

## **Anexos**

### **Anexo 1:** Encuesta aplicada a los usuarios del sector moda

**Pregunta 1:** ¿Entre las siguientes marcas de ropa, en cuál suele comprar más?

- Koaj
- Arturo Calle
- Tennis
- Patprimo / Seven Seven /OSTU / Atmos
- Studio F / Ela

**Pregunta 2:** Para cada uno de los siguientes productos, seleccione los motivos que influyen en su decisión de compra (Debe marcar todas las opciones que aplique)

#### **Necesidades:**

- Calidad percibida
- Diseño y estilo
- Relación calidad-precio
- Confianza en la marca
- Sostenibilidad

#### **Variedades:**

1. Camisa manga corta
2. Camisa manga larga
3. Camisa tipo polo

4. Camisa de lino
5. Camisa ajustada
6. Camisa oversize
7. Camisa con estampado
8. Camisa de satín/seda
9. Camisa tipo casual/deportiva
10. Camisa con botones

**Pregunta #3:** Para cada uno de los siguientes productos, seleccione los motivos que influyen en su decisión de compra (Debe marcar todas las opciones que aplique)

**Necesidades:**

- Innovación en colecciones
- Experiencia de compra en tienda
- Facilidad de compras online
- Afinidad con la marca
- Exclusividad o diferenciación

**Variedades:**

1. Camisa manga corta
2. Camisa manga larga
3. Camisa tipo polo
4. Camisa de lino
5. Camisa ajustada

6. Camisa oversize
7. Camisa con estampado
8. Camisa de satín/seda
9. Camisa tipo casual/deportiva
10. Camisa con botones

**Pregunta #4:** Seleccione los canales utilizados para adquirir estos productos (Debe marcar todas las opciones que apliquen)

**Canales:**

- Sitio web
- Tienda física
- App propia de la marca

**Variedades:**

1. Camisa manga corta
2. Camisa manga larga
3. Camisa tipo polo
4. Camisa de lino
5. Camisa ajustada
6. Camisa oversize
7. Camisa con estampado
8. Camisa de satín/seda
9. Camisa tipo casual/deportiva

## 10. Camisa con botones

### **Anexo 2:** Reporte de resultados matriz T CubeMarket (archivo PDF adjunto)

Este reporte presenta la matriz T en dos dimensiones, la cual permite analizar la cobertura del mercado a partir de la relación entre las variedades, las necesidades y los canales. A través de esta matriz se identifica qué combinaciones están siendo atendidas por las empresas del sector y cuál es el nivel de saturación o cobertura existente.

### **Anexo 3:** Reporte de resultados análisis 3D CubeMarket (archivo PDF adjunto)

El análisis 3D integra las tres dimensiones principales del mercado: variedades, necesidades y canales. Este reporte permite visualizar de forma tridimensional cómo se distribuyen las empresas dentro del mercado, mostrando los espacios ocupados y las zonas de coincidencia entre competidores.

### **Anexo 4:** Reporte de resultados grado de concentración CubeMarket (archivo PDF adjunto)

Este reporte muestra el nivel de concentración del mercado, expresado en porcentajes que reflejan la proporción de espacios compartidos por las empresas. Permite identificar los segmentos donde existe mayor competencia directa y aquellos en los que las marcas compiten por los mismos productos, canales y necesidades.

### **Anexo 5:** Reporte de resultados oportunidades de mercado CubeMarket (archivo PDF adjunto)

En este reporte se presentan las posibles oportunidades de mercado, representadas por los espacios o “manchas blancas” no cubiertos por las empresas analizadas. A través de

este análisis se busca determinar qué combinaciones entre variedades, canales y necesidades aún no han sido exploradas y podrían representar nichos potenciales para el crecimiento del sector.