

INFORME PANORAMA COMPETITIVO

Analisis 3D



**Cube
MarkeT**

*Descubrimos oportunidades
de mercado*



CubeMarkeT
versión 1.0

www.cubemarketonline.com

1 INFORMACIÓN GENERAL

Actividad Económica: Vehículos automotores

Macrosector: servicios Empresariales

Informe creado por: Daniel Diaz Castro

Correo: danielm.diaz@urosario.edu.co

Fecha: 20/4/2026

Empresas estudiadas: Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

2 PRESENTACIÓN DE VARIABLES

La estructura del panorama competitivo en dos dimensiones teniendo en cuenta la información suministrada es la siguiente:

En primer lugar, fueron identificadas como **variedades para el análisis:** Compacto, Sedan, SUV, Campero - Todoterreno, Pickup ". **Los motivos de compra por parte del cliente son:** Variedad y Disponibi, Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño, Eficiencia Energétic, Precio de Venta, Costo de Manrtenimie, Número de Pasajeros, Capacidad de Carga, Valor de Reventa. **En cuanto a los canales disponibles para adquirir los productos, se tienen:** Concesionarios/Vitri, Marketplace , Subastas, Showrooms

3

VISUALIZACIÓN GENERAL DEL SECTOR EN TRES DIMENSIONES

Las figuras siguientes nos presenta un paneo general del panorama competitivo en 3D del sector de Panorama Sector Automotriz con fecha “Fecha elaboración”, donde se están comparando las empresas Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault pertenecientes al macrosector de Manufactura en el cual podemos identificar 5 variedades, 9 necesidades y 4 canales.

Se tomarán 3 capturas del panorama en 3D:

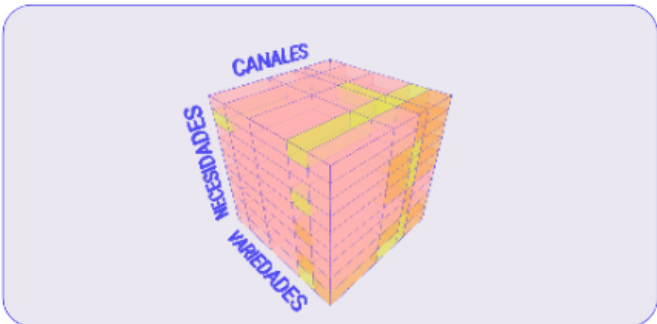


Figura 1. Vista donde permita observar las 3 dimensiones.

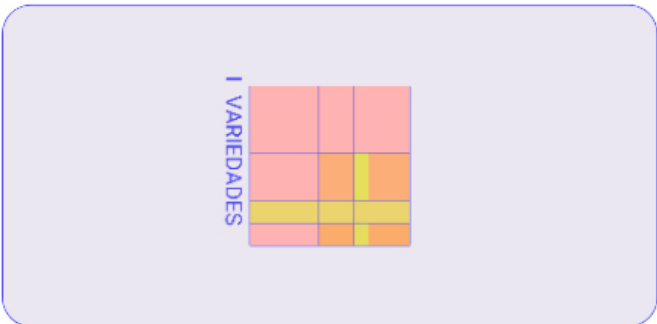


Figura 2. Vista donde se aprecie el cruce entre canales y variedades.

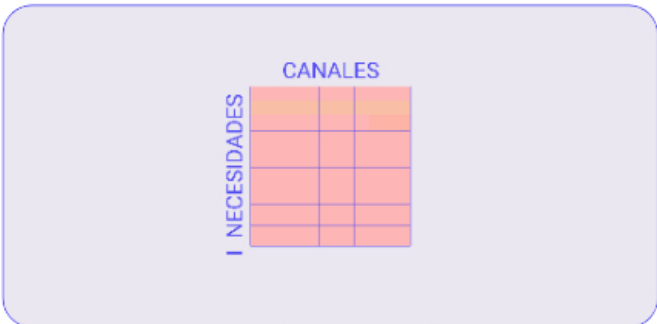


Figura 3. Vista donde se aprecie el cruce entre necesidades y canales.

4

CUBRIMIENTO DEL PANORAMA Y NIVEL DE IMPORTANCIA

Este panorama competitivo en tres dimensiones está conformado por **180** paralelepípedos, de los cuales **180** están siendo cubiertos, que representan el **100 %** y **0** son libres, que corresponden a un **0 %**. En cuanto al nivel de importancia que se encuentra en los espacios del panorama, la tabla 6 nos relaciona los 10 espacios cubiertos con mayor nivel de calificación.

En cuanto al nivel de importancia de los espacios, la tabla siguiente nos relaciona los 10 espacios con mayor calificación, teniendo en cuenta el porcentaje de importancia asignado a las variables.

Combinación	Puntaje	Empresas que intervienen
SUV, Variedad y Disponibi y Concesionarios/Vitri	16.77	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
SUV, Tecnología y Segurid y Concesionarios/Vitri	16.77	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
SUV, Potencia y Desempeño y Concesionarios/Vitri	16.77	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
SUV, Precio de Venta y Concesionarios/Vitri	16.77	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Sedan, Variedad y Disponibi y Concesionarios/Vitri	13.975	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Sedan, Tecnología y Segurid y Concesionarios/Vitri	13.975	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Sedan, Potencia y Desempeño y Concesionarios/Vitri	13.975	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Sedan, Precio de Venta y Concesionarios/Vitri	13.975	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
SUV, Eficiencia Energétic y Concesionarios/Vitri	12.9	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
SUV, Costo de Manrtenimie y Concesionarios/Vitri	12.9	Ford, Mazda , Nissan, Toyota, Kia, Renault

Tabla 7. Espacios cubiertos con mayor nivel de calificación.

En el caso de los espacios de mercado ya cubiertos, para este panorama competitivo sector **servicios Empresariales**, el mayor puntaje de atractividad es de **16.77** en la variedad de **SUV** con la necesidad de **Variedad y Disponibi** y el canal **Concesionarios/Vitri**, y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **segundo espacio** con mayor puntaje relaciona la variedad de **SUV** con la necesidad de **Tecnología y Segurid** y el canal **Concesionarios/Vitri**, el puntaje es de **16.77** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **tercer espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **SUV**, en la necesidad **Potencia y Desempeño** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **16.77** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **cuarto espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **SUV**, en la necesidad **Precio de Venta** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **16.77** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **quinto espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **Sedan**, en la necesidad **Variedad y Disponibi** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **13.975** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **sexto espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **Sedan**, en la necesidad **Tecnología y Segurid** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **13.975** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **séptimo espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **Sedan**, en la necesidad **Potencia y Desempeño** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **13.975** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **octavo espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **Sedan**, en la necesidad **Precio de Venta** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **13.975** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **noveno espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **SUV**, en la necesidad **Eficiencia Energétic** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **12.9** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault**.

El **decimo espacio** con mayor volumen corresponde a la variedad de **SUV**, en la necesidad **Costo de Manrtenimie** y en el canal **Concesionarios/Vitri**, el valor obtenido es de **12.9** y está siendo cubierto por la(s) empresa(s) **Ford, Mazda , Nissan, Toyota, Kia, Renault**.

Teniendo en cuenta que uno de los beneficios del CubeMarket es cuantificar el potencial de los espacios no cubiertos, la siguiente tabla, relaciona las oportunidades de mercado con mayor potencial.

Combinación	Puntaje	Empresas que intervienen

En este caso, no se han identificado espacios no cubiertos.

Tabla 8. Espacios no cubiertos con mayor nivel de calificación.

5 ANÁLISIS DE VARIABLES

Análisis de variedades de productos o servicios

En el sector **servicios Empresariales** se están analizando 5 variedades (Compacto, Sedan, SUV, Campero – Todoterreno, Pickup). La tabla siguiente presenta la información detallada de estas variedades.

Variedad	Definición	Porcentaje de importancia en el sector
Compacto	Automóviles pequeños y económicos que poseen un baúl chato.	17.00 %
Sedan	Automóviles de 4 pasajeros que cuentan con una configuración de tres segmentos: motor, pasajeros y baúl. Suelen ser descrito como carros personales	25.00 %
SUV	Automoviles de uso fecuentemente familiar o comercial. Estos automóviles combinan confort, seguridad y una capacidad todoterreno ligera.	30.00 %
Campero - Todoterreno	Vehículos con un diseño similar a las SUV. Este vehículo esta diseñado para circular en superficies irregulares & difíciles	14.00 %
Pickup	Automóviles de configuración de tres segmentos. Son vehiculos de gran potencia , capaces de andar en múltiples y terrenos y trabajos en la agro ind	14.00 %

Tabla 9. Información detallada de las variedades.

Visualización de las variedades

Las gráficas siguientes nos permite visualizar el comportamiento de todas las variedades objeto de análisis. Para cada una de las imágenes, entre mayor color rojo se evidencia, significa que hay un mayor nivel de concentración en la variedad.

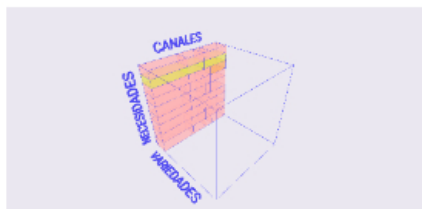


Figura 4. Compacto

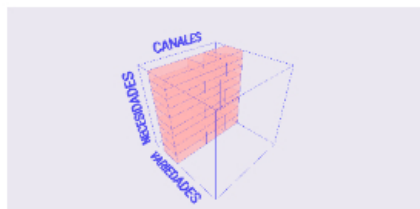


Figura 5. Sedan

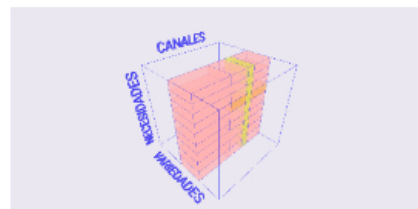


Figura 6. SUV

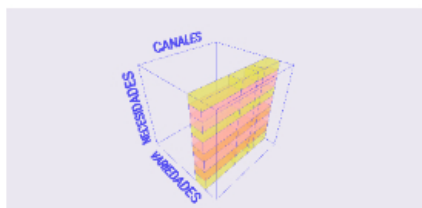


Figura 7. Campero - Todoterreno

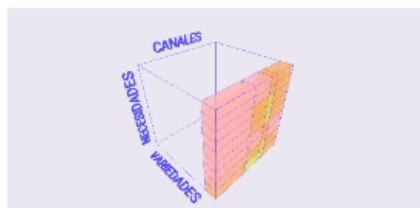


Figura 8. Pickup

Cobertura de las variedades

Las variedades más cubiertas en su orden son **Compacto**, **Sedan** y **SUV**. **Compacto** es cubierto por el **100%** de las empresas, **Sedan** por el **100%** y **SUV** con el **100%**. Las variedades con menor cobertura son **Campero -Todoterreno** y **Pickup** con el **100%** y **100%** La tabla siguiente permite observar la información de todas las variedades por nivel de cobertura.

Variedades	%
Compacto	100 %
Sedan	100 %
SUV	100 %
Campero -Todoterreno	100 %
Pickup	100 %

En cuanto a la intervención de las empresas en la totalidad del portafolio propuesto para el análisis, la tabla siguiente permite identificar la participación de cada una de ellas.

Empresa	% de participación
Ford	100 %
Mazda	100 %
Nissan	100 %
Chevrolet	100 %
Toyota	100 %
Kia	100 %
Renault	100 %

Tabla 10. Porcentaje de participación de las empresas en las variedades.

Análisis de las necesidades

En el sector **servicios Empresariales** se están analizando **9** necesidades **Variedad y Disponibi, Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño, Eficiencia Energétic, Precio de Venta, Costo de Manrtenimie, Número de Pasajeros, Capacidad de Carga, Valor de Reventa**. La tabla siguiente presenta la información detallada de estas necesidades.

Necesidad	Definición	%
Variedad y Disponibi	Portafolio amplio con inventario físico suficiente para entrega inmediata	13.00 %
Tecnología y Segurid	Herramientas digitales y estándares internacionales de protección para ocupantes	13.00 %
Potencia y Desempeño	Fuerza del motor para responder ante exigencias del territorio nacional	13.00 %
Eficiencia Energétic	Optimización del consumo de combustible o electricidad para movilidad sustentable	10.00 %
Precio de Venta	Valor inicial afectado por competitividad, aranceles y tasa de cambio	13.00 %
Costo de Manrtenimie	Gastos de posventa y facilidad de acceso a repuestos originales	10.00 %
Número de Pasajeros	Capacidad de alojamiento interior bajo criterios de comodidad y seguridad	10.00 %
Capacidad de Carga	Límite máximo de peso y volumen para transportar mercancías	9.00 %
Valor de Reventa	Capacidad del vehículo para preservar su precio comercial en tiempo	9.00 %

Tabla 11. Información detallada de las Necesidades

Visualización de las necesidades

Las gráficas siguientes nos permite visualizar el comportamiento de todas las necesidades.

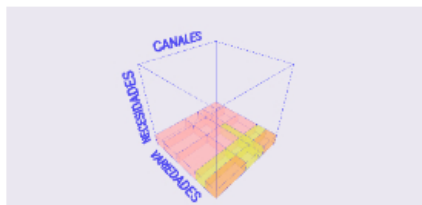


Figura 9. Variedad y Disponibi

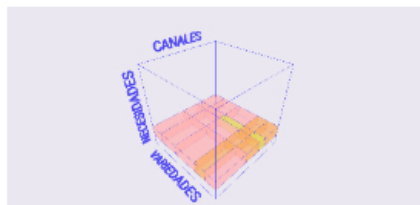


Figura 10. Tecnología y Segurid

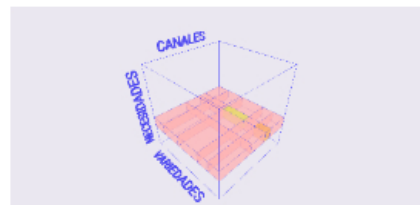


Figura 11. Potencia y Desempeño

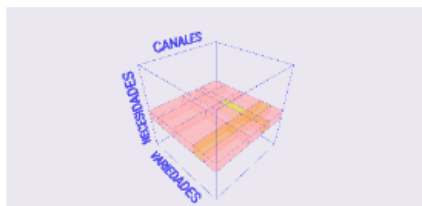


Figura 12. Eficiencia Energética

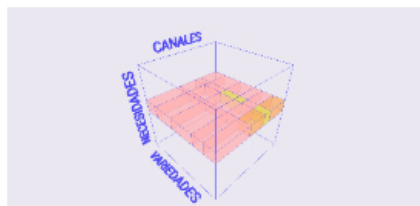


Figura 13. Precio de Venta

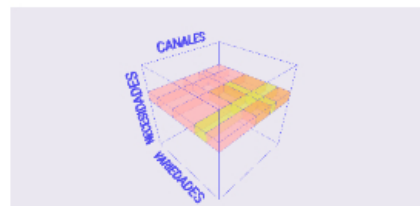


Figura 14. Costo de Mantenimie

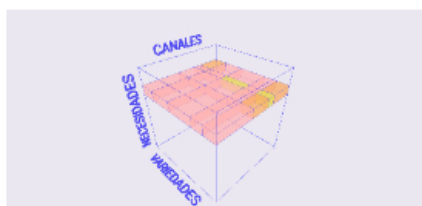


Figura 15. Número de Pasajeros

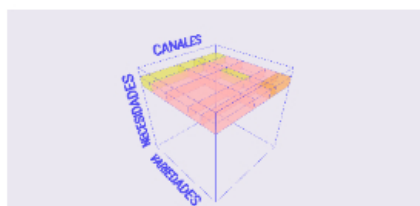


Figura 16. Capacidad de Carga

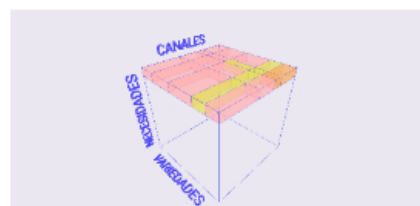


Figura 17. Valor de Reventa

Cobertura de las necesidades

Las necesidades con mayor cobertura son **Variedad y Disponibi**, **Tecnología y Segurid** y **Potencia y Desempeño**. **Variedad y Disponibi** es cubierta por el **100%** de las empresas, **Tecnología y Segurid** el **100%** y **Potencia y Desempeño** el **100%**. Las necesidades con menor cobertura son **Capacidad de Carga** y **Valor de Reventa** con el **100%** y **100%**. La tabla siguiente permite observar la información de todas las variedades por nivel de cobertura.

