfax, empresa con más de 35 años de experiencia, 30.000M de registros, 50.000 empresas clientes, 35 integraciones con plataformas de ventas de automóviles, presencia en más de 22 países. Se trata de una empresa que centraliza tanto verificaciones del vehículo como de su documentación e historia. (*3)

3. Oferta

AutoCheck ofrece un único servicio y el mismo se trata de una revisión full del automóvil, contemplando 200 puntos entre parte mecánica, estética (carrocería), eléctrica, interior y usos varios que proponga la unidad. El tipo de reporte final será compartido por el solicitante y podrá quedar disponible en la publicación de MercadoLibre o Kavak (a definir por la plataforma y el vendedor), lo que posibilitará una venta más rápida y segura.

Para la estimación de los precios de AutoCheck toma como referencia los actuales servicios similares que ofrecen las empresa VerifiCar que es de USD 75 y CheckCar en este caso siendo USD 65.

Para posicionarse en forma competitiva, con todas las ventajas del servicio adicionales que más adelante serán desarrolladas, se estima el valor del Testeo AutoCheck en USD 68, de este se contemplará un costo del 30% destinado para el Centro de Testeo que realice cada testeo.

3.1 Propuesta de valor

La propuesta de valor de AutoCheck puede ser analizada desde tres perspectivas:

- Ventaja competitiva del Centro de Testeo AutoCheck seleccionado: visita orgánica de nuevos clientes, en este caso con cita programada de acuerdo con su agenda disponible, o sea, los usuarios podrán ser dirigidos de acuerdo con lo que el establecimiento disponga. Una vez que se esté realizado el testeo AutoCheck, el mismo centro puede recomendar mejoras rápidas y sencillas de acuerdo con el automóvil evaluado, ejemplo: cambio de foco quemado, agregar aceite o reparación sencilla.

- Ventaja competitiva del canal de venta, ejemplo MercadoLibre / Kavak: el principal diferenciador será la experiencia al usuario, posibilitando un mayor grado de información para las partes, minimizando dudas en la operación y generando mayor confianza con el producto publicado. Por otra parte, la plataforma tendrá disponible la información clave, como ser el momento que sea realizada la operación, ofreciendo servicio de gestoría u opciones de seguros para el automotor y su nuevo dueño. De la misma manera, al contar con el detalle de la información recabada en el testeo, posibilitará un seguimiento propicio al vehículo y los próximos eventos necesarios que surjan del mismo, ejemplo: si el vehículo tiene neumáticos prontos a ser reemplazados, luego de un tiempo se podrá accionar a ese cliente directo y para esta categoría alguna propuesta comercial.
- Ventaja competitiva para el usuario final: cerrar brechas de desconocimiento. Generar mayor grado de confianza con el automóvil posible a ser comprado, minimizar malas prácticas y abusos por parte de vendedores maliciosos. Tener la libertad de poder comprar el auto deseado sin temor ni condicionamientos ocultos.

3.2 Visión del producto

La seguridad y transparencia del servicio es una de las bases de sustento, es por esta razón que AutoCheck se esfuerza en 2 puntos clave: red de Centros de Testeo y transparencia total del proceso.

Para el caso de la red de Centros de Testeo AutoCheck, la misma será en plataformas existentes, solo personal entrenado por AutoCheck realizará el testeo y carga en el sistema. El personal será capacitado, evaluado y premiado de forma sorpresiva y continua, exigiendo un nivel de excelencia en cada contacto.

La carga del reporte será realizada en forma online por el operador previamente entrenado en el Centro de Testeo, esta información correrá sobre la tecnología BlockChain por su seguridad y transparencia:

- Seguridad, siendo casi imposible de violar los registros en BlockChain, guardando así la confidencialidad y control estricto sobre el reporte en curso.
- Toda la secuencia de carga en el reporte final será responsabilidad del encargado asignado en el Centro de Testeo (Tester), logrando así una transparencia total sobre la información recabada del vehículo.

De esta forma, logramos un proceso y visibilidad completamente transparente del reporte final.

Detallamos los pasos para la suma de partners como Centros de Testeo, entrenamiento, control y resguardo de la calidad:

Paso 1: Acuerdo con empresas como Centros de Testeo AutoCheck. Llevado adelante por el Gerente Comercial y su equipo, el acuerdo contempla el alcance legal, detalles financieros, vigencia y secuencia en cada sucursal.

Paso 2: Entrenamiento en cada Centro de Testeo, llevado adelante por los Embajadores Comerciales, eligiendo a un responsable titular y uno suplente de cada Centro de Testeo, quienes serán los únicos habilitados a realizar los chequeos acordados. La capacitación tendrá un foco inicial en el sistema donde será cargada toda la información, como punto secundario el alcance punto por punto a ser contemplado en el chequeo y, finalmente, el abordaje al cliente, con la explicación de lo que fue realizado y los pasos que lo seguirán.

Paso 3: Una vez iniciada la acción, los Embajadores Comerciales también serán responsables de la custodia y garantía sobre el servicio prestado, es por esta razón que serán realizadas 2 acciones en simultaneo, por un lado concurrencia en vivo sobre agendas pautadas por clientes de forma aleatoria y por otro lado la realización de acciones tipo “Mystery shopper” acudiendo de manera encubierta a realizar el control pautado.

Paso 4: Plan de mejora continua, a cargo del Gerente de Operaciones, serán evaluados los pain points más adelante detallados en pos de asegurar una experiencia ideal por parte de los clientes. Esta etapa se nutre con el paso 2 donde los ejecutores son informados de las condiciones y del paso 3, donde los Embajadores Comerciales evalúan el plan de seguimiento detallado. La Planificación y seguimiento del Plan de mejora continua esta a cargo del Gerente de Operaciones, quien evaluara los desvíos y posibles acciones de mejora, tanto en el proceso como en la aplicación, y ejecutado por el equipo de Embajadores Comerciales, ambos de forma alineadas desde el inicio.

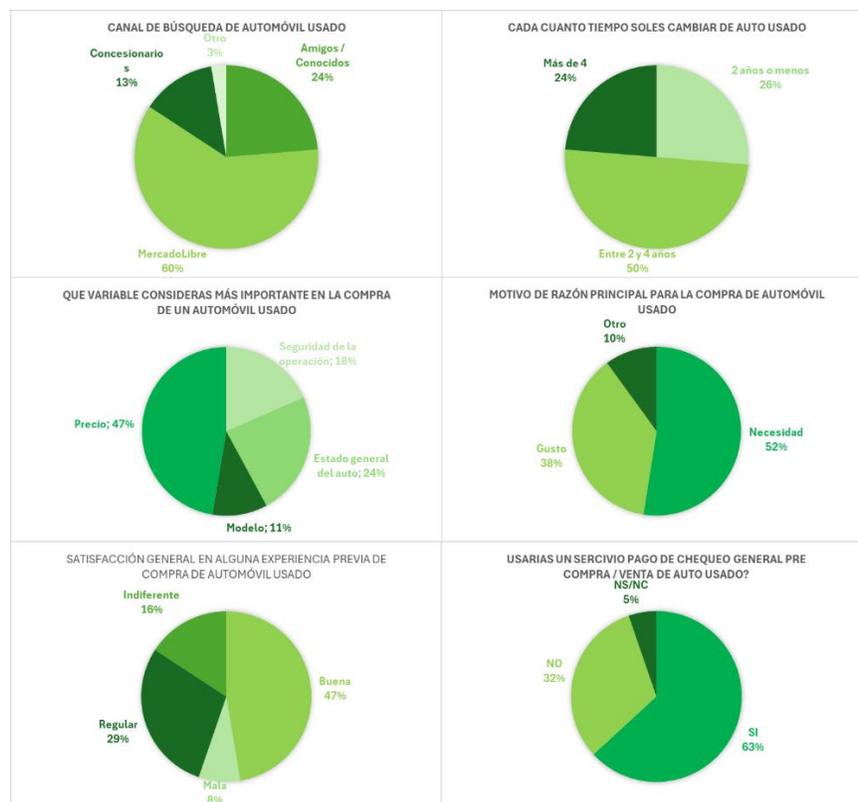
AutoCheck busca democratizar el proceso de compraventa de automóviles usados, haciendo de esta experiencia, algo seguro, confiable e inolvidable, tanto para la parte vendedora como para la parte compradora.

3.3 Entorno Competitivo (Internal Competitive Benchmarking)

Con el fin de conocer en profundidad las necesidades específicas de los potenciales clientes de AutoCheck, realizamos una encuesta exhaustiva a 52 personas, de las cuales 38 confirmaron estar interesadas en la compra o venta de vehículos usados en los próximos 12 meses.

Tomando la base de los 38 participantes encuestados, quienes nos brindaron información valiosa, expresando su disposición a utilizar un servicio de chequeo pre-compra/venta, analizamos las siguientes variables:

- Canal de búsqueda de automóvil usado:
Amigos/Conocidos – MercadoLibre/Kavak – Agencias/Concesionarias – Otros.
- Frecuencia de compra de automóvil usado:
2 años o menos – Entre 2 y 4 años – Más de 4 años.
- Que variable consideras más importante en la compra de un automóvil usado:
Seguridad en la operación - Estado general del auto – Modelo del auto – Precio.
- Motivo de razón principal para la compra de automóvil usado:
Necesidad – Gusto – Otro.
- Satisfacción general en alguna experiencia previa de compra de automóvil usado:
Buena – Regular – Mala – Indiferente.
- Usarías un servicio pago de chequeo general pre compra / venta de auto usado?:
Si – No – NS/NC



Para conocer con mayor certeza el contexto competitivo, dentro del universo de personas que respondieron de forma positiva a la contratación de un servicio de chequeo pre compra/venta (24 personas), evaluamos la importancia relativa de diversos factores, sin identificar AutoCheck de manera concreta.

En este caso, la evaluación fue realizada a través de una escala de Likert de 5 puntos. Los resultados de esta investigación nos permitieron identificar las prioridades de los consumidores y diseñar una propuesta de valor que se alinea a sus expectativas.

La encuesta solicitaba puntuar de forma independiente y de 1 a 5 las variables evaluadas, siendo 1 la menos relevante y 5 la más relevante.

Considerando la eventual compra o venta de un automóvil usado contratando un servicio de chequeo previo, ¿cuán relevante considera las siguientes opciones?:

- La especialidad en el rubro que un prestador de servicio de chequeo previo brinde.
- El tiempo que puede demorar la realización de ese chequeo pre compra/venta del automóvil.
- El tiempo por esperar para recibir el reporte final de ese chequeo pre compra/venta del automóvil.
- El precio del servicio de chequeo pre compra/venta del vehículo.
- La calidad del servicio final de chequeo pre compra/venta.

De esta forma y contemplando los rasgos identificados de AutoCheck y sus competidores (punto 2.4), es propuesto el siguiente análisis de Entorno Competitivo:

Elementos de diferenciación	Peso de los factores (1-5)	AutoCheck		VerifiCAR		CheckCar	
		Grado (1-5)	Puntos	Grado (1-5)	Puntos	Grado (1-5)	Puntos
Especialidad del negocio	5	5	25	4	20	4	20
Tiempo de ejecución	3	4	12	3	9	2	6
Disponibilidad del reporte	4	5	20	3	12	3	12
Precio	4	4	16	2	6	3	9
Servicio	5	5	25	5	25	4	20
Total puntos de diferenciación			95		75		69

AutoCheck

Fortalezas:

- Diferenciación e innovación basado en tecnología Blockchain y la red de Centros de Testeo asociados.
- Precio competitivo.
- Sistema de control de calidad estricto para garantizar el producto final.

Oportunidades:

- El mercado de autos usados en Argentina es amplio y con tendencia de estable a levemente creciente.
- Posibilidad de expansión del modelo de negocios de características similares.
- Continuidad de innovación basado en la tecnología para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia del servicio.

VerifiCar

Fortalezas:

- Estructura pequeña lo que permite cambios más ágiles.
- Servicio a domicilio brindando mayor comodidad a los clientes, pero alcance limitado.
- Ya cuenta con pequeña historia en el sector, tomando experiencias en la realización del servicio.

Oportunidades:

- Tendencia hacia la comodidad y el ahorro de tiempo, dejando en posición más competitiva a los servicios a domicilio.
- Posibilidad de expansión vía socios, tanto para expansión geográfica, como para oferta de servicios.

