



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

TECNOLOGÍA SUPERIOR

**ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR
Y SOLIDARIA**

TEMA:

“Plan de negocios, para la creación de una cooperativa conformada por mujeres cabeza de hogar, que brinde servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa en la ciudad de Quito, 2026”

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración de Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria.

Autora: Andrea Lizeth Aizaga Amaguaya

Quito-Ecuador 2025

Dedicatoria

A Dios, por ser mi todo, por ser la luz que ilumina mi camino y la fuerza que me sostiene en los momentos de mayor desafío. En cada paso de este proceso, ha sido mi guía, mi esperanza y mi fe inquebrantable, recordándome que con Él todo es posible y que las pruebas son oportunidades para crecer.

A mis padres, a quienes debo lo que soy y lo que he logrado. Gracias por ser mi fortaleza y mi sostén, por enseñarme con su amor y su ejemplo que el esfuerzo, la honestidad y la perseverancia son los cimientos sobre los cuales se construyen los sueños.

A mis hermanos, quienes con su apoyo, consejos y orientación constante me han acompañado en este camino. Ellos han sido luz y guía en mis decisiones, llenando mi vida de cariño, comprensión y confianza. Sus sacrificios, palabras de aliento y abrazos han sido el motor que me impulsó a no rendirme.

Y, sobre todo, a mis sobrinos que le dan un sentido más profundo a mi vida. Ellos son mi mayor inspiración, mi refugio y mi zona de confort. Sus sonrisas y abrazos son el bálsamo que calma mis días más difíciles, y la motivación más grande que tengo para seguir construyendo un futuro lleno de esperanza, amor y cumplir mis sueños.

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **Andrea Lizeth Aizaga Amaguaya** con C.I. 1724424450 autor(a) del trabajo de investigación intitulado: **“Plan de negocios, para la creación de una cooperativa conformada por mujeres cabeza de hogar, que brinde servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa en la ciudad de Quito, 2026”**, previa a la obtención del título de **Técnico Superior en Administración de Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria** en la Unidad Académica de Formación Técnica y Tecnológica PUCE TEC:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 18 de agosto de 2025

Andrea Lizeth Aizaga Amaguaya
C.I. 1724424450

Agradecimientos

A Dios, por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para culminar esta etapa tan importante en mi vida.

A mis padres y hermanos, por su amor incondicional, por ser mi inspiración diaria y el pilar que me sostiene en cada desafío.

A mis sobrinos, porque con su ternura y alegría me recuerdan el verdadero sentido de luchar por un futuro mejor.

A mis profesores, de quienes he aprendido no solo conocimientos académicos, sino también valores y principios que hoy me permiten comprender la importancia de la economía popular y solidaria como herramienta de transformación social.

Al tutor de mi tesis, por su invaluable guía, paciencia y dedicación en cada etapa de este proyecto, que me permitió crecer tanto en lo académico como en lo personal.

Al coordinador de carrera, por la confianza depositada en mí y por el apoyo brindado para alcanzar este logro.

Finalmente, a todas aquellas personas que, de una u otra forma, contribuyeron a que este sueño se haga realidad.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación desarrolla un plan de negocios para la creación de la Cooperativa Camilu Party Planner, conformada por mujeres cabeza de hogar en la ciudad de Quito, cuyo objetivo es ofrecer servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa. El estudio surge como respuesta a dos problemáticas centrales: la dificultad de muchas madres para organizar celebraciones personalizadas debido a limitaciones de tiempo y recursos, y la falta de empleo digno para mujeres jefas de hogar en Ecuador.

La investigación se estructuró en tres capítulos: el primero aborda la fundamentación teórica y el diagnóstico de la problemática; el segundo presenta el análisis situacional mediante encuestas y entrevistas, evidenciando una alta aceptación del mercado hacia la propuesta; y el tercero detalla el plan de negocios, incluyendo aspectos organizativos, estratégicos, financieros y de marketing. Los resultados muestran que el 92,5 % de los encuestados contrataría los servicios de la cooperativa, con un presupuesto promedio de entre 100 y 200 dólares por evento, destacando la preferencia por temáticas personalizadas y precios accesibles.

El plan de negocios plantea la conformación de una cooperativa inclusiva y sostenible, fundamentada en los principios de la Economía Popular y Solidaria, que promueva la equidad de género, el empoderamiento económico de las socias y la generación de empleo digno. Asimismo, se concluye que el proyecto es viable tanto social como financieramente, al responder a una demanda creciente del mercado y alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente en lo referente al trabajo decente, la reducción de la pobreza y la igualdad de género.

Contenido

RESUMEN.....	5
Lista de Figuras	3
Lista de Tablas	4
CAPITULO I.....	5
Introducción	5
Importancia y Diagnóstico	6
Contexto interno	15
Problema	23
Objetivos	23
Objetivo General	23
Objetivos específicos:	23
Metodología	24
<i>Tipo de estudio</i>	24
Población	24
Muestra	25
Variables	26
Instrumentos	26
Procedimiento	27
Análisis de Datos	27
Cuantitativos.....	27
Cualitativos	28
Integración de resultados	28
CAPITULO II.....	28
Diagnóstico Situacional Estratégico	28
Entrevistas a Líderes de Opinión	29
Análisis de Entrevista a Decoradora Profesional	30
Análisis de Entrevista a Emprendedora	36
Procesamiento y Análisis de los Datos Cuantitativos	39
CAPITULO III.....	57
Propuesta	57
Datos Generales	57
Visión y Misión	60
Misión	60
Visión	61
Principios Empresariales	61
Valores Empresariales	63
Objetivos A Largo Plazo:	65
Objetivos A Mediano Plazo:	66

Objetivos A Corto Plazo:.....	66
Declaración De Políticas Para La Cooperativa Camilu Party Planner	67
Administrativas	67
Mercadotecnia	67
Producción o prestación de servicios	68
Financieras	69
Modelo Canvas.....	69
Alianza Clave:.....	74
Estructura de costos:.....	75
Costos Fijos.....	75
Costos Variables	75
Fuentes de Ingreso:.....	75
Estrategias para el Cumplimiento de Objetivos	76
Estructura Organizacional de la Cooperativa Camilu Party Planner.....	76
.....	78
Desarrollo Del FODA.....	78
Fortalezas.....	78
Oportunidades	79
Debilidades	80
Amenazas.....	80
Matriz EFI	82
Interpretación de resultados	83
Matriz EFE.....	84
Interpretación de resultados	85
CRUCE DE VARIABLES.....	85
PRODUCCIÓN/ SERVICIOS.....	86
Productos o Servicios	86
Descripción del producto y servicio	86
Macro localización y Micro localización	89
Flujograma.....	91
Identificación recursos, insumos, equipos e instalaciones	96
Capacidad instalada	97
Plan de Marketing (Marketing MIX).....	100
Producto.....	100
Precio (estrategias de fijación de precios)	102
Plaza (distribución)	103
Promoción.....	104
Plan Financiero	105
Producción esperada.....	105

Ventas Proyectada	106
Estructura De Costos	108
Tabla de Amortización crediticia	110
Flujo de ingresos y gastos	110
Viabilidad Financiera	110
Valor Actual Neto (VAN)	112
Tasa Interna de Retorno (TIR)	112
Relación costo-beneficio	113
Conclusiones	113
Recomendaciones	114
Bibliografía.....	119

Lista de Figuras

<i>Figura 1 Vela de cumpleaños y papelería creativa</i>	6
<i>Figura 2 Curso internacional de nuevas tendencias de decoración de fiestas infantiles</i>	7
<i>Figura 3 Decoración temática de Baby Disney en colores pasteles</i>	11
<i>Figura 4 Distribución porcentual de actividades económicas en asociaciones y cooperativas de servicios</i>	13
<i>Figura 5 Decoración temática Winnie Pohh</i>	18
<i>Figura 6 Feria MAKIPUCE</i>	19
<i>Figura 7 Indicadores porcentuales del desempleo en mujeres</i>	21
<i>Figura 8 Distribución porcentual de clientes</i>	40
<i>Figura 9 Presupuesto promedio</i>	41
<i>Figura 10 Frecuencia de contratación de servicios</i>	42
<i>Figura 11 Preferencias de tipo de decoración</i>	44
<i>Figura 12 Elementos más importantes en decoración para fiestas</i>	45
<i>Figura 13 Contratación papelería creativa</i>	47
<i>Figura 14 Preferencias de contratación</i>	48
<i>Figura 15 Lugares para buscar proveedores</i>	49
<i>Figura 16 Elementos valorados al contratar servicios</i>	51
<i>Figura 17 Emprendimientos liderados por mujeres</i>	52
<i>Figura 18 Confianza para contratar servicios de emprendimientos</i>	53
<i>Figura 19 Productos o servicios adicionales para fiestas</i>	55
<i>Figura 20 Productos de comercialización</i>	58
<i>Figura 21 Matriz para misión</i>	60
<i>Figura 22 matriz para visión</i>	61
<i>Figura 23 Valores</i>	64
<i>Figura 24 Modelo CANVAS</i>	69
<i>Figura 25 Organigrama departamental</i>	77
<i>Figura 26 Organigrama funcional</i>	78
<i>Figura 27 FODA</i>	82
<i>Figura 28 Matriz EFI</i>	82
<i>Figura 29 MATRIZ EFE</i>	84
<i>Figura 30 Matriz cruce de variables</i>	85
<i>Figura 31 Decoración Bella y Bestia</i>	87
<i>Figura 32 Algodón de azúcar</i>	88
<i>Figura 33 Kits personalizados</i>	89
<i>Figura 34 Diagrama de tortuga</i>	94
<i>Figura 35 Flujograma</i>	94
<i>Figura 36 Algodón de azúcar envasado</i>	100
<i>Figura 37 Producto</i>	101

