

CASO DE ESTUDIO: DIRECTV
MATRIZ DE ANALISIS PESTEL

Listado de factores externos relevantes para el estudio :	Afecta	Influye	Criterios de inclusión de las variables clave			
	Amenaza	Oportunidad	Cumplimiento de la Misión Institucional.	Cumplimiento de la Visión Institucional.	Total	
POLITICO						
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	
ECONÓMICO						
Modelo de negocio prepago: reduce barreras de entrada para clientes con ingresos variables o sin historial crediticio, ampliando mercado potencial		X	5	5	10	O3
Aumento ingresos disponibles en zonas urbanas sur (clase media emergente)		X	5	5	10	O9
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	
SOCIAL						
Migración rural-urbana en regiones andinas: urbanización acelerada		x	5	5	10	O4
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	A2
Preferencia creciente por contenido deportivo (Liga 1, Champions, Copa América)		x	5	5	10	O2
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	
TECNOLÓGICO						
Expansión fibra óptica: Arequipa y Cusco con cobertura creciente		x	5	5	10	O6
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	O10
Sistemas geolocalización para equipos de campo disponibles		x	4	4	8	
Marketing digital y redes sociales: bajo costo, alto alcance		x	5	5	10	O7
Obsolescencia equipos satelitales: ciclo 5-7 años	x		3	3	6	
ECOLÓGICO - AMBIENTAL						
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	A9
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".

LEGAL						
Ley Protección Datos Personales (N° 29733): exigencias cumplimiento	x		5	4	9	
Código Protección al Consumidor: derecho a retracto y devolución	x		5	5	10	A5
Normativa MTC telecomunicaciones: actualización constante	x		5	4	9	O5
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	
MICROENTORNO (5 FUERZAS DE PORTER)						
PODER PROVEEDORES: DIRECTV controla comisiones, validaciones y condiciones contractuales	x		5	4	9	A7
PODER PROVEEDORES: Contenido exclusivo (Liga 1, Champions, deportes) solo disponible en DIRECTV		x	5	5	10	O1
PODER PROVEEDORES: Dependencia económica del 100% del convenio con DIRECTV LLC - CRÍTICO	x		5	5	10	A1
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	A10
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	O8
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	A4
AMENAZA ENTRANTES: Starlink y operadores satelitales nuevos	x		4	4	8	
SUSTITUTOS: OTT (Netflix, Disney+, Prime, HBO Max, Paramount+)	x		5	5	10	A3
SUSTITUTOS: TV por IP de telcos (Movistar TV, Claro TV)	x		5	4	9	A6
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	A8