



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADOS

FACULTAD DE POSGRADO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:**

MAGÍSTER EN GESTIÓN DE PROYECTOS

TEMA:

Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.

Autor:

Tania Abigail Cabrera Campoverde

Director:

Ing. Ortega Haro Xavier Fernando, Msc.

Milagro, 2025

Derechos de autor

Yo, **Tania Abigail Cabrera Campoverde** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de este informe de investigación, mediante el presente documento, libre y voluntariamente cedo los derechos de Autor de este proyecto de desarrollo, que fue realizada como requisito previo para la obtención de mi Grado, de **Magíster en Gestión de Proyectos**, como aporte a la Línea de Investigación **Gestión de proyectos y desarrollo sostenible** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este ensayo académico en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de septiembre del 2025

Tania Abigail Cabrera Campoverde

1726170408.

Aprobación del director del Trabajo de Titulación

Yo, **Xavier Fernando Ortega Haro** en mi calidad de director del trabajo de titulación, elaborado por **Tania Abigail Cabrera Campoverde**, cuyo tema es **Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK**, que aporta a la Línea de Investigación **Gestión de proyectos y desarrollo sostenible**, previo a la obtención del Grado **Magister en Gestión de Proyectos**. Trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Informe de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 29 de septiembre del 2025

Xavier Fernando Ortega Haro
CI. 1709532475

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
FACULTAD DE POSGRADO
ACTA DE SUSTENTACIÓN
MAESTRÍA EN GESTION DE PROYECTOS

En la Facultad de Posgrado de la Universidad Estatal de Milagro, a los doce días del mes de diciembre del dos mil veinticinco, siendo las 14:30 horas, de forma VIRTUAL comparece el/la maestrante, ECON. CABRERA CAMPOVERDE TANIA ABIGAIL, a defender el Trabajo de Titulación denominado " **PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA FIESTAS INFANTILES EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO, BAJO EL ENFOQUE DE GESTIÓN DE PROYECTOS DEL PMBOK**", ante el Tribunal de Calificación integrado por: Tec. ANDOCILLA CABRERA JAIME RODDY, Presidente(a), Mgs MORENO CASTRO DENNY WILLIAM en calidad de Vocal; y, Mgs. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE que actúa como Secretario/a.

Una vez defendido el trabajo de titulación; examinado por los integrantes del Tribunal de Calificación, escuchada la defensa y las preguntas formuladas sobre el contenido del mismo al maestrante compareciente, durante el tiempo reglamentario, obtuvo las siguientes calificaciones:

TRABAJO DE TITULACION	58.73
DEFENSA ORAL	39.67
PROMEDIO	98.40
EQUIVALENTE	EXCELENTE

Para constancia de lo actuado firman en unidad de acto el Tribunal de Calificación, siendo las 15:30 horas.



Firmado electrónicamente por:
**JAIME RODDY
ANDOCILLA CABRERA**
Validar únicamente con FirmaEC

Tec. ANDOCILLA CABRERA JAIME RODDY
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**DENNY WILLIAM
MORENO CASTRO**
Validar únicamente con FirmaEC

Mgs MORENO CASTRO DENNY WILLIAM
VOCAL



Firmado electrónicamente por:
**FAVIOLA LISSETTE
PERALTA CARPIO**
Validar únicamente con FirmaEC

Mgs. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**TANIA ABIGAIL
CABRERA CAMPOVERDE**
Validar únicamente con FirmaEC

ECON. CABRERA CAMPOVERDE TANIA ABIGAIL
MAGÍSTER

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios, fuente de sabiduría, fortaleza y propósito, por guiarme en cada paso, sostenerme en el silencio y recordarme siempre que, con fe, todo es posible.

A mi madre Antonia, gracias por ser mi gran ejemplo de coraje y valentía y por enseñarme que los sueños se cumplen trabajando con mucho esfuerzo y disciplina, como me lo has demostrado siempre. Tu amor, dedicación y fortaleza me han sostenido y me inspiran a seguir construyendo.

A mi hermano Alex, mi compañero de vida, por tu cariño, tu paciencia y por ser parte fundamental de mis motivos para seguir adelante. Tu presencia ha sido luz en cada etapa. Este logro también es para ti, como una señal de que puedes llegar tan lejos como te lo propongas. Espero que sigas escalando, que te superes a ti mismo cada día y que incluso me superes a mí, porque confío en tu grandeza.

A mi abuelita Amabilia, que ahora me acompaña desde el cielo, sé que siempre está en cada uno de mis pasos. Gracias por regalarme la mejor infancia, llena de amor y alegría, y por ser el faro que guía mi camino.

A mi familia, por su amor que, aunque muchas veces expresado en silencio. Han estado conmigo siempre.

A mis amigos y personas cercanas que, con gestos sencillos, palabras oportunas y compañía honesta, dejaron huellas imborrables en este camino.

Y a mí misma, por demostrarme que nada es imposible y que puedo lograr todo lo que me proponga.

AGRADECIMIENTOS

Con el corazón lleno de sentimiento, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de esta tesis. Culminar esta etapa representa mucho más que un logro académico; es el reflejo de una travesía personal que, como en la montaña, ha estado llena de aprendizajes, retos y superación. Disfruto este logro como se disfruta alcanzar la cima después de una larga caminata donde hubo momentos de tropiezo, días nublados en los que el cansancio parecía vencer, pero también hubo días soleados, pasos firmes y personas valiosas que caminaron conmigo, que me tendieron la mano y me recordaron que siempre vale la pena seguir subiendo.

Agradezco profundamente a Dios, a mis ancestros, al universo y a la vida por sostenerme en este viaje. Dedico este logro, especialmente, a las mujeres de mi vida: a quienes me precedieron, a quienes hoy están a mi lado y a quienes vendrán. Este triunfo es para ellas. Me llena de orgullo ser la primera mujer en mi línea materna en alcanzar una maestría, y lo celebro como un hito colectivo. Porque cuando una mujer avanza y progresa, abre el camino para muchas más. Estoy convencida de que podemos llegar más alto, y estoy lista para seguir conquistando nuevas cumbres, nuevos logros.

Extiendo mi sincera gratitud a mi tutor, Xavier Ortega, por su orientación, guía y paciencia a lo largo de este proceso. Su acompañamiento fue clave para avanzar con confianza y claridad. Gracias por compartir su conocimiento y creer en mi trabajo.

Gracias, de todo corazón.

Con gratitud,
Tania Abigail Cabrera Campoverde

Resumen

Este trabajo de investigación propone la creación de una microempresa formal dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito. La propuesta surge a partir de un análisis del mercado local que, a pesar de su dinamismo, evidencia un alto nivel de informalidad. Esta se refleja en la ausencia de planificación estratégica, la oferta poco estandarizada y la limitada innovación, factores que provocan problemas como un control de calidad deficiente, competencia desleal, precios poco regulados y barreras para alcanzar un desarrollo sostenible en el sector.

Con el fin de atender esta situación, se propone la aplicación de las buenas prácticas de la Guía PMBOK (Project Management Body of Knowledge), buscando facilitar la transición hacia un modelo de negocio formal, organizado y competitivo. La investigación utiliza una metodología mixta, de tipo exploratorio y descriptivo, que combina datos cuantitativos obtenidos mediante encuestas y datos cualitativos recolectados a través de observaciones directas. La muestra estuvo integrada por 195 hogares del Centro Histórico y del sur de Quito, lo que permitió analizar hábitos de consumo, percepciones y expectativas de los potenciales clientes.

Los resultados indican una aceptación moderada de la propuesta, confirmando la existencia de un mercado con potencial para ser atendido a través de propuestas creativas e innovadoras. De acuerdo con el análisis financiero, se evidencia que el proyecto es viable y rentable al presentar un TIR y un VAN positivos. Este estudio representa un referente valioso para emprendimientos similares, contribuyendo al crecimiento económico local, la generación de empleo digno y la mejora de la calidad en los servicios de entretenimiento infantil.

Palabras clave: Microempresa, Gestión de Proyectos (PMBOK), Formalización Empresarial, Fiestas Infantiles, Viabilidad.

Abstract

This research proposes the creation of a formal microenterprise focused on the commercialization of products and services for children's parties in the Historic Center of Quito. The proposal arises from an analysis of the local market, which, despite its dynamism, shows a high level of informality, reflected in the lack of strategic planning, non-standardized offerings, and limited innovation. These factors result in poor quality control, unfair competition, unregulated prices, and barriers to sustainable development in the sector.

To address this situation, the application of the best practices from the PMBOK (Project Management Body of Knowledge) is proposed, aiming to facilitate the transition to a formal, organized, and competitive business model. A mixed exploratory and descriptive methodology was used, combining quantitative data collected through surveys with qualitative data obtained through direct observations. The sample consisted of 195 households from the Historic Center and southern Quito, allowing an analysis of consumption habits, perceptions, and expectations of potential clients.

The results show moderate acceptance of the proposal, confirming the existence of a market with potential for creative and innovative solutions. Financial analysis indicates that the project is viable and profitable, presenting positive IRR and NPV. This study serves as a valuable reference for similar ventures, contributing to local economic development, the creation of quality employment, and the improvement of services in children's entertainment.

Keywords: Microenterprise, Project Management (PMBOK), Business Formalization, Children's Parties, Viability

Lista de Tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	7
Tabla 2. Hijos menores de 12 años	22
Tabla 3. Dónde viven actualmente.	23
Tabla 4. Frecuencia que solicita servicios de fiestas infantiles al año.	23
Tabla 5. Personas en promedio solicita el servicio.	24
Tabla 6. Gastó en promedio en su última fiesta infantil	24
Tabla 7. Servicios que ha contratado anteriormente.	25
Tabla 8. Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico.	26
Tabla 9. Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.....	27
Tabla 10. Qué problemas ha experimentado.....	27
Tabla 11. Considera que el sector necesita propuestas más integrales y profesionalizadas.	29
Tabla 12. Cuánto pagaría por un paquete integral.	29
Tabla 13. Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.	30
Tabla 14. Cómo prefiere contratar el servicio.	30
Tabla 15. Hijos menores de 12 años tiene y frecuencia que solicita servicios de fiestas infantiles al año.	31
Tabla 16. Dónde vive actualmente y Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico.	32
Tabla 17. Dónde vive actualmente y cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.	33
Tabla 18. Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil y Cuánto pagaría por un paquete integral.....	35
Tabla 19. Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año y estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.	36
Tabla 20. Considera que el sector necesita propuestas más integrales, profesionalizadas y estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.	38
Tabla 21. Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico y cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.	39
Tabla 22 Análisis FODA.....	47

Tabla 23. Modelo de Negocio CANVAS	53
Tabla 24. Acta de Constitución	55
Tabla 25. Lista de Interesados.....	58
Tabla 26. Expectativas de los Interesados	59
Tabla 27 Plan para Dirección de Proyecto.....	61
Tabla 28 Plan de la Gestión de Alcance	63
Tabla 29 Matriz de colección de requisitos del proyecto.....	65
Tabla 30. Matriz de documentación de los requisitos del proyecto.....	67
Tabla 31 Matriz de trazabilidad de Requisitos	69
Tabla 32 Alcance del Proyecto	71
Tabla 33 Estructura desglose del trabajo (EDT) del proyecto.....	74
Tabla 34 Implementación de microempresa – EDT	75
Tabla 35 Diccionario EDT	76
Tabla 36 Lista de actividades	79
Tabla 37 Matriz de red	82
Tabla 38 Cronograma de Proyecto	85
Tabla 39 Plan de Gestión de Costos	87
Tabla 40 Presupuesto del Proyecto	88
Tabla 41 Plan de gestión de la calidad	89
Tabla 42 Métricas de Calidad de Proyecto	90
Tabla 43 Plan de Gestión de Recursos	91
Tabla 44 Matriz de asignación de responsabilidades	93
Tabla 45 Plan Gestión de Comunicación.....	93
Tabla 46 Plan de Gestión de Adquisición	95
Tabla 47 Plan de Gestión de Riesgos.....	97
Tabla 48 Análisis cualitativo de los Riesgos	98
Tabla 49 Análisis Cualitativo.....	100
Tabla 50 Respuesta ante Riesgos	102
Tabla 51 Sistema formal de control de cambios	105
Tabla 52 Activos Fijos.....	108
Tabla 53 Gasto Promedio fiestas infantiles.....	110
Tabla 54 Promedio de personas solicitan servicio	111
Tabla 55 Frecuencia que solicita servicios de fiestas infantiles	111

Tabla 56 Demanda	112
Tabla 57 Costos de servicio.....	112
Tabla 58 Inversión inicial	113
Tabla 59 Capital de Trabajo.....	114
Tabla 60 Talento Humano	115
Tabla 61 Apalancamiento	115
Tabla 62 Tabla de amortización.....	116
Tabla 63 Flujo de efectivo.....	117
Tabla 64 Sensibilidad Financiera	121
Tabla 65 Recuperación de la inversión.....	122
Tabla 66 Datos para cálculo P.E	122
Tabla 67 Proyección P.E	123
Tabla 68 Punto de Equilibrio.....	124
Tabla 69 Paquete promocional básico.....	124
Tabla 70 Paquete promocional Intermedio	125
Tabla 71 Paquete Promocional Premium	126

Lista de Siglas / Acrónimos

PMBOK: Project Management Body of Knowledge

PMI: Project Management Institute

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

RUC: Registro Único de Contribuyentes

DMQ: Distrito Metropolitano de Quito.

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

HC: Hábitos de Consumo.

PM: Percepción del Mercado.

ED: Expectativas y Disposición (del consumidor).

TIR: Tasa Interna de Retorno

VAN: Valor Actual Neto

Mipymes: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Pymes: Pequeñas y Medianas Empresas.

CV: Variación de costos

CPI: Índice de Desempeño de Costos

SPI: índice de desempeño de cronograma.

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences – Software para análisis estadístico.

LIKERT: Escala de Likert – Herramienta para medir actitudes y percepciones en encuestas.

KITS: Paquetes de productos o servicios que se comercializan juntos.

STK: Stakeholders

EDT: Estructura de Desglose del Trabajo

REQ: Requerimiento

SUP: Suplementaria

KPIs: Key Performance Indicators. Indicadores clave de desempeño.

RRHH: Recursos Humanos.

ACT: Actividad

DP: Director de Proyecto.

MKT: Marketing.

ES: Early Start. Inicio temprano

EF: Early Finish. Fin temprano.

LS: Late Start. Inicio tardío.

LF: Late Finish. Fin tardío.

PERT: Program Evaluation and Review Technique. Técnica de evaluación y revisión de programas.

CPM: Critical Path Method. Método de la ruta crítica.

E: Estimación esperada.

P: Estimación pesimista.

MI: Estimación más probable.

O: Estimación optimista.

Bottom-up: Técnica de estimación en la que se calculan los costos/duración desde el nivel más detallado hacia el global.

Índice / Sumario

Introducción	1
CAPÍTULO I: El problema de la investigación	3
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Delimitación del problema.....	4
1.3 Formulación del problema.....	5
1.4 Preguntas de investigación	5
1.5 Determinación del tema	5
1.6 Objetivo general.....	6
1.6.1 Objetivos específicos	6
1.7 Declaración de las variables (operacionalización)	6
1.8 Justificación	7
1.9 Alcance y limitaciones.....	8
CAPÍTULO II: Marco teórico referencial	9
2.1 Antecedentes.....	9
2.1.1 Antecedentes históricos	9
2.1.2 Antecedentes referenciales	10
2.2 Contenido teórico que fundamenta la investigación.....	11
2.2.1 Microempresa.....	11
2.2.2 Formalización Empresarial	12
2.2.3 Gestión de Proyectos (PMBOK).....	12
2.2.4 Project Management Institute (PMI)	12
2.2.5 Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (PMBOK 7ed)	
13	
2.2.6 Grupos de procesos.....	13
2.2.7 Grupo de Procesos de Inicio.....	13
2.2.8 Grupo de Procesos de Planificación	14
2.2.9 Grupo de Procesos de Ejecución	14

2.2.10	Grupo de Procesos de Monitoreo y Control.....	15
2.2.11	Grupo de Procesos de Cierre	15
2.2.12	Competitividad	15
2.2.13	Sostenibilidad Empresarial	16
CAPÍTULO III: Diseño metodológico		17
3.1	Tipo y diseño de investigación	17
3.2	La población y la muestra	17
3.2.1	Características de la población	17
3.2.2	Delimitación de la población.....	18
3.2.3	Tipo de muestra	18
3.2.4	Tamaño de la muestra	18
3.2.5	Proceso de selección de la muestra.....	21
3.3	Los métodos y las técnicas	21
3.3.1	Técnicas de investigación:	22
CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de resultados.....		22
4.1	Análisis de la situación actual	22
4.1.1	Cuadros estadísticos	22
4.1.2	Tablas Cruzadas	31
CAPÍTULO V: PROPUESTA MICROEMPRESA.....		41
5.1	Descripción de la empresa.....	41
5.2	Nombre de la empresa	41
5.3	Constitución legal de la empresa	41
5.4	Slogan para empresa.....	42
5.5	Nombre de los propietarios o integrantes de la sociedad.	43
5.5.1	Motivaciones de los propietarios para llevar a cabo el proyecto.	43
5.6	Descripción del negocio	43
5.6.1	¿Qué clase de organización somos?	43
5.6.2	¿Para qué nos constituimos?	43

5.6.3 ¿Para quién?	44
5.7 Visión	44
5.8 Misión	44
5.9 Valores.....	44
5.10 Especificaciones del servicio	44
5.10.1 Invitados	44
5.10.2 Acompañantes.....	45
5.10.3 Servicios	45
5.10.4 Personal.....	45
5.10.5 Actividades	45
5.11 Análisis FODA.....	46
5.12 Análisis Cruzado FODA	47
5.13 La organización.....	49
5.13.1 Estructura de la empresa AvenuFiesta	49
5.13.2 Área de Coordinación General	49
5.13.3 Área Ventas	50
5.14 Talento Organizacional Competitivo	50
5.14.1 Personal operativo en la etapa inicial	51
5.15 Modelo de Negocios.	52
CAPÍTULO VI: METODOLOGÍA PMBOK.	54
6.1 Grupo de Proceso de Inicio.....	55
6.1.1 Acta de constitución del proyecto	55
6.1.2 Lista de Interesados	58
6.1.3 Expectativas de los interesados	59
6.2 Grupo de Procesos de Planificación	60
6.2.1 Plan para la dirección del proyecto	61
6.2.2 Plan de Gestión de Alcance	62

6.2.3	Proceso: Recopilar requisitos.....	65
6.2.4	Matriz de Documentación de Requisitos	67
6.2.5	Matriz de Trazabilidad	69
6.2.6	Proceso: Definir el alcance.....	71
6.2.7	Proceso: Crear la EDT/WBS	73
6.2.8	Diccionario del EDT.....	76
6.3	Proceso: Planificar la gestión del cronograma	78
6.3.1	Proceso: Definir, secuenciar y estimar duración de actividades.....	78
6.3.2	Proceso: Matriz de red	82
6.4	Planificación de la gestión de los Costos	86
6.4.1	Proceso: Planificar la gestión de los costos	86
6.5	Presupuesto del proyecto	88
6.6	Plan de Gestión de Calidad, los recursos y las comunicaciones	88
6.6.1	Plan de Gestión de Calidad.....	88
6.6.2	Métricas de Calidad de Proyecto.....	90
6.6.3	Plan de Gestión de Recursos.....	91
6.6.4	Matriz de asignación de responsabilidades.....	92
6.6.5	Plan Gestión de Comunicación	93
6.6.6	Plan de Gestión de Adquisición.....	95
6.7	Plan de Gestión de Riesgos.....	96
6.7.1	Análisis cualitativo de los Riesgos.....	97
6.7.2	Análisis Cualitativo	100
6.7.3	Respuesta ante Riesgos	102
6.8	Grupo de procesos de Ejecución	104
6.9	Grupo Cierre del Proyecto	106
CAPÍTULO VII: Análisis de Factibilidad Económica y Técnica		107
7.1	Análisis de Factibilidad Técnica	107

7.1.1 Tecnología y Equipamiento:	107
7.1.2 Infraestructura:	107
7.2 Análisis de Factibilidad económica	110
7.2.1 Demanda y Oferta de mercado.	110
7.1 Inversión Inicial	113
7.1.1 Capital de Trabajo	114
7.1.2 Talento Humano	114
7.1.3 Apalancamiento.....	115
7.1.4 Tabla de Amortización.....	116
7.2 Flujo de efectivo proyectado	116
7.3 Análisis de indicadores	120
7.4 Análisis de sensibilidad financiera	121
7.5 Recuperación de la inversión.....	122
7.6 Punto de equilibrio	122
7.7 Paquetes Promocionales para venta.	124
7.7.1 Paquete Promocional Básico	124
CAPÍTULO VIII: Conclusiones y Recomendaciones	128
8.1 Conclusiones	128
8.2 Recomendaciones	129
ANEXOS	131

Introducción

En el Centro Histórico de Quito la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles ha crecido notablemente en los últimos años impulsado por una alta demanda de celebraciones personalizadas. Este crecimiento ha generado una fuente importante de ingresos para muchas familias y pequeños comerciantes, sin embargo, la mayoría de estos negocios operan de manera informal, con escasa planificación empresarial, servicios no estandarizados y poca diferenciación en calidad, innovación y valor agregado. Esta situación genera problemas como la ausencia de control de calidad, incumplimiento de normativas, competencia desleal y obstáculos para ofrecer un servicio integral y profesional, lo que restringe el desarrollo sostenible del sector y la generación de empleo digno.

La importancia del tema consiste en la necesidad de transformar este sector informal en un emprendimiento formal, organizado y sostenible. La propuesta de implementar una microempresa que aplique las buenas prácticas de gestión de proyectos del PMBOK responde a este requerimiento, brindando una estructura sólida para la planificación, ejecución y control del negocio. Esto no solo aportará al fortalecimiento económico local, sino que también mejorará la experiencia del cliente y fomentará una cultura empresarial profesional.

El objetivo general de esta investigación es plantear una propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, aplicando las buenas prácticas del PMBOK para determinar un emprendimiento formal, competitivo y sostenible. Para ello, se plantean objetivos específicos que incluyen diagnosticar el entorno comercial, diseñar el modelo de negocio, aplicar la gestión de proyectos y evaluar la factibilidad técnica y económica.

El aporte práctico de este estudio consiste en la creación de un modelo de negocio formal y replicable, que permita atender la demanda creciente con servicios integrales y de calidad, generando empleo y contribuyendo al desarrollo económico del sector. La propuesta se basa en una metodología rigurosa que incluye análisis financiero, estudios de mercado y gestión de riesgos, garantizando la viabilidad y sostenibilidad del emprendimiento.

La creatividad y autenticidad de esta investigación radica en el uso metódico de la Guía del PMBOK en un sector tradicionalmente informal y poco estructurado, evidenciando cómo la gestión profesional de proyectos puede convertir un modelo de negocio y promover su crecimiento sostenible.

Metodológicamente, la investigación aplicará un enfoque mixto, incorporando métodos cualitativos y cuantitativos, esta combinación facilitará un análisis más integral del problema, fortaleciendo la interpretación de datos numéricos con la comprensión de percepción y experiencias. La muestra será no probabilística estratificada, asegurando la representatividad según parroquia y nivel socioeconómico.

La tesis está estructurada en ocho capítulos. El primero muestra sobre el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación del estudio. El segundo desarrolla el marco teórico, mientras que el tercero detalla el diseño metodológico. En el cuarto capítulo se presentan el análisis e interpretación de resultados, y en el quinto se describe la propuesta de la microempresa. El sexto capítulo describe su planificación aplicando la metodología PMBOK. El séptimo contiene el análisis de factibilidad económica y técnica del proyecto, y el octavo reúne las conclusiones y recomendaciones finales del proyecto.

CAPÍTULO I: El problema de la investigación

1.1 Planteamiento del problema

En el Centro Histórico de Quito existe una alta concentración de negocios dedicados a la venta de productos y servicios para fiestas infantiles. Este sector ha crecido notablemente en los últimos años a causa de la alta demanda de celebraciones personalizadas, transformándose en una fuente de ingresos para muchas familias y pequeños comerciantes. No obstante, gran parte de esta oferta se encuentra en condiciones informales, con limitada planificación empresarial, servicios no estandarizados y poca diferenciación en cuanto a calidad, innovación o valor agregado.

La informalidad genera desafíos importantes: falta de control de calidad, incumplimiento de normativas, insuficiente capacitación del personal e inconvenientes para ofrecer un servicio integral que fusione productos temáticos, animación y decoración profesional. Esta situación limita el desarrollo sostenible del sector, produce competencia desleal y disminuye la capacidad de consolidar negocios que generen empleo digno, ingresos estables y experiencia satisfactoria para el cliente final.

Frente a esta realidad, se determina la necesidad de implementar una microempresa formal que emplee la demanda existente, pero que se distinga mediante una gestión profesional apoyada en las buenas prácticas del PMBOK. Esta perspectiva permitirá estructurar adecuadamente el proyecto desde su fase inicial, integrando procesos de planificación, ejecución, monitoreo y control que garanticen su viabilidad técnica, económica y organizacional. Además, impulsa una cultura empresarial más sólida y estable, lo que aporta no solo al crecimiento individual del emprendedor, sino también al incremento del tejido económico local.

Desde una perspectiva educativa, el análisis y aplicación de metodologías destacadas como el PMBOK para diseñar un proyecto real, contribuye notablemente a la formación profesional en áreas como la gestión de proyectos, emprendimiento e innovación. En este sentido, el presente estudio no solo es pertinente, sino también necesario para responder a una problemática concreta que combina informalidad y carencia de modelos de negocio eficientes.

1.2 Delimitación del problema

Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK, es un estudio planteado con la siguiente limitación:

- **Espacio**

Centro Histórico de Quito, Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador.

- **Universo**

Hogares que cuentan con hijos menores de 12 años y que pertenecen a los estratos socioeconómicos medio, medio alto y alto.

- **Línea de investigación**

Gestión de proyectos y desarrollo sostenible

- **Sub-línea de investigación**

Gestión de microempresas y desarrollo local.

- **Periodo**

2025

1.3 Formulación del problema

¿Cuál es la viabilidad de implementar una microempresa formal dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK?

1.4 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las particularidades y cualidades del entorno comercial y competitivo del sector de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito?
- ¿Qué componentes deben estimarse en el diseño del modelo de negocio, la estructura organizativa y el análisis financiero de la microempresa propuesta?
- ¿Cómo pueden emplearse las buenas prácticas del PMBOK para estructurar adecuadamente el proyecto de implementación de la microempresa?
- ¿Es viable la propuesta de creación de una microempresa desde los puntos de vista técnico, económico y operativo en el contexto del mercado objetivo?

1.5 Determinación del tema

El presente estudio se centra en el diseño e implementación de una microempresa formal orientada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles, aplicando las buenas prácticas de gestión de proyectos establecidas en la guía del PMBOK. La investigación aborda variables clave como la planificación estructurada del emprendimiento, el análisis del entorno comercial, la aplicación de procesos de gestión profesional y la evaluación de la viabilidad técnica, económica y operativa del proyecto, con el fin de aportar a la formalización, competitividad y sostenibilidad del sector en el Centro Histórico de Quito.

1.6 Objetivo general

Formular una propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, aplicando las buenas prácticas de gestión de proyectos del PMBOK, con la finalidad de establecer un emprendimiento formal, competitivo y sostenible que atienda la demanda local.

1.6.1 Objetivos específicos

- Diagnosticar el entorno comercial y competitivo del sector de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, mediante la recolección y análisis de información primaria y secundaria, con el fin de identificar oportunidades y desafíos para la implementación del emprendimiento.
- Diseñar la propuesta de microempresa incorporando aspectos clave como modelo de negocio, estructura organizativa, análisis financiero, orientados a satisfacer la demanda de clientes locales.
- Aplicar las buenas prácticas de gestión de proyectos del PMBOK en la planificación del emprendimiento, desarrollando los procesos de iniciación, planificación, ejecución y control del proyecto, con el fin de asegurar su viabilidad y sostenibilidad.
- Evaluar la factibilidad técnica y económica de la propuesta de microempresa, mediante herramientas de análisis financiero y evaluación de riesgos, que permitan determinar su potencial de éxito en el mercado objetivo.

1.7 Declaración de las variables (operacionalización)

En este estudio, es clave definir y operacionalizar las variables principales que nos ayudarán a entender cómo se consume artículos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito. Esto significa transformar conceptos teóricos en indicadores claros y medibles, que puedan observarse y analizarse en la realidad, facilitando así un estudio más concreto y efectivo.

A continuación, se describen las variables, sus dimensiones e indicadores que guiarán esta investigación, estableciendo un marco claro y estructurado para la recolección y análisis de datos en el contexto del mercado de fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito.

Tabla 1: Operacionalización de variables.