Canal	%
Variedad y Disponibi	100 %
Tecnología y Segurid	100 %
Potencia y Desempeño	100 %
Eficiencia Energétic	100 %
Precio de Venta	100 %
Costo de Manrtenimie	100 %
Número de Pasajeros	100 %
Capacidad de Carga	100 %
Valor de Reventa	100 %

En cuanto a las necesidades que identifican los clientes como cubiertas en las empresas, la tabla siguiente permite identificar la participación de cada una de ellas.

Empresa	% de participación
Ford	100 %
Mazda	100 %
Nissan	100 %
Chevrolet	100 %
Toyota	100 %
Kia	100 %
Renault	100 %

Tabla 12. Porcentaje de participación de las empresas en las necesidades.

Análisis de los canales de distribución

En el sector **servicios Empresariales** se están analizando **6** canales (**grandes superficies, tiendas propias, página web, cooperativas, intermediarios y domicilios**). La tabla siguiente presenta la información detallada de estos canales.

Necesidad	Definición	%
Concesionarios/Vitri	Canal físico tradicional donde representantes oficiales comercializan vehículos nuevos y ofrecen servicios posventa	43.00 %
Marketplace	Plataformas digitales que facilitan la búsqueda, comparación y comercialización de vehículos y repuestos	22.00 %
Subastas	Modalidad de venta competitiva utilizada frecuentemente para la rotación masiva de vehículos usados	9.00 %
Showrooms	Espacios temporales como ferias que exhiben nuevos modelos para captar clientes e impulsar ventas	26.00 %

Tabla 13. Información detallada de los canales.

Visualización de los canales de distribución

Las gráficas siguientes nos permite visualizar el comportamiento de todos los canales de distribución identificados en el sector.

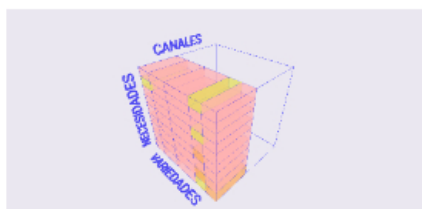


Figura 18. Concesionarios/Vitri

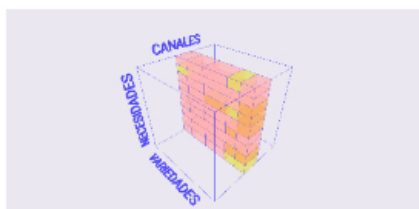


Figura 19. Marketplace

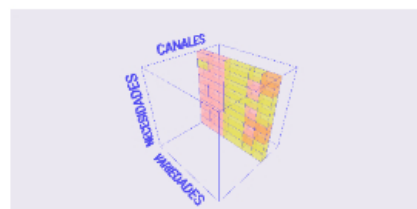


Figura 20. Subastas

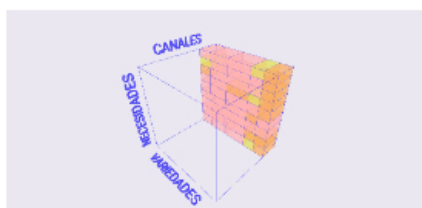


Figura 21. Showrooms

Cobertura de los canales

Los canales con mayor cobertura son **Concesionarios/Vitri** con un **100%**, seguido de **Marketplace** con **100%** y **Subastas** con **100%**. Los de menor presencia son **Subastas** con el **100%** e **Showrooms** con **100%**. La tabla siguiente permite observar la información de todos los canales de distribución por nivel de cobertura

Canal	%
Concesionarios/Vitri	100 %
Marketplace	100 %
Subastas	100 %
Showrooms	100 %

En cuanto a la totalidad de canales disponibles para la compra de las variedades, la tabla siguiente permite identificar la participación de cada una de las empresas

Empresa	% de participación
Ford	100 %
Mazda	100 %
Nissan	100 %
Chevrolet	100 %
Toyota	100 %
Kia	100 %
Renault	100 %

Tabla 14. Porcentaje de participación de los canales.

INFORME PANORAMA COMPETITIVO

Grado de
concentración



**Cube
MarkeT**

*Descubrimos oportunidades
de mercado*



CubeMarkeT
versión 1.0

www.cubemarketonline.com

1 INFORMACIÓN GENERAL

Actividad Económica: Vehículos automotores

Macrosector: servicios Empresariales

Informe creado por: Daniel Diaz Castro

Correo: danielm.diaz@urosario.edu.co

Fecha: 20/4/2026

Empresas estudiadas: Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

2 PRESENTACIÓN DE VARIABLES

La estructura del panorama competitivo en dos dimensiones teniendo en cuenta la información suministrada es la siguiente:

En primer lugar, fueron identificadas como **variedades para el análisis:** Compacto, Sedan, SUV, Campero – Todoterreno, Pickup ". **Los motivos de compra por parte del cliente son:** Variedad y Disponibi, Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño, Eficiencia Energétic, Precio de Venta, Costo de Manrtenimie, Número de Pasajeros, Capacidad de Carga, Valor de Reventa. **En cuanto a los canales disponibles para adquirir los productos, se tienen:** Concesionarios/Vitri, Marketplace , Subastas, Showrooms

1

MODELO DE NEGOCIO

El sector de elaboración de **servicios Empresariales**, conformado para este estudio por las empresas **Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault** para **mayo del 2026** se caracteriza por enfocarse en la venta de **Variedades**, que son adquiridos por los clientes para satisfacer principalmente las necesidades de **Necesidades**, y a los que acceden en **Canales**.

Modelo de negocios por empresa

Ford

La empresa **Ford** cubre el **100%** de las variedades identificadas, pero se enfoca principalmente en ofrecer **Sedan, SUV, Campero -Todoterreno**. En cuanto a necesidades, cubre un **100%** de las opciones identificadas, siendo las razones de compra más relevantes para el cliente **Variedad y Disponibi, Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño** de los productos, y en cuanto a los canales de distribución, utiliza el **100%** de las alternativas existentes, pero con preferencia por los clientes para comprar sus productos en los **Concesionarios/Vitri, Marketplace , Subastas**. Al hacer un análisis más detallado se encuentra que para los clientes de **Ford**, lo más relevante es comprar **Sedan, Variedad y Disponibi, Concesionarios/Vitri**.

Mazda

La empresa **Mazda** cubre el **100%** de las variedades identificadas, pero se enfoca principalmente en ofrecer **Compacto, Sedan, SUV**. En cuanto a necesidades, cubre un **100%** de las opciones identificadas, siendo las razones de compra más relevantes para el cliente **Potencia y Desempeño, Número de Pasajeros, Capacidad de Carga** de los productos, y en cuanto a los canales de distribución, utiliza el **100%** de las alternativas existentes, pero con preferencia por los clientes para comprar sus productos en los **Concesionarios/Vitri, Marketplace , Showrooms**. Al hacer un análisis más detallado se encuentra que para los clientes de **Mazda** , lo más relevante es comprar **Compacto, Potencia y Desempeño, Concesionarios/Vitri**.

Nissan

La empresa **Nissan** cubre el **100%** de las variedades identificadas, pero se enfoca principalmente en ofrecer **Sedan, SUV, Pickup**. En cuanto a necesidades, cubre un **100%** de las opciones identificadas, siendo las razones de compra más relevantes para el cliente **Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño, Eficiencia Energétic** de los productos, y en cuanto a los canales de distribución, utiliza el **100%** de las alternativas existentes, pero con preferencia por los clientes para comprar sus productos en los **Concesionarios/Vitri, Marketplace , Showrooms**. Al hacer un análisis más detallado se encuentra que para los clientes de **Nissan**, lo más relevante es comprar **Sedan, Tecnología y Segurid, Concesionarios/Vitri**.

Chevrolet

La empresa **Chevrolet** cubre el **100%** de las variedades identificadas, pero se enfoca principalmente en ofrecer **Compacto, Sedan, Pickup**. En cuanto a necesidades, cubre un **100%** de las opciones identificadas, siendo las razones de compra más relevantes para el cliente **Potencia y Desempeño, Eficiencia Energética, Precio de Venta** de los productos, y en cuanto a los canales de distribución, utiliza el **100%** de las alternativas existentes, pero con preferencia por los clientes para comprar sus productos en los **Concesionarios/Vitri, Marketplace, Subastas**. Al hacer un análisis más detallado se encuentra que para los clientes de **Chevrolet**, lo más relevante es comprar **Compacto, Potencia y Desempeño, Concesionarios/Vitri**.

Toyota

La empresa **Toyota** cubre el **100%** de las variedades identificadas, pero se enfoca principalmente en ofrecer **Compacto, Sedan, SUV**. En cuanto a necesidades, cubre un **100%** de las opciones identificadas, siendo las razones de compra más relevantes para el cliente **Variedad y Disponibi, Tecnología y Seguridad, Potencia y Desempeño** de los productos, y en cuanto a los canales de distribución, utiliza el **100%** de las alternativas existentes, pero con preferencia por los clientes para comprar sus productos en los **Concesionarios/Vitri, Marketplace, Subastas**. Al hacer un análisis más detallado se encuentra que para los clientes de **Toyota**, lo más relevante es comprar **Compacto, Variedad y Disponibi, Concesionarios/Vitri**.

Kia

La empresa **Kia** cubre el **100%** de las variedades identificadas, pero se enfoca principalmente en ofrecer **Compacto, Sedan, SUV**. En cuanto a necesidades, cubre un **100%** de las opciones identificadas, siendo las razones de compra más relevantes para el cliente **Potencia y Desempeño, Número de Pasajeros, Variedad y Disponibi** de los productos, y en cuanto a los canales de distribución, utiliza el **100%** de las alternativas existentes, pero con preferencia por los clientes para comprar sus productos en los **Concesionarios/Vitri, Showrooms, Marketplace**. Al hacer un análisis más detallado se encuentra que para los clientes de **Kia**, lo más relevante es comprar **Compacto, Potencia y Desempeño, Concesionarios/Vitri**.

Renault

La empresa **Renault** cubre el **100%** de las variedades identificadas, pero se enfoca principalmente en ofrecer **Sedan, SUV, Campero -Todoterreno**. En cuanto a necesidades, cubre un **100%** de las opciones identificadas, siendo las razones de compra más relevantes para el cliente **Variedad y Disponibi, Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño** de los productos, y en cuanto a los canales de distribución, utiliza el **100%** de las alternativas existentes, pero con preferencia por los clientes para comprar sus productos en los **Concesionarios/Vitri, Marketplace , Subastas**. Al hacer un análisis más detallado se encuentra que para los clientes de **Renault**, lo más relevante es comprar **Sedan, Variedad y Disponibi, Concesionarios/Vitri**.

2

GRADO DE CONCENTRACIÓN DEL SECTOR

El panorama competitivo del sector **servicios Empresariales** nos muestra la existente de **180** espacios de mercado posibles, resultado de la combinación de variedades, necesidades y canales de distribución. A la fecha de realización, se encuentra cubrimiento de **180** espacios, donde al menos hace presencia una empresa, lo que representa el **100%** de cobertura, y espacios sin cubrir, representando un **0%**. Se constituyen, por lo tanto, es espacios potenciales.

Al analizar de manera más detallada el panorama, encontramos niveles de concentración que van del 0 al 100%. Las gráficas siguientes nos muestran dichos niveles.

Concentración del 0%

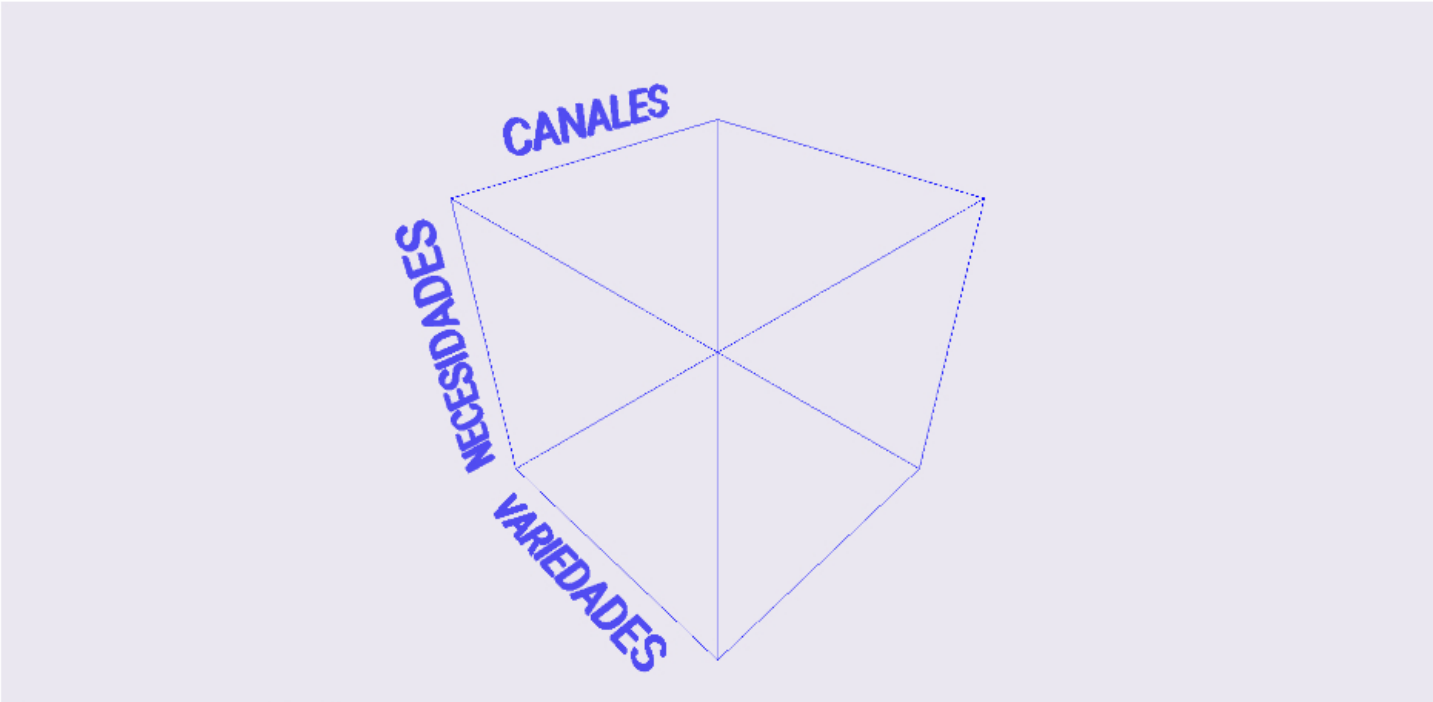


Figura 22. Concentración del 0%

La gráfica anterior con el 0% nos está mostrando 0 espacios en los cuales las 0 empresas estudiadas se encuentran. En la gráfica de concentración del 0% se observa como las empresas 0 empresas se ubican en los siguientes espacios específicos.

