

CConducir ya tiene la idea. Le falta dónde decirla y con qué probarla.

Diagnóstico de la marca de CConducir, el referente de marca al que apunta y el bloqueante que va antes de cualquier campaña. El resto del Revenue Audit de escritorio va resumido al final, con la conclusión al frente de cada bloque.

VEREDICTO	Frágil
BLOQUEANTE	Ningún sitio explica qué hace CConducir. Va antes de cualquier campaña.
REFERENTE	Cambridge Mobile Telematics (CMT): mide cómo maneja la gente y se lo vende al que asegura
MODO	Escritorio: dos presentaciones de Leonardo Herrera, la reunión del 8 de octubre, registros públicos y los sitios abiertos el 9 de octubre de 2026. Sin comité todavía.
PARA	Leonardo Herrera y Julián Canal

Versión 1.0 · Fuente de verdad: audit/revenue-audit-cconducir.md v1.1, 03A, 03B y 03C. Toda cifra lleva su fuente; lo que dice el cliente va marcado como declarado. En público, el Core de DealTunnel son 16 pasos.

El mercado existe. La marca no tiene dónde aterrizar.

- Frágil. La ARL está dispuesta a pagar, según Leonardo; la restricción es que la empresa con flota no entiende todavía qué gana, y hoy no tiene dónde entenderlo.
- El bloqueante es la marca.** cconducir.com sirve el sitio de Greater Than F12; la única presencia propia es una tarjeta "C-CONDUCIR" dentro de decoltec.com F13; y conducir.co es de Conducir Colombia, un instituto de manejo defensivo en Bogotá sin vínculo visible con el grupo F14. Una empresa que oye hablar de CConducir y lo busca no encuentra qué es.
 - La idea ya es de CConducir.** "El reto no es capacitar más. Es intervenir mejor." y "No medimos cuántas personas capacitamos. Medimos cuántas logramos cambiar." F1 nombran el único hueco que deja el campo: nadie le muestra a la ARL qué conductores cambiaron 2A · 2B.
 - Falta la prueba.** No hay un solo cliente con nombre, n ni periodo; la lámina antes/después es maqueta y se lee como resultado F1 · 3B.
 - El referente muestra el camino.** CMT tiene el mismo modelo (mide la conducta y le vende al que asegura) y la prueba que CConducir promete: 100,000 conductores medidos durante tres meses, con el cambio de los de mayor riesgo que más usaron el programa y su efecto calculado en reclamaciones R3a.
 - Lo que sigue:** unificar las grafías del nombre (CConducir se queda) y fijar el mensaje, publicar un sitio que diga qué hace CConducir y qué gana la empresa, y medir el primer piloto con clientes de Canal Group con flota. Ninguna campaña sale antes.

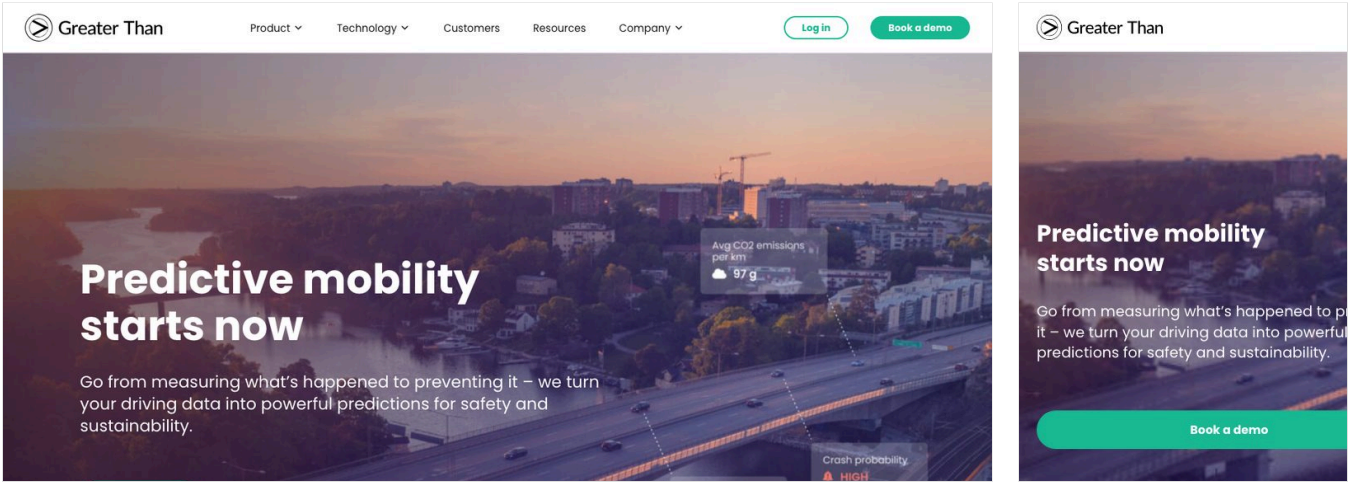
0	3	10 / 13	4
sitios propios que expliquen qué hace CConducir F12 F13 F14	grafías del nombre: Conducir, CConducir, C-CONDUCIR 3A	clichés de la categoría presentes en sus piezas 2B · 3B	gaps de marca de severidad alta 3B