Variable	Indicadores
Hábitos de Consumo (HC)	HC1 Número de veces que los hogares contratan servicios para fiestas infantiles al año.
	HC2 Número promedio de personas atendidas por evento
	HC3 Gasto promedio por fiesta infantil
Percepción del Mercado (PM)	PM1 Nivel de Satisfacción con la Oferta Actual
Financieros	FN1 Tasa Interna de Retorno (TIR)
	FN2 Valor Actual Neto (VAN)

Nota: Elaboración propia

1.8 Justificación

La presente investigación propone el desarrollo de una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, utilizando como marco de referencia las buenas prácticas de gestión de proyectos establecidas en la Guía del PMBOK. La relevancia del tema radica en la necesidad de transformar un sector tradicionalmente informal, saturado y poco estructurado, en una propuesta empresarial organizada, sostenible y con proyección de crecimiento en el tiempo.

Desde una perspectiva teórica, el análisis se basa en los pilares del emprendimiento, la administración estratégica y la gestión de proyectos, lo que permite integrar conceptos fundamentales como análisis de mercado, propuesta de valor, planificación, evaluación financiera y control de riesgos. A través del uso del

PMBOK como base metodológica, se adopta una estructura lógica y coherente que guía la formulación, planificación y ejecución del proyecto, impulsando con ello al fortalecimiento de la teoría empleada a emprendimientos en entornos reales.

En el ámbito metodológico, la propuesta se basa en la aplicación de procesos estandarizados de gestión de proyectos según el PMBOK, lo cual realizar una planificación rigurosa, desde el inicio del proyecto hasta su ejecución, control y monitoreo. Esto refleja una innovación en el contexto local, ya que generalmente los emprendimientos de este tipo no poseen un enfoque sistemático para su despliegue. Además, se aplicarán herramientas de análisis financiero, matrices de riesgo y cronogramas de trabajo, lo que permitirá la toma de decisiones con base en datos concretos.

En cuanto a su relevancia práctica, el proyecto pretende brindar una alternativa formal, diferenciada y profesional en un mercado donde se destaca la oferta informal. Esta microempresa no solo responderá a una creciente demanda de celebraciones infantiles con servicios integrales, sino que también creará empleo, aportará al desarrollo económico del sector y establecerá estándares de calidad que tendrían la capacidad de elevar la competitividad local. Asimismo, al implementar una propuesta de negocio estructurada, se abren posibilidades de expansión a otras zonas de la ciudad o incluso a otras ciudades del país.

En términos de novedad científica, esta investigación se define en una propuesta de desarrollo con enfoque de mejora continua, no se trata únicamente de crear una empresa, sino de demostrar cómo el uso de metodologías de gestión de proyectos puede convertir un modelo de negocio tradicional en uno más competitivo, eficiente, formal y sostenible. Este método permite producir un nuevo conocimiento aplicado sobre cómo planificar, implementar y monitorear emprendimientos y proyectos exitosos en sectores altamente saturados.

1.9 Alcance y limitaciones

La presente investigación se enfoca en la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa formal en el sector de fiestas infantiles,

geográficamente, el análisis se circunscribe al Centro Histórico y la zona sur del Distrito Metrito de Quito (DMQ).

Su limitación se restringe a familias con hijos menores de 12 años, que residen en el Centro Histórico y el sur de Quito, y que pertenecen a los estratos socioeconómicos medio, medio alto y alto.

CAPÍTULO II: Marco teórico referencial

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes históricos

Los eventos infantiles, especialmente las fiestas de cumpleaños, han experimentado una transformación relevante y notable durante las últimas décadas, tradicionalmente, estas celebraciones eran encuentros familiares sencillos, donde los niños compartían momentos especiales con un pastel, bocaditos y en algunos casos con payasos dependiendo del estatus económico de cada familia ecuatoriana y generalmente en casa, escuelas o diferentes unidades educativas. Sin embargo, con el crecimiento urbano y social, la demanda por servicios personalizados y temáticos ha impulsado el surgimiento de un mercado especializado en la organización de eventos infantiles. (Pernas, sf) Hoy en día, muchas familias prefieren realizar estas celebraciones en espacios especializados, buscando que cada fiesta sea inolvidable tanto para niños como para adultos, aun cuando esto implique un mayor gasto, lo que ha llevado a que las fiestas se vuelvan cada vez más elaboradas y extravagantes.

En Quito es común que los padres asignen la organización de estos eventos a terceros, a consecuencia a que el tiempo es uno de sus recursos más limitados, teniendo en cuenta la cantidad de detalles que implica planificar una fiesta infantil. Esta inclinación ha dado lugar al surgimiento de empresas orientadas a la estructura integral de eventos infantiles, mostrando así una clara transformación social y económica.

Además, la organización profesional de eventos infantiles asiste a una necesidad incremental de los padres, quienes muchas veces no cuentan con el tiempo

para planificar estos encuentros y reuniones. Este suceso se incorpora en un contexto más amplio de celebraciones en la ciudad de Quito y a nivel nacional, donde las tradicionales fiestas infantiles han progresado para incluir actividades recreativas para todas las edades, niños y adultos. De esta forma, los eventos infantiles no solo son momentos de alegría familiar, sino que también forman parte de la dinámica social y económica del país, creando oportunidades para microempresas e impulsando la formalización del sector.

2.1.2 Antecedentes referenciales

En el ámbito de la organización de fiestas infantiles, diversos estudios y proyectos han explorado la creación y viabilidad de microempresas dedicadas a este sector, estos trabajos, en términos generales, resaltan la importancia de ofrecer servicios integrales y profesionales para satisfacer una demanda que se encuentra en auge.

Un estudio reciente realizado en Guayaquil destaca la necesidad de un plan de marketing bien estructurado para este tipo de emprendimientos (Toro Piedra, 2023), dicha investigación enfatiza que una planificación estratégica es clave para asegurar la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio. Así mismo, otras investigaciones sobre marketing para eventos infantiles destacan que la innovación en servicios es un elemento clave para el éxito (Pernas, sf), ello implica que la adaptación a nuevas tendencias, como la personalización extrema, los eventos eco-amigables y la incorporación de tecnología para la promoción, es esencial para sobresalir en un mercado tendiente a saturarse.

Por otra parte, la pandemia representó un desafío significativo para las microempresas, lo que forzó a replantear sus modelos de negocio. Especialmente para el sector de fiestas infantiles esta situación se tradujo en un cambio total, impulsando el paso de eventos masivos en salones a celebraciones más íntimas y personalizadas en domicilio. Estudios de este período muestran que la crisis sanitaria precedió como un catalizador, forzando a los pequeños emprendimientos a potenciar cada procedimiento para minimizar gastos innecesarios. Por consiguiente, la gestión eficiente de los recursos y la capacidad de diversificar se estabilizaron como pilares

para la adaptabilidad y el crecimiento sostenible en la postpandemia, destacando así un cambio de patrón en la cultura empresarial. (Montaleza et al., 2025)

Además de la innovación y la adaptación, la formalización y la calidad del servicio son aspectos primordiales. El presente proyecto propuesto, resalta la relevancia de ofrecer servicios personalizados que fomenten un ambiente sano, divertido y recreativo, fortaleciendo así los lazos familiares, de amistades, y otros vínculos cercanos. En este sentido, otros estudios sobre la gestión económica y financiera para microempresas de fiestas en la capital ecuatoriana demuestran la necesidad de mejorar la calidad y variedad de los servicios, aprovechando las oportunidades del mercado local para diferenciarse mediante la innovación y la formalización. (Toro Piedra, 2023)

A diferencia de estos antecedentes, que en su mayoría se enfocan en la viabilidad, el marketing o los aspectos técnicos y financieros, el presente proyecto se distingue por incorporar explícitamente las buenas prácticas de gestión de proyectos del PMBOK como marco metodológico. Esto permite ir más allá de los estudios de caso previos, proporcionando una hoja de ruta profesional para la planificación, ejecución y control del emprendimiento, buscando no solo la viabilidad económica sino también la sostenibilidad y competitividad a través de una gestión estructurada.

2.2 Contenido teórico que fundamenta la investigación

2.2.1 Microempresa

En Ecuador, una microempresa se define como una unidad productiva que puede estar conformada por una persona natural o jurídica, dedicada a actividades de producción, comercio o servicios, y que cumple con ciertos límites en cuanto al número de empleados y ventas anuales. Según la normativa de Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria, una microempresa es aquella que cuenta con un máximo de 9 trabajadores y cuyos ingresos anuales no superan los 100,000 dólares (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2017).

2.2.2 Formalización Empresarial

Formalizar un negocio en Ecuador implica cumplir con una serie de trámites legales y administrativos, como la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), la patente municipal y el registro en la Superintendencia de Compañías. Este proceso es esencial para operar legalmente y acceder a beneficios tributarios y programas de apoyo estatal (Russell, 2023)

2.2.3 Gestión de Proyectos (PMBOK)

La gestión de proyectos, según la Guía PMBOK®, es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para alcanzar sus objetivos. En Ecuador se reconoce la importancia de aplicar estos estándares internacionales para mejorar la planificación, ejecución, control y monitoreo de proyectos, especialmente en microempresas. (Guaygua and Lozano, 2020)

2.2.4 Project Management Institute (PMI)

Project Management Institute (PMI) se ha establecido como una de las asociaciones profesionales más sobresalientes a nivel mundial, al contar con una membresía que supera el medio millón de individuos y profesionales certificados en más de 180 países. Como organización sin fines de lucro, su principal objetivo es impulsar y elevar la profesión de la dirección de proyectos. En este sentido, promueve la excelencia a través de la creación y estandarización de metodologías y certificaciones de reconocimiento global, las cuales se fortalecen constantemente gracias a sus vibrantes comunidades de colaboración y a sus exigentes programas de investigación. (Project Management Institute, 2021)

2.2.5 Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (PMBOK 7ed)

La Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (PMBOK), en su Séptima Edición, se plantea como un marco de referencia esencial que define lineamientos guía y señala los ámbitos clave para un rendimiento efectivo en la gestión de proyectos, a diferencia de una metodología rígida, este documento establece un conjunto de prácticas destacadas globalmente, cuya aplicación estratégica puede influir directamente en el éxito de un proyecto. Dada su naturaleza flexible, se considera una guía flexible que ayuda a los gestores a combinar distintas herramientas y técnicas dentro de su forma de trabajo, en lugar de imponer un único enfoque. La implementación de sus directrices genera beneficios tangibles, que abarcan desde una optimización en el control de recursos humanos, financieros y materiales, hasta una mejora notoria en la relación con el cliente. Asimismo, se observa una significativa reducción en los tiempos de ejecución, un incremento en la calidad y la productividad, una mayor cohesión en los equipos internos y, como resultado, un palpable aumento en la moral y el compromiso de los trabajadores. (Project Management Institute, 2021)

2.2.6 Grupos de procesos.

Estructuralmente la guía está conformada por diez áreas de conocimiento que se desarrollan transversalmente en cinco grupos de procesos: inicio, planificación, ejecución, monitoreo o control y cierre. En conjunto, esta estructura se desglosa en un total de 47 procedimientos específicos, lo que proporciona una hoja de ruta exhaustiva y sistemática para que los profesionales puedan abordar cada fase del ciclo de vida de un proyecto con una visión clara y bien definida. (Project Management Institute, 2021)

2.2.7 Grupo de Procesos de Inicio.

Contiene los procesos realizados para definir un nuevo proyecto o nueva fase de un proyecto existente a través de autorización para dar inicio al proyecto o fase,

definición del alcance y recursos financieros iniciales, identificación de aquellos agentes internos o externos que pueden participar y ejercer algún rol en el resultado general del proyecto y finalmente la selección del director del proyecto. (Project Management Institute, 2021)

2.2.8 Grupo de Procesos de Planificación

Según la definición del PMI, la fase de planificación engloba todos los procesos necesarios para establecer el alcance, refinar los objetivos y determinar las acciones requeridas para alcanzar las metas del proyecto. El beneficio fundamental de este grupo de procesos es la creación de una estrategia y una hoja de ruta detallada que asegure la correcta ejecución del proyecto. Esencialmente, es en esta etapa donde se elabora el plan de dirección del proyecto y la documentación de apoyo. A causa de la complejidad propia de la gestión de proyectos, este método se desarrolla de manera creciente. A medida que se recopila y se involucra más información sobre las características del proyecto, es usual que se demanden ciclos de valoración continua para desarrollar análisis complementarios y realizar los ajustes necesarios. (Project Management Institute, 2021)

2.2.9 Grupo de Procesos de Ejecución

De acuerdo con el PMI, el Grupo de Procesos de Ejecución comprende todas aquellas actividades orientadas a materializar el trabajo definido en el plan de dirección, con el objetivo de cumplir con las especificaciones del proyecto. Esta fase implica la integración y realización de las tareas conforme al plan previamente establecido, además de la coordinación de recursos humanos y financieros. En este sentido, atender de forma constante las expectativas de los involucrados se convierte en un elemento fundamental para el éxito del proyecto. (Project Management Institute, 2021)

2.2.10 Grupo de Procesos de Monitoreo y Control

El Grupo de Procesos de Monitoreo y Control se interrelaciona de forma continua con la planificación para asegurar la dirección del proyecto. Su función principal es la de rastrear, revisar y regular el desempeño y el avance de las actividades en todas las áreas de conocimiento. El objetivo es detectar cualquier desviación respecto al plan de dirección del proyecto, lo que permite iniciar las acciones correctivas o preventivas necesarias para realinear el proyecto con sus objetivos originales.(Project Management Institute, 2021)

2.2.11 Grupo de Procesos de Cierre

El Grupo de Procesos de Cierre abarca las actividades finales que se ejecutan para culminar todas las fases en curso, tanto de forma individual como del proyecto en su totalidad. Su propósito es formalizar la finalización del proyecto, asegurando que se dé por concluido de manera oficial y que todos los entregables hayan sido aceptados.(Project Management Institute, 2021)

2.2.12 Competitividad

La competitividad de una microempresa no es solo su capacidad de sobrevivir, sino su habilidad de prosperar y destacarse en el mercado. En esencia, se trata de qué tan bien una empresa puede responder a los cambios, innovar constantemente y ofrecer un valor único que la diferencie de sus rivales. Esto implica ir más allá de los productos o servicios, abarcando la capacidad de la empresa para optimizar sus operaciones, gestionar sus recursos de manera inteligente y, sobre todo, mantenerse siempre orientada a las necesidades del cliente (Ríos-Gaibor and Preciado-Ortiz, 2023), en un entorno dinámico, la verdadera competitividad reside en la agilidad y la estrategia.

2.2.13 Sostenibilidad Empresarial

La sostenibilidad en el ámbito de las microempresas se describe como la capacidad de mantener un balance óptimo entre la rentabilidad económica, la responsabilidad social y el impacto ambiental, este enfoque integral permite a las empresas no solo perdurar en el tiempo, sino también contribuir al bienestar de sus empleados y de la comunidad. En Ecuador la sostenibilidad se ve notablemente impactada por la gestión eficiente de los recursos, la innovación estratégica, un adecuado acceso a financiamiento y la capacitación continua de su personal.(Álvarez and Morquecho, 2025)

CAPÍTULO III: Diseño metodológico

3.1 Tipo y diseño de investigación

Esta investigación es de tipo aplicada porque su objetivo principal es resolver un problema práctico como es la formalización del sector de fiestas infantiles en Quito mediante una propuesta de negocio y la evaluación de su viabilidad. Para lograrlo el estudio adopta un enfoque exploratorio-descriptivo; es exploratorio al adentrarse en un mercado poco formalizado en el Centro Histórico, buscando identificar sus características, oportunidades y desafíos, a partir de esa exploración, se vuelve descriptivo al detallar las condiciones del entorno comercial y las preferencias de los clientes, lo cual sentará las bases para el diseño de la microempresa. (Mollo, 2023)

En cuanto al diseño metodológico, se empleará un enfoque cuantitativo, los datos se recopilarán a través de encuestas a padres de familia y su análisis se realizará mediante la tabulación y el uso de un software estadístico como SPSS, esto permitirá cuantificar variables claves como la frecuencia de contratación, el gasto promedio y las preferencias del cliente con la finalidad de comprender mejor el mercado a través de datos estadísticos. (Mollo, 2023)

3.2 La población y la muestra

3.2.1 Características de la población

La población objeto de estudio está constituida por hogares ubicados en las parroquias del Centro Histórico y la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) que cuentan con hijos menores de 12 años y que pertenecen a los estratos socioeconómicos medio, medio alto y alto, ya que estos grupos cuentan con mayor capacidad económica para acceder a servicios de organización de fiestas infantiles

3.2.2 Delimitación de la población

El estudio se enfocará en hogares ubicados en las parroquias del Centro Histórico y la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) que cuentan con hijos menores de 12 años y pertenecen a los estratos socioeconómicos medio, medio alto y alto.

Se considera los datos más recientes del Censo de Población y Vivienda 2022 del INEC, que reporta un total de 187.800 hogares en las parroquias mencionadas. (INEC, 2024) Se estima que aproximadamente el 40% de estos hogares tienen hijos menores de 12 años, y que el 36% de ellos corresponde a los estratos socioeconómicos medio y alto (Quito Cómo Vamos, 2025). Por tanto, la población finita objeto de estudio está conformada por cerca de 26.967 hogares.

3.2.3 Tipo de muestra

Para esta investigación se adoptará una muestra no probabilística por conveniencia, considerando como criterios las parroquias del Centro Histórico y zona sur de Quito, así como los niveles socioeconómicos medio, medio alto y alto. La selección se efectuará en función de la accesibilidad y disposición de los hogares para intervenir, asegurando la diversidad representativa de la población objetivo.

Este método posibilitará obtener resultados seguros y generalizables, además de facilitar el análisis comparativo entre los diferentes grupos poblacionales.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El total de hogares en el Centro Histórico y zona sur de Quito es de 187,800. De estos, se estima que el 40% tiene hijos menores de 12 años, lo que da una población objetivo de:

$$N_{hijos < 12} = 187,800 \times 0.40 = 75,120 \text{ hogares}$$

Considerando además que el 36% de estos hogares pertenece a los estratos socioeconómicos medio, medio alto y alto, la población finita para el estudio es:

$$N = 75,120 \times 0.36 = 27,043 \text{ hogares}$$

Para calcular el tamaño de muestra, se utiliza la fórmula para población finita:

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

Donde:

- $N = 27,043$
- $Z = 1.96$ (nivel de confianza del 95%)
- $p = 0.5$ (máxima variabilidad)
- $q = 1 - p = 0.5$
- $E = 0.07$ (margen de error del 7%)

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{27,043 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2 \times (27,043 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Calculando el numerador:

$$27,043 \times 3.8416 \times 0.25 = 27,043 \times 0.9604 = 25,974.7$$

Calculando el denominador:

$$0.0049 \times 27,042 + 0.9604 = 132.5 + 0.9604 = 133.46$$

Finalmente:

$$n = \frac{25,974.7}{133.46} = 194.6$$

Por lo tanto, el tamaño de muestra requerido es aproximadamente **195 hogares**.

Este tamaño de muestra garantiza una representación adecuada de la población objetivo, permitiendo obtener resultados confiables y generalizables para el estudio sobre la organización de fiestas infantiles en Quito.

3.2.5 Proceso de selección de la muestra

La selección de la muestra se realizará mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, en función de los criterios de padres de familia de las parroquias del Centro Histórico y la zona sur de Quito, así como los niveles socioeconómicos medio, medio alto y alto, además de considerar si el encuestado tiene hijos menores de 12 años. La elección de los hogares se llevará a cabo en función de su accesibilidad y disposición para participar en la investigación, explorando la diversidad de particularidades que permitan representar adecuadamente la población objetivo.

3.3 Los métodos y las técnicas

Para la recolección de datos primarios, el método principal fue la encuesta, la cual se diseñó como un instrumento de carácter anónimo, este instrumento con un enfoque cuantitativo fue clave para conseguir la información primaria necesaria para el estudio de factibilidad. Para su administración se utilizó una plataforma digital Forms que permitió una rápida difusión y un alcance eficiente a la población objetivo. La circulación del instrumento se administró a través de varios canales digitales y redes sociales, utilizando la segmentación geográfica para alcanzar de manera precisa a los hogares de las parroquias del Centro Histórico y la zona sur de Quito, tal como se detalló en la delimitación del problema.

El procesamiento de los datos recabados se realizará mediante tabulación para su posterior análisis estadístico con el software SPSS. Esto nos permitirá obtener la información de la encuesta de manera detallada, obteniendo los indicadores clave para evaluar la frecuencia de eventos anuales, el gasto promedio y las percepciones del cliente sobre el mercado. De manera complementaria, se recurrió al análisis para examinar la literatura importante, y a la observación directa del entorno para explicar y fortalecer los hallazgos cuantitativos.

3.3.1 Técnicas de investigación:

- **Encuesta:** Se elaboró un cuestionario con preguntas cerradas con opciones múltiples y escalas de Likert.
- **Estudio documental:** Revisión de bibliografía, estadísticas oficiales y documentos relacionados con el tema para fundamentar teóricamente la investigación.
- **Análisis estadístico:** Se utilizarán instrumentos estadísticos descriptivos (promedios, frecuencias, porcentajes) para tratar y analizar los datos obtenidos de las encuestas, con el fin de identificar tendencias y patrones significativos.

Al fusionar estos métodos y técnicas, se obtuvo una visión global y segura sobre la organización de fiestas infantiles en Quito, facilitando realizar un análisis cuantitativo que contribuya con mayor profundidad a los resultados y conclusiones de la investigación.

CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de resultados

4.1 Análisis de la situación actual

4.1.1 Cuadros estadísticos

Tabla 2. Hijos menores de 12 años

1. ¿Cuántos hijos menores de 12 años tiene?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dos	51	26,2	26,2	26,2
	Tres	9	4,6	4,6	30,8
	Uno	135	69,2	69,2	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Al analizar los resultados, se puede notar que una parte importante de los encuestados son padres y madres con hijos pequeños. El 69.2% corresponde a

hogares con un solo hijo menor de 12 años. Los hogares con dos hijos constituyen el 26.2%, mientras que aquellos con tres hijos representan apenas un 4.6% del total. lo que refleja realidades familiares diversas que pueden influir en las decisiones al momento de contratar servicios para fiestas. Estos datos permiten entender mejor el perfil y las dinámicas familiares de los potenciales clientes de AventuraFiesta.

Tabla 3. Dónde viven actualmente.

2. ¿Dónde vive actualmente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Centro Histórico	44	22,6	22,6	22,6
	Sur de Quito	151	77,4	77,4	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayor parte de los encuestados, un 77,4%, reside en el sur de Quito, mientras que solo un 22,6% manifestó residir en el Centro Histórico. Esta distribución territorial permite identificar las zonas de origen de los potenciales usuarios de servicios infantiles, siendo el sur el sector con mayor concentración de encuestados.

Tabla 4. Frecuencia que solicita servicios de fiestas infantiles al año.

3. ¿Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 vez	115	59,0	59,0	59,0
	2 veces	32	16,4	16,4	75,4
	3 veces	5	2,6	2,6	77,9
	4 o más veces	9	4,6	4,6	82,6
	Nunca	34	17,4	17,4	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Según los datos obtenidos, el 59% de los encuestados ha solicitado servicios para fiestas infantiles al menos una vez. Por otro lado, el 17,4% indicó no haberlos

solicitado nunca, el 16,4% señaló haber contratado estos servicios al menos dos veces, el 4,6% cuatro veces o más, y el 2,6% al menos tres veces.

Tabla 5. Personas en promedio solicita el servicio.

4. ¿Para cuántas personas en promedio solicita el servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-20	111	56,9	56,9	56,9
	21-40	60	30,8	30,8	90,3
	41-70	16	8,2	8,2	98,5
	71-100	3	1,5	1,5	100,0
	101 en adelante	5	2,6	2,6	59,5
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo con los datos obtenidos, el 56,9% de los encuestados suele solicitar servicios para fiestas infantiles dirigidas a entre 1 y 20 personas, mientras que el 30,8% organiza eventos para entre 21 y 40 personas. Un 8,2% indicó atender entre 41 y 70 personas, el 1,5% para entre 71 y 100 personas, y el 2,6% para más de 100 personas.

Tabla 6. Gastó en promedio en su última fiesta infantil

5. ¿Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$100-\$200	64	32,8	32,8	32,8
	\$201-\$300	34	17,4	17,4	50,3
	Más de \$300	28	14,4	14,4	64,6
	Menos de \$100	47	24,1	24,1	88,7
	No recuerda	22	11,3	11,3	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Según los datos obtenidos, el 32,8% de los encuestados gasta en promedio entre \$100 y \$200 en la última fiesta infantil, mientras que el 24,1% reportó gastar menos

de \$100. Además, un 17,4% señaló un gasto promedio entre \$201 y \$300, el 14,4% gastó más de \$300, y el 11,3% no recuerda cuánto gastó.

Tabla 7. Servicios que ha contratado anteriormente.

6. ¿Qué servicios ha contratado anteriormente? (marque todos los que correspondan)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Animación infantil	33	16,9	16,9	16,9
	Animación infantil, Catering	4	2,1	2,1	19,0
	Animación infantil, Catering, Fotografía y video	1	,5	,5	19,5
	Animación infantil, Fotografía y video	4	2,1	2,1	21,5
	Animación infantil, Mobiliario, Catering	3	1,5	1,5	23,1
	Animación infantil, Mobiliario, Fotografía y video	1	,5	,5	23,6
	Catering	1	,5	,5	24,1
	Decoración temática	17	8,7	8,7	32,8
	Decoración temática, Animación infantil	33	16,9	16,9	49,7
	Decoración temática, Animación infantil, Catering	9	4,6	4,6	54,4
	Decoración temática, Animación infantil, Catering, Fotografía y video	7	3,6	3,6	57,9
	Decoración temática, Animación infantil, Fotografía y video	17	8,7	8,7	66,7
	Decoración temática, Animación infantil, Mobiliario	8	4,1	4,1	70,8
	Decoración temática, Animación infantil, Mobiliario, Catering	2	1,0	1,0	71,8
	Decoración temática, Animación infantil, Mobiliario, Catering, Fotografía y video	4	2,1	2,1	73,8
	Decoración temática, Catering	5	2,6	2,6	76,4
	Decoración temática, Catering, Fotografía y video	1	,5	,5	76,9
	Decoración temática, Fotografía y video	1	,5	,5	77,4
	Decoración temática, Mobiliario	2	1,0	1,0	78,5
	Decoración temática, Mobiliario, Catering	1	,5	,5	79,0
	Decoración temática, Mobiliario, Catering, Fotografía y video	2	1,0	1,0	80,0

Fotografía y video	3	1,5	1,5	81,5
Mobiliario	1	,5	,5	82,1
Mobiliario, Catering	1	,5	,5	82,6
Ninguno	34	17,4	17,4	100,0
Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo con los datos obtenidos, se observa que el 82,6% ha contratado al menos un servicio como: Decoración temática, Animación infantil, Mobiliario, Catering, Fotografía y video. Por otro lado, el 17,4% que no ha contratado ninguno de estos servicios representa un segmento que gestiona sus propios eventos o recurre a otras opciones.

Tabla 8. Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico.

7. ¿Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	24	12,3	12,3	12,3
	Insatisfecho	22	11,3	11,3	23,6
	Aceptable	53	27,2	27,2	50,8
	Satisfecho	49	25,1	25,1	75,9
	Muy satisfecho	47	24,1	24,1	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo con los datos obtenidos, el 27,2% de los encuestados calificó los servicios actuales del Centro Histórico como aceptables, el 25,1% los consideró satisfactorios, y el 24,1% manifestó estar muy satisfecho. Por otro lado, el 12,3% expresó estar muy insatisfecho, mientras que el 11,3% se declaró insatisfecho con los servicios.

Tabla 9. Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.

8. ¿Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	69	35,4	35,4	35,4
	No sabe	45	23,1	23,1	58,5
	Sí	81	41,5	41,5	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Según los datos obtenidos, el 41,5% de los encuestados considera que los negocios actuales ofrecen servicios innovadores, mientras que el 35,3% opina que no cuentan con innovación. Además, un 23,1% manifestó no saber si existen propuestas innovadoras en el sector.

Tabla 10. Qué problemas ha experimentado.