Combinaciones	% de importancia en el panorama
No hay datos	0%

Tabla 15. Concentración del 0%

Concentración del 1% al 20%

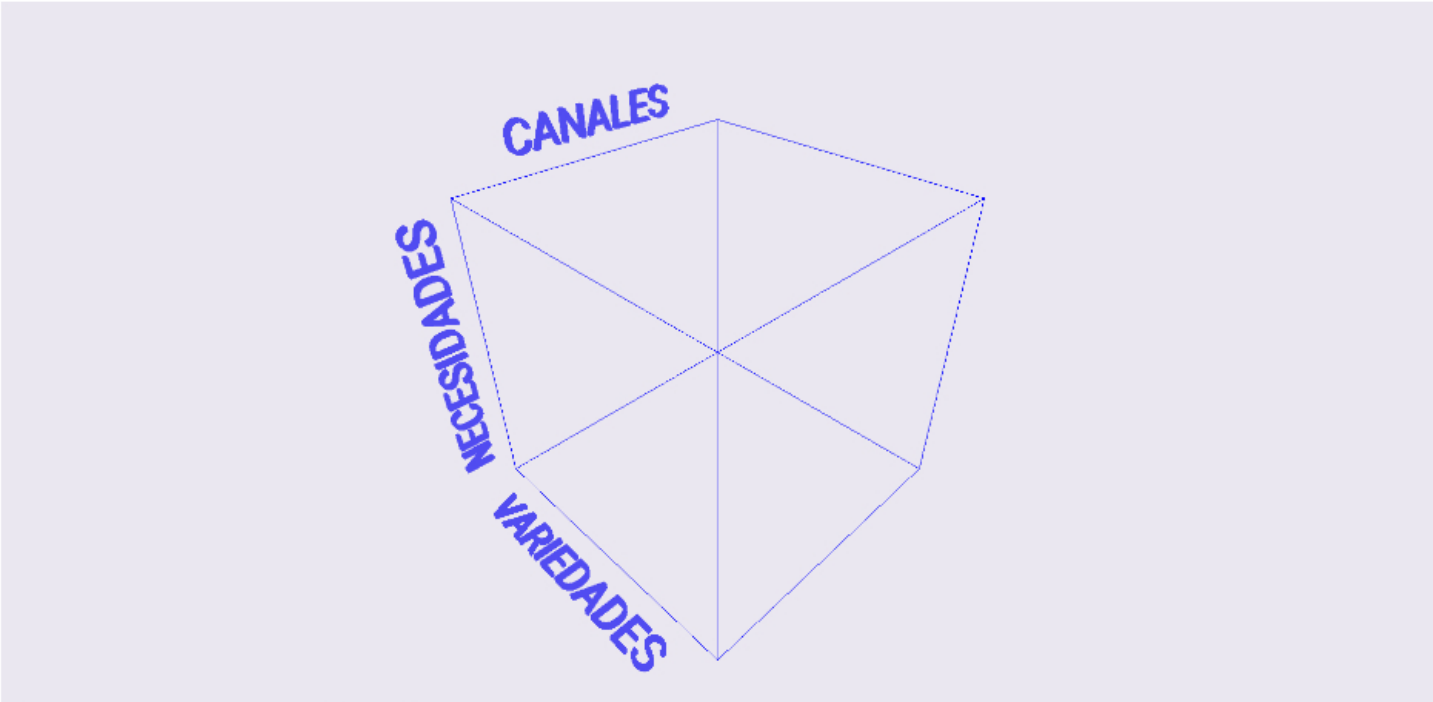


Figura 25. Concentración del 1% al 20%

La gráfica anterior con el 1% al 20% nos está mostrando 0 espacios en los cuales las 0 empresas estudiadas se encuentran. En la gráfica de concentración del 1% al 20% se observa como las empresas 0 empresas se ubican en los siguientes espacios específicos.

Combinaciones	% de importancia en el panorama
No hay datos	0%

Tabla 16. Concentración del 1% al 20%

Concentración del 21% al 40%

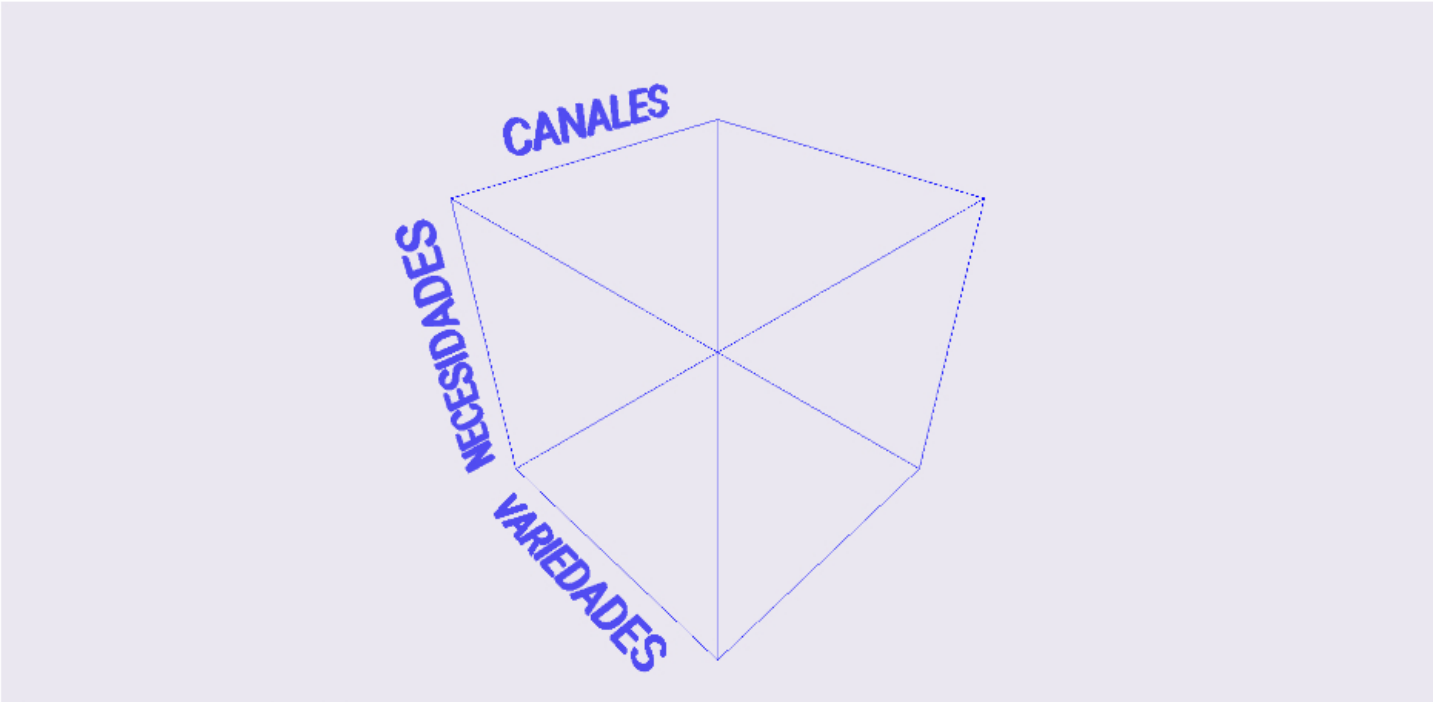


Figura 29. Concentración del 21% al 40%

La gráfica anterior con el 21% al 40% nos está mostrando 0 espacios en los cuales las 0 empresas estudiadas se encuentran. En la gráfica de concentración del 21% al 40% se observa como las empresas 0 empresas se ubican en los siguientes espacios específicos.

Combinaciones	% de importancia en el panorama
No hay datos	0%

Tabla 17. Concentración del 21% al 40%

Concentración del 41% al 60%

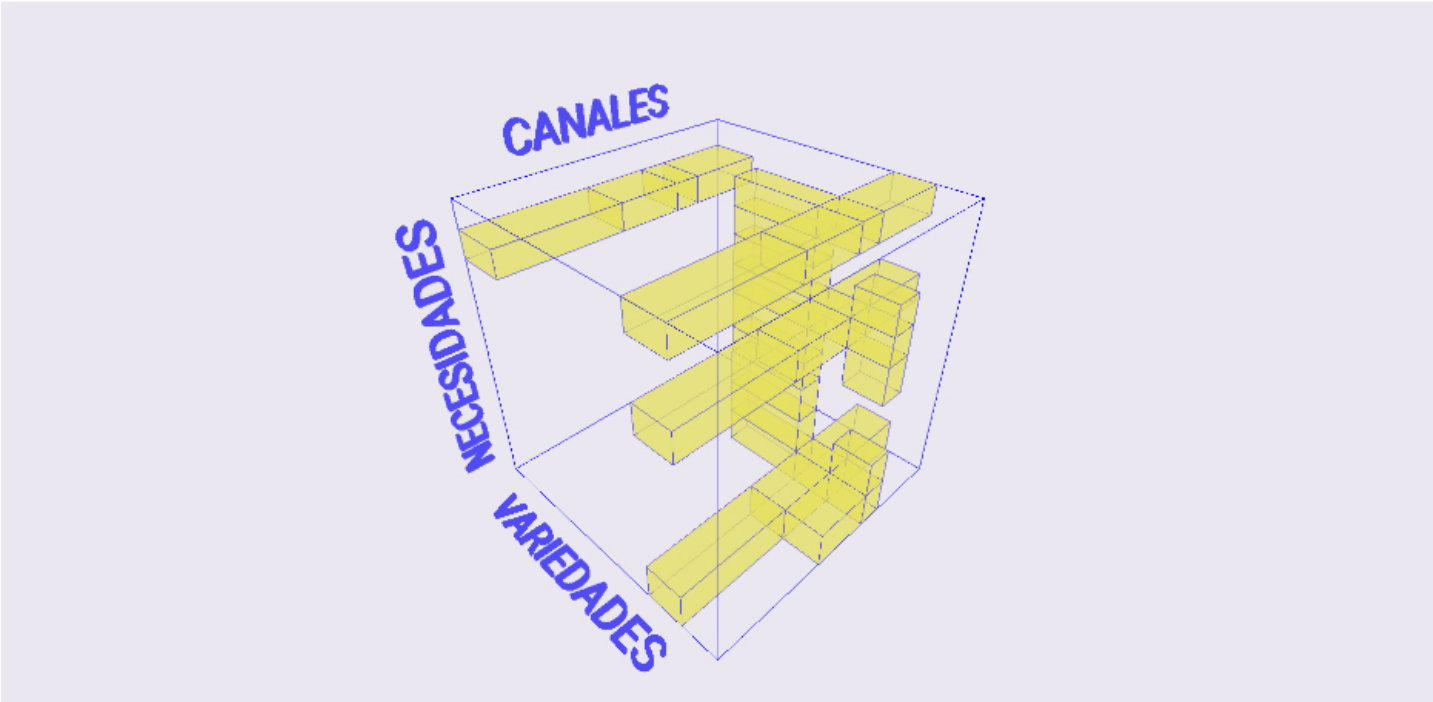


Figura 34. Concentración del 41% al 60%

La gráfica anterior con el 41% al 60% nos está mostrando 31 espacios en los cuales las 4 empresas estudiadas se encuentran. En la gráfica de concentración del 41% al 60% se observa como las empresas 4 empresas se ubican en los siguientes espacios específicos.

Combinaciones	% de importancia en el panorama
Compacto, Capacidad de Carga y canal	6.579%
Compacto, Capacidad de Carga y canal	3.366%
Compacto, Capacidad de Carga y canal	1.377%
Compacto, Capacidad de Carga y canal	3.978%
SUV, Variedad y Disponibi y canal	3.51%

SUV, Tecnología y Seguridad y canal	3.51%
SUV, Potencia y Desempeño y canal	3.51%
SUV, Eficiencia Energética y canal	2.7%
SUV, Precio de Venta y canal	3.51%
SUV, Costo de Mantenimiento y canal	2.7%
SUV, Número de Pasajeros y canal	2.7%
SUV, Capacidad de Carga y canal	2.43%
SUV, Valor de Reventa y canal	2.43%
Campero - Todoterreno, Variedad y Disponibilidad y canal	7.826%
Campero - Todoterreno, Variedad y Disponibilidad y canal	4.004%
Campero - Todoterreno, Variedad y Disponibilidad y canal	1.638%
Campero - Todoterreno, Variedad y Disponibilidad y canal	4.732%
Campero - Todoterreno, Costo de Mantenimiento y canal	6.02%
Campero - Todoterreno, Costo de Mantenimiento y canal	3.08%
Campero - Todoterreno, Costo de Mantenimiento y canal	1.26%
Campero - Todoterreno, Costo de Mantenimiento y canal	3.64%
Campero - Todoterreno, Valor de Reventa y canal	5.418%
Campero - Todoterreno, Valor de Reventa y canal	2.772%
Campero - Todoterreno, Valor de Reventa y canal	1.134%
Campero - Todoterreno, Valor de Reventa y canal	3.276%

Pickup, Variedad y Disponibi y canal	4.004%
Pickup, Variedad y Disponibi y canal	1.638%
Pickup, Tecnología y Segurid y canal	1.638%
Pickup, Precio de Venta y canal	1.638%
Pickup, Costo de Manrtenimie y canal	1.26%
Pickup, Número de Pasajeros y canal	1.26%

