



**CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN DE NEGOCIO
CANVAS PARA LA FÁBRICA DE MUEBLES PAUL BUSTOS
UBICADA EN TONSUPA.**

RAUL ISAÍAS BUSTOS CIFUENTES

Director

Msc. José Ortiz Pazmiño

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2025

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con el corazón a la fábrica de muebles Paúl Bustos de Tonsupa, proyecto de vida que con esfuerzo y entrega he construido día tras día.

A mis colaboradores más cercanos – artesanos, trabajadores, ayudantes – gracias por creer en esta visión, por cada madera tallada con esmero, por cada detalle al que le han dado el alma. Sin su dedicación y confianza, esta mejora administrativa no habría sido posible.

Y especialmente a mí mismo, por no rendirme ante los retos, por aprender de los errores, por mantener viva la ilusión de llevar a Paul Bustos a nuevas alturas. Que con este modelo de gestión Canvas no solo sea una herramienta de orden, sino el reflejo de mis valores, mi pasión y mi compromiso con la comunidad de Tonsupa.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi profundo agradecimiento a todos quienes, de una u otra forma, contribuyen a hacer realidad este proyecto.

Gracias Magister Mónica Olivo por su guía académica y sus valiosas enseñanzas, me ayudó a ver con más claridad y propósito.

A mis amigas y amigos, gracias por sus palabras de aliento, su paciencia y compañía en los momentos de duda. Su apoyo lo hace todo más significativo.

A los colaboradores de la fábrica de muebles Paul Bustos, gracias por su entrega, su iniciativa en los días difíciles y su confianza. Este modelo de gestión está pensado para ustedes, para reconocer su valor y fortalecer nuestra empresa con orden, calidad y unión.

Finalmente, gracias a mí mismo, por la perseverancia, por aprender de los errores, y por mantener vivo el propósito de hacer de la fábrica mejor, duradera y valiosa para todos.

AUTORIA

Yo, Raúl Isaías Bustos Cifuentes autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Raul Isaías Bustos Cifuentes

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2025.

Msc. José Ortiz Pazmiño

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Msc. José Ortiz Pazmiño

D.D. Quito, 15 de septiembre de 2025.

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Msc. José Ortiz Pazmiño** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Raul Isaías Bustos Cifuentes por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. – El Sr. Raul Isaías Bustos Cifuentes realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Creación de un Modelo de Gestión de Negocios CANVAS para la Fábrica de Muebles Paul Bustos ubicada en Tonsupa.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Msc. José Ortiz Pazmiño**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Msc. José Ortiz Pazmiño** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. Raul Isaías Bustos Cifuentes, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Creación de un Modelo de Gestión de Negocios CANVAS para la Fábrica de Muebles Paul Bustos ubicada en Tonsupa.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Msc. José Ortiz Pazmiño

Raul Isaías Bustos Cifuentes

D.M. Quito, 15 de septiembre 2025

INDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
AUTORIA	4
CERTIFICACIÓN.....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA	6
INDICE DE TABLAS.....	15
INDICE DE FIGURAS.....	17
RESUMEN.....	18
CAPITULO 1	20
Nombre del Proyecto.....	20
Antecedentes	20
Análisis Macro	22
Aspectos Sociales.....	24
Aspectos Técnicos y Tecnológicos	25
Aspectos Económicos	26
Análisis Meso.....	27
Análisis Micro	29

Análisis del Problema	30
<i>Nota:</i> Análisis de los involucrados en el negocio.	32
Problema de Investigación	33
Formulación del Problema	33
Definición del Problema	33
Idea a Defender	34
Objetivo de Estudio y Campo de Acción	34
Justificación.....	34
Objetivos	36
Objetivo General	36
Objetivos Específicos.....	36
CAPITULO 2	38
MARCO TEÓRICO	38
Concepto de una Fábrica	38
Características de una Fábrica.....	38
Funciones de una Fábrica.....	39
Tipos de Fábricas según su producción.....	40
Fábrica de Producción en Masa	40
Fábrica de Producción por Lotes.....	41

Fábrica de Producción Continua	41
Fábrica de Producción por Pedido (o Bajo Pedido)	41
Fábrica de Producción Artesanal	41
Importancia de las Fábricas	42
Historia de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos	42
Productos y Servicios de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos	43
Proceso de Producción de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos	44
Diseño y Planificación	45
Selección y Preparación de Materiales	45
Corte y Ensamblaje	45
Lijado y Acabado Inicial	46
Aplicación de Acabados	46
Control de Calidad	46
Embalaje y Preparación para la Distribución	47
Proceso de Distribución de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos	47
La Parroquia Tonsupa	48
El impacto del sector de muebles en la economía local de Tonsupa	49
El Modelo de Gestión de Negocios CANVAS	50
Origen y Enfoque del BMC	50

Estructura del Modelo de Gestión de Negocios CANVAS	51
Propuesta de Valor.....	52
Segmentos de Clientes	53
Canales de Distribución	54
Relación con los Clientes	55
Fuentes de Ingresos	56
Recursos Clave.....	56
Actividades clave	57
Socios Clave.....	58
Estructura de Costos.....	58
Importancia del Modelo de Gestión de Negocios CANVAS	59
Aplicación del BMC en la industria de fabricación de muebles	60
Beneficios del Modelo CANVAS para Negocios de Fabricación de Muebles	61
Aplicaciones en Pymes y Manufactura	63
CAPITULO 3	64
INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA	64
Antecedentes Diagnósticos	64
Tipos de Investigación	65
Investigación Descriptiva.....	65

Investigación Deductiva.....	66
Metodología de Investigación.....	67
Método Cualitativo	67
Método Cuantitativo	68
Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	69
Observación.....	69
Encuesta	70
Plan de Muestreo.....	70
Muestreo Probabilístico	71
Muestra.....	72
Fórmula	72
Indicadores	73
Presentación de Resultados	74
Análisis de Resultados	75
Análisis de Resultados	76
Análisis de Resultados	77
Análisis de Resultados	79
Análisis de Resultados	80
Análisis de Resultados	81

Análisis de Resultados	82
Análisis de Resultados	83
Análisis de Resultados	85
Análisis de Resultados	86
Análisis General de la Encuesta.....	87
CAPITULO 4.....	89
PROPUESTA	89
Tema.....	89
Datos Informativos.....	89
Antecedentes de la Propuesta.....	90
Justificación.....	91
Objetivos	92
Objetivo General	92
Objetivos Específicos.....	93
Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS. Ver Figura 14	94
1 Segmentos de Clientes	94
2 Propuesta de Valor.....	95
3 Canales de Distribución	96
4 Relación con el cliente	97

5 Fuentes de Ingreso.....	99
6 Recursos Clave.....	101
Inversión Inicial	102
Activos Fijos	102
Equipo tecnológico y de oficina.....	103
Mobiliario y herramientas auxiliares	103
Permisos y requisitos de funcionamiento.....	103
Recursos de soporte.....	104
Servicios básicos y arriendo.....	105
Capital humano	106
Total de inversión	107
Depreciación de activos	107
Amortización del préstamo	108
Estructura de capital.....	108
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	108
7 Actividades Clave.....	110
Diseño y fabricación de muebles (producción).....	110
Gestión de calidad	111
Logística, comercialización y servicio al cliente	111

8 Socios Clave.....	112
9 Estructura de Costos.....	113
Costos Fijos / Estructura Inicial	113
Costos Variables y Operativos	114
Costos Financieros y Depreciación.....	114
Resumen Total Anual de Costos del Proyecto	115
CAPITULO 5.....	116
Conclusiones	116
Recomendaciones.....	117
Referencias.....	118
Anexos	129
Encuesta de Google Forms	129
Logotipo de la Fábrica de Muebles	133

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	32
Tabla 2.	33
Tabla 3	74
Tabla 4	75
Tabla 5	77
Tabla 6	78
Tabla 7	79
Tabla 8	81
Tabla 9	82
Tabla 10	83
Tabla 11	84
Tabla 12	85
Tabla 13	87
Tabla 14	101
Tabla 15	102
Tabla 16	103
Tabla 17	104
Tabla 18	104
Tabla 19	105

Tabla 20	105
Tabla 21	105
Tabla 22	106
Tabla 23	106
Tabla 24	106
Tabla 25	107
Tabla 26	107
Tabla 27	108
Tabla 28	108
Tabla 29	112
Tabla 30	113
Tabla 31	114
Tabla 32	114
Tabla 33	115

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	31
Figura 2	52
Figura 3	74
Figura 4	75
Figura 5	77
Figura 6	78
Figura 7	80
Figura 8	81
Figura 9	82
Figura 10	83
Figura 11	84
Figura 12	85
Figura 13	89
Figura 14	94

**“Creación de un Modelo de Gestión de Negocios CANVAS para la Fábrica de
Muebles Paul Bustos ubicada en Tonsupa”**

Raul Isaías Bustos Cifuentes

Msc. José Ortiz Pazmiño

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2025.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo general implementar el Modelo de Gestión de Negocios CANVAS para estructurar los nueve bloques fundamentales en la creación de la Fábrica de Muebles Paul Bustos, ubicada en Tonsupa, con el propósito de lograr un desarrollo sostenible y eficiente.

Se parte de un problema definido: la ausencia de estructura organizacional formal que provoca desorganización en la administración, producción y entrega de perdidos, generando efectos como retrasos, desperdicios de materiales, mala coordinación y baja satisfacción del cliente.

El estudio se desarrolla en la parroquia Tonsupa, cantón Atacames, provincia Esmeraldas, donde existe un mercado creciente impulsado por el turismo, la afecta hotelera y comercial local.

Se utilizó una investigación de enfoque mixto, combinando métodos cualitativos (entrevistas, observación directa) y cuantitativos (encuestas hogares del

barrio 2 de Noviembre y otros clientes potenciales). Entre los hallazgos más relevantes se identificó una alta disposición de la población local hacia muebles personalizados, con énfasis en calidad de materiales, diseño y atención al cliente.

El modelo CANVAS propuesto define los segmentos de clientes adecuados, una propuesta de valor diferenciada basada en calidad, personalización y servicio, canales eficientes (directos, alianzas locales, ventas online), relaciones cercanas y postventa, fuentes de ingresos viables, recursos clave (materia prima, personal capacitado, infraestructura adecuada), actividades esenciales, socios estratégicos confiables y una estructura de costos que permita sostenibilidad.

Se espera que la implementación de este modelo contribuya a mejorar la eficiencia operativa, reducir desperdicios, asegurar entregas oportunas, aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer la posición del emprendimiento en el mercado local. Además, su aporte va más allá de la empresa, ya que impulsa el desarrollo económico y organizacional de la comunidad de Tonsupa.

CAPITULO 1

Nombre del Proyecto

CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN DE NEGOCIO CANVAS
PARA LA FÁBRICA DE MUEBLES PAUL BUSTOS UBICADA EN TONSUPA.

Antecedentes

La provincia de Esmeraldas, situada en la zona costera del Ecuador, se caracteriza por su gran riqueza cultural, su biodiversidad y un importante potencial turístico. Conocida como la “Provincia Verde”, ofrece extensas playas, reservas naturales y una marcada identidad afroecuatoriana (Esmeraldas, 2025). Estos elementos han impulsado una economía basada en el turismo, pesca, agricultura y servicios.

En este contexto, el cantón Atacames se distingue como uno de los destinos turísticos más dinámicos de Esmeraldas. Sus amplias playas, la gastronomía costera y ambiente recreativo han impulsado el crecimiento de los sectores hotelero, comercial y de entretenimiento. Este crecimiento abre oportunidades no solo para negocios vinculados al turismo, sino también para servicios complementarios que atienden la demanda de residentes y visitantes, como la producción mobiliaria para establecimientos turísticos y viviendas particulares.

En la localidad costera de Tonsupa – jurisdicción rural del cantón Atacames- se observa un incremento poblacional durante las temporadas turísticas, lo que repercute de forma directa en su actividad económica y social. El auge del turismo ha favorecido

la expansión en los sectores hotelero, gastronómico y recreativo, atrayendo tanto a viajeros como a inversionistas interesados en este entorno en pleno desarrollo. Desde el punto de vista económico, esta actividad ha dinamizado el comercio local y ha generado una demanda constante de servicios asociados, como la producción mobiliaria funcional y estéticamente atractivo.

Sin embargo, pese a este escenario favorable, la fábrica de muebles Paul Bustos enfrenta condiciones que limita su competitividad y sostenibilidad. Por ejemplo, la usencia de un modelo de negocio estructurado dificulta la clarificación de su propuesta de valor, la segmentación de clientes (residentes locales vs. Instalaciones turísticas), la gestión de recursos clave y alianzas estratégicas, así como la definición de canales y fuentes de ingresos claras. En el contexto de microempresas del sector maderero en Ecuador, estudios señalan que los costos de gestión empresarial impactan directamente la competitividad (León, 2020). De igual forma, investigaciones realizadas en microempresas ecuatorianas muestran que la aplicación del modelo CANVAS facilita la estructuración del negocio, la alineación de recursos y la identificación de oportunidades de crecimiento (UISRAEL, 2019).

En este sentido, se identifica un vacío en la literatura específica para la industria manufacturera del mueble en la costa de Esmeraldas, y en particular para el caso de talleres que buscan adaptarse al mercado turístico local: no se han documentado suficientes estudios que apliquen el modelo CANVAS a fábricas de muebles ubicadas en zonas turísticas ecuatorianas. Por tanto, el presente estudio propone la aplicación del modelo de negocio CANVAS como la alternativa adecuada para sistematizar la gestión

de la fábrica Paul Bustos, porque permite visualizar los nueve bloques del negocio, estructurar de forma coherente su propuesta de valor, canales, clientes, ingresos y costos. El aporte esperado radica en: proporcionar un modelo de gestión adaptado a la realidad de una fábrica de muebles en Tonsupa, fortalecer su competitividad frente a la demanda turística creciente y generar una referencia empírica para microempresas manufactureras costeras del Ecuador.

En síntesis, se evidencia una demanda creciente de mobiliario para el sector turístico en Tonsupa y unas condiciones internas de gestión poco estructurada que limitan la competitividad. Ante ello, el modelo CANVAS aparece como la herramienta idónea para organizar y dinamizar el negocio. Este estudio busca cubrir el vacío de investigación en esta industria y contexto, al mismo tiempo que aporta una propuesta de gestión aplicable a la fábrica.

Análisis Macro

En el ámbito cultural y social, la comunidad de Tonsupa mantiene una fuerte identidad afroecuatoriana, que aprecia el diseño artesanal y la personalización de los productos. Esta característica representa una ventaja competitiva real para la fábrica: permite diferenciar sus muebles mediante elementos culturales que agregan valor percibido, lo cual puede traducirse en mayor disposición a pagar por parte de clientes turísticos que buscan autenticidad. Sin embargo, dicha ventaja solo se materializa si la empresa integra de forma sistemática esos elementos culturales en su oferta comercial, lo que exige un esfuerzo de diseño y comunicación dedicado.

En el ámbito tecnológico, sectores de la industria manufactura en Ecuador están reportando mayor adopción de tecnologías digitales como software CAD/CAM, lo que sugiere que la fábrica podría beneficiarse al implementar herramientas de diseño asistido y automatización (Salazar Paredes, 2025). Para la fábrica esto significa que adoptar tecnologías apropiadas para reducir desperdicios, acortar tiempos de producción y apoyar la oferta para el mercado turístico exigente. No obstante, también implica una inversión inicial mayor y la necesidad de contar con personal capacitado, lo que puede ser una barrera para una microempresa.

Desde la perspectiva política y legal, el entorno en Ecuador es relativamente favorable para emprendimientos que generan empleo local y cumplen con normativas ambientales y favorables. Esta condición puede facilitar la formación de la empresa, el acceso a incentivos o financiamiento público, y mejorar su reputación ante clientes y entidades. Sin embargo, el hecho de que el entorno sea favorable no garantiza que la microempresa aproveche esos beneficios: se requiere que la fábrica cumpla con los requisitos de formalización, gestione adecuadamente sus obligaciones fiscales y laborales, y acceda efectivamente a instrumentos de apoyo público o financiero.

En lo ecológico, dado que Tonsupa es una zona costera con un entorno natural frágil y un creciente interés por el desarrollo responsable, se exige a las actividades productivas alinearse con los principios de sostenibilidad (Ambiente, 2012). Para la fábrica, esto abre una oportunidad para diferenciarse (por ejemplo, mediante el uso de madera certificada) y captar clientes que valoran la sostenibilidad. Al mismo tiempo, implica incorporar controles adicionales (trazabilidad, certificaciones, gestión de

residuos) que pueden incrementar costos operativos en el corto plazo, por lo que es necesario que estos se integren en su modelo de negocio de forma rentable.

En resumen, aunque el entorno macro presenta múltiples condiciones favorables – identidad cultural diferenciadora, avances tecnológicos, marco legal propicio y sensibilización ambiental – la clave está en como la empresa las aprovecha. La microempresa debe transformar estas condiciones en acciones concretas: formalizarse, invertir en tecnología, incorporar valor cultural, gestionar sostenibilidad, y diseñar un modelo de negocio que haga todo esto viable. De no hacerlo, las ventajas podrían quedar sin materializar y limitarían su competitividad frente a otras empresas que sí lo hacen.

Aspectos Sociales

Tonsupa presenta una población heterogénea conformada tanto por habitantes permanentes como por visitantes que arriban en distintas épocas del año. El desarrollo del turismo ha generado un crecimiento demográfico y una mayor demanda de servicios (Bustos, 2025). En este sentido, la fabricación y reparación de muebles no solo atiende a las necesidades del sector hotelero y gastronómico, sino también a los habitantes de la localidad que buscan mejorar sus espacios de vivienda.

Particularmente, la actividad hotelera y gastronómica ha experimentado un aumento considerable en los últimos años, resultado del incremento turístico, especialmente en zonas costeras como Tonsupa, donde se ha registrado una alta afluencia de visitantes nacionales (Ecuador, 2023). Esta situación ha impulsado la apertura de nuevos locales y modernización de instalaciones ya existentes. Hoteles,

hostales, restaurantes y bares que necesitan mobiliario funcional, duradero y estéticamente atractivo para ofrecer experiencias de calidad a sus clientes y adaptarse a las tendencias del mercado turístico. Este fenómeno ha generado una demanda sostenida de mobiliario personalizado, lo cual representa una oportunidad estratégica para la producción local. Además, contar con proveedores en la misma zona que permitirá a los negocios reducir costos logísticos, recibir atención personalizada y fomentar el desarrollo económico local, aspectos especialmente valorados en un entorno en crecimiento como Tonsupa.

La puesta en marcha de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos también generará un aporte social relativo al crear empleo para artesanos, carpinteros y otros colaboradores, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad. Además, podrá ofrecer capacitaciones y oportunidades de crecimiento profesional.

Aspectos Técnicos y Tecnológicos

Para producir mobiliario de calidad es imprescindible disponer de infraestructura tecnológica adecuada y de insumos de alto nivel que optimicen el proceso de fabricación. La Fábrica de Muebles Paúl Bustos deberá estar equipada con herramientas y maquinaria especializada, como sierras eléctricas, lijadoras, taladros de banco, barnizadoras y equipos de ensamblaje, que permitirán agilizar las distintas etapas del proceso de producción, mejorando la precisión de los acabados y reduciendo el margen de error humano.