9. ¿Qué problemas ha experimentado? (marque todos los que correspondan)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Incumplimiento	6	3,1	3,1	3,1
	Incumplimiento, Mala calidad	1	,5	,5	3,6
	Incumplimiento, Mala calidad, Poca variedad	2	1,0	1,0	4,6
	Incumplimiento, Mala calidad, Precios altos	1	,5	,5	5,1
	Incumplimiento, Mala calidad, Precios altos, Poca variedad	1	,5	,5	5,6
	Incumplimiento, Precios altos	2	1,0	1,0	6,7
	Incumplimiento, Precios altos, Poca variedad	6	3,1	3,1	9,7
	Informalidad	13	6,7	6,7	16,4
	Informalidad,	1	,5	,5	16,9
	Informalidad, Es necesario	1	,5	,5	17,4
	Informalidad, Incumplimiento	1	,5	,5	17,9
	Informalidad, Incumplimiento, Mala calidad	2	1,0	1,0	19,0

Informalidad, Incumplimiento, Mala calidad, No he tenido problemas	1	,5	,5	19,5
Informalidad, Incumplimiento, Mala calidad, Poca variedad	1	,5	,5	20,0
Informalidad, Incumplimiento, Mala calidad, Precios altos	1	,5	,5	20,5
Informalidad, Incumplimiento, Mala calidad, Precios altos, Poca variedad	3	1,5	1,5	22,1
Informalidad, Incumplimiento, Precios altos	2	1,0	1,0	23,1
Informalidad, Inseguridad	1	,5	,5	23,6
Informalidad, Mala calidad	2	1,0	1,0	24,6
Informalidad, Mala calidad, Poca variedad	4	2,1	2,1	26,7
Informalidad, Mala calidad, Precios altos, Poca variedad	1	,5	,5	27,2
Informalidad, Poca variedad	7	3,6	3,6	30,8
Informalidad, Poca variedad, Precios altos	1	,5	,5	31,3
Informalidad, Precios altos	1	,5	,5	31,8
Informalidad, Precios altos, Poca variedad	3	1,5	1,5	33,3
Mala calidad	8	4,1	4,1	37,4
Mala calidad, Poca variedad	4	2,1	2,1	39,5
Mala calidad, Precios altos	5	2,6	2,6	42,1
Mala calidad, Precios altos, Poca variedad	6	3,1	3,1	45,1
No he tenido problemas	53	27,2	27,2	72,3
No he tenido problemas, Poca variedad	2	1,0	1,0	73,3
No sé	1	,5	,5	73,8
Poca variedad	18	9,2	9,2	83,1
Precios altos	13	6,7	6,7	89,7
Precios altos, Poca variedad	1	,5	,5	90,3
Precios altos, Poca variedad	18	9,2	9,2	99,5
Precios altos, Poca variedad, No he tenido problemas	1	,5	,5	100,0

	Total	195	100,0	100,0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo con los datos obtenidos, el 71,8% de los encuestados ha experimentado problemas recurrentes al organizar fiestas infantiles como: informalidad, incumplimiento, mala calidad, precios altos y poca variedad. Esto indica una clara insatisfacción en el mercado actual y valida la necesidad de una propuesta de negocio formal. En contraste, el 28.2% de los encuestados no ha tenido problemas, lo que sugiere que este grupo podría estar satisfecho con la oferta existente o no percibe los problemas con la misma intensidad.

Tabla 11. Considera que el sector necesita propuestas más integrales y profesionalizadas.

10. ¿Considera que el sector necesita propuestas más integrales y profesionalizadas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	66	33,8	33,8	33,8
	En desacuerdo	4	2,1	2,1	35,9
	Totalmente de acuerdo	122	62,6	62,6	98,5
	Totalmente en desacuerdo	3	1,5	1,5	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo con los datos obtenidos, el 62,6% de los encuestados considera que el sector necesita propuestas más integrales y profesionalizadas, mientras que el 33,8% está de acuerdo con esta afirmación. Por otro lado, el 3,1% expresó estar en desacuerdo, y el 1,5% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 12. Cuánto pagaría por un paquete integral.

12. ¿Cuánto pagaría por un paquete integral?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$100–\$200	93	47,7	47,7	47,7
	\$201–\$300	49	25,1	25,1	72,8
	Más de \$300	16	8,2	8,2	81,0
	Menos de \$100	37	19,0	19,0	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Según los datos obtenidos, el 47,7% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$100 y \$200 por un paquete integral de servicios para fiestas infantiles. El 25,1% indicó que pagaría entre \$201 y \$300, el 19% pagaría menos de \$100, y el 8,2% estaría dispuesto a pagar más de \$300.

Tabla 13. Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.

13. ¿Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Depende del precio	65	33,3	33,3	33,3
	Prefiero contratar los servicios por separado	5	2,6	2,6	35,9
	Sí, me parece práctico y cómodo	125	64,1	64,1	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo con los datos obtenidos, el 64,1% de los encuestados manifestó que le resulta práctico y cómodo contratar un paquete completo según el número de niños invitados. El 33,3% indicó que su decisión dependería del precio, mientras que el 2,6% prefiere contratar los servicios de forma separada.

Tabla 14. Cómo prefiere contratar el servicio.

17. ¿Cómo prefiere contratar el servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En línea	64	32,8	32,8	32,8
	Indistinto	23	11,8	11,8	44,6
	Presencial	108	55,4	55,4	100,0
	Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Según los datos obtenidos, el 55,4% de los encuestados prefiere contratar el servicio de manera presencial, mientras que el 32,8% opta por hacerlo en línea. Por su parte, el 11,8% indicó que le resulta indistinto el canal de contratación.

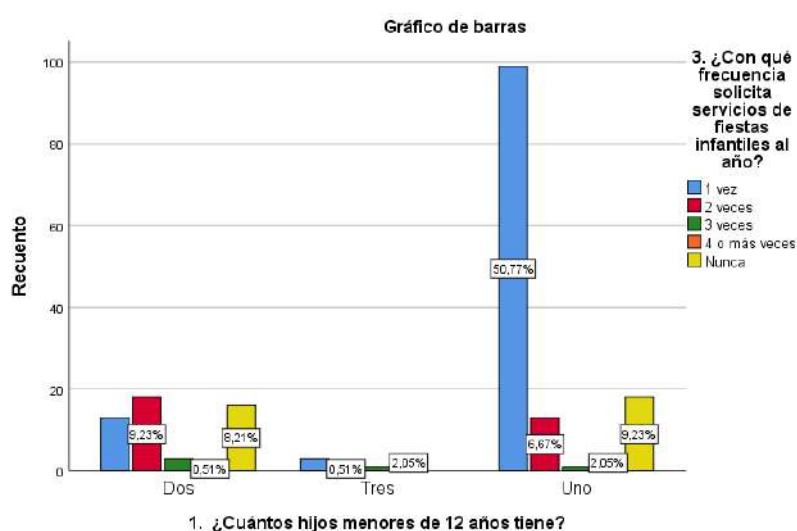
4.1.2 Tablas Cruzadas

Tabla 15. Hijos menores de 12 años tiene y frecuencia que solicita servicios de fiestas infantiles al año.

Tabla cruzada 1. ¿Cuántos hijos menores de 12 años tiene?*3. ¿Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año?							
% del total							
		3. ¿Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año?					Total
		1 vez	2 veces	3 veces	4 o más veces	Nunca	
1. ¿Cuántos hijos menores de 12 años tiene?	Dos	6,7%	9,2%	1,5%	0,5%	8,2%	26,2%
	Tres	1,5%	0,5%	0,5%	2,1%		4,6%
	Uno	50,8%	6,7%	0,5%	2,1%	9,2%	69,2%
Total		59,0%	16,4%	2,6%	4,6%	17,4%	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Gráfico 1. Hijos menores de 12 años tiene y frecuencia que solicita servicios de fiestas infantiles al año.



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

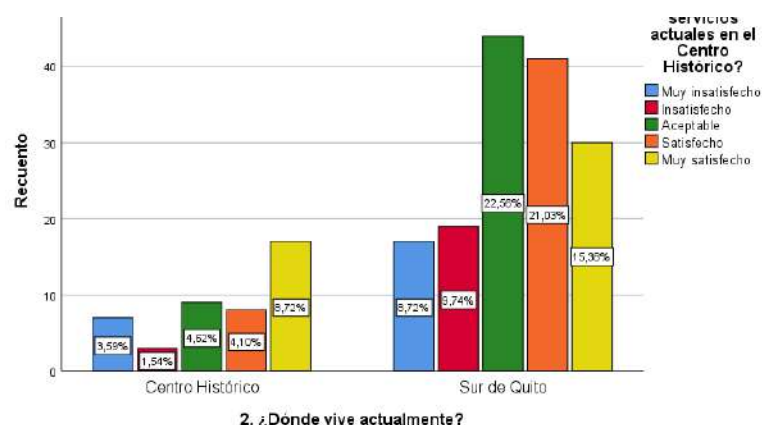
De acuerdo con los datos obtenidos, el análisis de la tabla cruzada revela que el mercado de fiestas infantiles es activo, con un 82,6% de los encuestados contratando servicios. El principal segmento demográfico es el de hogares con un solo hijo, que representa el 50,8% de la muestra y contrata servicios anualmente. Los hogares con dos hijos son un segmento secundario valioso, ya que son más propensos a contratar con mayor frecuencia. Por otro lado, el 17,4% de la muestra nunca contrata, lo que indica un segmento que prefiere gestionar los eventos por su cuenta.

Tabla 16. Dónde vive actualmente y Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico.

Tabla cruzada 2. ¿Dónde vive actualmente?*7. ¿Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico?							
% del total							
		7. ¿Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico?					Total
		Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	
2. ¿Dónde vive actualmente?	Centro Histórico	3,6%	1,5%	4,6%	4,1%	8,7%	22,6%
	Sur de Quito	8,7%	9,7%	22,6%	21,0%	15,4%	77,4%
Total		12,3%	11,3%	27,2%	25,1%	24,1%	100,0 %

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Gráfico 2. Dónde vive actualmente y Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico.



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

De acuerdo a los datos obtenidos, el análisis de la satisfacción con los servicios actuales en el Centro Histórico revela que los residentes del sur de Quito son los que muestran mayor inclinación a valoraciones positivas, con un 15.4% que califica los servicios como "muy satisfactorios" y un 21% como "satisfactorios". Les siguen los residentes del Centro Histórico de Quito, que representan un 8,7% y un 4,1% en las mismas categorías, respectivamente.

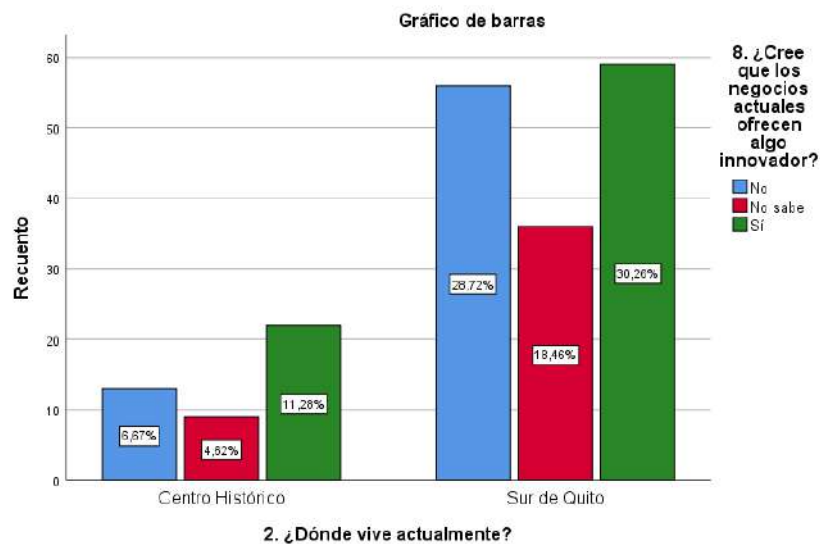
En contraste, las valoraciones negativas como: insatisfecho o muy insatisfecho también se concentran en el sur de Quito, sumando un 18.4%. Esto sugiere que, aunque hay una tendencia general hacia opiniones aceptables, existe una insatisfacción considerable en este segmento específico, lo que evidencia una oportunidad clara para una propuesta de valor que resuelva estas falencias.

Tabla 17. Dónde vive actualmente y cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.

Tabla cruzada 2. ¿Dónde vive actualmente?*8. ¿Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador?					
% del total					
		8. ¿Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador?			Total
		No	No sabe	Sí	
2. ¿Dónde vive actualmente?	Centro Histórico	6,7%	4,6%	11,3%	22,6%
	Sur de Quito	28,7%	18,5%	30,3%	77,4%
Total		35,4%	23,1%	41,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Gráfico 3. Dónde vive actualmente y cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

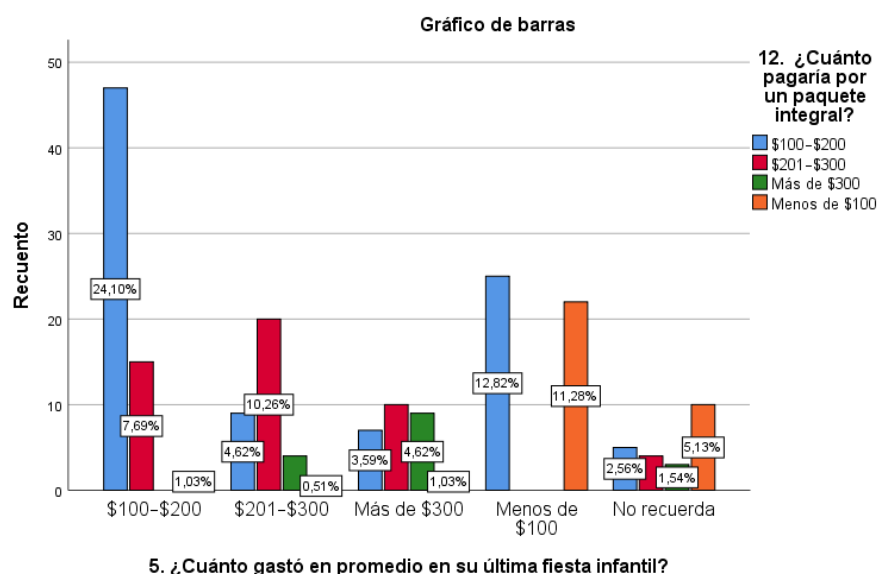
Los resultados muestran que la percepción de innovación es mayor entre los residentes del sur de Quito y los residentes del Centro Histórico, donde el 30,3% de los residentes del sur de Quito y un 11,3% de los residentes del Centro Histórico consideran que sí existe una oferta innovadora. Sin embargo, un 35,4% de los encuestados del Centro Histórico cree que no existe innovación en el mercado. Adicionalmente, un 23,1% del total de la muestra indicó no saber si los negocios son innovadores. Esto refleja una falta de claridad o una oferta poco diferenciada en el mercado actual, lo que representa una oportunidad para una microempresa que base su propuesta de valor en la innovación.

Tabla 18. Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil y Cuánto pagaría por un paquete integral.

Tabla cruzada 5. ¿Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil? *12. ¿Cuánto pagaría por un paquete integral?						
% del total						
		12. ¿Cuánto pagaría por un paquete integral?				Total
		\$100–\$200	\$201–\$300	Más de \$300	Menos de \$100	
5. ¿Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil?	\$100–\$200	24,1%	7,7%		1,0%	32,8%
	\$201–\$300	4,6%	10,3%	2,1%	0,5%	17,4%
	Más de \$300	3,6%	5,1%	4,6%	1,0%	14,4%
	Menos de \$100	12,8%			11,3%	24,1%
	No recuerda	2,6%	2,1%	1,5%	5,1%	11,3%
Total		47,7%	25,1%	8,2%	19,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Gráfico 4. Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil y Cuánto pagaría por un paquete integral.



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

La tabla refleja una tendencia clara entre el gasto previo y la disposición a pagar por un paquete integral. El 47,7% del total estaría dispuesto a pagar entre \$100 y \$200, siendo este grupo liderado por quienes ya gastaron esa misma cantidad en su última fiesta (24,1%). Por otro lado, quienes gastaron entre \$201 y \$300 muestran una mayor apertura a invertir más: el 10,3% pagaría entre \$201 y \$300 y el 2,1% más

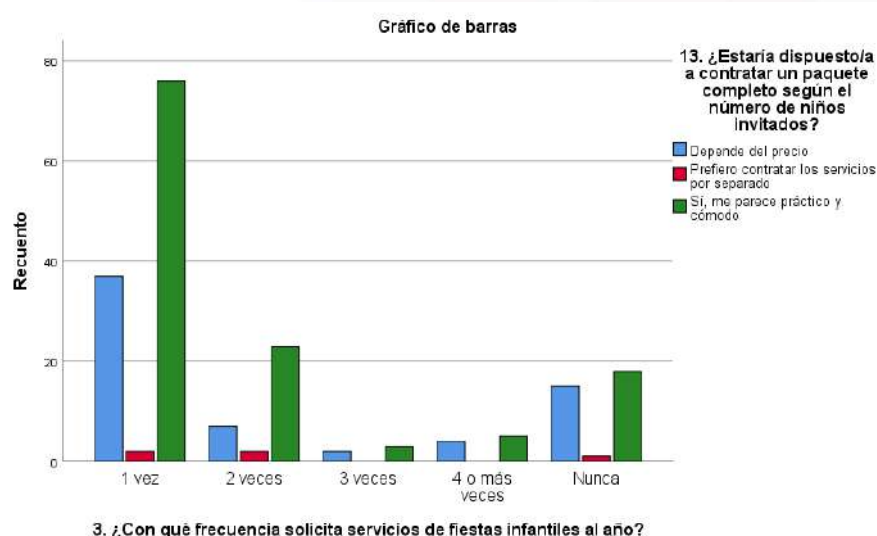
de \$300. Incluso entre quienes gastaron más de \$300, el 4,6% estaría dispuesto a repetir ese gasto en un paquete integral. Cabe destacar que el 19% del total pagaría menos de \$100, compuesto principalmente por quienes gastaron menos de \$100 (11,3%) y quienes no recuerdan su gasto (5,1%). Estos datos evidencian una relación directa entre el historial de gasto y la disposición a invertir en servicios más completos.

Tabla 19. Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año y estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.

Tabla cruzada 3. ¿Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año?*13. ¿Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados?					
% del total					
		13. ¿Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados?			Total
		Depende del precio	Prefiero contratar los servicios por separado	Sí, me parece práctico y cómodo	
3. ¿Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año?	1 vez	19,0%	1,0%	39,0%	59,0%
	2 veces	3,6%	1,0%	11,8%	16,4%
	3 veces	1,0%		1,5%	2,6%
	4 o más veces	2,1%		2,6%	4,6%
	Nunca	7,7%	0,5%	9,2%	17,4%
Total		33,3%	2,6%	64,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Gráfico 5. Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año y estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

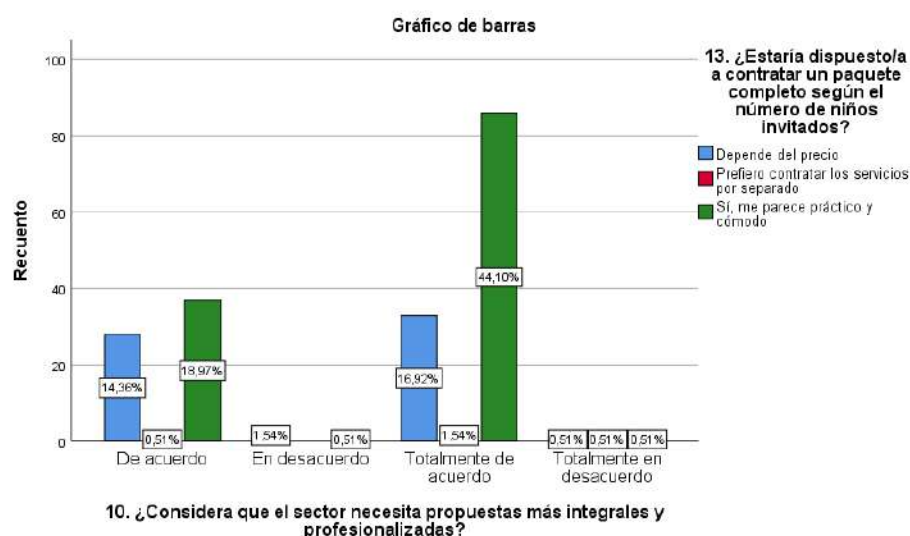
Los resultados muestran que a mayor frecuencia en la contratación de servicios para fiestas infantiles, mayor es la predisposición a optar por un paquete completo según el número de niños invitados. El 64,1% del total considera esta opción práctica y cómoda, especialmente quienes solicitan el servicio una vez al año (39%) y dos veces al año (11,8%). Solo el 2,6% prefiere contratar los servicios por separado, lo que evidencia una clara preferencia por soluciones integrales. Aunque un 33,3% indica que depende del precio, este grupo incluye tanto a quienes han contratado el servicio con regularidad como a quienes no lo han hecho nunca. Esto sugiere que el modelo de paquetes completos tiene buena aceptación, pero su éxito dependerá de una adecuada segmentación de precios.

Tabla 20. Considera que el sector necesita propuestas más integrales, profesionalizadas y estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.

Tabla cruzada 10. ¿Considera que el sector necesita propuestas más integrales y profesionalizadas? *13. ¿Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados?					
% del total					
		13. ¿Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados?			Total
		Depende del precio	Prefiero contratar los servicios por separado	Sí, me parece práctico y cómodo	
10. ¿Considera que el sector necesita propuestas más integrales y profesionalizadas?	De acuerdo	14,4%	0,5%	19,0%	33,8%
	En desacuerdo	1,5%		0,5%	2,1%
	Totalmente de acuerdo	16,9%	1,5%	44,1%	62,6%
	Totalmente en desacuerdo	0,5%	0,5%	0,5%	1,5%
Total		33,3%	2,6%	64,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Gráfico 6. Considera que el sector necesita propuestas más integrales, profesionalizadas y estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados.



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

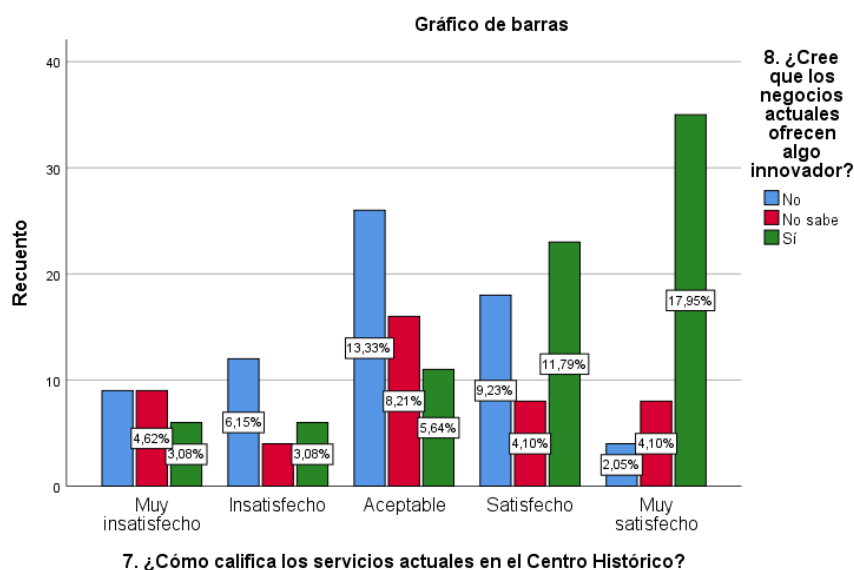
Los resultados reflejan una fuerte correlación entre la percepción de necesidad de propuestas más integrales y la disposición a contratar paquetes completos. El 64,1% del total considera práctico y cómodo adquirir un paquete según el número de niños invitados, destacando especialmente quienes están totalmente de acuerdo (44,1%) y de acuerdo (19%) con que el sector necesita mayor profesionalización. Solo un 2,6% prefiere contratar servicios por separado, lo cual refuerza la oportunidad de desarrollar una oferta estructurada e integral. Esta tendencia indica una demanda latente por propuestas organizadas, confiables y que simplifiquen la experiencia para los clientes

Tabla 21. Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico y cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.

Tabla cruzada 7. ¿Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico? *8. ¿Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador?					
% del total					
		8. ¿Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador?			Total
		No	No sabe	Sí	
7. ¿Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico?	Muy insatisfecho	4,6%	4,6%	3,1%	12,3%
	Insatisfecho	6,2%	2,1%	3,1%	11,3%
	Aceptable	13,3%	8,2%	5,6%	27,2%
	Satisfecho	9,2%	4,1%	11,8%	25,1%
	Muy satisfecho	2,1%	4,1%	17,9%	24,1%
Total		35,4%	23,1%	41,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Gráfico 7. Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico y cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador.



Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS, versión 28.

Los datos muestran que a medida que mejora la calificación de los servicios en el Centro Histórico, también aumenta la percepción de innovación en los negocios. Quienes se sienten muy satisfechos con los servicios son también quienes más reconocen propuestas innovadoras (17,9%), mientras que entre los muy insatisfechos, predomina la percepción negativa o la incertidumbre (4,6% consideran que no hay innovación y otro 4,6% no sabe). Esta relación sugiere que la satisfacción del cliente está directamente ligada a la percepción de originalidad y renovación en los servicios ofrecidos, lo que refuerza la necesidad de apostar por ideas frescas y diferenciadoras en el sector.

CAPÍTULO V: PROPUESTA MICROEMPRESA

5.1 Descripción de la empresa

AventuFiesta será una microempresa dedicada a la venta de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito. Su oferta incluirá decoración temática, kits de fiesta personalizadas, invitaciones, animación y otros elementos diseñados para celebraciones creativas y memorables.

El negocio será implementado por sus fundadores, quienes aportarán el capital y gestionarán su ejecución. AventuFiesta busca establecerse como una alternativa innovadora, práctica y accesible para quienes desean organizar fiestas infantiles con creatividad y personalización.

5.2 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa fue elegido por sus fundadores con la intención de reflejar la esencia creativa y alegre del negocio. Se buscó un nombre creativo, que fuera sencillo de pronunciar, recordar y que permitiera destacar en el mercado local de fiestas infantiles en Quito.

AventuFiesta representa la combinación perfecta entre la diversión y la celebración, capturando el espíritu festivo y dinámico que se quiere transmitir en cada producto y servicio ofrecido. Este nombre representa la propuesta de valor enfocada en generar momentos especiales y llenos de energía positiva para los niños y sus familias.

5.3 Constitución legal de la empresa

Para la puesta en marcha de AventuFiesta, se plantea conformarla como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), ya que esta figura se ajusta a las necesidades de una microempresa que inicia operaciones con recursos limitados y bajo la dirección de una sola persona. La S.A.S., incorporada en la normativa ecuatoriana a través de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (Registro Oficial Suplemento No. 151, 28 de febrero de 2020), con el propósito de facilitar la

formalización de pequeños negocios y promover la creación de nuevas unidades productivas.

Una de las principales ventajas de esta figura es su flexibilidad, ya que puede ser constituida por una o varias personas, sean naturales o jurídicas. En el caso de AvenuFiesta, la empresa será conformada por dos socias, quienes participarán tanto en la propiedad como en la toma de decisiones estratégicas. Esta modalidad permite distribuir responsabilidades, fortalecer la gestión del emprendimiento y aportar diferentes capacidades al proyecto.

Además, la S.A.S. ofrece procesos de constitución ágiles, menores costos administrativos, brinda seguridad jurídica y facilita la participación en contratos, alianzas comerciales y actividades formales desde el inicio de operaciones. Con esta figura legal, AvenuFiesta puede desarrollarse con mayor seguridad jurídica, acceder a contratos formales y proyectarse a futuros procesos de expansión, manteniendo una estructura flexible y adecuada para la realidad de una microempresa.

5.4 Slogan para empresa

Gráfico 8. Slogan empresa.



Fuente: Elaboración Propia

5.5 Nombre de los propietarios o integrantes de la sociedad.

Apellidos: Cabrera Campoverde

Nombres: Tania Abigail

Nombre de los propietarios o integrantes de la sociedad.

Apellidos: Campoverde Pinza

Nombres: Antonia Lucia

5.5.1 Motivaciones de los propietarios para llevar a cabo el proyecto.

La motivación principal de los propietarios es emprender un proyecto que represente una oportunidad de desarrollo profesional y estructurado, aplicando los conocimientos adquiridos en gestión de proyectos durante los últimos meses; existe un fuerte compromiso por parte del equipo para enfrentar los retos y asumir los riesgos originarios al proceso de creación y puesta en marcha de una empresa. Se reconoce que estos obstáculos son parte del camino emprendedor, y se afrontan con responsabilidad, entusiasmo y visión de futuro de forma estratégica.

5.6 Descripción del negocio

5.6.1 ¿Qué clase de organización somos?

AventuFiesta es una microempresa especializada en crear experiencias mágicas e inolvidables para los más pequeños del hogar, nos enfocamos en ofrecer soluciones creativas y productos únicos para fiestas infantiles. Nuestro modelo de negocio se basa en la venta de artículos y servicios personalizados para eventos, con una propuesta de valor centrada en nuestros kits de fiesta hechos a medida, que facilitan a las familias la organización de celebraciones inolvidables.

5.6.2 ¿Para qué nos constituimos?

La empresa nace con el objetivo de brindar una propuesta innovadora en el mercado, integrando servicios y productos diferenciadores que aún no han sido adoptados por la mayoría de los competidores del sector. Se busca aportar valor añadido mediante una oferta integral, creativa y accesible.

5.6.3 ¿Para quién?

El público objetivo está conformado por madres y padres que desean celebrar de forma especial y única los cumpleaños u otras fechas importantes de sus hijos e hijas, sin dejar de contribuir activamente en la experiencia. AventuFiesta destaca a clientes que buscan opciones prácticas, alegres, originales e innovadoras para planificar eventos infantiles.

5.7 Visión

Convertirse en una empresa líder en el mercado quiteño de productos y servicios para fiestas infantiles, destacada por su innovación, calidad y compromiso con la alegría de las familias.

5.8 Misión

Ofrecer productos y servicios creativos, seguros y personalizados para fiestas infantiles, generando experiencias memorables y significativas a través de una atención cercana, propuestas accesibles y un enfoque centrado en la diversión de los niños y adultos a satisfacción de sus familias.