<i>Figura 38</i>	103
<i>Figura 39 Distribución de Productos</i>	104
<i>Figura 40 Publicidad</i>	105

Lista de Tablas

<i>Tabla 1 Número de Organizaciones</i>	10
<i>Tabla 2 Cuadro de estadísticas</i>	20
<i>Tabla 3 Cálculo de muestra</i>	25
<i>Tabla 4 Perfil Verónica Orellana</i>	29
<i>Tabla 5 Perfil Indhira Marcano</i>	30
<i>Tabla 6 Apertura para contratar servicios</i>	39
<i>Tabla 7 Presupuesto</i>	40
<i>Tabla 8 Frecuencia de compra</i>	42
<i>Tabla 9 Tipo de decoración</i>	43
<i>Tabla 10 Elementos importantes</i>	45
<i>Tabla 11 Contratación de servicios</i>	46
<i>Tabla 12 Contratación mismo proveedor</i>	48
<i>Tabla 13 Lugares de compra</i>	49
<i>Tabla 14 Importancia al momento de contratar servicios</i>	50
<i>Tabla 15 Emprendimientos liderados por mujeres</i>	52
<i>Tabla 16 Emprendimientos de mujeres</i>	53
<i>Tabla 17 Productos para ofrecer</i>	54
<i>Tabla 18 Macrolocalización</i>	90
<i>Tabla 19 Microlocalización</i>	91
<i>Tabla 20 Ficha de procedimiento</i>	91
<i>Tabla 21 Proceso Productivo de algodón de azúcar</i>	92
<i>Tabla 22 Cuadro de recursos</i>	96
<i>Tabla 23 Capacidad instalada del producto</i>	98
<i>Tabla 24 Capacidad instalada del servicio</i>	99
<i>Tabla 25 Producción esperada</i>	106
<i>Tabla 26 Ventas Proyectadas</i>	107
<i>Tabla 27 Costos de inversión</i>	108
<i>Tabla 28 Costos fijos</i>	108
<i>Tabla 29 Costos Variables</i>	109
<i>Tabla 30 Costos de mantenimiento</i>	109
<i>Tabla 31 Flujo de ingresos y gastos</i>	110
<i>Tabla 32 Cálculo de indicadores</i>	110

CAPITULO I

Introducción

El presente proyecto investigativo trata de diseñar un plan de negocios para la creación de una organización del sector real de Economía Popular y Solidaria, siendo esta, una Cooperativa que estará conformada por mujeres cabeza de hogar, que brinde servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa en la ciudad de Quito, el fin de la creación de la cooperativa es resolver el problema que tienen las madres para realizar un cumpleaños soñado, completamente personalizado y decorado, que no tienen el suficiente tiempo para lograrlo por sus múltiples ocupaciones, además se intentará resolver otro de los problemas principales del país, que es el desempleo de madres solteras cabezas de hogar mejorando la calidad de vida de sus familias. Por lo cual, se propone la creación de la Cooperativa Camilu Party Planner que brinde servicios de decoración para fiestas infantiles y todo tipo de papelería creativa, es decir, cajas de sorpresa, invitaciones, envolturas para dulces, cajas decorativas personalizadas, para lucirlas en la mesa principal.

La creación de la Cooperativa Camilu Party Planner mejorará la calidad de vida de las mujeres cabeza de hogar, se brindará una serie de beneficios que podrá cambiar la situación económica, acceder a un trabajo bien remunerado y digno convirtiéndose en la fuente principal de sustento, proporcionándoles estabilidad económica, y sobre todo serán las dueñas de la cooperativa y del tiempo que le dediquen al cuidado de sus hijos e hijas.

La investigación realizada contempla la creación de tres capítulos claramente definidos. En el primer capítulo se aborda la fundamentación teórica en donde

se analiza los aspectos generales teóricos básicos, se explica la importancia del tema planteado a partir del estudio de la realidad y problemática actual del país, es decir, un análisis tanto del contexto interno como externo, además de los aspectos generales del plan de negocios. El segundo capítulo está enfocado en el diagnóstico situacional del mercado para evaluar si es necesaria la creación de un plan de negocios para la Cooperativa Camilu Party Planner conformada por mujeres cabeza de hogar, dedicada a brindar servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa. Se aplicó encuestas a líderes de opinión y al mercado para conocer la aceptación y viabilidad del proyecto. Finalmente, el tercer capítulo presenta aspectos básicos del plan de negocios, así como, las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.

Importancia y Diagnóstico

Para abordar la importancia de este tema, es necesario conocer datos oficiales estadísticos importantes sobre la industria de las fiestas infantiles y el desempleo de las mujeres cabeza de hogar en el Ecuador.

Figura 1 Vela de cumpleaños y papelería creativa



Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC I. N., 2025) el 38,5% de los hogares en Ecuador tienen a una mujer como cabeza de hogar, y un 9,32% corresponde a las madres solteras quienes enfrentan desafíos únicos, como la manutención de los hijos y responsabilidad en la crianza, además enfrentan condiciones desfavorables tanto en lo social como económico que limitan sus oportunidades de desarrollo familiar y personal. El 37,3% de madres solteras se encuentra en una situación de empleo no pleno, es decir los ingresos que perciben son inferiores al salario mínimo o trabajan por horas; logrando evidenciar la precariedad laboral en las que se encuentran. (Ortiz, 2024)

Las mujeres en el Ecuador representan la mitad de la población, sin embargo, históricamente han permanecido marginadas del mundo económico y laboral a pesar, de que un alto porcentaje de mujeres son cabeza de hogar, es decir, son aquellas que asumen el rol principal en el sostenimiento económico y social de su hogar. (INEC, Ecuador en cifras, 2025). En este sentido, las cooperativas son una herramienta importante para que las mujeres puedan acceder a empleos, servicios y recursos económicos; lo que le ha permitido a la mayoría de las mujeres obtener independencia económica y social. (Cushunchihc, 2024)

Figura 2 Curso internacional de nuevas tendencias de decoración de fiestas infantiles



Dentro del sector Real de la Economía Popular y Solidaria se reconocen diversas formas de organización que permiten el desarrollo económico con base en principios de solidaridad, cooperación, reciprocidad. Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, integran este sector las organizaciones conformadas en los sectores comunitarios, asociativos y cooperativistas, así como también las unidades económicas populares (LOEPS, Asamblea Nacional, 2011, Art. 8).

La Economía Popular y Solidaria en el Ecuador tiene como base legal a la Constitución ecuatoriana, la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento, en la que se encuentra varios artículos sobre lo que es una cooperativa y, se menciona lo siguiente:

Son cooperativas las sociedades de personas, con finalidad social y sin fin de lucro, auto gestionadas democráticamente por sus socios que unen sus aportaciones económicas, fuerza de trabajo, capacidad productiva y de servicios, para la satisfacción de sus necesidades económicas, sociales y culturales, a través de una empresa administrada en común, que busca el beneficio inmediato de sus integrantes y mediato de la comunidad.

Las cooperativas, por su actividad económica, podrán pertenecer a uno de los siguientes grupos: producción, ahorro y crédito, vivienda, consumo, seguros, servicios o multiactivas, de conformidad con las definiciones que constarán en el Reglamento General de la presente Ley. (LOEPS, 2011, Art. 34-35)

Ahora bien, en la Ley Orgánica de Economía Popular y solidaria también, se puede encontrar la definición de Asociación su organización interna y el fondo social, para lo cual se señalará lo que la norma dice sobre el fondo social:

El fondo social por su propia naturaleza es irrepartible entre los asociados y, en caso de liquidación de la asociación, incrementará el presupuesto de educación y capacitación del organismo público de control de la actividad económica de la asociación, el mismo que lo destinará al cumplimiento de sus funciones educacionales, en el ámbito del domicilio de la asociación liquidada. (LOEPS, 2011, Art. 20)

En el caso de la liquidación de las cooperativas el manejo es diferente puesto que, si se puede repartir el fondo social, razón por la cual se creará una cooperativa y no una asociación. Sin embargo, a pesar de la diferencia en cuanto a la liquidación de las organizaciones en el catastro de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria se encuentran 352 asociaciones de mujeres en el país y a penas 3 cooperativas de mujeres. (SEPS, 2024)

Todas las organizaciones antes mencionadas se encuentran controladas por la Superintendencia de Económica Popular y Solidaria (SEPS), lo que permite acceder a sus catastros y poder sondear la cantidad de Cooperativas y Asociaciones que se dedican a la organización de eventos infantiles y comercialización de productos para fiestas de cumpleaños, sin embargo no se

pudo encontrar una organización que se dedique específicamente a la organización de fiestas infantiles, por lo que se filtró con las organizaciones de servicios, los datos se encuentran dispuestos en la siguiente tabla muestra el número total de asociaciones y cooperativas de servicios entre los que se encuentran eventos y catering.

Tabla 1 Número de Organizaciones

Tabla 1

Número de Asociaciones y Cooperativas de Servicios registradas en Ecuador.

ORGANIZACIONES DE ORGANIZACIÓN SERVICIOS	
ASOCIACION	7019
SERVICIOS	7019
	7019
COOPERATIVA	192
SERVICIOS	192
	192
Total general	7211

Nota: En el catastro de la SEPS no se identificó cooperativas o asociaciones que se dediquen a la organización de fiestas infantiles y papelería creativa. Se evidencia, también que son más las asociaciones creadas para servicios que las cooperativas.