CarCheck

Fortalezas:

- Foco local, lo que les permite ofrecer un servicio más personalizado.
- Posibilidad de establecerse en un nicho de mercado, como la inspección de autos de alta gama.

Oportunidades:

- Con inversión, pueden desarrollar soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia del cliente.
- Una estrategia de Marketing digital efectiva podría ayudar a que llegue a un mayor número mayor de clientes potenciales.

3.4 Factores de diferenciación de AutoCheck

El desarrollo de su plataforma online, priorizando la usabilidad en la experiencia del registro, uso inicial y posterior, garantizan el primer impacto positivo del usuario.

La especialidad en el negocio y la red de Centros de Testeo validados por todo el mercado son factores claves de diferenciación, el respaldo marcario y el resultado del reporte sustentan la experiencia inicial del servicio.

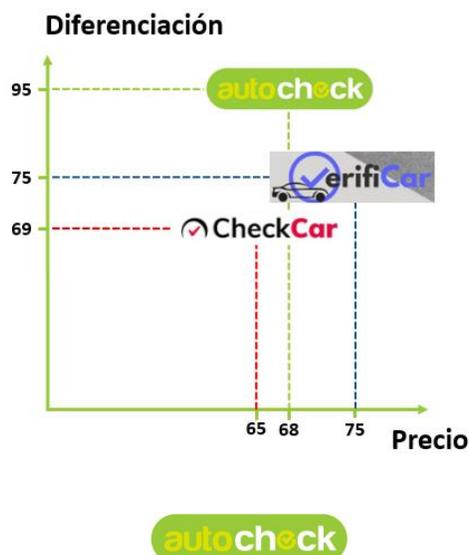
El control de calidad con sistema de mejora continua para resguardar el resultado final del producto es otras de las bases que asegura la sustentabilidad del servicio a futuro, cuando las recomendaciones boca en boca sean clave para el establecimiento de AutoCheck como marca. Tanto el proceso como el control de calidad tienen como ejes principales la experiencia al usuario, detallando los siguientes items:

- Cumplimiento estricto de citas y agendas.
- Uniformidad en la presencia (igual en todos los Centros de Testeo) como también de los tester, herramientas de trabajo y abordaje al cliente.
- Cercanía, calidez y rol de “educador” del tester hacia la persona que lleve al automóvil a ser chequeado.
- La posibilidad de mejora instantánea en los puntos que sean identificados como áreas de oportunidad en el automóvil.
- La transparencia y garantía de responsabilidad en cada parte del proceso reflejado en la aplicación y el producto final.
- Seguimiento a posteriori para ayuda al usuario, desde trámites administrativos, propuestas de seguro del automotor hasta mantenimiento preventivo focalizado en los puntos detectados en el testeo.

3.5 Mapa de Precio-Diferenciación

Como resultado del análisis del Entorno Competitivo obtenemos el siguiente Mapa de Precio-Diferenciación, donde no sólo se reflejan las ventajas que tienen unos y otros desde el punto de vista del consumidor final, sino también engloba otros elementos relacionados con los beneficios que aportan.

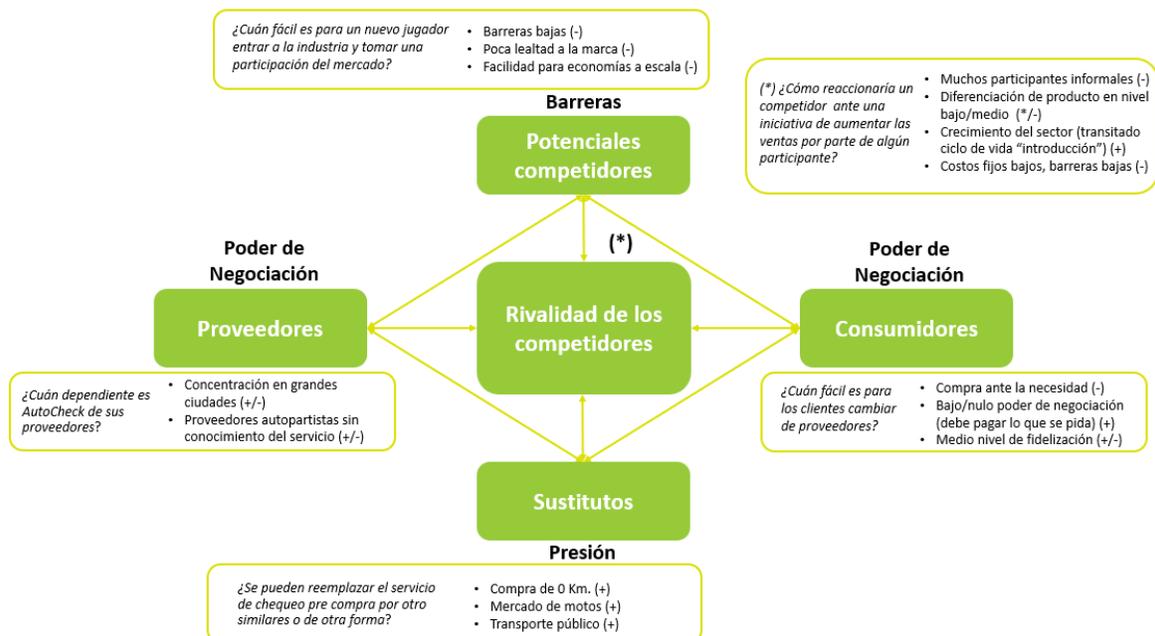
Esto se refleja, por ejemplo, en el hecho que AutoCheck aventaja en diferenciación por ofrecer más soluciones que solo la inspección del automóvil, incluso con una diferencia de precio por sobre VerifiCar.



4. El mercado / sector

4.1 Evaluación entorno externo

Para fortalecer el análisis acerca de la situación competitiva del mercado nos basamos en el diagrama conocido como el Diamante de Porter. A partir del análisis realizado, llegamos a una conclusión que presenta las siguientes características:



Potenciales competidores:

Sin dudas, el cuadrante que mayor amenaza demuestra, ya que el tipo de servicio presenta bajas barreras a la entrada, soportadas por escasos costos fijos.

Otra característica es la poca lealtad que pueden presentar los clientes, exceptuando al grupo de mecánicos de confianza, donde no lo consideramos como nuestra competencia.

Toda propuesta en la industria debe nacer en áreas geográficas que, por su volumen, así lo permitan, más pensando en una amplificación a nivel nacional.

Acciones posibles:

- Diferenciación de producto, desarrollo anticipado de tecnologías de soporte tanto para clientes como para la red de Centros de Testeo, para asegurar una red de ejecución en un entorno win-win para ambas partes. Para esto se requerirá una fuerza comercial y de control de calidad con la capilaridad suficiente como para robustecer el negocio en el tiempo.
- Alta inversión en Marketing y Publicidad para lograr el desembarco de la marca y una posterior fidelización de la marca con AutoCheck.

Consumidores:

El cuadrante de los consumidores da mayores señales de oportunidades que de amenazas. Al tratarse de una forma de adquisición online, sencilla y dinámica, hasta ahora y de acuerdo a la investigación realizada, los consumidores se han mostrado muy positivos.

Cabe destacar que los consumidores han ponderado de manera diferenciadora la especialidad en el rubro como también el producto/servicio final.

Acciones posibles:

- La concreción por parte del consumidor está más relacionada con la fuerza de reconocimiento y resultados precedentes que sustenten la tranquilidad y seguridad que AutoCheck brinda versus el promedio del mercado, por tanto, la comunicación juega un factor clave.
- Crecimiento geográfico paulatino y con bases sentadas en la especialización por área, en este punto, el rol de la red de Centros de testeo es el factor determinante.

Sustitutos:

Por la naturaleza del negocio, podemos identificar productos sustitutos con una cierta lejanía y muchas diferencias presupuestarias en ese camino, como ser automóviles o motos nuevos, con la enorme diferencia de precios que esto indica, como también prestaciones.

En el mismo sentido, la actual deficiente red transporte público solo refuerza el fin original del negocio de AutoCheck. Similar al caso de los servicios de taxis, remises o plataformas de movilidad colaborativa (Uber – Cabify), con las diferencias presupuestarias que conllevan.

Acciones posibles:

- Ingreso rápido y respuestas ágiles a las demandas de los usuarios en pos de bloquear otros caminos.
- La comunicación vía prensa especializada y no especializada podrá ayudar a visibilizar las ventajas en la compra de un automóvil usado.

Proveedores:

Para los proveedores autopartistas AutoCheck representa una nueva opción de consumo, canalizado en plataformas ya desarrolladas por ellos, de esta manera los podemos entender como un participante a favor de nuestro negocio en pos de potenciarnos en forma conjunta. La concentración de distribución en áreas geográficas de alta densidad es directamente proporcional al plan de desembarco geográfico planteado por AutoCheck.

En cuanto a partners, puede ser fácilmente resuelto con acuerdos legales que protejan a ambas partes.

Cabe destacar que los proveedores y partners actuales no tienen el poder de asociación suficiente para encarar de manera directa el servicio de inspección de automóviles usados.

Acciones posibles:

- Articular vía Centros de Testeo un análisis y propuesta de servicio que demuestre el entendimiento del negocio y en el que sienta que existe un acuerdo beneficioso para ambas partes.

- Fidelizar a los proveedores de mayor volumen ofreciendo de manera gratuita y, como parte del acuerdo con los Centros de Testeo, un reporte y traqueo sobre el uso de sus productos.

Rivalidad de los competidores:

Se trata de un mercado informal y con gran cantidad de participantes que, del mismo modo, hacen el servicio sin denominación ni entidad marcaria sustentada que lo respalde.

Entendemos así que la industria se encuentra en el ciclo de vida de "Introducción". Es muy complejo encontrar más de un proveedor que ofrezca un servicio lo suficientemente similar al prestado por otro, desde su disponibilidad geográfica hasta el entrenamiento y las herramientas necesarias para ser llevado a cabo. Así y todo, tampoco demuestran suficiente transparencia que garantice el resultado final.

Siguiendo la misma dinámica, es muy fácil el acceso de nuevos participantes, a los que podemos no considerar competidores directos por la falta de formalidad y estructura.

Acciones posibles:

- A futuro, no descartamos que sean potenciales Centros de Testeo de AutoCheck en formato B2B.
- Nuevamente resulta clave la velocidad con la que AutoCheck llegue al mercado: en la actualidad no existe en la región el formato de servicio con el nivel de transparencia, agilidad y potencialidad de mayores transacciones secundarias, beneficiando al mercado.

Conclusiones del Diamante de Porter:

En líneas generales se puede concluir, a partir del análisis del Diamante de Porter, que la industria presenta algunas amenazas, dadas principalmente por las bajas barreras a la entrada de nuevos competidores.

Pero fundamentalmente da muchas señales de oportunidad, sostenidas esencialmente en la novedad del formato y el alcance que el mismo puede lograr, tanto para consumidores como para la red de Centros de Testeos.

Sin dudas, la velocidad y potencia del lanzamiento de AutoCheck al mercado, como su inversión y estrategia de Marketing, serán elementos clave a considerar. Asimismo, tejer una sólida red con Centros de Testeo, con contratos que establezcan vínculos de largo plazo y beneficios para ambas partes será otro aspecto relevante por considerar en la implementación del proyecto.

4.1 Análisis PEST

Para tener una completa comprensión de los factores externos que pueden afectar AutoCheck, y así desarrollar estrategias efectivas para aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos es realizado el siguiente análisis PEST:



Identificamos que AutoCheck se encuentra en una posición favorable sobre factores externos para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado de automóviles usados en Argentina.