5.9 Valores

- **Creatividad:** Cada propuesta está diseñada con originalidad y detalles personalizados.
- **Compromiso:** Cumplimos lo que ofrecemos con responsabilidad y ética.
- **Calidez:** Atención cercana y amable en cada etapa del proceso.
- **Diversión:** Todo lo que hacemos busca generar alegría genuina y recreativa.
- **Seguridad:** Aseguramos productos y servicios adecuados para el público infantil.

5.10 Especificaciones del servicio

5.10.1 Invitados

AventuFiesta brindará kits y elementos adecuados para diferentes rangos de edad, asegurando que los invitados disfruten de un ambiente divertido, seguro y acorde a la temática elegida.

5.10.2 Acompañantes

Se contemplan alternativas para que madres, padres o adultos responsables puedan involucrarse en la dinámica del evento, creando un ambiente familiar, participativo y armonioso.

5.10.3 Servicios

- Kits personalizados de acuerdo con temática.
- Alquiler de juegos inflables, Kits de concurso.
- Piñatas personalizadas
- Disposición de máquinas temáticas: algodón de azúcar, carrito de hot dogs, dispensadores de bebidas.
- Diseño y personalización de invitaciones digitales o impresas.
- Menaje (vajilla, vasos, cucharas)
- Opciones de crédito y descuentos especiales por temporada o paquetes

5.10.4 Personal

El equipo de trabajo estará conformado por personas capacitadas para ofrecer productos con enfoque recreativo y emocional, contando con el apoyo de animadores, recreadores, músicos, artistas, y personal especializado en dinámicas infantiles. Todo el personal será seleccionado cuidadosamente para cumplir con los estándares de calidad y empatía hacia los niños.

5.10.5 Actividades

- Globoflexia,
- Pintura facial (caritas pintadas)
- Porta-nombres para invitados y cumpleaños/a
- Photobooth props
- Shows de títeres
- Magia infantil
- Concursos y juegos recreativos ajustados a la edad del público

Estas actividades permitirán diferenciar a AventuFiesta dentro del mercado y ofrecer una experiencia enriquecedora que va más allá de la venta de productos.

5.11 Análisis FODA

El análisis FODA permite identificar las competencias internas y las circunstancias del entorno que pueden impactar en el desarrollo del proyecto. A través de esta herramienta, AventuFiesta podrá establecer ejes estratégicos que le posibiliten fortalecer sus ventajas, utilizar las oportunidades del mercado, mitigar riesgos y corregir limitaciones operativas.

A continuación, presentamos el análisis F.O.D.A. de la empresa AventuFiesta:

Fortalezas (factores internos favorables)

- Propuesta innovadora de productos y servicios para fiestas infantiles con personalización propia.
- Alta capacidad creativa en diseño de kits personalizados.
- Conocimiento técnico en planificación y dirección de proyectos, aplicado metodologías al negocio.
- Enfoque flexible que permite adaptarse a distintos requerimientos y presupuestos.
- Motivación emprendedora de los socios, con compromiso, conocimiento y responsabilidad.
- Uso eficiente de canales digitales para difusión y venta directa de kits.

Amenazas (Factor Externo)

- Volatilidad económica nacional que afecta el poder de compra de los hogares.
- Aumento de la inseguridad en zonas urbanas, que puede restringir la distribución o entrega.
- Competencia informal con precios bajos y sin cumplimiento de normas sanitarias o de calidad.
- Inflación y variabilidad de costos en inventario y transporte.
- Posibles nuevas circunstancias sanitarias o climáticas que restrinjan celebraciones presenciales.

Oportunidades (factores externos favorables)

- Aumento en la demanda de productos festivos y recreativos.
- Mayor interés por celebraciones más íntimas y personalizadas tras la pandemia.
- Brechas en el mercado local con escasa formalidad y baja calidad en la oferta actual.

- Evolución del comercio electrónico y las redes sociales como canales de promoción y venta.
- Posibilidades de alianzas estratégicas con negocios complementarios en un futuro (repostería, catering, etc).
- Orientación positiva hacia el consumo de productos temáticos y creativos para los niños y niñas.

Debilidades (factores internos limitantes)

- Capital limitado en la etapa inicial para producción a gran escala.
- Marca aún desconocida, en proceso de posicionamiento en el mercado quiteño.
- Carencia de estructura logística propia (transporte, bodegaje).
- Dependencia de proveedores externos para insumos clave.
- Falta de personal fijo en la etapa temprana del emprendimiento.

5.12 Análisis Cruzado FODA

El análisis FODA cruzado permite asociar los factores internos (fortalezas y debilidades) con los factores externos (oportunidades y amenazas) de la matriz FODA, con el fin de crear estrategias concretas a corto, mediano y largo plazo. Estas estrategias deben definirse teniendo en cuenta los recursos disponibles y la capacidad operativa de la empresa.

El análisis F.O.D.A. cruzado está conformado por:

Análisis FODA Cruzado de AvenuFiesta

Tabla 22 Análisis FODA

Relación	Estrategia
Fortalezas + Oportunidades (FO)	• Desarrollar una línea de productos personalizados y listos para usar, aprovechando la alta capacidad creativa y el enfoque innovador, respondiendo así al aumento de la demanda de celebraciones íntimas y prácticas. • Potenciar la difusión y venta de la marca a través de redes sociales y comercio electrónico, utilizando los canales digitales ya dominados por los socios, lo que permite posicionarse en un mercado con baja competencia formal.

	• Establecer alianzas estratégicas con negocios complementarios, aprovechando el enfoque flexible de la empresa y la motivación emprendedora, para ampliar la oferta sin necesidad de gran inversión inicial. • Diseñar campañas digitales con identidad visual propia y temática infantil creativa, aprovechando la tendencia de consumo hacia productos diferenciados y el conocimiento técnico en planificación.
Fortalezas + Amenazas (FA)	• Entrega segura dentro del mismo local reduciendo el impacto de la inseguridad urbana, apoyándose en la flexibilidad del modelo de negocio. • Ajustar los productos según rangos de presupuesto, utilizando el enfoque adaptable para mantenerse competitivo frente a la informalidad y la variabilidad de precios. • Optimizar el uso de materiales alternativos, gracias a la capacidad creativa, para contrarrestar la inflación en insumos y empaques. • Diseñar planes de contingencia para mantener la operación en escenarios sanitarios adversos, usando el conocimiento técnico en gestión de proyectos.
Debilidades + Oportunidades (DO)	• Usar el crecimiento del comercio electrónico como vía principal de operación, minimizando la necesidad de una estructura física costosa mientras se fortalece el posicionamiento de marca. • Fortalecer la imagen de marca mediante colaboraciones con microinfluencers o negocios locales, reduciendo el impacto de la baja visibilidad inicial sin requerir campañas masivas. • Crear convenios con proveedores aliados para garantizar abastecimiento, compensando la falta de personal fijo y de estructura logística propia. • Lanzar paquetes temáticos accesibles en fases, validando la oferta y ajustando la producción con el capital limitado.

Debilidades + Amenazas (DA)	• Establecer una red confiable de proveedores y logística tercerizada, para compensar la falta de infraestructura propia y minimizar riesgos ante problemas de distribución e inseguridad. • Adoptar un modelo escalable y flexible en la producción, que reduzca costos iniciales ante la amenaza de inflación y limitaciones presupuestarias. • Crear protocolos operativos adaptables a nuevas restricciones sanitarias, considerando la ausencia de personal fijo y posibles futuras contingencias. • Buscar financiamiento semilla o convocatorias de emprendimiento, para superar la limitación de capital inicial y reforzar la capacidad de respuesta ante el entorno económico inestable.
-----------------------------	---

Fuente: Elaboración Propia

5.13 La organización

5.13.1 Estructura de la empresa AventuFiesta

La conformación estructural de AventuFiesta responde a la necesidad de establecer una base organizativa sólida que permita direccionar adecuadamente los recursos humanos, técnicos y financieros, para garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa, al tratarse de una microempresa orientada a la prestación de servicios y productos para fiestas infantiles, su estructura se ha diseñado bajo un enfoque funcional, priorizando la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

La estructura organizativa de AventuFiesta se divide en las siguientes áreas funcionales:

5.13.2 Área de Coordinación General

- Liderar la planificación, supervisión y evaluación de todas las operaciones de la empresa.
- Tomar decisiones estratégicas y establecer la visión de crecimiento del negocio con visión a futuro.
- Garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad en los servicios.

- Coordinar la relación con proveedores, clientes y aliados estratégicos.
- Supervisar la correcta planificación y ejecución de cada evento, incluyendo la logística de montaje y desmontaje.
- Gestionar los procesos de selección, capacitación y desarrollo del equipo de trabajo.
- Impulsar un ambiente laboral positivo y el trabajo en equipo.
- Organizar los procesos contables, financieros y operativos de la empresa.
- Administrar los ingresos y egresos y elaborar los presupuestos.
- Coordinar el pago a proveedores y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Manejar y controlar el inventario de productos y materiales.
- Llevar el registro documental de la empresa y coordinar los procesos de contratación y legalidad.

5.13.3 Área Ventas

- Manejar la promoción de servicios y productos a través de medios digitales, redes sociales y alianzas.
- Coordinar y atender la relación directa con los clientes, desde la cotización inicial hasta el seguimiento posventa.
- Implementar y aplicar estrategias de fidelización para mantener la relación con los clientes.
- Diseñar y ejecutar conceptos temáticos personalizados para las fiestas infantiles.
- Desarrollar propuestas visuales, decorativas y lúdicas que den identidad a los eventos.
- Gestionar y mantener el inventario de materiales (inflables, disfraces, decoración, etc.).
- Coordinar el traslado de materiales y la puntualidad del personal operativo a los eventos.

5.14 Talento Organizacional Competitivo

El talento humano constituye el sustento esencial sobre el cual se sostiene el éxito de AvenuFiesta al tratarse de una microempresa centrada en la experiencia del cliente y la creatividad, contar con un equipo comprometido, capacitado y polifuncional es clave para garantizar la calidad y diversificación del servicio, por ello, el área de Talento Organizacional tiene como objetivo garantizar la incorporación de personas

idóneas en cada puesto, promoviendo un entorno de trabajo saludable, colaborativo y motivador.

El proceso de gestión del talento contempla las siguientes fases:

- **Reclutamiento:**

Es la fase en la que se identifican y convocan potenciales colaboradores mediante publicaciones en plataformas digitales, redes sociales. Se busca atraer perfiles alineados con los valores de la empresa: creatividad, responsabilidad, amabilidad, proactividad y transparencia.

- **Selección:**

Radica en la evaluación técnica y actitudinal de los candidatos. Se aplican entrevistas, dinámicas grupales y pruebas prácticas cuando el cargo lo requiere, destacando la afinidad con el trabajo infantil, la capacidad de resolución de problemas y el trabajo en equipo.

- **Inducción**

Una vez seleccionado el personal, se llevará a cabo una presentación integral de la empresa, su misión, visión, protocolos de atención al cliente y estilo de trabajo. Asimismo, se presenta al nuevo miembro con el resto del equipo, fomentando desde el inicio una cultura de cercanía y colaboración.

- **Capacitación continua:**

AventuFiesta fomenta el desarrollo profesional de su equipo mediante talleres internos, capacitaciones temáticas (como animación infantil, primeros auxilios, montaje seguro, creatividad en decoración, etc.) y espacios de retroalimentación, feedback. Esta inversión en el crecimiento del personal permite enfrentar desafíos del mercado con agilidad y compromiso.

5.14.1 Personal operativo en la etapa inicial

Durante su fase introductoria AventuFiesta contará con un equipo compacto pero versátil, conformado por:

- **1 Coordinador General** (fundador/gerente)
- **1 Patrocinador**
- **1 Encargado/a de Ventas**
- **2 Colaboradores polifuncionales** que se contrata ocasionalmente por evento (animadores, personal de montaje, asistentes de decoración) no dentro de estructura, pero si dentro de modelo de negocio.

Para cada evento, se movilizará un equipo base de **3 personas**, distribuidas de la siguiente manera:

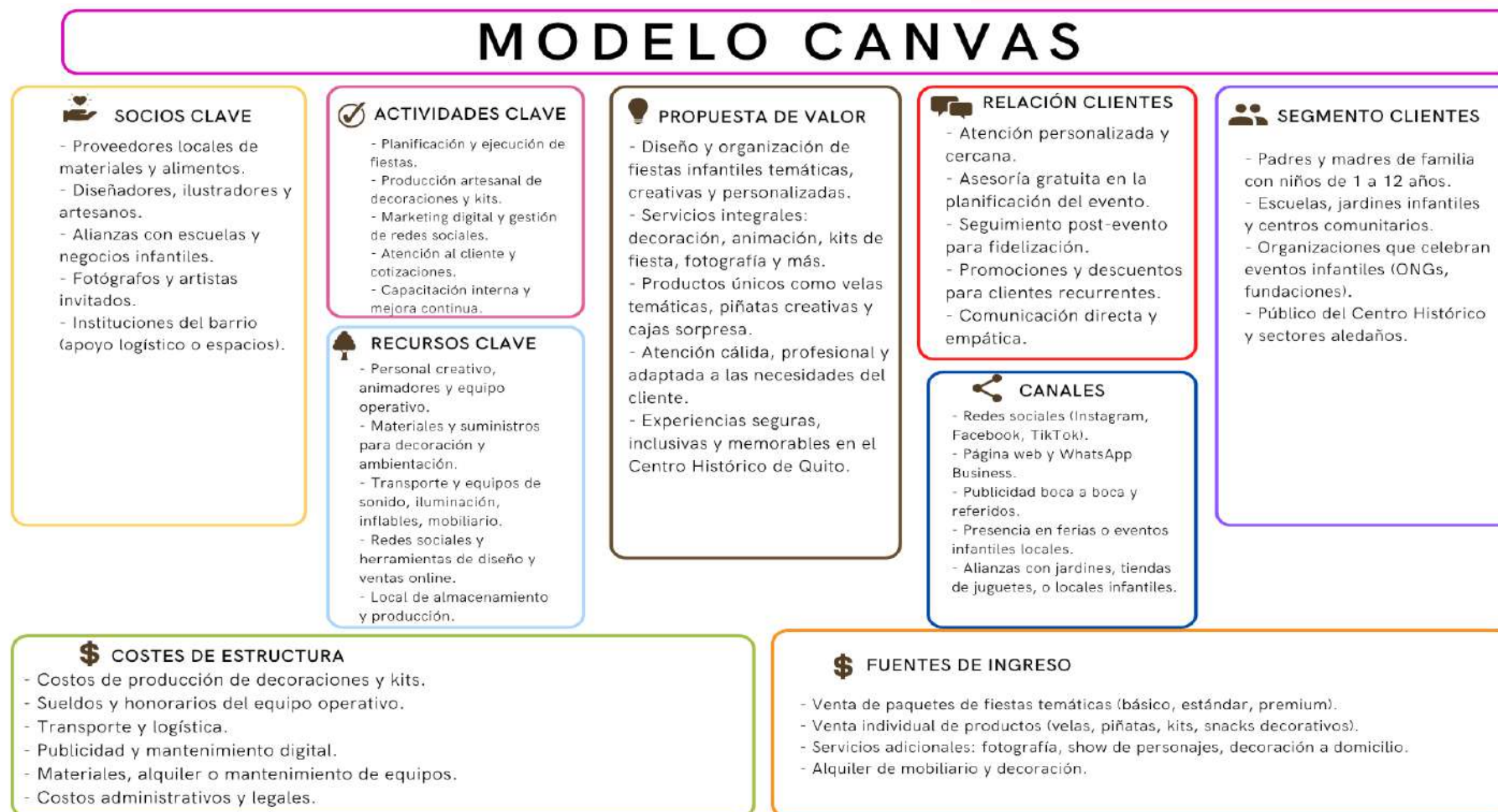
- 1 Coordinador de evento (supervisa y asegura cumplimiento del cronograma)
- 1 Animador/a principal (dinámicas, juegos, interacción con los niños)
- 1 Apoyo en decoración y montaje

Este esquema de rotación flexible permite optimizar recursos, asegurar un servicio personalizado y mantener la calidad en cada celebración. Además, se busca que cada miembro conozca diversas funciones, pontenciando el trabajo colaborativo y la adaptabilidad del equipo.

5.15 Modelo de Negocios.

El modelo de negocio de "AventuFiesta" se organiza bajo la metodología del Business Model Canvas y se enfoca en la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles. El negocio funciona a través de un punto físico de venta y se apoya en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) y WhatsApp Business como sus principales canales de comunicación y venta. La propuesta de valor principal es ofrecer una solución integral, que incorpora la venta de kits personalizados y servicios de decoración, equipamiento y animación. Las fuentes de ingreso provienen de la venta de estos paquetes, el alquiler de inflables, máquina de canguil, algodón de azúcar, etc. Los recursos clave son el personal creativo y comprometido, mientras que las actividades prioritarias se centran en la planificación y ejecución de las fiestas y un fuerte marketing digital. La relación con el cliente se maneja con un enfoque personalizado y empático, con el fin de lograr una alta satisfacción y fidelización en los clientes.

Tabla 23. Modelo de Negocio CANVAS



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO VI: METODOLOGÍA PMBOK.

La Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (PMBOK) se empleará como el marco metodológico principal para la estructura de la propuesta de la microempresa "AventuFiesta", la incorporación de esta guía facilitará una gestión organizada del proyecto desde su inicio hasta su cierre. Al tomar como base la planificación, ejecución y control en los principios y las prácticas recomendadas del PMBOK, se procura garantizar una gestión eficiente de los recursos, un control estricto de los plazos y costos, y una clara determinación del alcance. En última instancia, esta metodología aumentará la probabilidad de éxito en el desarrollo de una propuesta sólida y viable para la realización de la microempresa.

En este sentido, la estructura del proyecto se alinea con dominios clave como el de interesados, promoviendo una comunicación constante con los padres y potenciales usuarios; y el dominio del equipo, que permite establecer de forma clara los roles y responsabilidades dentro de la microempresa. A ello se suma el dominio del ciclo de vida, que facilita ordenar las actividades desde la concepción de la idea hasta su puesta en marcha. El dominio de planeación orienta la identificación de riesgos, la elaboración del cronograma y la definición de los recursos necesarios, mientras que el dominio del trabajo del proyecto se vincula directamente con la prestación de los servicios y la entrega del valor esperado al cliente.

Finalmente, se integran los dominios de medición, mediante indicadores que permiten evaluar el desempeño del proyecto, y el de incertidumbre, que incorpora el análisis de escenarios y estrategias de mitigación. La combinación de todos estos elementos permite que AventuFiesta se sustente en buenas prácticas de gestión y cuente con una base sólida para enfrentar los desafíos propios del entorno real de un emprendimiento.

6.1 Grupo de Proceso de Inicio.

Esta fase es esencial en la gestión de un proyecto, su fin fundamental es la legalización y autorización del negocio. En esta fase se realiza el acta de constitución del proyecto, un documento crítico que establece la finalidad del proyecto, los objetivos generales, el alcance de alto nivel y la asignación inicial de los recursos primordiales. También, este procedimiento es crucial para el reconocimiento de los principales interesados, lo que determina las bases para una gestión de expectativas efectiva a lo largo de todo el ciclo de vida del proyecto. (Project Management Institute, 2021)

Inicio del Proyecto

Dentro del inicio del proyecto se elaborará lo siguiente:

- Acta de constitución
- Lista de Interesados
- Expectativas de los interesados

6.1.1 Acta de constitución del proyecto

Tabla 24. Acta de Constitución

ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO		
Fecha	Nombre de Proyecto	Líder del Proyecto
2025	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.	Tania Cabrera Campoverde
Propósito y Justificación		
Propósito El presente proyecto tiene como propósito implementar la microempresa AvenuFiesta, especializada en ofrecer productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito. La empresa busca generar experiencias lúdicas, seguras y memorables, integrando animación, decoración, entretenimiento y ambientación temática, con un enfoque creativo, kits personalizados e inclusivos.		
Justificación El proyecto AvenuFiesta nace como respuesta a la creciente demanda de servicios integrales y personalizados para fiestas infantiles en el Centro Histórico y Sur de Quito. procura ofrecer experiencias seguras, creativas y de calidad, aplicando principios de gestión de proyectos del PMBOK y contribuyendo al desarrollo económico local mediante alianzas con proveedores y emprendedores del sector.		

Fecha de inicio del Proyecto	Fecha de Fin de Proyecto																								
01/10/2025	31/12/2025																								
Objetivos del Proyecto (General y Específicos)																									
Objetivo General Diseñar una propuesta para la implementación de la microempresa AventuFiesta, que ofrezca productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito; con un presupuesto de USD\$38.386,63 en el plazo de 3 meses. Objetivos Específicos - Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades y preferencias de los clientes potenciales. - Crear un esquema de la empresa con características atractivas para el consumidor. - Desarrollar la estrategia comercial y el catálogo de productos - Establecer un plan de gestión de la empresa, abarcando la estructura organizacional, los procesos operativos - Elaborar la propuesta financiera con un análisis de viabilidad.																									
Entregables del Proyecto																									
- Plan de negocio - Base de datos de proveedores y clientes - Planes con metodología PMBOK. - Reporte financiero de viabilidad																									
Interesados Clave																									
- Patrocinador - Director de Proyecto - Equipo de Proyecto - Proveedores - Arrendadores - Hombres y mujeres que tienen hijos menores de 12 años de edad y que se encuentren ubicados en el Centro Histórico y Sur del Distrito Metropolitano de Quito. - Escuelas, negocios infantiles. - Entidades reguladoras y de control.																									
Presupuesto																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ítem</th><th>Detalle del Gasto</th><th>Valor Total (\$)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. ACTIVOS FIJOS</td><td></td><td>\$ 3.975,00</td></tr> <tr> <td></td><td>(Mobiliario, Equipos de Oficina, etc.)</td><td></td></tr> <tr> <td>B. GASTOS</td><td></td><td>\$ 466,00</td></tr> <tr> <td></td><td>(Constitución y adecuaciones)</td><td></td></tr> <tr> <td>C. CAPITAL DE TRABAJO</td><td></td><td>\$ 33.945,63</td></tr> <tr> <td>1</td><td>Inventario Inicial</td><td></td></tr> <tr> <td>2</td><td>Gastos de operación (3 meses)</td><td></td></tr> </tbody> </table>		Ítem	Detalle del Gasto	Valor Total (\$)	A. ACTIVOS FIJOS		\$ 3.975,00		(Mobiliario, Equipos de Oficina, etc.)		B. GASTOS		\$ 466,00		(Constitución y adecuaciones)		C. CAPITAL DE TRABAJO		\$ 33.945,63	1	Inventario Inicial		2	Gastos de operación (3 meses)	
Ítem	Detalle del Gasto	Valor Total (\$)																							
A. ACTIVOS FIJOS		\$ 3.975,00																							
	(Mobiliario, Equipos de Oficina, etc.)																								
B. GASTOS		\$ 466,00																							
	(Constitución y adecuaciones)																								
C. CAPITAL DE TRABAJO		\$ 33.945,63																							
1	Inventario Inicial																								
2	Gastos de operación (3 meses)																								

TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 38.386,63
Requisitos de alto nivel		
• Diseño de la propuesta que incluya un plan de negocio integral con todos los componentes necesarios: análisis de mercado, estructura organizacional, plan operativo, legal y financiero. • Viabilidad técnica y financiera demostrada mediante estudios y análisis previos que respalden la factibilidad del proyecto dentro del presupuesto de USD\$38.386,63.		
Nivel de Autoridad del Director del Proyecto		
El Director del Proyecto tendrá la autoridad para tomar decisiones estratégicas y operativas relacionadas con la planificación, coordinación, seguimiento y evaluación de todas las fases del proyecto. Estará facultado para asignar recursos, aprobar cronogramas, coordinar con proveedores y personal, así como presentar informes de avances y resultados ante los interesados clave. También podrá realizar ajustes menores al presupuesto y al cronograma, siempre que no comprometan el alcance general del proyecto.		
Supuestos		
• Se contará con el financiamiento total de USD\$38.386,63 al inicio del proyecto. • El mercado en el Centro Histórico y Sur de Quito mantendrá la demanda esperada de servicios para fiestas infantiles. • Existirá disponibilidad de talento humano fijo y temporal con las habilidades requeridas. • Los permisos legales y licencias municipales podrán ser gestionados y aprobados en los primeros dos meses del proyecto. • Las condiciones económicas del entorno se mantendrán estables durante la ejecución del proyecto.		
Restricciones		
• El presupuesto no podrá superar los USD\$38.386,63 • El tiempo máximo de ejecución del proyecto es de 3 meses. • Las actividades deben desarrollarse dentro del Centro Histórico de Quito. • Cierta talento humano será contratado únicamente de forma temporal para las fases iniciales. • La propuesta debe cumplir con las normativas locales y ambientales aplicables.		
Riesgos de alto nivel		
• Demora en trámites legales y permisos municipales, lo que podría retrasar la ejecución. • Baja aceptación del mercado frente a los productos y servicios propuestos. • Incremento imprevisto en costos de materiales o servicios, afectando el presupuesto. • Problemas logísticos o de transporte dentro del Centro Histórico (zonas restringidas) • Falta de personal capacitado temporal, lo que impactaría en la calidad del servicio.		
Hitos		
• Mes 1: Firma de acta de constitución del proyecto. • Mes 2: Entrega de lista de proveedores seleccionados a patrocinador. • Mes 3: Aprobación del modelo de gestión de negocio. • Mes 4: Aprobación del plan de mercadeo. • Mes 5: Propuesta financiera y cronograma validado. • Mes 6: Entrega de producto y servicio.		

Firmas de Responsabilidades	
Patrocinador: Antonia Campoverde	
Director del Proyecto: Tania Cabrera	

Fuente: Elaboración propia

6.1.2 Lista de Interesados

Tomando en cuenta a las personas y organizaciones que pueden verse impactadas ya sea de forma positiva o negativa por el desarrollo del proyecto, se identificaron los interesados clave, los cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 25. Lista de Interesados

LISTA DE INTERESADOS	
Nombre/Tipo	Rol
Antonia Campoverde	Patrocinador
Tania Cabrera	Director de Proyecto
Miembros del equipo	Equipo de Proyecto
Mercadería para fiestas	Proveedores Nacionales
Bodegas – Local	Arrendadores
Clientes potenciales	Hombres y mujeres que tienen hijos menores de 12 años de edad y que se encuentren ubicados en el Centro Histórico y Sur del Distrito Metropolitano de Quito.
Municipio de Quito Servicio de Rentas Internas Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros	Entidades reguladoras y de control

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, se documentaron las expectativas de los actores involucrados en el proyecto, cuyos detalles se presentan a continuación.

6.1.3 Expectativas de los interesados

Tabla 26. Expectativas de los Interesados

EXPECTATIVAS DE LOS INTERESADOS			
Identificación del Proyecto			
Fecha	9 de octubre del 2025		
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.		
Director del Proyecto	Tania Cabrera Campoverde		
STAKEHOLDERS	NOMBRE Y APELLIDO	ROL	EXPECTATIVA
STK 1	Antonia Campoverde	Patrocinador	Que el negocio sea rentable y sustentable.
STK 2	Tania Cabrera	Directora de Proyectos	Que el proyecto recoja todos los requisitos de los interesados.
STK 3	Alex Sanmartín	Creativa Studio Productor audiovisual y Marketing	Promover la marca y captar clientes a través de contenido atractivo.
STK 4	Lenin Sanmartín	Decorarte Eventos Proveedor	Entregar productos puntualmente y asegurar buena relación comercial.
STK 5	Ándres Palma	Show Time Producciones Proveedor	Tener claridad en los pedidos y pagos a tiempo.
STK 6	María Salazar	Piñatañata Proveedor	Condiciones laborales justas y pagos puntuales.
STK 7	Johana Proaño	Globofiesta Proveedor	Ser considerada para futuros eventos.
STK 8	Alajandra Cevallos	Mundo Mágico Eventos Proveedor	Tener canales de comunicación claros.
STK 9	Gonazalo Ponce	GP Iluminación & Sonido Proveedor	Que su trabajo sea valorado y reconocido.
STK 10	Cristóbal Calderón	Decorarte Quito Proveedor	Recibir instrucciones claras para cumplir con el servicio esperado.
STK 11	Flor Tejedor	Fiesta Kids Proveedor	Acceso a oportunidades laborales continuas.
STK 12	Bernarda Calva	Colorín Colorado Decoraciones Proveedor	Condiciones laborales estables y justas.
STK 13	Angie Zamora	Eventos Angie Proveedor	Participación activa en los eventos y estabilidad laboral.