Dentro de este análisis se encontró que apenas el 3% de las organizaciones de servicios, entre los que figuran servicios de logística y eventos, shows, animaciones, eventos culturales y el que más se acerca a la

cooperativa que se va a crear es el de servicios de decoradores en globos del Ecuador, tomando en cuenta, que la Cooperativa Camilu Party Planner es decoración de fiestas infantiles es decir no solo se usa globos, sino mobiliarios, papelería creativa, pastelería y bocaditos, han sido creadas como cooperativas y el 97 % como asociaciones.

Figura 3 Decoración temática de Baby Disney en colores pasteles

Decoración temática de Baby Disney en colores pasteles.



Nota: Se muestra una decoración para celebrar el primer año de un bebé, en la que se usaron estructuras de globos, mobiliario, pastelería y papelería creativa de la temática.

La Economía Popular y Solidaria promueve la inclusión financiera, sin embargo, es importante conocer la realidad de las mujeres emprendedoras lo complejo de cumplir con el buen vivir y del bien común que se encuentra como principio de la EPS y en la Constitución, además de cómo es la dinámica empresarial en Ecuador.

En Quito, se ha evidenciado un crecimiento sostenido del ecosistema

emprendedor. Entre junio de 2020 y junio de 2023, se registraron 1.364 emprendimientos según datos del Registro Nacional de Emprendedor, lo que representa una cifra significativa dentro del total de 12.422 emprendimientos a nivel nacional. Es decir, existe un dinamismo económico local y el interés creciente por iniciativas productivas, especialmente en la recuperación post-pandemia. (MPCEIP, 2023)

Asimismo, la Corporación de Promoción Económica “ConQuito” juega un papel relevante en el fortalecimiento de estos proyectos, brindando acompañamiento a más de mil emprendedores mediante entrega de capital semilla, asesoramiento técnico y procesos de capacitación. Estos esfuerzos evidencian una política pública orientada al fomento del emprendimiento como estrategia de desarrollo económico e inclusión social. (CONQUITO, 2023)

Autores como Jumbo Lapo de Jesús (Jumbo Lapo, 2009) menciona que: uno de los factores fundamentales es el suministro de recursos humano (trabajo). Para determinar con precisión, colocamos frente a frente los dos agentes más importantes de la actividad productiva: unidades familiares que incluyen a todos los individuos que, directa o indirectamente, participan de las actividades productivas y consumen los bienes y servicios finales elaborados y las unidades de producción que están representadas por las empresas y son las encargadas de dinamizar la actividad económica de un país.

En este mismo contexto menciona Jumbo (Jumbo Lapo, 2009) que: el coste del desempleo es, ciertamente, alto, pero el social es enorme. Ninguna cifra monetaria refleja satisfactoriamente la carga humana y psicológico de los largos periodos de persistente desempleo involuntario. La tragedia personal del desempleo ha quedado demostrada una y otra vez.

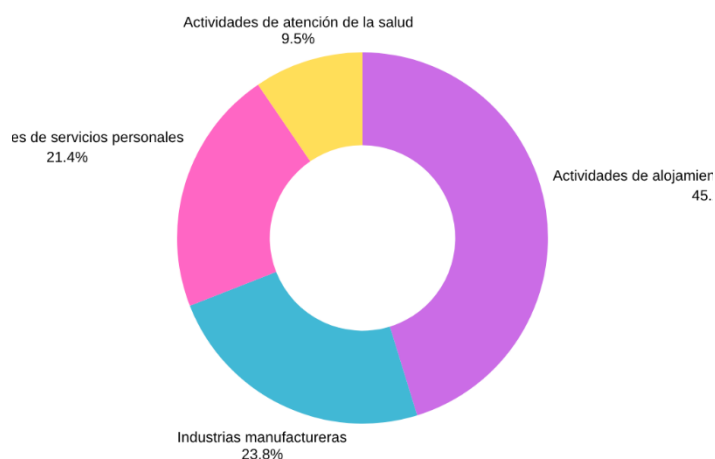
Con el desempleo como un problema grave en el país, y al no encontrar fuentes de empleo las mujeres se han dedicado a emprender, según diario la hora (Hora, 2024) el 51% de negocios consolidados son administrados por mujeres de 16 a 64 años, destacándose sectores como el comercio y los servicios. De acuerdo con Oikonomics Consultora Económica, el 72% de emprendedoras en Ecuador son madres cabeza de hogar, las mujeres emprendedoras que son madres de familia tienen, en promedio, 45 años y están a cargo de 2 hijos.

Ecuador se posiciona como líder en América Latina, superando a Chile con una tasa de Actividad Temprana (TEA) de 32,7% es decir, que 3 de cada 10 adultos ecuatorianos se dedican a la creación o gestión de negocios, según los datos del Global Entrepreneurship Monitor. (GEM, 2024).

La actividad económica a la que se dedican la mayor parte mujeres emprendedoras está enfocado al comercio pormenor, sean estos servicios de limpieza o peluquería. En la figura No. 4 se refleja el porcentaje de actividades.

Figura 4 Distribución porcentual de actividades económicas en asociaciones y cooperativas de servicios

Distribución porcentual de actividades económicas en asociaciones y cooperativas de servicios.



Nota: Se muestra que las asociaciones y cooperativas de servicios se concentran en las actividades relacionadas a las actividades de alojamiento con el 45%, seguido de la industria manufacturera con el 23,8%, seguido de los servicios personales y finalmente las actividades de atención de la salud con el 9,5%.

En Ecuador, las mujeres que cumplen el rol de proveedoras de hogar a menudo se encuentran con barreras económicas y sociales que dificultan su acceso a empleos dignos. Una cooperativa surge como una vía para potenciar sus ingresos y mejorar la calidad de vida.

Este proyecto busca elaborar un plan de negocios para una cooperativa integrada por mujeres, generando un impacto social significativo al promover la igualdad de género, integración económica y el desarrollo del sector. Esta iniciativa está en sintonía con la economía popular y solidaria y los objetivos de desarrollo sostenible vinculados al empleo digno y la reducción de la pobreza. Desde esta óptica económica y productiva, el proyecto responde a la creciente demanda en el sector de fiestas infantiles, un mercado que ha mostrado un crecimiento continuo incluso durante la recuperación económica posterior a la pandemia.

Además, el cooperativismo promueve una distribución equitativa del trabajo y las ganancias, fortaleciendo la sostenibilidad interna de la organización. La personalización de los productos y el aprovechamiento de las habilidades ya existentes entre las socias añaden valor a la oferta, reduciendo los costos iniciales y mejorando la diferenciación en el mercado. La puesta en marcha de un plan de negocios bien definido permitirá prever proyecciones financieras realistas, diseñar estrategias de marketing y establecer procesos eficientes,

garantizando así el funcionamiento y la expansión del negocio a corto y mediano plazo.

Contexto interno

Para analizar la viabilidad de la creación del plan de negocios de la Cooperativa Camilu Party Planner, conformada por madres cabeza de hogar dedicada a la decoración de fiestas infantiles y papelería creativa, se investigará el nivel de competencia dentro del rubro y las amenazas a las que se enfrenta la organización.

El posible acceso de nuevos rivales en la industria que se examina está restringido en gran medida por la variedad de productos ofrecidos. Las actividades de ocio y recreación necesitan ir a la cabeza en cuanto a las demandas de los consumidores y originalidad en la organización de eventos. El sector tiene varios competidores que utilizan distintas tácticas y resulta complicado entender de manera precisa los objetivos de las compañías, lo que genera una competencia fuerte e incluso desleal, lo que representa una amenaza para el proyecto.

La rivalidad entre los competidores es alta, puesto que existen muchos negocios pequeños que proponen productos parecidos sin una diferenciación. La gran parte de estas iniciativas trabajan sin estar formalizadas y carece de un plan de negocios claro. Se puede notar una clara falta de planificación comercial y estratégica. Pocos emprendedores realizan investigaciones de mercado, segmentación de clientes o un análisis real de costos, resultando en una competencia caótica, con productos poco estandarizados, calendarios de producción poco eficientes y servicios que no se diferencian.

El presente proyecto podría destacarse como una opción profesional

dentro de un mercado saturado, pero que carece de propuestas claras, confiables y con un enfoque social. A pesar de que la alta rivalidad es claramente una amenaza, para el proyecto significa una oportunidad, la cooperativa se podría posicionar como una alternativa profesional, formalizada, organizada y con una buena planificación.

El poder de negociación de los clientes en un sector diversificado, en la que los consumidores cuentan con múltiples alternativas para disfrutar de actividades recreativas, por lo que las empresas competidoras deben garantizar que su servicio y productos sean los más destacados del mercado. La organización está dirigida a un segmento de población de clase social media alta y alta, es esencial mantenerse siempre actualizado sobre las tendencias relacionadas con fiestas infantiles, así como en las actividades y materiales a utilizar durante el evento.

El poder de negociación de los clientes es alto puesto que, hay una gran cantidad de opciones tanto en el mercado formal como informal. Los clientes pueden fácilmente comparar precios, solicitar ajustes a sus necesidades y elegir opciones más asequibles, lo que les da una ventaja significativa frente a los proveedores. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024), el 68% de los empresarios ecuatorianos en el sector de servicios se enfrenta a una fuerte competencia de precios bajos que proviene de negocios informales, convirtiéndose claramente en una amenaza para la Cooperativa.