BLOQUEANTE ANTES DE CUALQUIER CAMPAÑA

Sin un sitio que diga qué es CConducir, para quién y qué gana la empresa, la hipótesis central del ciclo (las empresas no avanzan porque no se ha comunicado el valor) no se puede ni probar: cada mensaje llevaría a un lugar que muestra a otra empresa.

Hoy, buscar CConducir lleva a otra empresa.

Ningún dominio muestra la marca. El que lleva su nombre exacto muestra el producto de Greater Than, en inglés.



cconducir.com · escritorio 1440x900 · 2026-10-09 · sirve el sitio de Greater Than ("Predictive mobility starts now")

cconducir.com · móvil 390x844



decoltec.com · la única presencia propia: una tarjeta "C-CONducir" junto a texto de plantilla en inglés

conducir.co · Conducir Colombia, instituto de manejo defensivo en Bogotá, sin vínculo visible con el grupo

DOMINIO	QUÉ MUESTRA EL 2026-10-09	FUENTE
cconducir.com, www.cconducir.com	El sitio de Greater Than, en inglés, con su logo. Dominio creado el 2025-07-28.	F12
decoltec.com	Tarjeta "C-CONducir. Es un sistema basado en analítica de datos con IA predictiva y telemetría, para la reducción de riesgos", junto a "Book Your Free Consultation".	F13
conducir.co	Conducir Colombia: manejo defensivo, mercancías peligrosas y PESV en Bogotá. Si no es del grupo, es un capacitador vial de la misma ciudad con un nombre parecido: el sitio de CConducir tiene que dejar clara la diferencia.	F14
cconducir.co, cconducir.com.co, c-conducir.com, c-conducir.co	No resuelven.	F12

Un sistema de lámina sólido y un nombre escrito de tres maneras.

Las dos presentaciones repiten cabecera, pie, jerarquía y paleta sin variación en 18 láminas. Fuera de ellas, la marca se escribe de tres maneras y cambia de ícono.

Visual

ELEMENTO	LO OBSERVADO
Logo	Cuatro formas: ícono circular con figura más "Conducir" y descriptor "DATOS QUE SALVAN VIDAS"; ícono de volante más "Conducir"; "C-CONducir" en texto plano en decoltec.com; C estilizada sobre "Conducir" en la pared del grupo. El logo dice "Conducir" y el texto corrido dice "CConducir".
Paleta	Azul petróleo oscuro en bandas y primera línea de titulares; cian en segunda línea, íconos y píldoras; blanco de fondo; verde y rojo solo en la escala A a E.
Composición	Titular a la izquierda, imagen a la derecha; bandas de 4 a 7 íconos; entre 60 y 150 palabras por lámina (conteo visual, aproximado).
Imágenes	Camiones rotulados, montañas, atardecer, cabina con tablet; por textura parecen renders generados (a confirmar). Logo de SURA en dos láminas, sin aceptación declarada.

