

# INFORME PANORAMA COMPETITIVO

## Matriz T



**Cube  
MarkeT**

*Descubrimos oportunidades  
de mercado*



CubeMarkeT  
versión 1.0

[www.cubemarketonline.com](http://www.cubemarketonline.com)

# 1 INFORMACIÓN GENERAL

**Actividad Económica:** mejoramiento hogar

**Macrosector:** construcción y energía

**Informe creado por:** Felipe Gonzalez

**Correo:** oscarfe.gonzalez@urosario.edu.co

**Fecha:** 13/11/2025

**Empresas estudiadas:** Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

# 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:** Muebles, Decoración , Artículos de cocina, Electrodomésticos , Productos premium, Consultoría ". **Los motivos de compra por parte del cliente son:** Acceso a mobiliario, Decoración moderna , Productos de calidad, Asesoría, Accesorios de cocina, Financiamiento, Variedad , Productos sostenible, Rapidez . **En cuanto a los canales disponibles para adquirir los productos, se tienen:** Tienda física, Tienda online, Marketplaces, Redes sociales, Call center, Catálogos digitales

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

# Variedades

Necesidades		Muebles	Decoración	Artículos de cocina	Electrodomésticos	Productos premium
Acceso a mobiliario	Home sentry, Homecenter, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Homecenter
Decoración moderna	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas
Productos de calidad	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas
Asesoría	Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	
Accesorios de cocina	Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	
Financiamiento	Home sentry, Homecenter, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Ambiente gourmet	Home sentry, Homecenter, Ambiente gourmet, Casa Ideas	
Variedad	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	
Productos sostenible	Home sentry, Homecenter, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Homecenter, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet	
Rapidez	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet	Home sentry, Homecenter, Tugo, Casa Ideas	
Canales						
Tienda física	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas
Tienda online	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas	Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

## Variedades

### Consultoría

### Necesidades

Acceso a mobiliario

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Decoración moderna

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Productos de calidad

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Asesoría

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Accesorios de cocina

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Financiamiento

Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Variedad

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Productos sostenible

Home sentry, Homecenter, Tugo

Rapidez

Homecenter, Ambiente gourmet

### Canales

Tienda física

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Tienda online

Home sentry, Homecenter, Tugo, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Marketplaces

Home sentry, Homecenter, Tugo, Casa Ideas

Redes sociales

Home sentry, Homecenter, Tugo, Casa Ideas

Call center

Home sentry, Homecenter, Ambiente gourmet, Casa Ideas

Catálogos digitales

Homecenter, Casa Ideas

Tabla 2 Panorama competitivo en dos dimensiones

Con esta forma de presentación en forma de matriz "T" se encuentra(n) **6 variedades de productos o servicios, 9 necesidades y 6 canales de distribución**, lo que nos indica que, en la parte superior de la matriz, al hacer relación entre variedades versus necesidades encontramos 54 espacios, o formas a través de las cuales se pueden ofertar las variedades. Se evidencian 54 espacios **cubiertos** y 1 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 36, que son las formas como los clientes pueden adquirir las variedades. Hay 35 espacios **cubiertos** y 1 espacios **libres**, lo que indica un **97% de cobertura**.

Los espacios de mercado no cubiertos son los siguientes.

1.- Call center, Electrodomésticos

**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
Muebles	Comprende espacios como salones, comedores, dormitorios y armarios,	19.00 %
Decoración	(iluminación, cuadros, accesorios y textiles): una categoría fundamental que potencia la estética del mobiliario y exhibe una alta rotación.	14.00 %
Artículos de cocina	Una categoría relevante en Casa Ideas y Ambiente Gourmet, que es muy valorada por las familias de Colombia.	26.00 %
Electrodomésticos	representan una distinción entre Homecenter y Home Sentry, lo que los convierte en productos más completos.	14.00 %
Productos premium	Denota la especialización en diseño y gastronomía, que atrae a un segmento de consumidores con una capacidad económica superior.	15.00 %
Consultoría	ofrecen ayuda que va más allá de la venta de productos, lo que los diferencia de Tugó y Casa Ideas.	12.00 %

**Tabla 4.** Información detallada de las variedades.

## Necesidades del cliente

Necesidad	Descripción	% de importancia
Acceso a mobiliario	en un mercado donde el costo es un factor determinante, numerosas residencias persiguen mobiliario útil sin poner en riesgo su presupuesto.	20.00%
Decoración moderna	los individuos no adquieren bienes meramente por su funcionalidad, sino que también persiguen aspectos estilísticos e identitarios.	19.00%
Productos de calidad	Dado que la inversión en mobiliario o decoración no es una práctica habitual, el consumidor requiere que los bienes que adquiera sean duraderos.	19.00%
Asesoría	No todas las personas tienen la capacidad de combinar estilos o espacios; esta habilidad es apreciada.	9.00%
Accesorios de cocina	Esta es una industria en crecimiento, especialmente entre las clases medias que quieren mejorar su experiencia en casa.	6.00%
Financiamiento	Dado que los productos suelen ser caros, el crédito es necesario para facilitar su acceso.	5.00%
Variedad	la diversidad ayuda a que cada cliente encuentre un producto que se ajuste a sus gustos personales.	9.00%
Productos sostenible	una tendencia global que se consolida progresivamente en Colombia, particularmente entre la población juvenil.	3.00%
Rapidez	en la actualidad, debido al auge del comercio electrónico, la realización de compras inmediatas ha adquirido una relevancia casi imperativa.	10.00%

**Tabla 5.** Información detallada de las necesidades.

## Canales de distribución

Canal	Descripción	% de importancia
Tienda física	continúa siendo predominante porque las personas desean ver, tocar y comparar antes de adquirir.	47.00%
Tienda online	se expandió considerablemente después de la pandemia y ya es indispensable.	27.00%
Marketplaces	posibilitan que nuevos clientes accedan a la marca sin tener que entrar directamente a su página web.	9.00%
Redes sociales	Hoy en día, además de servir como medios publicitarios, se emplean también para la venta directa.	12.00%
Call center	continúa siendo de gran importancia para resolver inquietudes, dar soporte y atender reclamaciones.	2.00%
Catálogos digitales	son de utilidad para promover las promociones y mantienen una comunicación constante con el cliente.	3.00%

**Tabla 6.** Información detallada de los canales.