STK 14	Melany Aguilar	Arrendadora bodega	Pago puntual del arriendo y cuidado del espacio.
STK 15	Servicio de Rentas Internas	Entidad reguladora y control	Que se cumplan las obligaciones tributarias de la microempresa.
STK 16	Municipio de Quito	Entidad reguladora y control	Que se pueda obtener permisos de funcionamiento de la microempresa.
STK 17	Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros	Entidad reguladora y control	Que se pueda cumplir con las actividades de la microempresa.
STK 18	Rosario Montenegro	Potencial cliente con 2 hijos menores de 12 años	Accesibilidad, buena atención y precios justos.
STK 19	Germán Romero	Potencial cliente con 1 hijo menor de 12 años	Seguridad para niños y confiabilidad del servicio.
STK 20	Josselin Zamora	Potencial cliente con 3 hijos menores de 12 años	Servicio creativo y adaptado a las nuevas tendencias.
STK 21	Emilio Beltrán	Potencial cliente con 1 hijo menor de 12 años	Servicios integrales (animación, decoración, etc.) y cumplimiento en tiempos.
STK 22	Carolina Villamarin	Potencial cliente con 2 hijos menores de 12 años	Experiencia profesional y trato amable en todo momento.
STK 23	Miguel Meneses	Potencial cliente con 1 hijo menor de 12 años	Diversión, innovación y buen precio.
STK 24	Erika Mancero	Potencial cliente con 1 hijo menor de 12 años	Seguridad en los eventos, confianza en el equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.2 Grupo de Procesos de Planificación

Durante esta fase se especifican de manera detallada el alcance, los objetivos y la estrategia para lograr las metas, el resultado clave es el plan de dirección del proyecto que incluye todos los planes secundarios de las áreas de conocimiento como el cronograma, el presupuesto y la gestión de riesgos. La planificación no es un proceso estático; se caracteriza por ser iterativo, dinámico y de elaboración progresiva, adaptándose continuamente a medida que se obtiene más información y se comprenden mejor las características del proyecto. (Project Management Institute, 2021)

Planificación del Proyecto

Dentro de la planificación del proyecto se elaborará lo siguiente:

- Plan para la dirección del proyecto
- Plan de Gestión de Alcance
- Matriz de recolección de requisitos
- Matriz de trazabilidad de requisitos
- Enunciado del alcance del proyecto
- Estructura de desglose de trabajo (EDT)
- Diccionario de la EDT
- Plan Gestión del Cronograma
- Plan de Gestión de Costos
- Plan de Gestión de Gestión de Calidad
- Plan de Gestión de Riesgos

6.2.1 Plan para la dirección del proyecto

El presente plan detalla la estrategia integral para la gestión y control de proyecto siguiendo las buenas prácticas establecidas en la Guía del PMBOK, su fin es establecer la hoja de ruta que permita coordinar de forma eficiente los recursos, cumplir los objetivos establecidos y garantizar que el producto final cumpla con la expectativa de los interesados.

Tabla 27 Plan para Dirección de Proyecto

PLAN PARA LA DIRECCIÓN DEL PROYECTO	
Identificación del Proyecto	
Fecha	14 de octubre del 2025
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.
Director del Proyecto	Tania Cabrera Campoverde
Objetivo del Plan	Ser marco de referencia integral para la gestión del proyecto, garantizando una ejecución alineada con los objetivos estratégicos de la microempresa. Para ello, se establecerán procedimientos detallados para la planificación, ejecución, monitoreo y cierre de cada fase.
Grupo de Proceso	

Inicio	• Acta de constitución • Lista de Interesados • Expectativas de los interesados
Planificación	• Plan para la dirección del proyecto • Plan de Gestión de Alcance • Matriz de recolección de requisitos • Matriz de trazabilidad de requisitos • Enunciado del alcance del proyecto • Estructura de desglose de trabajo (EDT) • Diccionario de la EDT • Plan Gestión del Cronograma • Plan de Gestión de Costos • Plan de Gestión de Gestión de Calidad • Plan de Gestión de Riesgos
Ejecución	En esta fase el equipo del proyecto se dedica a realizar el trabajo planificado para producir los entregables definidos. Es el momento en que la estrategia se convierte en acción, implicando la ejecución de las tareas, la asignación y coordinación de recursos humanos y financieros, el control del desempeño mediante el monitoreo del avance y la generación de informes, la gestión de cualquier cambio que surja para controlar su impacto en el alcance, el costo y el cronograma, y la verificación de que todos los entregables cumplan con los estándares de calidad establecidos.
Monitoreo y Control	El control se realizará mediante: Comparación periódica de avance real contra la línea base. Uso de análisis de valor ganado para medir desempeño en costo y tiempo. Emisión de reportes de estado y revisión de riesgos. Implementación de acciones correctivas cuando se detecten desviaciones
Cierre	En la fase de cierre del proyecto se formalizará la transferencia de todos los componentes de la propuesta de la microempresa al patrocinador. Este proceso culmina con la elaboración y presentación de un informe final que resume los resultados, valida el producto y detalla los costos y cronogramas definitivos. Adicionalmente, se actualizará toda la documentación y se creará un registro de lecciones aprendidas, el cual incluirá experiencias clave y recomendaciones para futuros proyectos, contribuyendo así al aprendizaje organizacional.

Fuente: Elaboración propia

6.2.2 Plan de Gestión de Alcance

La planificación de la gestión del alcance es una etapa esencial para definir con claridad los límites, objetivos y entregables del proyecto. Este proceso busca asegurar que el trabajo realizado se ajuste estrictamente a lo que se necesita, evitando actividades no planificadas que puedan afectar el presupuesto o los plazos. En el caso de la microempresa para la comercialización del productos y servicios de fiestas infantiles, se deben definir con exactitud los paquetes ofrecidos, las

decoraciones, el catálogo de productos, así como las actividades de logística y animación. (Project Management Institute, 2021)

Un plan definido de gestión de alcance permitirá controlar cambios no deseados y establecer criterios de aceptación claros para cada producto o servicio entregado.

Tabla 28 Plan de la Gestión de Alcance

PLAN DE GESTIÓN DEL ALCANCE	
Identificación del proyecto	
Fecha	15 de octubre de 2025
Nombre del proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK
Director de proyecto	Tania Cabrera Campoverde
Objetivo del plan	El alcance del proyecto será definido en función de la condición del acta de constitución y los factores del mercado. Se emplearán técnicas como el análisis del mercado, alternativas para recolección de requisitos y reuniones con los interesados.
Estructura de desglose de trabajo (EDT)	
La EDT se elaborarán en función de los entregables definidos. A partir enunciados del alcance del proyecto se obtendrá una estructura jerárquica de componentes para su identificación. Documentos base para la EDT son: • Plan de gestión del alcance • Enunciado de alcance del proyecto • Documentación de requisitos	
Diccionario de la EDT	
Para cada paquete de trabajo que se defina en la EDT, se elaborará un diccionario detallado.	
Línea base del alcance	
Una vez completado el EDT y el diccionario, se procederá a establecer la línea base del alcance, este paso es crucial para asegurar que el proyecto cuente con un punto de referencia fijo y formalmente aprobado, contra el cual se medirá el progreso y se gestionarán los cambios en los entregables durante la ejecución.	
Aceptación del alcance	

Cada entregable será revisado por el patrocinador quien podrá aprobarlo o solicitar cambios en función de la línea base definida del alcance del proyecto.

Recopilación de requisitos

El proceso de identificación de los interesados realizado en la fase de inicio del proyecto fue crucial para recopilar sus expectativas a través de encuestas. Una vez analizadas aquellas expectativas que se alinearon con los objetivos del proyecto se configuraron como requisitos formales.

Para verificar que estos requisitos cumplen con las necesidades del proyecto se elaborará una matriz de documentación; posteriormente los requisitos se plasmarán en la matriz de trazabilidad lo que permitirá un seguimiento riguroso y una gestión coherente a lo largo de todas las fases del proyecto.

Gestión de configuración

En caso de que surjan necesidades de cambio en el alcance del producto o servicio se seguirá un procedimiento de control de cambios riguroso para evaluar su impacto:

1. Presentar solicitud de cambio con su justificación
2. Evaluar impacto en costos, tiempo y alcance
3. Remitir análisis al patrocinador
4. Implementar el cambio aprobado
5. Monitoreo efectos del cambio

Priorización de requisitos

Los requisitos se priorizarán con base en su relevancia y el valor que aporten al proyecto utilizando la información detallada en la matriz de trazabilidad de los requisitos, este proceso se llevará a cabo durante la fase de planificación y será formalmente aprobado por el patrocinador del proyecto.

Métricas del producto:

Para asegurar la calidad del proyecto se ha definido una calificación mínima de 4 de 5 puntos en la satisfacción del cliente, en el caso de no alcanzar este estándar se activará un protocolo de seguimiento detallado para identificar las causas de la insatisfacción y aplicar las acciones correctivas pertinentes.

Asimismo, las métricas de calidad adicionales se establecerán en función de los requisitos específicos del proyecto y de los criterios de aceptación definidos asegurando que todos los indicadores estén directamente alineados con los objetivos del proyecto.

Estructura de trazabilidad:

La matriz de trazabilidad agregará la siguiente información:

- Identificación del requisito, descripción, fuente y relación con objetivos del proyecto.
- Esta trazabilidad garantiza que cada requisito se vincule de manera coherente con los objetivos y entregables del proyecto, lo cual permite un control riguroso y una gestión efectiva del alcance.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

pág. 64

6.2.3 Proceso: Recopilar requisitos

Durante la fase de recopilación de requisitos se identificaron las expectativas y necesidades de los principales interesados del proyecto, considerando tanto los patrocinadores como los proveedores y clientes potenciales; esta información se obtuvo mediante encuestas y reuniones de trabajo con el objetivo de comprender las demandas claves del mercado y los factores críticos de éxito para la microempresa de productos y servicios para fiestas infantiles. A partir de este análisis, se construyó la Matriz de Colección de Requisitos del Proyecto donde se documenta cada expectativa, su grado de cumplimiento y el requisito definitivo que formará parte de la planificación del proyecto.

A continuación, se muestra la Tabla de Colección de Requisitos del Proyecto en la cual se detallan las expectativas identificadas, su grado de cumplimiento y los requisitos definitivos que formarán parte del alcance del proyecto.

Tabla 29 Matriz de colección de requisitos del proyecto

MATRIZ DE COLECCIÓN DE REQUISITOS DEL PROYECTO			
Identificación de Proyectos			
Fecha	17 de octubre del 2025		
Nombre de proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.		
Director de proyecto	Tania Cabrera Campoverde		
Stakeholders	Cumplimiento del requisito	ID REQ	Requisito definitivo
	SI / NO / SUP / PARCIAL		
STK 1	X	REQ1	Asegurar rentabilidad mínima TIR del 20%
STK 2	X	REQ2	Integrar todos los requisitos de los interesados en la planificación.
STK 3	X	REQ3	Desarrollar estrategia de marketing digital y físico con contenido creativo.
STK 4	X	REQ4	Garantizar entregas puntuales y buenas relaciones comerciales.

STK 5	X	REQ5	Establecer cronograma de pedidos y pagos a proveedores.
STK 6	X	REQ6	Asegurar condiciones laborales justas y pagos puntuales.
STK 7	SUP	REQ7	Plan de fidelización de proveedores para eventos futuros.
STK 8	X	REQ8	Establecer canales oficiales de comunicación (WhatsApp Business, email).
STK 9	PARCIAL	REQ9	Reconocer y valorar el trabajo de cada proveedor con feedback formal.
STK 10	X	REQ10	Generar instrucciones claras y checklist para proveedores.
STK 11	SUP	REQ11	Crear oportunidades laborales continuas en eventos.
STK 12	X	REQ12	Firmar contratos con políticas laborales claras.
STK 13	X	REQ13	Asegurar participación activa en eventos y estabilidad laboral.
STK 14	X	REQ14	Cumplir puntualmente con pagos de arriendo.
STK 15	X	REQ15	Cumplimiento tributario (SRI, facturación electrónica).
STK 16	X	REQ16	Precios competitivos y atención al cliente de calidad.
STK 17	PARCIAL	REQ17	Implementar medidas de seguridad y protocolos confiables.
STK 18	X	REQ18	Innovar en servicios creativos y tendencias.
STK 19	X	REQ19	Ofrecer servicios integrales, paquetes con tiempos garantizados.
STK 20	X	REQ20	Brindar trato amable y experiencia profesional.
STK 21	X	REQ21	Garantizar diversión e innovación a precio justo.
STK 22	X	REQ22	Mantener seguridad en eventos y confianza del cliente.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

Detalladamente se registraron los requisitos clasificándolos según su categoría y nivel de prioridad. Asimismo, se establecieron los criterios de aceptación y se identificó la fase o entregable al que corresponden.

6.2.4 Matriz de Documentación de Requisitos

La Matriz de Documentación de Requisitos permite centralizar y dar seguimiento a cada necesidad del proyecto, facilitando la comunicación entre el equipo de trabajo y los interesados. Cada requisito se ha evaluado según su prioridad, fuente de origen y fase del proyecto en la que será atendido, garantizando que las acciones planificadas se alineen con las metas estratégicas.

De esta manera el proyecto no solo tiene una guía clara de lo que se debe cumplir, sino también indicadores objetivos para evaluar el éxito de cada etapa. Esta herramienta asegura que no se pierdan de vista las expectativas clave y que los entregables se validen conforme a los criterios acordados. La matriz final con la documentación de los requisitos se muestra a continuación.

Tabla 30. Matriz de documentación de los requisitos del proyecto

MATRIZ DE DOCUMENTACIÓN DE LOS REQUISITOS DEL PROYECTO							
Identificación de proyecto							
Fecha	20 de octubre de 2025						
Nombre del proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.						
Director de proyecto	Tania Cabrera Campoverde						
ID REQ.	Requisito	Fuente	Categoría	Prioridad	Criterio de aceptación	Revisión	Fase
REQ1	Asegurar rentabilidad mínima del 20% en el primer año.	Patrocinador	De negocio	Debería estar	Margen neto $\geq$ 20% en el primer año.	Estado financiero anual.	Cierre.

REQ2	Documentar y validar todos los requisitos levantados.	Director del Proyecto	De calidad	Debe estar	Todos los requisitos aprobados y registrados.	Actas de validación de requisitos.	Planificación.
REQ3	Desarrollar estrategia de marketing digital y físico con contenido creativo.	Productor Audiovisual	De negocio	Debería estar	Estrategia publicada y con métricas activas.	Informe de KPIs de ventas.	Ejecución.
REQ4	Garantizar entregas puntuales y buenas relaciones comerciales.	Proveedores	De calidad	Debe estar	100% entregas en los plazos acordados.	Reporte logístico mensual.	Monitoreo y Control.
REQ5	Establecer cronograma de pagos y facturación.	Proveedores	De negocio	Debe estar	Pagos realizados según calendario.	Auditoría financiera.	Planificación y Control.
REQ6	Asegurar condiciones laborales justas y pagos puntuales.	Personal interno	De negocio	Debe estar	Contratos firmados y pagos al día.	Informe de RRHH.	Ejecución.
REQ7	Implementar canales oficiales de comunicación (WhatsApp Business, email).	Director del Proyecto	No funcional	Debe estar	Canales activos y operativos.	Verificación de plataformas.	Planificación.
REQ8	Checklist y protocolos claros para proveedores.	Director del Proyecto	De calidad	Debe estar	Listas de verificación activas y aprobadas.	Informe de control de calidad.	Ejecución.
REQ9	Satisfacer expectativas de clientes en	Cientes potenciales	De calidad	Debe estar	Evaluación del cliente $\geq$	Informe de satisfacción del cliente.	Monitoreo y Control.

	precios y atención.				4/5 en encuestas.		
REQ10	Innovar con temáticas creativas en eventos.	Clientes potenciales	De negocio	Podría estar	Al menos 2 temáticas nuevas por semestre.	Informe de innovación.	Ejecución.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

Con la finalidad de vincular los requisitos obtenidos desde su origen hasta con el entregable y el objetivo específico que satisfacen, se desarrolló la siguiente matriz de trazabilidad.

6.2.5 Matriz de Trazabilidad

La Matriz de Trazabilidad de los Requisitos es una herramienta esencial en la gestión de proyectos ya que permite dar seguimiento a cada requisito identificado asegurando su correcta implementación y validación a lo largo de todo el ciclo de vida del proyecto. Esta matriz establece una relación clara entre los requisitos, los objetivos específicos del proyecto, los métodos de verificación y los entregables, garantizando que cada necesidad documentada se traduzca en resultados tangibles.

Para el proyecto en curso esta matriz asegura que cada expectativa de los interesados se encuentre alineada con los objetivos estratégicos y con los estándares de calidad definidos en la planificación. Además, permite evaluar el estado de cumplimiento de los requisitos en cada fase (planificación, ejecución, control y cierre), ofreciendo una trazabilidad completa desde su origen hasta su validación final. A continuación, se muestra la matriz de trazabilidad de los requisitos.

Tabla 31 Matriz de trazabilidad de Requisitos

MATRIZ DE TRAZABILIDAD DE LOS REQUISITOS DEL PROYECTO	
Identificación del proyecto	
Fecha:	25 de octubre de 2025

Nombre de Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.				
Director de proyecto	Tania Cabrera Campoverde				
ID REQ.	Requisito	Fuente	Objetivo específico del proyecto	Verificación	Entregable
REQ1	Asegurar rentabilidad mínima del 20% en el primer año.	Patrocinador	F. Realizar una evaluación financiera para proyectar la rentabilidad anual del negocio.	Estado financiero anual.	Informe financiero.
REQ2	Documentar y validar todos los requisitos levantados.	Director del Proyecto	A. Generar un acta consolidada de requisitos aprobados.	Actas de validación.	Documento de requisitos.
REQ3	Desarrollar estrategia de marketing digital con contenido creativo.	Productor Audiovisual	D. Diseñar e implementar un plan de marketing con campañas digitales mensuales.	Informe de métricas (KPIs).	Plan de marketing.
REQ4	Garantizar entregas puntuales y buenas relaciones comerciales.	Proveedores	E. Establecer un plan logístico con cronogramas y acuerdos con proveedores.	Reporte logístico mensual.	Plan logístico.
REQ5	Establecer cronograma de pagos y facturación.	Proveedores	F. Implementar un sistema de pagos con cronograma definido.	Auditoría de pagos.	Calendario de pagos.

REQ6	Asegurar condiciones laborales justas y pagos puntuales.	Personal Interno	E. Elaborar contratos laborales con condiciones claras y justas.	Informe de RRHH.	Contratos firmados.
REQ7	Implementar canales oficiales de comunicación.	Director del Proyecto	B. Configurar WhatsApp Business y correo corporativo para atención al cliente.	Verificación de sistemas.	Canales activos.
REQ8	Checklist y protocolos claros para proveedores.	Director del Proyecto	A. Diseñar listas de verificación para cada tipo de evento.	Informe de control.	Manual de procedimientos.
REQ9	Satisfacer expectativas de clientes en precios y atención.	Clientes Potenciales	C. Realizar encuestas de satisfacción para evaluar atención y precios.	Informe de encuestas.	Informe de satisfacción.
REQ10	Innovar con temáticas creativas en eventos.	Clientes Potenciales	D. Diseñar al menos dos nuevas temáticas de decoración por trimestre.	Informe de innovación.	Catálogo temático.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.2.6 Proceso: Definir el alcance

Con los requisitos documentados y la información validada en las fases previas, se elaboró el Enunciado del Alcance del Proyecto, en el que se detallan el objetivo, la descripción general, los entregables, el equipo de trabajo, las exclusiones, los supuestos, las restricciones y los hitos clave.

Tabla 32 Alcance del Proyecto

ENUNCIADO DEL ALCANCE DEL PROYECTO	
Identificación del proyecto	
Fecha	28 de octubre de 2025

Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.
Directora del Proyecto	Tania Cabrera Campoverde
Objetivo del proyecto	
Desarrollar una propuesta integral para la creación de una microempresa que ofrezca productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, garantizando calidad, creatividad, precios competitivos y una ejecución eficiente, con un presupuesto de USD 38.386,63 en un período máximo de 3 meses.	
Descripción del alcance del proyecto	
El proyecto se centra en la comercialización y organización de productos y servicios integrales para fiestas infantiles (decoración, animación y logística), cubriendo a la población que se encuentra el Centro Histórico de Quito y áreas cercanas. Para lograrlo, se contemplan las siguientes actividades:	
• Kits personalizados de acuerdo con temática. • Alquiler de juegos inflables, Kits de concurso. • Piñatas personalizadas • Serpentin, globos, juguetes • Disposición de máquinas temáticas: máquina de burbuja, algodón de azúcar, carrito de hot dogs, dispensadores de bebidas. • Menaje (vajilla, vasos, cucharas)	
Entregables	
Descripción	Criterios de aceptación
Catálogo de productos y servicios temáticos	Validado por el patrocinador y probado con clientes (satisfacción $\geq 4/5$).
Plan de marketing digital y local	Estrategia implementada en redes con métricas iniciales (alcance y conversión).
Manual de procedimientos para mercadería, logísticos y de proveedores	Procedimientos documentados y revisados.
Informe financiero y flujo de caja inicial	Rentabilidad proyectada $\geq 20\%$ para el primer año.
Plan de fiesta temática	Retroalimentación positiva del 80% de los clientes encuestados.
Equipo de proyecto	
Patrocinador	Antonia Campoverde
Directora de proyecto	Tania Cabrera
Encargado de Ventas	Alex Sanmartín
Exclusiones	

- Adquisición de inventario masivo de productos.
- Garantizar ventas futuras para proveedores.
- Asegurar valores éticos del patrocinador.
- Mejorar la rentabilidad o reputación de proveedores externos.
- Trámites o gestiones directas ante entidades gubernamentales (solo cumplimiento legal básico).

Supuestos

- La preferencia de fiestas temáticas se conservará en el mercado durante el período de implementación.
- Accesibilidad de proveedores confiables y personal calificado para el proyecto.
- Los costos de insumos no tendrán incrementos relevantes.
- Los clientes potenciales están predispuestos a adquirir paquetes integrales en lugar de servicios separados.
- Las políticas de comercio e impuestos como: las normativas de comercio, tributación e inflación no presentarán cambios drásticos en los próximos seis meses.

Restricciones

- **Presupuesto máximo:** USD 38.386,63
- **Plazo de ejecución:** 3 meses.
- **Cobertura geográfica:** Centro Histórico de Quito y sur de Quito

Hitos

Firma del acta de constitución del proyecto	05 de octubre de 2025
Entregar validación del catálogo de paquetes, productos y servicios temáticos	20 de octubre de 2025
Aprobación del modelo de gestión del negocio	25 de octubre de 2025
Aprobación de plan de marketing	01 de noviembre de 2025
Informe financiero y de resultados	01 de diciembre de 2025
Presentación de cierre del proyecto	15 de enero de 2026

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.2.7 Proceso: Crear la EDT/WBS

El proceso de creación de la Estructura de Desglose del Trabajo (EDT) es fundamental para dividir los entregables principales del proyecto en componentes más pequeños y manejables, esta descomposición permite planificar de forma más

precisa los recursos, tiempos y costos, facilitando la asignación de responsabilidades y el control del avance de cada paquete de trabajo.

En el caso del proyecto, la EDT se formó aplicando la técnica de descomposición jerárquica, reconociendo primero los entregables macros (catálogo de productos, plan de marketing, modelo de gestión) y analizando en subcomponentes hasta un nivel de detalle que permita el monitoreo eficiente.

A continuación, se presenta la EDT del proyecto en formato visual y su respectiva descripción jerárquica.

Tabla 33 Estructura desglose del trabajo (EDT) del proyecto



Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

Tabla 34 Implementación de microempresa – EDT

1.1 Manual de procedimientos logísticos y de proveedores
1.1.1 Procedimiento para procura de mercadería: Desarrollar el procedimiento de adquisiciones detallando pasos, requisitos y normativas aplicables para compras nacionales, garantizando la correcta selección de insumos para decoración, animación y logística. 1.1.2 Lista de proveedores seleccionados: Identificación de proveedores nacionales. 1.1.2.1 Proveedores nacionales: Selección basada en precio, calidad, tiempos de entrega y disponibilidad local.
1.2 Plan de marketing y posicionamiento
1.2.1 Plan de acción: Diseñar un plan de acción con estrategias para redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) y publicidad física (afiches y volantes). 1.2.2 Alianzas estratégicas: Identificar y gestionar convenios con negocios complementarios (salones de eventos, fotógrafos, alianzas con escuelas y negocios infantiles, etc.).
1.3 Modelo de gestión del negocio
1.3.1 Diseño de modelo de gestión: Definir procesos administrativos, logísticos y financieros que garanticen la operación eficiente. 1.3.2 Plan de implementación: Documentar las actividades, cronograma y responsables para poner en marcha el modelo de gestión.
1.4 Catálogo de productos y servicios temáticos
1.4.1 Identificación y clasificación de productos: Crear una lista de productos y servicios (decoración, menaje, animación) organizados por categorías. 1.4.2 Creación de descripciones digitales: Diseñar imágenes y textos atractivos para cada paquete temático. 1.4.3 Diseño de catálogo: Diseño gráfico y maquetación del catálogo en formato digital y físico.

1.4.4 Decoración Personalizados:

Diseño de paquetes personalizados de acuerdo a temática de fiesta.

1.5 Ejecución del plan**1.5.1 Parametrización de contenido:**

Configurar todo el contenido promocional en redes sociales y plataformas de contacto.

1.5.2 Contrato de servicios:

Identificar proveedores y personal temporal para la ejecución de pruebas de ingreso.

1.5.3 Arrendamiento de espacios logísticos:

Definir y contratar bodegas o espacios necesarios para la operación.

Fuente: Elaboración propia

6.2.8 Diccionario del EDT

El Diccionario (EDT) describe detalladamente cada paquete de trabajo identificado en la estructura, con el objetivo de garantizar una comprensión unificada del alcance del proyecto entre todos los interesados.

Tabla 35 Diccionario EDT

DICCIONARIO EDT				
Identificación del Proyecto				
Fecha	30 de octubre del 2025			
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.			
Director del Proyecto	Tania Cabrera Campoverde			
Código EDT	Nombre del Paquete / Actividad	Descripción	Entregables	Criterios de Aceptación
1.1	Manual de procedimientos logísticos y de proveedores	Documento que recopila los procedimientos y lineamientos para la adquisición y logística de los productos y servicios de la microempresa.	Manual completo en formato físico y digital.	Contenido validado por el Director del Proyecto, cumpliendo normas legales y requisitos operativos.

1.1.1	Procedimiento para procura de mercadería	Definición paso a paso del proceso de adquisición de mercadería nacional	Procedimiento documentado.	Aprobación del Director del Proyecto y alineación con políticas internas y normativas legales.
1.1.2	Proveedores nacionales	Identificación y selección de proveedores nacionales para el abastecimiento.	Lista validada de proveedores.	Al menos tres proveedores aprobados por tipo de producto.
1.2	Plan de marketing y posicionamiento	Estrategia para dar a conocer la microempresa en el mercado objetivo.	Documento del plan de marketing.	Aprobación del Director y validación por pruebas.
1.2.1	Plan de acción para redes sociales	Estrategia de comunicación y contenido para redes sociales.	Calendario de publicaciones y artes gráficos.	Cumplimiento del calendario y coherencia de marca.
1.2.2	Alianzas estratégicas con negocios locales	Acuerdos con comercios para ampliar la red de difusión y distribución.	Contratos y convenios firmados.	Aprobación del Director y cumplimiento de objetivos.
1.2.3	Estrategia de publicidad física (volantes, afiches)	Diseño e impresión de material publicitario físico.	Paquete de materiales impresos.	Cumplimiento de identidad visual y calidad de impresión.
1.3	Modelo de gestión del negocio	Documento que establece el modelo administrativo, financiero y operativo.	Manual de gestión.	Validación por el Director y alineación con objetivos estratégicos.
1.3.1	Diseño de procesos administrativos y financieros	Diagramas y descripción de los procesos internos de la microempresa.	Flujogramas y documentos de procesos.	Claridad, completitud y validación por el equipo directivo.
1.3.2	Plan de implementación operativa	Detalle de las fases para poner en marcha la microempresa.	Documento de implementación.	Aprobación por patrocinador y factibilidad de ejecución.
1.3.3	Diseño gráfico del catálogo	Creación del catálogo de productos y servicios.	Catálogo digital y físico.	Calidad visual y consistencia de marca aprobada.
1.4	Catálogo de productos y servicios temáticos	Recopilación y presentación organizada de la oferta de la microempresa.	Catálogo final.	Aprobación del Director y coherencia con la estrategia comercial.