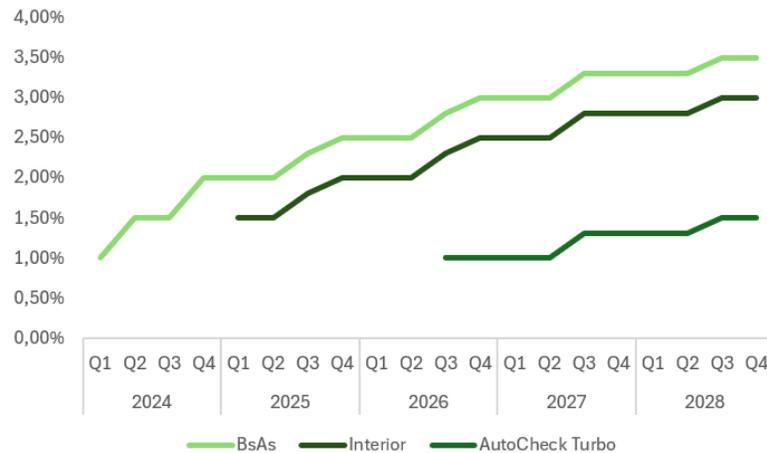
4.2 Captación de mercado

Para la captación de mercado, se toma una tasa de ingreso y crecimiento de acuerdo con el período del año y área geográfica, lo que delimita un objetivo para el área comercial y la cantidad de Centros de Testeo necesarios para abastecer la demanda, de la mano con el esfuerzo de Marketing Digital para sustentarlo.

Se considera también una diferencia en el nivel de demanda entre Buenos Aires y el interior del país, más allá que la instalación marcaría va a ser generada desde Buenos Aires, regando así a todo el país, se estima que en el interior del país será menor la captación de mercado por el tipo de transacciones que allí se realizan, contemplando: menor cantidad de intermediarios y mayor conocimiento entre las partes compradora-vendedora involucradas.

A partir del 2H de 2026 se planifica lanzar “AutoCheck Turbo”, herramienta basada en IA que permitirá realizar un test más acotado, pero de forma autónoma por el usuario, al tratarse de un servicio más sintético, no consideramos que el servicio original sea canibalizado. Para este caso no existe una delimitación geográfica, por lo que tomamos como base el volumen de transacciones totales del país.

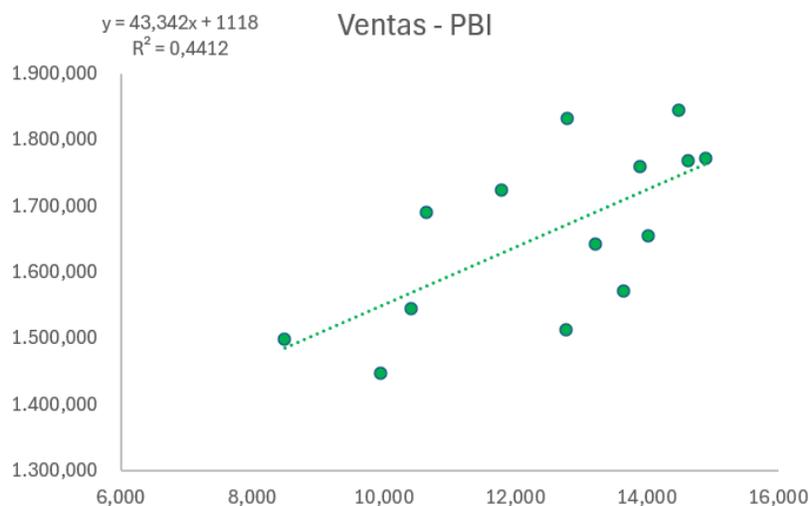
Tasa de penetración por período y área geográfica:



4.3 Proyecciones de venta

La proyección de ventas es calculada con la tasa de captación de mercado estimada por su período/área geográfica (punto 4.3) y la estimación las ventas a futuros años con el método de correlación lineal.

Para realizar el análisis de correlación se toma el PBI y las ventas de autos usados entre el año 2010 y el 2029, de esta forma el coeficiente de correlación calculado es 0,66, lo que indica una relación positiva moderada entre las variables. (4*)



Año	PBI	Venta	Estimado por regresión lineal
2010	10,413	1.544,145	1.569,319
2011	12,788	1.833,642	1.672,249
2012	13,890	1.759,780	1.720,011
2013	14,489	1.845,263	1.745,975
2014	13,209	1.641,869	1.690,497
2015	14,895	1.772,920	1.763,593
2016	12,773	1.512,471	1.671,602
2017	14,618	1.767,962	1.751,588
2018	11,786	1.723,998	1.628,847
2019	9,942	1.447,709	1.548,888
2020	8,489	1.498,239	1.485,945
2021	10,639	1.689,722	1.579,132
2022	13,640	1.570,784	1.709,203
2023	14,024	1.654,395	1.725,839
2024	12,812	1.673.291	1.673,291
2025	11,734	1.626.574	1.626,574
2026	12,315	1.651.747	1.651,747
2027	12,953	1.679.421	1.679,421
2028	13,517	1.703.854	1.703,854
2029	14,002	1.724.876	1.724,876

Resultando así la siguiente proyección de ventas por mes, área y año:

Y1 - 2025	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Buenos Aires	502	422	554	741	802	745	870	901	808	1063	995	913
CABA	127	106	140	189	197	195	217	229	204	245	238	238
Córdoba												
Santa Fé												
Entre Ríos												
Mendoza												
Tucumán												
Patagonia												
Resto Argentina												
Total mes	629	527	695	930	1000	940	1087	1130	1013	1308	1233	1150
Total año	11643											

Y2 - 2026	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Buenos Aires	1020	856	1126	1004	1086	1009	1355	1403	1258	1349	1263	1158
CABA	258	215	285	255	267	264	338	357	318	312	302	302
Córdoba	228	203	259	231	251	246	333	345	303	327	306	282
Santa Fé	171	149	194	169	185	175	242	260	225	242	219	201
Entre Ríos												
Mendoza												
Tucumán												
Patagonia												
Resto Argentina												
Total mes	1678	1423	1863	1659	1790	1694	2268	2364	2104	2230	2090	1943
Total año	23108											

Y3 - 2027	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Buenos Aires	1296	1089	1431	1276	1380	1282	1677	1737	1558	1646	1542	1413
CABA	328	273	362	325	340	336	418	442	394	380	368	368
Córdoba	310	276	351	313	341	334	433	448	394	416	389	359
Santa Fé	232	202	263	229	250	237	315	337	292	308	279	255
Entre Ríos	79	68	90	83	92	86	113	125	109	127	113	101
Mendoza	101	83	116	103	118	110	139	155	137	154	145	135
Tucumán												
Patagonia												
Resto Argentina												
Total mes	2346	1990	2612	2328	2521	2385	3094	3244	2883	3030	2836	2631
Total año	31901											

Y4 - 2028	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Buenos Aires	1578	1325	1742	1553	1681	1561	2005	2077	1862	1837	1720	1577
CABA	400	332	441	395	414	409	500	528	471	424	411	411
Córdoba	393	349	445	397	432	424	535	553	486	472	442	408
Santa Fé	295	256	333	291	318	300	389	417	361	350	317	290
Entre Ríos	106	93	121	112	125	116	146	162	141	161	144	128
Mendoza	137	112	157	139	159	149	181	201	177	195	184	172
Tucumán	40	30	42	35	42	40	57	64	53	63	55	53
Patagonia	190	160	212	188	203	185	255	267	244	268	260	238
Resto Argentina												
Total mes	3138	2658	3493	3110	3373	3184	4067	4268	3796	3770	3533	3275
Total año	41666											

Y5 - 2029	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Buenos Aires	1757	1476	1939	1729	1871	1739	2153	2230	2000	1972	1847	1694
CABA	445	370	491	440	460	455	537	567	506	455	441	441
Córdoba	445	396	505	450	490	480	580	600	527	512	479	442
Santa Fé	334	290	378	330	360	340	421	452	391	380	343	315
Entre Ríos	135	117	154	142	158	147	180	200	174	182	163	145
Mendoza	173	142	199	176	201	189	223	248	218	221	209	195
Tucumán	54	41	56	48	56	54	74	82	69	80	70	67
Patagonia	257	217	286	253	275	250	330	345	316	340	330	301
Resto Argentina	237	184	242	208	235	224	325	343	295	333	306	273
Total mes	3837	3233	4249	3775	4107	3877	4823	5066	4496	4475	4188	3872
Total año	49999											

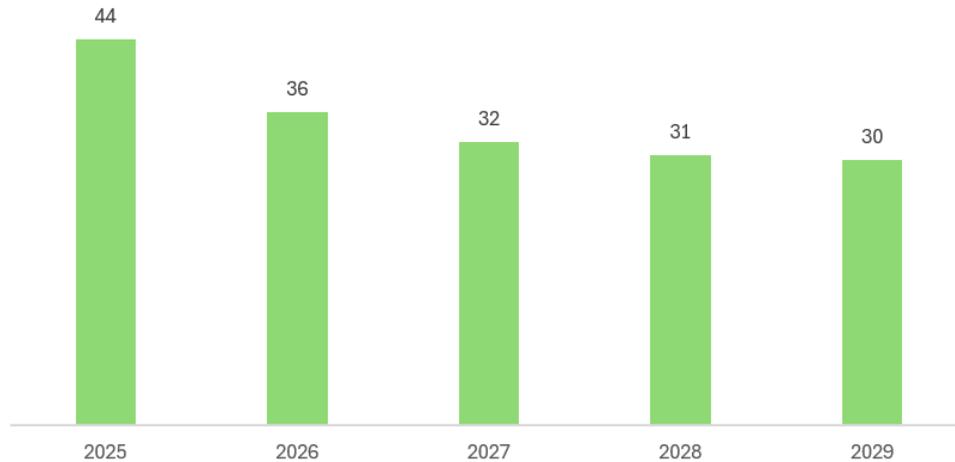
Y3 - 2027	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
AutoCheck Turbo							1567	1649	1460	1437	1343	1239
Total AutoCheck Turbo	8694											

Y4 - 2028	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
AutoCheck Turbo	1371	1149	1512	1341	1464	1381	2067	2174	1925	1895	1772	1634
Total AutoCheck Turbo	19685											

Y5 - 2029	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
AutoCheck Turbo	1804	1512	1990	1764	1927	1818	2414	2540	2249	2214	2069	1908
Total AutoCheck Turbo	24209											

Al cabo de 5 años, el volumen de test proyectados de AutoCheck es de 158.317 y, en 2 años y medio, AutoCheck Turbo proyecta otros 52.588 test.

Contemplando los acuerdos con los Centros de Testeo y el alcance por área geográfica, se estima el promedio mensual de test, evitando así cuellos de botella en Centros de Testeo para no perjudicar la experiencia del consumidor, siendo, en promedio y al cabo de los 5 años, más de 1 test a ser realizado de forma diaria.



5. Evaluación de la situación interna

5.1 Análisis FODA

Para contar con una la planificación estratégica y consecuente toma de decisiones detalladas en diversos ámbitos internos, planteamos un análisis FODA y sus consecuentes conclusiones.

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La innovación, la tecnología Blockchain y la red de testers asociados son elementos que deben ser comunicados efectivamente a los clientes. • Expansión geográfica creciente y paulatina a nuevas regiones y establecer alianzas estratégicas para ampliar su alcance y oferta de servicios. • Significativa en marketing y tecnología, y desarrollar un sistema de control de calidad estricto para la red de testers son acciones clave para minimizar las debilidades. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • AutoCheck es una nueva empresa en el mercado, lo que puede generar cierta desconfianza entre algunos consumidores. • Gran necesidad de inversión en marketing, tecnología y expansión de la red de testers. • El servicio base dependerá de su red de centros de testeo, como su disponibilidad y calidad del servicio.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mercado de autos usados en Argentina es amplio y presenta una gran oportunidad de crecimiento para AutoCheck. • Potencial de expansión a otros mercados de América Latina con características similares al argentino. • Pueden ser establecidas nuevas alianzas con empresas del sector automotriz, financiero y de seguros diversificando su alcance y oferta de servicios. • Posibilidad de continuar innovando en el uso de la tecnología para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia del servicio. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las regulaciones del mercado automotriz podrían afectar negativamente. • La entrada de nuevos competidores al mercado o la reconversión de servicios actuales podría aumentar la presión. • La aparición de nuevas tecnologías podría hacer que el servicio de AutoCheck se vuelva obsoleto.

El análisis FODA nos permite concluir que, si bien AutoCheck se presenta como una solución innovadora para el mercado de autos usados en Argentina, con un gran potencial de crecimiento y expansión, debe ser considerado en el transcurso de su etapa inicial de producto, realizar una fuerte planificación e inversión en términos de Marketing, con foco en comunicación efectiva sobre la transparencia de su tecnología, el alcance de ejecución y la validación por parte sus Centros de Testeo. Al mismo tiempo, debe garantizar acuerdos legales sólidos y beneficiosos para todos los participantes como también el continuo desarrollo de nuevas herramientas que continúen la vanguardia tecnológica en el mercado.