Asimismo, se hará uso de tableros MDF (Medium Density Firerboard) y melamina, ideales para la fabricación de muebles de estilo contemporáneo, ya que

permiten acabados lisos, uniformes y modernos. Estos materiales ofrecen buena resistencia, son versátiles en el diseño, y permitirá una producción más eficiente gracias a su facilidad de corte y ensamblaje.

A esto se suman herrajes metálicos (bisagras, rieles, tiradores, soportes), adhesivos industriales de alto rendimiento, selladores, lacas y barnices que aporten no solo estética sino también protección contra humedad y desgaste. Se prioriza el uso de acabados ecológicos de bajo impacto ambiental, alineándose con las tendencias actuales de sostenibilidad.

La adecuada elección y combinación de estos materiales permitirá ofrecer productos de alta calidad, adaptables a distintos entornos, tanto residenciales como comerciales. Adicionalmente, la implementación de procesos productivos eficientes, como el uso de técnicas de producción en línea o por perdido, junto con el diseño ergonómico y personalizado de los muebles, permitirá a la fábrica posicionarse competitivamente en el mercado.

Aspectos Económicos

La actividad económica de Tonsupa se encuentra fuertemente vinculada al turismo y a los negocios que surgen a su alrededor, como el comercio de productos y servicios para visitantes (tiendas de ropa, artesanías, minimarkets), transporte turístico, venta de alimentos, así como servicios de entretenimiento y recreación. La demanda de mobiliario de calidad provendrá tanto de los negocios del sector hotelero, restaurantes, cafeterías y locales comerciales que buscan mantener su imagen y

funcionalidad para atraer a más clientes como de los residentes que desearán productos duraderos y estéticamente atractivos para sus hogares.

El continuo crecimiento del sector turístico impulsa la renovación permanente de infraestructuras, lo que constituye una gran oportunidad para un emprendimiento enfocado en la fabricación de muebles. Además, la capacidad de la fábrica para ofrecer precios competitivos gracias a la reducción de costos de logística y de distribución, lo que le permitirá posicionarse de manera favorable en el mercado. Con la implementación de facilidades de pago o planes de financiamiento accesibles podría ampliar el alcance de la clientela, fidelizará a los consumidores y garantizar la sostenibilidad y rentabilidad del negocio en el mediano y largo plazo.

Análisis Meso

En el contexto empresarial de la zona de Tonsupa y sus alrededores, se identifican diversos actores que pueden incidir de forma directa en el desarrollo de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos. La localidad, aunque de tamaño mediano, cuenta con una población flotante considerable durante temporadas turísticas. En temporadas altas, se estima una población flotante que sobrepasa las 30000 personas por día (GoRaymi, 2023), lo que incrementa la actividad comercial y demanda de bienes y servicios. En este contexto, destacan sectores como el hotelero, la gastronomía, las residencias vacacionales y el mercado inmobiliario, que constantemente necesitan mobiliario funcional, resistente y con buena presentación para satisfacer las expectativas de los visitantes.

El fortalecimiento de la oferta turística, junto con la apertura de nuevos alojamientos y renovación de instalaciones, ha impulsado una clara tendencia hacia la modernización de hoteles, suites y departamentos destinados a turistas, priorizando el confort y la personalización de los espacios. Esta dinámica representa una oportunidad concreta para ofrecer productos diferenciados. Dicha transformación responde a inversiones nacionales destinadas a fortalecer el sector turístico en zonas como Esmeraldas, donde se proyecta la apertura de nuevos hoteles y mejoras en la infraestructura existentes (Vistazo, 2024). Asimismo, la industria relacionada a la construcción y remodelación de propiedades residenciales y turísticas también mantienen una demanda constante del mobiliario, especialmente en materiales como madera tratada, melamina y otros acabados resistentes al clima costero. Los grupos poblacionales por atender incluyen tanto a emprendedores del sector turístico como a propietarios particulares y empresas inmobiliarias que buscan soluciones locales con tiempos de entrega ágiles.

Dentro de este ecosistema, será clave establecer alianzas estratégicas con proveedores de materia prima, transportistas, distribuidores y los actores principales del turismo. Estas colaboraciones permitirán optimizar costos operativos, asegurar un flujo constante de clientes y reforzar la presencia de la marca en el mercado local. Adicionalmente, el aprovechamiento de incentivos gubernamentales, programas de financiamiento productivo o proyectos de desarrollo económico local puede presentar un impulso clave para el crecimiento y sostenibilidad del emprendimiento.

Análisis Micro

La Fábrica de Muebles Paúl Bustos, asentada en la localidad costera de Tonsupa, cuenta con fortalezas internas como la experiencia acumulada en el sector, el reconocimiento de la comunidad local y la existencia de un mercado potencial en crecimiento. No obstante, enfrenta desafíos importantes, como la necesidad de formalizar su estructura empresarial, optimizar sus procesos productivos para aumentar la eficiencia y mejorar la gestión de su logística y distribución.

En cuanto a los proveedores, la empresa debe establecer alianzas estratégicas con distribuidores confiables de madera y otros insumos, garantizando calidad, sostenibilidad y precios competitivos. La selección adecuada de proveedores es crucial para mantener la calidad del producto final y la eficiencia en la producción (Keller, 2021).

En cuanto a los clientes, el objetivo principal se centra en familias y negocios turísticos que buscan mobiliario personalizado, duradero y con diseño atractivo. Para ello, es clave comprender sus preferencias y hábitos de consumo. La segmentación del mercado y el conocimiento profundo del cliente son fundamentales para desarrollar productos que satisfagan sus necesidades específicas (Kotler, 2021).

En el ámbito de los competidores, existe una variedad de fabricantes y comercializadores de muebles en la zona y en mercados cercanos; por ello, diferenciarse mediante diseño, calidad y servicio será esencial para destacar (Porter, 2020).

Los canales de distribución combinarán la venta directa en la tienda física, alianzas con comercios locales y, de manera creciente, el uso de medios digitales. Por esta razón, se propone invertir en estrategias de marketing digital, incluyendo el posicionamiento en redes sociales y la implementación de una plataforma de ventas en línea eficiente, con atención personalizada y catálogo interactivo, lo que permitirá ampliar la cobertura del negocio tanto a nivel local como nacional. El marketing digital ha demostrado ser una herramienta efectiva para aumentar la visibilidad de las microempresas y atraer nuevos clientes (Montenegro, 2024).

Respecto a los grupos de interés, se identifican actores clave como proveedores, clientes, empleados, autoridades locales y comunidades del entorno, con quienes se debe mantener una relación basada en la confianza, el compromiso social y la transparencia.

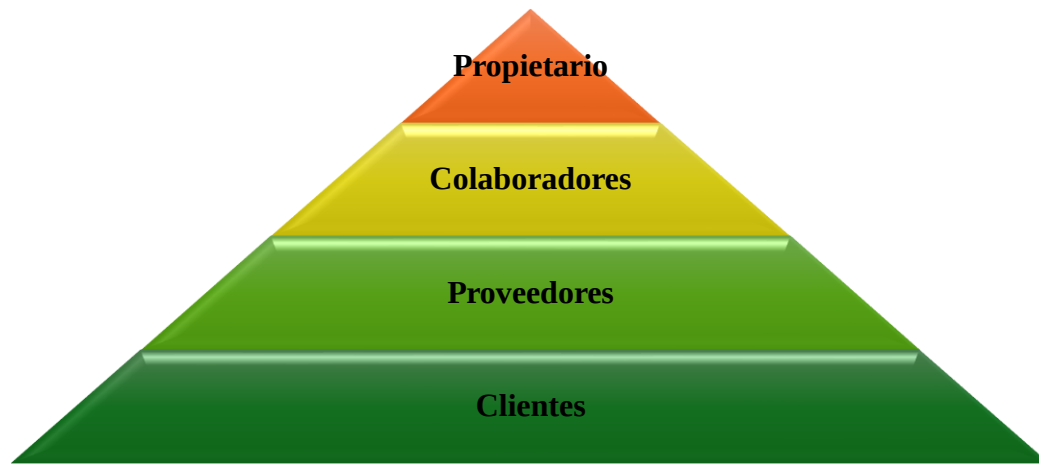
El análisis del microentorno posibilita identificar de inmediato las oportunidades y amenazas, facilitando la toma de decisiones estratégicas orientadas al crecimiento sostenible. Esta visión integral brinda una base sólida para planificar acciones concretas que mejoren la competitividad y posicionen a la Fábrica de Muebles Paúl Bustos como un referente en su rubro.

Análisis del Problema

En función de la pirámide se plantea los siguientes niveles que son:

Figura 1

Pirámide de involucrados en mi estudio.



Nota: Pirámide detallada de los involucrados del estudio.

En función de mi pirámide, me planteo mi tabla de involucrados.

Tabla 1.

Tabla de involucrados de la Fábrica de Muebles Isaías Bustos.

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS GRUPOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Propietario	Lograr la correcta organización general de la empresa.	Falta de organización general de la empresa.	Documento de un modelo de gestión de negocio Matriz Canvas que guíe a la Fábrica de Muebles.
Colaboradores	Obtener estabilidad en la empresa y mejorar sus conocimientos y competencias.	Falta de normativa legal y capacitaciones externas.	Creación de contratos laborales y generación de capacitaciones externas.
Proveedores	Recibir pagos acordados oportunamente.	Falta de organización en el área financiera.	Generación de contratos con proveedores y orden en libros contables.
Clientes	Información de servicios y productos a disposición de todos.	Falta de información en sitio web y redes sociales de los servicios y productos que se ofrecen.	Gestión y actualización de página web y redes sociales.

Nota: Análisis de los involucrados en el negocio.

Problema de Investigación

Tabla 2.

Problema de Investigación.

CAUSAS	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	CONSECUENCIAS
Falta de estructura organizacional.	La ausencia de una estructura organizacional formalizada genera desorganización en la administración, producción y entrega de pedidos.	Desorden general en la operación y gestión.
Desorganización en entrega de los pedidos.		Clientes insatisfechos y pérdida de confianza.
Descuido en el área de producción.		Desperdicio de tiempo y materiales, lo que afecta la rentabilidad.

Nota. Tabla del problema de investigación.

Formulación del Problema

¿De qué manera la implementación del Modelo de Gestión de Negocios CANVAS contribuirá en la creación y sostenibilidad de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos en Tonsupa?

Definición del Problema

La desorganización administrativa en la Fábrica de Muebles Paúl Bustos se debe a la ausencia de una estructura organizacional claramente definida, lo que provoca deficiencias en la planificación, la gestión de recursos y la coordinación de procesos. Esto afecta la eficiencia operativa, genera retrasos en los tiempos de entrega y provoca un uso inadecuado del tiempo y de los recursos disponibles, impactando negativamente en la satisfacción del cliente.

Idea a Defender

Mediante la implementación del Modelo de Gestión CANVAS, se mejorará el proceso de creación de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos, optimizando la coordinación entre el personal y garantizando una atención más eficiente y personalizada a los clientes.

Objetivo de Estudio y Campo de Acción

El objetivo de este estudio es aplicar el Modelo de Gestión de Negocios CANVAS para la creación de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos, con el fin de organizar de manera eficiente la estructura del negocio, coordinar las actividades operativas, cumplir con las metas establecidas, y garantizar entregas oportunas y un servicio al cliente de calidad.

El campo de acción se desarrolla en la parroquia Tonsupa, cantón Atacames, provincia de Esmeraldas, donde existe una alta demanda de productos de mueblería debido al crecimiento del sector tanto hotelero como comercial. En este contexto, la aplicación del modelo CANVAS permitirá responder eficazmente a las necesidades del mercado local, mejorar la atención a los clientes y contribuir al posicionamiento exitoso del emprendimiento.

Justificación

En la provincia de Esmeraldas, específicamente en el cantón Atacames, se encuentra la parroquia rural Tonsupa, un reconocido y significativo destino turístico del país. Su hermosa playa y ambiente familiar atraen anualmente a miles de turistas.

La zona cuenta con una amplia oferta hotelera y comercios que esperan con entusiasmo atender a los visitantes.

La Fábrica de Muebles Paul Bustos es un emprendimiento local que ha colaborado de forma constante con los comerciantes y hoteles de la región, suministrando muebles funcionales y personalizados de acuerdo con las necesidades de cada negocio. No obstante, actualmente presenta limitaciones en su organización interna, lo que dificulta una gestión eficiente frente a la creciente demanda del mercado. Además, no cuenta con una infraestructura física adecuada que respalde su operatividad y crecimiento sostenido.

En este contexto, se considera fundamental la elaboración e implementación de un Modelo de Gestión de Negocios CANVAS para la Fábrica de Muebles Paul Bustos. Esta herramienta estratégica permitirá estructurar adecuadamente el negocio, optimizar su funcionamiento interno y mejorar la calidad del servicio al cliente. Asimismo, servirá como una guía clara para los colaboradores actuales y futuros, consolidando buenas prácticas empresariales y estableciendo una base sólida que contribuya el desarrollo sostenible de la empresa y al fortalecimiento económico de la comunidad local.

Objetivos

Objetivo General

Implementar el Modelo de Gestión de Negocios CANVAS para estructurar los nueve bloques fundamentales en la creación de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos, ubicada en Tonsupa, contribuyendo a su desarrollo sostenible y eficiente.

Objetivos Específicos

- Identificar los segmentos de clientes potenciales a los que se dirigirá la Fábrica de Muebles Paúl Bustos, considerando las características del mercado local.
- Definir una propuesta de valor clara y diferenciadora que responda a las necesidades y preferencias de los clientes del sector de muebles en Tonsupa.
- Determinar los canales de distribución más eficientes para comercializar los productos y asegurar su disponibilidad al cliente final.
- Establecer estrategias para gestionar las relaciones con los clientes, promoviendo la fidelización y la satisfacción mediante una atención personalizada y eficaz.
- Diseñar las fuentes de ingresos del negocio, considerando precios, formas de pago y servicios adicionales que generen rentabilidad.

- Identificar los recursos claves necesarios para operar la fábrica, incluyendo talento humano, infraestructura, maquinaria y materia prima.
- Definir actividades clave que permitan producir y entregar los productos de manera eficiente y con calidad.
- Seleccionar los socios clave que apoyarán en la cadena de valor del negocio, como proveedores, aliados estratégicos o distribuidores.
- Establecer la estructura de costos del modelo de negocio, evaluando los gastos fijos y variables para garantizar la sostenibilidad financiera.

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

Concepto de una Fábrica

Una fábrica es una instalación industrial donde se lleva a cabo procesos de transformación de materias primas en productos terminados o semielaborados, mediante el uso de maquinaria, tecnología y mano de obra especializada. Su objetivo principal es la producción eficiente de bienes en grandes volúmenes para su comercialización en distintos mercados.

Según Chiavenato (Chiavenato, 2011), una fábrica es una unidad productiva donde se combinan recursos materiales, tecnológicos y humanos para la elaboración de bienes que satisfacen necesidades del consumidor y contribuyen al desarrollo económico.

Características de una Fábrica

Una fábrica se distingue por varios rasgos fundamentales, entre los que se incluyen:

- **Infraestructura industrial:** Cuenta con espacios diseñados para la producción, como áreas de ensamblaje, almacenamiento y distribución.
- **Uso de maquinaria y tecnología:** Emplea equipos especializados y tecnología para optimizar la fabricación de productos.
- **Organización por áreas:** Esta dividida en departamentos como producción, logística, control de calidad, administración y ventas.

- **Procesos estandarizados:** Sigue procedimientos definidos para garantizar eficiencia, calidad y seguridad en la producción.
- **Producción a gran escala:** Su principal objetivo es la fabricación de bienes en grandes volúmenes para su comercialización (Kuuse, 2024).
- **Consumo de materias primas:** Requiere insumos específicos para la transformación de productos terminados o semielaborados.
- **Generación de empleo:** Brinda oportunidades laborales en distintos niveles, desde operarios hasta administrativos.
- **Impacto económico:** Contribuye al desarrollo económico local y nacional a través de la producción y comercialización de bienes.
- **Control de calidad:** Implementa normas y estándares para garantizar que los productos cumplan con los requisitos del mercado.
- **Sostenibilidad y gestión ambiental:** Muchas fábricas adoptan prácticas ecoeficientes para reducir el impacto ambiental de sus procesos.

Funciones de una Fábrica

- **Diseño y desarrollo de productos:** Creación de prototipos, pruebas de materiales y optimización de procesos antes de la producción en serie.
- **Planificación y programación de la producción:** Organización de tiempos, recursos y capacidades de la maquinaria para cumplir con la demanda del mercado. (Chase, 2006)
- **Gestión de la cadena de suministro:** Coordinación de la adquisición, almacenamiento y uso de materias primas e insumos.

- Manufactura y ensamblaje: Ejecución de procesos de fabricación, mecanizado, corte, ensamblaje y otros procedimientos técnicos según el tipo de industria. (Groover, 2007)
- Automatización y control de procesos: Implementación de sistemas tecnológicos, robots industriales y software de gestión para mejorar la precisión y eficiencia.
- Mantenimiento industrial: Inspección, reparación y prevención de fallas en maquinaria y equipos para evitar paradas en la producción. (Mobley, 2005)
- Gestión de calidad y control de defectos: Aplicación de normativas y metodologías para garantizar la calidad de productos.
- Gestión de residuos y sostenibilidad: Implementación de procesos de reciclaje, reducción de desechos industriales y eficiencia energética.
- Seguridad industrial y normativas laborales: Aplicación de protocolos para prevenir accidentes y garantizar el cumplimiento de normativas.
- Logística y distribución: Coordinación del almacenamiento, embalaje y transporte de productos terminados hasta los canales de distribución.

Tipos de Fábricas según su producción

Fábrica de Producción en Masa

Produce grandes volúmenes de productos estandarizados. Generalmente utiliza líneas de montaje y maquinaria especializada para aumentar la eficiencia y reducir los

costos por unidad. Ejemplo: Fábricas de productos electrónicos, automóviles, alimentos procesados.

Fábrica de Producción por Lotes

Produce productos en lotes o series. Es más flexible que la producción en masa, permitiendo la personalización en función a la demanda del cliente. Ejemplos: Fábricas de ropa, productos farmacéuticos, muebles.

Fábrica de Producción Continua

Opera de manera continua, las 24 horas del día, para producir grandes cantidades de productos homogéneos sin interrupciones. La producción es ininterrumpida y automatizada. Ejemplo: Fábricas de cemento, azúcar, productos químicos.

Fábrica de Producción por Pedido (o Bajo Pedido)

Produce productos específicos según el requerimiento del cliente. La producción no es continua y se ajusta a las especificaciones particulares de cada pedido. Ejemplo: Fábricas de maquinaria industrial, muebles personalizados, joyería.

Fábrica de Producción Artesanal

Fabricación manual de productos con un nivel elevado de personalización. Suelen ser producciones a pequeña escala con énfasis en calidad y detalles. Ejemplo: Talleres de carpintería artesanal, fabricación de artículos de lujo o personalizados. (Barcelona, 2023)

Importancia de las Fábricas

Las fábricas desempeñan un papel crucial en la economía y el desarrollo industrial de un país. Son el corazón de la industria manufacturera y permiten la producción en masa de bienes que satisfacen las necesidades de la sociedad.