1.4.1	Identificación y clasificación de productos	Listado organizado por categorías.	Lista categorizada.	Exactitud y organización validada por el área de operaciones.
1.4.3	Diseño gráfico del catálogo	Maquetación y diseño del catálogo.	Archivo listo para impresión y distribución.	Revisión y aprobación final por marketing.
1.4.4	Paquetes de decoración personalizados	Creación de paquetes temáticos adaptados a la solicitud del cliente.	Muestra de paquetes y lista de componentes.	Validación de calidad y coherencia temática.
1.5	Ejecución del plan	Implementación de una prueba inicial del modelo de negocio.	Informe del plan	Cumplimiento del cronograma y objetivos de prueba.
1.5.1	Parametrización de contenido en redes sociales	Configuración de publicaciones y promociones	Contenido programado.	Validación por marketing y revisión de métricas iniciales.
1.5.2	Contratación de personal temporal	Proceso de selección y contratación.	Contratos firmados.	Personal capacitado y disponible en la fecha prevista.
1.5.3	Arrendamiento de espacios y logística de prueba	Alquiler de espacios y contratación de servicios logísticos.	Contratos y comprobantes de alquiler.	Cumplimiento de condiciones contractuales y disponibilidad del espacio.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.3 Proceso: Planificar la gestión del cronograma

6.3.1 Proceso: Definir, secuenciar y estimar duración de actividades

La siguiente tabla presenta la planificación detallada de actividades necesarias para la puesta en marcha operación y consolidación de negocio, abarcando desde la planificación legal y estratégica inicial, la adecuación de infraestructura y adquisición de activos, el lanzamiento y monitoreo inicial, hasta las acciones de operación continua, soporte al cliente, optimización de procesos y crecimiento comercial. Cada actividad se organiza por fases, identificando su código, predecesoras, restricciones o supuestos, responsables, así como los recursos consumibles y no consumibles requeridos para su ejecución.

Tabla 36 Lista de actividades

LISTA DE ACTIVIDADES									
Identificación del Proyecto									
Fecha	10 de noviembre del 2025								
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.								
Director del Proyecto	Tania Cabrera Campoverde								
Paquete de trabajo		Actividades del paquete de trabajo		Atributos			Requisitos de recursos		
ID (EDT)	Nombre	ID (Actividad)	Nombre	Actividad Predecible	Restricciones/Supuestos	Aval	Personal	Consumibles	No consumibles
1	Planificación y Constitución Legal.								
1.1	Gestión de la Constitución Legal	ACT01	Obtención del RUC	-	Requisitos legales completos y actualizados.	DP	Resp. Adm. Fin.	Formularios, transporte	Computador, Impresora
		ACT02	Tramitación de la patente municipal	ACT01	Cumplir con ordenanzas municipales vigentes.	DP	Resp. Adm. Fin.	Formularios, transporte	Computador, Impresora
		ACT03	Gestión de permisos y licencias	ACT02	Permisos aprobados por autoridades competentes.	DP	Resp. Adm. Fin.	Formularios, transporte	Computador, Impresora
1.2	Planificación estratégica y de negocio	ACT04	Definición de misión, visión y valores	ACT03	Información alineada al modelo de negocio.	DP	DP; Resp. Adm. Fin.	Material de oficina	Computador
		ACT05	Diseño de la estructura organizativa	ACT04	Cumplir normativa laboral vigente.	DP	DP; Resp. Adm. Fin.	Material de oficina	Computador
		ACT06	Elaboración del plan operativo	ACT05	Incluir todas las áreas funcionales definidas.	DP	DP; Resp. Adm. Fin.	Material de oficina	Computador
1.3	Planificación financiera y de recursos	ACT07	Elaboración del presupuesto	ACT06	Cifras basadas en costos reales y cotizaciones actualizadas.	DP	Resp. Adm. Fin.	Material de oficina	Computador

		ACT08	Gestión del financiamiento	ACT07	Financiamiento aprobado antes de la ejecución.	Patrocinador	DP; Resp. Adm. Fin.	Material de oficina	Computador
		ACT09	Definición de la política de precios	ACT08	Precios competitivos basados en estudio de mercado.	DP	Resp. Adm. Fin.; Resp. Ventas	Material de oficina	Computador
2	Adecuación del Espacio y Adquisición de Activos.								
2.1	Adecuación del Local	ACT10	Contratación de proveedores	ACT09	Contratos legales con verificación de idoneidad.	DP	Resp. Adm. Fin.	Material de oficina, transporte	Computador
		ACT11	Obras de pintura y decoración	ACT10	Materiales y mano de obra disponibles a tiempo.	DP	Equipo operativo	Pinturas, herramientas	Andamios, equipo de trabajo
		ACT12	Instalación de mobiliario	ACT11	Mobiliario entregado y en condiciones óptimas.	DP	Equipo operativo	Tornillos, accesorios	Muebles, estanterías
2.2	Adquisición de equipos e inventario	ACT13	Compra de equipos tecnológicos	ACT12	Cotizaciones aprobadas.	DP	Resp. Adm. Fin.	Material de oficina	Computadores, Impresoras
		ACT14	Adquisición de insumos de decoración	ACT13	Stock disponible.	DP	Resp. Adm. Fin.	Globos, telas, adornos	Estanterías
		ACT15	Compra de equipos para eventos	ACT14	Disponibilidad de proveedores.	DP	Resp. Adm. Fin.	Accesorios para eventos	Juegos inflables, sonido
2.3	Diseño de marca y marketing inicial	ACT16	Diseño y registro de logo	ACT09	Cumplir requisitos de propiedad intelectual.	DP	Resp. Ventas	Material de oficina	Computador, Software de diseño
		ACT17	Creación de perfiles en redes sociales	ACT16	Acceso a plataformas digitales.	DP	DP, Resp. Ventas	Material de oficina	Computador, Internet

		ACT18	Producción de material publicitario	ACT17	Diseños aprobados.	DP	DP, Resp Ventas	Papel ería, tintas	Computador, Impresora
3	Lanzamiento y Operación								
3.1	Pruebas y capacitación	ACT19	Selección y capacitación del personal	ACT15	Perfiles disponibles y cronograma de capacitación	DP	DP; Resp. Adm. Fin.	Manuales, material didáctico	Computador, Proyector
		ACT20	Realización de evento de prueba	ACT19	Instalaciones	DP	DP; Resp. Adm. Fin.	Decoración, animación	Equipos de animación y decoración
3.2	Lanzamiento comercial	ACT21	Ejecución de la campaña de lanzamiento	ACT20	Material publicitario listo y calendario aprobado.	DP	Resp. Ventas.	Volantes, anuncios	Computador, redes sociales
		ACT22	Apertura oficial y primeras contrataciones	ACT21	Instalaciones listas y permisos aprobados	DP	DP, Resp Ventas	Decoración,	Equipos de sonido, iluminación
3.3	Monitoreo y ajustes	ACT23	Medición de KPIs	ACT22	Herramientas de análisis disponibles.	DP	DP, Resp Ventas	Material de oficina	Computador, Software de análisis
		ACT24	Recopilación de retroalimentación	ACT23	Encuestas listas y clientes identificados	DP	DP, Resp Ventas	Formularios, papel ería	Computador
		ACT25	Implementación de ajustes en estrategias	ACT24	Cambios aprobados por dirección.	DP	DP, Resp Ventas	Material de oficina	Computador, Software de análisis
4.	Operación continua y consolidación.								
4.1	Atención y soporte	ACT26	Implementar servicio de soporte al cliente	ACT25	Canales y personal habilitado	DP	DP, Resp Ventas	Manuales, Formularios	Computador, teléfono IP
4.2	Seguimiento comercial	ACT27	Monitoreo de ventas y proyección de demanda	ACT26	Acceso a datos de ventas y herramientas analíticas	DP	Resp. Adm. Fin, Resp. Ventas	Material promocional análisis	Computador, software CRM

4.3	Marketing y fidelización	ACT28	Implementar campañas de fidelización	ACT27	Segmentación de clientes	DP	Resp. Ventas	Material promocional, cupones	Computador, software CRM
4.4	Innovación de producto	ACT29	Evaluar productos	ACT27	Análisis de mercado y proveedores disponibles	DP	Resp. Compras, Resp. Adm. Fin.	Material de oficina	Computador
4.5	Control y mejora	ACT31	Realizar auditoría operativa	ACT30	Información de todas las áreas disponibles	Auditor Externo	Equipo de auditoría	Formularios, Informes	Computador y software de auditoría

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.3.2 Proceso: Matriz de red

La siguiente Matriz de red del cronograma organiza las actividades del proyecto derivadas de la EDT junto con sus relaciones de precedencia y duraciones estimadas bajo el enfoque PERT (escenarios óptimo, más probable y pesimista). A partir de estas estimaciones se calculan los tiempos de inicio / fin temprano y tardío (ES, EF, LS, LF) y la holgura, lo que permite identificar el camino crítico y la duración total del proyecto. Esta matriz sirve como insumo directo para el diagrama de red (PERT/CPM), la asignación de recursos y el seguimiento del cronograma; sus valores son referenciales y se ajustarán conforme se disponga de información más precisa durante la ejecución.

Tabla 37 Matriz de red

MATRIZ DE RED												
Identificación del Proyecto												
Fecha	15 de noviembre del 2025											
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.											
Director del Proyecto	Tania Cabrera Campoverde											
ID (Actividad)	Nombre	Act. Pred.	Óptimo (O)	Más probable (M)	Pesimista (P)	T.est PERT	ES	EF	LS	LF	Holgura (H)	CC
ACT01	Obtención del RUC	–	2	3	4	3	2	3	3	4	2	✓

ACT02	Tramitación de la patente municipal	ACT01	2	3	4	3	2	3	3	4	1	✓
ACT03	Gestión de permisos y licencias	ACT02	3	5	7	3	3	5	5	7	2	✓
ACT04	Definición de misión, visión y valores	ACT03	2	3	4	3	2	3	3	4	1	✓
ACT05	Diseño de la estructura organizativa	ACT04	2	3	4	3	2	3	3	4	1	✓
ACT06	Elaboración del plan operativo	ACT05	3	4	5	3	3	4	4	5	2	✓
ACT07	Elaboración del presupuesto	ACT06	2	3	4	3	2	3	3	4	2	✓
ACT08	Gestión del financiamiento	ACT07	3	5	7	5	3	5	5	7	1	✓
ACT09	Definición de la política de precios	ACT08	2	3	4	3	2	3	3	4	1	✓
ACT10	Definir precios de venta	ACT09	2	3	4	3	2	3	3	4	2	✓
ACT11	Adecuación del Local	ACT10	7	8	9	8	7	8	8	9	2	✓
ACT12	Contratación de proveedores	ACT11	2	3	4	3	2	3	3	4	1	✓
ACT13	Obras de pintura y decoración	ACT12	2	3	4	3	2	3	3	4	1	✓
ACT14	Instalación de mobiliario	ACT13	2	3	4	3	2	3	3	4	1	✓
ACT15	Adquisición de Equipos e Inventario	ACT14	5	6	7	6	5	6	6	7	2	✓
ACT16	Compra de equipos tecnológicos	ACT15	2	3	4	3	2	3	3	4	2	✓
ACT17	Adquisición de insumos de decoración	ACT16	2	3	4	3	2	3	3	4	3	✓

ACT18	Compra de equipos para eventos	ACT17	1	2	3	3	1	2	2	3	3	✓
ACT19	Diseño de Marca y Marketing Inicial	ACT18	2	3	4	7	4	2	3	3	4	✓
ACT20	Diseño y registro de logo	ACT19	2	2	3	5	3	2	2	3	4	✓
ACT21	Creación de perfiles en redes sociales	ACT20	2	3	4	3	2	3	3	4	5	✓
ACT22	Pruebas y Capacitación	ACT21	2	3	4	3	2	3	3	4	5	✓
ACT23	Selección y capacitación del personal	ACT22	2	3	4	3	2	3	3	4	6	✓
ACT24	Apertura oficial y primeras contrataciones	ACT23	3	4	5	4	3	4	4	5	6	✓
ACT25	Monitoreo y Ajustes	ACT24	3	4	5	4	3	4	4	5	5	✓
ACT26	Medición de KPIs	ACT25	3	4	5	4	3	4	4	5	5	✓
ACT27	Recopilación de retroalimentación	ACT26	3	4	5	4	3	4	4	5	4	✓
ACT28	Implementación de ajustes en estrategias	ACT27	4	5	6	4	4	5	5	6	4	✓

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

A continuación, se desarrolla el cronograma del proyecto:

Tabla 38 Cronograma de Proyecto

CRONOGRAMA DEL PROYECTO												
Identificación del Proyecto												
Fecha	25 de noviembre del 2025											
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.											
Director del Proyecto	Tania Cabrera Campoverde											
ID (EDT)	Nombre	Duración	Inicio	Fin	Meses							
FASE 1: Planificación y Constitución Legal					Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr
1.1	Gestión de la Constitución Legal	9 días	1/10/2025	09/10/2025								
1.1.1	Obtención del RUC	5 días	01/10/2025	5/10/2025								
1.1.2	Tramitación de la patente municipal	2 días	6/10/2025	8/10/2025								
1.1.3	Gestión de permisos y licencias	2 días	6/9/2025	9/10/2025								
1.2	Planificación Estratégica y de Negocio	3 días	10/10/2025	13/10/2025								
1.2.1	Definición de misión, visión y valores	1 día	10/10/2025	10/10/2025								
1.2.2	Diseño de la estructura organizativa	1 día	11/10/2025	11/10/2025								
1.2.3	Elaboración del plan operativo	1 día	12/10/2025	13/10/2025								
1.3	Planificación Financiera y de Recursos	3 días	14/10/2025	16/10/2025								
1.3.1	Elaboración del presupuesto	1 día	14/10/2025	14/10/2025								
1.3.2	Gestión del financiamiento	1 días	15/10/2025	15/10/2025								
1.3.3	Definición de la política de precios	1 día	16/10/2025	16/10/2025								
FASE 2: Adecuación del Espacio y Adquisición de Activos												
2.1	Adecuación del Local	7 días	17/10/2025	23/11/2025								
2.1.1	Contratación de proveedores	2 días	17/10/2025	19/10/2025								
2.1.2	Obras de pintura y decoración	2 días	20/10/2025	21/10/2025								
2.1.3	Instalación de mobiliario	2 días	21/10/2025	23/10/2025								
2.2	Adquisición de Equipos e Inventario	5 días	24/10/2025	29/10/2025								
2.2.1	Compra de equipos tecnológicos	2 días	24/10/2025	26/10/2025								
2.2.2	Adquisición de insumos de decoración	2 días	27/10/2025	28/10/2025								

2.2.3	Compra de equipos para eventos	1 día	29/10/2025	29/10/2025								
2.3	Diseño de Marca y Marketing Inicial	6 días	30/10/2025	05/11/2025								
2.3.1	Diseño y registro de logo	4 días	30/10/2025	03/11/2025								
2.3.2	Creación de perfiles en redes sociales	2 días	04/11/2025	05/11/2025								
FASE 3: Lanzamiento y Operación												
3.1	Pruebas y Capacitación	25 días	06/11/2025	20/11/2025								
3.1.1	Selección y capacitación del personal	10 días	06/11/2025	15/11/2025								
3.2.2	Apertura oficial y primeras contrataciones	15 días	16/11/2025	01/12/2025								
3.3	Monitoreo y Ajustes	30 días	05/01/2025	30/11/2025								
3.3.1	Medición de KPIs	19 días	05/01/2026	20/01/2026								
3.3.2	Recopilación de retroalimentación	15 días	10/01/2026	15/01/2026								
3.3.3	Implementación de ajustes en estrategias	4 días	16/01/2026	20/01/2026								

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.4 Planificación de la gestión de los Costos

6.4.1 Proceso: Planificar la gestión de los costos

La siguiente tabla presenta la estructura definida para la gestión de los costos del proyecto, en la cual se detalla las unidades de medida, tipos de estimación, umbrales de control y métodos de medición del rendimiento que se emplearán durante toda la ejecución. Este esquema permite establecer parámetros claros para la planificación, seguimiento y control de los gastos, asegurando que los recursos financieros se utilicen de manera eficiente y que cualquier desviación sea detectada y corregida oportunamente.

Para la planificación de la gestión de costos se realizarán los siguientes instrumentos propios de los diferentes procesos con el fin adquirir:

- Plan de gestión de costos
- Estimaciones de los costos
- Presupuesto del proyecto
- Necesidades o requisitos de financiamiento del proyecto

Tabla 39 Plan de Gestión de Costos

PLAN DE GESTIÓN DE LOS COSTOS			
Identificación del proyecto			
Fecha	28 de noviembre del 2025		
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.		
Director del Proyecto	Tania Abigail Cabrera Campoverde		
Metodología de gestión de costos			
Para estructurar el plan de gestión de costos y elaborar el presupuesto del proyecto, se utilizará la información contenida en los siguientes documentos:			
- Acta de constitución del proyecto - Cronograma del proyecto - Línea base del alcance			
El cronograma del proyecto servirá como herramienta de seguimiento y control de los costos. En caso de que se presenten solicitudes de cambio, se aplicará el procedimiento definido en el plan de gestión de control de cambios del proyecto.			
Unidades de medida de los recursos			
- Recurso humano: Costo/hora - Recurso material o consumible: Unidades - Recurso máquina o no consumible: Unidades			
Unidades de medida de estimaciones			
Tipo de estimación	Modo de formulación	Redondeo	Exactitud
Orden de magnitud	Por analogía	hacia arriba	-25%/+75%
Presupuesto	Bottom up	hacia arriba	-15%/+25%
Definitivo	Bottom up	hacia arriba	-5%/+10%
Umbrales de Control			
Alcance	Variación permitida	Acciones	
Todo el proyecto	+/- 5% de costo planificado	En caso de que se exceda la variación permitida, se deberá investigar el motivo para tomar acciones correctivas.	
Medición del rendimiento			
Alcance	Método de medición	Medida de desempeño	
Todo el proyecto	Valor Acumulado - Curva S	CV= variación del 5% CPI= mínimo 0,95	

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.5 Presupuesto del proyecto

Tabla 40 Presupuesto del Proyecto

PRESUPUESTO DEL PROYECTO		
Identificación del Proyecto		
Fecha:	30 de noviembre del 2025	
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.	
Director del Proyecto	Tania Abigail Cabrera Campoverde	
Ítem	Detalle del Gasto	Valor Total (\$)
A. ACTIVOS FIJOS		\$ 3.975,00
	(Mobiliario, Equipos de Oficina, etc.)	
B. GASTOS		\$ 466,00
	(Constitución y adecuaciones)	
C. CAPITAL DE TRABAJO		\$ 33.945,63
1	Inventario Inicial	
2	Gastos de operación (3 meses)	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 38.386,63

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.6 Plan de Gestión de Calidad, los recursos y las comunicaciones

6.6.1 Plan de Gestión de Calidad

La siguiente tabla presenta la estructura definida para la gestión de la calidad del proyecto, detallando los estándares, procesos de aseguramiento, roles y responsabilidades, y acciones de mejora que se emplearán durante toda la ejecución. Este esquema permite establecer parámetros claros para la planificación, el seguimiento y la verificación de la calidad, asegurando que el producto o servicio final cumpla con los requisitos definidos y que se realicen las correcciones necesarias de manera oportuna.

Tabla 41 Plan de gestión de la calidad

PLAN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD		
Identificación del Proyecto		
Fecha:	10 de diciembre del 2025	
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.	
Director del Proyecto	Tania Abigail Cabrera Campoverde	
Estándar de calidad aplicable		
Paquete de trabajo		Estándar de calidad
1.1.1	Procedimiento para procura de mercadería	Métod. Gestión Dirección de Proyecto
1.1.2.1	Proveedores	Formato del patrocinador
1.2.1	Plan de acción	Formato del patrocinador
1.2.2	Alianzas estratégicas	Métod. Gestión Dirección de Proyecto
1.3.1	Diseño de modelo de gestión	Métod. Gestión Dirección de Proyecto
1.4.1	Plan de implementación	Métod. Gestión Dirección de Proyecto
1.4.2	Identificación y clasificación de productos	Especificaciones de patrocinador
1.4.3	Plan de Gestión de Recursos Humanos	Especificaciones de patrocinador
Objetivos de Calidad		
* CPI Mayor o igual 0,95 * SPI mayor o igual a 0,95 * Calificaciones 4/5 en servicio al cliente		
Roles para la gestión de calidad		
Rol 1		
Responsable de la calidad del proyecto. Supervisa, valida y define acciones orientadas a su mejora. Informa directamente al patrocinador.		
Rol 2		

Responsable de la preparación de entregables alineados con los criterios de calidad y normas establecidas.				
Actividades de control y gestión de calidad				
Actividades de control de la calidad				
*La verificación de la calidad se efectuará a través del análisis de los entregables, garantizando su alineación con los criterios y estándares definidos				
*Los entregables que no cumplan con los estándares establecidos serán devueltos para su corrección. Una vez ajustados, se someterán nuevamente a revisión con el fin de verificar su conformidad.				
Actividades de gestión de calidad				
*La gestión de la calidad se llevará a cabo de forma continua mediante el seguimiento del desempeño del proyecto, la revisión de los resultados obtenidos en los controles de calidad y el análisis de las métricas previamente definidas.				
*Las necesidades de acciones correctivas o preventivas serán documentadas mediante solicitudes de cambio, las cuales se verificarán una vez implementadas para asegurar su eficacia.				
Herramientas de calidad				
Para garantizar la calidad del proyecto se hará uso de herramientas como el análisis de causa raíz, los diagramas de flujo y las hojas de verificación, que facilitarán la identificación de problemas y el control de los procesos.				
Línea base de calidad				
Factor de calidad	Objetivo de la calidad	Métrica	Frecuencia medición	Frecuencia reporte
Desempeño del proyecto	CPI>=0,95	CPI	Semanal	Semanal
Desempeño del proyecto	SPI>=0,95	SPI	Semanal	Semanal
Calificación de servicio al cliente	Calif.>=4,0	Calificación promedio de 5 a 1	Calificación por entrada al sitio	Diaria

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.6.2 Métricas de Calidad de Proyecto

Tabla 42 Métricas de Calidad de Proyecto

MÉTRICAS DE CALIDAD DEL PROYECTO
a) Factor de calidad relevante
El desempeño del proyecto se evalúa en función del cumplimiento tanto del cronograma establecido como del presupuesto asignado.
El objetivo de esta métrica es dar seguimiento al desempeño del proyecto, facilitando la toma oportuna de decisiones preventivas y correctivas
Operatividad
La directora del proyecto revisará los datos del proyecto en el cronograma cada lunes, calcula los indicadores SPI y CPI. De esta forma, se obtendrán actualizados los indicadores del proyecto de manera semanal.

Método de medición
1. Colección de información y datos sobre avances del proyecto: trabajo real, costo real, fechas de comienzo de actividades y finalización, etc.
2. Cálculo de indicadores SPI y CPI
3. Preparación de informe semanal del proyecto.
4. Control del informe con el Patrocinador, para la toma de decisiones preventivas o correctivas, según de ser necesario.
Resultado esperado
CPI mayor o igual a 0.95 SPI mayor o igual a 0.95
Responsable de la métrica
Directora del proyecto
Factor de calidad relevante
Calificación del servicio al cliente: permite medir la aceptación del potencial cliente y su percepción con respecto al servicio; con el objetivo de tomar decisiones preventivas y correctivas de manera oportuna.
Operatividad
El responsable de ventas revisará la puntuación diaria obtenida y recopilará las sugerencias realizadas por visitantes al local. De esta manera se obtendrá información diaria del comportamiento y se podrá realizar ajustes de manera oportuna.
Método de medición
1. Compilación de información desde servicio al cliente en función de puntuación establecida. 2. Elaboración de reporte semanal 3. Revisión de informe con equipo para la toma de decisiones correctivas de ser el caso.
Resultado esperado
-Calificaciones 4/5 en servicio al cliente
Responsable de la métrica
Directora del proyecto

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.6.3 Plan de Gestión de Recursos

Tabla 43 Plan de Gestión de Recursos

PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS	
Identificación del Proyecto	
Fecha:	12 de diciembre del 2025
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.
Director del Proyecto	Tania Abigail Cabrera Campoverde

Estructura organizacional del proyecto				
Director del Proyecto		Tania Cabrera		
Patrocinador		Antonia Campoverde		
Encargado de Ventas		Alex Sanmartín		
Adquisición del personal				
Rol	Fuente	Fecha de Integración	Salario Mensual	Costo/Hora
Director del Proyecto	Interno	1/8/2025	700	2,92
Patrocinador	Interno	1/10/2025	600	2,50
Responsable de Ventas	Interno	1/10/2025	600	2,29
Liberación Personal				
El personal puede ser desvinculado del proyecto, por las siguientes causas: * Por renuncia * Por abandono * Una vez se firme el acta de cierre del mismo * Por incumplimiento de sus funciones * Por faltas reiteradas * Por inasistencias o retrasos constantes * Por reducción de personal o reestructuración				
Reconocimientos				
El personal con excelentes logros será reconocido públicamente durante la ejecución del proyecto. El personal podrá proponer y plantear ideas y sugerencias para el proyecto y el giro del negocio. En caso de excelente desempeño y resultados, el personal será tomado en cuenta para proyectos futuros, como coordinaciones.				
Capacitaciones				
Al inicio del proyecto se llevará a cabo un taller para conocimiento de ventas, atención al cliente, habilidades blandas y resolución de conflictos				
Desarrollo del equipo				
*Las técnicas para desarrollar el equipo, que serán utilizadas son: *Desarrollo de habilidades interpersonales *Co-ubicación *Evaluaciones de desempeño del equipo *Capacitación y formación continua.				

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.6.4 Matriz de asignación de responsabilidades

Tabla 44 Matriz de asignación de responsabilidades

Roles y Responsabilidades	
Datos	Responsabilidades
Rol: Patrocinador Nombre: Antonia Campoverde	* Recibir entregables del proyecto * Gestionar fuentes de financiamiento * Resolver sobre solicitudes de cambio del proyecto * Levantar información sobre las normas gubernamentales vigentes en materia de adquisiciones locales. * Elaborar procedimiento de adquisición de mercadería * Solicitar cotizaciones de diferentes oferentes * Elaborar base de datos de potenciales proveedores * Definir precios de venta * Desarrollar el Business Canvas Model del negocio. * Identificar la estructura organizacional que se aplicará. * Elaborar manual de procesos y etapas de implementación. * Levantar información de bodegas disponibles * Llevar la contabilidad * Declarar impuestos SRI * Realizar Estados Financieros * Subir información plataformas Gubernamentales
Rol: Directora del Proyecto Nombre: Tania Cabrera	* Elaborar plan de dirección del proyecto * Supervisar desempeño del proyecto. * Aprobar entregables del proyecto * Supervisar gestión de control de cambios de proyecto. * Gestionar y controlar la calidad del proyecto. * Gestionar los recursos del proyecto. * Gestionar a los interesados del proyecto.
Rol: Responsable de Ventas Nombre: Alex Sanmartin	* Elaborar base de datos de potenciales clientes * Actualizar lista de productos potenciales. * Categorizar productos por temática * Definir cantidades por productos * Presentar propuestas a diferentes organizaciones.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.6.5 Plan Gestión de Comunicación

Tabla 45 Plan Gestión de Comunicación

PLAN DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN	
Identificación del Proyecto	
Fecha:	17 de diciembre del 2025
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.

Director del Proyecto	Tania Abigail Cabrera Campoverde		
Necesidades de comunicación			
Información		Técnicas de comunicación	
Documento de Gestión del proyecto		Comunicación por correo electrónico con los integrantes del equipo	
Actas de reuniones		Se redactarán actas de reunión que incluyan los acuerdos y decisiones adoptadas, las cuales serán enviadas por correo electrónico a los participantes de la reunión	
Informe de Desempeño semanal		El informe será presentado al equipo en la reunión semanal.	
Tipos de reuniones			
Tipo	Alcance	Condiciones	Objetivo
Reuniones con equipo de trabajo	Verificación del cumplimiento de los acuerdos establecidos en la acta de la reunión anterior	Convocatoria realizada por Directora de proyecto.	Seguimiento al avance del proyecto
Reuniones con Patrocinador	Seguimiento del progreso del proyecto y análisis de las actividades relacionadas con los entregables que requieren su revisión y aprobación	Reuniones semanales según las indicaciones del patrocinador	Seguimiento del avance del proyecto, con la toma de decisiones necesarias.
Reuniones extraordinarias	Pueden llevarse a cabo con el equipo o el patrocinador para abordar temas imprevistos	Cuando surja la necesidad, se convocará a través de llamada telefónica, con la aprobación previa de la directora del proyecto.	Resolver asuntos urgentes
Guía de comunicación			
Reuniones			
* Envío de convocatoria 24 a 48 horas antes. * En la convocatoria se especificará el lugar, la hora y los temas a tratar, puntualidad y compromiso. * Elaboración vía correo electrónico y WhatsApp Business a todos los miembros del equipo.			
Correo electrónico			
* Es el medio establecido para la comunicación oficial del proyecto * Todos los correos dirigidos al patrocinador serán remitidos exclusivamente por la directora del proyecto. * Todos los correos electrónicos, tanto enviados como recibidos, deberán ser informados a la directora del proyecto.			
Mensajería instantánea			
*Se establecerá un grupo de mensajería en WhatsApp para mantener una comunicación cercana con los miembros del equipo.			
Documentación			

* Cada miembro del equipo deberá conservar una carpeta digital con todas las versiones de los resultados de sus actividades, las cuales se enviarán a la directora del proyecto al finalizar cada entregable.
 *El almacenamiento y la transferencia de documentos se realizará a través de la plataforma Google Drive.

