

## CASO DE ESTUDIO: DIRECTV

### MATRIZ DE ANALISIS PESTEL

Listado de factores externos relevantes para el estudio :	Amenaza	Oportunidad	Criterios de inclusión de las variables clave		
			Cumplimiento de la Misión Institucional.	Cumplimiento de la Visión Institucional.	Total
<b>POLÍTICO</b>					
Políticas de promoción telecomunicaciones en zonas rurales por MTC		x	5	5	10
Políticas de descentralización: Gobiernos Regionales con presupuesto telecomunicaciones		x	5	5	10
Regulación MTC sobre dealers autorizados: requisitos técnicos y financieros	x		4	4	8
Estabilidad política relativa en regiones sur (vs inestabilidad Lima)		x	4	4	8
Políticas tributarias MYPE: Régimen MYPE Tributario desde 2024		x	4	3	7
<b>ECONÓMICO</b>					
Modelo de negocio prepago: reduce barreras de entrada para clientes con ingresos variables o sin historial crediticio, ampliando mercado potencial		x	5	5	10
Aumento ingresos disponibles en zonas urbanas sur (clase media emergente)		x	5	5	10
Inflación acumulada 2022-2024: presión sobre poder adquisitivo	x		4	3	7
Tipo de cambio volátil (equipos importados en USD)	x		4	3	7
Acceso a crédito de consumo: bancos y financieras facilitan compra		x	4	4	8
Costos logísticos elevados por dispersión geográfica: 13 agencias en 7 departamentos andinos con infraestructura vial deficiente y alto costo de combustible	x		4	3	7
Empleo formal creciente en regiones: mayor estabilidad ingresos		x	4	4	8
<b>SOCIAL</b>					
Migración rural-urbana en regiones andinas: urbanización acelerada		x	5	5	10
Valoración alta de entretenimiento familiar en cultura andina		x	5	5	10
Rotación crítica en área comercial (3.5% mensual) - CRÍTICO	x		5	5	10
Preferencia creciente por contenido deportivo (Liga 1, Champions, Copa América)		x	5	5	10
Confianza en marcas internacionales (DIRECTV) vs locales		x	5	5	10
Brecha digital en zonas rurales: requiere mayor esfuerzo en capacitación de clientes para uso de servicios digitales (DGO, portales, apps)	x		3	3	6
Penetración hogares con electricidad en zonas rurales: <85%	x		4	4	8
Festividades regionales (Candelaria, Inti Raymi, etc) impulsan ventas estacionales		x	4	4	8
<b>TECNOLÓGICO</b>					
Expansión fibra óptica: Arequipa y Cusco con cobertura creciente		x	5	5	10
Expansión fibra óptica por competidores (Movistar, Claro): presión sobre TV satelital	x		4	4	8
Penetración smartphones: 75%+ en zonas urbanas sur		x	4	4	8
Desarrollo tecnología satelital de nueva generación (4K, DVR)		x	5	5	10
Disponibilidad de soluciones CRM/BI accesibles: oportunidad para integrar los 6 sistemas actuales fragmentados y mejorar toma de decisiones basada en datos		x	5	5	10
Sistemas geolocalización para equipos de campo disponibles		x	4	4	8
Marketing digital y redes sociales: bajo costo, alto alcance		x	5	5	10
Obsolescencia equipos satelitales: ciclo 5-7 años	x		3	3	6
<b>ECOLÓGICO - AMBIENTAL</b>					
Condiciones climáticas extremas en zonas andinas (granizo, heladas, rayos)	x		4	4	8
Acceso limitado a energía eléctrica estable en zonas rurales remotas	x		5	4	9
Gestión residuos electrónicos: equipos obsoletos y dañados	x		3	3	6
Desastres naturales en regiones (huaycos, sismos, inundaciones)	x		4	3	7
Iniciativas RSE ambientales: ventaja reputacional		x	3	4	7
Eficiencia energética equipos satelitales de nueva generación		x	3	3	6

### Misión

"Ofrecer a nuestros clientes soluciones de comunicación integral en el mercado local y nacional, además de soluciones de negocio modernas y altamente competitivas, cubriendo las necesidades de los territorios asignados, brindando un servicio diferenciado con altos estándares de calidad de televisión de paga por satélite".

### Visión

"Brindar soluciones y servicios de manera eficaz y eficiente a nuestros clientes, garantizando un crecimiento rentable y sostenible, liderar y expandir los territorios asignados, generando valor a nuestro público de interés".

<b>LEGAL</b>					
Ley Protección Datos Personales (Nº 29733): exigencias cumplimiento	x		5	4	9
Código Protección al Consumidor: derecho a retracto y devolución	x		5	5	10
Normativa MTC telecomunicaciones: actualización constante	x		5	4	9
Legislación laboral: D.L. N° 728 y derechos trabajadores	x		5	4	9
Contratos electrónicos y firma digital: facilitación ventas		x	5	5	10
Regulación publicidad y marketing: restricciones sobre promociones	x		4	4	8
<b>MICROENTORNO (5 FUERZAS DE PORTER)</b>					
PODER PROVEEDORES: DIRECTV controla comisiones, validaciones y condiciones contractuales	x		5	4	9
PODER PROVEEDORES: Contenido exclusivo (Liga 1, Champions, deportes) solo disponible en DIRECTV		x	5	5	10
PODER PROVEEDORES: Dependencia económica del 100% del convenio con DIRECTV LLC - CRÍTICO	x		5	5	10
PODER PROVEEDORES: Proveedores logística y equipos con múltiples opciones		x	3	3	6
PODER CLIENTES: Comparación fácil de precios y promociones entre operadores	x		5	4	9
PODER CLIENTES: Facilidad para cambiar de proveedor (portabilidad)	x		5	4	9
PODER CLIENTES: Valoración alta de instalación técnica, soporte y facilidades de pago		x	5	5	10
PODER CLIENTES: Sistema EPA (Evaluación Post Atención) permite medir satisfacción		x	4	5	9
AMENAZA ENTRANTES: Barreras ALTAS en TV satelital (inversión, conocimiento técnico)		x	4	4	8
AMENAZA ENTRANTES: Barreras BAJAS en OTT y TV por IP	x		5	5	10
AMENAZA ENTRANTES: Starlink y operadores satelitales nuevos	x		4	4	8
SUSTITUTOS: OTT (Netflix, Disney+, Prime, HBO Max, Paramount+)	x		5	5	10
SUSTITUTOS: TV por IP de telcos (Movistar TV, Claro TV)	x		5	4	9
SUSTITUTOS: Plataformas AVOD/SVOD gratuitas o freemium	x		4	4	8
SUSTITUTOS: Internet satelital (Starlink) facilita acceso a streaming	x		5	4	9
RIVALIDAD: Competencia intensa en campo (agentes DIRECTV, retail telcos, dealers locales)	x		5	4	9
RIVALIDAD: Campañas puerta a puerta y presencia en ferias efectiva para TD		x	4	4	8
RIVALIDAD: Competencia directa con Movistar, Claro, Bitel en servicios convergentes	x		5	4	9