El poder de negociación de los proveedores se considera medio. El sector de eventos recreativos y entretenimiento, se pueden obtener materiales y herramientas de diversos lugares, lo que permite recibir múltiples ofertas y elegir la opción más adecuada en términos de calidad y coste. A pesar de que hay una

amplia gama de vendedores de materiales como papel, vinilos, globos y artículos de decoración, las fluctuaciones en los precios causadas por la necesidad de insumos importados pueden convertirse en amenaza. Según el Instituto de Estadística y Censos, en el 2024 se observó un aumento del 5,3% en el precio de insumos gráficos y decorativos, lo que impacta directamente a pequeños negocios. Se ha identificado que el poder de negociación de los proveedores representa una amenaza por la constante variación de precios de insumos importados. (INEC, Índice de Precios al Productor, 2024)

La amenaza de nuevos competidores en el mercado de servicios para eventos infantiles y papelería creativa es alta, lo que representa un reto continuo para las empresas ya existen. Esta situación se origina principalmente por las bajas barreras de entrada que caracterizan al sector.

A diferencia de otros sectores que requieren grandes inversiones, trámites complejos o personal altamente especializado, en este mercado se necesita una inversión mínima en materiales básicos, una red social para dar a conocer el negocio. Asimismo, las habilidades técnicas necesarias para crear adornos, recuerdos y papelería personalizada pueden aprenderse de manera autodidacta o a través de cursos breves, muchos de los cuales se encuentran disponibles sin costo en plataformas.

Según información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2024) el 30% de los nuevos emprendimientos en Ecuador se encuentran en el sector de servicios personales y recreativos, que abarca la organización de eventos, decoración, animación infantil y elaboración de productos personalizados. Por lo que, se trata de una amenaza puesto que el fácil ingreso de nuevos competidores, y el acceso a capacitación digital no formal

ocasiona que el rubro de fiestas infantiles sea altamente competitivo.

En la amenaza de productos sustitutivos que existen disponibles para las fiestas infantiles están determinados, en gran medida, por las preferencias y la situación económica de los padres. Teniendo en cuenta la variedad de opciones para planificar fiestas infantiles y que la imaginación juega un papel crucial en la realización de estas, se ha establecido un nivel de amenaza medio. En el mercado existen opciones como adornos virtuales, diseños editables, kits de impresión y artículos producidos en fábricas, que pueden sustituir en parte los servicios personalizados de decoración y papelería creativa.

Una investigación de la Universidad Técnica Particular de Loja (2023) mostró que el 37% de los padres elige hacer decoraciones caseras o digitales debido a cuestiones de presupuesto, por lo que es una posible amenaza.

Contexto externo

El análisis de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos facilita comprender los posibles problemas y prevenirlos, aprovechando ventajas y poder ajustar de manera estratégica la propuesta de negocio a la realidad en la que debe existir la Cooperativa.

Figura 5 Decoración temática Winnie Pohn

Decoración temática Winnie Pooh para niño.



Ecuador cuenta con un marco institucional sólido que apoya las iniciativas de la economía popular y solidaria. Las políticas y programas promovidos por el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) y el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) han fomentado el emprendimiento con un enfoque social y de género. El Municipio de Quito ha reforzado su compromiso con la promoción de emprendimientos a través de ordenanzas que facilitan en ferias, el acceso a licencias y el uso de espacios públicos para mujeres emprendedoras, por ejemplo, FONQUITO entrega capital semilla para mujeres emprendedoras.

Figura 6 Feria MAKIPUCE

Feria Makipuice, personalizados para el día de la madre.



Este panorama se considera favorable, puesto que, las políticas públicas actuales y la normativa local apoyan la creación y fortalecimiento de iniciativas lideradas por mujeres, especialmente en áreas creativas y sociales, sin embargo, existe una amenaza latente que es el cambio de administración, lo que ocasionaría retrocesos o simplemente que no se pueda acceder a la ayuda

gubernamental e inclusión que se había propuesto.

El entorno económico de Ecuador presenta tanto desafíos como oportunidades que requieren un análisis detallado. De acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas (Finanzas, 2025), la inflación anual hasta abril de 2025 fue el 0,46 % lo que sugiere cierta estabilidad en los precios. No obstante, siguen existiendo altos niveles de desempleo y subempleo. Según el (INEC, Boletín Técnico, 2024), la tasa de desempleo en el país alcanzó el 4,3%, mientras que el subempleo afectó el 22,8% de la población económicamente activa. Las mujeres enfrentan mayores dificultades para acceder a empleo adecuado, constituyendo un grupo vulnerable en el ámbito laboral.

Tabla 2 Cuadro de estadísticas

Tabla 2

Cuadro Estadístico del Mercado Laboral

Indicador	2023 (%)	2024 (%)
Tasa de desempleo nacional	3,8	3,7
Tasa de desempleo urbana	5,0	5,0
Tasa de desempleo rural	1,6	1,4
Tasa de empleo adecuado	36,3	35,9
Tasa de subempleo	19,6	21,0

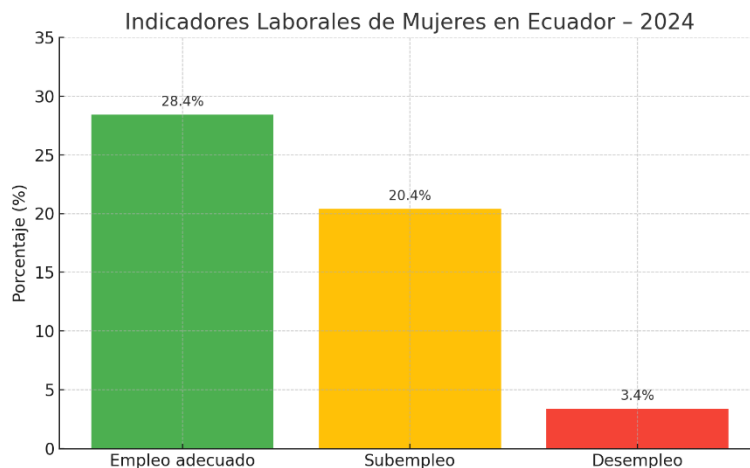
Nota: El cuadro muestra los indicadores clave del mercado de laboral en Ecuador a nivel nacional, urbana y rural. Se observa una leve reducción en los índices de desempleo tanto nacional como rural, mientras que el subempleo presenta un aumento.

Esto representa una oportunidad para el proyecto, debido a que la

inflación controlada permite una planificación financiera estable, ocasionando que la cooperativa pueda crear fuentes de empleo para las mujeres.

Figura 7 Indicadores porcentuales del desempleo en mujeres

Indicadores porcentuales del desempleo en mujeres



Nota: Se observa los índices porcentuales de desempleo para las mujeres en Ecuador, lo que facilita la observación de las diferencias laborales de género, reflejando las condiciones diferenciadas de acceso a un empleo adecuado.

El producto Interno Bruto (PIB) creció un 1,5% en 2024, lo que refleja una recuperación económica moderada tras la pandemia y conflictos sociales anteriores. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2025) La industria de eventos y celebraciones ha mostrado un comportamiento dinámico. Según la Cámara de Comercio de Quito (2023), el gasto promedio en fiestas infantiles personalizadas en la capital varía entre \$100 a \$700 dólares, dependiendo de la personalización y la cantidad de invitados.

A pesar de los obstáculos del desempleo y de un crecimiento económico moderado, se evidencian oportunidades claras para mujeres emprendedoras en nichos creativos y personalizados, como la decoración de eventos infantiles. La economía de servicios en Quito continúa activa y ofrece alternativas para la generación de ingresos sostenibles.

En cuanto a lo social, Ecuador está experimentando cambios y el aumento de la criminalidad común y organizada. Según datos de la investigación de la Radio (Radio Pichincha, 2025), Quito reportó una tasa alta de homicidios por cada cien mil habitantes, lo cual ha provocado una sensación de inseguridad y afectado al comercio. Además, el fenómeno de la migración ha influido en la estructura de la población. Según el INEC, hay más de 5000.000 personas en situaciones de movilidad en Ecuador, y una gran parte vive en Quito. El comercio informal es también un porcentaje alto, al que las personas se dedican. (INEC, Boletín técnico, 2024)

Aunque la inseguridad es un desafío, las transformaciones sociales y culturales presentan oportunidades para iniciar negocios con propuestas creativas, inclusivas y con un enfoque de responsabilidad social, especialmente si se llevan a cabo en áreas seguras o con entregas a domicilio, constituyendo una oportunidad de nuevos modelos de negocios

Los avances en tecnología y la digitalización de los servicios han cambiado radicalmente el funcionamiento de los pequeños negocios. En Ecuador, más del 72% de los emprendedores recurren a las redes sociales como un principal medio de promoción y venta. (GEM, 2024)

Plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y WhatsApp Business permiten una interacción directa con los clientes, exhibir carteras de productos y recibir pagos electrónicos sin necesidad de realizar grandes inversiones en infraestructura.

El desarrollo de un sitio web o un portafolio digital se ha vuelto más asequible gracias a herramientas gratuitas o de bajo costo. El acceso a cursos en línea y tutoriales en plataformas como YouTube, ha mejorado las

habilidades técnicas y creativas de numerosas mujeres. El ámbito digital ofrece una excelente oportunidad para establecer un negocio de decoración de fiestas infantiles, ya que las herramientas tecnológicas permiten ampliar el alcance comercial y profesionalizar los servicios a un costo reducido.