Aspectos como generación de empleo, impulso a la economía, producción en masa y eficiencia, innovación y desarrollo tecnológico, fomento de otras industrias, autosuficiencia y competitividad, impacto en la infraestructura y urbanización, desarrollo de habilidades y educación resaltan la importancia de las fábricas.

Historia de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos

Desde hace tres años, en la parroquia Tonsupa, específicamente en el sector La Virgen, opera la Fábrica de Muebles Paúl Bustos, un emprendimiento fundado por el Sr. Paúl Bustos Cifuentes. Impulsado por su espíritu emprendedor y su profundo conocimiento en el arte de la ebanistería, decidió materializar su visión de negocio al identificar una creciente demanda de mobiliario de alta calidad en el cantón Atacames, y en particular en Tonsupa, una zona en constante desarrollo gracias a su pujante industria hotelera y turística.

Consciente de la necesidad se ofrece productos personalizados y de excelente acabado, la fábrica se ha especializado en la producción de muebles diseñados tanto para el hogar como para establecimientos comerciales y hoteleros. Para garantizar altos estándares de calidad, modernidad y accesibilidad, la empresa cuenta con la maquinaria

necesaria la cual le permite optimizar los procesos y ofrecer diseños innovadores que se adaptan a las tendencias actuales del mercado.

Además, la fábrica dispone de un equipo profesional capacitado, quienes aportan su experiencia y conocimiento en carpintería para asegurar diseños impecables en cada pieza. Gracias a su compromiso con la excelencia y satisfacción al cliente, la Fábrica de Muebles Paúl Bustos ha experimentado un crecimiento sostenido, consolidándose como un referente dentro del sector.

Su presencia en la parroquia no solo ha contribuido al embellecimiento y equipamiento de numerosas edificaciones, sino también ha generado oportunidades laborales, beneficiando a la comunidad local y fomentando el desarrollo económico en la región. (Bustos, 2025)

Productos y Servicios de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos

Gracias a su infraestructura y maquinaria especializada, la fábrica ofrece una extensa gama de productos, entre los que destacan:

- Puertas: Fabricadas en diferentes estilos y materiales, desde modelos sencillos hasta diseños personalizados con acabados elegantes y detallados.
- Anaqueles de cocina: Diseñados a medida para optimizar el espacio, con acabados modernos y funcionales que combinan estética y practicidad.
- Juegos de sala y comedor: Con diseños clásicos y contemporáneos que se adaptan a diferentes estilos de decoración.

- Modulares y centros de entretenimiento: Soluciones versátiles para organizar el hogar, ideales para televisores, libros y artículos decorativos.
- Roperos y closets: Fabricados con distribución interna personalizada para maximizar el almacenamiento y mantener la ropa y accesorios organizados.
- Comodines y consolas: Elementos decorativos y funcionales que aportan elegancia a cualquier espacio.
- Camas: Disponibles en distintos tamaños y diseños, desde modelos básicos hasta estructuras con cabeceras sofisticadas y acabados personalizados.

Además de la fabricación de muebles, se ofrece un servicio exclusivo de asesoría en diseños de interiores, con el objetivo de ayudar a los clientes a elegir los muebles más adecuados según el espacio disponible, el estilo decorativo y las necesidades específicas de cada ambiente. A través de este servicio, se brinda orientación en la selección de colores, materiales y distribuciones optimas, garantizando que cada mueble no solo sea funcional, sino también que armonice con el entorno y refleje la personalidad del cliente. (Bustos, 2025)

Proceso de Producción de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos

Para asegurar que cada mueble posea una buena calidad, durabilidad y belleza, la fábrica sigue un proceso de fabricación inspirado en las mejores prácticas del sector. Este proceso se divide en varias etapas fundamentales:

Diseño y Planificación

Antes de comenzar la fabricación, se lleva a cabo un análisis minucioso de los requerimientos del cliente o del diseño estándar que se va a producir. En esta etapa se elaboran bocetos, planos y modelos 3D si es necesario. Además, se seleccionan los materiales más adecuados según el tipo de mueble y su funcionabilidad.

Selección y Preparación de Materiales

Según el tipo de mueble, se opta por los materiales que satisfacen mejor los criterios de diseño y calidad. Los materiales más utilizados incluyen:

- Melamina: Para muebles modernos y funcionales.
- MDF (tablero de densidad media): Para acabados finos y personalizados.
- Maderas naturales: Desde opciones sencillas como laurel y muchina, hasta maderas finas como caoba y sándalo para muebles de alta gama.

Una vez seleccionados, los materiales son cortados, lijados y tratados para garantizar su resistencia y estabilidad.

Corte y Ensamblaje

Partiendo de los planes de diseño, cada componente es cortado con precisión utilizando herramientas especializadas. Posteriormente, las piezas son ensambladas utilizando técnicas de unión que aseguran estabilidad y resistencia. En esta fase, se emplean adhesivos industriales, tornillos, espigas y otros sistemas de fijación según el tipo de mueble.

Lijado y Acabado Inicial

Tras el ensamblaje, se procede a lijar las superficies para eliminar imperfecciones y preparar la madera para el acabado. En algunos casos, se aplican selladores o imprimaciones para mejorar la adherencia de los productos de acabado final.

Aplicación de Acabados

De acuerdo con el diseño y los gustos del cliente, se implementan diferentes tipos de acabados:

- Barnizado o lacado: Para resaltar la veta natural de la madera y proteger la superficie.
- Pintura: Aplicada en muebles que requieren color sólido y protección adicional.
- Enchapado o laminado: Para mejorar la estética y resistencia de ciertas piezas.

Control de Calidad

Cada mueble pasa por una inspección rigurosa donde evalúan la estabilidad, uniformidad del acabado, precisión en el ensamblaje y el cumplimiento de los estándares definidos. En caso de detectarse imperfecciones, se realizan ajustes antes de pasar a la fase de distribución.

Embalaje y Preparación para la Distribución

Los muebles terminados son embalados de manera segura para su transporte, evitando daños en el proceso de entrega. Dependiendo del tipo de mueble y su fragilidad, se utilizan materiales protectores como cartón, espuma o plástico burbuja. (Bustos, 2025)

Proceso de Distribución de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos

Una vez los muebles han sido terminados y aprobados en la fase de control de calidad, se procede a la distribución. La fábrica maneja diferentes estrategias para garantizar una entrega eficiente:

- **Venta directa:** Los clientes pueden visitar la fábrica para elegir y adquirir muebles directamente, lo que les permite conocer de primera mano los materiales y acabados disponibles.
- **Pedidos personalizados:** Se ofrecen diseños exclusivos según las necesidades del cliente, con opciones de fabricación bajo pedido.
- **Entrega a domicilio:** Se cuenta con un sistema de distribución que permite la entrega segura de los productos, asegurando que lleguen en óptimas condiciones a su destino.
- **Colaboración con tiendas y distribuidores:** La fábrica trabaja con en alianza con tiendas de muebles y distribuidores que comercializan sus productos en diferentes puntos de venta. (Bustos, 2025)

La Parroquia Tonsupa

Tonsupa es una parroquia rural del cantón Atacames, en la provincia de Esmeraldas, Ecuador. Se encuentra a 26 km de la ciudad de Esmeraldas y a 8 km de Atacames, convirtiéndose en uno de los destinos turísticos más importantes de la región (GoRaymi, 2023). Su ubicación en la costa del Pacífico otorga un clima tropical cálido durante todo el año, con temperaturas que oscilan entre los 24°C y 30°C. Su playa extensa de arena dorada y su mar tranquilo hecho ideal para el descanso y el entretenimiento.

El turismo es la base de la economía local, impulsado por una creciente oferta hotelera y de condominios, atrayendo tanto a vacacionistas como inversionistas, especialmente de ciudades como Quito y Guayaquil (Vistazo, 2024). La gastronomía es otro de sus atractivos, con una amplia variedad de mariscos y platos típicos esmeraldeños (GoRaymi, 2023). Además, el comercio local ha crecido con restaurantes, tiendas, artesanías y servicios turísticos como paseos en lancha y deportes acuáticos.

Aunque el turismo es la actividad predominante, la pesca artesanal sigue siendo un pilar importante para la población local, abasteciendo tanto a los mercados de la parroquia como a restaurantes y hoteles. La construcción y el sector inmobiliario han ganado gran relevancia en los últimos años, con el desarrollo de modernos edificios y urbanizaciones que buscan satisfacer la creciente demanda de residentes y turistas (Vistazo, 2024).

Gracias a su ubicación estratégica y su crecimiento constante, Tonsupa se ha consolidado como un destino clave en la costa ecuatoriana. Su combinación de atractivos naturales, desarrollo turístico y oportunidades de inversión la convierte en un lugar ideal para el descanso como para el emprendimiento.

El impacto del sector de muebles en la economía local de Tonsupa

El sector dedicado a hacer muebles en la parroquia Tonsupa tiene un impacto económico moderado pero relevante, principalmente ligado al crecimiento del turismo y la construcción (Vistazo, 2024). Con el auge de los hoteles, condominios y viviendas vacacionales, la demanda de los muebles ha crecido, impulsado la actividad de carpintería y pequeños talleres artesanales que fabrican mobiliario para estos espacios.

La producción de muebles en la zona se basa en materiales de madera local, metal y fibras naturales, con un enfoque tanto en la funcionalidad como en la estética tropical que buscan los inversionistas y turistas. Además, muchos negocios locales dependen del mobiliario personalizado para equipar sus restaurantes, bares y hoteles, generando empleo y dinamizando la economía a nivel local.

Sin embargo, a pesar del crecimiento del sector, gran parte de los muebles provienen de otras ciudades del país, como Quito y Guayaquil, lo que representa un desafío para los productores locales. Para fortalecer esta industria, sería clave impulsar la capacitación, mejorar la comercialización y fomentar el uso sostenible de materiales provenientes de la región.

En general, aunque no es el sector más fuerte de la economía de Tonsupa, la fabricación de muebles complementa el desarrollo mobiliario y turístico, contribuyendo al empleo y a la diversificación de la oferta comercial en la parroquia (Bustos, 2025).

El Modelo de Gestión de Negocios CANVAS

El modelo de gestión de negocios conocido como Business Model Canvas (BMC) fue desarrollado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, como parte de su investigación doctoral y publicaciones subsecuentes, con el propósito de ofrecer una herramienta visual, estructurada y accesible para diseñar, analizar e innovar modelos de negocios (Cartón, 2024). Este modelo es una herramienta estratégica que permite diseñar, analizar, desarrollar e innovar modelos de negocio de manera estructurada y visual. Su principal ventaja es la simplicidad con la ayuda a entender cómo una empresa crea, entrega y captura valor en el mercado.

El modelo CANVAS se ha convertido en un estándar en el mundo empresarial debido a su enfoque práctico, facilitando la toma de decisiones y la identificación de oportunidades de mejora. Se utiliza ampliamente en startups, grandes empresas y organizaciones sin fines de lucro para definir estrategias de negocio y adaptarse a entornos cambiantes.

Origen y Enfoque del BMC

El modelo de negocio conocido como Business Model Canvas (BMC) fue desarrollado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, a partir de sus investigaciones

académicas sobre ontología de los modelos de negocio en la Universidad de Lausana. En este proceso buscaron responder: ¿cómo crean, entregan y capturan el valor las organizaciones?, lo cual los llevó a plantear un marco estructural que pudiera aplicarse a múltiples tipos de empresas (Martins, 2017).

En 2010 se publicó la obra *Business Model Generation*, que consolidó el BMC como una herramienta estándar del ámbito empresarial. Este instrumento visual presenta todos los elementos clave de la empresa – infraestructura, clientes, proposición de valor, finanzas – en un solo lienzo, lo que facilita su comprensión, comunicación interna y adaptación rápida ante cambios del entorno (MILITARIS, s.f.).

El enfoque BMC es holístico: agrupa los principales elementos del negocio (como los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales, los socios, los recursos y la estructura de costos) en un solo formato, facilitando la comprensión, la comunicación interna y la iteración rápida del modelo de negocio ante los cambios del entorno (Pigneur A. O., s.f.).

Estructura del Modelo de Gestión de Negocios CANVAS

El modelo está representado en un lienzo visual dividido en nueve bloques fundamentales, cada uno de los cuales describe un aspecto clave del negocio. A continuación, se detallan cada uno de ellos:

Figura 2
Modelo de Gestión de Negocios CANVAS



Nota: Imagen de Plataforma PYME <https://plataformapyme.es/es-es/herramientas-digitales/Paginas/lienzo-modelo-negocio.aspx>

Propuesta de Valor

La propuesta de valor es el corazón del modelo de negocio, ya que define el valor que la empresa ofrece a sus clientes y la razón por la cual estos la eligen en lugar de la competencia. Se basa en la capacidad de resolver problemas o satisfacer necesidades de una manera única y diferenciada (Moya, 2024).

Algunos factores clave que pueden definir una propuesta de valor incluyen:

- Innovación: Introducción de nuevos productos o servicios.
- Personalización: Adaptación del producto o servicio a las necesidades específicas del cliente.
- Precio: Oferta de productos a un costo accesible o competitivo (Moya, 2024).
- Eficiencia: Soluciones rápidas y efectivas para los problemas del cliente.
- Calidad y Diseño: Productos superiores en términos de materiales, tecnología o estética (Yun, 2025).
- Accesibilidad: Facilitar el acceso a clientes que antes no podían obtenerlo.
- Sostenibilidad: Enfoque en prácticas ecológicas y responsables.

Segmentos de Clientes

Este bloque define los grupos de clientes a los que la empresa desea servir.

Identificar y comprender los segmentos de clientes es la clave para diseñar productos, servicios y estrategias de marketing adecuadas.

Los segmentos pueden clasificarse en:

- Mercado Masivo: Empresas que buscan atender a un gran público sin distinción específica, ejemplo: supermercados.
- Mercado de Nicho: Empresas enfocadas en un grupo específico con necesidades particulares, ejemplo: relojes de lujo.

- Segmentado: Diferenciación de clientes según características como edad, ingresos, ubicación, etc.
- Diversificado: Empresas que atienden diferentes segmentos de clientes con necesidades distintas.
- Plataformas Multilaterales: Empresas que dependen de diferentes tipos de clientes para operar, ejemplo: redes sociales como Facebook, que sirven tanto a usuarios como a anunciantes (ModeloCanvas, 2025).

Canales de Distribución

Los canales representan los medios a través de los cuales la empresa entrega su propuesta de valor a los clientes. Es fundamental que estos canales sean eficientes y estén alineados a expectativas del cliente.

Algunos tipos de canales incluyen:

- Canales físicos: Tiendas, distribuidores, ferias, oficinas comerciales.
- Canales digitales: Comercio electrónico, aplicaciones móviles, redes sociales.
- Canales directos: Venta en tiendas propias o en línea sin intermediarios.
- Canales indirectos: Distribución a través de socios comerciales o minoristas.

Es clave evaluar la eficiencia de los canales en términos de costos, cobertura y experiencia del cliente (INTI, 2024).

Relación con los Clientes

Este bloque define cómo la empresa interactúa con sus clientes para atraerlos, retenerlos y fidelizarlos.

Algunas estrategias de relación con el cliente incluyen:

- **Atención personalizada:** Interacción directa con clientes a través de **vendedores o asesores**. Según HubSpot (2025), los clientes modernos esperan que las marcas entiendan sus necesidades y preferencias como parte de una experiencia personalizada (Hammond, 2025).
- **Autoservicio:** Modelos donde el cliente gestiona sus propias necesidades, ejemplo: cajeros automáticos, páginas web de autoservicio. Microsoft Dynamics señala que las herramientas de autoservicio permiten que los clientes accedan a soluciones a su propio ritmo, lo que reduce costos y mejora la satisfacción (365, 2025).
- **Comunidades:** Creación de foros y espacios donde los clientes puedan interactuar, ejemplo: comunidades de usuarios de productos tecnológicos. Zendesk describe que las comunidades virtuales ofrecen intercambios útiles de conocimiento y refuerzan la lealtad del usuario hacia la marca (Zendesk, 2024).
- **Automatización:** Uso de inteligencia artificial, chatbots o respuestas automatizadas para mejorar la experiencia del cliente. Appvizer (2024) destaca que la automatización agiliza respuestas, permite atención 24/7

y libera al personal para encargarse de situaciones complejas (Santis, 2025).

Fuentes de Ingresos

Describe cómo la empresa genera ingresos a partir de la propuesta de valor entregada a los clientes (Zambrano, 2025).

Algunas formas de ingresos incluyen:

- **Venta directa de productos o servicios.**
- Modelos de suscripción: Pagos recurrentes por acceso a productos o servicios, ejemplo Netflix.
- Licencias: Permiso el uso de tecnología a propiedad intelectual.
- Publicidad: Ingresos generados por anunciantes, ejemplo: YouTube o Google Ads.
- Comisiones: Por intermediación en transacciones, ejemplo: Airbnb o Uber.

Recursos Clave

Son los activos estratégicos necesarios para que el modelo de negocio funcione.

Puede ser:

- **Recursos físicos: Infraestructura, maquinaria, oficinas, fábricas.** Según CoVince, los recursos físicos incluyen instalaciones de manufactura,

maquinarias y redes de distribución que permiten crear y entregar valor (CoVince, 2024).

- Recursos intelectuales: Marcas, patentes, bases de datos. Los recursos intelectuales abarcan activos intangibles como marcas registradas, patentes y bases de datos, los cuales proporcionan ventaja competitiva significativa (FasterCapital, 2025).
- Recursos humanos: Equipo de talento especializado. El talento humano es esencial ya que sus habilidades, conocimiento y experiencia son claves para la implementación efectiva del modelo de negocio (Futuro, 2025).
- Recursos financieros: Capital, líneas de crédito, inversionistas. El financiamiento – ya sea mediante capital propio o de terceros – y las líneas de crédito son fundamentales para sostener operaciones, crecer o innovar en el modelo de negocio (Emprendimiento.ec, Recursos Clave, 2025).

Actividades clave

Describe las acciones esenciales que la empresa debe realizar para entregar su propuesta de valor.

Ejemplos de actividades clave incluyen:

- Producción: Fabricación de productos o prestación de servicios.
- Marketing y Ventas: Estrategias para atraer clientes.

- Desarrollo de Software: En empresas tecnológicas.
- Gestión de alianzas estratégicas: Creación y mantenimiento de relaciones con socios clave (Lectera, 2024).

Socios Clave

Este bloque identifica las alianzas estratégicas y colaboraciones necesarias para que el modelo funcione.

Tipos de socios clave:

- Proveedores: Empresas que suministran insumos o materiales.
- Alianzas Estratégicas: Empresas que colaboran para expandir el mercado.
- Joint Ventures: Empresas que se unen para desarrollar nuevos negocios.

Las alianzas pueden reducir costos, compartir riesgos y mejorar la eficiencia operativa (SanJúan, 2024).

Estructura de Costos

Define los costos más importantes asociados a funcionamiento del negocio.

Tipos de costos:

- Costos fijos: Gastos que no varían independientemente de la producción, ejemplo: alquiler de oficinas (Emprendimiento.ec, Estructura de costos, 2024).