6. Plan de Marketing

6.1 Timeline

Sabemos que AutoCheck tiene el potencial requerido para cambiar las reglas del juego en el mercado de autos usados en Argentina y convertirse en un modelo de éxito, es por esta razón que representaremos en la siguiente línea de tiempo los planes delimitados. La estrategia específica y los objetivos para cada año se adaptarán a las condiciones del negocio y a los avances tecnológicos.

	2025	2026	2027	2028	2029
Cobertura geográfica	CABA Buenos Aires	Córdoba Santa Fe	Entre Ríos Mendoza	Tucumán Patagonia	100% Argentina
Partners	 	 	 	  	 
Centros de Testeo	40	+30 (total 70)	+25 (total 95)	+35 (total 130)	+15 (total 145)
Lanzamientos		Canal B2B	I.A. 		

Planificamos un crecimiento sostenido en el plazo de 5 años, donde se logren 8 acuerdos con partners como Centros de Testeo, entre empresas de servicio para el automóvil, estaciones de servicio y productores/comercializadores de automóviles. Dentro de los partners también contemplamos MercadoLibre y Kavak, quienes podrán ofrecer la visibilidad del Test AutoCheck en sus vehículos publicados, agilizando los tiempos de venta, confianza y tranquilidad a sus usuarios. Al cabo de 5 años, AutoCheck habrá logrado una cobertura nacional en más de 140 Centros de Testeo.

En materia de evolución tecnológica, estimamos un tiempo de aprendizaje de 15 meses, más otros 15 de desarrollo para llevar adelante y lanzar “AutoCheck Turbo”, versión basada en Inteligencia Artificial que permita realizar un Test AutoCheck de forma autónoma, rápida y sencilla por el usuario, conviviendo con el servicio base y complementando las bondades a la red existente. Para este caso, hoy consideramos a ChatGPT como el partner indicado para el desarrollo sobre Inteligencia Artificial. Las razones por las que entendemos a ChatGPT el partner ideal con AutoCheck para esta etapa del proyecto se basa en su flexibilidad, ya que se adapta a diferentes contextos y puede ser entrenado en tareas específicas, su escalabilidad, pudiendo manejar grandes volúmenes de datos y consultas y, finalmente, su precisión, ofreciendo resultados de altísima calidad gracias a su arquitectura y entrenamiento.

Funcionamiento:

- Etapa 1, interacción del usuario: El cliente inicia una conversación con ChatGPT a través de nuestra plataforma, describiendo el vehículo que desea evaluar.
- Etapa 2, análisis de datos: ChatGPT, gracias a su capacidad de procesamiento del lenguaje natural, analiza la información proporcionada por el cliente y cruza datos con nuestra base de conocimientos generada durante los 15 meses de aprendizaje.
- Etapa 3, generación de preguntas: Basándose en la información inicial, ChatGPT genera una serie de preguntas específicas para obtener una evaluación más precisa del estado del vehículo.
- Etapa 4, informe final: Una vez recopilada toda la información, ChatGPT genera el informe detallado sobre el estado del vehículo, incluyendo posibles problemas y recomendaciones.

Tomamos como bench al startup Drivex, quien brinda un servicio similar pero solo con inspección de carrocerías, el mismo envía un reporte a partir de las imágenes que el usuario comparta en la app. (*5)

6.2 Desarrollo marcario

Para que el plan pueda ser llevado adelante, vamos a desarrollar el abordaje de Marketing, el cual contempla: desarrollo marcario, posicionamiento, identidad visual, 4P (precio, producto, plaza y promoción) y plan de comunicación.

6.2.1 Atributos de marca

Los siguientes atributos de personalidad de marca serán los que guíen a AutoCheck en todas sus acciones y ayudarán a encaminar las comunicaciones de la marca. Siendo su fin posicionarse en el mercado, AutoCheck es:

- Seguro y cuidador, porque brinda tranquilidad y protección a sus usuarios en una experiencia de compra que suele representar un volumen de ahorro muy grande y muchas inseguridades al momento de llevarla a cabo.
- Fácil y sencillo, porque su plataforma tiene una interfaz amigable e intuitiva para todo tipo de usuario.
- Rápido y confiable, porque sus procesos transparentes y con el mayor nivel de seguridad disponible nos acerca tanto a los Centros de Testeo, plataformas de venta, vendedores y compradores.
- Intuitivo y moderno, porque sigue la vanguardia tecnológica al servicio de nuestros clientes.

6.2.2 Job to be done

Al comprender y comunicar claramente el “Job to be Done” de AutoCheck, se puede conectar mejor con sus clientes y posicionarse como la solución ideal para sus necesidades.

El Job to be done de AutoCheck es *proporcionar una solución integral que aborde las necesidades y preocupaciones tanto de los compradores como de los vendedores de autos usados, creando un mercado más seguro, transparente y eficiente.*

6.2.3 Posicionamiento

AutoCheck ofrece un servicio unificando actores clave y reportando la realidad del automóvil, cerrando brechas de desconfianza entre las partes involucradas, es un servicio complementario que se transformará en básico para la venta, abriendo la opción de disfrutar al máximo de la experiencia de compra de un automóvil usado, sin el temor a caer en vicios ocultos o desperfectos de la unidad.

6.2.4 Identidad Visual

Siendo la base sobre la que se construye una identidad de marca, nos ayudará a que el cliente tenga presente AutoCheck como referencia al momento de su adquisición y lo que ayudará a recomendaciones futuras; junto a los atributos y posicionamiento ya mencionados, se destacará la cercanía y positividad reflejada en su imagen de marca y colores asociados, quedando fuertemente relacionados en la mente de nuestro consumidor.

6.2.4.1 Manual de Marca

Logotipo



Versiones



Área de seguridad y reductibilidad



La utilización del logo no deberá ser modificada en ningún caso. Sugerimos las siguientes recomendaciones para el modo de uso de la marca a fin de proteger la integridad AutoCheck:

- La ubicación de los elementos no puede variarse.
- El logotipo no debe ser reconstruido o remplazado por tipografía.
- La proporción entre los elementos no debe variarse.
- La marca no debe condensarse, estirarse ni deformarse en modo alguno.
- Utilizar siempre originales de calidad y solo serán tomados los archivos aprobados por Gerente Comercial.
- La marca no admite efectos 3D ni construcciones corpóreas.

6.2.4.2 Tipografía y código de colores

Los códigos de colores a ser utilizados como también la tipografía son clave en toda comunicación de AutoCheck ya que garantizan la coherencia visual, el control de calidad, la facilidad de uso, la aplicación en diferentes medios y la comunicación efectiva de la identidad visual de la marca.

El logotipo tiene la tipografía principal “Harabana Mais” y “Montserrat” como complementaria.

Harabana Mais

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 0123456789 (.,:;&%€)



PANTONE: 368
 CMYK: 59,0,100,0
 RGB: 141,198,63
 HEX: #8DC63F

Montserrat (Complementaria)

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 0123456789 (.,:;&%€)



PANTONE: 387#C
 CMYK: 20,0,98,0
 RGB: 215,223,35
 HEX: #D7DF23

6.2.4.3 Landing page y aplicación mobile

Uno de los componentes esenciales del éxito de CheckCar radica en tener una página de Internet y aplicación mobile que sean simples, funcionales y amigables para los consumidores que quieran navegarla.

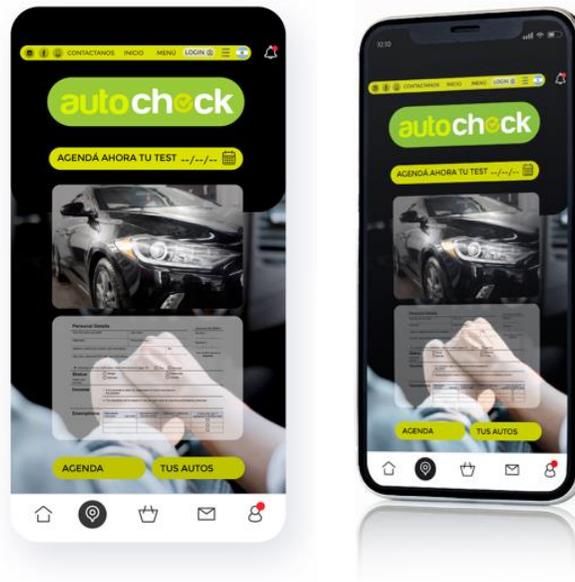
Los desarrollos web y mobile de la plataforma, el Backend, las APIs y el MVP están contemplados dentro de la estructura ya que AutoCheck cuenta con Desarrollador Web JS FullStack y Diseñador UX/UI.

Tanto la plataforma web como la versión mobile estarán divididas en ocho partes, 4 de las cuales serán fácilmente encontradas en el header: vías de contacto, inicio, menú y login de acceso. Las 4 partes restantes: call tu action, agenda, tus autos y notificaciones, se encuentran en el zócalo, permitiendo una lectura en Z, tanto para la versión web como mobile.

Landing page:



App:



6.2.5 Voz de la Marca

AutoCheck es una marca segura y empática, su voz de comunicación será SERIO – FORMAL – RESPETUOSO – PRÁCTICO. De esta forma delimitamos el siguiente marco general de comunicación:

Aspecto	Descripción del lenguaje	Ejemplo
Formalidad	Formal y académico, evitando expresiones coloquiales o slang.	Le informamos que su agenda ha sido confirmada.
Respeto	Respetuoso con la audiencia, evitando expresiones discriminatorias u ofensivas.	Agradecemos su elección y quedamos atentos a sugerencias de mejora.
Seriedad	Serio y evitar frivolidades o humor inapropiado.	Para garantizar su mejor experiencia, es importante respetar los horarios de la cita.
Precisión	Preciso y evitar ambigüedades.	El plazo de entrega de su test será en un tiempo máximo de 24 horas y lo tendrá disponible en su perfil de AutoCheck, vía WhatsApp y correo electrónico.
Claridad	Claro y conciso, evitando oraciones largas o complejas.	Para más información, consulte nuestro centro de atención telefónico.
Objetividad	Ser objetivo y evitar opiniones o sesgos personales.	Los resultados del testeo demuestran que...
Utilidad	Útil para la audiencia y proporcionar información relevante.	Le recomendamos leer los términos y condiciones antes de la contratación del testeo.

6.2.6 Marketing mix

6.2.6.1 Precio

Tal como se ha mencionado, AutoCheck apunta a un servicio regular en Centros de Testeo con un valor de USD 68 y, transcurriendo el segundo año y medio del servicio, será lanzado AutoCheck Turbo, servicio que podrá ser realizado directo por los usuarios basado en Inteligencia Artificial, pero que no alcanzará a ofrecer el mismo nivel de complejidad que la propuesta original, por lo que no se proyecta canibalización, en este caso, el valor será de USD 47.

6.2.6.2 Producto

Consideramos al producto todos los puntos de contacto que el cliente tiene con AutoCheck, desde el alta, la coordinación de agenda, la concreción del servicio y, especialmente, el resultado final: el Test AutoCheck, este documento estará disponible tanto en el perfil del usuario, como también podrá descargarse vía WhatsApp y mail, podrá vincularse en MercadoLibre, Kavak o cualquier otra plataforma online de servicios de venta de automóviles.

6.2.6.3 Plaza/Alianzas

AutoCheck tendrá como foco las alianzas con sus Centros de Testeo, quienes son el brazo ejecutor del servicio, para el caso inicial entendemos que la ubicación geográfica es un punto imprescindible para la puesta en funcionamiento de la operación, por tal razón nos concentraremos con 2 aliados, uno focalizado en cobertura geográfica de Gran Buenos Aires (NorAuto) y el otro en Capital federal (Nuemen). (*6)

- NorAuto, pertenece al grupo multinacional Mobivia, líder europeo en el mantenimiento y equipamiento de vehículos. Especializados en proporcionar a cada usuario soluciones útiles, innovadoras y sostenibles para mejorar su movilidad. En Argentina representado por Grupo Dietrich, cuenta con 18 sucursales en Gran Buenos Aires.
- Nuemen, distribuidor oficial Pirelli, con más de 38 años de experiencia en servicios integrales para el automotor, cuenta con más de 25 tiendas, en su mayoría localizadas en Capital Federal.