Restricciones

* Se deberá garantizar la participación en las reuniones semanales.
 * Cada reunión deberá limitarse a un máximo de dos horas
 *No se podrán enviar correos electrónicos al patrocinador sin la autorización previa de la directora del proyecto.
 *Los miembros del equipo no deberán enviar cadenas ni información que no sea relevante en el grupo de mensajería digital.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.6.6 Plan de Gestión de Adquisición

Tabla 46 Plan de Gestión de Adquisición

PLAN DE GESTIÓN DE ADQUISICIÓN	
Identificación del Proyecto	
Fecha:	17 de diciembre del 2025
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.
Director del Proyecto	Tania Abigail Cabrera Campoverde
Procedimientos de Adquisición	
Objetivo del plan:	El objetivo principal de este plan es identificar y gestionar la adquisición de todos los bienes y servicios necesarios para la puesta en marcha y operación de la microempresa, asegurando la calidad, el costo-beneficio y la entrega oportuna de cada recurso.
Adquisición de bienes	
Adquisición de Materiales de Consumo	*Se solicitará una cotización por volumen a distribuidores mayoristas de artículos para fiestas. *Se negociarán precios y condiciones de entrega para obtener el mejor costo posible. *La adquisición se realizará en un único pago al momento de la compra, buscando optimizar los costos.

Adquisición de Equipos y Mobiliario	* Se solicitará cotización a un mínimo de tres proveedores profesionales en mobiliario, equipo y máquinas de entretenimiento infantil y fiestas en la ciudad de Quito. * Se verificarán las cotizaciones para valorar la calidad de los productos, la garantía, los plazos de entrega y la relación costo-beneficio. Se dará primacía a los artículos duraderos, fáciles de transportar y que cumplan con las normas de seguridad. * Se negociarán los términos de compra y se firmará un contrato con el proveedor elegido. El pago se efectuará en dos partes: un 50% como adelanto y el 50% restante al recibir y verificar la conformidad de los productos.
Formatos de Adquisición	Contrato de Compra y Venta: Se aplicará para la adquisición de bienes como mobiliario y equipos. Este documento detallará las características de los productos, la cantidad, el precio total, los plazos de entrega y las condiciones de garantía. Contrato de Locación de Servicios: Se empleará para la contratación de animadores, servicios, etc. Este formato detallará las responsabilidades de cada parte, la duración del servicio, los entregables y las condiciones de pago.
Coordinación	
Mobiliario y Equipos: La selección y compra se coordinará con 10 semanas de anticipación al inicio de las operaciones, para permitir un tiempo adecuado de entrega, revisión e instalación. Servicios de Terceros: La contratación de servicios adicionales se coordinará con 4 a 6 semanas de anticipación a cada evento, para asegurar su disponibilidad. Las coordinaciones se realizarán vía correo electrónico y llamadas telefónicas. Materiales de Consumo: La compra de materiales de consumo se gestionará con 2 semanas de anticipación a cada evento, para mantener un inventario ajustado y minimizar el capital inmovilizado.	
Restricciones y Supuestos	
Restricciones: El presupuesto asignado para cada adquisición es un factor restrictivo. Cualquier desviación debe ser aprobada por la gerencia del proyecto. Supuestos: Se asume que los proveedores locales tendrán la capacidad y la disponibilidad para cumplir con los plazos y la calidad requeridos. En caso de imprevistos, se cuenta con un listado de proveedores alternos.	

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.7 Plan de Gestión de Riesgos

Este plan es un componente esencial para el proyecto, ya que su propósito principal es identificar, analizar y planificar respuestas a los riesgos potenciales que podrían afectar los objetivos del proyecto. Al definir los roles y responsabilidades, las metodologías de evaluación y los umbrales de riesgo aceptables, este plan permite al equipo anticipar problemas, minimizar amenazas y aprovechar oportunidades. En esencia, actúa como una hoja de ruta proactiva, asegurando que el proyecto se

mantenga en el camino correcto y que las decisiones se tomen con la información adecuada.

Tabla 47 Plan de Gestión de Riesgos

PLAN DE GESTIÓN DE RIESGOS	
Identificación del Proyecto	
Fecha:	20 de diciembre del 2025
Nombre del Proyecto	Propuesta para implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, bajo el enfoque de gestión de proyectos del PMBOK.
Director del Proyecto	Tania Abigail Cabrera Campoverde
Estrategia de riesgos	
*La Directora de Proyectos será la responsable de la gestión de riesgos y en conjunto con el equipo recopilará información sobre los posibles eventos que puedan afectar al proyecto con el fin de diseñar estrategias para prevenirlos, reducir su impacto, transferirlos o de ser necesario aceptarlos. *Cada riesgo identificado será evaluado en función de su impacto lo que permitirá anticipar medidas de prevención y definir un plan de respuesta adecuado. *El seguimiento de los riesgos se llevará a cabo de manera semanal, con el propósito de identificar nuevas amenazas y revisar la evolución de las previamente registradas.	
Metodología	
Para identificar los posibles riesgos se llevarán a cabo reuniones con el equipo del proyecto aplicando la técnica de lluvia de ideas en las cuales también participarán los stakeholders clasificados con alto nivel de poder. Esto permitirá recopilar información valiosa desde distintas perspectivas y con diferentes niveles de tolerancia al riesgo. Posteriormente se efectuará un análisis de los riesgos identificados con el objetivo de determinar tanto su impacto como el momento del ciclo de vida del proyecto en el que podrían presentarse.	
Roles y Responsabilidades	
*La identificación de los posibles riesgos será realizada de manera conjunta por todo el equipo de trabajo. *La Directora del Proyecto asumirá la responsabilidad principal de la gestión de riesgos. *El Responsable Administrativo-Financiero y el Responsable de Ventas tendrán a su cargo la documentación de los riesgos en la matriz diseñada para este propósito. *Asimismo, la Directora del Proyecto será la encargada de dar seguimiento a los riesgos identificados y de gestionar aquellos riesgos imprevistos que puedan surgir durante la ejecución del proyecto.	

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.7.1 Análisis cualitativo de los Riesgos

El análisis cualitativo de los riesgos es una metodología fundamental que permite evaluar y priorizar los riesgos identificados en función de su probabilidad de

ocurrencia y su impacto potencial en los objetivos del proyecto. Este proceso se llevará a cabo mediante una escala de calificación facilitando una valoración rápida y estructurada antes de proceder a análisis más detallados.

Probabilidad (P): Este valor representa qué tan probable es que el riesgo ocurra. Se califica en una escala del 1 al 5, donde:

1 = Muy baja probabilidad

5 = Muy alta probabilidad

Impacto (I): Este valor mide la gravedad de las consecuencias si el riesgo llega a materializarse. También se califica en una escala del 1 al 5, donde:

1 = Consecuencia insignificante

5 = Consecuencia crítica

Tabla 48 Análisis cualitativo de los Riesgos

ANÁLISIS RIESGOS						
Riesgo	Causa	Efecto	Probabilidad (P)	Impacto (I)	Nivel de Prioridad	Matriz de Calor
Retraso en la cadena de suministro de los kits de productos.	Escasez de inventario en el proveedor, problemas de transporte o demoras en aduanas.	Incapacidad para cumplir con los pedidos a tiempo, clientes insatisfechos y pérdida de ventas.	4	5	20	(Alto)
Productos de baja calidad de los proveedores.	Falla en el control de calidad del proveedor o daño durante el transporte.	Clientes insatisfechos, devoluciones y quejas, lo que daña la reputación de la marca.	4	4	16	(Alto)
Falla en el sistema de pago	Problemas técnicos con la pasarela de pago	Interrupción de las ventas, pérdida de transacciones y frustración del cliente.	3	5	15	(Alto)

Retrasos en la entrega de productos a los clientes.	Problemas logísticos con la empresa de envíos o direcciones incorrectas.	Clientes frustrados, reseñas negativas y daño a la imagen de la empresa.	4	4	16	(Alto)
Bajas ventas en el primer mes de operación.	Estrategia de marketing inicial ineficiente o falta de visibilidad de la marca.	Ingresos insuficientes para cubrir los costos fijos del proyecto.	3	4	12	(Medio)
Aumento inesperado en los costos de los productos.	Inflación, cambios en el tipo de cambio o aumentos de precios por parte de los proveedores.	Reducción de los márgenes de ganancia y menor competitividad.	3	3	9	(Medio)
Dificultad para diferenciarse de la competencia.	Múltiples tiendas similares en el mercado u ofertas de precios más bajos de la competencia.	Dificultad para atraer y retener clientes.	3	4	12	(Medio)
Requisitos del proyecto mal definidos.	Comunicación ineficiente con los interesados o falta de claridad en las expectativas del proyecto.	Retrasos en la entrega de los entregables y la necesidad de reelaborar el trabajo.	4	5	20	(Alto)
Falta de personal cualificado para el proyecto.	Dificultad para encontrar desarrolladores o diseñadores con las habilidades necesarias.	Baja calidad en los entregables y posibles atrasos en el cronograma.	2	4	8	(Medio)

Cambios constantes en el alcance del proyecto (desviación del alcance).	Solicitudes de nuevas funcionalidades o cambios de último momento por parte de los interesados.	El proyecto se sale del presupuesto y del cronograma iniciales.	3	5	15	(Alto)
No se logra la aprobación del entregable (p. ej., plan de mercadeo).	Los interesados no están de acuerdo con el plan propuesto o tienen comentarios contradictorios.	Retrasos en el lanzamiento de las campañas de marketing, lo que afecta las ventas.	3	3	9	(Medio)
Fallo en la entrega de los documentos finales del proyecto.	Falta de seguimiento de los entregables o pérdida de archivos importantes.	El proyecto no se puede cerrar formalmente y se puede perder información crucial para futuras referencias.	2	4	8	(Medio)
Daños por un desastre natural.	Un sismo o una inundación severa en el área del almacén.	Pérdida total o parcial del inventario y de la infraestructura.	1	5	5	(bajo)
Un proveedor se retira del mercado.	El proveedor minoritario de un insumo deja de operar sin previo aviso.	Es necesario buscar un nuevo proveedor rápidamente.	1	3	3	(bajo)

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.7.2 Análisis Cualitativo

Tabla 49 Análisis Cualitativo

ANÁLISIS CUANTITATIVO			
Riesgo	Probabilidad (%)	Impacto Estimado (USD)	Valor Monetario

Retraso en la cadena de suministro de los kits de productos.	70	\$ 200,00	\$ 140,00
Productos de baja calidad de los proveedores.	70	\$ 200,00	\$ 140,00
Falla en el sistema de pago	50	\$ 100,00	\$ 50,00
Retrasos en la entrega de productos a los clientes.	70	\$ 150,00	\$ 105,00
Bajas ventas en el primer mes de operación.	50	\$ 300,00	\$ 150,00
Aumento inesperado en los costos de los productos.	50	\$ 100,00	\$ 50,00
Dificultad para diferenciarse de la competencia.	70	\$ 500,00	\$ 350,00
Requisitos del proyecto mal definidos.	70	\$ 300,00	\$ 210,00
Falta de personal cualificado para el proyecto.	50	\$ 300,00	\$ 150,00
Cambios constantes en el alcance del proyecto (desviación del alcance).	70	\$ 500,00	\$ 350,00
No se logra la aprobación del entregable (p. ej., plan de mecadeo).	50	\$ 400,00	\$ 200,00
Fallo en la entrega de los documentos finales del proyecto.	70	\$ 200,00	\$ 140,00
Un proveedor se retira del mercado.	10	\$ 500,00	\$ 50,00
Total			\$ 2.085,00

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.7.3 Respuesta ante Riesgos

Tabla 50 Respuesta ante Riesgos

Respuesta a los Riesgos						
Riesgo	Causa	Efecto	Estrategia	Acción	Responsable	Frecuencia de revisión
Retraso en la cadena de suministro de los kits de productos.	Escasez de inventario en el proveedor, problemas de transporte o demoras en aduanas.	Incapacidad para cumplir con los pedidos a tiempo, clientes insatisfechos y pérdida de ventas.	Mitigar	Establecer contratos con más de un proveedor y planificar inventarios mínimos.	Responsable administrativo-financiero.	Semanal.
Productos de baja calidad de los proveedores.	Falla en el control de calidad del proveedor o daño durante el transporte.	Clientes insatisfechos, devoluciones y quejas, lo que daña la reputación de la marca.	Mitigar	Implementar controles de calidad antes de aceptar productos.	Directora del proyecto y responsable de ventas.	Quincenal
Falla en el sistema de pago.	Problemas técnicos con la pasarela de pago.	Interrupción de las ventas, pérdida de transacciones y frustración del cliente.	Mitigar	Configurar y probar métodos de pago adicionales.	Directora del proyecto.	Semanal.
Retrasos en la entrega de productos a los clientes.	Problemas logísticos con la empresa de envíos o direcciones incorrectas.	Clientes frustrados, reseñas negativas y daño a la imagen de la empresa.	Evitar	Verificar direcciones y negociar acuerdos con más de una empresa de envíos.	Responsable de ventas.	Semanal.
Bajas ventas en el primer mes de operación.	Estrategia de marketing inicial ineficiente o falta de visibilidad de la marca.	Ingresos insuficientes para cubrir los costos fijos del proyecto.	Mitigar	Implementar campañas en redes sociales, promociones y alianzas estratégicas.	Responsable de ventas	Mensual.

Aumento inesperado en los costos de los productos.	Inflación, cambios en el tipo de cambio o aumentos de precios por parte de los proveedores.	Reducción de los márgenes de ganancia y menor competitividad.	Mitigar	Establecer contratos a mediano plazo y revisar costos.	Responsable administrativo-financiero.	Mensual.
Dificultad para diferenciarse de la competencia.	Múltiples tiendas similares en el mercado u ofertas de precios más bajos de la competencia.	Dificultad para atraer y retener clientes.	Mitigar	Diseñar promociones diferenciadas y mejorar la experiencia del cliente.	Responsable de ventas	Mensual.
Requisitos del proyecto mal definidos.	Comunicación ineficaz con los interesados o falta de claridad en las expectativas del proyecto.	Retrasos en la entrega de los entregables y la necesidad de reelaborar el trabajo.	Evitar	Validar entregables intermedios con los interesados.	Directora del proyecto.	Semanal.
Falta de personal cualificado para el proyecto.	Dificultad para encontrar desarrolladores o diseñadores con las habilidades necesarias.	Baja calidad en los entregables y posibles retrasos en el cronograma.	Mitigar	Capacitar al personal interno o contratar outsourcing.	Directora del proyecto.	Mensual.
Cambios constantes en el alcance del proyecto (desviación del alcance).	Solicitudes de nuevas funcionalidades o cambios de último momento por parte de los interesados.	El proyecto se sale del presupuesto y del cronograma iniciales.	Mitigar	Registrar cambios y validarlos con comité del proyecto.	Directora del proyecto.	Semanal.

No se logra la aprobación del entregable (p. ej., plan de marketing).	Los interesados no están de acuerdo con el plan propuesto o tienen comentarios contradictorios.	Retrasos en el lanzamiento de las campañas de marketing, lo que afecta las ventas.	Mitigar	Realizar presentaciones y ajustes antes de la entrega formal.	Directora del proyecto.	Semanal.
Fallo en la entrega de los documentos finales del proyecto.	Falta de seguimiento de los entregables o pérdida de archivos importantes.	El proyecto no se puede cerrar formalmente y se puede perder información crucial para futuras referencias.	Evitar	Respaldar la información en la nube y validar checklist de cierre.	Directora del proyecto.	Al cierre del proyecto.
Daños por un desastre natural.	Un sismo o una inundación severa en el área del almacén.	Pérdida total o parcial del inventario y de la infraestructura.	Mitigar	Contratar pólizas de seguro y definir un plan de recuperación.	Responsable administrativo-financiero.	Trimestral.
Un proveedor se retira del mercado.	El proveedor minoritario de un insumo deja de operar sin previo aviso.	Es necesario buscar un nuevo proveedor rápidamente.	Mitigar	Mantener lista de proveedores alternativos y contactos previos.	Responsable de ventas y administrativo-financiero.	Semanal.

Fuente: Elaboración propia y formato adaptado de (Yépez, 2020)

6.8 Grupo de procesos de Ejecución

Durante la fase de ejecución del proyecto se generarán informes periódicos de desempeño acompañados de reuniones de seguimiento diarias orientadas al cumplimiento del cronograma. Estos insumos permitirán evaluar el avance real del proyecto en relación con la línea base del desempeño facilitando la toma oportuna de decisiones para mantener el control de la ejecución.

Para asegurar el cumplimiento financiero se ejecutará la metodología del Valor Ganado (Earned Value Management) como instrumento para la supervisión de costos. En cuanto a la garantía de la calidad, se examinarán los resultados

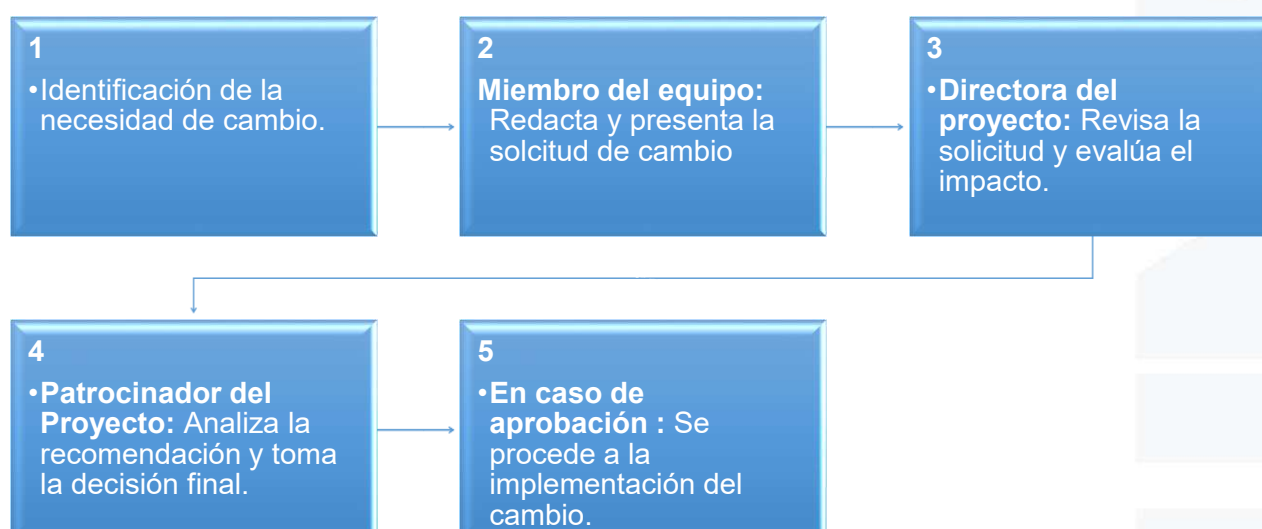
adquiridos en función de los criterios de aceptación previamente definidos, facilitando identificar desviaciones y aplicar acciones y medidas correctivas.

Identificando que pueden aparecer cambios que afecten los parámetros establecidos en el Acta de Constitución del Proyecto o en los planes de gestión aprobados particularmente en las líneas base de alcance, costo y cronograma se desarrollará un sistema formal de control de cambios.

Este método contendrá el diseño de un proceso estructurado para la gestión de cambios, en el cual toda solicitud de cambio tendrá que presentarse de manera documentada, incorporando la descripción de la modificación propuesta, su justificación, posibles impactos en el proyecto y los responsables involucrados. Dichas solicitudes serán sometidas a un proceso de revisión y análisis antes de su aprobación o desaprobación, asegurando una gestión ordenada y verificable de los cambios.

- Necesidad de cambio
- Miembro del equipo: Elaboración detallada de solicitud de cambio.
- Directora de Proyecto: Revisión de solicitud y evaluación de impacto.
- Patrocinador: Resolución de solicitud de cambio.
- De ser aprobada, implementación del cambio

Tabla 51 Sistema formal de control de cambios



Fuente: Elaboración propia

6.9 Grupo Cierre del Proyecto

En la fase de cierre del proyecto se habrá completado la transferencia total de todos los componentes desarrollados en la propuesta de implementación de la microempresa. Como parte fundamental de esta etapa se elaborará el informe final del proyecto el cual será presentado al patrocinador. Este informe incluirá un resumen ejecutivo con los resultados obtenidos, la validación del producto propuesto, así como los costos y cronogramas actualizados. El patrocinador deberá revisar y avalar formalmente este informe como evidencia del cumplimiento de los objetivos establecidos.

Adicionalmente, se actualizará toda la documentación del proyecto incorporando el registro de lecciones aprendidas, el cual recogerá experiencias clave, recomendaciones, análisis del caso de negocio, beneficios esperados, comentarios y observaciones relacionadas con la gestión de las distintas áreas del conocimiento. Estas anotaciones serán un recurso importante y significativo para futuras iniciativas similares y fortalecerá el aprendizaje organizacional.

CAPÍTULO VII: Análisis de Factibilidad Económica y Técnica

Este capítulo tiene como objetivo fundamental evaluar la viabilidad económica de la microempresa "AventuFiesta". Esta valoración se llevará a cabo a través de un análisis de la factibilidad técnica y económica. El objetivo principal es identificar el potencial de éxito de la propuesta y brindar una base sólida para la toma de decisiones. Para ello, se ejecutarán herramientas de análisis financiero, garantizando que la implementación del proyecto sea sostenible y esté alineada con las expectativas del mercado identificado.

7.1 Análisis de Factibilidad Técnica

La factibilidad técnica del proyecto se centrará en la disponibilidad de los recursos, la tecnología y las capacidades necesarias para llevar a cabo el proyecto con éxito. Se ha definido que el desarrollo de "AventuFiesta" es técnicamente viable, dado que los equipos y el conocimiento requerido son accesibles en el mercado local.

7.1.1 Tecnología y Equipamiento:

Se ha planificado la adquisición y compra de activos fijos como computadoras, impresoras y sistemas de sonido, los cuales son estándar y de fácil adquisición. Estas herramientas de decoración y el mobiliario son también comunes y no representan un desafío técnico.

7.1.2 Infraestructura:

La adecuación de un local físico en el Centro Histórico de Quito se considera factible, ya que la zona cuenta con los servicios básicos necesarios y la disponibilidad de espacios comerciales aptos.

Tabla 52 Activos Fijos

Categoría	Artículo	Cantidad	Vida Útil Estimada (años)	Precio Unitario Estimado	Costo Total Estimado
Equipamiento de oficina					
	Computadora de escritorio	1	4	800	\$ 800,00
	Impresora multifuncional	1	3	200	\$ 200,00
	Teléfono y línea fija	1	5	120	\$ 120,00
	Muebles de oficina (escritorio, silla)	1	5	300	\$ 300,00
	Subtotal				\$ 1.420,00
Mobiliario para el local					
	Mostrador y vitrina de exhibición	1	5	500	\$ 500,00
	Estanterías y anaqueles	3	5	100	\$ 300,00
	Muebles de almacenamiento	2	5	150	\$ 300,00
	Espejo de cuerpo entero	1	5	80	\$ 80,00
	Subtotal				\$ 1.180,00
Herramientas de decoración					
	Inflador de globos eléctrico	1	3	50	\$ 50,00
	Máquina de inflar globos de helio	1	5	200	\$ 200,00

	Pistola de silicón profesional	1	3	20	\$	20,00
	Herramientas manuales (tijeras, cintas, etc.)	1	2	50	\$	50,00
	Subtotal				\$	320,00
Equipo para eventos						
	Trajes de personajes	5	3	25	\$	125,00
	Sistema de sonido (parlante y micrófono)	1	5	250	\$	250,00
	Máquina de borbuja	2	3	40	\$	80,00
	Máquina de cangil	1	5	200	\$	200,00
	Máquina algodón de azúcar	1	5	100	\$	100,00
	Inflable	1	5	200	\$	200,00
	Máquina de hot dogs	1	5	100	\$	100,00
	Subtotal				\$	1.055,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS					\$	3.975,00

Fuente: Elaboración propia

7.2 Análisis de Factibilidad económica

7.2.1 Demanda y Oferta de mercado.

Para proyectar los ingresos del proyecto se ha considerado la demanda del mercado el cual se obtuvo a través de un proceso de inferencia usando como base las encuestas realizadas, además de la capacidad instalada.

Del análisis de la encuesta se concluyó que el monto promedio que las familias están dispuestas a invertir en la celebración de una fiesta infantil es de aproximadamente USD 224 por evento; este resultado fue fundamental para definir el precio de los paquetes de servicios, ya que asegura que la propuesta se mantenga dentro de un rango accesible para el mercado objetivo y, a la vez, permita la sostenibilidad económica de la microempresa.

Tabla 53 Gasto Promedio fiestas infantiles

¿Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil?		
Frecuencia	Porcentaje	Promedio Ponderado
200	36,99%	73,99
300	19,65%	58,96
400	16,18%	64,74
100	27,17%	27,17
Total		224,86

Fuente: Elaboración propia

A través de la pregunta ¿Para cuántas personas en promedio solicita el servicio? nos permitió establecer que el número de asistentes por evento es, en promedio, de 24 personas.

Tabla 54 Promedio de personas solicitan servicio

¿Para cuántas personas en promedio solicita el servicio?		
Frecuencia	Porcentaje	Promedio Ponderado
10,5	56,90%	5,97
30,5	30,80%	9,39
55,5	8,20%	4,55
85,5	1,50%	1,28
101	2,60%	2,63
Total		23,83

Fuente: Elaboración propia

Con base en la información recopilada a través de las encuestas, se determinó que las familias encuestadas realizan en promedio 1,43 fiestas infantiles por año.

Tabla 55 Frecuencia que solicita servicios de fiestas infantiles

¿Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año?			
Frecuencia		Porcentaje	Promedio Ponderado
1	115	71%	0,71
2	32	20%	0,40
3	5	3%	0,09
4	9	6%	0,22
Total	161	100%	1,43

Fuente: Elaboración propia

Para determinar la cantidad demandada, se consideró la capacidad instalada semanal y se multiplicó por 52, correspondiente al número total de semanas en un año.

Tabla 56 Demanda

Demanda	
Capacidad instalada semanal	12
Número de semanas al año	52
Total Capacidad Instalada	624

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del servicio se toma en consideración los siguientes costos de servicio:

Tabla 57 Costos de servicio

Artículo	Precio Unitario Estimado	Unidad de Compra	Cantidad Sugerida (por evento)	Total
Piñata pequeña temática fiesta (con dulces)	\$ 15,00	Unidad	1	\$ 15,00
Globos de látex	\$ 0,08	Unidad	20	\$ 1,60
Globos metálicos de cumpleaños (edad)	\$ 3,00	Unidad	2	\$ 6,00
Mantelería de acuerdo a temática	\$ 3,00	Unidad	1	\$ 3,00
Vajilla desechable	\$ 0,50	Unidad	23,83	\$ 11,92
Vasos Desechables	\$ 0,15	Unidad	23,83	\$ 3,57
Decoración (serpentina cortinas de fiesta)	\$ 2,00	Unidad	2	\$ 4,00
Animación infantil	\$ 60,00	Evento (1,5 hora)	1	\$ 60,00
Implementos minie hora loca	\$ 4,00	Unidad	1	\$ 4,00

Invitaciones	\$ 0,15	Unidad	23,83	\$ 3,57
Porta-nombres	\$ 0,10	Unidad	20	\$ 2,00
Movilización	\$ 30,00			\$ 30,00
Total				\$ 144,66

Fuente: Elaboración propia

7.1 Inversión Inicial

A continuación, se da a conocer la inversión inicial contempla todos los recursos necesarios para poner en marcha la microempresa:

Tabla 58 Inversión inicial

Ítem	Detalle del Gasto	Valor Total (\$)
A. ACTIVOS FIJOS		\$ 3.975,00
	(Mobiliario, Equipos de Oficina, etc.)	
B. GASTOS		\$ 466,00
	(Constitución y adecuaciones	
C. CAPITAL DE TRABAJO		\$ 33.945,63
1	Inventario Inicial	
2	Gastos de operación (3 meses)	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 38.386,63

Fuente: Elaboración propia

7.1.1 Capital de Trabajo

El capital de trabajo se calcula tomando en consideración los costos fijos y variables estimados para un período de tres meses, esto con el fin de asegurar la estabilidad operativa y evitar interrupciones en la prestación de los servicios durante la fase de inicio, para posteriormente ir recuperando el capital de trabajo a lo largo del proyecto.

Tabla 59 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Anual	135.782,54	138.125,37	140.272,61	142.513,58	144.816,49
Gasto Mensual	11.315,21	11.510,45	11.689,38	11.876,13	12.068,04
Ciclo efectivo en meses	3,00	2,50	1,50	1,50	1,00
Capital de Trabajo	33.945,63	28.776,12	17.534,08	17.814,20	12.068,04
Movimiento de Capital de Trabajo		- 5.169,52	- 11.242,04	280,12	- 5.746,16

Fuente: Elaboración propia

7.1.2 Talento Humano

El personal requerido, incluyendo animadores y personal de administración, ventas y logística, puede ser contratado y capacitado de acuerdo con los estándares de calidad determinados en el proyecto. A continuación, se presenta el Talento humano fijo de la microempresa "AventuFiesta".

