

ALENCASTRO

Negocios, Marketing y Asistentes IA

Propuesta de Valor

SOP-MKT-001 · Paso 4 (Kit de Marca) · Tarea 3 de 8 — probada contra la investigación de mercado (Tarea 1)

Aliado: Taller Mecánico TEXO — Manzanillo, Colima

Preparado para: Fernando Alencastro (Alencastro)

Fecha: 22 de julio de 2026

Metodología

Se combinan tres herramientas: Value Proposition Canvas (Osterwalder) para cruzar los dolores ya documentados de los 4 avatares contra lo que TEXO ya está construyendo operativamente; un statement de posicionamiento formal (una sola propuesta de valor central, no cuatro mensajes sueltos); y validación cruzada explícita contra la investigación de mercado de la Tarea 1 — cada afirmación de esta propuesta se acompaña de la evidencia de mercado que la sostiene.

Regla seguida en todo el documento: ninguna promesa se incluye sin evidencia de mercado que la respalde o sin que ya exista (o esté en construcción) dentro de la operación real de TEXO. Donde una promesa depende de una decisión que Kristihan y Jorge todavía no han confirmado, se marca explícitamente como pendiente de validar — no se da por hecho.

Núcleo de propuesta de valor

"El taller que prueba lo que dice: diagnóstico honesto, proceso documentado y respuesta rápida — en un mercado donde casi nadie más lo hace."

Los tres pilares de este núcleo no se eligieron por intuición — son los tres puntos donde la investigación de mercado (Tarea 1) mostró huecos más grandes y mejor evidenciados: honestidad de diagnóstico (el atributo que los propios clientes de la competencia premian espontáneamente en sus reseñas, pero que ningún negocio declara como mensaje), proceso documentado (cero competidores lo comunican) y tiempo de respuesta (una queja real y documentada existe en el mercado por justo esto).

Statement de posicionamiento formal

Versión B2C

"Para el dueño de auto en Manzanillo que teme que le inventen fallas o lo dejen esperando sin explicación, TEXO es el taller mecánico que diagnostica con honestidad verificable y responde rápido — a diferencia del resto del mercado, donde ningún taller comunica su proceso ni gestiona activamente su reputación, en TEXO cada servicio queda documentado (orden de servicio, checklist de calidad, bitácora del vehículo) y el cliente puede verlo."

Versión B2B

"Para la empresa o el hotel en Manzanillo que no puede permitirse un vehículo parado, TEXO es el taller que garantiza tiempo de respuesta y prioridad de agenda con historial documentado por unidad — algo que hoy ningún taller de la ciudad ofrece de forma visible ni comprobable."

Value Proposition Canvas resumido

Segmento B2C — Don Ramiro y Karla

Dolor del cliente (evidencia)	Qué alivia TEXO	Con qué (ya existe o en construcción)
Miedo a que le "vean cara" o le inventen fallas en un taller desconocido (Don Ramiro)	Diagnóstico honesto explicado en lenguaje simple, sin inventar reparaciones	Orden de servicio + diagnóstico escrito (ya en formalización) + trato directo del asesor
Que le cambien el presupuesto a mitad del trabajo	Presupuesto claro antes de tocar el carro	Política de presupuesto sin costo previo (a confirmar con dueños) + autorización del cliente por escrito
Ficha de Google vacía, sin forma de verificar antes de confiar en un taller nuevo (Karla)	Perfil digital completo y gestionado activamente, con evidencia visual del proceso	Meta KR2/KR6 del PE-01: 15 reseñas 4.5+, top 3 en búsqueda local
Agencia cara pero miedo a perder calidad técnica fuera de ella (Karla)	Mismo nivel de rigor técnico documentado, a un costo más razonable	Check de calidad + bitácora de vehículo con historial por unidad

Segmento B2B — Comercial Salahua y Hotel Bahía

Dolor del cliente (evidencia)	Qué alivia TEXO	Con qué (ya existe o en construcción)
Vehículo parado = venta perdida o reparto retrasado (Comercial Salahua)	Prioridad de agenda para clientes recurrentes + resolución rápida	Ocupación de horas valle (KR6 de Capacidad) + tablero de agenda por franjas
Necesita factura fiscal ágil para su contabilidad	Facturación formal sin fricción	A confirmar con dueños: ¿ya emiten factura fiscal hoy?
Van fuera de servicio en temporada alta afecta directamente al huésped (Hotel Bahía)	Tiempo de respuesta garantizado, incluso fuera de horario en temporada alta	Meta KR10: tiempo de primera respuesta <1h en todos los canales
Sin proveedor con historial de servicio documentado por unidad	Trazabilidad completa: qué se le hizo a cada vehículo y cuándo	Bitácora de vehículo (ya en formalización operativa)

