



**Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE**  
**Unidad de Educación a Distancia**

**CARRERA:**

Educación Básica Modalidad en Línea

**ASIGNATURA:**

Emprendimiento e Innovación

**TEMA:**

Lienzo de Canvas

**Docente/Tutor:** PAZMIÑO LINZAN, JHONY FABIAN

**NRC:** 6886

**SEMESTRE**

Tercer Nivel

**INTEGRANTES:**

- Alejandra Stefania Alarcón López
- Brithany Fernanda Catota Andrade
- Sol Angela Lagos Melo
- Patricia Lizeth Pérez Flores
- Yessenia Estefanía Semblantes Sánchez
- Hugo Rolando Yupangui Chacón
- Aracely Beatriz Torres Villacrez

1. Primer cuadro de D.O.F.A.

| Análisis D.A.F.O.       |   |   |                                      |   |
|-------------------------|---|---|--------------------------------------|---|
|                         |   | Pueden generar PROBLEMAS                          | Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS |   |
| INTERNAS                | D | Debilidades                                       | F                                    | Fortalezas  |
|                         | 1 | Falta de motivación al personal                   | 1                                    | Aumento de la calidad en los productos                        |
|                         | 2 | Problemas financieros                             | 2                                    | Confianza en el producto                                      |
|                         | 3 | Salarios desiguales                               | 3                                    | Basto conocimiento de los clientes                            |
|                         | 4 | No contar con una página web                      | 4                                    | Materia prima que no afecta al medio ambiente                 |
|                         | 5 | Mas confianza en mano de obra de extranjera.      | 5                                    | Campañas de marketing competentes                             |
|                         |   |   |                                      |   |
| Procedentes del ENTORNO | A | Amenazas  | O                                    | Oportunidades   |
|                         | 1 | Bastante competencia                              | 1                                    | Diversidad de productos                                       |
|                         | 2 | Materia prima (productos orgánicos) caros         | 2                                    | Mayor cantidad de población interesada que va en escala       |
|                         | 3 | Nuevos competidores entran al mercado             | 3                                    | Fácil distribución sin necesidad de un espacio físico         |
|                         | 4 | Las personas confían más en productos extranjeros | 4                                    | Ser diferente con respecto a otros productos de belleza       |
|                         | 5 | Aumento de la inestabilidad económica del país    | 5                                    | Aprovechar el uso de tecnologías para promocionar el producto |
|                         |   |   |                                      |   |

2. Segundo cuadro de D.O.F.A

# DAFO

## Oportunidades

Diversidad de productos  
Mayor cantidad de población interesada que va en escala  
Fácil distribución sin necesidad de un espacio físico  
Ser diferente con respecto a otros productos de belleza  
Aprovechar el uso de tecnologías para promocionar el producto

## Amenazas

Bastante competencia  
Materia prima (productos orgánicos) caros  
  
Nuevos competidores entran al mercado  
Las personas confían más en productos extranjeros  
Aumento de la inestabilidad económica del país

## Fortalezas

Aumento de la calidad en los productos

Confianza en el producto

Basto conocimiento de los clientes

Materia prima que no afecta al medio ambiente

Campañas de marketing competentes

## Estrategias OFENSIVAS

**Mostrar el manejo de la sustentabilidad**  
1

**Reflejar conocimiento sobre los gustos del cliente**  
2

**Mostrar la durabilidad en el producto**  
3

**Lograr fidelidad entre las consultoras**  
4

**Estar más cerca de los clientes**  
5

## Estrategias DEFENSIVAS

**Campañas de los beneficios y estética.**  
1

**Publicación de precios con publicaciones atractivas.**  
2

**Diseños para que el cliente sepa la calidad y actualización.**  
3

**Reducción del precio en comparación con las empresas competidoras.**  
4

**Personal capacitado en exhibición de nuestro producto en eventos.**  
5

## Debilidades

Falta de motivación al personal

## Estrategias REORIENTACIÓN

**Volver a dirigirse a los clientes existentes**  
1

## Estrategias SUPERVIVENCIA

**Motivar al personal**  
1

|  |   |  |   |  |
|--|---|--|---|--|
| Problemas financieros                        | 2 | Realizar promociones realizar promociones  | 2 | Limitado comercio por productos de competencia |
| Salarios desiguales                          | 3 | Generalizar alianzas con otras empresas.   | 3 | Fondo monetario para emergencias               |
| No contar con una página web                 | 4 | Capacitar en el buen servicio al cliente.  | 4 | Productos innovadores                          |
| Mas confianza en mano de obra de extranjera. | 5 | Exponer el producto en las redes sociales. | 5 | Estudio de la competencia                      |

### 3. Tercer cuadro de D.O.F.A.

#### Análisis de la SITUACIÓN INTERNA

|   | FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO         | POSICIÓN | % Importancia para ÉXITO | VALORACIÓN |
|---|---|----------|--------------------------|------------|
| <b>F</b><br><b>FORTALEZAS</b><br>pon los factores críticos  | 1 Productos con beneficio               | MF       | 10%                      |            |
|   | 2 Conocimiento del producto             | F        | 7%                       |            |
|   | 3 Personal capacitado                   | MF       | 10%                      |            |
|   | 4 Precios cómodos                       | F        | 7%                       |            |
|   | 5 Promociones                           | M        | 3%                       |            |
| <b>D</b><br><b>DEBILIDADES</b><br>pon los factores críticos | 1 Mucha competencia                     | MD       | 10%                      |            |
|   | 2 Problemas financieros                 | D        | 7%                       |            |
|   | 3 Falta de promoción por internet       | D        | 7%                       |            |
|   | 4 Devaluación por productos extranjeros | MD       | 10%                      |            |
|   | 5 Diseño de producto                    | M        | 3%                       |            |

#### Análisis de la SITUACIÓN EXTERNA

|   | FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO         | VALOR | % Importancia para ÉXITO | VALORACIÓN |
|---|---|-------|--------------------------|------------|
| <b>O</b><br><b>OPORTUNIDADES</b><br>pon los factores críticos | 1 Producto rentable= MF                 | D     | 3%                       |            |
|   | 2 Sin necesidad de espacio físico=F     | F     | 7%                       |            |
|   | 3 Calidad de producto=MF                | MF    | 10%                      |            |
|   | 4 Moda de belleza=MF                    | MF    | 10%                      |            |
|   | 5 Variedad de estilos=MF                | MF    | 10%                      |            |
| <b>A</b><br><b>AMENAZAS</b><br>pon los factores críticos      | 1 Desconfianza=                         | F     | 8%                       |            |
|   | 2 Materia prima costosa=F               | F     | 8%                       |            |
|   | 3 Productos defectuosos=M               | M     | 5%                       |            |
|   | 4 Bajo conocimiento=M                   | M     | 5%                       |            |
|   | 5 Carencia de promoción del servicio=MF | MF    | 10%                      |            |

#### 4. Gráfico de D.O.F.A.

##### Posición Estratégica Actual - FODA

POSICIÓN FUERTE  
factores EXTERNOS  
y DÉBIL INTERNOS

POSICIÓN MUY FUERTE  
en factores INTERNOS  
y EXTERNOS

POSICIÓN MUY DÉBIL  
en factores EXTERNOS  
y INTERNOS

POSICIÓN FUERTE  
factores INTERNOS  
y DÉBIL EXTERNOS