Problema

Las mujeres que son jefas de hogar enfrentan serias limitaciones para acceder a empleos formales, estables y bien remunerados. Esta situación se traduce en inestabilidad económica, falta de autonomía financiera y un impacto negativo en su autoestima y calidad de vida. Además, la rigidez de los horarios laborales y la escasa oferta de empleos compatibles con las responsabilidades del cuidado del hogar, dificultan aún más su inserción plena en el mercado laboral a este grupo vulnerable.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un Plan de Negocios para la creación de una Cooperativa conformada por mujeres cabeza de hogar, que brinde servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa en la ciudad de Quito, 2026

Objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente la presente investigación y en especial lo relacionado al Plan de Negocios y las demás bases científicas que puedan darle sustento al proyecto.
- Investigar las necesidades y preferencias de los consumidores de fiestas infantiles y papelería creativa.
- Diseñar un plan de negocios para la creación de una Cooperativa

conformada por mujeres cabeza de hogar, que brinde servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa.

Metodología

Tipo de estudio

En el proyecto planteado es importante conocer la técnica que se empleará para realizar la investigación y los aspectos metodológicos de relevancia, utilizando dos métodos el cuantitativo y cualitativo. Es decir, se necesitará dos tipos de información a recabar por un lado la creación de la Cooperativa con mujeres cabeza de hogar y por otro las necesidades que se va a suplir de los potenciales clientes con los productos y servicios ofertados.

Se utilizará una investigación cualitativa y cuantitativa, las técnicas de recolección de información que se usará en cada uno de los casos, serán las entrevistas a profundidad a líderes de opinión y la observación cualitativa, y, en la investigación cuantitativa se utilizará las encuestas desarrollando una guía estructurada con preguntas totalmente cerradas.

Población

Según el INEC los datos más recientes arrojan que el 38,5 % de los hogares del Ecuador están a cargo de una mujer, reflejando un cambio fuerte en la estructura familiar, y dando a notar que el rol de las mujeres ha cambiado y se convirtieron en las proveedoras de sus hogares. Es decir, alrededor de cuatro millones novecientos setenta y nueve mil hogares tienen a una mujer como el sustento principal de sus hijos.

En cuanto a la Provincia de Pichincha y según el portal Primicias (2024), las madres que son representantes de hogar tienen una media de 2,3 hijos y una edad promedio de 29 años, ocupan el 17,6% es decir un número aproximado de

setecientos cincuenta y ocho mil cuarenta y ocho (758.048) mujeres.

Muestra

Para la investigación cualitativa, se realizarán entrevistas a madres cabezas de hogar, y también a expertos o líderes de opinión, para conocer cuál es la dificultad que encuentran al realizar fiestas infantiles y cuáles son sus gustos.

Para la investigación cuantitativa, se pretende encuestar, a las mujeres que son jefas de hogar y futuras socias de la cooperativa, para ello se aplicará la fórmula de muestreo para poblaciones infinitas, es decir, poblaciones que cuentan con más de 100.000 posibles socias y que tengan conocimiento en pastelería decorativa, manualidades con varios materiales, decoración de eventos, catering, animación de fiestas infantiles, para ello realizará la encuestas, la fórmula se muestra en la tabla 3.

Tabla 3 Cálculo de muestra

Tabla 3.

Cálculo de la muestra

Fórmula	$n = \frac{N \cdot Z(1-a)^2 \cdot p \cdot q}{[d^2 \cdot (N-1) + Z(1-a)^2 \cdot p \cdot q]}$	
Parámetro	Significado	Valor
N	Tamaño de la población.	758.048
Z	Factor Z de acuerdo al nivel de confianza.	1.96
a	Error alfa.	0.05
1 - a	Nivel de confianza.	0.95
p	Proporción esperada.	0.50

q	$1 - p.$	0.50
d	Precisión.	0.50

Nota: El tamaño de la muestra fue calculado a partir de una población total de 758.048 mujeres cabeza de hogar correspondiente al cantón Quito.

Por lo tanto, el tamaño mínimo de la muestra requerido para esta investigación es de **384 encuestas**. Este tamaño garantiza una representación estadísticamente válida de la población objetivo.

Variables

Se recolectó información relacionada con las condiciones laborales y económicas de mujeres cabeza de hogar, así como sus intereses, habilidades y disposición para formar parte de una cooperativa enfocada en la decoración de fiestas infantiles y la elaboración de papelería creativa. Adicionalmente, se incluyeron datos sobre aspectos sociales, formativos y de asociatividad vinculados a la economía popular y solidaria. En el análisis cuantitativo se abordarán temas como la percepción de las dificultades que enfrentan las mujeres en el acceso a empleo digno, sus expectativas frente al emprendimiento colectivo y sus propuestas o sugerencias. Con base en estas categorías generales se establecieron subcategorías y preguntas específicas para profundizar en cada aspecto.

Instrumentos

Se emplearon dos instrumentos metodológicos con enfoques complementarios. El primero consistió en un cuestionario estructurado de enfoque cuantitativo, con 11 preguntas tipo Likert dirigidas a mujeres jefas de hogar que cuentan con habilidades o conocimientos relacionados con repostería

decorativa, manualidades, decoración de eventos, catering o animación infantil. El segundo instrumento fue un cuestionario cualitativo, aplicado mediante entrevistas en profundidad a madres primerizas clientas de fiestas infantiles, con el fin de conocer sus gustos, necesidades y dificultades al organizar este tipo de eventos. Estas entrevistas constaron de 5 preguntas abiertas que permitieron explorar de forma libre y detallada sus experiencias y expectativas.

Ambos instrumentos fueron diseñados para obtener una visión integral: el primero permitió cuantificar variables clave sobre las posibles futuras socias, y el segundo captó información más profunda sobre el perfil de la clientela potencial.

Procedimiento

La recolección de información cuantitativa se realizará a través de encuestas aplicadas electrónicamente mediante Google Forms, dirigidas a mujeres jefas de hogar que se desempeñan o tienen interés en actividades relacionadas con el sector de eventos infantiles. La selección de esta población se sustenta en datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2024), que indican que el 17,6% de los hogares de Quito están a cargo de una mujer, lo cual representa aproximadamente setecientos cincuenta y ocho mil cuarenta y ocho hogares. Esta cifra refleja un cambio profundo en la estructura familiar y evidencia que muchas mujeres han asumido el rol de proveedoras principales, convirtiéndose en un grupo clave para iniciativas de economía popular y solidaria.

Análisis de Datos

Cuantitativos

Se llevará a cabo un análisis descriptivo, presentando frecuencias y

porcentajes de las variables sociodemográficas, habilidades y nivel de interés por formar parte de la cooperativa. Los resultados se mostrarán mediante gráficos de barras y circulares, según el tipo de variable, lo cual permitirá visualizar de forma clara las tendencias y características de las posibles socias.

Cualitativos

Se elaborará un resumen interpretativo de las respuestas obtenidas en las entrevistas a madres primerizas, destacando las dificultades que enfrentan al organizar fiestas infantiles, sus expectativas respecto a servicios personalizados, y los elementos valorados en este tipo de celebraciones. Las respuestas serán agrupadas por temas clave y se extraerán conclusiones relevantes para el diseño de la propuesta de negocio.

Integración de resultados

Los resultados cuantitativos y cualitativos serán integrados para obtener una visión integral sobre la viabilidad del plan de negocios. Esta integración permitirá contrastar la oferta potencial (habilidades e interés de las mujeres jefas de hogar) con la demanda (necesidades y preferencias de las clientas), fortaleciendo así la propuesta de una cooperativa sostenible, inclusiva y alineada con los principios de la economía popular y solidaria.

CAPITULO II

Diagnóstico Situacional Estratégico

Se presenta los resultados obtenidos tanto de las encuestas como de las entrevistas realizadas a líderes de opinión. La encuesta se diseñó con el objetivo de identificar la viabilidad comercial y social de la propuesta, partiendo del análisis de las preferencias de consumidor, análisis de la demanda y percepción

del valor agregado de pertenecer al sector real de la Economía Popular y Solidaria.

La información obtenida refleja una tendencia favorable hacia el consumo de servicios personalizados con un enfoque creativo y con responsabilidad social, enfocándose también en algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible como el No. 5 Igualdad de Género, No.2 Hambre cero, No.8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico.

Se identificó, una actitud positiva por parte de los potenciales consumidores frente a propuestas productivas que fomentan el desarrollo local y empoderan económicamente a las mujeres en situación de vulnerabilidad.

Entrevistas a Líderes de Opinión

De acuerdo con la metodología presentada en el capítulo anterior, para la realización de las entrevistas a líderes de opinión se aplicaron encuestas, en las que se abordó aspectos importantes del rubro de la decoración, así como el interés de una emprendedora para formar parte de una cooperativa. Para la selección de los líderes de opinión se valoró la experiencia de la emprendedora tanto en la decoración y realización de eventos como en pastelería creativa, sobre todo, porque son referentes en la actividad económica realizada en su provincia. Las entrevistas se realizaron vía zoom el 27 de junio del 2025 y el 03 de julio del 2025.

A continuación, se presenta el perfil profesional de los entrevistados.

Tabla 4 Perfil Verónica Orellana

Tabla 4.


Perfil de los encuestados: Kids Event Planner

Datos	Lider de opinión Decoradora	
Nombre	Verónica Orellana	 <p>Proyecto real entregado</p>
Edad	45	
Profesión	Kids Event Planner	
Experiencia	Decoradora con más de 12 años de experiencia, ha participado en realty de países referente en la industria de la decoración como Brasil y Perú.	
Emprendimiento	Creando Eventos	
Cargo	Propietaria	

Tabla 5 Perfil Indhira Marcano

Tabla 5.