Verbal

Universo dominado por "prevención", "datos" y "riesgo"; primera persona del plural; lenguaje técnico de SST y PESV escrito para la ARL. Dos registros conviven: la antítesis propia ("capacitar más / intervenir mejor"; "cuántas capacitamos / cuántas logramos cambiar") y la promesa absoluta de capacidad técnica ("Núcleo de IA predictiva única en el mundo"; "Predice accidentes y establece probabilidades de choque")
F1 · F2. No existe manifiesto.

Inconsistencias

- Tres grafías del nombre: Conducir, CConducir, C-CONducir.
- El dominio de la marca sirve el sitio de Greater Than. El PDF dice "única en el mundo"; el sitio servido en cconducir.com dice "A globally unique way to measure driver impact" F12.
- Precio en dos versiones: USD 9 por vehículo al mes en la presentación técnica; "gratis" o "con un 50%" en la mesa F2 · F3.
- Escala: "+52 k" usuarios analizados en decoltec.com; ningún cliente, n ni periodo en las presentaciones F13 · F1.
- decoltec.com conserva bloques de plantilla en inglés F13.

CConducir habla como el campo, salvo en una frase.

Cuatro gaps de severidad alta y diez de los trece clichés de la categoría. Lo único que nombra lo distinto es su antítesis: "El reto no es capacitar más. Es intervenir mejor."

Fortalezas

- La antítesis propia: "capacitar más / intervenir mejor" y "cuántas capacitamos / cuántas logramos cambiar" F1.
- Material escrito para la ARL en su código: P&P, SG-SST, PESV, plan anual F2.
- Sistema de lámina consistente.
- La escala A a E, legible en un vistazo F1.

Gaps

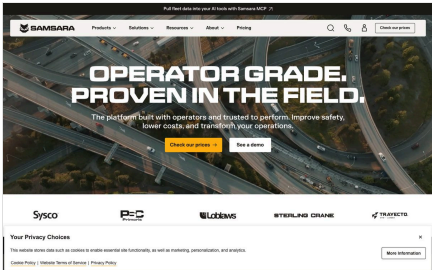
GAP	EVIDENCIA	SEVERIDAD
Ningún sitio explica qué hace CConducir	cconducir.com sirve Greater Than; solo una tarjeta en decoltec.com F12 F13	BLOQUEANTE
Grafía del nombre e ícono sin unificar	tres grafías, al menos dos íconos 3A	ALTA
conducir.co es de otro capacitador vial en Bogotá	F14	ALTA
Claims sin sustento: "única en el mundo", "predice accidentes"	presentación técnica, lámina 1 F2	ALTA
Maqueta antes/después que se lee como resultado	presentación ARL, sin cliente, periodo ni n F1	ALTA
"Datos que salvan vidas", la metáfora de todo el sector	2B	MEDIA
Precio con dos versiones y punto de equilibrio contradictorio	F2 F3	MEDIA
60 a 150 palabras por lámina; imágenes que parecen renders	3A	MEDIA
Sin manifiesto	3A	BAJA

Riesgos de percepción

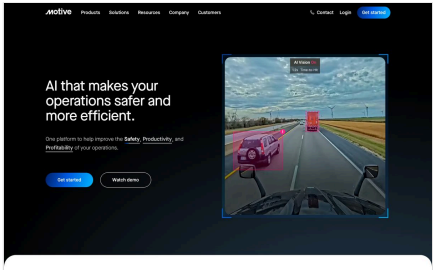
Quien busque la marca concluye que CConducir es Greater Than o una reventa. Una ARL técnica lee la maqueta como resultado y luego pide el caso. El grupo se lee como varias marcas sin relación, que es lo que pasó con Vigía. Y la marca promete predicción sin evidencia publicada 3B.

Lo que hacen bien las mejores del campo.