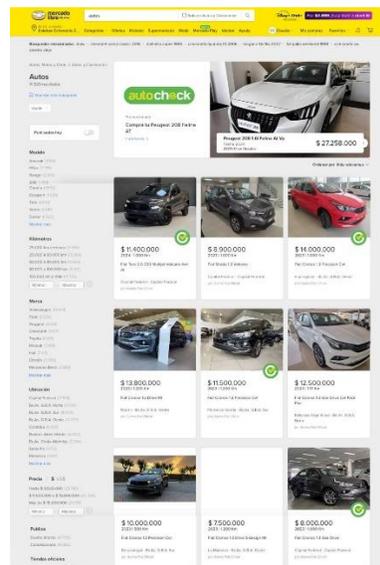
En pos de evaluar la atractividad de AutoCheck, han sido mantenidas reuniones con directivos de NorAuto, quienes demostraron mucha atención e interés en la propuesta, marcando como punto a considerar los momentos pico de trabajo, los cuales no permitiría llevar adelante la experiencia deseada por AutoCheck. Para acompañar este pain point, desde AutoCheck se pensó en ofrecer drivear a los clientes a horarios donde la demanda de la mano de obra en sucursales de NorAuto no sea requerida, compensando así sus cuellos de botella, al mismo tiempo que posibilita el ingreso de un ticket extra a su operación actual.

De forma similar, han sido iniciadas conversaciones con el equipo de Marketing de Axion Energy (PAE), similar al caso de NorAuto, demostraron gran interés en la propuesta, con limitaciones más estrictas referidas a su personal en playa, cuyo gremio limita de manera terminante su campo de acción, razón por la cual, limitaría su universo de atención como Centro de Testeo AutoCheck, a sus estaciones de servicio que cuenten con espacio lubricentro y en los horarios por ellos determinados.

Una vez asentados, el crecimiento geográfico estará de la mano con la ampliación de la red de partners, con opciones nacionales como son las estaciones de servicio Axion Energy, YPF Boxes, Shell y el formato de comercialización B2B (directo con lubricentros, gomerías o talleres particulares). Una vez instalada la marca, también son contemplados acuerdos con terminales de producción automotriz, como ser Ford, Renault, VW y GM, quienes tendrán la oportunidad de volver a generar un contacto con automotores y usuarios de su marca, ya en períodos fuera de garantía.

Otro importante canal de alianzas para el desarrollo futuro son las plataformas de venta online, como ser MercadoLibre. El caso de Kavak, plataforma especializada en venta online de automóviles con diversos alcances, entendemos que el servicio de AutoCheck puede complementarse para mejorar la experiencia de sus clientes.

Ejemplo MercadoLibre con detalle de publicaciones con y sin test AutoCheck disponible:



Las alianzas con los Centros de Testeo como partners consta de 3 escenarios:

- Escenario 1. Análisis del negocio conjunto, integración del sistema y prueba técnica de funcionamiento.
- Escenario 2. Entrega de herramientas y manual de ejecución para posterior entrenamiento de testers habilitados.

- Escenario 3. Revisión continua de ejecución y plan de desarrollo de testers para programa de “entrenador de entrenadores” para garantizar la excelencia de ejecución.

La red de Centros de Testeo tendrá como beneficio inmediato el ingreso extra de un nuevo servicio más la posibilidad de soluciones/reparaciones inmediatas producto del resultado del testeo (ejemplo: en el caso que lo requiera, completar nivel de aceite, cambio de luminarias quemadas o símil), a futuro también existe la posibilidad de una continuidad de mantenimiento y revisión preventiva de ese vehículo testeado.

6.2.6.4 Promoción

La comunicación de AutoCheck está apuntada tanto al vendedor como al comprador de un automóvil usado. Para poder alcanzar a este tipo de clientes se requiere hacer un Plan de awareness de la marca para generar posicionamiento y conciencia de la misma, además de las alianzas con los testers se realizarán las siguientes estrategias para tráfico y promoción online:

- SEO: realización de blog que con información relevante que ayudará a la persona que se encuentre en momento de compra o venta de un automóvil, realizado por expertos en la categoría. Además, el blog tendrá también contenido que apunte al usuario regular del mercado automotor para colaborar en el conocimiento general.
- SEM y pauta en RRSS: se alcanzará principalmente a personas que se encuentren en búsqueda de automóviles usados y personas con intención de venta de sus autos usados, localizados en Gran Buenos Aires y Capital Federal o la plaza geográfica dependiente de cada momento.

6.3 Intermediarios

Para obtener validación y una importante cantidad de potenciales usuarios se realizarán acciones de comunicación y promoción dirigida en forma particular a intermediarios del sector: gestores/mandatarios, productores de seguro y agencias/concesionarios de automóviles usados. A ellos llegaremos por medio del “Embajador Comercial AutoCheck”.

Gran parte de la documentación para la compra y venta de un automóvil usado suele ser realizada vía gestor/mandatario. Toda compra de un automóvil va a necesitar un seguro para el mismo. El 30% de automóviles usados son comprados en concesionarios/agencias.

Por estas razones serán realizados eventos, clínicas y seminarios dirigidos a el auditorio delimitado, quienes harán las veces de recomendadores de AutoCheck.

En los encuentros serán facilitadas herramientas para mejorar sus trabajos diarios, actualizar notificaciones y aseguraremos la información diferenciadora que AutoCheck como producto podrá brindar a sus clientes.

Este canal de comunicación será tratado como lo hacen los visitantes médicos en el mundo clínico, el Embajador Comercial AutoCheck tendrá un profundo conocimiento de la industria automotriz y skills técnicos, de procesos y documentación para la compraventa de automóviles, como también del rubro seguro y documentación para la compra venta, interpretando así las

problemáticas y necesidades de nuestros intermediarios para traerles soluciones adheridas al servicio de AutoCheck.

6.4 Plan de Comunicación y Social Media

El enfoque del plan de comunicación y social media está basado en una propuesta única de valor, mix promocional, objetivos SMART, segmentación de audiencia, buyer persona, estrategia de conversión y categorías de contenidos.

6.4.1 P.U.V.

En AutoCheck entendemos que nuestra propuesta única de valor es una herramienta vital para definirnos y comunicar de manera asertiva nuestras diferencias sobre la competencia, atraer a nuestra audiencia y establecernos de manera solida en el mercado automotor usado.

De esta forma delimitamos el mercado, las necesidades, los riesgos y nuestras soluciones:

Mercado	Los clientes de AutoCheck son vendedores o compradores de automóviles
Necesidades	Desean vender/comprar de forma fácil y rápida, a buen precio y el automóvil en mejor estado posible para evitar trastornos a futuro.
Riesgos	El mercado automotor usado tiene riesgo y mala reputación por ocultar cierto tipo de información. AutoCheck democratiza la visibilidad del estado del automóvil.
Soluciones	AutoCheck ofrece transparencia para conocer un automóvil de manera sencilla y de fácil comprensión, acompañando el proceso de compra para mejorar la experiencia del vendedor y del comprador.

6.4.2 Mix Promocional

Nuestros canales de marketing con el que se va a comunicar la identidad de AutoCheck y comunicaciones institucionales, de producto y comunidad serán:

- Publicidad online y RR.SS.
- Plan de influenciadores: para la etapa de conciencia de marca y para generar un nivel de familiaridad que los clientes puedan tener con AutoCheck, un plan de comunicación vía influenciadores aumentará la visibilidad y posicionamiento online.

Para este caso la base estará realizada con referentes del sector con un tono similar el de AutoCheck y una validación general en el sector, sin ser técnicos ni representantes de una marca concreta:

- @matiasantico – 402.000 followers, periodista deportivo especializado en automotores, conductor de TN Autos.
- @solbelen55 – 200.000 followers, modelo y creadora de contenidos especializados en automotores.
- Venta personal con los Embajadores Comerciales AutoCheck, quienes desarrollan relaciones con la red de Centros de Testeo y canales de publicación (MercadoLibre, Kavak, agencias de automóviles).
- Inbound Marketing con el contenido gratuito del blog que servirá para posicionar a AutoCheck en la mente del consumidor.
- Merchandising para generar relación con red de Centros de Testeo, gestores/mandatarios y productores de seguros.

6.4.3 Objetivos SMART

En pos de lograr los objetivos comerciales de AutoCheck, para el Plan de Comunicación se delimitan objetivos específicos, medibles, mensurables, alcanzables, realistas y en un marco de tiempo definido:

- Alcanzar 10.000 seguidores en todos los canales en los primeros 30 días.
 - KPI's: alcance, impresiones y CPM.
 - Táctica: branding.
- Lograr que el 30% (3000) de las personas impactadas realicen consultas o tengan interés en AutoCheck en los primeros 60 días.
 - KPI's: clicks, CTR y CPC.
 - Táctica: branding.
- Lograr que el 20% (2000) de las personas impactadas realicen testeos en AutoCheck en los primeros 90 días.
 - KPI's: conversión, CPA, y CR.
 - Táctica: prospecting y remarketing.
- Tener 1000 comentarios en RRSS en los primeros 120 días sobre el resultado del servicio AutoCheck y la concreción de la compraventa del automóvil.
 - KPI's: Engagement rate, testeos realizados / comentarios recibidos.
 - Táctica: engagement del contenido.
- Lograr 50 testeos realizados de manera referida en el plazo de 120 días.
 - KPI: Conversion Rate.
 - Táctica: fidelización.

- Tener una conversión del 2% en la plataforma Web en el primer año.
 - KPI: Conversion Rate.
 - Táctica: prospecting.
- Generar un 5% de retención de clientes en los primeros 3 años.
 - KPI: Conversion Rate.
 - Táctica: fidelización.

Estos objetivos serán replanteados en forma mensual, cíclica y continua, ya que es parte de la pauta Always-on y razón fundamental para el logro de los objetivos trazados.

6.4.4 Segmentación de audiencia

Edad: 20 – 50 años.

Ubicación geográfica para año 1: Gran Buenos Aires y Capital Federal.

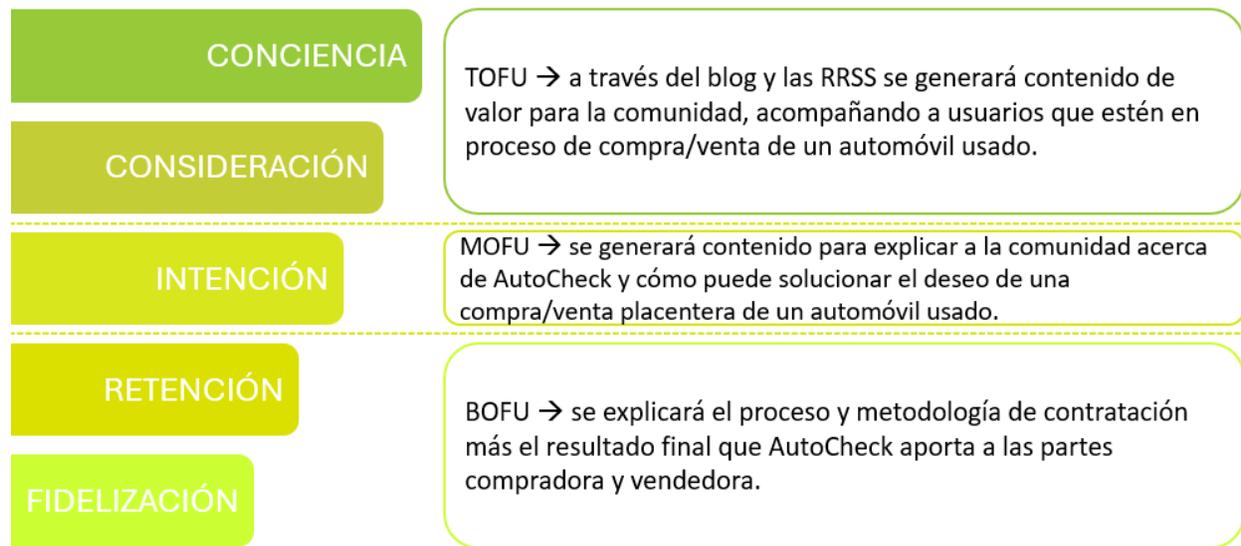
Intereses: automóviles usados, seguridad, tranquilidad, respaldo y herramientas digitales.