Perfil de los encuestados: Repostera

Datos	Lider de opinión Decoradora	
Nombre	Indhira Marcano	
Edad	43	
Profesión	Lic. Educación inicial y Experta en repostería	
Experiencia	17 años en educación y 2 en repostería	
Emprendimiento	Marquesanas. Elaboración de postres saludables.	
Cargo	Propietaria	

Después de conocer el perfil profesional de las líderes de opinión, se presentará el análisis de cada una de las preguntas de la encuesta, poniendo énfasis en los aspectos más relevantes en cuanto a la creación de un evento y su decoración, así como la idea de ser socia de una cooperativa que brinde servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa.

Análisis de Entrevista a Decoradora Profesional

Las siguientes preguntas están enfocadas en conocer la visión profesional y social de los líderes de opinión en el rubro de la decoración de fiestas infantiles o eventos.

Desde su experiencia, ¿Cuáles son los errores más comunes que se debe evitar en un emprendimiento que se dedique al mundo de la decoración y realización de eventos?

Para Verónica el primer error es posponer la acción muchas personas cuando emprenden y tienen una idea esperan perfeccionarla para hacerla. Y, eso es un error, porque lo ideal es empezar así no se sea perfecta, así la idea no esté perfeccionada.

Entonces, visto desde ese punto de vista, si una persona quiere emprender no puede esperar a tenerlo todo solucionado, debe hacerlo con las herramientas que tenga en ese momento, no importa que no sea perfecto, en el camino va a perfeccionar.

El segundo error es iniciar un negocio solamente pensando en querer ganar dinero y no querer servir o ayudar. Porque si solamente se quiere ganar dinero y no servir, no se completa el círculo de poner los dones al servicio de los demás y al servicio de los demás se genera ingresos, se genera dinero y eso es el círculo completo. El tercer error es no aceptar que el emprendimiento es un camino de altos y bajos. No siempre se va a estar en la cima o ganar. En ocasiones se pierde y cuando se tiene claro esas premisas desde el inicio, la frustración será menor.

¿Cuáles son las preferencias más solicitadas de tipos de decoración por los clientes, y qué cambios ha notado en los gustos y expectativas con el paso del tiempo?

Desde el punto de vista de Verónica existe un antes y un después desde la pandemia hasta el día de hoy. Antes de la pandemia las personas buscaban hacer decoraciones enormes, grandes, con muchos invitados y en la actualidad,

por lo menos en la línea social, que es la que ella maneja más así, como de bodas. Ahora las personas están tratando de hacer eventos más pequeños, con su círculo más cerrado y en temas decorativos están buscando cosas también más pequeñas y personalizadas.

Es decir, existe un cambio en las ventas de decoraciones más grandes a decoraciones más pequeñas. Pero el cambio es doble porque las personas buscan cosas más personalizadas. Entonces no quiere decir que han dejado de celebrar solo han cambiado sus prioridades.

¿Qué elementos considera fundamentales para que un emprendimiento de decoración sea competitivo y sostenible?

La entrevistada considera que la competitividad y sostenibilidad de un emprendimiento en el sector de la decoración de eventos no puede basarse en la simple imitación de ideas exitosas de otras personas. Desde su perspectiva, replicar modelos ajenos sin un fundamento propio es uno de los errores más comunes y perjudiciales entre los emprendedores. En lugar de copiar, ella subraya la necesidad de que todo emprendimiento tenga un "alma", un "ADN", es decir, una identidad y propósito claramente definidos.

Este propósito no necesariamente se encuentra desde el inicio, como lo ejemplifica con su propia experiencia. Aunque lleva más de una década creando eventos, solo en los últimos años descubrió que su verdadero propósito está en transformar su creatividad —junto con la de su esposo— en un negocio rentable y con sentido. Para ella, esta claridad en el propósito le ha permitido entender tanto el origen como la dirección de su emprendimiento, lo cual considera fundamental para sostenerlo a lo largo del tiempo.

En ese sentido, enfatiza que la motivación genuina es un factor clave: si una persona emprende solamente por competir o porque observa que otro tiene éxito en cierto ámbito, sin que haya una verdadera conexión con la actividad, lo más probable es que no logre buenos resultados. En cambio, cuando un negocio nace de los dones personales, de las pasiones y talentos que cada individuo posee, tiene más posibilidades de consolidarse y crecer de manera auténtica.

La entrevistada sugiere que, para encontrar esta motivación interna, es necesario hacer una introspección que permita identificar qué actividades se disfrutan tanto que incluso podrían realizarse sin recibir pago. Esta es, según ella, una pista clara para descubrir la verdadera pasión de cada persona. Por tanto, la sostenibilidad y competitividad en este sector dependen no solo de habilidades técnicas o conocimiento del mercado, sino también de un enfoque basado en la autenticidad, la pasión y el propósito individual.

¿Cree usted que es importante la formación técnica y creativa en este sector?

En relación con la importancia de la formación técnica y creativa en el sector de las fiestas infantiles, la entrevistada manifiesta estar completamente de acuerdo con la necesidad de capacitarse, y enfatiza que esta formación es clave para el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos. Según su perspectiva, muchas personas que ingresan al sector, especialmente decoradoras, no logran destacarse debido a una percepción errónea del trabajo, creyendo que se trata de una actividad simple que puede ser replicada sin preparación formal, únicamente observando tutoriales o imitando a otras personas.

Para la entrevistada, esta falta de profesionalización ha contribuido a que numerosos emprendimientos no logren consolidarse ni desarrollarse a largo plazo. Explica que un negocio rentable en este ámbito no se limita a la ejecución manual de tareas, sino que requiere estructura, estrategia y conocimiento en áreas fundamentales como la planificación de procesos, ventas, atención al cliente y resolución de conflictos. Además, plantea preguntas clave que cualquier emprendedora del sector debería hacerse: ¿Cómo generar nuevas ventas? ¿Cómo captar y fidelizar clientes? ¿Cómo lograr un crecimiento sostenido?

La falta de formación integral, según su análisis, conduce a una limitación en el desarrollo profesional, ya que muchas emprendedoras comienzan con iniciativas pequeñas y, al no adquirir nuevos conocimientos ni habilidades, permanecen estancadas en ese mismo nivel sin alcanzar su máximo potencial. Por esta razón, subraya la importancia de que quienes desean emprender en este sector se formen también en comunicación, finanzas, gestión, recursos humanos, relaciones públicas, entre otras áreas, para lograr que sus negocios no solo sean sostenibles, sino también escalables y trascendentes en el tiempo.

Este enfoque destaca una visión moderna y estratégica del emprendimiento en el mundo de los eventos infantiles, en la cual la formación técnica y creativa no es un valor añadido, sino una necesidad fundamental para competir en un mercado cada vez más exigente.

¿Cuál ha sido el reto más grande que ha enfrentado como decorador y cómo logro superarlo?

Lo más difícil para Creando Eventos es que llegaron oportunidades para las que no estaban preparados. Y no necesariamente en temas de decoración, sino en temas de comunicación. Cuando esas puertas se abrieron, no estaban

preparados para esa puerta. Pero, contrario a lo que muchos hubieran hecho. Ellos decidieron capacitarse y tomar esa caída como un trampolín, como una escalera, para decir perfecto, si bien es cierto iniciamos este negocio para poder llevar dinero a nuestro hogar, resulta que lo hacemos tan bien que nos abre puertas como para hacernos conferencistas. Entonces nos vamos a capacitar en ello. Y es lo que hemos estado haciendo en los últimos tres años. De esa manera, que fue un reto muy grande poder llegar hasta Perú, Brasil, y la sorpresa que son los ganadores de un premio como los mejores Kids Event Planner de Ecuador.

¿Cómo ve el futuro del sector de las fiestas infantiles en Ecuador y qué oportunidades visualiza en emprendimientos liderados por mujeres?

La entrevistada destaca que el sector de las fiestas infantiles en Ecuador se encuentra en un punto de transformación profunda. Señala que el modelo tradicional basado únicamente en la decoración está quedando obsoleto, y que el futuro del negocio estará centrado en la planificación integral de eventos. Según su perspectiva, ya no será suficiente que una persona sepa decorar, sino que deberá contar con una formación completa que incluya habilidades en planificación, coordinación, solución de problemas y gestión de proveedores.

Esta visión se basa en la creciente demanda de los clientes, quienes, al estar cada vez más ocupados, requieren servicios integrales que les liberen de la responsabilidad de organizar cada detalle del evento. En este contexto, las personas emprendedoras que no se capaciten en estas nuevas competencias corren el riesgo de quedar fuera del mercado, ya que la innovación en el sector se orienta hacia el rol de *event planner* o planificadora de eventos, más allá de la simple decoración.

Además, la entrevistada señala una importante oportunidad para los emprendimientos liderados por mujeres a través de la organización cooperativa. Ella identifica que la producción de un evento implica la colaboración de múltiples actores: especialistas en pastelería, papelería creativa, impresión de lonas, alquiler de mobiliario, catering, entre otros. En una sola fiesta pueden llegar a participar entre 20 y 50 personas, dependiendo de la magnitud del evento. Por tanto, propone que este trabajo articulado puede ser abordado de manera más eficiente desde una estructura cooperativa que reúna a mujeres con distintas habilidades, dentro del enfoque de la Economía Popular y Solidaria.

La entrevistada ya ha empezado a incorporar esta visión en su propio trabajo, reemplazando el término “decoración” por “producción”, lo cual refleja un cambio de paradigma que apunta hacia la profesionalización del sector. Para ella, las mujeres que quieran innovar y mantenerse vigentes en este mercado deben capacitarse en la gestión integral de eventos y en el trabajo colaborativo, lo cual representa una gran oportunidad de empoderamiento y crecimiento económico dentro de un sector en evolución.