Tabla 18. Concentración del 41% al 60%

Concentración del 61% al 80%

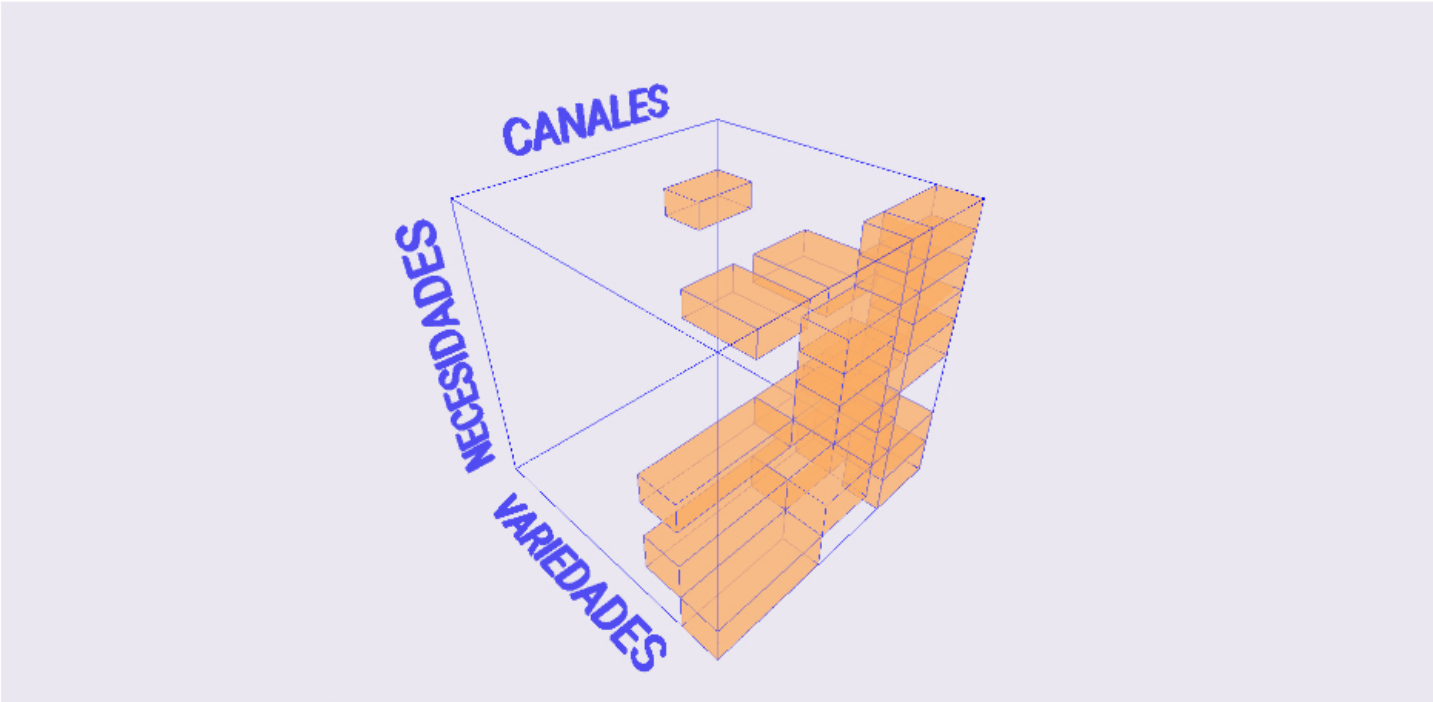


Figura 40. Concentración del 61% al 80%

La gráfica anterior con el 61% al 80% nos está mostrando 27 espacios en los cuales las 5 empresas estudiadas se encuentran. En la gráfica de concentración del 61% al 80% se observa como las empresas 5 empresas se ubican en los siguientes espacios específicos.

Combinaciones	% de importancia en el panorama
Compacto, Número de Pasajeros y canal	4.42%
SUV, Costo de Manrtenimie y canal	6.6%
SUV, Costo de Manrtenimie y canal	7.8%
Campero -Todoterreno, Tecnología y Segurid y canal	7.826%
Campero -Todoterreno, Tecnología y Segurid y canal	4.004%

Campero - Todoterreno, Tecnología y Seguridad y canal	1.638%
Campero - Todoterreno, Tecnología y Seguridad y canal	4.732%
Campero - Todoterreno, Eficiencia Energética y canal	6.02%
Campero - Todoterreno, Eficiencia Energética y canal	3.08%
Campero - Todoterreno, Eficiencia Energética y canal	1.26%
Campero - Todoterreno, Eficiencia Energética y canal	3.64%
Pickup, Variedad y Disponibilidad y canal	7.826%
Pickup, Variedad y Disponibilidad y canal	4.732%
Pickup, Tecnología y Seguridad y canal	4.004%
Pickup, Tecnología y Seguridad y canal	4.732%
Pickup, Potencia y Desempeño y canal	1.638%
Pickup, Eficiencia Energética y canal	1.26%
Pickup, Precio de Venta y canal	4.004%
Pickup, Precio de Venta y canal	4.732%
Pickup, Costo de Mantenimiento y canal	3.08%
Pickup, Costo de Mantenimiento y canal	3.64%
Pickup, Número de Pasajeros y canal	3.08%
Pickup, Número de Pasajeros y canal	3.64%
Pickup, Capacidad de Carga y canal	1.134%
Pickup, Capacidad de Carga y canal	3.276%

Pickup, Valor de Reventa y canal	1.134%
Pickup, Valor de Reventa y canal	3.276%

Tabla 19. Concentración del 61% al 80%

Concentración del 81% al 100%

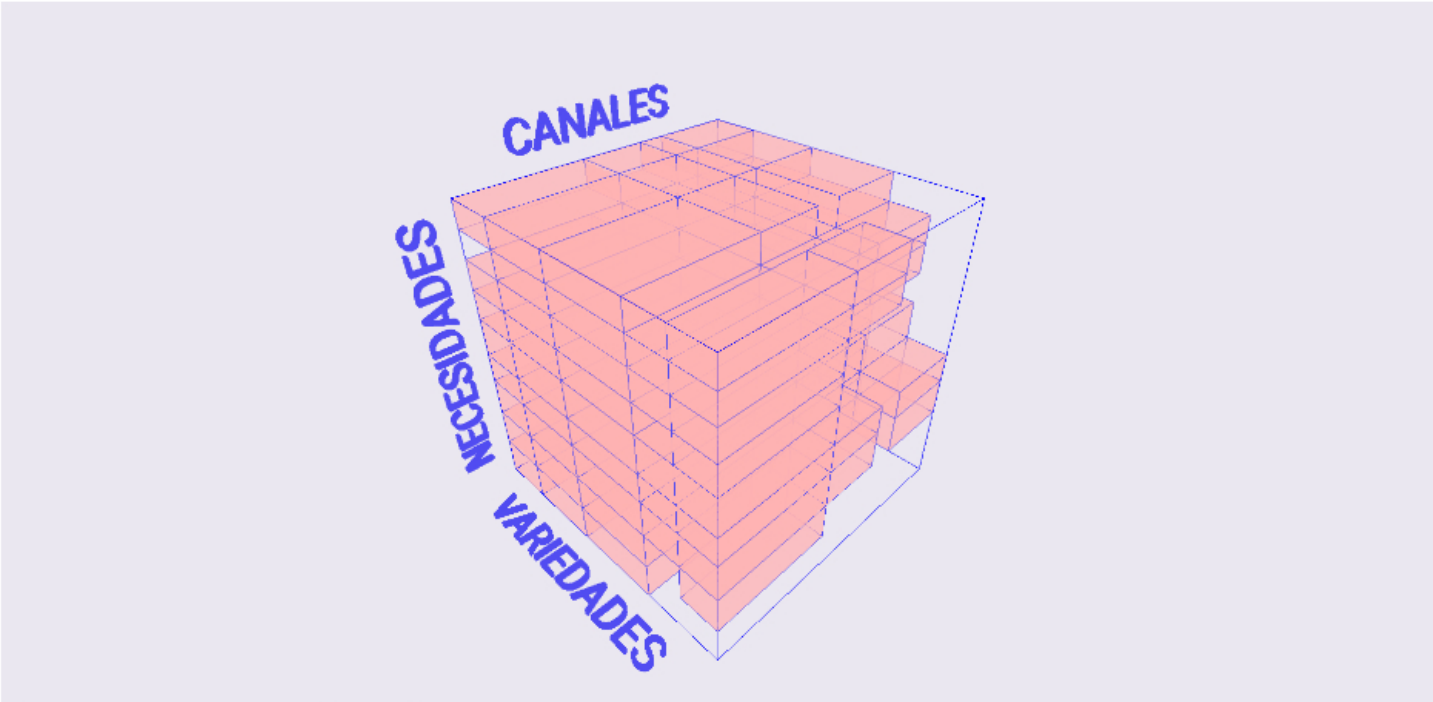


Figura 47. Concentración del 81% al 100%

La gráfica anterior con el 81% al 100% nos está mostrando 122 espacios en los cuales las 7 empresas estudiadas se encuentran. En la gráfica de concentración del 81% al 100% se observa como las empresas 7 empresas se ubican en los siguientes espacios específicos.

Combinaciones	% de importancia en el panorama
Compacto, Variedad y Disponibi y canal	9.503%
Compacto, Variedad y Disponibi y canal	4.862%
Compacto, Variedad y Disponibi y canal	1.989%
Compacto, Variedad y Disponibi y canal	5.746%
Compacto, Tecnología y Segurid y canal	9.503%

Compacto, Tecnología y Seguridad y canal	4.862%
Compacto, Tecnología y Seguridad y canal	1.989%
Compacto, Tecnología y Seguridad y canal	5.746%
Compacto, Potencia y Desempeño y canal	9.503%
Compacto, Potencia y Desempeño y canal	4.862%
Compacto, Potencia y Desempeño y canal	1.989%
Compacto, Potencia y Desempeño y canal	5.746%
Compacto, Eficiencia Energética y canal	7.31%
Compacto, Eficiencia Energética y canal	3.74%
Compacto, Eficiencia Energética y canal	1.53%
Compacto, Eficiencia Energética y canal	4.42%
Compacto, Precio de Venta y canal	9.503%
Compacto, Precio de Venta y canal	4.862%
Compacto, Precio de Venta y canal	1.989%
Compacto, Precio de Venta y canal	5.746%
Compacto, Costo de Mantenimiento y canal	7.31%
Compacto, Costo de Mantenimiento y canal	3.74%
Compacto, Costo de Mantenimiento y canal	1.53%
Compacto, Costo de Mantenimiento y canal	4.42%
Compacto, Número de Pasajeros y canal	7.31%

Compacto, Número de Pasajeros y canal	3.74%
Compacto, Número de Pasajeros y canal	1.53%
Compacto, Valor de Reventa y canal	6.579%
Compacto, Valor de Reventa y canal	3.366%
Compacto, Valor de Reventa y canal	1.377%
Compacto, Valor de Reventa y canal	3.978%
Sedan, Variedad y Disponibi y canal	13.975%
Sedan, Variedad y Disponibi y canal	7.15%
Sedan, Variedad y Disponibi y canal	2.925%
Sedan, Variedad y Disponibi y canal	8.45%
Sedan, Tecnología y Segurid y canal	13.975%
Sedan, Tecnología y Segurid y canal	7.15%
Sedan, Tecnología y Segurid y canal	2.925%
Sedan, Tecnología y Segurid y canal	8.45%
Sedan, Potencia y Desempeño y canal	13.975%
Sedan, Potencia y Desempeño y canal	7.15%
Sedan, Potencia y Desempeño y canal	2.925%
Sedan, Potencia y Desempeño y canal	8.45%
Sedan, Eficiencia Energétic y canal	10.75%
Sedan, Eficiencia Energétic y canal	5.5%

Sedan, Eficiencia Energética y canal	2.25%
Sedan, Eficiencia Energética y canal	6.5%
Sedan, Precio de Venta y canal	13.975%
Sedan, Precio de Venta y canal	7.15%
Sedan, Precio de Venta y canal	2.925%
Sedan, Precio de Venta y canal	8.45%
Sedan, Costo de Mantenimiento y canal	10.75%
Sedan, Costo de Mantenimiento y canal	5.5%
Sedan, Costo de Mantenimiento y canal	2.25%
Sedan, Costo de Mantenimiento y canal	6.5%
Sedan, Número de Pasajeros y canal	10.75%
Sedan, Número de Pasajeros y canal	5.5%
Sedan, Número de Pasajeros y canal	2.25%
Sedan, Número de Pasajeros y canal	6.5%
Sedan, Capacidad de Carga y canal	9.675%
Sedan, Capacidad de Carga y canal	4.95%
Sedan, Capacidad de Carga y canal	2.025%
Sedan, Capacidad de Carga y canal	5.85%
Sedan, Valor de Reventa y canal	9.675%
Sedan, Valor de Reventa y canal	4.95%

Sedan, Valor de Reventa y canal	2.025%
Sedan, Valor de Reventa y canal	5.85%
SUV, Variedad y Disponibi y canal	16.77%
SUV, Variedad y Disponibi y canal	8.58%
SUV, Variedad y Disponibi y canal	10.14%
SUV, Tecnología y Segurid y canal	16.77%
SUV, Tecnología y Segurid y canal	8.58%
SUV, Tecnología y Segurid y canal	10.14%
SUV, Potencia y Desempeño y canal	16.77%
SUV, Potencia y Desempeño y canal	8.58%
SUV, Potencia y Desempeño y canal	10.14%
SUV, Eficiencia Energétic y canal	12.9%
SUV, Eficiencia Energétic y canal	6.6%
SUV, Eficiencia Energétic y canal	7.8%
SUV, Precio de Venta y canal	16.77%
SUV, Precio de Venta y canal	8.58%
SUV, Precio de Venta y canal	10.14%
SUV, Costo de Manrtenimie y canal	12.9%
SUV, Número de Pasajeros y canal	12.9%
SUV, Número de Pasajeros y canal	6.6%

SUV, Número de Pasajeros y canal	7.8%
SUV, Capacidad de Carga y canal	11.61%
SUV, Capacidad de Carga y canal	5.94%
SUV, Capacidad de Carga y canal	7.02%
SUV, Valor de Reventa y canal	11.61%
SUV, Valor de Reventa y canal	5.94%
SUV, Valor de Reventa y canal	7.02%
Campero - Todoterreno, Potencia y Desempeño y canal	7.826%
Campero - Todoterreno, Potencia y Desempeño y canal	4.004%
Campero - Todoterreno, Potencia y Desempeño y canal	1.638%
Campero - Todoterreno, Potencia y Desempeño y canal	4.732%
Campero - Todoterreno, Precio de Venta y canal	7.826%
Campero - Todoterreno, Precio de Venta y canal	4.004%
Campero - Todoterreno, Precio de Venta y canal	1.638%
Campero - Todoterreno, Precio de Venta y canal	4.732%
Campero - Todoterreno, Número de Pasajeros y canal	6.02%
Campero - Todoterreno, Número de Pasajeros y canal	3.08%
Campero - Todoterreno, Número de Pasajeros y canal	1.26%
Campero - Todoterreno, Número de Pasajeros y canal	3.64%
Campero - Todoterreno, Capacidad de Carga y canal	5.418%