6.4.5 Buyer Persona

Graficaremos a nuestros clientes en un Buyer Persona, una representación ficticia de nuestro grupo objetivo específico con características iguales o similares relevantes para AutoCheck. De esta manera, podremos ser más concretos y asertivos en nuestra comunicación.

Buyer Persona: Maria Jose, 27 años, diseñadora que trabaja de forma remota para otro país, maneja sus propios tiempos, es relajada, inquieta, curiosa, por lo que le gusta averiguar y conocer de todo un poco. Termino el curso de manejo y está evaluando la compra de un auto así puede viajar por el país conociendo diferentes ciudades, al mismo tiempo que realiza su trabajo, acumulando sus días de vacaciones para tomarlos una vez por año fuera del país. Maria es hija única y ni ella ni su familia tienen conocimientos mecánicos.

6.4.6 Estrategia de Conversión al Buyer Persona



6.4.7 Categoría de contenidos

AutoCheck adopta un enfoque multifacético para su comunicación en redes sociales, abarcando tres áreas clave: comunidad, marketing y corporativo, con la siguiente apertura de share por medio:

	COMUNIDAD	MARKETING	CORPORATIVO
CONTENIDO	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de contenido de valor • Notas de especialistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Branding • Promoción según área geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con partners • Resultados de negocios
Meta (FB, IG, WhatsApp)	50%	50%	
Google Ads	65%	35%	
LinkedIn		10%	90%

Esta combinación estratégica de comunicación permite a AutoCheck establecer una presencia sólida en las redes sociales, fortalecer su relación con los clientes, priorizando el logro de sus objetivos de negocio.

7. Plan operacional

AutoCheck se caracteriza por un modelo de negocio liviano que no requiere de una gran infraestructura física. Basado en la red de partners para la ejecución de sus operaciones, lo que le permite reducir costos y optimizar su eficiencia.

Se contempla la necesidad de contar con oficinas centrales en la Ciudad de Buenos Aires. Estas oficinas albergarán al equipo de Administración, Operaciones y Comercial, quienes, no obstante, dedican gran parte de su tiempo a actividades en campo, visitando a los partners y sus Centros de Testeo. Además, las oficinas servirán como espacio para reuniones con equipos externos, como asesores legales, contables, HR y marketing. La ubicación precisa de las oficinas no será relevante, ya que no serán visitadas por clientes. Su función principal será servir como backoffice y espacio para reuniones internas.

No se prevé el alquiler de oficinas en las provincias del interior del país. La actividad comercial en estas regiones se desarrollará principalmente mediante visitas a los establecimientos asociados. Los Embajadores Comerciales locales realizarán sus tareas operativas (reportes de ventas, llamadas, etc.) tanto de manera remota como presencial.

Todas las actividades operativas y el seguimiento administrativo de los establecimientos se gestionan de forma centralizada desde las oficinas de la Ciudad de Buenos Aires.

7.1 Cadena de valor

7.2 Actividades primarias



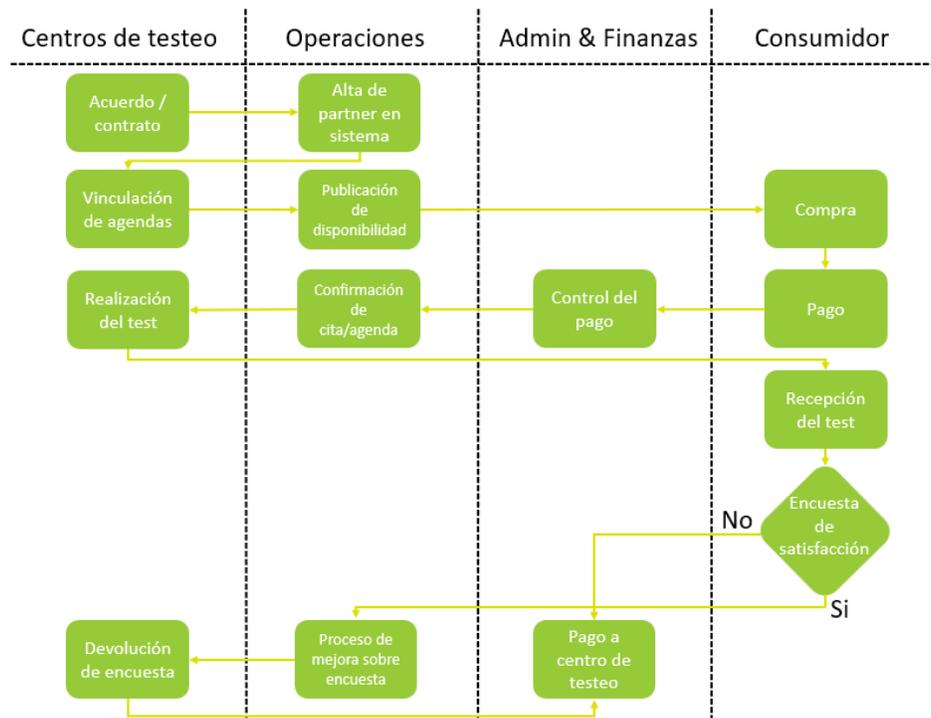
7.3 Actividades de soporte

Es la infraestructura que la empresa necesita para mantener las operaciones generales diarias, para este caso serán apoyadas las siguientes responsabilidades de manera externa:

- El Gerente de Administración y Finanzas, tendrá también a su cargo responsabilidades en materia jurídica, contable y recursos humanos.
- El Gerente Comercial lidera también las acciones de Marketing.

7.4 Modelo de procesos

Una vez generado el contrato con los centros de testeo, se prevé el siguiente esquema de operación:



El proceso comienza a partir de que el Embajador Comercial AutoCheck acuerda con un establecimiento celebrar el acuerdo / contrato, modelo previamente validado con los asesores legales. En la eventualidad que el centro de testeo desee realizar enmiendas al contrato estándar, estas serán validadas nuevamente con los abogados. Es importante destacar que, una vez cerrados los acuerdos / contratos, los Embajadores Comerciales, ayudados por la información provista por la plataforma, harán un seguimiento a los Centros de Testeo para que los servicios sean realizados con los estándares previamente acordados.

Una vez firmado el acuerdo / contrato, el analista de operaciones carga los parámetros de este en la plataforma online AutoCheck y vincula agendas del centro de testeo, a partir de ese momento queda habilitado para cargar solicitudes de agenda para testeos. El analista de operaciones es quien libera la agenda para dejarla publicada en el sitio/app al que acceden los consumidores finales.

En el momento en que el consumidor decide realizar la compra, deberá indicar el centro de testeo elegido y sus datos para el pago, los cuales serán validados automáticamente. A partir del pago, se generará un voucher con un código unívoco que deberá ser presentado en el momento de llegar al centro de testeo. El pago también disparará un e-mail y notificación en app del centro de testeo, para informarle de la nueva cita concretada.

Dentro del rango indicado en la cita, el consumidor deberá presentarse en el centro de testeo para la realización de este. El centro de testeo, por su parte, deberá ingresar e iniciar la sesión con usuario y contraseña, dejando todo el avance registrado en BlockChain para resguardar la información del test a ser realizado.

Para simplificar el proceso de pagos a establecimientos, se acumularán todos los test realizados cada 15 días y se liquidarán los pagos correspondientes dentro de los primeros 5 días del mes siguiente.

Una vez terminado el servicio de chequeo y cuando el cliente haya recibido el test contratado, tendrá la opción de responder una encuesta, la misma tendrá como finalidad controlar y mejorar a la red de centros de testeo. En caso de que el cliente decida no realizarla, el pago quedará liberado y en proceso de Administración. En caso de que el cliente realice la encuesta, Operaciones será quien la reciba para procesar y luego dar devolución al centro de testeo, en caso de ser necesario, también se tomarán las medidas necesarias dentro del plan de mejora, para conservar una calidad sostenida del servicio. Al momento que el centro de testeo reciba la devolución de la encuesta por Operaciones, serán responsables del pedido de pago a Administración.

7.5 Journey del cliente

El conjunto de experiencias que AutoCheck llevara adelante con sus clientes es imprescindible para el éxito sostenido, el punto de interacción más relevante es dentro de los Centros de Testeo, razón por la cual el esfuerzo en términos de calidad estará principalmente focalizado en esta etapa de interacción.

De igual modo, será relevado todo el Journey para acompañar a los clientes:

	CONCIENCIA	CONSIDERACIÓN	INTENCIÓN	RETENCIÓN	FIDELIZACIÓN
Acciones de usuarios	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación online, RR.SS. y endorsers Boca en boca 	<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de información Conocer web/app 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de usuario Agendar cita de chequeo 	<ul style="list-style-type: none"> Visita a centro de testeo, espera y recepción de Test 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de satisfacción. Plan de referido
Touchpoints	<ul style="list-style-type: none"> Web/App RR.SS Centros de Testeo 	<ul style="list-style-type: none"> Web/App RR.SS. Comentarios 	<ul style="list-style-type: none"> Web/App Chat E-mail 	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Testeo Tester Resultado: test 	<ul style="list-style-type: none"> Web/App E-mail RR.SS.
Proceso	Usuario ingresa a la web para conocer el servicio	Usuario busca información on y off line	Usuario se da de alta, compra y agenda cita	Usuario visita centro de testeo según cita	Usuario recibe encuesta y pedido de comentarios
Pain point	Compra de un auto en mal estado	Tomar comentarios no validados	Pagar de más o no tener respaldo	Demora en atención y con malas formas	Pérdida de tiempo y sin utilidad.
Solución	Información consistente y validada	Comentarios positivos y endorsers de auto	Claridad de precios y asistencia en proceso de compra	Testers uniformados y entrenados para el servicio	Agradecer encuesta y ponerse en contacto a posteriori

Sensaciones




8. Plan Organizacional

8.1 Misión y visión

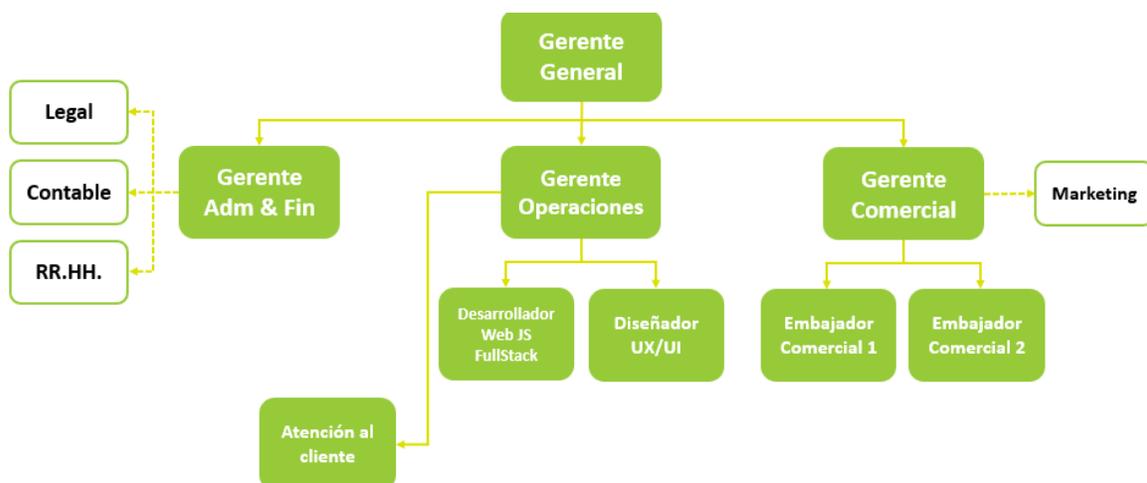
AutoCheck llega para democratizar el proceso de compraventa de automóviles usados, haciendo de esta experiencia, algo seguro, confiable e inolvidable, tanto para la parte vendedora como para la parte compradora.

Nuestra misión: revolucionar el mercado de compraventa de autos usados en Argentina, brindando a compradores y vendedores una solución integral que garantice seguridad, transparencia y confianza en cada transacción, como también, valor agregado a su red de Centros de Testeo.