Análisis de Entrevista a Emprendedora

Las siguientes preguntas están enfocadas en conocer la visión de mujeres cabeza de hogar que deseen formar parte de la Cooperativa.

¿Podría contarme sobre su situación actual como madre cabeza de hogar y cómo ha impactado en sus oportunidades laborales?

Indhira es una mujer emprendedora, venezolana, que se encuentra trabajando en Ecuador por la difícil situación de su país natal, para ella ha sido muy difícil encontrar trabajo digno con el que pueda cubrir sus gastos mínimos, y es aún más complicado ahora, puesto que se encuentra embarazada. Es

primordial para ella quedarse en casa para cuidar al bebé que viene en camino, sobre todo porque no tiene el apoyo de un familiar o una persona que pueda cuidar de su bebé. El encontrar un buen empleo se ve reducido debido a las pocas ofertas de trabajo que puede encontrar, además la mayoría de las empresas no contratan a mujeres en gestación.

Actualmente se encuentra trabajando en su emprendimiento de repostería en la que realiza postres saludables, y, al ser licenciada en educación brinda asesorías para tareas dirigidas a niños, generando los ingresos para su hogar de esa manera.

¿Qué le motiva a querer formar parte de una cooperativa de mujeres dedicada a la decoración de fiestas infantiles y papelería creativa?

La mayor motivación para Indhira es que, al pertenecer a una cooperativa obtendría más posibilidades de contratos fijos mensuales, lo que generaría ingresos estables para su hogar sin esforzarse tanto en conseguir contratos propios, además el poder contar con más mujeres que puedan ayudarse mutuamente en momentos difíciles.

Un punto importante es que también al trabajar con más socias que se dediquen a la pastelería se puede incrementar las ventas y llegar a mercados más grandes.

¿Qué tipo de apoyo considera que necesitaría para emprender con éxito dentro de una cooperativa?

Para poder mantener un emprendimiento en el mercado se necesita una serie de tipos de apoyo en los que Indhira considera importantes es que la cooperativa pueda ayudar o gestionar contratos propios, es decir, que la cooperativa con su presencia en el mercado pueda conseguir contratos para su

emprendimiento y así obtener más ganancias. También es importante que la cooperativa cuente con capacitaciones técnicas y administrativas, brinde asesorías para la realización de un plan de negocio sólido para su correcto funcionamiento. Se considera importante el que por medio de la cooperativa se tenga acceso a créditos, así como también a una educación financiera.

¿Estaría dispuesta a trabajar bajo los principios de la Economía Popular y Solidaria?

Definitivamente sí, para Indhira es importante trabajar bajo los principios de EPS puesto que comparte valores como la solidaridad, la cooperación, equidad de género y el bien común. Puesto que la ganancia no sería solo individual sino colectiva, el trabajo en equipo y la ayuda mutua es primordial para ella, debido a que, así se podría obtener mejores beneficios, compartir conocimientos y sobre todo apoyarse en momentos difíciles.

¿Qué importancia cree que tendría para usted y su familia formar parte de un proyecto como este?

El trabajar en un proyecto como este, es decir el pertenecer a una cooperativa de mujeres sería una oportunidad importante puesto que, significaría estabilidad económica para su familia y para ella, además de tener acceso a redes de apoyo con la que pueda contar y ayudarse mutuamente, se convertiría en un paso importante para llevar a su emprendimiento al siguiente nivel y mejorar la calidad de vida.

¿Estaría dispuesto a comprometerse con procesos de formación, trabajo colaborativo y participación en decisiones dentro de la cooperativa?

La respuesta de Indhira fue un rotundo sí, para ella es fundamental la capacitación técnica y el trabajar colaborativamente sobre todo por la situación

de vulnerabilidad en la que se encuentra al ser migrante y sabe que el trabajar en conjunto puede ser de gran ayuda. Está dispuesta a participar activamente en las Asambleas que se realizarán en la Cooperativa, además cree que es importante el que todas las socias sean dueñas y tengan voz dentro de la organización.

Procesamiento y Análisis de los Datos Cuantitativos

A continuación, se detalla los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta (ver Anexo No. 2), los cuales han sido organizados mediante su respectiva tabulación y representación gráfica. Esta información permite realizar un análisis cuantitativo que respalda el diagnóstico del proyecto, proporcionando una visión clara de las opiniones, preferencias y necesidades de clientes potenciales frente a la propuesta planteada.

Pregunta 1

¿Si tuviera la oportunidad de celebrar el cumpleaños de su hijo o hija, estaría dispuesta/o a contratar los servicios de una cooperativa conformada por mujeres cabeza de hogar que ofrece decoración de fiestas infantiles y papelería creativa?

Tabla 6 Apertura para contratar servicios

Tabla 6.

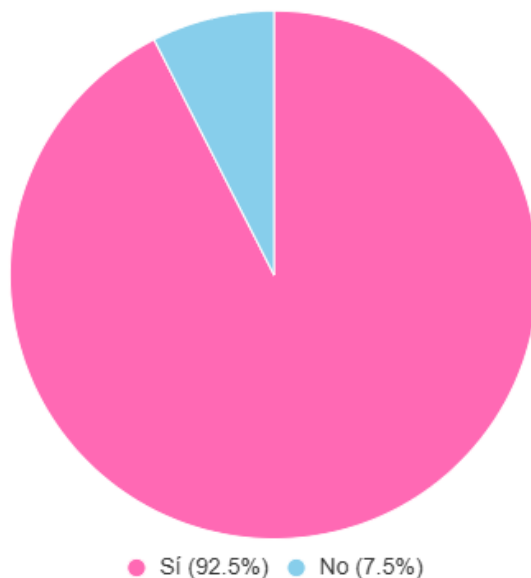
Apertura para contratar servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa de una Cooperativa de mujeres cabeza de hogar.

Respuestas	Valor	Porcentaje
Sí	355	92,5%
No	29	7,5%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 8 Distribución porcentual de clientes

Distribución porcentual de la apertura de clientes para contratar los servicios de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa.



Nota: El 92,5% de encuestados respondió que sí estaría dispuesto a contratar los servicios de una Cooperativa conformada por mujeres cabeza de hogar para realizar la decoración de la fiesta de cumpleaños de sus hijos, y tan solo el 7,5% No estaría de acuerdo.

Pregunta 2

¿Qué presupuesto promedio estaría dispuesta/o a destinar para una fiesta infantil completa con decoración y papelería?

Tabla 7 Presupuesto

Tabla 7.

Presupuesto promedio para destinar en una fiesta infantil completa, incluida la decoración y papelería creativa

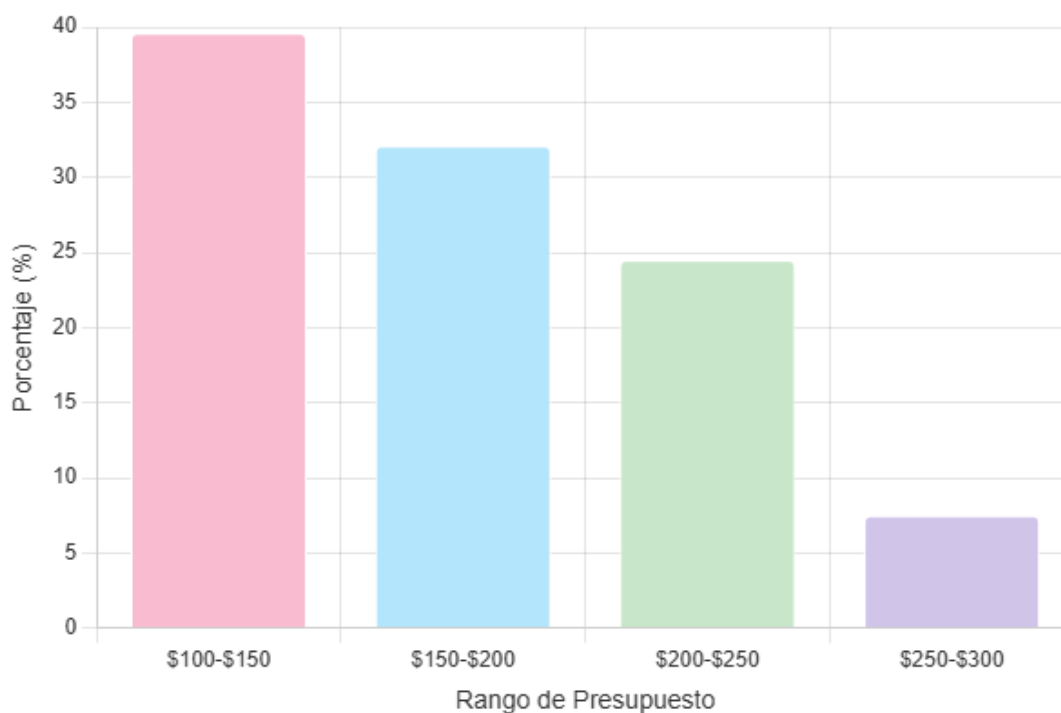
Respuestas	Valor	Porcentaje
------------	-------	------------

Entre \$ 100 y \$150	152	39,6%
Entre \$ 150 y \$200	123	32,1%
Entre \$ 200 y \$250	94	24,5%
Entre \$ 250 y \$300	29	7,5%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 9 Presupuesto promedio

Presupuesto promedio para invertir en una decoración y papelería creativa de



una fiesta infantil.