Revisamos seis marcas de telemática, seguridad vial y seguro por conducta; quedaron tres. Cada una gana en algo distinto: Motive en claridad, Samsara en sistema visual, CMT en prueba.



samsara.com · 2026-10-09



gomotive.com · 2026-10-09



cmtelomatics.com · 2026-10-09

CRITERIO	SAMSARA	MOTIVE	CMT
Qué hace, en 5 segundos	Media. "OPERATOR GRADE. PROVEN IN THE FIELD." es actitud; el producto está en la bajada	Alta. "AI that makes your operations safer and more efficient." con video de cabina al lado	Baja. "Making the world's roads and drivers safer." dice la misión, no qué compras
Prueba	Caso DHL con nombre; "380,000+ accidents prevented" sin método en la portada	Caso Cascade, más de 3,000 vehículos: "+50% CSA score improvement", puntaje del regulador federal de EE. UU.	Estudio con 100,000 conductores, tres meses, cambio de los de mayor riesgo más enganchados y efecto calculado en reclamaciones
Le habla a	La flota	La flota	La aseguradora, que paga
Voz	Propia, de oficio: "Work together. Run better."	Clara, de beneficio, en segunda persona	Institucional, de misión; cae en "Building Technology That Saves Lives"
Sistema visual	Display extendido en mayúsculas, un acento amarillo, fotografía real de operación	Fondo negro, un acento azul solo en el botón, imagen real de cámara	Azul profundo, globo renderizado; el menos distintivo

Fuentes R1, R2, R2a, R3, R3a, R3b, abiertas el 2026-10-09 (detalle en la página de fuentes). Descartadas: Nauto (nauto.com redirige a otra empresa), Root (seguro personal), Lytx (compite en detección por cámara); Zendrive no abrió.

CMT: no por su portada, sino por su prueba.

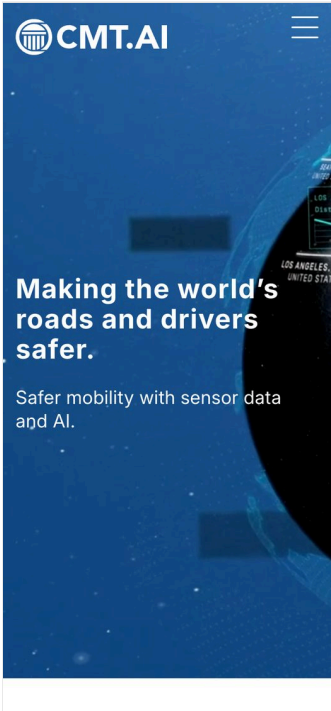
Mismo modelo de negocio. CMT mide cómo maneja la gente y se lo vende al que asegura, que es quien paga. CConducir mide cómo maneja cada conductor y, según lo dicho por Leonardo, la ARL lo paga F15, *declarado*. Samsara y Motive le venden a la flota.

Su prueba es la frase de CConducir, medida. "From month one to month three, the riskiest drivers with the highest engagement improved distracted driving by 20%, hard braking by 9%, and speeding by 27%", sobre 100,000 conductores en programas de seguro por uso en EE. UU.; y lo lleva al lenguaje del que paga: una reducción calculada de 5.5% en reclamaciones por lesiones, analizando 1,500 reclamaciones R3a.

El pagador respalda la marca. TPG y Allianz X lideran una inversión de USD 350 millones, con State Farm, anunciada el 24 de marzo de 2026 R3b. La versión alcanzable para CConducir: una ARL con nombre que diga por escrito que financia el piloto.

No compete en detección. El campo está lleno de cámaras y alertas; CMT compete en evidencia de cambio de conducta, el único hueco que encontró el audit 2A · 2B.

Lo que no se copia: el titular de misión y "Building Technology That Saves Lives", que son la metáfora del sector; el globo renderizado; una portada que no dice qué compras. Ahí CConducir tiene que ganarle a su referente con la claridad de Motive.



cmtelematics.com · móvil 390x844
· 2026-10-09

Contraste punto por punto

PUNTO	CMT	CCONDUCIR HOY	DISTANCIA
Sitio propio	Plataforma, estudios, noticias y contacto	No tiene: cconducir.com muestra a Greater Than; solo una tarjeta en decoltec.com	TOTAL
Prueba de cambio	n, periodo y efecto en reclamaciones	Maqueta sin cliente, n ni periodo	TOTAL
Métrica de misión	"how many crashes we prevent"	"Medimos cuántas logramos cambiar"	NINGUNA EN LA IDEA
Respaldo del pagador	Allianz, State Farm	Logo de SURA sin aceptación declarada	ALTA
Propiedad de la tecnología	Plataforma propia (DriveWell)	"IA única en el mundo" mientras su dominio muestra a Greater Than	ALTA
Nombre	Uno	Tres gráficas	ALTA
Voz	Misión más lenguaje de asegurador	Antítesis propia y lenguaje de SST	BAJA

Cinco condiciones antes de la primera campaña.