Nuestra visión: para el 2029, AutoCheck será la empresa líder en el mercado de inspección previa a compraventa de autos usados en Argentina, reconocida por su servicio innovador, tecnología de vanguardia y compromiso con la satisfacción de sus clientes, partners y colaboradores.

8.2 Organigrama

Presentamos el esquema organizacional desde el inicio y hasta el año 3 de operación.



A continuación, una breve descripción de las actividades de cada área:

Gerente General: responsable de conservar la visión y misión general de la compañía, marcando el rumbo y liderando a su equipo directo e indirecto. Un rol clave será la recaudación de los fondos necesario para la puesta en marcha y garantizar la continuidad del negocio, realizando presentaciones y nutriendo a su público de la información necesaria. También entendemos que el manejo de prensa y relaciones institucionales son vitales para sustentar el negocio.

KPI's generales:

- Gestionar las finanzas, operación y objetivos comerciales.
- Consistencia en objetivos del negocio y su rol tecnológico.
- Rentabilizarlo y comunicarlo eficientemente a stakeholders.
- Expandir a su equipo la resiliencia y agilidad para adaptación al cambio necesario del negocio.

Gerente de Administración y Finanzas: responsables de todo el manejo de fondos, relación con bancos, pagos de sueldos, cobranzas a los usuarios y pagos a los Centros de Testeo. Interacción con los asesores legales, contables y recursos humanos.

KPI's financieros:

- Análisis financiero, gestión de inversiones y punto de equilibrio.
- Gestión de presupuestos y costos.
- Tesorerías (cobros y pagos).
- Establecimiento de precios de venta.
- Proyectos de inversión y gestión de financiación.
- Objetivos estratégicos y metas financieras.

KPI's RRHH:

- Selección, contratación, evaluación y capacitación de los empleados.
- Escala salarial, promoción y desvinculación.
- Bienestar laboral.
- Objetivos estratégicos y metas de RRHH.

Gerente de Operaciones: responsables del equipo de desarrollo IT quien tendrá a cargo la operatoria diaria del correcto funcionamiento del sitio/app, el cálculo de comisiones y la determinación de necesidades de pagos a los establecimientos. También llevará adelante la planificación y control del programa de mejora continua y atención al cliente, asistiendo tanto a los clientes como a los administradores de los Centros de Testeo.

KPI's operaciones:

- Gestión y aseguramiento del Plan de Mejora Continua.
- Desarrollo y mantenimiento de la plataforma.
- Estandarización de producto y servicio.
- Diseño y actualización de bases de datos y Web.
- Objetivos estratégicos y metas de producción.

KPI's IT:

- Análisis de requerimiento de información.
- Diseño de aplicación y plataforma digital.
- Mantenimiento de software y hardware.
- Integración de sistemas de información.
- Seguridad y control de la información y de recursos informáticos.
- Capacitación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Desarrollo de herramientas de productividad y gestión.
- Objetivos estratégicos y metas de tecnología.

Gerente Comercial: es el área más importante, debido a la dependencia del modelo respecto de la necesidad de incorporar y controlar los Centros de Testeo. Los Embajadores Comerciales dividirán su agenda en: desarrollo de partners, ejecución del plan de mejora continua y entrenamiento/promoción a Testers, productores de seguros y gestores/mandatarios.

KPI's comerciales:

- Objetivos estratégicos y metas de negocio.
- Desarrollo de Embajadores Comerciales.
- Control de ejecución del Plan de Mejora Continua.
- Sistema de organización y gestión de ventas.
- Gestión de clientes y fidelización.

KPI's marketing:

- Plan de Merchandising por canal.
- Investigación comercial y de mercado.
- Publicidad y planes de mercadeo.
- Desarrollo y lanzamiento de productos y mercado.
- Creación, innovación y eliminación de productos.

8.3 Aspectos legales

La forma legal de AutoCheck es la de Sociedad Anónima (S.A.), por contar con las siguientes ventajas:

- Permite a los socios limitar su responsabilidad al capital comprometido (similar al caso de SRL).
- Al existir una mayor regulación legal que en el caso de la SRL, los costos regulatorios son menores.
- Dado que no tiene restricciones de cantidad de socios (la SRL limita a 50), permite escalabilidad en caso de crecer el negocio.

La razón social se denominará **Autocheck.com S.A.**

9. Plan financiero

A continuación, serán mostradas las principales proyecciones del proyecto en materia financiera, el mismo es calculado a cinco años. Todas las estimaciones son realizadas en moneda dura (USD).

Posteriormente se mostrará la valuación del proyecto con el método de VNA (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno) con el fin de concluir sobre la conveniencia financiera de AutoCheck.

9.1 Principales Proyecciones

Si bien se calcula la proyección de cinco años, también se toma el año cero, con 3 meses de desarrollo, evento lanzamiento y comunicación. Tal lo antes detallado, los cálculos son realizados en USD, para lo que también se contempla la inflación de los Estados Unidos como variable de ajuste anual (Statista, *7)

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
Expected Inflation Rate US (%)	2,30%	2,1%	2,0%	2,0%	2,1%	2,1%

9.2 Ingresos

Para calcular el ingreso por ventas tomamos la demanda estimada detallada en el ítem 4.4, donde están detalladas tanto las estimaciones de AutoCheck como AutoCheck Turbo, proyecciones por área geográfica, nivel de ingreso por mes y estimación de demanda en futuros años de acuerdo al método estadístico de regresión.

La captación de mercado, ítem 4.3, está directamente asociada a los objetivos SMART detallados en el Plan de Comunicación, ítem 6.4.3, los cuales serán aplicados solo en las áreas geográficas que el plan detalle, como también su aumento paulatino en el tiempo.

Ahora bien, teniendo en cuenta los precios que se mencionaron en el ítem 3, se toman los ajustes proyectados.

Con estos precios y demanda tenemos los siguientes ingresos:

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
Demanda AutoCheck		11643	23108	31901	41666	49999
Demanda AutoCheck Turbo				8694	19685	24209
Inflación		2,1%	2,0%	2,0%	2,1%	2,1%
Precio AutoCheck		69,00	70,00	71,00	72,00	73,00
Precio neto AutoCheck		57,02	57,85	58,68	59,50	60,33
Precio AutoCheck Turbo				48,00	49,00	50,00
Precio neto AutoCheck Turbo				39,67	40,50	41,32
Total vtas AutoCheck		803.349	1.617.532	2.264.943	2.999.968	3.649.963
Total vtas AutoCheck Turbo				417.322	964.553	1.210.465
Sub Total		803.349	1.617.532	2.682.265	3.964.521	4.860.428
Total venta neta AutoCheck		663.925	1.336.804	1.871.854	2.479.312	3.016.498
Total venta neta AutoCheck Turbo				344.894	797.151	1.000.384
Total neto		663.925	1.336.804	2.216.748	3.276.463	4.016.882
IIBB		4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%
Net sales		634.048	1.276.647	2.116.995	3.129.023	3.836.123

9.3 Headcount

Para los empleados se tomó una estimación de los 5 años más 3 meses del año cero, en el cual se empieza a montar la empresa, desarrollar la plataforma e iniciar los acuerdos comerciales. Para calcular el salario del 2024, que sería el año cero, se tomaron valores del Estudio de Remuneración Michael Page marzo 2024 para cada área. Al igual que los ingresos y costos, expresado en USD y con ajuste anual de inflación. De forma inicial la estructura, tal lo detallado en el ítem 8.2, está compuesta por 9 personas, en el año tres se contempla el ingreso de 3 nuevos Embajadores Comerciales, tanto para desarrollar AutoCheck Turbo y las alianzas con MercadoLibre y Kavak, como para reforzar el control de calidad y seguimiento de las red de Centros de Testeo.

Detalle mensual de salarios de acuerdo a cada área:

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
<i>Admin & Operative Expenses</i>						
Gte. General	7.292	7.445	7.594	7.746	7.908	8.074
Gte. Administración	4.167	4.254	4.339	4.426	4.519	4.614
Gte. Operaciones	4.375	4.467	4.556	4.647	4.745	4.845
Gte. Comercial	3.958	4.041	4.122	4.205	4.293	4.383
Desarrollador web	3.646	3.722	3.797	3.873	3.954	4.037
Diseñador UX/UI	3.125	3.191	3.254	3.320	3.389	3.460
Operador de atención al cliente	1.563	1.595	1.627	1.660	1.695	1.730
Embajador Comercial 1	2.292	2.340	2.387	2.434	2.485	2.538
Embajador Comercial 2	2.292	2.340	2.387	2.434	2.485	2.538
Embajador Comercial 3				2.434	2.485	2.538
Embajador Comercial 4				2.434	2.485	2.538
Embajador Comercial 5				2.434	2.485	2.538
Total salarios mensual	32.708	33.395	34.063	42.047	42.930	43.832
Impuestos y cargas (30%)	9.813	10.019	10.219	12.614	12.879	13.150
Total salarios anual (x13)	127.563	564.379	575.667	710.600	725.523	740.758

9.4 General & Other Expenses

Desde el año cero son contemplados los gastos de oficina y servicios asociados, como también los acuerdos con servicios tercerizados del área Legal, Contable, HR y Marketing. Para el caso de las computadoras y escritorios, es estimada una compra inicial y una renovación total para el año tres.

Es importante destacar que el desarrollo de plataforma web/mobile, Backend, APIs y MVP no tiene costo ya que como se puede ver en el ítem 9.3, AutoCheck cuenta con Desarrollador Web JS FullStack y Diseñador UX/UI, quienes cubren la necesidad con su trabajo directo asumido en costos por su hora payroll.

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
<i>General & Other Expenses</i>						
Alquiler oficina	7.917	48.498	49.467	50.457	51.516	52.598
Computadoras, escritorios, etc.	10.417			14.167		
Servicios IT	1.771	10.848	11.065	11.286	11.523	11.765
Otros mensual (seguros, librería, servicios)	1.771	10.848	11.065	11.286	11.523	11.765
Fee Estudio Legal	3.021	18.506	18.876	19.253	19.658	20.070
Fee Consultora HR	2.500	15.315	15.621	15.934	16.268	16.610
Fee Estudio Contable	2.500	15.315	15.621	15.934	16.268	16.610
Fee Agencia Marketing	2.500	15.315	15.621	15.934	16.268	16.610
Total General & Other Expenses	32.396	134.644	137.337	154.251	143.026	146.029

9.5 Marketing Expenses

Para llevar adelante el Plan de Comunicación detallado en el ítem 6.4, de forma externa al Fee de Agencia de Marketing, son contemplados los siguientes gastos:

- Programa Always-on, abarcando las campañas online en Meta y LinkedIn, que estarán activas de forma constante y será dividido en 4 etapas anuales, focalizando en cada mes de cada Q una etapa diferente del funnel, con el fin de alcanzar los objetivos comerciales propuestos.
- Campañas SEO/SEM, en este caso los gastos también serán continuos ya que sostienen el posicionamiento marcario y optimización en Google, especialmente por la parte media del funnel (MOFU).

SEO: además del manejo del contenido en la web, se considera la producción y mantenimiento del blog, con el fin de conservar la información relevante que ayudará tanto a las personas interesadas en la venta como la compra de un automóvil usado. El blog tendrá también contenido direccionado al canal de recomendadores del servicio, como ser Agencias/Concesionarias y Gestores.

SEM: se alcanzará principalmente a personas interesadas en la venta o en la compra de un automóvil usado, targetizado de forma geográfica de acuerdo al desembarco paulatino planteado y al tipo de Buyer Persona definido.

- Plan de influenciadores, donde se prevén campañas específicas con el fin de alimentar el ingreso de nuevos prospectos, con foco en la etapa superior del funnel (TOFU) y un pico en el año 3 por el lanzamiento de AutoCheck Turbo.
- Los Eventos Comerciales, Clínicas y Seminarios con clientes, partners y recomendadores, también son acompañados de forma continua con Merchandising identificatorio con el fin de desarrollar la cercanía con stakeholders clave. A partir del año 3, con el lanzamiento de AutoCheck Turbo, se estima que el volumen de Eventos Comerciales a realizar serán más frecuentes, como también la invitación de personalidades clave para el uso y aval de la herramienta.

