

PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DEL MERCADO

1. Objetivo

El presente documento tiene como objetivo normar el procedimiento a seguir para el Análisis del Mercado automotriz en Bolivia.

2. Alcance

Este documento incluye una descripción de las actividades a realizarse, desde la Identificación de nuevos modelos de vehículos en el mercado en Bolivia hasta la elaboración del Informe de "Análisis de Cobertura de Mercado" para informar a Vicepresidencia y Gerencias.

3. Actividades

3.1 Análisis de Características y Precios de la Competencia

El área de Producto y Planificación recibe cada mes vía correo electrónico una lista de los vehículos importados a Bolivia (de todas las marcas disponibles en el mercado), proporcionada por la Cámara Boliviana Automotor. Dicha lista se encuentra ordenada por modelo de vehículo. Una vez recibida la lista de vehículos importados a Bolivia, un funcionario del área de Producto y Planificación procede a cargar la misma a un excel. Posteriormente, revisa la cantidad de vehículos al mes de la lista de modelos importados por la Competencia y, en caso que corresponda, identifica todos aquellos modelos con los que anteriormente no se contaba en el mercado (novedades).

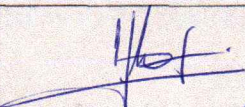
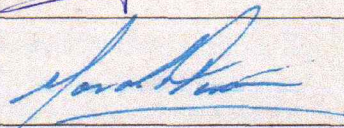
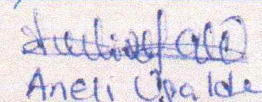
Una vez identificados los vehículos nuevos en el mercado, el Analista Comercial realiza un análisis de los mismos entrando a las diferentes Páginas Web de la Competencia Automotriz. Al ingresar a la página, el Analista Comercial recopila todas las Especificaciones Técnicas posibles de estos nuevos vehículos y en una Hoja Excel, compara los mismos con los modelos TOYOTA disponibles en Bolivia, para así saber a qué vehículo TOYOTA se asemeja más el vehículo nuevo de la Competencia.

3.2 Análisis de Cobertura del Mercado

Posteriormente, el Analista Comercial llena un reporte con las cantidades mensuales de acuerdo al segmento de mercado de cada modelo (TOYOTA, HINO y Lexus) en una Planilla Excel. A partir de dicho reporte, elabora un Informe de Análisis de Cobertura de Mercado por modelo, segmento de mercado y marca, tanto de la competencia como de Toyosa en el Sistema.

Una vez elaborado el Análisis de Cobertura de Mercado, el funcionario de Producto y Planificación envía el mismo a Vicepresidencia y a las diferentes Gerencias y Jefaturas de Venta para su conocimiento.

Cuadro de Aprobación

		Fecha	Firma
Revisado por:	Hiroki Nikaido Subgerente Producto y Planificación	08/10/2018	
Revisado por:	Marcelo Terán Gerente Nacional de O&M y Sistemas	21/09/2018	
Elaborado por:	Organización y Métodos	19/09/18	 Aneli Ugalde