Tabla 60 Talento Humano

Puesto	Salario Mensual Bruto	Aporte Patronal (IESS 11.15%)	Costo Total Mensual
Directora de proyecto	700	78,05	778,05
Patrocinador	600	66,9	666,9
Encargado de ventas	600	66,9	666,9
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$ 1.900,00	\$ 211,85	\$ 2.111,85

Fuente: Elaboración propia

7.1.3 Apalancamiento

Para impulsar su crecimiento la microempresa "AventuFiesta" ha optado por un financiamiento apalancado, lo cual le permite utilizar deuda para aumentar su capacidad de inversión y potencialmente maximizar la rentabilidad para sus socios. Esto significa que la empresa no dependerá únicamente de su propio capital, sino que utilizará la deuda como una herramienta estratégica para generar mayores rendimientos sobre el patrimonio.

Tabla 61 Apalancamiento

APALANCAMIENTO	
Inversión Fija	\$ 38.386,63
% Préstamo sobre Inversión	40%
Préstamo	15.355
Interés	15,50%
Años	5
Cuota	4.635

Fuente: Elaboración propia

Nota: Tasa de interés efectiva máxima referencial para el sector comercial de consumo con fecha 16 de agosto del 2025. Tomada del Banco Central del Ecuador, 2025.

7.1.4 Tabla de Amortización

Tabla 62 Tabla de amortización

#	SALDO INICIAL	CUOTA FIJA	INTERÉS	ABONO CAPITAL	SALDO FINAL
0					15.355
1	15.355	4.635	2.380	2.255	13.100
2	13.100	4.635	2.030	2.604	10.495
3	10.495	4.635	1.627	3.008	7.487
4	7.487	4.635	1.161	3.474	4.013
5	4.013	4.635	622	4.013	-

Fuente: Elaboración propia

7.2 Flujo de efectivo proyectado

A continuación, se especifica el flujo de efectivo proyectado para 5 años, el cual permite estimar los ingresos y egresos de efectivo, su misión primordial es mostrar como entrará y saldrá el dinero, permitiendo planificar la disponibilidad de recursos y garantizar que la microempresa pueda cumplir con sus obligaciones financieras en todo momento

En un flujo de efectivo proyectado incluye los siguientes elementos:

- **Ingresos estimados:** Hace referencia a ventas de productos o servicios, anticipos de clientes, otros ingresos relacionados.
- **Egresos operativos:** Se detallan sueldos, pago a proveedores, servicios básicos, materiales e insumos.
- **Inversiones iniciales y gastos de capital:** Se detallan adquisición de equipos, mobiliario o adecuaciones del local.
- **Pagos de obligaciones financieras:** Hace referencia a préstamos, intereses, impuestos y licencias.

Tabla 63 Flujo de efectivo

INGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRECIO		224,86	228,23	231,65	235,13	238,65
CANTIDAD		624,00	643,97	664,57	685,84	707,79
VENTAS PRODUCTOS/ SERVICIOS		140.309,83	146.971,74	153.949,96	161.259,50	168.916,10
TOTAL INGRESOS		140.309,83	146.971,74	153.949,96	161.259,50	168.916,10
COSTO POR SERVICIO		- 90.270,34	- 91.624,39	- 92.998,76	- 94.393,74	- 95.809,64
COMISIONES POR PAGO DE TARJETA		- 1.122,48	- 1.139,32	- 1.156,41	- 1.173,75	- 1.191,36
IMPREVISTOS		- 200,00	- 203,00	- 206,05	- 209,14	- 212,27
COSTOS VARIABLES		- 91.592,81	- 92.966,71	- 94.361,21	- 95.776,63	- 97.213,27
G. SUELDOS		- 28.652,20	- 28.652,20	- 28.652,20	- 28.652,20	- 28.652,20
ARRIENDO		- 12.000,00	- 12.789,00	- 13.428,45	- 14.099,87	- 14.804,87
GASTOS DE PAPELERÍA		- 240,00	- 255,78	- 268,57	- 282,00	- 296,10
PUBLICIDAD		- 2.160,00	- 2.302,02	- 2.381,40	- 2.500,47	- 2.625,49
LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO		- 480,00	- 487,20	- 494,51	- 501,93	- 509,45
SERVI. BÁSICOS		- 1.680,00	- 1.705,20	- 1.730,78	- 1.756,74	- 1.783,09

DEPRECIACIONES		397,50 -	397,50 -	397,50 -	397,50 -	397,50 -
LICENCIAS Y REGALIAS		170,00 -	172,55 -	175,14 -	177,77 -	180,43 -
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y PATENTE MUNICIPAL		17,50 -	-17,76 -	-18,03 -	-18,30 -	-18,57 -
GASTOS ADMINISTRATIVOS		100,00 -	106,58 -	111,90 -	117,50 -	123,37 -
UNIFORMES		100,00 -	106,58 -	111,90 -	117,50 -	123,37 -
COSTOS FIJOS		45.997,20 -	46.992,36 -	47.770,38 -	48.621,77 -	49.514,46 -
COSTO FINANCIERO		2.379,97 -	2.030,46 -	1.626,78 -	1.160,52 -	622,00 -
UTILIDAD ANTES DE PART. TRABAJADORES E IMPUESTO RENTA		339,84	4.982,21	10.191,59	15.700,58	21.566,37
Participación a Trabajadores		50,98 -	747,33 -	1.528,74 -	2.355,09 -	3.234,96 -
Impuesto a la Renta		72,22 -	1.058,72 -	2.165,71 -	3.336,37 -	4.582,85 -
UTILIDAD NETA		216,65	3.176,16	6.497,14	10.009,12	13.748,56
(+) Depreciación		397,50	397,50	397,50	397,50	397,50
FLUJO DE EFECTIVO DE OPERACIÓN		614,15	3.573,66	6.894,64	10.406,62	14.146,06

ACTIVOS FIJOS	- 3.975,00					
CAPITAL DE TRABAJO	- 33.945,63	5.169,52	11.242,04	- 280,12	5.746,16	
GASTOS INICIAL	- 466,00					
INVERSIÓN	- 38.386,63	5.169,52	11.242,04	- 280,12	5.746,16	
FINANCIAMIENTO	- 15.354,65	- 2.254,90	- 2.604,42	- 3.008,10	- 3.474,35	- 4.012,88
FLUJO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA	- 23.031,98	3.528,76	12.211,28	3.606,42	12.678,42	10.133,18

Fuente: Elaboración propia

7.3 Análisis de indicadores

Luego de realizar el análisis financiero y económico del proyecto e identificar los indicadores más relevantes para el proyecto, se concluye que este es viable con base en los siguientes resultados:

- **Re:** Es el rendimiento mínimo esperado por los inversionistas al aportar su capital; para este estudio se determinó en 17,50 %, valor que se toma como referencia para evaluar la rentabilidad del flujo de efectivo de los inversionistas.
- **Valor Actual Neto (VAN):** El cálculo arrojó un valor mayor a cero con \$2.214,85 lo que indica que el proyecto generará un beneficio superior al rendimiento mínimo requerido por lo accionistas.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Se obtuvo un 21%, lo que confirma que el negocio es rentable.
- **Flujo Efectivo de Operación:** El flujo de efectivo de operación evidencia una evolución positiva a lo largo del tiempo. En el primer año el proyecto genera un excedente de USD 614,15, y este valor aumenta progresivamente hasta llegar a USD 14.146,06 en el quinto año. Este crecimiento sostenido demuestra que el negocio va fortaleciendo su capacidad operativa, cubriendo de manera adecuada sus gastos y generando recursos suficientes para mantener su funcionamiento. En conjunto, estos resultados reflejan que AventuFiesta tiene una perspectiva financiera estable y un desempeño que mejora año tras año.
- **Flujo de Efectivo del Inversionista:** El flujo de efectivo es negativo en el año 0 (-23.031,98 USD) debido a la inversión inicial. A raíz del año 1 se vuelve positivo, lo que demuestra que el proyecto comienza a producir recursos suficientes para cubrir sus costos. Los mayores excedentes se registran en los años 2 y 4, asegurando el crecimiento y la rentabilidad del negocio. Pese a que año 3 presenta un flujo menor, continua positivo, lo que demuestra estabilidad. Para el año 5, el flujo alcanza 10.133,18 USD, afirmando la viabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

7.4 Análisis de sensibilidad financiera

Con el fin de evaluar la solidez financiera de AvenuFiesta y comprender cómo podría responder el proyecto ante distintos cambios del entorno, se realizó un análisis de sensibilidad basado en tres escenarios: optimista, probable y pesimista. Este ejercicio permite visualizar cómo variaciones en la demanda, los costos y los precios influyen directamente en los principales indicadores financieros, como el VAN y la TIR. Al comparar estos escenarios, se obtiene una visión más realista y completa del comportamiento del proyecto, lo cual facilita la toma de decisiones y refuerza la planificación estratégica para su puesta en marcha.

Tabla 64 Sensibilidad Financiera

Escenario	Supuestos	VAN (USD)	TIR (%)	Interpretación
Optimista	• Incremento de la demanda +10% • Incremento de precios +3% anual • Reducción de costos variables -5%	2.980,40	25%	El proyecto mejora su rentabilidad. Aumenta la recuperación de la inversión y se genera mayor liquidez anual.
Probable (base)	• Datos reales del estudio financiero • Demanda según proyección • Precios con ajuste inflacionario	2.214,85	21%	El proyecto es rentable y financieramente viable bajo las condiciones previstas.
Pesimista	• Reducción de la demanda -10% • Aumento de costos variables +8% • Estancamiento de precios	850,72	14%	El proyecto sigue siendo viable, pero con menor margen. La recuperación de la inversión se vuelve más lenta.

Fuente: Elaboración propia

7.5 Recuperación de la inversión

La incorporación del valor de salvamento en el flujo de caja permite reflejar la parte de la inversión inicial que puede recuperarse al finalizar la vida útil de los activos. En el caso de AvenuFiesta, los activos fijos tienen un costo de 3.975 dólares y una depreciación anual de 397,50 dólares. Al término de cinco años, queda un valor no depreciado que se registra como ingreso en el último año del proyecto.

Este valor de salvamento mejora la precisión del análisis financiero, ya que muestra que una parte de la inversión puede recuperarse al cierre del proyecto, fortaleciendo así la viabilidad económica de la propuesta.

Tabla 65 Recuperación de la inversión

Año	Flujo de efectivo del inversionista	Valor salvamento	Total ajustado
0	-23.031,98	—	-23.031,98
1	3.528,76	—	3.528,76
2	12.211,28	—	12.211,28
3	3.606,42	—	3.606,42
4	12.678,42	—	12.678,42
5	10.133,18	1.987,50	12.120,68

Fuente: Elaboración propia

7.6 Punto de equilibrio

Para considerar el nivel de ventas mínimo para cubrir los costos fijos y variables, se tomaron en cuenta los datos del primer año del proyecto.

Tabla 66 Datos para cálculo P.E

DATOS	
Descripción	Datos
Costos Fijos	\$ 45.997,20
Costo variable unitario	\$ 144,66
PVP unitario	\$ 224,86

Fuente: Elaboración propia

Se tomo en cuenta la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio Vta. Unitario} - \text{Costo variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{45997,2}{(224,86 - 144,66)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 573,59$$

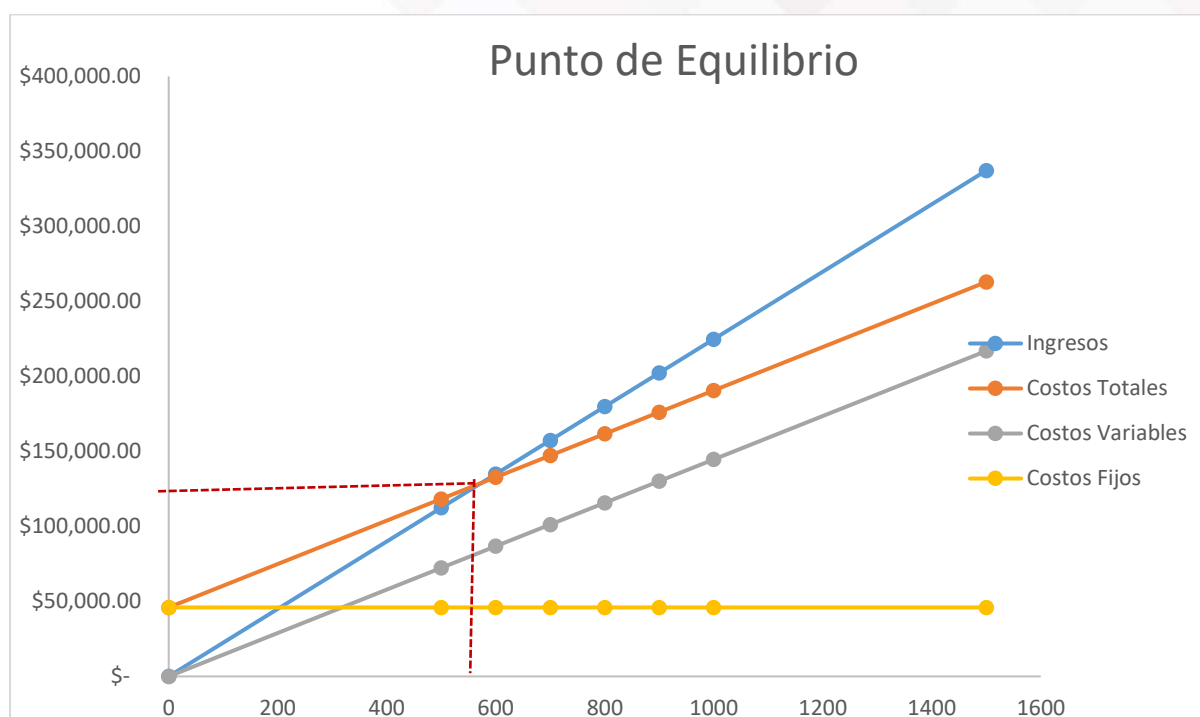
Se puede deducir que el negocio requiere vender 573.59 unidades para lograr su punto de equilibrio y con un total de ventas por \$128.975,32. Este resultado brinda una guía clara para la planificación de las operaciones y permite determinar y organizar metas de ventas más realistas que garantizarán la sostenibilidad del proyecto.

Tabla 67 Proyección P.E

Unidades	Ingresos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Totales
0	\$ -	\$ -	\$ 45.997,20	\$ 45.997,20
500	\$ 112.427,75	\$ 72.332,00	\$ 45.997,20	\$ 118.329,20
600	\$ 134.913,29	\$ 86.798,40	\$ 45.997,20	\$ 132.795,60
700	\$ 157.398,84	\$ 101.264,80	\$ 45.997,20	\$ 147.262,00
800	\$ 179.884,39	\$ 115.731,20	\$ 45.997,20	\$ 161.728,40
900	\$ 202.369,94	\$ 130.197,60	\$ 45.997,20	\$ 176.194,80
1000	\$ 224.855,49	\$ 144.664,00	\$ 45.997,20	\$ 190.661,20
1500	\$ 337.283,24	\$ 216.996,00	\$ 45.997,20	\$ 262.993,20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68 Punto de Equilibrio



Fuente: Elaboración propia

7.7 Paquetes Promocionales para venta.

7.7.1 Paquete Promocional Básico

Este paquete estaría diseñado para clientes que buscan una solución sencilla y económica para una celebración más íntima y memorable, diseñado para celebraciones de hasta 20 invitados, este paquete reúne todos los elementos esenciales de acuerdo con la temática de la fiesta como: la piñata, globos, mantel, decoración básica, platos desechables, la animadora, porta-nombres, con el diseño de la temática, sería la opción ideal, ofreciendo conveniencia a un precio accesible.

Tabla 69 Paquete promocional básico

Artículo	Unidad de Compra	Cantidad Sugerida (por evento)
Piñata pequeña temática fiesta (con dulces)	Unidad	1
Globos de látex	Unidad	20

Globos metálicos de cumpleaños (edad)	Unidad	2
Mantelería de acuerdo a temática	Unidad	1
Vajilla desechable	Unidad	30
Vasos Desechables	Unidad	30
Decoración (serpentina cortinas de fiesta)	Unidad	2
Animación infantil	Evento (1,5 hora)	1
Implementos minie hora loca	Unidad	1
Invitaciones	Unidad	20
Porta-nombres	Unidad	20
Total		\$ 224,00

Fuente: Elaboración propia

7.7.1.1 Paquete Promocional Intermedio

Este paquete está pensado para atender hasta 40 invitados. Incluye todos los elementos del paquete básico en cantidades ajustadas para este número de personas, además de una piñata de mayor tamaño y el alquiler de dos máquinas, de canguil y algodón de azúcar. Es la opción ideal para fiestas de tamaño mediano que buscan una experiencia más completa y divertida sin exceder el presupuesto.

Tabla 70 Paquete promocional Intermedio

Artículo	Unidad de Compra	Cantidad Sugerida (por evento)
Piñata mediana temática (con dulces y juguetes)	Unidad	1
Globos de látex	Unidad	20
Globos metálicos de cumpleaños (edad)	Unidad	2
Mantelería de acuerdo a temática	Unidad	1

Vajilla desechable	Unidad	40
Vasos Desechables	Unidad	40
Decoración (serpentinillas cortinas de fiesta)	Unidad	2
Animación infantil	Evento (1,5 hora)	1
Implementos minie hora loca	Unidad	1
Invitaciones	Unidad	40
Porta-nombres	Unidad	40
Alquiler máquina de cangil / Alquiler máquina algodón de azúcar / o Máquina de hot dog	Evento (1 hora) ilimitado	1
Total		\$ 350,00

Fuente: Elaboración propia

7.7.1.2 Paquete Promocional Premium

Este es el paquete más completo y exclusivo, diseñado para celebraciones de hasta 100 invitados. Incluye todos los elementos de los paquetes anteriores, en mayores cantidades y con una calidad superior. Además, incorpora el alquiler de la máquina de cangil, la máquina de algodón de azúcar, un inflable y recuerdos para los invitados. Representa la solución ideal para eventos de gran escala, ofreciendo una experiencia temática inmersiva y de alto nivel.

Tabla 71 Paquete Promocional Premium

Artículo	Unidad de Compra	Cantidad Sugerida (por evento)
Piñata grande temática (con dulces y juguetes)	Unidad	2
Globos de látex	Unidad	20
Globos metálicos de cumpleaños (edad)	Unidad	2

Mantelería de acuerdo a temática	Unidad	2
Vajilla desechable	Unidad	100
Vasos Desechables	Unidad	100
Decoración profesional	Unidad	1
Animación infantil	Evento (1,5 hora)	1
Implementos minie hora loca	Unidad	1
Invitaciones	Unidad	100
Portanombres y recuerdos para invitados	Unidad	100
Recuerdos parfa invitados	Unidad	100
Alquiler máquina de cangil / Alquitar máquina algodón de azúcar / Inflable o Máquina de hot dog	Evento (1 hora) ilimitado	1
Total		\$ 550,00

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VIII: Conclusiones y Recomendaciones

8.1 Conclusiones

- El diagnóstico del mercado permitió identificar que, aunque existe una oferta activa de productos y servicios para fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito, gran parte de ella trabaja de manera informal. Esta situación representa tanto un reto por la competencia desordenada, como una oportunidad para introducir una propuesta formal que ofrezca calidad, seguridad y valor agregado.
- “AventuFiesta” responde a las necesidades identificadas en la investigación; la estructura organizativa, el modelo de negocio y los paquetes de servicios diseñados se ajustan con las expectativas de los clientes encuestados, brindando soluciones más completas y profesionales que las opciones actualmente disponibles en el mercado.
- La aplicación de las buenas prácticas de la Guía PMBOK posibilitó planificar el proyecto de forma ordenada y estructurada, estableciendo procesos de iniciación, planificación, ejecución, control y monitoreo. Esto respalda una mejor gestión de recursos, reducción de riesgos y un mayor nivel de control sobre los resultados esperados.
- El análisis de factibilidad y viabilidad evidencia que el proyecto es técnicamente posible y financieramente rentable, al presentar un VAN positivo y una TIR superior al rendimiento mínimo esperado por los inversionistas.
- El flujo de efectivo proyectado muestra que, a partir del primer año, la microempresa “AventuFiesta” comienza a generar recursos suficientes para cubrir sus costos y generar un beneficio para el inversionista. La inversión inicial se recupera en un plazo razonable, y los resultados positivos en los años siguientes reflejan la estabilidad y sostenibilidad del proyecto. Esto confirma que la microempresa es viable y rentable, ofreciendo seguridad financiera y contribuyendo al crecimiento del negocio de manera organizada y planificada.

8.2 Recomendaciones

- Implementar el emprendimiento siguiendo la planificación propuesta, respetando las fases y entregables establecidos bajo el enfoque y metodología de PMBOK, para minimizar riesgos y asegurar un inicio sólido y consistente.
- Mantener altos estándares de calidad en los productos y servicios ofrecidos, enfocando la innovación y la personalización para diferenciarse de la competencia informal.
- Desarrollar campañas de promoción dirigidas a familias y comunidades del Centro Histórico, sur de Quito y zonas aledañas, utilizando medios digitales y alianzas con instituciones locales para potenciar y maximizar el alcance.
- Revisar y verificar periódicamente los flujos de caja, costos y márgenes de ganancia para garantizar que el negocio se mantenga rentable y pueda ser sustentable en el tiempo.
- Considerar y evaluar, a futuro, la expansión del catálogo de servicios, incluyendo nuevas temáticas y opciones de entretenimiento que respondan y atiendan a tendencias del mercado con el fin de aumentar la competitividad de la microempresa.
- Se sugiere conservar un control constante del flujo de efectivo del proyecto, revisando periódicamente ingresos y egresos, para garantizar que los recursos estén disponibles cuando se necesiten y permitir una gestión financiera eficiente. Esto posibilitará tomar decisiones oportunas ante variaciones en la demanda y garantizar la sostenibilidad económica de la microempresa “AventuFiesta”.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, P., Morquecho, J., 2025. (PDF) Factores que inciden para la sostenibilidad empresarial de las PYMES del cantón Morona. ResearchGate. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16643
- Guaygua, S., Lozano, J., 2020. MANUAL PARA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS. INEC, 2024. Base de Datos – Censo de Población y Vivienda [WWW Document]. Instituto Nacional de Estadística y Censos. URL <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/> (accessed 7.13.25).
- Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país – Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN [WWW Document], 2017. URL <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/> (accessed 7.12.25).
- Mollo, S.E.C., 2023. Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar 7, 1865–1879. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7016
- Montaleza, P.E.M., Moreno, M.E.V., Moreno, F.X.N., Garnica, A.E.M., Yugsi, M.F.R., 2025. Impacto de la Pandemia del COVID-19 en la Economía Ecuatoriana. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar 9, 3523–3538. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16098
- Pernas, M.C., sf. Plan de negocios para la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles en el sector centro-norte de la ciudad de Quito. UDLA.
- Project Management Institute, 2021. PMBOK Guide | Project Management Institute [WWW Document]. URL <https://www.pmi.org/standards/pmbok> (accessed 8.30.25).
- Ríos-Gaibor, C.G., Preciado-Ortiz, F.L., 2023. Estrategias de Innovación y Competitividad en PYMEs Ecuatorianas: Un Análisis Cualitativo. Revista Científica Zambos 2, 17–36. <https://doi.org/10.69484/rcz/v2/n2/41>
- Russell, B., 2023. Requisitos para constituir una empresa en Ecuador [WWW Document]. Russell Bedford EC. URL <https://russellbedford.com.ec/requisitos-para-constituir-una-empresa-en-ecuador/> (accessed 7.12.25).
- Toro Piedra, D., 2023. Plan de Marketing para micro emprendimientos dedicados a la organización de eventos infantiles. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil.
- Yépez, M.A., 2020. Proyecto de negocio para la comercialización de productos para fiestas temáticas a través de una tienda online, basado en las buenas prácticas del PMBOK. UDLA, Quito.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de preguntas de la encuesta:

ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE SERVICIOS DE FIESTAS INFANTILES EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

Descripción de la encuesta:

Esta encuesta forma parte de un estudio académico cuyo propósito es conocer los hábitos de consumo, preferencias y percepciones de las personas que organizan fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito.

- Su participación es completamente anónima y confidencial.
- No tomará más de 5 minutos completar este formulario.
- No se recopilarán datos personales ni de contacto.

Instrucción: Seleccione la opción que mejor represente su experiencia o criterio, marcando con una “X”. En algunas preguntas puede elegir más de una opción.

Nota de confidencialidad:

Los datos proporcionados en esta encuesta serán tratados de forma confidencial y utilizados únicamente con fines académicos. Su participación es voluntaria.

SECCIÓN 1: DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

1. ¿Cuántos hijos menores de 12 años tiene?

☐ Ninguno ☐ Uno ☐ Dos ☐ Tres ☐ Cuatro o más

2. ¿Dónde vive actualmente?

☐ Centro Histórico ☐ Sur de Quito ☐ Norte de Quito ☐ Otra ciudad

SECCIÓN 2: HÁBITOS DE CONSUMO

3. ¿Con qué frecuencia solicita servicios de fiestas infantiles al año?
() 1 vez () 2 veces () 3 veces () 4 o más veces () Nunca
4. ¿Para cuántas personas en promedio solicita el servicio?
() 1–20 () 21–40 () 41–70 () 71–100 () 101 en adelante
5. ¿Cuánto gastó en promedio en su última fiesta infantil?
() Menos de \$100 () \$100–\$200 () \$201–\$300 () Más de \$300 () No recuerda
6. ¿Qué servicios ha contratado anteriormente? (marque todos los que correspondan)
[] Decoración temática [] Animación infantil [] Mobiliario [] Catering [] Fotografía y video [] Ninguno

SECCIÓN 3: PERCEPCIÓN DEL MERCADO

7. ¿Cómo califica los servicios actuales en el Centro Histórico?
(5) Excelente (4) Buena (3) Regular (2) Deficiente (1) No tengo experiencia
8. ¿Cree que los negocios actuales ofrecen algo innovador?
() Sí () No () No sabe
9. ¿Qué problemas ha experimentado? (marque todos los que correspondan)
[] Informalidad [] Incumplimiento [] Mala calidad [] Precios altos [] Poca variedad []
No he tenido problemas [] Otro: _____
10. ¿Considera que el sector necesita propuestas más integrales y profesionalizadas?
() Totalmente de acuerdo () De acuerdo () En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo

SECCIÓN 4: EXPECTATIVAS Y DISPOSICIÓN

11. ¿Qué debe incluir un paquete ideal? (marque los que considere)
[] Decoración personalizada [] Actividades recreativas [] Bocaditos saludables [] Souvenirs (recuerdos) [] Fotos y video [] Animación infantil (payasos, títeres, magos, etc.) Otro:

12. ¿Cuánto pagaría por un paquete integral?

☐ Menos de \$100 ☐ \$100–\$200 ☐ \$201–\$300 ☐ Más de \$300

13. ¿Estaría dispuesto/a a contratar un paquete completo según el número de niños invitados?

☐ Sí, me parece práctico y cómodo ☐ Depende del precio ☐ Prefiero contratar los servicios por separado

14. ¿Qué elementos considera más importantes al momento de contratar un servicio? (marque hasta 3)

☐ Precio accesible ☐ Variedad temática ☐ Calidad de la decoración ☐ Buen trato al cliente
☐ Puntualidad y cumplimiento ☐ Seguridad e higiene ☐ Originalidad

15. ¿Qué canales ha usado para buscar servicios? (marque todos los que correspondan)

☐ Redes sociales ☐ Recomendaciones ☐ Búsqueda en Google ☐ Volantes/carteles ☐
Visitas a locales en el Centro Histórico ☐ No usaría ningún canal

16. ¿Qué detalles valora más al final de una fiesta infantil? (marque todos los que crea conveniente)

☐ Que los niños se diviertan ☐ Que todo esté bien organizado ☐ Que no me estrese como organizador/a ☐ Que los recuerdos sean memorables ☐ Que los invitados queden satisfechos

17. ¿Cómo prefiere contratar el servicio?

☐ Presencial ☐ En línea ☐ Indistinto

Comentarios o sugerencias (opcional):

¡Gracias por su valioso tiempo y colaboración!.

Anexo 2: Herramienta digital utilizada para encuesta:



Sección 1 de 5

ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE SERVICIOS DE FIESTAS INFANTILES EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

B *I* U ↗ ~~X~~

Descripción de la encuesta:

Esta encuesta forma parte de un estudio académico cuyo propósito es conocer los hábitos de consumo, preferencias y percepciones de las personas que organizan fiestas infantiles en el Centro Histórico de Quito.

- Su participación es completamente anónima y confidencial.
- No tomará más de 5 minutos completar este formulario.
- No se recopilarán datos personales ni de contacto.

Instrucción: Seleccione la opción que mejor represente su experiencia o criterio, marcando con una "X". En algunas preguntas puede elegir más de una opción.

Nota de confidencialidad: Los datos proporcionados en esta encuesta serán tratados de forma confidencial y utilizados únicamente con fines académicos. Su participación es voluntaria.

¡Gracias por su valioso tiempo y colaboración! Su opinión es muy importante para el desarrollo de esta investigación.

UNEMI

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

¡Evolución académica!

@UNEMIEcuador

