

SERIE IA DE NETWEBMEDIA · 14 INDUSTRIAS

IA y Automotriz

Automotoras independientes, talleres, centros de neumáticos y servicio: IA para leads, agenda de servicio, inspecciones, reseñas y administración.

AUTOMOTORAS

TALLERES

DETAILING

NEUMÁTICOS Y SERVICIO

Primera edición · Septiembre 2026

Libro 8 de 14 · netwebmedia.com

Foto: Kate Ibragimova / Unsplash

Sobre esta serie

Catorce libros, una pregunta: ¿qué cambia realmente la IA para un negocio como el tuyo? Cada libro está escrito para una industria — sus clientes, sus herramientas, sus reglas — para que lo apliques este mes, no algún día. Compra uno, o los catorce en el pack.

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1. IA y Bienes Raíces | 8. IA y Automotriz — este libro |
| 2. IA y Salud & Bienestar | 9. IA y Eventos & Matrimonios |
| 3. IA y Hotelería & Turismo | 10. IA y Vino & Agricultura |
| 4. IA y Restaurantes & Cafeterías | 11. IA y Belleza & Bienestar |
| 5. IA y Servicios Locales | 12. IA y Pymes |
| 6. IA y Finanzas & Seguros | 13. IA y Estudios Jurídicos |
| 7. IA y Educación & EdTech | 14. IA y Servicios para el Hogar |

© 2026 NetWebMedia. Todos los derechos reservados.

Publicado por NetWebMedia · www.netwebmedia.com · WhatsApp +1 (442) 385-4585 · Ediciones en español e inglés

Cada estadística de este libro lleva una referencia numerada a una fuente con nombre y fecha en la sección Fuentes. Los benchmarks son medianas o promedios de otros negocios tal como los publican esas fuentes — no predicciones de tus resultados.

Este ebook se licencia al comprador para uso dentro de un solo negocio. Por favor no lo compartas, revendas ni redistribuyas; hay licencias para equipos y agencias por WhatsApp. Gracias por apoyar el trabajo independiente.

Los 14 libros · pack US\$99 · netwebmedia.com/store.html

Contenido

Empieza aquí

1. Por qué la IA importa ahora en automotriz

Un mercado de ventas plano y un mercado de servicio que crece
Dónde están tus pares
La brecha de impacto
El taller va más atrás, y anda ocupado

2. Qué hace realmente la IA en un negocio automotriz

Mito vs. realidad

3. Cómo tus clientes ya usan IA para encontrarte y elegirte

La búsqueda empieza en una respuesta de IA
Qué esperan los compradores cuando te encuentran
La lista de visibilidad en IA

4. Los diez usos de mayor valor

1. Respuesta instantánea a leads y agenda
2. El recepcionista telefónico con IA para el mesón de servicio

3. Aparecer citado en respuestas de IA (AEO)
 4. Solicitud y respuesta de reseñas
 5. Avisos y contenido de marketing
- Los otros cinco

5. Tu stack de herramientas de IA

6. Reglas, riesgos y confianza

Registro de riesgos
Sí y no
Una frase de transparencia que puedes copiar

7. Tu plan de lanzamiento de IA en 30 días

Semana 1 — Bases
Semana 2 — Responder
Semana 3 — Retener y que te encuentren
Semana 4 — Medir y decidir
KPIs y lo que reportan tus pares

8. Notas para Chile y Latinoamérica

Glosario

Fuentes

Empieza aquí

Este libro es para la gente que de verdad opera un negocio automotriz: la automotora independiente con 40 autos en el patio y dos vendedores, el gerente del concesionario cuyo taller de servicio paga las cuentas, el dueño de un taller mecánico de cuatro puestos que contesta el teléfono con la llave en la otra mano, la vulcanización y el lubricentro con fila hasta la calle los sábados, el detailer que agenda todo por Instagram. Si vendes, mantienes, reparas o lavas vehículos, esto está escrito para ti.

No es un libro sobre el futuro de la IA. Es un libro sobre los próximos treinta días. Cada capítulo termina en algo que puedes hacer esta semana, y cada cifra viene de una fuente con nombre y fecha que puedes revisar en la sección Fuentes.