- Costos variables: Costos que cambian según la cantidad de producción o ventas (NGHOY, 2025).
- Economías de escala: Reducción de costos al aumentar la producción (Mise, 2024).
- Economías de alcance: Reducción de costos al diversificar la oferta (Businessstup, 2025).

Importancia del Modelo de Gestión de Negocios CANVAS

El Modelo de Gestión de Negocios CANVAS es una herramienta clave para la planificación y el análisis estratégico, ya que permite visualizar de manera clara y estructurada todos los elementos esenciales del negocio (Méndez, 2024). Su importancia radica en la facilidad con la que ayuda a emprendedores, empresarios y organizaciones a diseñar, evaluar y mejorar su propuesta de valor y su funcionamiento operativo.

- Facilita la comprensión y visualización del modelo del negocio.
- Promueve la innovación y adaptabilidad.
- Ayuda en la toma de decisiones estratégicas.
- Acelera el desarrollo de nuevos proyectos.
- Facilita la comunicación y colaboración (Méndez, 2024).
- Optimiza la gestión de recursos y costos.
- Aplicable a diversos sectores y tipos de negocios (Carrero, 2025).

Gracias a la versatilidad de este modelo de negocio, se ha convertido en un estándar en la gestión empresarial moderna, facilitando la creación y evolución de negocios en un entorno altamente competitivo.

Aplicación del BMC en la industria de fabricación de muebles

En el caso de una fábrica de muebles, la utilización del BMC permite:

- Definir claramente segmentos de clientes como hogares, establecimientos hoteleros o de turismo.
- Articular una proposición de valor diferenciada, basada en muebles personalizados, materiales locales, acabados especializados y diseño adaptado al contexto turístico.
- Seleccionar y optimizar canales de ventas pertinentes – venta directa en fábrica, comercio electrónico, alianzas con hoteles /distribuidores locales.
- Identificar recursos clave como maquinaria especializada, personal ebanista, diseño de interiores y materiales regionales.
- Estructurar actividades clave como diseño, producción, acabado, logística y postventa.
- Establecer alianzas estratégicas con proveedores de madera, distribuidores turísticos o ferias especializadas.
- Diseñar fuentes de ingresos y estructura de costos adaptadas al contexto local, la demanda turística y la diferenciación del producto.

De esta forma, el BMC se convierte en la variable central de este estudio, pues sirve de base teórica para el diseño de un Modelo de Gestión de Negocios CANVAS adaptado a la empresa objeto de análisis.

Beneficios del Modelo CANVAS para Negocios de Fabricación de Muebles

El Modelo de Gestión de Negocios CANVAS ofrece múltiples beneficios para la industria de la fabricación de muebles, ayudando a estructurar, visualizar y mejorar el modelo de negocio de manera eficiente. A continuación, se detallan los principales beneficios que este modelo aporta a las empresas muebleras:

- Claridad y estructuración del negocio: Permite presentar de manera sencilla todos los elementos clave de la empresa, facilitando la comprensión del negocio y su operatividad (Escala, 2025).
- Identificación de oportunidades de innovación: El mercado inmobiliario está en constante evolución, con nuevas tendencias en diseño, materiales y funcionalidades.
- Mejora en la gestión de recursos y costos: Al analizar la estructura de costos dentro del modelo CANVAS, las empresas de muebles pueden identificar oportunidades para reducir gastos sin comprometer la calidad.
- Enfoque en el cliente y personalización del producto: El modelo permite definir de manera clara los segmentos de clientes y sus necesidades, lo que facilita la creación de productos personalizados.

- Flexibilidad y adaptabilidad al mercado: El modelo CANVAS es una herramienta flexible que permite a las empresas muebleras adaptarse rápidamente a cambios en el mercado. Pueden modificar su modelo negocio de acuerdo con las tendencias de consumo, cambios en la demanda o innovaciones tecnológicas sin perder de vista la estructura general del negocio.
- Optimización de los canales de distribución: Las empresas de muebles pueden analizar y elegir los canales de distribución más efectivos, como la venta directa en tiendas físicas, el comercio electrónico, alianzas con distribuidores o ferias especializadas.
- Fortalecimiento de relaciones con los clientes: El modelo CANVAS ayuda a definir estrategias para mejorar la relación con los clientes, ya sea a través de atención personalizada, programas de fidelización, servicio postventa o experiencia de compra en tiendas físicas y digitales.
- Atracción de inversionistas y socios estratégicos: Para las empresas de muebles que buscan crecer o expandirse, el modelo CANVAS facilita la presentación de su modelo de negocio ante inversionistas, bancos o socios estratégicos.
- Mejora en la toma de decisiones: El análisis estructurado del modelo CANVAS permite a los empresarios del sector mobiliario tomar decisiones más informadas y estratégicas en áreas como la producción,

la expansión del mercado, la diversificación de productos o la optimización de costos operativos.

- Crecimiento sostenible y competitividad: Gracias a su enfoque integral, el modelo CANVAS ayuda a las empresas de muebles a crecer de manera sostenible y mantenerse competitivas en un mercado en constante cambio.

Aplicaciones en Pymes y Manufactura

La literatura reciente destaca que el BMC ha sido adaptado con éxito en empresas pequeñas y medianas (pymes), así como en el sector manufacturero. Por ejemplo, un estudio cualitativo realizado en pymes manufactureras en Indonesia evidencia que la adopción del BMC permitió transformaciones en segmentos de clientes, canales de distribución e ingresos para enfrentar la “nueva normalidad” tras la pandemia (Bayu Ciputra, 2024). Asimismo, otro estudio en pymes creativas muestra que la aplicación del BMC como estrategia de desarrollo de negocios contribuye a una mejor estructuración y mejora competitiva (Zamzami, s.f.). Por lo tanto, resulta pertinente aplicar el BMC en el contexto de una fábrica de muebles, pues ofrece una base teórica y práctica ya validada para gestionar modelos de negocios adaptables, especialmente bajo entornos dinámicos como los de manufactura, personalización, canales híbridos y demanda turística.

CAPITULO 3

INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA

Antecedentes Diagnósticos

El barrio conocido como “2 de Noviembre” se sitúa en el sector de La Virgen, dentro de la parroquia Tonsupa del cantón Atacames, provincia Esmeraldas, Ecuador. Está frente a una vía principal que forma parte de la Ruta del Spondylus (Troncal del Pacífico E15), la cual sirve de corredor turístico fundamental, conectando con destinos como Atacames, Tonsupa, Sua, Same y Muisne. Esta ubicación privilegiada le otorga fácil accesibilidad y un constante flujo de visitantes, favoreciendo la actividad económica del sector.

Se estima que hace aproximadamente 25 años se originó como asentamiento en terrenos que pertenecían a las Fuerzas Armadas del Ecuador. Posteriormente, fue reconocido oficialmente por el municipio el 2 de noviembre, fecha que le da su nombre. A lo largo de los años, ha experimentado un crecimiento sostenido, consolidándose como un sector con una economía diversificada impulsada principalmente por el turismo y el comercio local.

Hoy en día, el barrio “2 de Noviembre” dispone de diversos negocios que atienden tanto a residentes como visitantes: pequeñas licorerías, tiendas de víveres, restaurantes, farmacias y depósitos de manera y caña, entre otros. La dinámica económica está marcada por la presencia de turistas y residentes que demandan bienes

y servicios de manera constante, generando oportunidades para nuevos emprendimientos.

Dentro de este escenario, la propuesta de establecer la Fábrica de Muebles Paúl Bustos surge como una idea estratégica. La disponibilidad de materia prima, la creciente actividad comercial y el alto flujo de visitantes constituyen factores clave para el desarrollo de este negocio. Además, la implementación del Modelo de Gestión de Negocios CANVAS permitirá estructurar de manera eficiente el emprendimiento, garantizando su sostenibilidad, competitividad y adaptabilidad a las necesidades del mercado local y regional.

Tipos de Investigación

Para el desarrollo de este proyecto se aplican dos tipos de investigación: descriptiva y deductiva, debido a la naturaleza del estudio y al objetivo de diseñar un modelo de negocio para la Fábrica de Muebles Paúl Bustos.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es un tipo de estudio que tiene como objetivo observar, analizar y describir de manera sistemática las características de un fenómeno sin manipular variables (Miñan, 2024). Se enfoca en detallar cómo es y cómo se comporta un objeto de estudio en un momento determinado, proporcionando información detallada sobre sus prioridades, patrones o relaciones sin establecer causas. Este enfoque es ampliamente utilizado en ciencias sociales, educación y

negocios para identificar tendencias, comportamientos y características de una población o situación específica.

Este tipo de investigación es fundamental para el Modelo de Gestión de Negocios CANVAS, ya que permite analizar y detallar con precisión aspectos clave del mercado, como las características de los clientes, tendencias de consumo, preferencias de diseño y materiales, así como la competencia y los canales de distribución. Al proporcionar información clara y estructurada sobre estos factores, este tipo de investigación facilita la toma de decisiones estratégicas en cada uno de los bloques del CANVAS, como la propuesta de valor, los segmentos de clientes y las relaciones con ellos, optimizando la planificación del negocio y aumentando sus posibilidades de éxito en el sector de muebles.

Investigación Deductiva

La investigación deductiva parte de una teoría o premisa general para generar hipótesis específicas y luego contrastarlas con la realidad concretamente estudiada. En este caso, a partir de los conceptos teóricos del modelo CANVAS y los fundamentos de gestión de negocios, se plantean supuestos sobre cómo deberían estructurarse los bloques del modelo para la fábrica de muebles, y estas hipótesis se verifican mediante la recolección de datos empíricos. El razonamiento deductivo permite un enfoque más lógico y sistemático, guiado por la teoría existente, para diseñar un modelo de negocio robusto y coherente. De acuerdo con la guía de razonamiento deductivo, “las investigaciones deductivas comienzan con una teoría o inferencias que el investigador desea examinar ... en un conjunto de datos en concreto” (Atlas.ti, s.f.).

Metodología de Investigación

La presente investigación adopta un fenómeno mixto, combinando tanto el método cualitativo como el cuantitativo, lo que permite un análisis integral del modelo de negocio propuesto para la Fábrica de Muebles Paúl Bustos. Esta metodología es adecuada debido a la necesidad de comprender tanto las percepciones, opiniones y expectativas de los clientes (cualitativo), como de obtener datos medibles sobre el mercado, preferencias de consumo y viabilidad comercial (cuantitativo).

La metodología de investigación es el conjunto de principios, estrategias y técnicas utilizadas para diseñar, ejecutar y analizar un estudio de manera sistemática y rigurosa. Incluye la selección del enfoque (cualitativo, cuantitativo o mixto), el tipo de estudio, los métodos de recolección de datos y las técnicas de análisis, con el propósito de garantizar la validez y fiabilidad de los resultados (Vásquez, 2020). Su aplicación permite obtener conocimientos estructurados y fundamentados en diversos campos del saber.

Método Cualitativo

Es un enfoque de investigación científica que se centra en comprender los fenómenos sociales y humanos a través de la recopilación y análisis de datos no numéricos, como textos, entrevistas, observaciones y grabaciones (Arellano, 2023). Este método permite explorar conceptos, opiniones, comportamientos, emociones y experiencias en sus contextos naturales, proporcionando una comprensión profunda y detallada de los sujetos estudiados. Es ampliamente utilizado en disciplinas como la

antropología, sociología, educación y ciencias de la salud, donde se busca interpretar realidades complejas sin recurrir a la cuantificación de datos.

Este método es útil en el proyecto ya que permite comprender en profundidad las necesidades, preferencias y expectativas de los clientes, así como las tendencias del mercado de muebles. A través de entrevistas, observación y análisis de comportamiento, se puede identificar oportunidades de diferenciación y fortalecer la propuesta de valor del negocio. Además, este enfoque facilita la detección de insights clave sobre la relación con proveedores, estrategias de distribución y percepción de la marca, optimizando cada bloque del CANVAS para una gestión más efectiva y orientada al éxito.

Método Cuantitativo

El método cuantitativo es un enfoque de investigación que se centra en la recopilación y análisis de datos numéricos para describir, explicar, predecir o controlar fenómenos de interés (Etecé, 2025). Utiliza herramientas y técnicas estadísticas para medir variables y analizar patrones, permitiendo obtener resultados objetivos y generalizables. Este método es ampliamente utilizado en ciencias exactas y sociales para probar hipótesis y establecer relaciones causales entre variables.

Este método es aplicable al modelo de gestión de negocios porque permite recopilar datos numéricos que faciliten la toma de decisiones basadas en hechos y cifras, como el análisis de la demanda de productos, el comportamiento de los consumidores y las tendencias del mercado. A través de encuestas, análisis de ventas y estudios estadísticos, se pueden identificar patrones de consumo, segmentar a los

clientes de manera precisa y medir la efectividad de las estrategias comerciales, optimizando los bloques del CANVAS como los canales de distribución, la relación con los clientes y las fuentes de ingresos.

Técnicas e Instrumentos de Investigación

Observación

Es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, comportamientos, eventos, situaciones y otros elementos observables, con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Su aplicación sirve para explorar aspectos difíciles de medir con encuestas u otros instrumentos, especialmente en investigaciones cualitativas y estudios de casos (Solís, 2020).

Esta técnica es valiosa porque permite entender de manera directa los procesos internos de la empresa, como la eficiencia en la producción, el flujo del trabajo y la interacción del equipo con los recursos. Observar el comportamiento de los empleados y cómo se lleva a cabo cada etapa de la fabricación de muebles proporciona información clave para optimizar operaciones, mejorar la estructura de costos y afinar la propuesta de valor. Además, la observación en el entorno de venta y en la interacción con los clientes puede ayudar a identificar puntos de mejora en los canales de distribución y las relaciones con los clientes, ajustando los procesos y la estrategia para aumentar la competitividad y la satisfacción del cliente.

Encuesta

La encuesta es una herramienta de recopilación de información compuesta por un cuestionario con una serie de preguntas relacionadas con el tema que desea investigar. El objetivo es recopilar y analizar datos basados en un perfil estadístico de la población.

Esta técnica de investigación es una herramienta clave en el proyecto ya que permite obtener información cuantificable sobre las tendencias de mercado, los hábitos de compra y las preferencias de los consumidores. A través de este método, es posible validar la propuesta de valor, identificar los nichos de mercado y optimizar la segmentación de clientes (AMQ, 2024).

En este modelo de gestión de negocio se realizará la encuesta de forma digital mediante Google Forms, con 10 preguntas cerradas y de opción múltiple. La encuesta se llevará a cabo en el barrio 2 de noviembre, parroquia Tonsupa, donde según la información brindada por el presidente de este sector, existen 300 hogares habitándolo.

Plan de Muestreo

Para este estudio se consideró inicialmente emplear un muestreo probabilístico, pues esta técnica permite que cada hogar del barrio “2 de Noviembre”, ubicado en el sector La Virgen, cuente con una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado. Con base en la fórmula estadística correspondiente, se determinó un tamaño de muestra representativo para asegurar la validez de los resultados.

No obstante, dada a la realidad práctica del campo de estudio, en la que la disponibilidad y disposición de los habitantes para participar en las encuestas puede variar, se contempla la posibilidad de recurrir a un muestreo por conveniencia. Esto implica seleccionar los hogares o personas que estén accesibles y dispuestas a responder en el momento de la investigación, lo que facilita la recolección de datos, aunque reconoce una limitación en cuanto a la representatividad total de la muestra.

Por esta razón, el proceso de muestreo combinará ambos enfoques: se participará de un muestreo probabilístico para definir el tamaño y estructura de la muestra, pero en la práctica la selección final de participantes podrá ajustarse por conveniencia, garantizando así la viabilidad de la investigación sin dejar de buscar la mayor representatividad posible.

Esta combinación metodológica responde a la conveniencia del investigador y las condiciones del campo, procurando mantener el equilibrio entre rigor estadístico y factibilidad operativa.

Muestreo Probabilístico

El muestreo probabilístico es una técnica estadística en la que cada miembro de una población tiene una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado para formar parte de una muestra.

Se aplicará un muestreo probabilístico, ya que, se pretenden aplicar las encuestas a un número determinado de personas del barrio 2 de noviembre, de la parroquia Tonsupa.

Muestra

La Muestra es un subconjunto representativo de una población, seleccionado para analizar y extraer conclusiones sobre dicha población sin necesidad de examinarla en su totalidad.

Para obtener la muestra utilizamos la población de la parroquia Tonsupa, la cual tiene una población de 13266 habitantes. Según (INEC, 2022). De esta misma parroquia se trabajará sobre la población del barrio 2 de noviembre, el cual cuenta con 300 hogares, esta información fue obtenida por parte del presidente del barrio a encuestar.

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En dónde.

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

Z= Parámetro estadístico del nivel de confianza. (95%=1.96)

e= Error de estimación máximo aceptado. (5%=0,05)

p= Probabilidad de éxito. (50%=0,50)

q= Probabilidad de fracaso. (50%=0,50)

Esta fórmula la usamos para obtener la muestra del proyecto Modelo de Gestión de Negocios en la creación de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos.

Datos para la obtención de la muestra.

$$n = ?$$

$$N = 300$$

$$Z = 95\% = 1,96$$

$$e = 5\% = 0,05$$

$$p = 50\% = 0,50$$

$$q = 50\% = 0,50$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 300}{0,05^2 * (300 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50 * 300}{0,0025 * (299) + 3,8416 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{288}{0,7475 + 0,9604}$$

$$n = \frac{288}{1,7079} = \mathbf{168,70}$$

Indicadores

Una vez obtenida la muestra se realiza encuestas para poder obtener un análisis en el que se estudia la factibilidad del proyecto tanto generalmente como en puntos específicos que abarcará la encuesta y con el estudio de esta se podrá tomar decisiones.

La fórmula de la muestra dio como resultado 169 encuestas a que se deben emplear en el barrio 2 de noviembre.

Presentación de Resultados

La encuesta de 10 preguntas se realizó a 169 personas del barrio 2 de noviembre, de la parroquia Tonsupa, dando los siguientes resultados.

1. ¿Estarías interesado/a en adquirir muebles personalizados o a medida para su hogar o negocio?

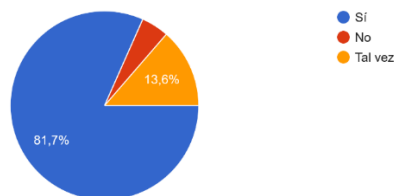
Tabla 3
Pregunta 1 de la encuesta.

Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Sí	81,70%	138
No	4,70%	8
Tal vez	13,60%	23
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 1 de la encuesta.

Figura 3
Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 1.

1. ¿Estaría interesado/a en adquirir muebles personalizados o a medida para su hogar o negocio?
169 respuestas



Análisis de Resultados

Los resultados a esta preguntan muestran que el 81,70% de los encuestados manifestaron estar interesados en adquirir muebles personalizados o a medida, lo cual representa una clara mayoría y evidencia una fuerte demanda por este tipo de productos, especialmente aquellos que se ajustan a las necesidades específicas del cliente tanto en diseño como en funcionalidad. Por otro lado, un 13,60% respondió “Tal vez”, lo cual podría interpretarse como una disposición moderada hacia la compra, que dependería de factores como el precio, la calidad del producto, o su capacidad de optimizar espacios. Finalmente, solo un 4,70% expresó no tener interés en adquirir este tipo de mobiliario, lo que sugiere que la resistencia al producto es mínima y no representa una amenaza significativa para el mercado objetivo. En conjunto, estos datos reflejan un alto potencial de aceptación y crecimiento para los muebles personalizados, posicionándolos como una opción viable y atractiva tanto en el ámbito residencial como comercial.

