

**CASO DE ESTUDIO: UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

**Análisis del CAME**

**DEBILIDADES - OPORTUNIDADES**

DEBILIDADES		OPORTUNIDADES		COD	ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS	
D1	Alta dependencia de vehículos importados (vulnerable al tipo de cambio).	A1	Crecimiento de canales digitales y redes sociales para mejorar experiencia de compra	EA1	D3 O1	Digitalizar y automatizar procesos administrativos y comerciales integrando CRM, ventas online y atención digital.
D2	Limitada oferta de vehículos eléctricos o híbridos.	A2	Normas de Indecopi (garantía, postventa) que aumentan confianza del cliente	EA2	D11 O10	Implementar IA para personalizar ofertas, recomendar modelos y automatizar propuestas comerciales.
D3	Procesos administrativos poco automatizados.	A3	Creciente demanda del consumidor por conectividad vehicular y control de vehículo vía aplicaciones móviles	EA3	D2 O5	Expandir portafolio eco mediante alianzas estratégicas y uso del FONCOER para ingresar al mercado eléctrico.
D4	Falta de diversificación en líneas de negocio.	A4	Altas inversiones requeridas en infraestructura como barrera de entrada para nuevos competidores	EA4	D1 O9	Integrarse a redes de concesionarios para compras conjuntas, economías de escala y reducción del riesgo cambiario.
D5	Escasa presencia en regiones fuera de Lima.	A5	Creación del Fondo de Promoción de Electromovilidad (FONCOER) y financiamiento verde	EA5	D8 O6	Establecer convenios con financieras/fintech para ofrecer créditos accesibles a jóvenes (autos compactos, motos).
D6	Dependencia de proveedores extranjeros.	A6	Mayor interés del público joven en movilidad personal (motos, autos)	EA6	D5 O8	Expandirse a regiones estratégicas con showrooms móviles y alianzas locales para captar demanda creciente.
D7	Baja inversión en innovación tecnológica.	A7	Mayor conciencia ambiental entre segmentos ABC que impulsa preferencia por vehículos híbridos y eléctricos	EA7	D7 O3	Invertir en soluciones de conectividad y servicios digitales asociados a vehículos conectados.
D8	Falta de alianzas financieras para crédito vehicular.	A8	Mayor demanda por vehículos utilitarios (SUV y camionetas) por seguridad y versatilidad	EA8	D10 O4	Ingresar al mercado corporativo/estatal aprovechando que los altos requisitos excluyen a nuevos competidores.
D9	Ausencia de un sistema robusto de evaluación del desempeño.	A9	Tendencia de concentración y consolidación entre grupos concesionarios que facilita alianzas estratégicas	EA9	D9 – O1	Implementar un sistema de evaluación de desempeño integrado al CRM, con métricas de productividad en tiempo real.
D10	Baja participación en licitaciones del sector público o corporativo.	A10	Disponibilidad en mercado de herramientas de IA para el sector automotriz	EA10	D4 – O4	Diversificar el negocio hacia flotas corporativas y renting empresarial, aprovechando que las barreras de entrada dejan fuera a nuevos competidores.
D11	Poca innovación en estrategias de ventas personalizadas			EA11		
				EA12		
				EA13		