Validación cruzada contra la investigación de mercado

Afirmación de la propuesta	Evidencia de mercado que la sostiene (Tarea 1)
"Diagnóstico honesto, no inventamos fallas"	Es el atributo #1 que el mercado premia sin que nadie lo declare: reseñas reales citan "te arreglan la falla y no te inventan más" (Taller Novela, 4.7★) y patrón de "presupuesto sin costo" (Las Garzas, 4.3★/89 reseñas) — pero de 110+ negocios censados, ninguno lo usa como mensaje de marca.
"Proceso documentado y verificable"	0 de 110+ negocios censados comunica públicamente un proceso estructurado o garantía formal. TEXO ya está formalizando Orden de Servicio, Check de Calidad y Bitácora a nivel interno — es ventaja real, no aspiracional.
"Respuesta rápida"	Queja real y documentada en el mercado: un cliente de Transmisiones Automáticas de Manzanillo reclamó explícitamente no poder comunicarse al teléfono publicado. La contactabilidad es una fricción confirmada, no supuesta.
"Precio claro antes de tocar tu carro"	Precio invisible en el 100% del mercado censado — ningún competidor publica tarifas ni political de presupuesto previo en ningún canal.
"Gestionamos activamente tu confianza" (reseñas, presencia digital)	Solo 1 de 110+ negocios (Llantas y Servicios Las Garzas) gestiona reseñas de forma activa y visible; solo 6-8 tienen redes sociales con actividad real.
"Prioridad y trazabilidad para tu flotilla" (B2B)	Cero competidores del censo mostraron oferta u oferta visible dirigida a empresas o flotillas — vacío de mercado confirmado, no solo una intuición de posicionamiento.

Variantes de mensaje por avatar

Mismo núcleo de propuesta de valor, distinta prueba por delante según lo que cada avatar prioriza — no son 4 propuestas distintas.

Don Ramiro (B2C · cliente local por referido)

"En TEXO te explicamos qué tiene tu carro antes de tocarlo, y te damos el precio por escrito — sin sorpresas a mitad del trabajo."

Prueba que se pone por delante: Honestidad de diagnóstico + presupuesto previo.

Karla (B2C · post-garantía, digital)

"El mismo rigor técnico que esperarías de una agencia, con historial documentado de cada servicio — y lo puedes revisar antes de confiar en nosotros."

Prueba que se pone por delante: Evidencia digital verificable (reseñas, perfil completo) + documentación técnica.

Comercial Salahua (B2B · flotilla ligera)

"Tu flotilla no puede esperar. En TEXO te damos prioridad de agenda y facturación sin fricción, para que un vehículo parado nunca sea un problema tuyo."

Prueba que se pone por delante: Rapidez de resolución + facturación ágil (a confirmar).

Hotel Bahía (B2B · operador turístico)

"Cuando una van se descompone en temporada alta, no hay margen de error. Te garantizamos tiempo de respuesta y el historial completo de cada unidad."

Prueba que se pone por delante: Tiempo de respuesta garantizado + trazabilidad por vehículo.

Lo que NO vamos a decir

Para no sonar como el resto del mercado — estas frases aparecen repetidas casi textualmente en decenas de fichas de directorio de la competencia y no comunican nada verificable:

- "Somos los mejores" / "calidad garantizada" sin evidencia que lo sostenga.
- "Equipos modernos, personal altamente capacitado, servicio al cliente excepcional" — es el boilerplate exacto que usan decenas de competidores no relacionados entre sí, repetido palabra por palabra.
- "El más barato" — TEXO no compite por precio bajo, compite por confianza y proceso verificable; prometer precio bajo contradice el posicionamiento y es difícil de sostener con el ticket promedio objetivo del PE-01.
- Garantías específicas de tiempo o cobertura (ej. "6 meses de garantía") sin que Kristihan y Jorge las hayan confirmado como política real — prometerlo sin decidirlo primero es el mismo riesgo que se identificó en la competencia (contactabilidad prometida y no cumplida).

Preguntas para confirmar con Kristihan y Jorge antes de comunicar

- ¿Están dispuestos a comprometerse públicamente a un tiempo de respuesta específico (ej. <1 hora en WhatsApp)? ¿Es realista con el personal actual?
- ¿Van a ofrecer presupuesto sin costo antes de reparar, como política formal y consistente?
- ¿Qué garantía real pueden dar sobre las reparaciones (tiempo, cobertura), sin poner en riesgo el negocio?

- ¿Ya emiten factura fiscal? Es condición para poder prometerlo a clientes empresariales.
- ¿Qué va a ver realmente el cliente del "proceso documentado" — se le entrega algo físico/digital, o el registro es solo interno? La promesa debe coincidir con la experiencia real.

Cómo esto alimenta la siguiente tarea

Con el núcleo de propuesta de valor y sus tres pruebas (honestidad, proceso documentado, respuesta rápida) ya validados contra el mercado, la Tarea 4 (pilares de contenido) puede construirse cruzando estos mismos tres ejes contra los 4 avatares — sin inventar temas nuevos, solo dando forma de contenido a lo que ya se probó que el mercado valora y nadie más comunica.