2. ¿Qué tipo de muebles compra con mayor frecuencia?

Tabla 4
Pregunta 2 de la encuesta.

Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Muebles para el hogar	72,80%	123
Muebles para su negocio	27,20%	46
Total	100,00%	169

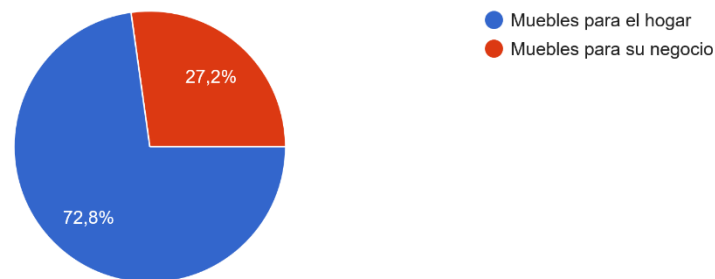
Nota: Resultados de la pregunta 2 de la encuesta.

Figura 4

Grafico estadístico de respuesta de la pregunta 2.

2. ¿Qué tipos de muebles compra con mayor frecuencia?

169 respuestas



Análisis de Resultados

Los resultados de esta pregunta muestran que el 72,80% de los encuestados compra muebles principalmente para el hogar, lo que indica que la mayor demanda se concentra en el ámbito residencial, probablemente por la constante necesidad de renovar y personalizar espacios. En contraste, el 27,20% adquiere muebles para su negocio, un porcentaje menor pero relevante, que señala una oportunidad en el sector comercial. En conjunto, los datos muestran que el mercado doméstico es el principal foco de consumo para el barrio 2 de noviembre, aunque en el segmento empresarial también representa una línea negocio con potencial.

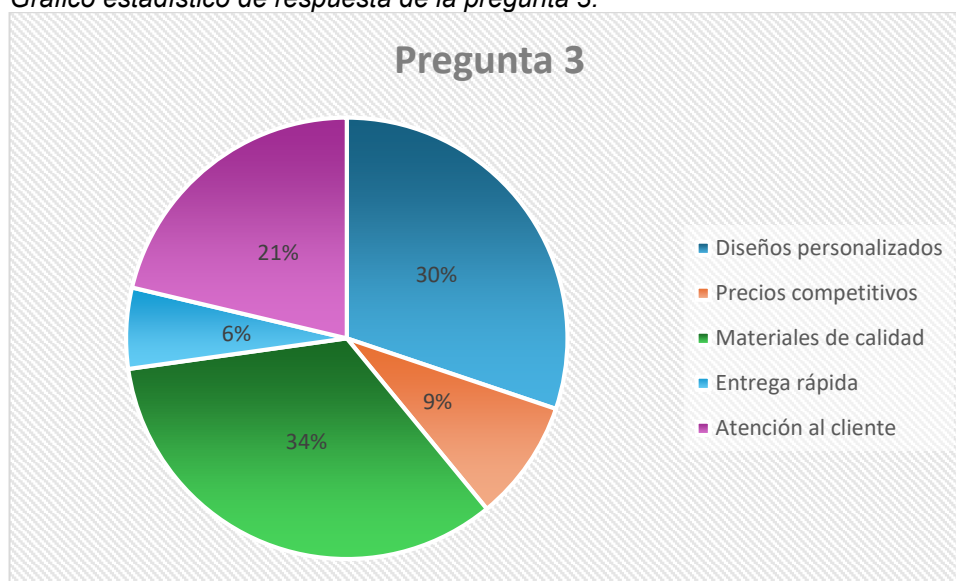
3. ¿Qué valoraría más al momento de elegir una fábrica de muebles?

Tabla 5
Pregunta 3 de la encuesta.

Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Diseños personalizados	30,18%	51
Precios competitivos	8,88%	15
Materiales de calidad	33,72%	57
Entrega rápida	5,92%	10
Atención al cliente	21,30%	36
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 3 de la encuesta.

Figura 5
Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 3.



Análisis de Resultados

Los resultados de esta pregunta muestran que el 33,72% de los encuestados indicó que valoraría más los materiales de calidad al momento de elegir una fábrica de muebles, lo que resalta la importancia que tiene la durabilidad y resistencia en la decisión de compra. Muy cerca, el 30,18% señaló preferir diseños personalizados, lo que confirma un interés significativo por productos únicos y adaptados a sus gustos o

necesidades. La atención al cliente fue destacada por un 21,30%, lo que demuestra que la experiencia durante el proceso de compra también influye de forma importante. En menor medida, el 8,88% valoró más los precios competitivos, y solo un 5,92% priorizó la entrega rápida, lo que indica que el público está dispuesto a invertir más tiempo y dinero si a cambio recibe calidad, diseño y buen servicio. En conjunto, estos resultados sugieren que una fábrica de muebles que combine calidad en los materiales, personalización en los diseños y una atención a la clientela destacada, tendrá una clara ventaja competitiva.

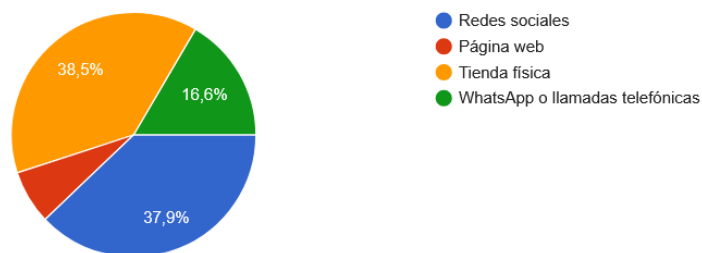
4. ¿Por qué medios le gustaría conocer o contactar a la Fábrica de Muebles Paul Bustos?

Tabla 6
Pregunta 4 de la encuesta.

Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Redes sociales	37,90%	64
Página web	7,00%	12
Tienda física	38,50%	65
WhatsApp o llamadas	16,60%	28
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 4 de la encuesta.

Figura 6
Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 4.



Análisis de Resultados

Los resultados muestran que el 38,50% de los encuestados prefiere contactar a la Fábrica de Muebles Paúl Bustos mediante tienda física, lo que refleja una fuerte inclinación por la atención presencial. Muy cerca, el 37,90% opta por las redes sociales, lo que resalta la importancia de una presencia activa en plataformas digitales. Un 16,60% prefiere medios directos como WhatsApp o llamadas, valorando la comunicación rápida y personalizada. Finalmente, el 7% elegiría la página web, lo que sugiere que, aunque menos frecuente, sigue siendo útil contar con un sitio web funcional. Estos datos respaldan la necesidad de una estrategia multicanal para atender diferentes preferencias del cliente.

5. ¿Qué tipo de atención esperaría de una fábrica de muebles?

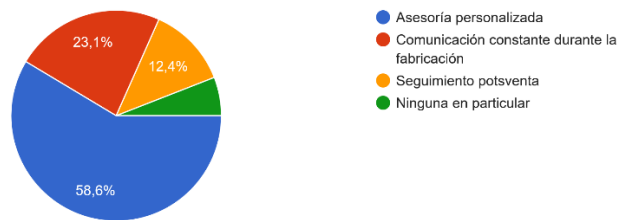
Tabla 7
Pregunta 5 de la encuesta.

Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Asesoría personalizada	58,60%	99
Comunicación constante durante la fabricación	23,10%	39
Seguimiento postventa	12,40%	21
Ninguna en particular	5,90%	10
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 5 de la encuesta.

Figura 7*Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 5.*

5. ¿Qué tipo de atención esperarías de una fábrica de muebles?
169 respuestas

***Análisis de Resultados***

Los resultados revelan que el 58,60% de los encuestados espera recibir asesoría personalizada al momento de adquirir muebles, lo que destaca la importancia de ofrecer orientación directa y especializada según las necesidades del cliente. Un 23,10% valora la comunicación constante durante la fabricación, lo que indica interés en el seguimiento del proceso productivo. Por su parte, un 12,40% considera importante el seguimiento postventa, lo que sugiere que una atención continua tras la entrega también influye en la satisfacción del cliente. Solo un 5,90% no tiene expectativas específicas, lo que refuerza que la mayoría sí valora un servicio de atención integral. En conjunto, estos datos enfatizan la necesidad de un enfoque centrado en el cliente a lo largo del todo el proceso de compra y postventa.

6. ¿Cuál es su presupuesto promedio para la compra de muebles?

Tabla 8

Pregunta 6 de la encuesta.

Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Menos de \$100	13,00%	22
De \$100 a \$300	27,80%	47
De \$300 a \$600	30,20%	51
Más de \$600	29,00%	49
Total	100%	169

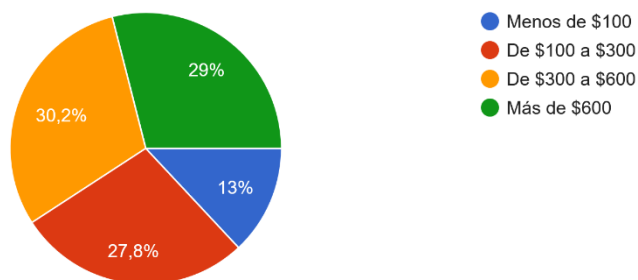
Nota: Resultados de la pregunta 6 de la encuesta.

Figura 8

Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 6.

6. ¿Cuál es su presupuesto promedio para la compra de muebles?

169 respuestas



Análisis de Resultados

Los resultados de la pregunta 5 indica que la mayoría de los encuestados tienen un presupuesto medio – alto para la compra de muebles: el 30% destina entre \$300 a \$600, seguido por el 29% que invierte más de \$600. Un 27,80% dispone entre \$100 a \$300, mientras que solo el 13% gasta menos de \$100. Lo que refiere que existe un mercado favorable para mueble de gama media y alta.

7. ¿Considera importante que los muebles estén hechos con materiales ecológicos o sostenibles?

Tabla 9

Pregunta 7 de la encuesta.

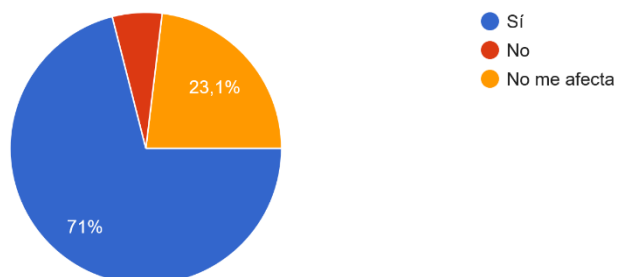
Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Sí	71,00%	120
No	5,90%	39
No me afecta	23,10%	10
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 7 de la encuesta.

Figura 9

Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 7.

7. ¿Considera importante que los muebles estén hechos con materiales ecológicos o sostenibles?
169 respuestas



Análisis de Resultados

Los resultados evidencian que el 71% de los encuestados considera importante el uso de materiales ecológicos o sostenibles en los muebles, lo que refleja una fuerte conciencia ambiental en los consumidores. Un 23,10% señaló que este aspecto no les afecta, mientras que solo el 5,90% respondió que no lo considera importante. Estos resultados reflejan una tendencia positiva hacia prácticas responsables, lo cual

representa una oportunidad para la Fábrica de Muebles Paúl Bustos de incorporar materiales sostenibles en sus productos como valor agregado.

8. ¿Qué tan importante es para usted el tiempo de entrega al momento de solicitar muebles a medida?

Tabla 10
Pregunta 8 de la encuesta.

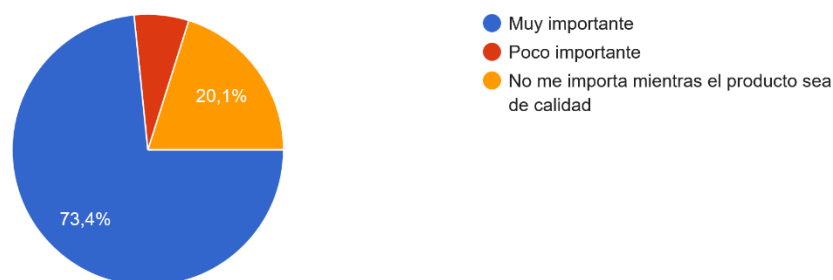
Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Muy importante	73,40%	124
Poco importante	6,50%	11
No me importa mientras el producto sea de calidad	20,10%	34
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 8 de la encuesta.

Figura 10
Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 8.

8. ¿Qué tan importante es para usted el tiempo de entrega al momento de solicitar muebles a medida?

169 respuestas



Análisis de Resultados

Los resultados muestran que el 73,40% de los encuestados considera muy importante el tiempo de entrega, lo que destaca la urgencia como un factor clave al

adquirir muebles a la medida. El 20,10% indicó que no les importa mientras el producto sea de calidad, y solo el 6,50% lo considera poco importante. Esos resultados evidencian que la mayoría de los clientes valoran la puntualidad en la entrega, por lo que es fundamental optimizar los tiempos de fabricación y logística para satisfacer sus expectativas.

9. ¿Cree que la fábrica debería aliarse con diseñadores o arquitectos para ofrecer soluciones más completas?

Tabla 11
Pregunta 9 de la encuesta.

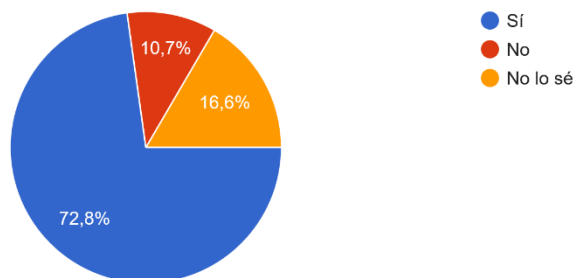
Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Sí	72,78%	123
No	10,65%	18
No lo sé	16,57%	28
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 9 de la encuesta.

Figura 11
Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 9.

9. ¿Cree que la fábrica debería aliarse con diseñadores o arquitectos para ofrecer soluciones más completas?

169 respuestas



Análisis de Resultados

Los resultados muestran que el 72,78% de los encuestados están a favor de alianzas con diseñadores y arquitectos, lo que refleja una alta aceptación hacia propuestas integrales y profesionales. Un 16,57% respondió no lo sé, lo que sugiera cierto desconocimiento o neutralidad, mientras que solo el 10,65% se manifestó en contra. En conjunto, estos resultados indican que establecer alianzas estratégicas podría fortalecer la oferta de la Fábrica de Muebles Paul Bustos y generar mayor valor para sus clientes.

10. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más por muebles de alta calidad y diseño exclusivo?

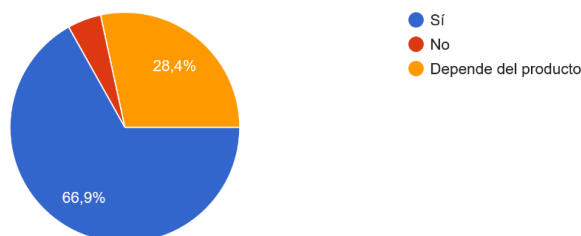
Tabla 12
Pregunta 10 de la encuesta.

Opción	Porcentaje obtenido	Personas
Sí	66,90%	113
No	4,70%	8
Depende del producto	28,40%	48
Total	100%	169

Nota: Resultados de la pregunta 10 de la encuesta.

Figura 12
Gráfico estadístico de respuesta de la pregunta 10.

10. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más por muebles de alta calidad y diseño exclusivo?
169 respuestas



Análisis de Resultados

Los resultados muestran que el 66,90% de los encuestados sí estarían dispuestos a pagar más, lo que refleja una fuerte valoración hacia la calidad y el diseño exclusivo. Un 28,40% señaló que depende del producto, mostrando apertura condicionada según las características del mueble. Solo el 4,70% indicó que no pagaría más, representando una minoría. En general, estos resultados muestran que existen un buen margen para ofrecer muebles diferenciados con mayor valor agregado en el mercado local.

Análisis General de la Encuesta

Tabla 13

Tabla de resumen de encuesta.

Pregunta Nro. 1	Sí	No	Tal vez			Total
¿Estarías interesado/a en adquirir muebles personalizados o a medida para su hogar o negocio?	81,70%	4,70%	13,60%			100%
Pregunta Nro. 2	Muebles para el hogar	Muebles para su negocio				Total
¿Qué tipo de muebles compra con mayor frecuencia?	72,80%	27,20%				100%
Pregunta Nro. 3	Diseños personalizados	Precios competitivos	Materiales de calidad	Entrega rápida	Atención al cliente	Total
¿Qué valoraría más al momento de elegir una fábrica de muebles?	30,18%	8,88%	33,72%	5,92%	21,30%	100%
Pregunta Nro. 4	Redes sociales	Página web	Tienda física	WhatsApp o Llamadas		Total
¿Por qué medios le gustaría conocer o contactar a la Fábrica de Muebles Paúl Bustos?	37,90%	7,00%	38,50%	16,60%		100%
Pregunta Nro. 5	Asesoría personalizada	Comunicación constante durante la fabricación	Seguimiento Postventa	Ninguna en particular		Total
¿Qué tipo de atención esperaría de una fábrica de muebles?	58,60%	23,10%	12,40%	5,90%		100%
Pregunta Nro. 6	Menos de \$100	De \$100 a \$300	De \$300 a \$600	Más de \$600		Total
¿Cuál es su presupuesto promedio para la compra de muebles?	13,00%	27,80%	30,20%	29,00%		100%
Pregunta Nro. 7	Sí	No	No me afecta			Total
¿Considera importante que los muebles estén hechos con materiales ecológicos o sostenibles?	71,00%	5,90%	23,10%			100%
Pregunta Nro. 8	Muy importante	Poco importante	No me importa mientras el producto sea de calidad			Total
¿Qué tan importante es para usted el tiempo de entrega al momento de solicitar muebles a medida?	73,40%	6,50%	20,10%			100%
Pregunta Nro. 9	Sí	No	No lo sé			Total
¿Cree que la fábrica debería aliarse con diseñadores o arquitectos para ofrecer soluciones más completas?	72,78%	10,65%	16,57%			100%
Pregunta Nro. 10	Sí	No	Depende del producto			Total
¿Estaría dispuesto a pagar un poco más por muebles de alta calidad y diseño exclusivo?	66,90%	4,70%	28,40%			100%

El análisis de la encuesta realizada revela una alta aceptación hacia la propuesta de una fábrica de muebles personalizados, especialmente por el interés de los

consumidores en adquirir productos que se ajusten a sus necesidades específicas. Esta tendencia confirma la viabilidad del negocio en un mercado donde la individualización del diseño y la funcionalidad son aspectos altamente valorados por los potenciales clientes.

Asimismo, se identificó que la mayoría de los encuestados en el barrio 2 de noviembre destina su compra de muebles al uso residencial, aunque también existe un segmento enfocado en el ámbito comercial. Entre los factores más considerados al elegir una fábrica, destacan la calidad de los materiales, la personalización del diseño y una buena atención al cliente. Esto sugiere que una propuesta que combine estos elementos podrá posicionarse favorablemente en el mercado.

