

CASO DE ESTUDIO: DirecTV
Análisis del CAME
FORTALEZAS - OPORTUNIDADES - (OFENSIVAS)

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES		COD		ESTRATEGIAS
F1	Know-how técnico diferenciador en instalaciones a más de 4000 msnm	O1	Contenido exclusivo DIRECTV (Liga 1, Champions, deportes) diferencia vs competidores	E1-FO	F1+O2	Organizar eventos de viewing parties en agencias principales para partidos importantes (Liga 1, Eliminatorias), ofreciendo promociones de instalación el mismo día
F2	Personal técnico especializado con estabilidad >3 años y rotación <1%	O2	Preferencia creciente por contenido deportivo en mercado sur peruano	E2-FO	F3+O4	Abrir 2 nuevas agencias en capitales de provincia cercanas aprovechando migración rural-urbana y red existente
F3	Red de 13 agencias propias distribuidas estratégicamente en 7 departamentos	O3	Modelo prepago amplía mercado sin barreras crediticias ni contratos	E3-FO	F2+O8	Ofrecer servicio técnico especializado post-venta (mantenimiento preventivo anual) para instalaciones >3,800 msnm, creando ingreso recurrente
F4	Logística de última milla efectiva en zonas rurales y urbanas extremas	O4	Migración rural-urbana en regiones andinas expande mercado objetivo	E4-FO	F4+O3	Implementar stand de ventas en mercados mayoristas y ferias distritales usando modelo prepago sin garantías bancarias
F5	Liderazgo sólido y trayectoria (14 años de operación)	O5	Políticas MTC de promoción telecomunicaciones en zonas rurales	E5-FO	F5+O5	Participar en licitaciones MTC para instalaciones masivas en programas de conectividad rural usando experiencia en el liderazgo
F6	Expansión territorial controlada (75% crecimiento calculado 2021-2022)	O6	Expansión DFibra propia (Arequipa/Cusco) reduce dependencia satelital	E6-FO	F8+O7	Crear página de Facebook/Instagram con contenido deportivo diario y botón de WhatsApp Business para ventas directas
F7	14 años de operación continua con solvencia financiera demostrada	O7	Marketing digital y redes sociales: bajo costo, alto alcance	E7-FO	F6+O9	Expandir cobertura en distritos periféricos de Arequipa y Cusco donde clase media emergente busca TV satelital accesible
F8	Estrategia comercial multicanal: PULL y PUSH	O8	Valoración alta de instalación técnica especializada (altura >3,800 msnm)	E8-FO	F10+O10	Exportar reportes de gestión actuales (PCL, EPA) a Excel automatizado básico para análisis semanal de desempeño por agencia
F9	Rotación mínima <0.5% en área administrativa y <1% en operaciones	O9	Aumento ingresos disponibles en clase media emergente del sur	E9-FO	F7+O6	Ofrecer descuento corporativo a empresas mineras/agrícolas que contraten 10+ instalaciones, reduciendo dependencia
F10	Sistema de gestión por indicadores: PCL 94%, EPA, Show Time, SIM30	O10	Disponibilidad CRM/BI para integrar 6 sistemas fragmentados actuales	E10-FO	F9+O1	Capacitar equipo comercial en argumentación técnica sobre ventajas del contenido deportivo exclusivo DIRECTV vs streaming