Campero -Todoterreno, Capacidad de Carga y canal	2.772%
Campero -Todoterreno, Capacidad de Carga y canal	1.134%
Campero -Todoterreno, Capacidad de Carga y canal	3.276%
Pickup, Tecnología y Segurid y canal	7.826%
Pickup, Potencia y Desempeño y canal	7.826%
Pickup, Potencia y Desempeño y canal	4.004%
Pickup, Potencia y Desempeño y canal	4.732%
Pickup, Eficiencia Energétic y canal	6.02%
Pickup, Eficiencia Energétic y canal	3.08%
Pickup, Eficiencia Energétic y canal	3.64%
Pickup, Precio de Venta y canal	7.826%
Pickup, Costo de Manrtenimie y canal	6.02%
Pickup, Número de Pasajeros y canal	6.02%
Pickup, Capacidad de Carga y canal	5.418%
Pickup, Capacidad de Carga y canal	2.772%
Pickup, Valor de Reventa y canal	5.418%
Pickup, Valor de Reventa y canal	2.772%

Tabla 20. Concentración del 81% al 100%

Resultado de la información anterior, puede concluirse que el panorama del sector **servicios Empresariales** nos muestra un grado de concentración **alta**

INFORME PANORAMA COMPETITIVO

Oportunidades
de mercado



**Cube
MarkeT**

*Descubrimos oportunidades
de mercado*



CubeMarkeT
versión 1.0

www.cubemarketonline.com

1 INFORMACIÓN GENERAL

Actividad Económica: Vehículos automotores

Macrosector: servicios Empresariales

Informe creado por: Daniel Diaz Castro

Correo: danielm.diaz@urosario.edu.co

Fecha: 20/4/2026

Empresas estudiadas: Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

2 PRESENTACIÓN DE VARIABLES

La estructura del panorama competitivo en dos dimensiones teniendo en cuenta la información suministrada es la siguiente:

En primer lugar, fueron identificadas como **variedades para el análisis:** Compacto, Sedan, SUV, Campero - Todoterreno, Pickup ". **Los motivos de compra por parte del cliente son:** Variedad y Disponibi, Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño, Eficiencia Energétic, Precio de Venta, Costo de Manrtenimie, Número de Pasajeros, Capacidad de Carga, Valor de Reventa. **En cuanto a los canales disponibles para adquirir los productos, se tienen:** Concesionarios/Vitri, Marketplace , Subastas, Showrooms

3

OPORTUNIDADES DE MERCADO

El panorama competitivo del sector **servicios Empresariales** indica que para **mayo del 2026** existen **0** espacios no cubiertos por las empresas estudiadas, lo que representa el **0%** del total de alternativas. La siguiente gráfica permite visualizarlos.

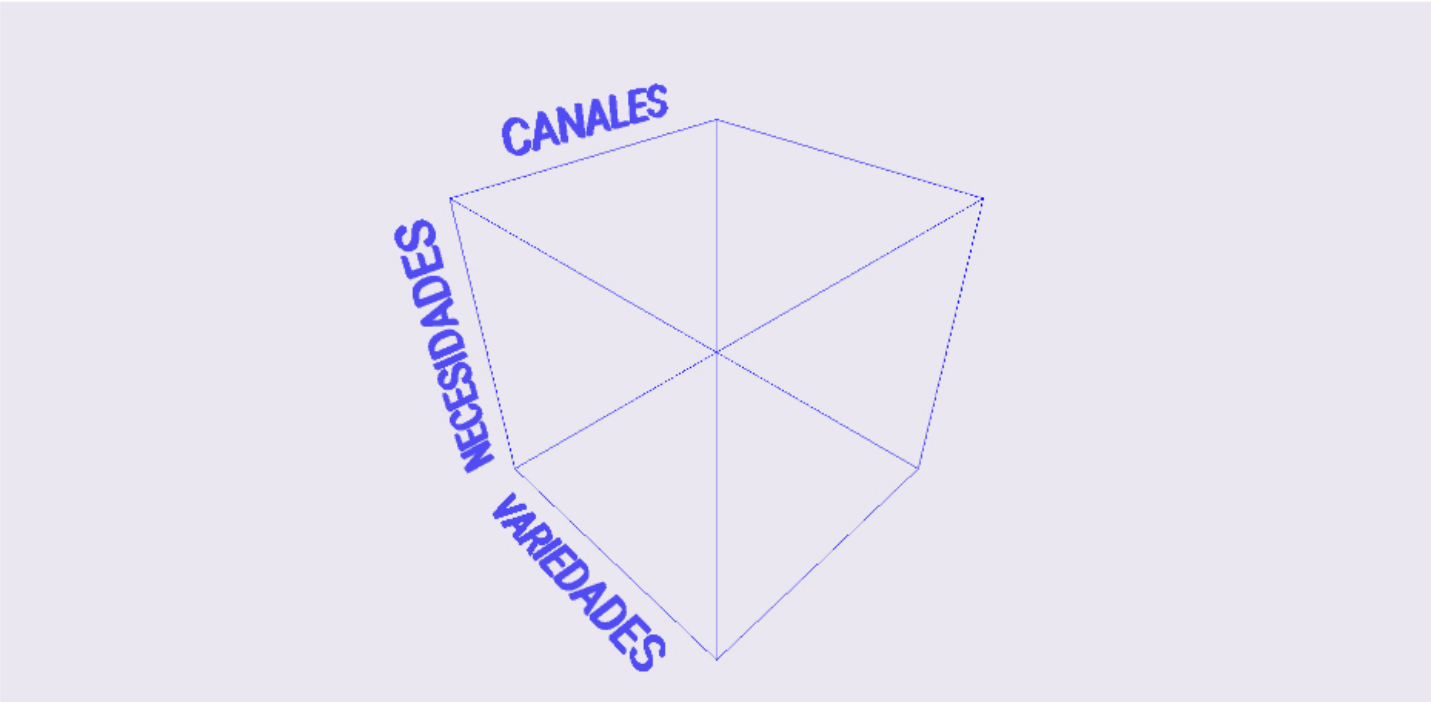


Figura 48. Oportunidades de mercado

La tabla siguiente detalla todos los espacios disponibles y establece su nivel de importancia, en ella se observa.

Espacio

% de importancia

Tabla 21. Tabla de oportunidades de mercado

Teniendo en cuenta lo anterior, para el sector **servicios Empresariales** las 10 oportunidades de innovación para el mercado son:

INFORME PANORAMA COMPETITIVO

Matriz T



**Cube
MarkeT**

*Descubrimos oportunidades
de mercado*



CubeMarkeT
versión 1.0

www.cubemarketonline.com

1 INFORMACIÓN GENERAL

Actividad Económica: Vehículos automotores

Macrosector: servicios Empresariales

Informe creado por: Daniel Diaz Castro

Correo: danielm.diaz@urosario.edu.co

Fecha: 20/4/2026

Empresas estudiadas: Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

2 PRESENTACIÓN DE VARIABLES

La estructura del panorama competitivo en dos dimensiones teniendo en cuenta la información suministrada es la siguiente:

En primer lugar, fueron identificadas como **variedades para el análisis:** Compacto, Sedan, SUV, Campero - Todoterreno, Pickup ". **Los motivos de compra por parte del cliente son:** Variedad y Disponibi, Tecnología y Segurid, Potencia y Desempeño, Eficiencia Energétic, Precio de Venta, Costo de Manrtenimie, Número de Pasajeros, Capacidad de Carga, Valor de Reventa. **En cuanto a los canales disponibles para adquirir los productos, se tienen:** Concesionarios/Vitri, Marketplace , Subastas, Showrooms

La estructura del panorama competitivo teniendo en cuenta la información suministrada es la siguiente.

Variedades

	Compacto	Sedan	SUV
Necesidades			
Variedad y Disponibi	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Tecnología y Segurid	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Potencia y Desempeño	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Eficiencia Energétic	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Precio de Venta	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Costo de Manritenimie	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Toyota, Kia, Renault
Número de Pasajeros	Ford, Mazda , Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Capacidad de Carga	Mazda , Chevrolet, Toyota, Kia	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Valor de Reventa	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Canales			
Concesionarios/Vitri	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault
Marketplace	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia
Subastas	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Toyota, Kia
Showrooms	Ford, Mazda , Nissan, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault	Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia

Tabla 1 Panorama competitivo en dos dimensiones

Variedades

Campero - Todoterreno

Pickup

Necesidades

Variedad y Disponibi

Ford, Nissan, Toyota, Renault

Ford, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Tecnología y Segurid

Ford, Mazda , Nissan, Toyota, Renault

Ford, Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Potencia y Desempeño

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Eficiencia Energétic

Ford, Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Precio de Venta

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Ford, Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Costo de Manrtenimie

Ford, Chevrolet, Toyota, Renault

Ford, Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Número de Pasajeros

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia

Capacidad de Carga

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Valor de Reventa

Ford, Mazda , Toyota, Renault

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Canales

Concesionarios/Vitri

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Marketplace

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Subastas

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Ford, Mazda , Chevrolet, Toyota, Renault

Showrooms

Ford, Mazda , Nissan, Chevrolet, Toyota, Renault

Ford, Mazda , Chevrolet, Toyota, Kia, Renault

Tabla 2 Panorama competitivo en dos dimensiones

Con esta forma de presentación en forma de matriz "T" se encuentra(n) **5 variedades de productos o servicios, 9 necesidades y 4 canales de distribución**, lo que nos indica que, en la parte superior de la matriz, al hacer relación entre variedades versus necesidades encontramos 45 espacios, o formas a través de las cuales se pueden ofertar las variedades. Se evidencian 45 espacios **cubiertos** y 0 espacios **sin cubrir**, lo que se denominan manchas blancas u oportunidades de mercado. El porcentaje de cubrimiento del panorama en la parte superior es del **100%**

En la parte inferior, al relacionar variedades versus canales, se encuentran 20, que son las formas como los clientes pueden adquirir las variedades. Hay 20 espacios **cubiertos** y 0 espacios **libres**, lo que indica un **100% de cobertura**.

Los espacios de mercado no cubiertos son los siguientes.

1.- No hay datos

Tabla 3. Espacios de mercado disponible en el panorama en dos dimensiones.

Aunque esta forma de visualización permite observar estas oportunidades de mercado, **el análisis en tres dimensiones permite tener un análisis más detallado del sector.** Por lo tanto, y para desarrollarlo, a continuación, se incluye información detallada cada una de las variables con su **descripción y porcentaje de importancia.**

Variedades (productos o servicios)

Variedad	Descripción	% de importancia
Compacto	Automóviles pequeños y económicos que poseen un baúl chato.	17.00 %
Sedan	Automóviles de 4 pasajeros que cuentan con una configuración de tres segmentos: motor, pasajeros y baúl. Suelen ser descrito como carros personales	25.00 %
SUV	Automoviles de uso frecuentemente familiar o comercial. Estos automóviles combinan confort, seguridad y una capacidad todoterreno ligera.	30.00 %
Campero -Todoterreno	Vehículos con un diseño similar a las SUV. Este vehículo esta diseñado para circular en superficies irregulares & difíciles	14.00 %
Pickup	Automóviles de configuración de tres segmentos. Son vehiculos de gran potencia , capaces de andar en múltiples y terrenos y trabajos en la agro ind	14.00 %

Tabla 4. Información detallada de las variedades.

Necesidades del cliente

Necesidad	Descripción	% de importancia
Variedad y Disponibi	Portafolio amplio con inventario físico suficiente para entrega inmediata	13.00%
Tecnología y Segurid	Herramientas digitales y estándares internacionales de protección para ocupantes	13.00%
Potencia y Desempeño	Fuerza del motor para responder ante exigencias del territorio nacional	13.00%
Eficiencia Energétic	Optimización del consumo de combustible o electricidad para movilidad sustentable	10.00%
Precio de Venta	Valor inicial afectado por competitividad, aranceles y tasa de cambio	13.00%
Costo de Manrtenimie	Gastos de posventa y facilidad de acceso a repuestos originales	10.00%
Número de Pasajeros	Capacidad de alojamiento interior bajo criterios de comodidad y seguridad	10.00%
Capacidad de Carga	Límite máximo de peso y volumen para transportar mercancías	9.00%
Valor de Reventa	Capacidad del vehículo para preservar su precio comercial en tiempo	9.00%

Tabla 5. Información detallada de las necesidades.

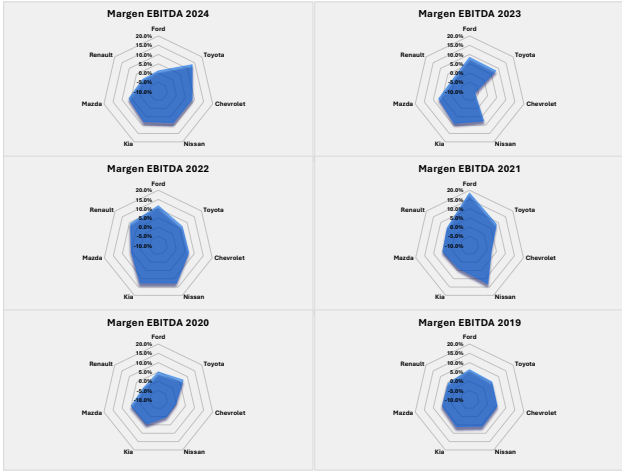
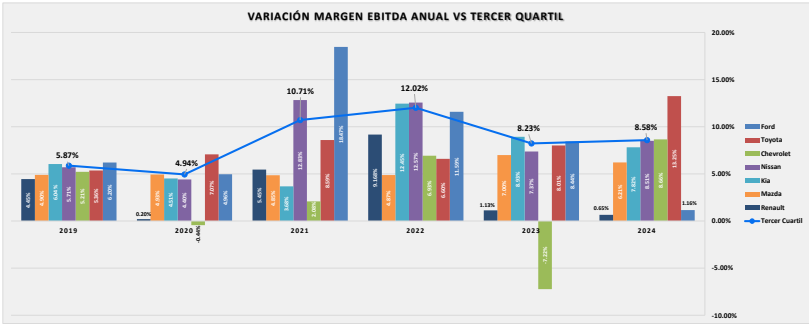
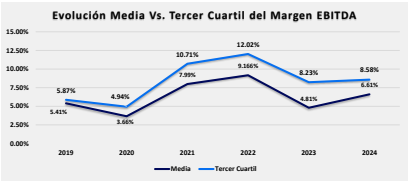
Canales de distribución

Canal	Descripción	% de importancia
Concesionarios/Vitri	Canal físico tradicional donde representantes oficiales comercializan vehículos nuevos y ofrecen servicios posventa	43.00%
Marketplace	Plataformas digitales que facilitan la búsqueda, comparación y comercialización de vehículos y repuestos	22.00%
Subastas	Modalidad de venta competitiva utilizada frecuentemente para la rotación masiva de vehículos usados	9.00%
Showrooms	Espacios temporales como ferias que exhiben nuevos modelos para captar clientes e impulsar ventas	26.00%

Tabla 6. Información detallada de los canales.