Por otra parte, se evidenció que los clientes valoran la asesoría especializada durante el proceso de compra, así como una comunicación efectiva y un servicio postventa adecuado. Además, aspectos como el uso de materiales sostenibles, la puntualidad en la entrega y la posibilidad de alianzas con profesionales del diseño son percibidos como atributos positivos que pueden incrementar la confianza y satisfacción del cliente.

Finalmente, se observa una buena disposición del público a invertir en muebles de mayor calidad y diseño exclusivo lo que representa una oportunidad para ofrecer productos diferenciados. En conjunto, los resultados respaldan la creación de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos, orientando sus estrategias hacia la calidad, personalización, sostenibilidad y servicio integral como elementos clave para su desarrollo exitoso.

Antecedentes de la Propuesta

Tonsupa, una de las parroquias más reconocidas del cantón Atacames en la provincia de Esmeraldas, se ha convertido en un destino turístico de alto crecimiento gracias a su playa, clima cálido y el desarrollo constante de infraestructura hotelera. En los últimos años, este entorno ha evidenciado un aumento progresivo en la llegada de turistas nacionales y extranjeros, respaldado por reportes como el feriado del 10 de agosto del 2024, cuando más de 50000 visitantes arribaron a balnearios como Tonsupa, Atacames, Same y Mompiche, con ocupación hotelera que alcanzó hasta el 90% (Cheme, 2024). Asimismo, en el feriado de agosto 2025 se registró un nuevo máximo: 54000 viajes turísticos realizados a la provincia con un gasto de 3 millones y una ocupación hotelera del 65% (Hora, 2025). Estos datos evidencian una tendencia al alza sostenida en la afluencia turística.

En respuesta a este crecimiento, se ha observado también un aumento en la construcción de viviendas vacacionales, condominios y hoteles en la zona. Sin embargo, a pesar de este dinamismo, la oferta de servicios complementarios – como mobiliario personalizado y de calidad para equipamiento residencial y comercial – sigue siendo limitada.

Actualmente, la mayoría de los muebles que se comercializan en Tonsupa proviene de otras ciudades, lo cual genera demoras, sobre precios y poca adaptabilidad a los gustos del cliente. Además, no existe una fábrica local que ofrezca asesoría personalizada, diseño a medida o seguimiento postventa, lo que representa una oportunidad clara de negocio. Sumado a esto, la comunidad cuenta con mano de obra

calificada y personas con experiencia en carpintería que podrían integrarse a una propuesta productiva local.

Frente a esta realidad, surge la propuesta de crear la Fábrica de Muebles Paul Bustos, una iniciativa del Señor Raúl Bustos que busca cubrir esta necesidad del mercado a través de una oferta de muebles personalizados, funcionales y de diseño atractivo, aprovechando los recursos locales y contribuyendo al desarrollo económico de la zona. Esta propuesta será estructurada bajo el Modelo de Gestión de Negocios CANVAS, que permitirá organizar de manera estratégica cada uno de los elementos clave del negocio para garantizar su sostenibilidad y crecimiento.

Justificación

En una zona turística con crecimiento continuo, es esencial promover proyectos que atiendan las nuevas exigencias del mercado local como del visitante. La creación de una fábrica de muebles personalizado no solo representa una oportunidad económica, sino también una alternativa innovadora que apuesta por la calidad, la sostenibilidad y el diseño funcional adaptado a las necesidades del cliente.

Según estudios actuales, una parte importante de los consumidores valoran el diseño personalizado y la sostenibilidad en el mobiliario como criterios decisivos para la compra (Consultancy, 2024). Además, investigaciones en Ecuador muestra que la atención al cliente, la calidad de los materiales y el servicio postventa son factores clave en la satisfacción, fidelización y preferencia de las marcas (Munzón, 2024).

Los resultados obtenidos mediante encuestas locales respaldan esta propuesta: los posibles clientes manifestaron una alta aceptación hacia ofertas que incluyan personalización, materiales de calidad y atención integral. Los encuestados manifestaron su interés en adquirir muebles tanto para fines residenciales como comerciales, lo cual permite proyectar un mercado amplio y diverso.

Asimismo, se identificó que los clientes otorgan gran valor al asesoramiento personalizado, a la comunicación durante todo el proceso de fabricación, y al soporte después de la venta. También se destaca el interés por propuestas sostenibles y responsables con el entorno, lo que representa una ventaja competitiva para la fábrica.

En conjunto, el contexto actual de Tonsupa, sumado a la información obtenida mediante el estudio de mercado, hace factible y necesaria la implementación de la Fábrica de Muebles Paul Bustos. Esta propuesta busca no solo cubrir una necesidad no atendida del sector, sino también generar empleo, fortalecer la economía local y posicionarse como una marca referente en diseño, calidad y atención personalizada.

Objetivos

Objetivo General

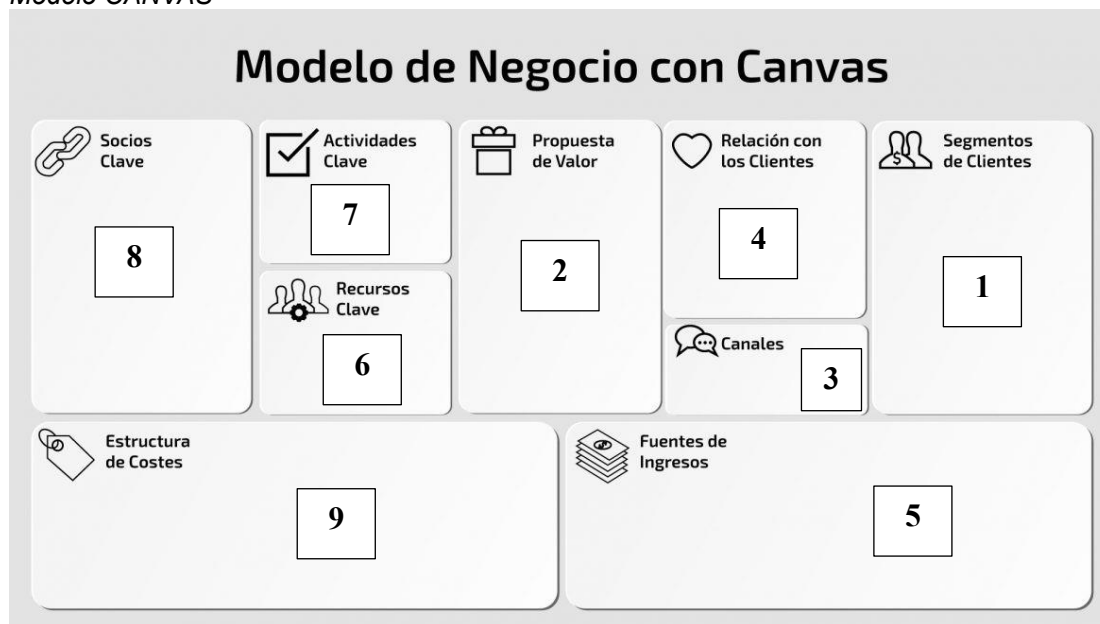
Diseñar un modelo de gestión de negocios CANVAS para la creación de la Fábrica de Muebles Paul Bustos en Tonsupa, que permita el desarrollar una propuesta empresarial viable, personalizada y orientada al mercado local, en un plazo definido acorde al alcance del proyecto.

Objetivos Específicos

- Analizar el mercado objetivo y definir los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución y el tipo de relación con los clientes, utilizando la información recopilada mediante encuestas.
- Identificar las fuentes de ingresos viables, estructurar la propuesta de valor en función de ellas y evaluar su sostenibilidad económica para la fábrica de muebles en el mediano plazo.
- Determinar los recursos clave y las actividades esenciales necesarias para la operación productiva y estratégica del negocio, considerando la conexión entre recursos, actividades y propuesta de valor.
- Definir los socios estratégicos y establecer la estructura de costos, identificando costos fijos y variables vinculados a recursos, actividades y alianzas, para asegurar la viabilidad financiera del modelo.

Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS. Ver Figura 14

Figura 14
Modelo CANVAS



Nota. En la imagen se representa el modelo de gestión empresarial CANVAS y sus pasos. Tomado de (CEUPE, 2022)

1 Segmentos de Clientes

El principal grupo objetivo de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos está formado por adultos entre 25 y 60 años pertenecientes a estratos socioeconómicos medio – alto y alto, que viven en la costa y zonas cercanas a Tonsupa. Este grupo valora especialmente la madera de alta calidad (como teca y guayacán), el diseño exclusivo y un trato personalizado al momento de hacer mobiliario para sus hogares o segundas residencias.

Dentro de los hogares, suelen influir las madres en la selección de estilo y funcionalidad, mientras que los padres frecuentemente efectúan la decisión final de compra. Además, jóvenes profesionales y parejas nuevas constituyen otro segmento

clave, interesados en muebles modernos, funcionales y adaptables a espacios pequeños, sin sacrificar estética.

También se incluye a clientes vinculados al turismo o propietarios de casas vacacionales, quienes buscan muebles duraderos, resistentes al ambiente costero, y a la vez, con diseños distintivos y personalizados.

2 Propuesta de Valor

La propuesta de valor constituye el núcleo del Modelo CANVAS: es la manera en que una empresa satisface de forma única y diferenciada las necesidades de sus clientes, ofreciendo beneficios y soluciones que establecen una justa distinción frente a la competencia (Clavijo, 2024).

A continuación, la propuesta de valor de la fábrica de muebles:

- Muebles personalizados de alta calidad. Ofrecemos diseños a medida que se adaptan al estilo, espacio y preferencias del cliente, utilizando madera noble como guayacán, teca o cenízaro.
- Artesanía local y sostenibilidad. Fabricamos nuestros muebles localmente en Tonsupa, apoyando a artesanos y proveedores de madera regional.
- Durabilidad y valor a largo plazo. Nuestros productos están hechos con materiales seleccionados y técnica artesanal que garantiza resistencia en ambientes costeros y un uso prolongado, minimizando reemplazos y ofreciendo mejor retorno de inversión.

- Diseños únicos y exclusivos. Cada pieza es una obra con personalidad, desde líneas modernas hasta detalles artesanales, ideal para clientes que buscan estética y funcionalidad sin depender de mobiliario masivo.
- Atención personalizada y asesoría de diseño. Ofrecemos consultas con clientes desde el boceto inicial hasta la entrega, con visualizaciones y recomendaciones para optimizar espacio, estilo y materiales.
- Entrega e instalación integral. Garantizamos montaje profesional, instalación segura y servicio postventa que incluye garantía estructural y acabados, así como asistencia ante consultas futuras.
- Conexión emocional y legado. Piezas diseñadas con historia y arraigo local puede convertirse en muebles que transmiten por generaciones, reflejando identidad familiar o cultural.

3 Canales de Distribución

Para llegar efectivamente a los segmentos identificados, los canales serán variados y combinados:

- Contacto directo en taller o showroom local, permitiendo que los clientes vean físicamente los materiales, acabados y puedan interactuar directamente con el diseñador.
- Atención digital vía WhatsApp, redes sociales (Instagram, Facebook) y página web, donde se muestra portafolio, procesos, testimonios, fotos reales y formulario de cotizaciones.

- Entrega e instalación a domicilio: para la zona costera se utilizará equipo propio; para destinos más alejados mediante alianzas con servicios de transporte e instalación profesionales.
- Marketing de referidos: incentivos (descuentos o servicios adicionales) para clientes que recomienden nuevos compradores.
- Campañas digitales segmentadas: anuncios en redes sociales, mostrando proyectos reales, transformaciones de espacios, enfatizando atributos valorados como sostenibilidad, personalización, durabilidad.

4 Relación con el cliente

Desde el primer contacto hasta la entrega final, se implementará una atención cálida y personalizada. Al ingresar a la fábrica o contactarse vía WhatsApp o redes sociales, el cliente recibirá una acogida cálida, cortesía y orientación clara. Se asignará un asesor de ventas que lo guiará en la elección del diseño, materiales y acabados, y estará disponible para resolver dudas y sugerencias durante todo el proceso. Según un estudio reciente, la personalización tiene un impacto profundo en la satisfacción del consumidor, aumentando el compromiso y la retención al sentir que la experiencia es hecha “a medida” (Miguel, 2024).

En caso de entregas a domicilio, se mantendrá un seguimiento riguroso del estado del pedido, informando al cliente mediante WhatsApp o correo electrónico sobre la fecha y hora de entrega. A su vez se asegurará un canal abierto para recibir opiniones, comentarios y satisfacción post entrega. La importancia del servicio postventa en la

fidelización del cliente es bien documentada, ya que fortalece la confianza y promueve compras repetidas (Kelwing, 2025).

Para interacción y atención rápida en línea, se utilizarán canales digitales como Facebook, Instagram y WhatsApp Business. Estos canales facilitaran respuestas rápidas a consultas, exhibición de productos, cotizaciones y recepción de pedidos. La comunicación será bidireccional, promoviendo que los potenciales clientes puedan interactuar y sentirse escuchados. Estudios muestran que experiencias digitales personalizadas mejoran la satisfacción del cliente, especialmente cuando los canales permiten interacción directa y respuestas rápidas (Deloitte.Digital, 2024).

Se implementarán promociones especiales y programadas de fidelización, por ejemplo: “compra 3 muebles, el cuarto con descuento”, combos especiales o descuentos por volumen. Además, clientes frecuentes o recomendaciones podrán acceder a beneficios adicionales, como envío gratuito o descuentos en pedidos posteriores. La personalización y las recompensas están entre las practicas clave que hoy en día distinguen marcas que mantienen alta lealtad entre sus compradores (PWC, 2023).

En cuanto a los métodos de pago, se ofrecerán opciones variadas y seguras: efectivo, transferencia bancaria y plataformas digitales. Esto garantiza comodidad al cliente y facilita el proceso de compra. La facilidad de pago y variedad de opciones es un factor importante en la decisión de compra y satisfacción del cliente (Deflieze, 2025).

5 Fuentes de Ingreso

Las Fuentes de Ingresos son los flujos económicos que una empresa recibe de sus clientes a cambio de productos o servicios. Dentro del Modelo CANVAS, constituye las “arterias financieras” indispensables para asegurar la estabilidad económica del negocio (Traver, 2025)

Aplicando al caso de la Fábrica de Muebles Paul Bustos:

- Venta directa de muebles a consumidores finales. Precio de costo desglosado (insumos, manos de obra, gastos administrativos) más un markup del 30% al 50% para obtener un margen rentable, consistente con prácticas del sector mobiliario local.
- Pedidos personalizados (custom orders). Servicio premium lo cual implica atención altamente personalizada, experiencia única y exclusiva, materiales y acabados superiores y detallados, soporte especializado y asesoría con expertos. Este enfoque justifica el sobreprecio del 25% al 40% sobre los muebles estándar, ya que se aporta valor real y diferenciación: no solo entrega un mueble, sino una experiencia a medida, exclusiva, y completamente alineada con las necesidades del cliente.
- Comisiones por diseño y asesoría. Ingresos adicionales cobrados por servicios de planos, asesoramiento o módulos de diseño.
- Venta al por mayor. Muebles vendidos en grandes cantidades a tiendas, hoteles u oficinas con descuentos del 15% al 25%. Aunque esto reduce

el margen unitario, permite pedidos constantes y mayor volumen de venta (dato soportado por entrevistas a proveedores locales realizadas en el primer trimestre de 2025).

- Instalación y entrega a domicilio. Se cobrará una tarifa adicional por logística, entrega e instalación, ajustada según la ubicación y complejidad del mobiliario, similar a cómo lo hacen las empresas del sector.
- Ventas de accesorios o complementos del hogar. Se incluirán productos adicionales como cojines, lámparas, mesas auxiliares o decoración, que puedan aportar hasta un 20% adicional al ticket de compra.
- Promociones y combos especiales. Estrategias como “3+1” o paquetes de sala + comedor para elevar el ticket promedio y atraer nuevos clientes.
- Servicio postventa y mantenimiento. Se ofrecerán servicios de ensamblaje, reparación de acabados y mantenimiento periódico. Este ingreso recurrente puede fortalecer la relación con el cliente e incrementar fidelidad.
- Alianzas y colaboraciones. Se establecerán acuerdos con diseñadores de interiores, arquitectos y constructores locales, obteniendo comisiones o tarifas por proyectos colaborativos. También se podría explorar licenciar diseños exclusivos o colecciones limitadas.

Según la explicación de la Tabla 14 donde un prototipo de ficha técnica de precios.

Tabla 14

Ejemplo de ficha técnica y precio (simplificada)

FICHA TÉCNICA Y PRECIO (SIMPLIFICADO)	
CONCEPTO	MONTO
Precio de fabricación	\$ 100,00
Mano de obra (30%)	\$ 30,00
Gasto administrativo (10%)	\$ 10,00
Utilidad objetivo (35%)	\$ 38,50
Precio antes de IVA	\$ 178,50
IVA 15%	\$ 26,78
PVP final (usuario)	\$ 205,28

Nota: Ejemplo detallado de ficha técnica de precio.

Con esta estructura, la fábrica podrá:

- Cubrir sus costos y obtener rentabilidad.
- Atraer diferentes segmentos de clientes.
- Diversificar fuentes de ingresos.
- Promover crecimiento sostenible y escalable.

6 Recursos Clave

Los recursos claves son aquellos activos esenciales que una empresa requiere para crear, entregar y mantener su propuesta de valor, así como para alcanzar sus clientes, sostener relaciones con ellos y generar ingresos. Estos recursos pueden ser tanto tangibles como intangibles, y, según su naturaleza, incluyen aspectos físicos, intelectuales, humanos financieros e incluso relacionales. Pueden ser propiedad de la empresa, arrendados o provistos por socios estratégicos (Moyo, 2022).

Inversión Inicial

Corresponde al capital que se requiere para iniciar las operaciones de la Fábrica de Muebles Paul Bustos. Esta inversión permite adquirir recursos fundamentales para la producción de muebles, así como el funcionamiento administrativo del negocio.

Activos Fijos

Son los bienes tangibles necesarios para el funcionamiento continuo de la fábrica. Incluyen maquinaria de carpintería, herramientas eléctricas, mobiliario, equipo de seguridad y mobiliario de oficina. Estos activos son indispensables para elaborar productos de calidad, brindar atención al cliente y mantener un entorno laboral seguro y funcional. **Ver tabla 15.**

Tabla 15
Equipamiento de la fábrica de muebles.

Equipamiento / Seguridad	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Sierra circular de banco	Marca Truper, motor 1800W, para cortes de tableros.	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Cepillo eléctrico	Para alisar superficies de madera.	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Taladro de columna	Fijo, para perforaciones de precisión.	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Lijadora orbital	Para acabados finos.	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Compresor de aire	Para pistola de pintura.	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Pistola de pintura	Para aplicación de acabados.	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Extintores	Tipo ABC 10lbs.	2	\$ 38,00	\$ 76,00
Kit de primeros auxilios	Caja equipada con insumos médicos básicos.	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Total				\$ 2.381,00

Nota. La tabla muestra el equipamiento esencial de producción y seguridad para la fábrica.

Equipo tecnológico y de oficina

Son herramientas administrativas que permiten la gestión de inventario, facturación, atención al cliente y comunicación. Incluye computadoras, impresoras, software de diseño asistido (CAD = diseño asistido por computadora) y conexión a internet. **Ver Tabla 16.**

Tabla 16
Equipo tecnológico.