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
<i>Marketing Expenses</i>						
Always-on Marketing	2.292	28.078	28.639	45.777	61.728	76.676
Campaña SEO/SEM	1.667	20.420	20.828	37.810	53.594	68.371
Plan de influenciadores		17.868	16.402	38.435	51.999	53.163
Eventos clientes y recomendadores	6.510	5.318	5.424	38.663	37.551	48.654
Merchandising	1.042	12.763	13.018	29.843	45.460	60.066
Total Marketing Expenses	11.510	84.445	84.312	190.529	250.331	306.931

La inversión en Marketing se encuentra dentro de los parámetros de la industria y es directamente proporcional al volumen del negocio, considerando el ingreso paulatino de nuevas áreas geográficas, más la conservación de las conquistadas en períodos anteriores. En el año 3 (2027) está pautado el lanzamiento de AutoCheck Turbo, por lo que el volumen de inversión será mayor en proporción a los años subsiguientes, con el fin de cuidar el posicionamiento logrado y sumar el nuevo producto.

9.6 Other Expenses

Para mantener un orden, serán contemplados de forma diferencial los gastos relacionados con la ejecución comercial, como son: el costo de los materiales para la iniciación de cada Centro de Testeo, denominado “Kit Tester” (costo que será dependiente a la cantidad de Centros de Testeo iniciados por período), como también los costos generales de viáticos y movilidad asociado al equipo Comercial.

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
<i>Other Expenses</i>						
Nuevos Centros de Testeo		40	30	25	35	15
KIT TESTER - Centros de Testeo		10.417	7.969	6.773	9.682	4.237
Viáticos y reuniones comerciales	2.083	12.763	13.018	33.195	33.892	34.604
Total Other Expenses	2.083	23.666	21.406	40.768	44.489	39.656

9.7 Flujo de Caja Libre

Consideramos un valor terminal g de 0,5% de acuerdo a las estimaciones de crecimiento del mercado automotor proyectadas (ítem 4.3), tenemos así el siguiente FCF:

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
Expected Inflation Rate US (%)	2,3%	2,1%	2,0%	2,0%	2,1%	2,1%
Headcount	9	9	9	12	12	12
Net sales		634.048	1.276.647	2.116.995	3.129.023	3.836.123
% yearly increase			101%	66%	48%	23%
Cost of Sales		- 221.684	- 446.359	- 625.012	- 827.842	- 1.007.209
As % of sales		35%	35%	30%	26%	26%
Gross cashflow (=)		412.364	830.289	1.491.983	2.301.180	2.828.914
As % of sales		65%	65%	70%	74%	74%
Marketing Expenses (-)	- 11.510	- 84.445	- 84.312	- 190.529	- 250.331	- 306.931
As % of sales		13%	7%	9%	8%	8%
Admin & Operative Expenses (-)	- 127.563	- 564.379	- 575.667	- 710.600	- 725.523	- 740.758
As % of sales		89%	45%	34%	23%	19%
General & Other Expenses (-)	- 32.396	- 134.644	- 137.337	- 154.251	- 143.026	- 146.029
As % of sales		21%	11%	7%	5%	4%
Other Expenses (-)	- 2.083	- 23.666	- 21.406	- 40.768	- 44.489	- 39.656
As % of sales		4%	2%	2%	1%	1%
Operating cashflow (=EBITDA, \$) (=)	- 173.552	- 394.771	11.567	395.835	1.137.811	1.595.539
As % of sales		-62%	1%	19%	36%	42%
EBIT (=)		- 394.771	11.567	395.835	1.137.811	1.595.539
% tax rate (T)		35%	35%	35%	35%	35%
Taxes (-)		-	-	-	341.911	558.439
EBIT after taxes (=)		- 394.771	11.567	395.835	795.900	1.037.100
As % of sales		-62%	1%	19%	25%	27%
FCFF (=)		- 394.771	11.567	395.835	795.900	1.037.100
Terminal Value						4.047.676
g=	0,5%					
Total FCFF USD (=FCFF+TV)	- 173.552	- 394.771	11.567	395.835	795.900	5.084.776
Total FCFF USD sin Terminal Value	- 173.552	- 394.771	11.567	395.835	795.900	1.037.100

9.8 Inversión Inicial

Para poder operar el primer año se requiere USD 173.552.

	Y0 - 2024
Marketing Expenses (-)	- 11.510
Admin & Operative Expenses (-)	- 127.563
General & Other Expenses (-)	- 32.396
Other Expenses (-)	- 2.083
Initial investment	- 173.552

9.9 WACC

Será utilizado el modelo Capm para estimar el costo de capital propio (Ke) y, en consecuencia, el costo promedio de capital (WACC) para financiar sus operaciones (*8)

Riesgo país	16%
Rm	
(Rm-Rf)	5%
Ke	26,25%

Discount rate for undiversified control investor (base \$)

Rf US	3,80%
Unlevered US beta (Computer Software/Svcs)	1,3300

9.10 Valuación del proyecto

9.10.1 VNA

Es considerado el siguiente análisis en un escenario base. Se realiza el cálculo con el WACC explicado en el ítem anterior y los flujos de fondos del año uno al cinco más el valor perpetuo en el año quinto con crecimiento g de 0.5%.

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
Terminal Value						4.047.676
g=	0,5%					
Total FCFF USD (=FCFF+TV)	- 173.552	- 394.771	11.567	395.835	795.900	5.084.776
Total FCFF USD sin Terminal Value	- 173.552	- 394.771	11.567	395.835	795.900	1.037.100

VNA	1.616.298
------------	------------------

El proyecto AutoCheck presenta un Valor Actual Neto de USD 1.616.298, lo que lo convierte en una inversión altamente atractiva. Este valor positivo confirma que los beneficios futuros superan los costos, generando un valor adicional para la empresa y justificando la decisión de inversión.

El punto de equilibrio se alcanza al año 2.

9.10.2 TIR

La Tasa Interna de Retorno, que es la tasa de descuento que, aplicada al flujo de fondos, generaría un VAN nulo, en este caso la TIR es del 83%.

Una tasa que está por encima del costo de capital representa que las inversiones requeridas son bajas respecto a las ganancias obtenidas, al ser mayor que cero y mayor que el costo de capital, AutoCheck es recomendado por su Tasa Interna de Retorno.

9.10.3 Socios y capital inicial

Tal lo detallado, el capital inicial del proyecto en el escenario neutro es de USD 568.323, en este caso el plan es realizarlo entre 3 socios (Gerente de Administración & Finanzas, Gerente de Operaciones y Gerente Comercial), siendo cada uno dueño del 33,33% de AutoCheck y con una división en partes iguales, aportando USD 189.441.

9.10.4 Análisis de sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad contemplamos como variable incierta y crítica un eventual market share distinto al original, planteando 3 escenarios:

- Nulo (VAN = 0)
- Pesimista (MS al 80%)
- Optimista (MS al 120%)

Escenario nulo, el cual toma un VAN = 0, con un market share menor, siendo este al 76,33% versus el escenario base al 100%, originalmente planteado.

Para este escenario, conservamos el mismo valor perpetuo g de 0,5%, el flujo de fondos, su TIR, la inversión total y su PayBack period serían:

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
Terminal Value						1.744.569
g=	0,5%					
Total FCFF USD (=FCFF+TV)	- 173.552	- 544.824	- 290.563	- 105.171	397.300	2.191.565
Total FCFF USD sin Terminal Value	- 173.552	- 544.824	- 290.563	- 105.171	397.300	446.996

VAN	0
TIR	26%
Inversión	- 1.114.111
PayBack	4

Dentro del escenario nulo, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 26%, el total de la inversión requerida es de USD 1.114.111 y su punto de equilibrio se alcanza en el año 4.

Escenario pesimista, considerando un eventual market share menor, siendo este al 80% versus el 100% originalmente planteado.

Para este escenario, conservamos el mismo valor perpetuo g de 0,5%, el flujo de fondos, su VAN, TIR, inversión total y PayBack period serían:

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
Terminal Value						2.101.326
g=	0,5%					
Total FCFF USD (=FCFF+TV)	- 173.552	- 521.581	- 243.762	- 27.564	512.007	2.639.731
Total FCFF USD sin Terminal Value	- 173.552	- 521.581	- 243.762	- 27.564	512.007	538.404

VAN	271.216
TIR	37%
Inversión	- 966.459
PayBack	4

Dentro del escenario pesimista, el Valor Actual Neto (VAN) es de USD 271.216, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 37%, el total de la inversión requerida es de USD 966.459 y su punto de equilibrio se alcanza en el año 4.

Escenario optimista, el cual contempla como variable incierta y crítica un eventual market share mayor, siendo este al 120% versus el 100% originalmente planteado.

Para este escenario, conservamos el mismo valor perpetuo g de 0,5%, el flujo de fondos, su VAN, TIR, inversión total y PayBack period serían:

	Y0 - 2024	Y1 - 2025	Y2 - 2026	Y3 - 2027	Y4 - 2028	Y5 - 2029
Terminal Value						5.994.025
g=	0,5%					
Total FCFF USD (=FCFF+TV)	- 173.552	- 267.961	266.897	593.618	920.734	7.529.821
Total FCFF USD sin Terminal Value	- 173.552	- 267.961	266.897	593.618	920.734	1.535.796

VAN	2.786.654
TIR	120%
Inversión	- 441.513
PayBack	2

Dentro del escenario optimista, el Valor Actual Neto (VAN) es de USD 2.786.654, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 120%, el total de la inversión requerida es de USD 441.513 y su punto de equilibrio se alcanza en el año 2.

10. Anexos bibliografía y fuentes

(*1) La información del mercado de vehículos es tomada de la Cámara del Comercio Automotor: <https://cca.org.ar/category/estadisticas/>

(*2) La Información sobre actuales players de mercado de vehículos en plataforma online es tomada del siguiente artículo periodístico: <https://www.cronista.com/apertura/empresas/tres-unicornios-se-pelean-por-un-millonario-negocio-sobre-ruedas-como-seducen-a-los-consumidores/>

(*3) El detalle de las operaciones de empresas competidoras son tomadas de sus sitios web:

- Checkcar: <https://www.checkcar.com.ar/>
- Verificar: <https://www.instagram.com/verificar.arg?igsh=MWxrZ2h4aW0zYzEwcA==>
- Carfax: <https://www.carfax.com/>

(*4) Para el correcto uso de la herramienta estadística de Regresión, es tomada la información del PBI estimado a futuro en Argentina según fuente de Statista:

<https://www.statista.com/statistics/316739/gross-domestic-product-gdp-per-capita-in-argentina/>

(*5) En pos de desarrollar AutoCheck Turbo basado en IA, tomamos información de Chat GPT como partner recomendado: www.openia.com

A modo de bench, AutoCheck toma el ejemplo de la empresa emergente Drivex, quien ya se encuentra corriendo un sistema de control de carrocería para la devolución de automóviles en alquiler: <https://drivex.io/>

(*6) La información de los partners a quienes tomar como éxito en el caso es tomada de sus sitios web:

- Norauto: <https://www.shop.norauto.com.ar/sucursales>
- Neumen: <https://neumen.ar/sucursales/>

(*7) Para el análisis financiero, es tomada la proyección de inflación en USA de acuerdo a reportes del sitio Statista: <https://www.statista.com/statistics/244983/projected-inflation-rate-in-the-united-states/>

(*8) Referencias para estimar el costo de capital propio (K_e), el costo promedio de capital (WACC) por el modelo CAPM:

- R_f , es la tasa libre de riesgo representa el retorno que un inversionista puede obtener sin asumir ningún riesgo, en este caso, tomamos bonos del gobierno: 3,8%
<https://es-us.finanzas.yahoo.com/tasas-de-bonos-del-tesoro-de-EEUU>
- Riesgo país, es la exposición a pérdida financiera a consecuencia de problemas macroeconómicos y/o políticos que puedan suceder, en este caso, en Argentina: 16%
<https://www.ambito.com/contenidos/riesgo-pais.html>

- β , el beta de la acción mide la sensibilidad a los movimientos del mercado, en este caso, tomamos como parámetro de valuación el negocio de "Computer Software/Svcs": 1,33 <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/> --> go to "Updated Data"
- Prima de Riesgo ($R_m - R_f$), se considera el promedio histórico de los últimos 10 años del S&P 500. Se toma al S&P 500 ya que se lo considera el índice más representativo de la situación real del mercado menos la R_f : 5%