Lo que separa a CConducir de su referente no es la voz ni la idea, que ya son tuyas. Es que no tiene dónde decírlas ni con qué probarlas.

- **Un titular que diga qué hace y para quién**, con la claridad de Motive: medir a cada conductor, intervenir a los de mayor riesgo y mostrar quién cambió.
- **Dos puertas**: una para la ARL, que paga, en su código; otra para la empresa con flota, que decide y usa, con lo que gana aunque no pague.
- **Una sección de evidencia con la estructura del estudio de CMT** (n, periodo, conductores de mayor riesgo, cambio en porcentaje), rotulada "piloto en curso" hasta tener el primer caso real. Nunca la maqueta como resultado.
- **Una sola grafía de CConducir, un solo ícono y un dominio propio** (el nombre no cambia) que muestre la marca, con la relación con Greater Than y Geotab declarada.
- **Fotografía real** de conductores y vehículos de los clientes del grupo, no renders, como hace Samsara.

La propuesta de valor que el sitio tendría que decir

Tu ARL sabe cuántos conductores capacitó. CConducir le muestra cuántos cambiaron.

Candidata, validada con condiciones en el Paso 6A.1. A la empresa con flota hay que decirle qué gana ella aunque no pague; candidata sin validar: "Sabes cuáles de tus conductores necesitan intervención y ves si cambiaron." Lo que no promete: no reduce accidentes ni primas por sí misma, no predice el accidente de un conductor, no reemplaza el PESV ni el SG-SST y no trae resultados publicados todavía.

DECISIÓN QUE TE PEDIMOS

¿Cuál es el sitio de CConducir y qué va a decir? ¿conducir.co es del grupo? ¿Qué relación tiene CConducir con Greater Than y con Geotab? Sin esas tres respuestas no se escribe una sola página. El nombre CConducir no está en discusión: solo se unifica cómo se escribe.

Mercado, competencia, comprador y riesgos.

20,743 sociedades de transporte por carretera y mensajería activas; 6,455 en Bogotá F4 derivado	COP 8.2 billones en primas de riesgos laborales en 2025 F16	6.48 muertes laborales por 100,000 trabajadores en transporte y almacenamiento, 2025 F6	10 vehículos: por encima, el PESV es obligatorio F7
--	---	--	---

Mercado. El comprador con presupuesto no es la flota sino la ARL, obligada a gastar en prevención un piso del orden de COP 1.16 billones al año en todo el sistema derivado: $F8 \times F16$. Es el mínimo legal de toda la prevención, no solo vial, ni lo que gasta cada ARL.

Competencia. El campo está lleno en detección y vacío en evidencia de cambio por conductor. Renting Colombia, con Rutas de Vida, es el más cercano: telemetría de más de 20,000 vehículos y 34% menos siniestralidad en 13 organizaciones, autoinforme F206. Greater Than, cuyo sitio sirve hoy cconducir.com, vende el score de probabilidad de choque F201 F202. El enemigo que nadie nombra: capacitar a ciegas 2B.

Comprador. La ARL paga con recursos de prevención (supuesto F15); la empresa con flota decide si entra y usa, y es a ella a quien hay que convencer. Los primeros: clientes de Canal Group con flota que ya usan cámaras, alcoholímetros, GPS o CFirma F3. Comité inferido: prevención y grandes cuentas en la ARL; líder PESV y gerente de operaciones en la flota; corredor de seguros como influenciador.

Fuerzas y riesgos. Frágil. Fortalezas: conexión con todas las ARL, declarada F15; productos del grupo con clientes que pueden arrastrar pilotos F3. Debilidades: sin sitio, sin caso real, propiedad del modelo sin aclarar, precio dual. Riesgo legal a revisar con abogado: si Nova intermedia la ARL de una empresa, el parágrafo 5 del artículo 11 de la Ley 1562 de 2012 no le permite recibir de esa ARL remuneración adicional por servicios preventivos ante el mismo empleador F8.