Nombre	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadora de escritorio	Procesador i5, 8GB RAM, SSD 256 GB.	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Impresora multifuncional.	Impresión, escaneo y copiado.	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Software CAD básico	Diseño 3D para planos de muebles.	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Router de internet	Red inalámbrica interna.	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Escritorio y silla	Para oficina administrativa.	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total				\$ 1.305,00

Nota. El equipo tecnológico facilitará las operaciones administrativas y de diseño de muebles.

Mobiliario y herramientas auxiliares

Se requiere también mobiliario interno para almacenamiento de materia prima, productos terminados, herramientas y equipos. Además, herramientas manuales para carpintería (destornilladores, sierras de mano, prensa, martillo, etc.) complementan la operación diaria.

Permisos y requisitos de funcionamiento

Son los documentos legales y permisos exigidos por las entidades públicas para operar de forma regular y segura. Estos requisitos garantizan el cumplimiento de las normas tributarias, sanitarias, laborales y municipales. **Ver tabla 17.**

Tabla 17

Permisos y requisitos de funcionamiento para la Fábrica de Muebles Paul Bustos.

Nombre	Descripción	Requisitos	Precio
RUC	Registro Único del Contribuyente.	Cédula, papeleta de votación, planilla de servicio básico.	\$ -
Patente Municipal	Permiso del GAD de Atacames.	Copias de documentos, formulario municipal.	\$ 250,00
Permiso de Bomberos	Certifica cumplimiento de normas contra incendios.	Solicitud y visita técnica.	\$ 50,00
Clave patronal	Habilita la contratación legal de empleados.	Solicitud presencial en el IESS.	\$ -
Total			\$300,00

Nota. La tabla presenta los permisos requeridos para la apertura de la fábrica.

Recursos de soporte

Son insumos necesarios para mantener el orden, la limpieza y el funcionamiento administrativo de la empresa. Estos deben reponerse periódicamente y permiten operar en condiciones óptimas. **Ver Tabla 18 y 19.**

Tabla 18

Material de limpieza para la fábrica.

Material	Cantidad	Precio Unitario	Precio total mensual
Escobas	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Trapeadores	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Baldes	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Detergentes	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Desinfectante	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Cloro	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Paños de limpieza	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Total			\$ 52,00

Nota. Estos materiales permitirán mantener un entorno de trabajo limpio y seguro.

Los materiales que se utilizarán para generar los ingresos en la Fábrica de Muebles:

Tabla 19

Material de oficina para la fábrica.

Material	Cantidad	Precio Unitario	Precio total mensual
Resma de papel	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Esferográficos	4	\$ 0,30	\$ 1,20
Cuadernos	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Carpetas	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Total			\$ 10,70

Nota. Estos insumos apoyan la gestión administrativa de la empresa.

Servicios básicos y arriendo

Son servicios esenciales para la operación diaria de la fábrica: energía eléctrica, agua, internet y telefonía, además del alquiler del local de operación. **Ver Tabla 20 y 21.**

Tabla 20

Servicios básicos del proyecto.

Servicio	Pago mensual	Pago anual
Energía eléctrica	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua potable	\$ 35,00	\$ 420,00
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	\$ 10,00	\$ 120,00
Total		\$ 1.980,00

Nota. Estos gastos fijos aseguran la continuidad de las operaciones productivas y administrativas.

Tabla 21

Arriendo del local.

Descripción	Pago mensual	Pago anual
Arriendo de local industrial	\$ 80,00	\$ 960,00
Total		\$ 960,00

Nota. Estos gastos fijos aseguran la continuidad de las operaciones productivas y administrativas.

Capital humano

Corresponde al personal que desarrollará las actividades dentro de la empresa.

Se contempla tanto el personal operativo (producción) como el administrativo. Ver **Tablas 22, 23 y 24.**

Tabla 22

Sueldos para empleados del proyecto.

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	IESS Empleado 9,45%	IESS Empleador 11,15%	Total anual
Jefe de producción	\$ 570,00	\$ 6.840,00	\$ 646,38	\$ 762,66	\$ 8.249,04
Carpintero especializado	\$ 520,00	\$ 6.240,00	\$ 589,68	\$ 695,76	\$ 7.525,44
Ayudante general	\$ 470,00	\$ 5.640,00	\$ 532,98	\$ 628,86	\$ 6.801,84
Secretaria administrativa	\$ 480,00	\$ 5.760,00	\$ 544,32	\$ 642,24	\$ 6.946,56
Conductor / repartidor medio tiempo	\$ 235,00	\$ 2.820,00	\$ 266,49	\$ 314,43	\$ 3.400,92
Total					\$ 32.923,80

Nota. Esta tabla detalla los sueldos de los empleados, el IESS del empleado y empleador.

Tabla 23

Décimos tercer y cuarto sueldo.

Cargo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Total Décimos
	\$	\$	
Todos los empleados	2.275,00	2.115,00	\$ 4.390,00

Nota. Esta tabla detalla los décimos tercer y cuarto sueldo.

Tabla 24

Resumen total de sueldos

Concepto	Valor
Sueldos + beneficios legales	\$ 32.923,80
Décimos anuales	\$ 4.390,00
TOTAL ANUAL	\$ 37.313,80

Nota. El capital humano incluye todos los beneficios de ley requeridos para cumplir con el IESS y la legislación laboral vigente.

Total de inversión

Se calcula la suma total del capital necesario para la puesta en marcha de la empresa, considerando tanto los activos fijos como el capital de trabajo. Este valor representa la base para definir la forma de financiamiento. **Ver Tabla 25.**

Tabla 25

Total de inversión para la fábrica.

Categoría	Monto anual
Equipamiento productivo	\$ 2.381,00
Equipos tecnológicos y mobiliarios de oficina	\$ 1.305,00
Permisos y trámites legales	\$ 300,00
Material de limpieza y oficina	\$ 752,40
Servicios básicos	\$ 1.980,00
Arriendo del local	\$ 960,00
Sueldos y beneficios legales	\$ 37.313,80
Total inversión anual estimada	\$ 44.992,20

Nota. La tabla resume la inversión necesaria para operar el primer año del proyecto.

Depreciación de activos

Los activos fijos se deprecian anualmente, considerando su vida útil. Para la fábrica, se aplica una tasa del 10% para maquinaria y muebles, y del 33,33% para tecnología. **Ver Tabla 26.**

Tabla 26

Depreciación de activos.

Categoría	Monto	Tasa	Depreciación anual
Equipos de carpintería y seguridad	\$ 2.381,00	10%	\$ 238,10
Equipos tecnológicos	\$ 1.305,00	33,33%	\$ 434,98
Mobiliario	incluido en equipo tecnológico	10%	-
TOTAL			\$ 673,08

Nota. La depreciación permite proyectar el desgaste anual de los activos para efectos contables y financieros.

Amortización del préstamo

Para cubrir una parte de la inversión, se proyecta un financiamiento externo a través de un préstamo bancario con condiciones similares a las del ejemplo: monto \$20000, tasa de interés del 14%, a 5 años plazo. **Ver Tabla 27.**

Tabla 27

Tabla de amortización.

Periodo	Pago Total		Interés		Capital		Saldo
0							\$ 20.000,00
1	\$	5.825,67	\$	2.800,00	\$	3.025,67	\$ 16.974,33
2	\$	5.825,67	\$	2.376,41	\$	3.449,26	\$ 13.525,07
3	\$	5.825,67	\$	1.893,51	\$	3.932,16	\$ 9.592,91
4	\$	5.825,67	\$	1.343,00	\$	4.482,67	\$ 5.110,24
5	\$	5.825,67	\$	715,43	\$	5.110,24	-
TOTAL INTERÉS			\$	9.128,35			

Nota. El cálculo considera cuotas constantes y amortización anual del préstamo.

Estructura de capital

Se definirá la proporción entre capital propio y capital financiero para sustentar el proyecto. **Ver Tabla 28.**

Tabla 28

Estructura de capital.

Fuente	Valor (USD)	Porcentaje (%)	Costo de Capital (%)	Tasa de Descuento (%)
Capital Propio	\$ 24.992,20	55,39%	10%	5,54%
Capital Financiero (Préstamo)	\$ 20.000,00	44,61%	14%	6,25%
TOTAL INTERÉS	\$ 44.992,20	100,00%	11,79% (TMAR)	

Nota. El capital propio incluye ahorro personal o inversión familiar; el capital financiado proviene de préstamo bancario.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La TMAR, también denominada hurdle rate, representa el rendimiento mínimo que un proyecto debe alcanzar para ser considerado viable. Esta tasa se fundamenta en

el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC), que refleja el costo promedio del financiamiento (propio y ajeno), ponderado según proporciones específicas del capital utilizado (Hargrave, 2025).

La fórmula empleada para calcular es:

$$WACC = \left(\frac{E}{V} \times R_e \right) + \left(\frac{D}{V} \times R_d \times (1 - T_c) \right)$$

Donde:

- E/V: proporción del capital propio.
- Re: costo del capital propio.
- D/V: proporción de deuda.
- Rd: costo de la deuda.
- Tc: tasa del impuesto corporativo.

Aplicando los datos del proyecto:

- Capital propio (55,39%) con costo del 10%.
- Deuda (44,61%) con costo del 14%.

El cálculo resulta:

$$WACC = 0,5539 \times 0,10 + 0,4461 \times 0,14 = 11,79\%$$

Esta cifra corresponde a la TMAR, es decir, el rendimiento mínimo aceptable para cubrir el costo financiero de proyecto.

Asimismo, se ha establecido una meta de rentabilidad el 12%, ligeramente superior a la TMAR estimada, como medida prudencial para compensar riesgos adicionales y asegurar que el proyecto supere el costo de capital.

7 Actividades Clave

Las actividades clave para la Fábrica de Muebles Paul Bustos estarán centradas en tres pilares fundamentales: diseño y fabricación artesanal, control de calidad y logística y servicio al cliente.

Diseño y fabricación de muebles (producción)

La actividad principal consiste en transformar materia prima – como madera, herrajes y acabados - en productos finalizados con valor agregado, diseñados por gustos locales y exigencias de calidad. Esto incluye:

- Diseño personalizado adaptado a preferencias del cliente (tamaño, estilo, funcionalidad).
- Elaboración artesanal con maquinaria (sierras, cepillos, lijadoras) y técnicas manuales tradicionales.
- Aplicación de acabados (barniz, pintura, barnizado ecológico) que realzan calidad y durabilidad.

Se evaluarán indicadores como:

- Volumen de producción mensual.
- Tasa de rechazo por defectos.
- Costos directos de manufactura por unidad.

- Plazos promedios de entrega desde pedido hasta despacho.

Gestión de calidad

Asegurar la calidad en cada etapa es esencial para posicionarse como referencia en la zona. Las tareas clave son:

- Inspección de materias primas a la entrada (madera, herrajes, textiles).
- Control del proceso durante la fabricación (alineación, ensamblaje, fijaciones).
- Revisión final de cada pieza antes del embalaje (acabado, estabilidad, estética).
- Feedback sistemático del cliente para mejoras continua y servicio postventa.

Logística, comercialización y servicio al cliente

Para cerrar el ciclo de valor y garantizar satisfacción, se realizarán:

- Gestión de pedidos vía showroom o canales digitales (WhatsApp, redes sociales).
- Coordinación de entregas y montaje en sitios de Tonsupa y sus alrededores.
- Comunicación constante con clientes: toma de medidas, cotizaciones, seguimiento del pedido.
- Servicio postventa: garantía, mantenimiento menor, asesoramiento sobre uso y cuidado del mueble.

Los indicadores aquí incluyen:

- Tiempo promedio entre pedido y entrega.
- Nivel de satisfacción del cliente (encuestas o retroalimentación directa).
- Porcentaje de devoluciones o reparación postventa.
- Frecuencia de compras recurrentes o referidos.

8 Socios Clave

Para la Fábrica de Muebles Paul Bustos (Tonsupa), los socios clave se agrupan en cuatro categorías principales que detallamos en la siguiente tabla:

Tabla 29

Formato sintético de socios clave para el modelo CANVAS.

CATEGORÍAS	SOCIO CLAVE	RELACIÓN	CONTRIBUCIÓN / ACTIVIDAD
Proveedores especializados de materia prima.	Proveedor de madera certificada.	Pedido mínimo mensual, crédito.	Suministra materia prima sostenible de alta calidad.
	Proveedor de herrajes y acabados.	Contrato de terminación.	Aporta insumos para refinado y ensamblaje.
Alianzas técnicas y de diseño.	Estudio de diseño / arquitecto.	Servicios freelance.	Diseños personalizados según pedidos de clientes.
Socios logísticos y de distribución.	Empresa de transporte y montaje.	Contrato logístico.	Entrega y montaje de muebles en Tonsupa y sus alrededores.
Colaboraciones comerciales y promoción.	Tiendas de decoración / constructores.	Referidos o exposición.	Aumentan canales de promoción y ventas.
	Instituciones públicas o incubadoras.	Programas de apoyo.	Formación, promoción y posible financiamiento.

Nota. La tabla contiene ejemplo de posibles socios clave que podría tener la Fábrica de Muebles Paul Bustos.

Los socios clave de la fábrica permiten asegurar calidad, optimizar costes, ofrecer diseños únicos y garantizar entrega eficiente, fortaleciendo la propuesta de valor y la operación diaria del negocio en Tonsupa.

9 Estructura de Costos

La Estructura de Costos identifica con claridad todos los gastos necesarios para poner en marcha y operar la Fábrica de Muebles Paul Bustos en Tonsupa. Permitirá controlar mejor las inversiones, optimizar la gestión financiera y asegurar la rentabilidad.

Costos Fijos / Estructura Inicial

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes independientemente del nivel de producción o actividad del negocio. Incluyen gastos estructurales como alquiler, servicios básicos, salarios fijos y depreciación de activos, los cuales son necesarios para mantener el funcionamiento del proyecto (Hayes, 2025). **Ver Tabla 30.**

Tabla 30
Costos iniciales y fijos.

CATEGORÍA	DETALLE	MONTO ANUAL (USD)
Activos fijos (producción y seguridad).	Maquinaria, herramientas, equipos de seguridad.	\$ 2.381,00
Equipamiento tecnológico y oficina.	Computadora, impresora, software CAD, mobiliario administrativo.	\$ 1.305,00
Permisos y trámites legales.	Incluye registro ARCSA y otros documentos.	\$ 300,00
Servicios básicos (electricidad, agua, internet, teléfono).	Mensual x 12 meses.	\$ 1.980,00
Arriendo del local industrial.	Mensual x 12 meses.	\$ 960,00
Sueldos y beneficios (incl. IESS, décimos).	Capital humano completo.	\$ 37.313,80
TOTAL COSTOS FIJOS		\$ 44.239,80

Nota. La tabla contiene el detalle de los costos iniciales y fijos.

Costos Variables y Operativos

Los costos variables combinan en proporción directa con el nivel de producción o actividad. Se relacionan con insumos y gastos que fluctúan según la producción o consumo, como materiales, suministros o comisiones (INDEED, 2025). **Ver Tabla 31.**

Tabla 31
Costos variables operativos.

TIPO DE COSTO	DESCRIPCIÓN	MONTO ANUAL (USD)	
Insumos limpiezas	Materiales de limpieza (mes x 12)	\$	624,00
Insumos de oficina	Papelería y útiles administrativos	\$	128,40
TOTAL VARIABLES		\$	752,40

Nota. La tabla contiene el detalle de los costos variables.

Costos Financieros y Depreciación

Incluso si no varían directamente con la producción, los costos financieros como la amortización de préstamos y la depreciación son fundamentales para medir la salud financiera del proyecto.

Depreciación representa el desgaste anual de los activos fijos, como maquinaria 10% y tecnología 33%.

Amortización del préstamo: pagos anuales que incluyen capital e interés.

Tabla 32
Costos Financieros y Depreciación

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	MONTO ANUAL (USD)	
Depreciación de activos	Maquinaria (10%) y tecnología (33,33%)	\$	673,08
Amortización de préstamo	Pago anual (capital + interés)	\$	5.825,67
TOTAL FINANCIEROS		\$	6.498,75

Nota. La tabla contiene el detalle de los costos financieros y depreciación.

Resumen Total Anual de Costos del Proyecto

Tabla 33

Resumen Total Anual de Costos del Proyecto

TIPO DE COSTOS	MONTO ANUAL (USD)
Costos fijos	\$ 44.239,80
Costos variables	\$ 752,40
Costos financieros	\$ 6.498,75
TOTAL ANUAL	\$ 51.490,95

Nota. La tabla contiene el resumen de los costos del proyecto.

Este análisis de la estructura de costos no solo valida la viabilidad económica del proyecto, sino que también establece una base sólida para la gestión estratégica del modelo de negocio. Una estructura de costos bien definida permite optimizar la rentabilidad, ajustar precios de forma realista y tomar decisiones informadas sobre alianzas, eficiencia operativa o escalabilidad. Además, revisarla periódicamente garantiza la sostenibilidad y adaptación continua del negocio a las condiciones del mercado.

CAPITULO 5

Conclusiones

- El modelo desarrollado evidencia una comprensión profunda de los diferentes tipos de clientes, desde residentes locales exigentes hasta jóvenes profesionales y propietarios de casas de descanso. Esto se traduce en una propuesta de valor única como diseños personalizados, artesanía regional y asesoría cercana; combinada con canales de atención modernos que garantizan una experiencia cálida, eficiente y memorable.
- La estrategia de ingresos implementada se basa en una combinación sólida de ventas directas, pedidos personalizados, servicios complementarios, y alianzas comerciales, lo que fortalece la estabilidad económica del negocio. Esta diversidad de fuentes permite una adaptación flexible al mercado, promoviendo la sustentabilidad y expansión a largo plazo.
- El funcionamiento operativo, apoyado en recursos tangibles como maquinaria, tecnología y personal especializado, junto con actividades clave como diseño artesanal, control de calidad, logística y servicios postventa, conforma una estructura eficiente y coherente. Todo ello contribuye a mantener altos estándares de calidad y una respuesta efectiva a las expectativas del cliente.

- La construcción de alianzas con proveedores, diseñadores, servicios logísticos y canales de difusión, junto a una definición clara de costos operativos, consolidan una base estratégica robusta. Esta estructura facilita la toma de decisiones acertadas desde una perspectiva financiera y permite asegurar la viabilidad y crecimiento sostenido del proyecto.

Recomendaciones

- Fortalecer y personalizar aún más la experiencia del cliente mediante el desarrollo de herramientas digitales interactivas que permitan visualizar diseños personalizados en tiempo real. Esto amplía la cercanía y la sensación de control del cliente, enriqueciendo la compra y diferenciándose en el mercado.
- Incentivar la fidelidad y el boca a boca implementando programas de lealtad y referidos, con beneficios exclusivos para clientes recurrentes y quienes recomienden nuevos compradores. Esto no solo mejora la retención, sino que impulsa el crecimiento orgánico del negocio.
- Expandir la red de negocios aliándose estratégicamente con diseñadores de interiores, arquitectos y decoradores. Estas colaboraciones permitirán llegar a nuevos mercados, elevar la reputación profesional y atraer clientes que valoran el diseño sofisticado.
- Potenciar la presencia digital desarrollando un sitio web intuitivo y atractivo que muestre todo el proceso de diseño personalizado, el

portafolio y casos reales. Incluir guías visuales o videos del proceso lo que demuestra confianza, profesionalismo y facilita el contacto con futuros clientes.