Anexo E

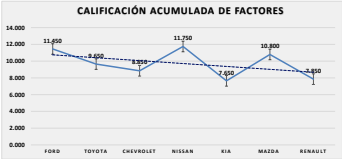
MARGEN EBITDA						
EMPRESA	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Ford	1.16%	8.44%	11.59%	18.47%	4.90%	6.20%
Toyota	13.25%	8.01%	6.60%	8.59%	7.07%	5.36%
Chevrolet	8.66%	-7.22%	6.93%	2.08%	-9.44%	5.21%
Nissan	8.51%	7.37%	12.57%	12.83%	4.40%	5.71%
Kia	7.82%	8.93%	12.45%	3.68%	4.51%	6.04%
Mazda	6.21%	7.00%	4.87%	4.85%	4.93%	4.00%
Renault	6.65%	1.13%	9.168%	5.45%	0.20%	4.45%
Medidas de Posición						
Media	6.61%	4.81%	9.168%	7.99%	3.69%	5.41%
Mediana	7.82%	7.37%	9.168%	5.45%	4.51%	5.36%
Tercer Cuartil	8.58%	8.93%	12.02%	10.71%	4.94%	5.87%
Diferencia TC - Media	1.97%	3.42%	2.85%	2.72%	1.28%	0.46%
Zonas de Desempeño						
2024	2023	2022	2021	2020	2019	
Desempeño Superior	Toyota, Chevrolet	Kia, Ford	Nissan, Kia	Ford, Nissan	Toyota, Ford	Ford, Kia
Desempeño Medio	Nissan, Kia	Toyota, Nissan	Ford, Renault	Toyota	Mazda, Kia	Nissan
Morbilidad	Mazda		Renault	Renault	Toyota	
Potencialidad Comprometida	Mazda, Ford, Renault		Chevrolet, Toyota, Mazda	Mazda, Kia, Chevrolet	Nissan, Renault	Chevrolet, Mazda, Renault
Estado Tático		Chevrolet				



Matriz de Impacto Factores									
	Liderazgo en Electromovilidad y Transición Energética	Dominio de segmentos ganadores	Excelencia y Confianza en Servicio Posventa	Soporte Logístico y Eficiencia de Flota	Penetración y Crecimiento Regional	Conectividad y Software	Resiliencia Ante Variables Macroeconómicas	Experiencia de Omnicanalidad y Venta	
Liderazgo en Electromovilidad y Transición Energética	x	1	0	0	0	1	0	0	2
Dominio de segmentos ganadores	1	x	0	0	1	0	0	0	2
Excelencia y Confianza en Servicio Posventa	0	0	x	0	1	0	0	1	2
Soporte Logístico y Eficiencia de Flota	0	0	1	x	1	0	0	1	3
Penetración y Crecimiento Regional	0	0	0	0	x	0	0	1	1
Conectividad y Software	1	0	0	1	0	x	0	1	4
Resiliencia Ante Variables Macroeconómicas	1	1	0	1	0	1	x	0	4
Experiencia de Omnicanalidad y Venta	0	0	1	0	0	0	0	x	1
TOTAL	3	3	0	1	3	3	0	3	19
									100.00%

Factores					Empresas						
Factores	Peso	Variable	Explicación	Estandar	Ford	Toyota	Chevrolet	Nissan	Kia	Mazda	Renault
Experiencia de Omnicanalidad y Venta	5.26%	Showroom Virtual	Espacio digital (sitio web del fabricante) con vistas 360° e información detallada, siendo hoy la fuente número uno de investigación del cliente	Ofrecer vistas 360° del interior y exterior de los vehículos en su sitio web	3	3	2	3	1	2	2
		Gestión de Test Drive	Facilidad para solicitar y realizar la prueba de manejo física, valorada por el 43% de los clientes como el aspecto más importante de la compra	Permitir la solicitud de prueba de manejo digital con elección de fecha y concesionario, valorado por el 45% de los clientes	3	3	2	3	1	2	2
		Resolución de Dudas	Capacidad de la marca para responder todas las preguntas técnicas y comerciales del cliente de forma rápida y efectiva	Contar con un Chatbot o asesor humano en línea con un tiempo de respuesta menor a 5 minutos	3	3	2	3	1	2	2
		Reserva Online	Possibilidad de realizar el pago de la reserva o la compra total del vehículo de manera directa y digital con el fabricante	Permitir el pago de la reserva del vehículo a través de pasarelas digitales seguras desde la página oficial	3	3	3	3	1	3	2
		Sumatoria				12	12	9	12	4	9
	Calificación				2.526315789	2.526315789	1.894736842	2.526315789	0.842105263	1.894736842	1.684210526

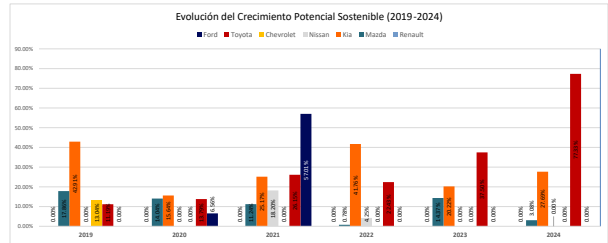
Factores	Peso	Variable	Ford	Toyota	Chevrolet	Nissan	Kia	Mazda	Renault
Liderazgo en Electromovilidad y Transición Energética	18.53%	Calificación	2.40	1.60	2.20	2.40	1.00	2.20	1.60
Dominio de segmentos ganadores	18.53%	Calificación	1.80	1.00	1.20	1.80	1.20	1.50	1.00
Excelencia y Confianza en Servicio Posventa	18.53%	Calificación	1.00	1.50	1.20	1.60	1.00	1.60	0.90
Soporte Logístico y Eficiencia de Flota	15.79%	Calificación	0.90	1.10	0.60	1.00	1.30	1.30	0.70
Penetración y Crecimiento Regional	5.26%	Calificación	1.00	0.90	0.90	1.00	1.10	1.00	0.90
Conectividad y Software	21.95%	Calificación	0.90	0.40	0.90	0.40	0.90	0.40	0.40
Resiliencia Ante Variables Macroeconómicas	21.95%	Calificación	1.00	1.30	1.00	1.60	1.00	1.30	1.00
Experiencia de Omnicanalidad y Venta	5.26%	Calificación	1.80	1.80	1.20	1.80	0.60	1.20	1.20
TOTAL			11.400	8.600	8.800	11.700	7.600	10.800	7.400



1.91
1.39
1.37
0.97
0.96
0.39
1.31
1.41

Factores	Peso	Variable	Descripción	Estándar	Ford	Toyota	Chevrolet	Nissan	Kia	Mazda	Result
Adaptación al Efectuamiento y Transición Energética	0.2	Verificación de vehículos eléctricos	Capacidad de el inicio comercial de los vehículos que funcionan únicamente con baterías, sin motor de combustión	El estándar es ofrecer modelos en el menos 2 segmentos distintos (los sedanes y SUVs)	3	3	3	3	3	3	3
		Verificación de vehículos híbridos	Se refiere a la adaptación de autos que combinen electricidad y gasolina, usando como puente tecnológico para el consumidor	Ofrecer una selección híbrida en sus 3 líneas de mayor volumen	3	3	3	3	3	3	3
		Ampliación del portafolio sostenible	Consiste en la variedad de modelos con tecnologías limpias que la marca ofrece, permitiendo al cliente elegir entre diferentes tamaños y precios	Ofrecer ampliamente en su ecosistema digital la venta e instalación de cargadores domésticos y wallbox	3	2	3	3	2	3	2
		Inversión en infraestructura de carga	Se trata de qué tanto ayuda la marca al cliente a entender los beneficios legales (como no tener "piso y piso") y a facilitar la instalación de cargadores en casa	Ofrecer un servicio dedicado a "Beneficios de Movilidad" que detalle instrucciones de Pico y Pico a 10A del 5%	3	2	3	3	1	3	2
		Verificación			12	8	13	12	6	11	9
Demanda de segmentos paralelos	0.15	Participación en el segmento SUV	Consiste en el liderazgo en el segmento de vehículos o camionetas, que es el núcleo de carro preferido actualmente por los colombianos	El estándar es que los modelos SUV representen más del 53.7% de la oferta total de la marca	2.4	3.4	2.6	2.4	1.2	2.2	1.8
		Crecimiento en el segmento de Van	Se refiere a la capacidad de ofrecer vehículos para negocios a pequeña y mediana escala, como furgonetas o vans de reparto	Ofrecer un segmento 2 modelos para logística urbana, dando que el segmento de vans crezca un 110% recientemente	3	2	1	3	4	4	2
		Volumen de matriculados totales	Evalúa si la marca mantiene su oferta actualizada y moderna, teniendo versiones nuevas con frecuencia	Ofrecer en el Top 5 de marcas (Kia, Renault, Mazda, Toyota, Chevrolet) que concentran el 53.1% del mercado	4	4	2	3	1	3	1
		Tasa de renovación de portafolio	Consiste en tener carros antiguos y nuevos que permitan a la marca mantener una presencia activa en las calles	Mejor resultado actualizado al menos una de sus 3 líneas principales en los últimos 12 meses para mantener tracción	3	3	3	3	1	2	2
		Verificación			12	10	9	12	6	10	7
Experiencia y Confianza en Servicio Posventa	0.15	Digitalización del Taller	Evalúa el uso de herramientas digitales como el agendamiento de citas online para mejorar la experiencia del cliente	Ofrecer un sistema de agendamiento de citas 100% online con confirmación inmediata	1.8	1.5	1.35	1.8	1.2	1.5	1.05
		Resolución de Garantía	Se refiere a la promesa de calidad y el servicio de gestión de garantías o servicios a revisión fiscalizada que la marca comunica a sus usuarios	El estándar de la industria es ofrecer una garantía de fábrica mínima de 3 años o 100.000 km	2	3	2	3	2	3	2
		Transparencia de Precios	Consiste en proporcionar claridad y honestidad en los costos de mantenimiento, dando voto al aspecto más valorado por el cliente en el servicio	Publicar en la web oficial el "Plan de Mantenimiento Precios Claros" para cada modelo y kilometraje	3	3	2	3	2	3	1
		Red de Talleres	Mide la extensión y capacidad de los puntos de servicio autorizados, basándose en que la confianza en el taller es clave para la decisión del comprador	Contar con puntos de servicio autorizados en al menos 10 departamentos, cubriendo los modos de mayor venta como: Automático y Confortamarca	3	2	1	2	2	2	1
		Verificación			12.8	11.5	9.35	12.8	6.2	12.5	7.05
Soporte Logístico y Eficiencia de Flota	0.1	Gestión de Flotabilidad	Consiste en ofrecer sistemas de rastreo y seguimiento de carga, tecnología que ya es utilizada por el 50.8% de las empresas líderes en logística	Ofrecer de serie a todos de fábrica sistemas de rastreo y seguimiento de pedidos, tecnología usada por el 50.8% de las empresas líderes	1.92	1.725	1.4025	1.92	1.23	1.875	1.0575
		Planes de Renovación	Programas para sustituir vehículos antiguos, considerando que en Colombia el 43% de la flota de carga tiene más de 11 años	Ofrecer de programas de "Trade-in" o desintegración para flotas con más de 11 años de antigüedad	2	3	1	2	2	2	1
		Asistencia 24/7	Servicio de soporte inmediato y asistencia de emergencia, funciones por las que los consumidores muestran una alta disposición de pago	Garantizar servicios de mecánica robusta y asistencia en carretera integrados en sus planes corporativos	2	3	2	3	3	3	2
		Capacidad de Carga Ajustada	Oferta de vehículos combinados de carga (VCC) o de alto rendimiento para permitir diferentes costos logísticos hasta en un 25%	Ofrecer vehículos que permitan configuraciones de "alta rendimiento" (VCC) para optimizar costos logísticos	2	3	1	2	4	4	2
		Verificación			9	11	5	10	13	13	7
Penetración y Crecimiento Regional	0.1	Presencia en Ciudades Intermedias	Falta comercial en zonas regionales con crecimiento récord como Villavicencio (1.99%) o Sincelejo (1.18%)	Presencia en Ciudades Intermedias	4	2	1	3	2	2	1
		Localización de Red	Herramienta digital que permite al usuario encontrar el fabricante, componentes o servicios (vehículos o su ubicación geográfica)	Localizador de Red	3	2	1	2	2	2	1
		Adaptación Geográfica	Oferta de ofrecer vehículos con especificaciones técnicas (como tracción o altura) acordes a las condiciones de terreno	Adaptación Geográfica	3	2	2	3	1	3	2
		Participación en Ferias	Presencia de marca en eventos clave como la Fe	Participación en Ferias	3	2	2	2	1	2	1
		Verificación			12	7	6	9	8	9	5
Conectividad e Software	0.05	Actualización Over the Air	Capacidad del vehículo para recibir mejoras de software inalámbricas que pueden extender la vida útil de 1 a 3 años	Especificar en la ficha técnica la capacidad de recibir mejoras de software de forma remota	1.2	0.7	0.6	0.9	0.8	0.9	0.1
		Funciones Conducir	Funciones digitales como dirección de navegación o control remoto, significando que el cliente como las más útiles	Ofrecer servicios de asistencia de emergencia y control remoto integrados en una App gratuita	2	3	2	3	2	3	1
		Personalización con IA	Uso de Inteligencia Artificial para que el vehículo reconozca y adapte automáticamente preferencias del conductor como el clima o la posición del asiento	Incluir en modelos de gama media alta funciones que reconozcan preferencias del conductor sin entrada manual	2	3	3	3	3	3	3
		Experiencia Digital	Nivel de integración del vehículo con aplicaciones de terceros y servicios integrados (navegación, seguros) dentro de la pantalla del auto	Compatibilidad (vehículos con Apple CarPlay y Android Auto en el 100% de sus modelos nuevos)	1	3	2	3	2	3	2
		Verificación			5	9	6	9	7	9	6
Resistencia Ante Variables Macroeconómicas	0.15	Simulador Financiero	Herramienta digital para que el cliente conozca sus costos y costos, facilitando la decisión de compra ante tasas de interés variables	Incluir en la cabina del cada modelo un simulador que permita ajustar cuota inicial y plazo	0.25	0.45	0.3	0.45	0.35	0.45	0.45
		Financiera de Marca	Alianzas o entidades propias de la marca que desarrollan la cartera de vehículos, vital ante la desvaloración del crédito tradicional	Ofrecer una alianza de financiamiento exclusiva (en Toyota Credit, NIS Colombia) con tasas competitivas	3	1	1	3	2	2	1
		Transparencia del MSRP	Claridad en el precio de venta superior al público "Manufacturer's Suggested Retail Price" para generar confianza y percepción de "buen costo"	Publicar el precio de venta superior al público de forma clara, en "Quedados donde" emblemas	3	3	2	3	2	3	2
		Bonus de Incentivo	Oferta de beneficios económicos o tributarios (como IVA reducido o descuentos directos) que motiven al consumidor a invertir	Ofrecer actualmente beneficios como "Matrícula Gratis" o "Seguro Todo Riesgo" para mitigar el costo inicial	2	3	2	2	1	2	2
		Verificación			11	6	7	11	7	9	7
Experiencia de Omnipresencia y Venta	0.1	Showroom Virtual	Espacio digital listo web del fabricante con vistas 360° e información detallada, dando hoy la fuente número uno de investigación del cliente	Ofrecer vistas 360° del interior y exterior de los vehículos en su sitio web	1.85	1.35	1.05	1.85	1.05	1.35	1.05
		Gestión de Test Drive	Facilidad para solicitar y realizar la prueba de manejo física, valorada por el 65% de los clientes como el aspecto más importante de la compra	Permitir la solicitud de pruebas de manejo digital con elección de fecha y concesionario, valorado por el 45% de los clientes	3	3	2	3	1	2	2
		Resolución de Dudas	Capacidad de la marca para responder todas las preguntas técnicas y comerciales del cliente de forma rápida y efectiva	Contar con un Chatbot o asesor humano en línea con un tiempo de respuesta menor a 5 minutos	3	3	2	3	1	2	2
		Reserva Online	Facilidad de realizar el pago de la reserva o la compra total del vehículo de manera directa a digital con el fabricante	Permitir el pago de la reserva del vehículo a través de plataformas digitales, según donde la página oficial	2	3	3	3	1	3	1
		Verificación			12	12	9	12	4	9	6
Experiencia de Omnipresencia y Venta	0.1	Verificación			1.8	1.8	1.35	1.8	0.6	1.35	1.2