Esto es lo que recibes. El capítulo 1 muestra dónde están ya tus pares, con los datos de adopción de Cox Automotive, CDK, Pied Piper y las encuestas a talleres de 2025 y 2026, más los datos de ANAC y CAVEM para Chile. El capítulo 2 explica, en lenguaje simple, los cinco trabajos que la IA puede hacer en una automotora o un taller y los que no. El capítulo 3 es sobre tus clientes: cómo los compradores usan hoy ChatGPT y las respuestas con IA de Google antes de pisar el patio, y qué espera el cliente de servicio de una inspección. El capítulo 4 ordena los diez usos que se pagan más rápido. El capítulo 5 te da un stack de herramientas con precios reales de septiembre de 2026, en tres presupuestos. El capítulo 6 cubre las reglas: la Ley 21.719, el proyecto de ley de IA, las reseñas y las normas de EE. UU. El capítulo 7 es el plan de 30 días. El capítulo 8 reúne las notas para Chile y Latinoamérica.

Se lee de corrido en unos cuarenta minutos. Si andas corto de tiempo, lee el capítulo 4 y el capítulo 7 y vuelve después por el resto.

● Automotriz e IA en 2026 — cuatro cifras para tener en la cabeza

82%

de los concesionarios de EE. UU. ya usa IA de alguna forma

22%

de los concesionarios reporta que la IA realmente le subió ventas o ingresos

63%

de los compradores en búsqueda planea usar IA en su próxima compra

~25%

de los compradores realmente agenda su primera mantención donde compró (80% lo pretende)

Fuentes: Cox Automotive AI in Auto Retail Tracker, 2026 (encuesta de proveedor); Cox Automotive Fixed Operations Study, 2026 (encuesta de proveedor)

El patrón que describen esas cuatro cifras es la historia completa de este libro. Casi todos los concesionarios usan IA. Menos de uno de cada cuatro puede señalar ingresos que vengan de ella. Los compradores llegan con un asistente de IA ya abierto. Y el cliente de servicio al que ya le vendiste un

auto se va tres de cada cuatro veces, que es donde de verdad está la plata: no en una suscripción nueva, sino en contestar el teléfono, responder el lead y hacer volver al cliente.

1. Por qué la IA importa ahora en automotriz

Un mercado de ventas plano y un mercado de servicio que crece

El volumen de autos nuevos no le va a salvar el año a nadie. En Estados Unidos, las ventas de vehículos livianos nuevos llegaron a 16,2 millones de unidades en 2025, un 2,4% más que en 2024, con un precio promedio de transacción de US\$47.104 en diciembre; NADA proyecta 16,0 millones para 2026.¹ Los 16.972 concesionarios de marca vendieron 8,1 millones de vehículos y US\$645.000 millones en el primer semestre de 2025, unos US\$38 millones por local, y emitieron más de 137 millones de órdenes de trabajo por US\$81.080 millones en servicio y repuestos.² El local típico tiene 65 empleados y obtiene el 13,3% de sus ingresos de servicio y repuestos.³

En Chile la escala es otra, pero la estructura es la misma. Se vendieron 310.598 vehículos livianos y medianos nuevos en 2025, un 2,7% más que en 2024 pero todavía bajo el promedio de 348.000 al año de la década anterior.²⁵ El verdadero motor es el usado: entre enero y agosto de 2026 se transfirieron 736.120 vehículos usados frente a 208.667 nuevos, es decir, 3,5 usados por cada nuevo.²⁶

El lado del servicio es donde está el crecimiento. El aftermarket liviano de EE. UU. fue de US\$413.700 millones en 2024, un 5,7% más, y se proyecta que el aftermarket total llegue a US\$664.300 millones en 2028; el vehículo promedio en circulación tiene 12,8 años.⁴ La proyección conjunta de junio de 2026 de Auto Care Association, MEMA y S&P Global anticipa un crecimiento de 5,2% en 2026.⁵ Los autos más viejos necesitan más trabajo.