Referencias

- 365, M. D. (2025). *¿Qué es el autoservicio de cliente?* Obtenido de Microsoft Dynamics 365: <https://www.microsoft.com/es-es/dynamics-365/resources/customer-self-service?>
- Ambiente, M. d. (2012). *Estrategia Nacional de Cambio Climático en Ecuador 2012-2025*. Obtenido de Ministerio del Ambiente: <https://faolex.fao.org/docs/pdf/ecu140074.pdf>
- AMQ. (2024). *Encuestas en investigación de mercados*. Obtenido de Agencia de Investigación de Mercados en Querétaro: <https://investigaciondemercadosqueretaro.com/blog/investigacion-de-mercado/encuestas-en-investigacion-de-mercados/>
- Arellano, F. (2023). *Investigación Cualitativa*. Obtenido de Enciclopladia Significados: <https://www.significados.com/investigacion-cualitativa//>
- Atlas.ti. (s.f.). *Guía definitiva de la investigación cualitativa - Parte 2: Tratamiento de datos cualitativos* . Obtenido de Atlas.ti: https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-2/razonamiento-deductivo?utm_
- Barcelona, E. B. (31 de agosto de 2023). *Tipos de sistemas de producción industrial y sus características*. Obtenido de EAE Business School Barcelona:

<https://retos-operaciones-logistica.eae.es/tipos-de-sistemas-de-produccion-industrial-y-sus-caracteristicas/>

Bayu Ciputra, B. W. (junio de 2024). *Transformación y sostenibilidad: el modelo de negocio de Canvas en las pymes en la nueva normalidad*. Obtenido de ResearchGate:

https://www.researchgate.net/publication/385564133_Transformation_and_Sustainability_The_Canvas_Business_Model_in_SMEs_in_The_New_Normal

Bennett, T. (02 de mayo de 2024). *Markup: Definición, ejemplos y cómo calcularlo*. Obtenido de Priceva: <https://priceva.com/es/blog/markup>

Businesstup. (2025). *Estructura de costos: lienzo del modelo de negocio*. Obtenido de Businesstup: <https://businesstup.com/estructura-de-costos-lienzo-del-modelo-de-negocio/>

Bustos, R. (2025). *Fábrica de Muebles Paúl Bustos*. (P. I. Cifuentes, Entrevistador)

CaosyCiencia. (2024). *Investigación Exploratoria o Explorativa: Definición y Características*. Obtenido de Caos y Ciencia: <https://www.caosyciencia.com/investigacion-exploratoria-explorativa/>

Carrero, E. (2025). *Modelo Canvas: Estrategia Clave para Potenciar tu Negocio*. Obtenido de TODOSOBRETESIS: https://todosobretesis.com/modelo-canvas-estrategia-clave-para-potenciar-negocios/?utm_source

Cartón, G. (2024). *Modelo de negocios CANVAS Historia del emprendimiento Herramienta de estrategia*. Obtenido de Schulze School of Entrepreneurship:

https://eiexchange.com/content/the-story-behind-the-business-model-canvas?utm_

CEUPE. (12 de Diciembre de 2022). *Cómo hacer un modelo de negocios CANVAS?*

Obtenido de European Business Scholl: <https://www.ceupe.do/blog/como-hacer-un-modelo-de-negocios-canvas.html>

Chase, R. A. (2006). *Administración de operaciones: Producción y cadena de suministros 11 ed.* McGraw-Hill.

Cheme, L. (11 de agosto de 2024). *Unos 50000 turistas llegaron a Esmeraldas durante el feriado.* Obtenido de Expreso:

https://www.expreso.ec/provincias/50-000-turistas-llegaron-esmeraldas-feriado-209812.html?utm_source

Chiavenato, I. (2011). *Gestión del Talento Humano 8a ed.* Mc.Graw-Hill.

Clavijo, C. (11 de Abril de 2024). *Qué es un Modelo Canvasy cómo aplicarlo (+ejemplos).* Obtenido de HubSpot: https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas?utm_source

Consultancy, F. I. (2024). *Análisis de tendencias del mercado de muebles por productos, por materiales, por categoría, por Usuario final y región: pronostico global hasta 2030.* Obtenido de For Insights Consultancy: <https://www.forinsightsconsultancy.com/es/furniture-market#>

CoVince. (2024). *¿Cuáles son los Recursos Clave en un Lienzo de Modelo de Negocio (BMC)?* Obtenido de CoVince:

[https://covince.com/insights/CoVince/es/WhataretheKeyResourcesinaBusinessModelCanvas\(BMC\)/825802ac-21b0-4111-896c-b25b73d0fd09?](https://covince.com/insights/CoVince/es/WhataretheKeyResourcesinaBusinessModelCanvas(BMC)/825802ac-21b0-4111-896c-b25b73d0fd09?)

Deflieze, M. (7 de julio de 2025). *35 estadísticas de experiencia del cliente para conocer para 2025*. Obtenido de Zendesk :

<https://www.zendesk.com/blog/customer-experience-statistics/?>

Deloitte.Digital. (18 de octubre de 2024). *Las claver de una exitosa estrategia de personalización de la experiencia del cliente*. Obtenido de Deloitte.Digital:
<https://www.deloittedigital.com/us/en/insights/research/customer-experience-personalization-strategy.html?>

Ecuador, M. d. (2023). *Estadísticas de turismo interno y receptivo 2022-2023*.

Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec>

EDIMCA. (9 de junio de 2025). *Alianzas y Certificaciones*. Obtenido de EDIMCA:
<https://edimca.com.ec/wp/alianzas-y-certificaciones-2/>

Emprendimiento.ec. (2024). *Estructura de costos*. Obtenido de Emprendimiento.ec:
<https://emprendimiento.ec/business-model-canvas/estructura-de-costos/?>

Emprendimiento.ec. (2025). *Recursos Clave*. Obtenido de Emprendimiento.ec:
<https://emprendimiento.ec/business-model-canvas/recursos-clave/?>

Escala. (2025). *Modelo Canvas: qué es, pasos, beneficios y ejemplos*. Obtenido de Escala Blog: https://escala.com/modelo-canvas-formato-beneficios-ejemplos/?utm_source

- Esmeraldas, P. d. (2025). *Prefectura de Esmeraldas contribuye al desarrollo sostenible de la provincia verde*. Obtenido de Prefectura de Esmeraldas: https://prefecturadeesmeraldas.gob.ec/index.php/2021/02/10/prefectura-de-esmeraldas-contribuye-al-desarrollo-sostenible-de-la-provincia-verde/?utm_
- Etecé, E. (20 de Mayo de 2025). *Investigación cuantitativa*. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/investigacion-cuantitativa/>
- FasterCapital. (22 de abril de 2025). *Identificación de recursos clave en el lienzo del modelo de negocio*. Obtenido de FasterCapital: <https://fastercapital.com/es/contenido/Identificacion-de-recursos-clave-en-el-lienzo-del-modelo-de-negocio.html?>
- Futuro, R. C. (2025). *El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional*. Obtenido de Revista Científica Visión de Futuro: <https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/65?>
- GoRaymi. (2023). *Tonsupa, Esmeraldas: Un destino turístico de playas y naturaleza*. Obtenido de GoRaymi: <https://www.goraymi.com/es-ec/esmeraldas/atacames/rurales/tonsupa-a38735e61>
- Groover, M. (2007). *Fundamentos de manufactura moderna 3 ed.* Pearson Educación.

Hammond, M. (03 de junio de 2025). *Atención personalizada: guía completa para implementarla con éxito*. Obtenido de HubStop:

<https://blog.hubspot.es/service/atencion-personalizada-clientes?>

Hargrave, M. (17 de agosto de 2025). *Comprensión WACC: Definición, Fórmula y Cálculo Explicado*. Obtenido de Investopedia:

<https://www.investopedia.com/terms/w/wacc.asp?>

Hayes, A. (22 de mayo de 2025). *Costo fijo: Qué es y cómo se utiliza en los negocios*.

Obtenido de Investopedia:

<https://www.investopedia.com/terms/f/fixedcost.asp>

Hora, L. (15 de agosto de 2025). *54000 turistas visitaron Esmeraldas este feriado del 10 de agosto*. Obtenido de La Hora:

https://www.lahora.com.ec/esmeraldas/54.000-turistas-visitaron-Esmeraldas-este-feriado-del-10-de-agosto-20250815-0013.html?utm_source

INDEED. (2025). *Estructura de costos: Definición, componentes clave y ejemplos*.

Obtenido de INDEED: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/cost-structure?>

INTI. (2024). *Business Model Canvas*. Obtenido de Instituto Nacional de Tecnología

Industrial: https://www.inti.gob.ar/assets/uploads/files/disenio-industrial/2024/herramientas-de-disenio-e-innovacion/03_CANVAS.pdf?utm_source

Keller, K. &. (2021). *Dirección de Marketing (16 ed.)*. Pearson.

Kelwing, D. (2 de septiembre de 2025). *Servicio postventa: 10 estrategias para mantener a los clientes comprometidos*. Obtenido de Zendesk:

<https://www.zendesk.com/blog/after-sales-service/>

Kotler, P. &. (2021). *Fundamentos de Marketing (16a. ed.)*. Pearson.

Kuuse, M. (14 de junio de 2024). *¿Qué es la producción en masa? Una guía completa*. Obtenido de MRPeasy:

<https://www.mrpeasy.com/blog/es/produccion-en-masa/>

Lectera. (2024). *Modelo de negocio Canvas*. Obtenido de Lectera.com:

https://lectera.com/info/es/articles/modelo-de-negocio-canvas?utm_source

León, U. A. (Diciembre de 2020). *El costo como factor de gestión empresarial que impactan en la competitividad de las Mipymes del sector muebles de madera, sur de Ecuador*. Obtenido de Universidad Autónoma de Nuevo León:

<https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/666?utm>

Madersec. (09 de junio de 2025). *Madersec*. Obtenido de Madersec:

<https://madersec.ec/>

Martins, H. F. (17 de octubre de 2017). *Modelos de negocio en el dominio público: el lienzo de gobernanza pública*. Obtenido de FGV:

https://www.redalyc.org/journal/3232/323259442006/?utm_

Méndez, J. A. (13 de Marzo de 2024). *Modelo Canvas: La herramienta indispensable para tu negocio*. Obtenido de Stratex Lab:

https://stratexlab.com/emprendimiento/modelo-canvas/?utm_source

- Miguel, J. C. (julio de 2024). *La influencia de la personalización en la satisfacción del consumidor: tendencias y desafíos*. Obtenido de ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/383006376_The_Influence_of_Personalization_on_Consumer_Satisfaction_Trends_and_Challenges
- MILITARIS, R. (s.f.). *Lienzo de modelo de negocio, instituto geológico marino, agencia de servicio público, análisis FODA*. Obtenido de Social Science Journal:
<file:///C:/Users/Personal/Downloads/39986ecdb0aa9bf6de1f4b2379fa53ae.pdf>
- Miñan, M. (2024). *Definición de Investigación Descriptiva y sus Características: Significado, Ejemplos y Autores*. Obtenido de Definicionwiki:
<https://definicionwiki.com/definicion-de-investigacion-descriptiva-sus-caracteristicas-significado-ejemplos-autores/>
- Mise, J. (25 de octubre de 2024). *Estructura de Costos*. Obtenido de Acavir:
<https://www.acavir.com/index.php/business-model-canvas/estructura-de-costos/>
- Mobley, R. K. (2005). *Mantenimiento predictivo basado en la condición 2 ed.* Elsevier.
- ModeloCanvas. (2025). *Segmento de Clientes*. Obtenido de ModeloCanas:
https://modelo-canvas.com/segmento-de-clientes/?utm_source
- Montenegro, A. M. (2024). *Estrategias del marketing digital para pequeñas y medianas empresas (PYMES)*. Obtenido de LATAM Revista Latinoamericana

de Ciencias Sociales y Humanidades:

<https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/2881>

Moya, D. P. (2024). *Propuesta de Valor con el Modelo Canvas*. Obtenido de Emprende fácil: https://www.emprender-facil.com/modelo-canvas/el-modelo-de-negocio-canvas/propuesta-de-valor-modelo-canvas/?utm_source

Moyo, J. (20 de enero de 2022). *Explican el modelo de negocio lienzo: Recursos clave*. Obtenido de Profitable Business Models: <https://profitablebusinessmodels.com/business-model-canvas-key-resources/>

Munzón. (15 de febrero de 2024). *Plan de mejora para la optimización de procesos en servicios: servicio postventa como factor de fidelización*. Obtenido de Repositorio UCSG: <https://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/22571/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-712.pdf>

NGHOY. (2025). *¿Qué es la Estructura de Costos? Costos Variables y Costos Fijos*. Obtenido de NGHOY: <https://negociorentablehoy.com/estructura-de-costos/>

Pigneur, A. O. (s.f.). *El modelo de negocio Canvas explicado*. Obtenido de book Business Model Generation: file:///C:/Users/Personal/Downloads/Business_Model_Canvas_Explained-1.pdf

Pigneur, O. y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons.

Porter, M. E. (2020). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Rendimiento Superior*. Editorial McGraw-Hill.

PWC. (2023). *Perspectivas de las encuestas de lealtad al cliente de PwCs*. Obtenido de PWC: <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/business-transformation/library/building-customer-loyalty-guide/personalization.html?>

Salazar Paredes, F. M. (febrero de 2025). *Transformación digital: Avances tecnológicos en programas de diseño asistido por computador y su influencia en el diseño industrial contemporáneo*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/items/fd6a51a5-711f-4bd5-aeff-d83332541e6a>

SanJúan, A. J. (04 de Noviembre de 2024). *¿En qué casos apostar por una "joint venture"? Beneficios, claves y riesgos de estas operaciones*. Obtenido de CincoDías: https://cincodias.elpais.com/legal/2024-11-05/en-que-casos-apostar-por-una-joint-venture-beneficios-claves-y-riesgos-de-estas-operaciones.html?utm_source

Santis, M. D. (28 de mayo de 2025). *Automatización de la atención al cliente, o cómo utilizar la tecnología para mejorar la satisfacción del cliente*. Obtenido de Appvizer: <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/soporte-al-cliente/automatizacion-de-la-atencion-al-cliente?>

Solís, L. D. (03 de Marzo de 2020). *La observación en la investigación cualitativa*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-observacion-en-la-investigacion-cualitativa/>

STUDYLIB. (09 de junio de 2025). *Catálogo de productos maderables y empresas certificadas del Ecuador*. Obtenido de STUDYLIB:

<https://studylib.es/doc/7547648/empresas-y-productos-certificados-fsc-en-ecuador>

Traver, J. (17 de Junio de 2025). *El Business Model Canvas o modelo canvas para autónomos y emprendedores*. Obtenido de Declarando:

<https://declarando.es/blog/modelo-canvas?utm>

UISRAEL, R. C. (2019). *Modelo de negocios CANVAS de la panadería Adriano Palta de la parroquia Tababela*. Obtenido de Revista Científica UISRAEL:

<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/69?utm>

Vásquez, I. (2020). *Componentes importantes en la metodología de la investigación* .

Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/componentes-importantes-en-la-metodologia-de-investigacion/>

Velásquez, A. (2023). *¿Qué es la investigación exploratoria?* Obtenido de

QuestionPro: https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria?utm_source

Vistazo. (2024). *La recuperación turística impulsa inversiones hoteleras en Ecuador*.

Obtenido de Vistazo: <https://www.vistazo.com/enfoque/la-recuperacion-turistica-impulsa-inversiones-hoteleras-en-ecuador-EC3675446>

Yun, T. (2025). *Propuesta de Valor*. Obtenido de modelocanvas.net:

https://modelocanvas.net/propuesta-de-valor/?utm_source

Zambrano, C. (2025). *Fuentes de Ingresos*. Obtenido de modelocanvas.net:

https://modelocanvas.net/fuentes-de-ingresos/?utm_source

Zamzami. (s.f.). *La aplicación del Business Model Canvas (BMC) como estrategia de desarrollo empresarial en la pequeña y mediana industria creativa*. Obtenido de Pdf: file:///C:/Users/Personal/Downloads/eai.30-11-2023.2348047.pdf

Zendesk. (23 de febrero de 2024). *6 tipos de relación con los clientes para fidelizar más*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-relacion-con-el-cliente/>

Anexos

Encuesta de Google Forms

Encuesta Capitulo 3.

Formulario sin título - Formu... X

docs.google.com/forms/d/1rVich8Y8qQHSPage7Zyk1gPd80jmCXdlDn0b1854/edit

Formulario sin título

Preguntas Respuestas 169 Configuración

Encuesta Fábrica de Muebles Paúl Bustos

Saludos cordiales estimados amigos, el motivo de esta encuesta es estudiar la factibilidad del proyecto Modelo de Gestión de Negocios CANVAS en la creación de la Fábrica de Muebles Paúl Bustos. Agradecemos sus respuestas y tiempo invertido.

1. ¿Estaría interesado/a en adquirir muebles personalizados o a medida para su hogar o negocio? *

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez.

2. ¿Qué tipos de muebles compra con mayor frecuencia? *

☐ Muebles para el hogar

Preguntas Respuestas 169 Configuración

2. ¿Qué tipos de muebles compra con mayor frecuencia? *

☐ Muebles para el hogar

☐ Muebles para su negocio

3. ¿Qué valoraría más al momento de elegir una fábrica de muebles? *

☐ Diseños personalizados

☐ Precios competitivos

☐ Materiales de calidad

☐ Entrega rápida

☐ Atención al cliente.

Preguntas Respuestas 169 Configuración

4. ¿Por qué medios le gustaría conocer o contactar a la Fábrica de Muebles Paúl Bustos? *

☐ Redes sociales

☐ Página web

☐ Tienda física

☐ WhatsApp o llamadas telefónicas

5. ¿Qué tipo de atención esperaría de una fábrica de muebles? *

☐ Asesoría personalizada

☐ Comunicación constante durante la fabricación

☐ Seguimiento postventa

☐ Ninguna en particular

Preguntas Respuestas 169 Configuración

6. ¿Cuál es su presupuesto promedio para la compra de muebles? *

☐ Menos de \$100

☐ De \$100 a \$300

☐ De \$300 a \$600

☐ Más de \$600

7. ¿Considera importante que los muebles estén hechos con materiales ecológicos o sostenibles? *

☐ Sí

☐ No

☐ No me afecta

Preguntas Respuestas 169 Configuración

8. ¿Qué tan importante es para usted el tiempo de entrega al momento de solicitar muebles a medida? *

☐ Muy importante

☐ Poco importante

☐ No me importa mientras el producto sea de calidad

9. ¿Cree que la fábrica debería aliarse con diseñadores o arquitectos para ofrecer soluciones más completas? *

☐ Sí

☐ No

☐ No lo sé

Preguntas Respuestas 169 Configuración

9. ¿Cree que la fábrica debería aliarse con diseñadores o arquitectos para ofrecer soluciones más completas? *

☐ Sí

☐ No

☐ No lo sé

10. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más por muebles de alta calidad y diseño exclusivo? *

☐ Sí

☐ No

☐ Depende del producto

Logotipo de la Fábrica de Muebles

