

MATRIZ DE ANÁLISIS PESTEL

CATEGORÍA	Factor Externo Relevantes	Afecta	Infuye	Criterios de inclusión de las variables clave		
		Amenaza	Oportunidad	Cumplimiento de la Misión Institucional.	Cumplimiento de la Visión Institucional.	Total
				Cumplimiento Misión	Cumplimiento Visión	
Listado de factores externos relevantes para el estudio :						
POLÍTICO						
	Cambios frecuentes en políticas tributarias laborales que elevan costos operacionales	X		4	3	7
	Regulaciones de SUNAT y aduanas que impactan la importación de vehículos	X		4	2	6
	Tratados de Libre Comercio (TLC) con países asiáticos (China, Japón) y EE.UU. vigentes		X	3	4	7
	Políticas de inversión pública en infraestructura vial en la región sur		X	2	3	5
	Disponibilidad de incentivos fiscales para adquisición de flotas corporativas y gubernamentales		X	3	3	6
	Reducción de aranceles estatales para importación de vehículos ecológicos (eléctricos e híbridos)		X	3	4	7
ECONÓMICO						0
	Recuperación gradual de la economía tras desaceleración con inflación bajo control		X	3	3	6
	Aumento de oferta de créditos vehiculares y leasing por banca comercial y fintech		X	4	4	8
	Expansión de la clase media con mayor acceso a crédito automotriz		X	3	3	6
	Tasas de interés (TEA) elevadas que limitan el acceso al crédito vehicular	X		2	3	5
	Volatilidad del tipo de cambio que encarece la importación de vehículos	X		5	3	8
	Precio internacional del petróleo bajo que reduce costo de combustible y favorece demanda de autos	X		2	2	4
SOCIAL						0
	Mayor interés del público joven en movilidad personal (motos, autos)		X	4	4	8
	Mayor conciencia ambiental entre segmentos ABC que impulsa preferencia por vehículos híbridos y eléctricos		X	3	4	7
	Cambios en hábitos de movilidad (preferencia autos particulares vs transporte público)	X		2	3	5
	Influencia de redes sociales en la percepción y decisión de compra de marcas automotrices		X	3	4	7
	Bajo índice de motorización per cápita en regiones sur (Arequipa, Puno, Cusco) versus Lima		X	2	3	5
	Incremento de conductores jóvenes con demanda de autos tecnológicos y conectados		X	3	3	6
	Mayor demanda por vehículos utilitarios (SUV y camionetas) por seguridad y versatilidad		X	4	4	8
	Reducción del poder adquisitivo en sectores populares que limita ventas	X		2	2	4
TECNOLÓGICO						0
	Rápida transición global hacia vehículos eléctricos y sistemas de motos eléctricas		X	4	4	8
	Ausencia de infraestructura de carga pública para vehículos eléctricos en Perú (Lima: 80%, interior: 20%)	X		3	3	6
	Crecimiento de canales digitales y redes sociales para mejorar experiencia de compra		X	5	5	10
	Disponibilidad en mercado de herramientas de IA, para el sector automotriz		X	4	4	8
	Creciente demanda del consumidor por conectividad vehicular y control de vehículo vía aplicaciones móviles		X	4	5	9
	Riesgos de ciberseguridad y ataques a sistemas de información empresarial	X		2	2	4
ECOLÓGICO-AMBIENTAL						0
	Regulaciones ambientales más estrictas sobre emisiones vehiculares (ej. Euro VI+)	X		3	3	6
	Influencia de ONG ambientales en decisiones de compra de segmentos ABC hacia vehículos ecológicos		X	2	4	6
	Mayor demanda social por productos sostenibles y de bajo impacto ambiental		X	3	4	7
	Creación del Fondo de Promoción de Electromovilidad (FONCOER) y financiamiento verde		X	4	4	8
	Normativas de calidad del aire en grandes ciudades (Arequipa, Cusco)		X	2	3	5
	Programas de reciclaje y disposición responsable de autopartes y aceites		X	2	3	5
LEGAL						0
	Cambios frecuentes en legislación laboral y tributaria (AFP, EPS) que incrementan costos operacionales	X		4	3	7
	Normativas del MTC que obligan incorporación de tecnologías de seguridad (ABS, airbag, control estabilidad)	X		3	4	7
	Normas de Indecopi (garantía, postventa) que aumentan confianza del cliente		X	5	5	10
	Reglamentación sobre antigüedad máxima de vehículos importados (usados)		X	2	3	5
	Requisitos de homologación vehicular en Aduanas que implican certificaciones técnicas y trámites complejos	X		3	3	6
	Ubicación de cumplimiento de estándares internacionales de emisiones y seguridad en importación	X		3	3	6
MICROENTORNO (5 FUERZAS DE PORTER)						0
	Tendencia de concentración y consolidación entre grupos concesionarios que facilita alianzas estratégicas		X	4	4	8
	Ingreso de fabricantes globales (Toyota, Honda, Nissan) que abren canales directos de distribución eliminando intermediarios	X		3	4	7
	Clients con alta capacidad de comparar precios, modelos y financiamiento online	X		4	4	8
	Dependencia de importadores asiáticos matriz (Hyundai, Ford) que concentran poder de negociación	X		2	2	4
	Gran inversión requerida en infraestructura como barrera de entrada para nuevos competidores		X	4	5	9
	Necesidad de alianzas con marcas internacionales como barrera de entrada		X	4	4	8
	Alta demanda de garantías y servicio postventa de calidad (Poder del cliente)		X	4	4	8
	Disponibilidad de vehículos de segunda mano (usados) como producto sustituto	X		3	2	5
	Disponibilidad de movilidad alternativa (motos, vehículos de segunda) como sustituto	X		2	3	5