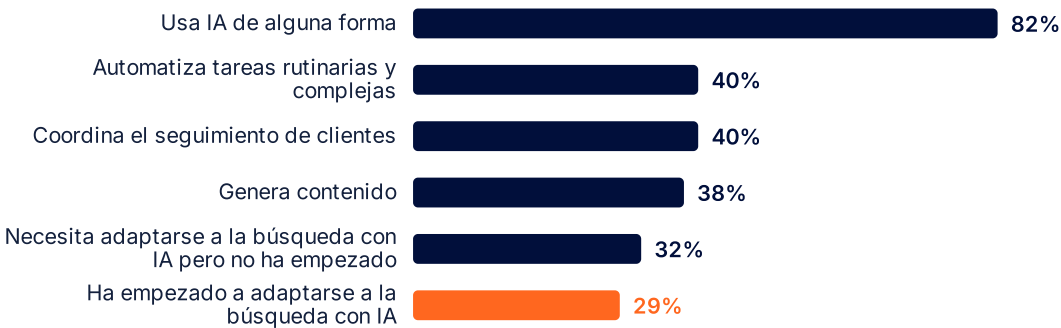
Los talleres independientes se están quedando con ese trabajo. La participación de los concesionarios en las visitas de servicio cayó de 33% a 29%, mientras unos 299.000 talleres mecánicos operan hoy en EE. UU., un 12% más que en 2018; el gasto por visita es de US\$261 en un concesionario, US\$275 en un taller general y US\$417 si el cliente maneja un eléctrico.⁶ El concesionario promedio todavía factura unos US\$9,23 millones al año en servicio y repuestos, un 33% más que hace ocho años: la torta crece aunque la rebanada se achique.⁶

Dato clave: el 80% de los compradores pretende agendar su primera mantención en el concesionario que le vendió el auto, pero solo cerca del 25% lo hace. Cada cliente de servicio perdido vale unos US\$12.000 o más en valor de servicio de por vida, y los clientes que vuelven a servicio tienen 30 puntos porcentuales más de probabilidad de comprarte el próximo auto.⁶ La retención es, sobre todo, un problema de seguimiento.

Dónde están tus pares

La adopción ya no es la pregunta. El AI in Auto Retail Tracker de Cox Automotive, construido sobre encuestas trimestrales a unos 500 concesionarios y 1.500 consumidores, encontró que el 82% de los concesionarios de EE. UU. usa IA de alguna forma; las aplicaciones principales son automatizar tareas (40%), coordinar el seguimiento de clientes (40%) y generar contenido (38%).⁹ Solo el 29% ha empezado a adaptarse a la búsqueda con IA, y el 32% dice que necesita hacerlo pero no ha empezado, desde 26% el trimestre anterior.⁹

● **Cómo usan la IA los concesionarios de EE. UU. (tracker de Cox Automotive, 2T 2026)**



Fuente: Cox Automotive, AI in Auto Retail Tracker, 2026 (encuesta de proveedor)

Fíjate en la última barra. Los concesionarios usan la IA para escribir y para automatizar, y menos de un tercio ha hecho algo respecto a que sus clientes ahora compren dentro de una respuesta de IA. De esa brecha trata el capítulo 3.

Un segundo estudio, de CDK Global, sitúa el uso cotidiano más abajo: cerca del 40% de los concesionarios usa IA de alguna manera en sus locales.¹⁰ La brecha entre 82% y 40% es la brecha entre "alguien acá ha usado ChatGPT" y "tenemos un proceso corriendo sobre ella". En Chile, el 70% de las pymes ya incorporó IA, con adopción sobre el 80% en la Región Metropolitana y del 60% en el resto del país.²⁷

La brecha de impacto

Usar IA y obtener resultados con ella son cosas distintas. En el tracker de Cox, el 69% de los concesionarios espera que la IA impulse ventas e ingresos, pero solo el 22% reporta haberlo experimentado; cerca de un tercio no mide el impacto de la IA o no sabe cómo hacerlo.⁹ Los beneficios más reportados son más blandos: experiencia del cliente (28%) y productividad (26%).⁹