Empresa	Variancia del Ingreso y la Unidad e Índice de Errores	2020 vs 2019	2021 vs 2020	2022 vs 2021	2023 vs 2022	2024 vs 2023
Ford	Variancia del Ingreso	-43.6	-1.2	-1.1	-12.72	1.86
	Variancia de la Productividad	1.00	1.25	1.00	1.00	1.00
	Variancia de la Estrategia	5.00	-6.80	-2.27	33.88	2.52
	Errores de la Productividad	0.20	1.12	0.40	0.40	0.20
	Variancia de la Unidad	6.00	4.20	1.40	10.00	4.00
Toyota	Variancia del Ingreso	-2.1	1.00	5.00	3.00	1.00
	Variancia de la Productividad	1.00	1.18	0.22	1.00	1.00
	Variancia de la Estrategia	-0.20	0.39	4.63	0.54	-4.91
	Errores de la Productividad	0.00	0.20	-0.20	-0.20	0.00
	Variancia de la Unidad	-1.90	0.82	-0.20	-0.20	1.00
Chevrolet	Variancia del Ingreso	-4.90	1.00	5.00	2.00	1.00
	Variancia de la Estrategia	1.00	6.00	12.00	-24.00	1.00
	Errores de la Productividad	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
	Variancia de la Unidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Nissan	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Productividad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Estrategia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Errores de la Productividad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Unidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Kia	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Estrategia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Errores de la Productividad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Unidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mazda	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Estrategia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Errores de la Productividad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Unidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Renault	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Estrategia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Errores de la Productividad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia de la Unidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Variancia del Ingreso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

[illegible]

Debit										Credit										Transfer									
2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
\$1,648,471.00	\$1,473,799.00	\$1,208,016.00	\$1,639,616.00	\$1,993,332.00	\$1,180,877.00	\$1,300,521.00	\$1,007,550.00	\$1,263,413.00	\$1,931,068.00	\$1,584,728.00	\$1,931,505.00	\$1,869,249.00	\$1,924,828.00	\$1,618,018.00	\$1,648,021.00	\$1,013,682.00	\$1,187,718.00	\$1,243,031.00	\$1,284,061.00	\$1,700,628.00	\$1,566,445.00	\$1,200,147.00	\$1,299,492.00	\$1,200,147.00	\$1,566,445.00	\$1,200,147.00	\$1,299,492.00	\$1,200,147.00	\$1,566,445.00
\$1,806,960.28	\$1,871,206.73	\$1,887,105.28	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847.86	\$1,424,329.00	\$1,027,153.00	\$1,083,880.00	\$1,204,894.00	\$1,242,489.00	\$1,624,489.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00	\$1,187,500.00	\$1,242,489.00	\$1,187,500.00	\$1,504,489.00
\$1,732,178.29	\$1,868,806.78	\$1,721,444.62	\$1,834,027.42	\$1,130,478.47	\$1,303,877.27	\$1,022,074.85	\$1,052,812.52	\$1,052,812.52	\$1,616,363.29	\$1,504,487.27	\$1,788,123.61	\$1,408,624.34	\$1,745,563.27	\$1,493,847															

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

- VARIEDADES**
- 1 Compacto
 - 2 Sedán
 - 3 SUV
 - 4 Pickup
 - 5 Campero / Todoterreno

%

- 17%
- 20%
- 30%
- 14%
- 14%

- NECESIDADES**
- 1 Variedad y Disponibilidad
 - 2 Tecnología y Seguridad
 - 3 Potencia y Desempeño
 - 4 Eficiencia Energética
 - 5 Precio de Venta
 - 6 Costo de Mantenimiento y Reparación
 - 7 Número de Pasajeros
 - 8 Capacidad de Carga
 - 9 Valor de Reventa

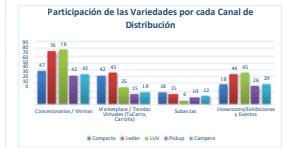
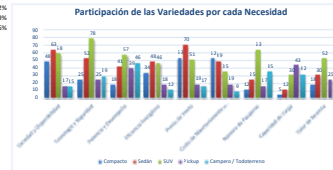
- 13%
- 13%
- 13%
- 10%
- 10%
- 10%
- 8%
- 9%
-

CANALES

- 1 Concesionarios / Vitrinas
- 2 Marketplace / Tiendas Virtuales (TuCarro, CarroYa)
- 3 Subastas
- 4 Showrooms/Exhibiciones y Eventos

%

- 43%
- 22%
- 9%
- 26%



NECESIDADES/VARIEDADES	Compacto	Sedán	SUV	Pickup	Campero / Todoterreno	TOTAL	%
Variedad y Disponibilidad	48	63	98	17		231	17.5%
Tecnología y Seguridad	25	78	25			229	13.4%
Potencia y Desempeño	18	41	57	39		201	12.9%
Eficiencia Energética	34	46	46	18		158	10.1%
Precio de Venta	53	70	53	17		230	13.4%
Costo de Mantenimiento y Reparación	52	49	35	19		164	10.5%
Número de Pasajeros	12	25	63	17		152	9.7%
Capacidad de Carga	5	12	30	43		122	7.8%
Valor de Reventa	18	36	52	22		147	9.4%
TOTAL	285	390	470	222		2117	1564
%	16.9%	24.9%	30.1%	14.2%		13.9%	

CANALES	Compacto	Sedán	SUV	Pickup	Campero	TOTAL	%
Concesionarios / Vitrinas	47	76	78	47		231	43.1%
Marketplace / Tiendas Virtuales (TuCarro, CarroYa)	42	45	25	15		145	21.8%
Subastas	18	15	6	10		61	9.2%
Showrooms/Exhibiciones y Eventos	28	44	45	26		172	25.9%
TOTAL	135	180	154	93		102	664
%	20.3%	27.3%	23.2%	14.0%		15.4%	

Necesidades	Ford	Mazda	Nissan	Chevrolet	Toyota	Kia	Renault
Variedad y Disponibilidad	Sedán, Compacto, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	Sedán, SUV, Compacto	Compacto, Sedán, SUV, Campero / Todoterreno	Compacto, Sedán, SUV, Pickup	Pickup, SUV, Campero / Todoterreno, Sedán, Compacto	Compacto, Sedán, Pickup, SUV	Compacto, Sedán, Pickup, SUV, Campero / Todoterreno
Tecnología y Seguridad	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	Sedán, SUV, Campero / Todoterreno, Compacto	Compacto, Sedán, SUV, Campero / Todoterreno, Pickup	Compacto, Sedán, SUV, Pickup	SUV, Pickup, Campero / Todoterreno, Sedán, Compacto	Compacto, SUV, Sedán, Pickup	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno
Potencia y Desempeño	Compacto, Sedán, Campero / Todoterreno, Pickup, SUV	Sedán, SUV, Compacto, Pickup, Campero / Todoterreno	Compacto, Sedán, SUV, Campero / Todoterreno, Pickup	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	SUV, Pickup, Campero / Todoterreno, Sedán, Compacto	Compacto, SUV, Pickup, Sedán, Campero / Todoterreno	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno
Eficiencia Energética	SUV, Sedán, Campero / Todoterreno, Compacto, Pickup	SUV, Sedán, Campero / Todoterreno, Compacto, Pickup	SUV, Sedán, Campero / Todoterreno, Compacto, Pickup	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	Sedán, Campero / Todoterreno, Pickup, SUV, Compacto	SUV, Pickup, Compacto, Sedán	Compacto, Sedán, Pickup, SUV, Campero / Todoterreno
Precio de Venta	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	Sedán, SUV, Compacto, Campero / Todoterreno	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	SUV, Pickup, Campero / Todoterreno, Sedán, Compacto	Compacto, Sedán, Pickup, SUV	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno
Costo de Mantenimiento y Reparación	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	Sedán, SUV, Compacto	SUV, Sedán, Compacto, Pickup	Compacto, Sedán, Pickup, Campero / Todoterreno	Sedán, Campero / Todoterreno, Compacto, SUV, Pickup	Compacto, Sedán, Pickup, SUV	Sedán, Compacto, Pickup, SUV, Campero / Todoterreno
Número de Pasajeros	Compacto, Sedán, SUV, Campero / Todoterreno, Pickup	Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno, Compacto	Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	Compacto, Sedán, SUV, Campero / Todoterreno, Pickup	SUV, Campero / Todoterreno, Pickup, Sedán	Pickup, Compacto, Sedán, SUV, Campero / Todoterreno	Compacto, Sedán, Campero / Todoterreno, SUV
Capacidad de Carga	Pickup, Campero / Todoterreno, SUV, Sedán	Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno, Compacto	SUV, Pickup, Sedán, Campero / Todoterreno	Pickup, SUV, Campero / Todoterreno, Compacto, Sedán	Campero / Todoterreno, Pickup, SUV, Sedán	SUV, Sedán, Compacto, Campero / Todoterreno	Campero / Todoterreno, Pickup, SUV, Sedán
Valor de Reventa	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero / Todoterreno	SUV, Sedán, Compacto, Campero / Todoterreno, Pickup	Sedán, SUV, Compacto, Pickup	Compacto, Sedán, SUV, Pickup	Sedán, Campero / Todoterreno, Pickup, SUV, Compacto	Compacto, Sedán, SUV	Campero / Todoterreno, Pickup, SUV, Compacto, Sedán
Canales	Ford	Mazda	Nissan	Chevrolet	Toyota	Kia	Renault
Concesionarios / Vitrinas	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero	Sedán, SUV, Compacto, Campero, Pickup	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero	Pickup, Campero, SUV, Compacto, Sedán	Compacto, Sedán, Pickup, SUV, Campero	Compacto, Sedán, Campero, Pickup, SUV
Marketplace / Tiendas Virtuales (TuCarro, CarroYa)	Compacto, Sedán, SUV, Campero, Pickup	Sedán, SUV, Compacto, Pickup, Campero	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero	Pickup, Campero, Sedán, Compacto	Compacto, Sedán, SUV	Compacto, Sedán, Pickup, Campero
Subastas	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero	Compacto, Sedán, Pickup, Campero	Compacto, Campero, Sedán	Compacto, Sedán, Campero, Pickup	Pickup, SUV, Sedán, Compacto, Campero	Compacto, Sedán, SUV	Compacto, Pickup, Sedán, Campero
Showrooms/Exhibiciones y Eventos	Compacto, Sedán, SUV, Pickup, Campero	SUV, Compacto, Sedán, Pickup, Campero	Compacto, Sedán, SUV, Campero	Compacto, Sedán, SUV, Campero, Pickup	SUV, Pickup, Campero, Compacto, Sedán	Compacto, SUV, Sedán, Pickup	Compacto, Sedán, Pickup, Campero

Anexo F

GRADO DE ATRACTIVIDAD
CALCULO DE BARRERAS DE ENTRADA

	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
Barreras de Entrada						
1 Niveles de economías de escala					×	
2 Operaciones Compartidas				×		
3 Acceso privilegiado materias primas				×		
4 Procesos productivos especiales		×				
5 Curva de aprendizaje		×				
6 Curva de experiencia	×					
7 Costos Compartidos		×				
8 Tecnología	×					
9 Costos de Cambio				×		
10 Tiempos de Respuesta		×				
11 Posición de Marca	×					
12 Posición de Diseño		×				
13 Posición de Servicio		×				
14 Posición de Precio					×	
15 Patentes		×				
16 Niveles de Inversión	×					
17 Acceso a Canales		×				

Tamaño Barreras de Entrada

3.5294118

[Regresar al Menú](#)

GRADO DE ATRACTIVIDAD

TAMAÑO BARRERAS DE SALIDA

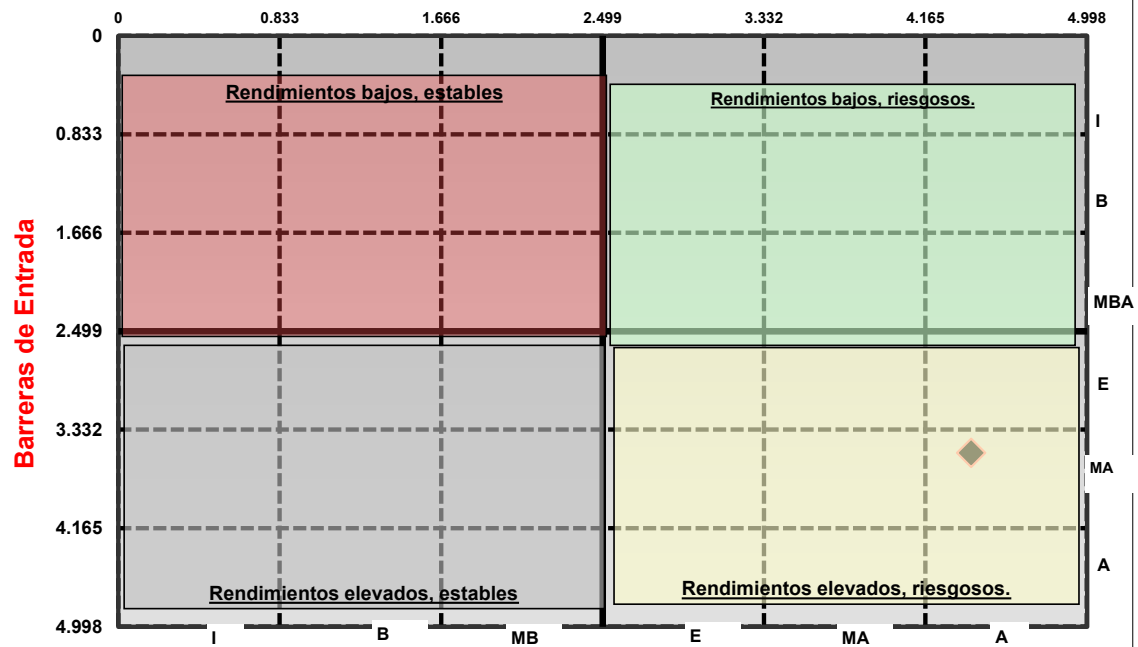
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
Barreras de Salida						
a. Activos Especializados	×					
b. Costos Fijos de Salida	×					
c. Inter-relaciones Estratégicas		×				
d. Barreras Emocionales			×			
e. Restricciones Sociales - Gubernamentales	×					