Lo que estamos apostando

Supuesto · La ARL paga. Se confirma cuando una ARL con nombre deja por escrito que financia el piloto y nombra un responsable.
H1 · El problema es de comunicación. Con el sitio publicado, se ofrece el piloto a 10 empresas con flota clientes de Canal Group. Se sostiene si 3 o más aceptan en 45 días; se falsea si aceptan 1 o ninguna, o si la mayoría da otro motivo.
H2 · El cambio se puede medir. Piloto con línea base de 30 días y al menos 100 conductores; se sostiene si al menos el 30% de los intervenidos en D o E baja un nivel en 90 días.
H3 · La empresa le ve valor propio. Al cierre de cada piloto, propuesta de continuidad a la empresa como si la ARL no pagara; se sostiene si al menos 1 de cada 3 acepta o contrapropone por escrito.

Las decisiones que te pedimos, Leonardo y Julián.

- **Bloqueante.** ¿Cuál es el sitio de CConducir y qué va a decir? ¿conducir.co es del grupo?
- **Bloqueante.** ¿Qué relación tiene CConducir con Greater Than y con Geotab?
- Línea base de H1: ¿a cuántas empresas se les ha ofrecido el piloto con la ARL pagando, cuántas avanzaron y qué dijeron las que no? ¿Qué ARL confirmó que paga, y quién?
- Primeros pilotos: lista de clientes de Canal Group con flota que hoy usan cámaras, alcoholímetros, GPS o CFirma.
- ¿Qué incluye el precio de USD 9 y cuándo se entrega gratis o al 50%?
- ¿Nova intermedia la ARL de las empresas que entrarían al piloto? Si sí, concepto legal antes de ofrecer.
- Retirar "única en el mundo" y "predice accidentes" hasta tener evidencia; rotular la lámina antes/después como ejemplo.

Siguiente: la sesión de comité de 90 minutos con Nicolás Calderón. El audit completo, con video y trazabilidad, está en el hub de CConducir.

Fuentes

ID	FUENTE	FECHA
F1, F2	Presentaciones "ARL" y técnica de Leonardo Herrera (declarado por el cliente)	recibidas 2026-10-09
F3	Reunión del 2026-10-08, transcripción y relato	2026-10-08
F4	RUES, perímetro canónico, carga 2026-07-23, consulta propia	2026-10-09
F6	ccs.org.co/observatorio/assets/boletin_fasecolda/6997727873dbe.pdf	consultado 2026-10-09
F7	Decreto Ley 2106 de 2019, art. 110 · funcionpublica.gov.co (norma 103352)	2026-10-09
F8	Ley 1562 de 2012, art. 11 · funcionpublica.gov.co (norma 48365)	2026-10-09
F12	cconducir.com (sirve el sitio de Greater Than)	2026-10-09
F13	decoltec.com (tarjeta C-CONDUCIR)	2026-10-09
F14	conducir.co (Conducir Colombia)	2026-10-09
F15	Decisión de Nicolás sobre lo dicho por Leonardo Herrera (declarado, no verificado por terceros)	2026-10-09
F16	fasecolda.com/wp-content/uploads/COMUNICADO-2026-CIFRAS-FINAL.pdf	2026-02-23
F201, F202	marketplace.geotab.com/solutions/crash-probability-score · greaterthan.eu	sin fecha
F206	noticias.autocosmos.com.co, Renting Colombia reduce 34% los siniestros viales	2026-09-29
R1	samsara.com	2026-10-09
R2, R2a	gomotive.com · gomotive.com/customers/cascade-environmental	2026-10-09
R3, R3a	cmtelematics.com · cmtelematics.com/study-ubi-user-engagement-impact	2026-10-09
R3b	cmtelematics.com/news, inversión de TPG y Allianz (fecha 2026-03-24)	2026-10-09
2A, 2B, 3A, 3B	Workers del Core sobre el campo competitivo, clichés y marca (audit/)	2026-10-09