Tamaño Barreras de Salida 4.4

Regresar al Menú

ATRACTIVIDAD POR BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

Barreras de Salida



A: Alto	MB: Medio Bajo
MA: Medio Alto	B: Bajo
E: Equilibrio	I: Inexistente

Regresar al Menú

FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS						
EMPRESA XYZ LIMITADA						
NIVEL DE RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
1 Nivel de concentración	✖					
2 Nivel de costos fijos	✖					
3 Velocidad de crecimiento del sector		✖				
4 Costos de Cambio	✖					
5 Grado de hacinamiento	✖					
6 Incrementos en la capacidad		✖				
7 Presencia Extranjera	✖					
8 Nivel de Barreras de Salida	✖					
a. Activos Especializados	✖					
b. Costos Fijos de Salida	✖					
c. Inter-relaciones Estratégicas		✖				
d. Barreras Emocionales			✖			
e. Restricciones Sociales - Gubernamentales	✖					
9						
10						
EVALUACION FINAL						
NIVEL DE RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES	N	6	2	0	0	0
EMPRESA XYZ LIMITADA	%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%

PODER DE NEGOCIACION DE COMPRADORES						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
1 Grado de concentración					✖	
2 Importancia del proveedor para el comprador	✖					
3 Grado de hacinamiento				✖		
4 Costos de cambio	✖					
5 Facilidad de Integración hacia atrás					✖	
6 Información del comprador sobre el proveedor	✖					
7 Los compradores devengan bajos márgenes		✖				
8 Grado de Importancia del Insumo	✖					
9						
10						
EVALUACION FINAL						
PODER DE NEGOCIACION DE COMPRADORES	N	4	1	0	1	2
EMPRESA XYZ LIMITADA	%	50.0%	12.5%	0.0%	12.5%	25.0%

FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS						Regresar al Menú		
EMPRESA XYZ LIMITADA								
RIESGO DE INGRESO								
		Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente	
Barreras de Entrada		Ocultar detalle						
1	Niveles de economías de escala	x						
2	Operaciones Compartidas		x					
3	Acceso privilegiado materias primas		x					
4	Procesos productivos especiales				x			
5	Curva de aprendizaje				x			
6	Curva de experiencia					x		
7	Costos Compartidos				x			
8	Tecnología					x		
9	Costos de Cambio		x					
10	Tiempos de Respuesta				x			
11	Posición de Marca					x		
12	Posición de Diseño				x			
13	Posición de Servicio				x			
14	Posición de Precio	x						
15	Patentes				x			
16	Niveles de Inversión					x		
17	Acceso a Canales				x			
Políticas Gubernamentales								
18	Niveles de Aranceles				x			
19	Niveles de Subsidio					x		
20	Regulaciones y marco legal					x		
21	Grados de Impuestos				x			
Respuesta de Rivales								
22	Nivel de liquidez				x			
23	Capacidad de endeudamiento					x		
EVALUACION FINAL								
RIESGO DE INGRESO		Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente	
EMPRESA XYZ LIMITADA		N	2	3	0	11	7	0
		%	8.7%	13.0%	0.0%	47.8%	30.4%	0.0%

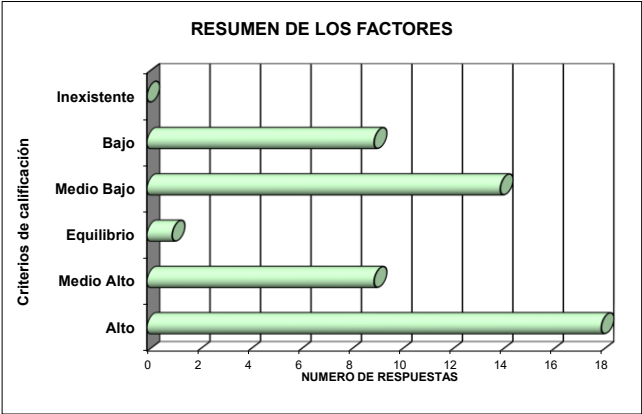
FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS					Regresar al Menú
EMPRESA XYZ LIMITADA					

PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
1 Grado de concentración		✖				
2 Presión de sustitutos				✖		
3 Nivel de ventaja	✖					
4 Nivel de importancia del insumo en procesos	✖					
5 Costos de cambio	✖					
6 Amenaza de integración hacia delante			✖			
7 Información del proveedor sobre el comprador		✖				
8 Grado de hacinamiento				✖		
9						
EVALUACION FINAL						
PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
N	3	2	1	2	0	0
%	37.5%	25.0%	12.5%	25.0%	0.0%	0.0%
EMPRESA XYZ LIMITADA						

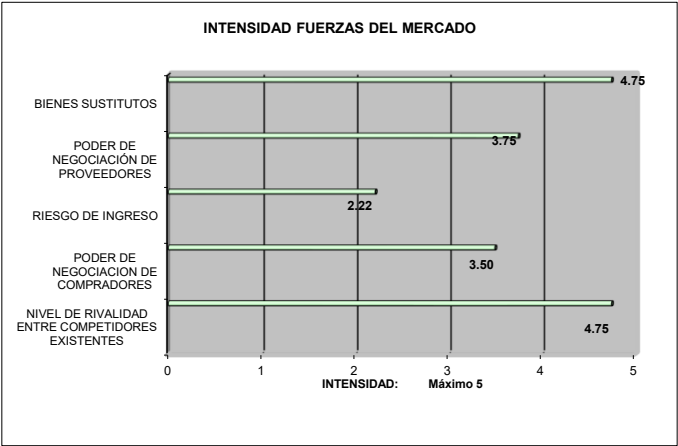
BIENES SUSTITUTOS						
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
1 Tendencias a mejorar costos	✖					
2 Tendencias a mejorar precios	✖					
3 Tendencias a mejoras en desempeño		✖				
4 Tendencias a altos rendimientos	✖					
EVALUACION FINAL						
BIENES SUSTITUTOS	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
N	3	1	0	0	0	0
%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
EMPRESA XYZ LIMITADA						

RESUMEN DE TODOS LOS FACTORES

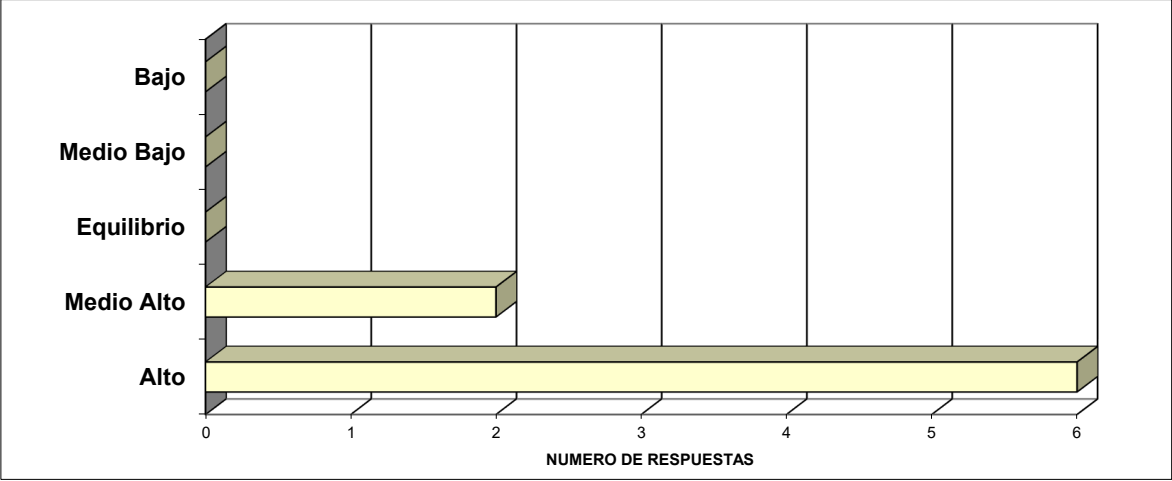
	Alto	Medio Alto	Equilibrio	Medio Bajo	Bajo	Inexistente
N	18	9	1	14	9	0
%	35.3%	17.6%	2.0%	27.5%	17.6%	0.0%



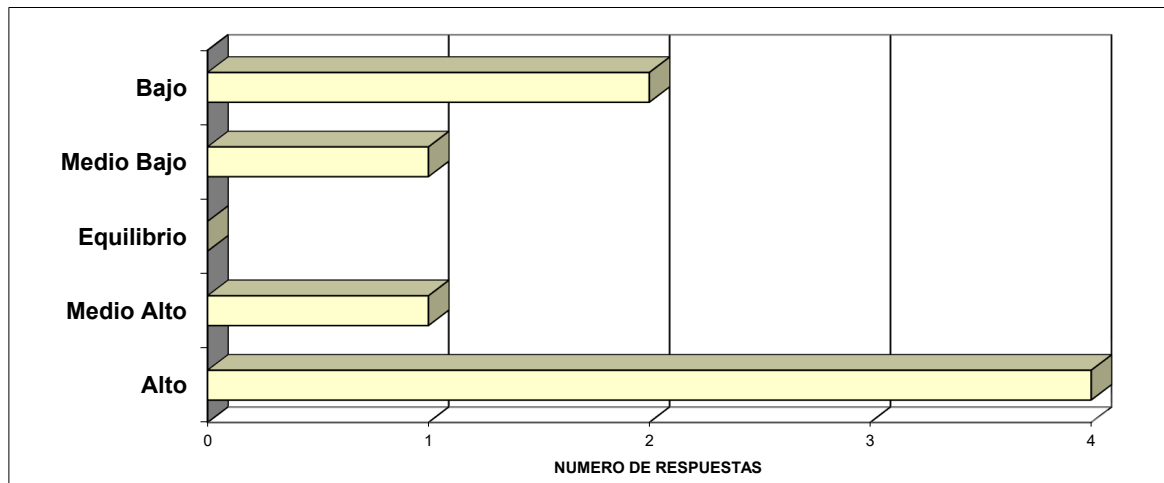
NIVEL DE RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES	4.75
PODER DE NEGOCIACION DE COMPRADORES	3.50
RIESGO DE INGRESO	2.22
PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	3.75
BIENES SUSTITUTOS	4.75



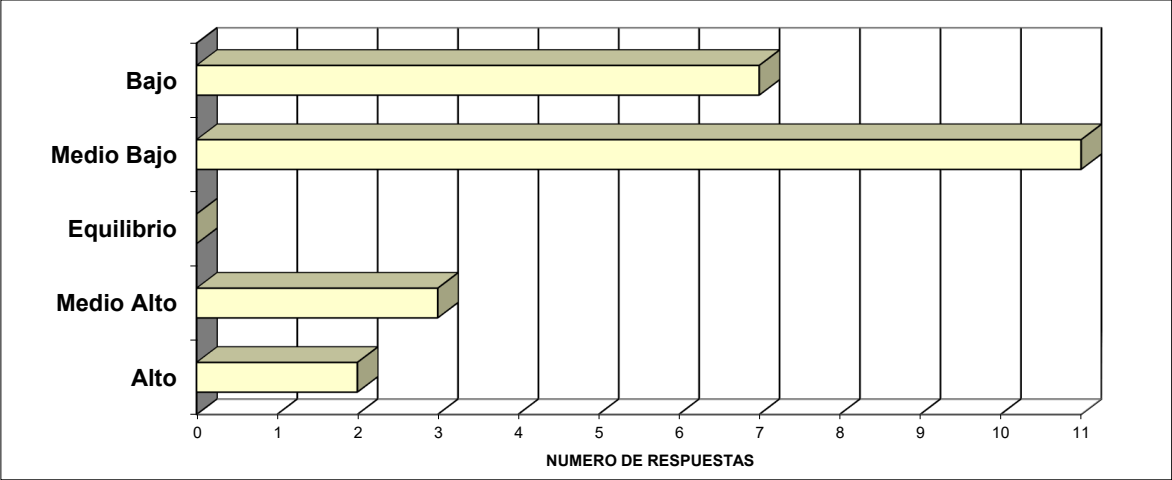
FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS
EMPRESA XYZ LIMITADA
NIVEL DE RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES



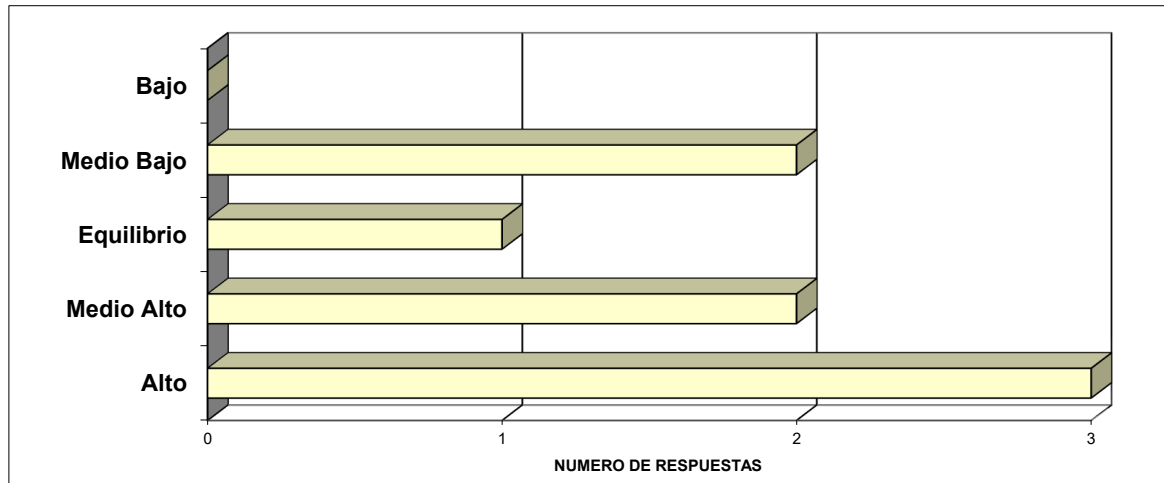
FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS
EMPRESA XYZ LIMITADA
PODER DE NEGOCIACION DE COMPRADORES



FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS
EMPRESA XYZ LIMITADA
RIESGO DE INGRESO



FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS
EMPRESA XYZ LIMITADA
PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES



FUERZAS Y FUENTES COMPETITIVAS
EMPRESA XYZ LIMITADA
BIENES SUSTITUTOS