Nota: En el gráfico se puede observar que en primer lugar se encuentra el presupuesto de \$100 y \$150 dólares con un porcentaje del 39,6%, a

comparación del último con un 7,5%. Lo que refleja que los clientes están dispuestos a invertir en una decoración completa la cantidad de \$ 100 a 150 dólares y muy pocos clientes invertirían \$250 a 300 dólares, además, un 32% pagaría entre \$150 a 200, y, el 24,5% entre \$200 a 250 dólares.

Pregunta 3

¿Con qué frecuencia contrata servicios de decoración para fiestas infantiles?

Tabla 8 Frecuencia de compra

Tabla 8.

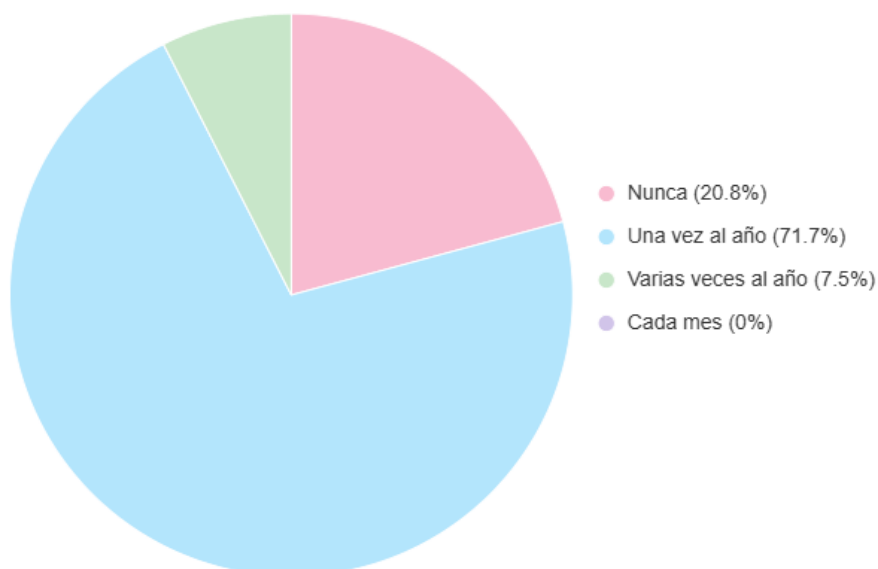
Frecuencia con la que los clientes contratan servicios de decoración de fiestas infantiles.

Respuestas	Valor	Porcentaje
Nunca	80	20,8%
Una vez al año	275	71,7%
Varias veces al año	29	7,5%
Cada mes	0	0%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 10 Frecuencia de contratación de servicios

Frecuencia de contratación de servicios de decoración para fiestas infantiles



Nota: El 71.7% que corresponde a más de la mitad de los encuestados, eligió la opción de una vez al año, lo que quiere decir que la frecuencia con la que se celebra un cumpleaños es de al menos una vez al año, el 20,8% nunca contrata este servicio, el 7,5% lo realiza varias veces al año, y, finalmente el 0% le corresponde a celebrar un cumpleaños con decoración cada mes.

Pregunta 4

¿Qué tipo de decoración le interesa más para fiestas infantiles?

Tabla 9 Tipo de decoración

Tabla 9.

Tipo de decoración que más se interesan.

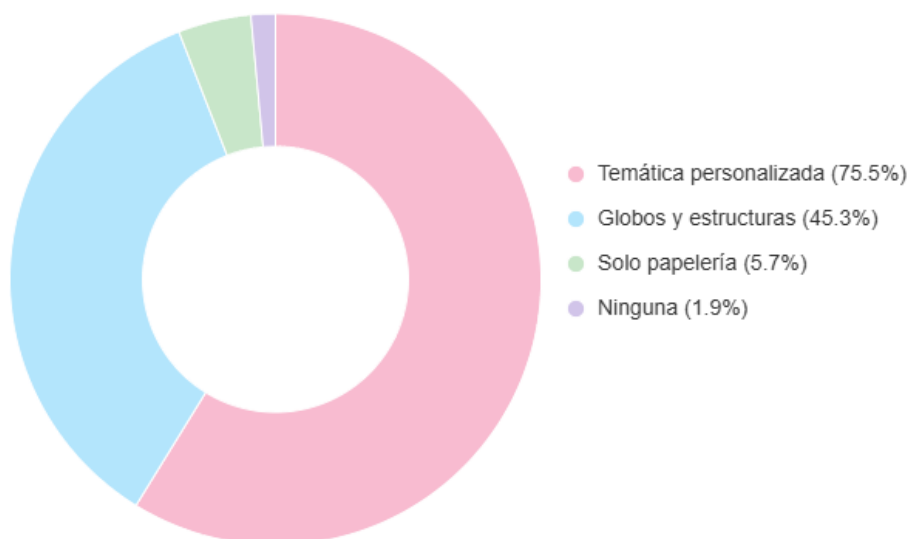
Respuestas	Valor	Porcentaje
Temática personalizada	290	75,5%

Decoración con globos y estructuras	174	45,3%
Solo papelería creativa	21	5,7%
Otros	7	1,9%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 11 Preferencias de tipo de decoración

Preferencia de Tipo de Decoración para fiestas infantiles.



Nota: El gráfico indica claramente que los posibles clientes de la Cooperativa lo que buscan es que el cumpleaños de sus hijos tenga una temática personalizada lo que corresponde al 75,5%, seguido de una decoración con globos y estructuras con el 45,3% y tan solo el 5,7% prefiere solo la papelería creativa.

Pregunta 5

¿Qué elementos considera más importantes en una decoración para fiestas

infantiles?

Tabla 10 Elementos importantes

Tabla 10.

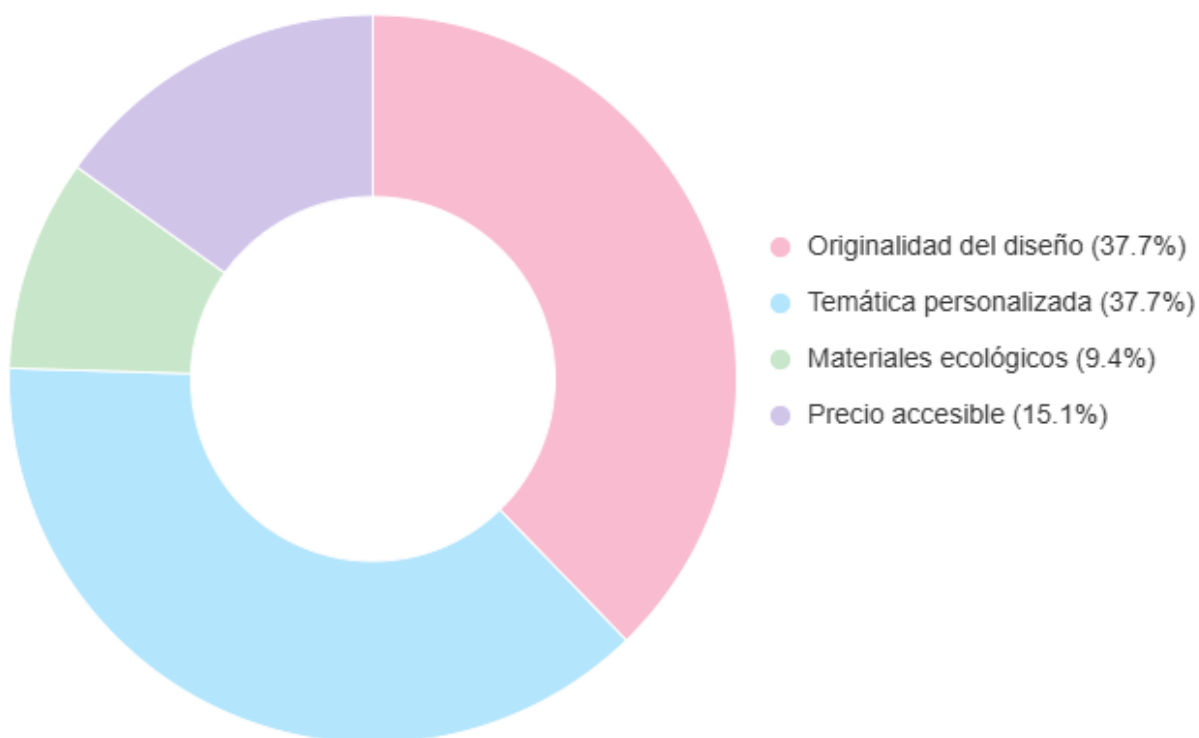
Elementos importantes en una decoración para fiestas infantiles.

Respuestas	Valor	Porcentaje
Originalidad del diseño	145	37,7%
Temática personalizada	145	37,7%
Materiales ecológicos	36	9,4%
Precio accesible	58	15,1%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 12 Elementos más importantes en decoración para fiestas

Elementos más importantes en decoración para fiestas infantiles



Nota: En el gráfico se observa que el mismo porcentaje de 37,7% está dirigido a la originalidad del diseño y la temática personalizada, dando una visión clara de cuáles son los elementos más solicitados por el segmento de clientes elegido, un porcentaje importante es el de precio accesible con el 15,1% y a penas, el 9,4% considera que es importante el uso de materiales ecológicos en la Cooperativa.

Pregunta 6

¿Ha contratado antes servicios de papelería creativa para eventos (invitaciones, sorpreseros, cajitas, dulces con envolturas personalizadas)

Tabla 11 Contratación de servicios

Tabla 11.

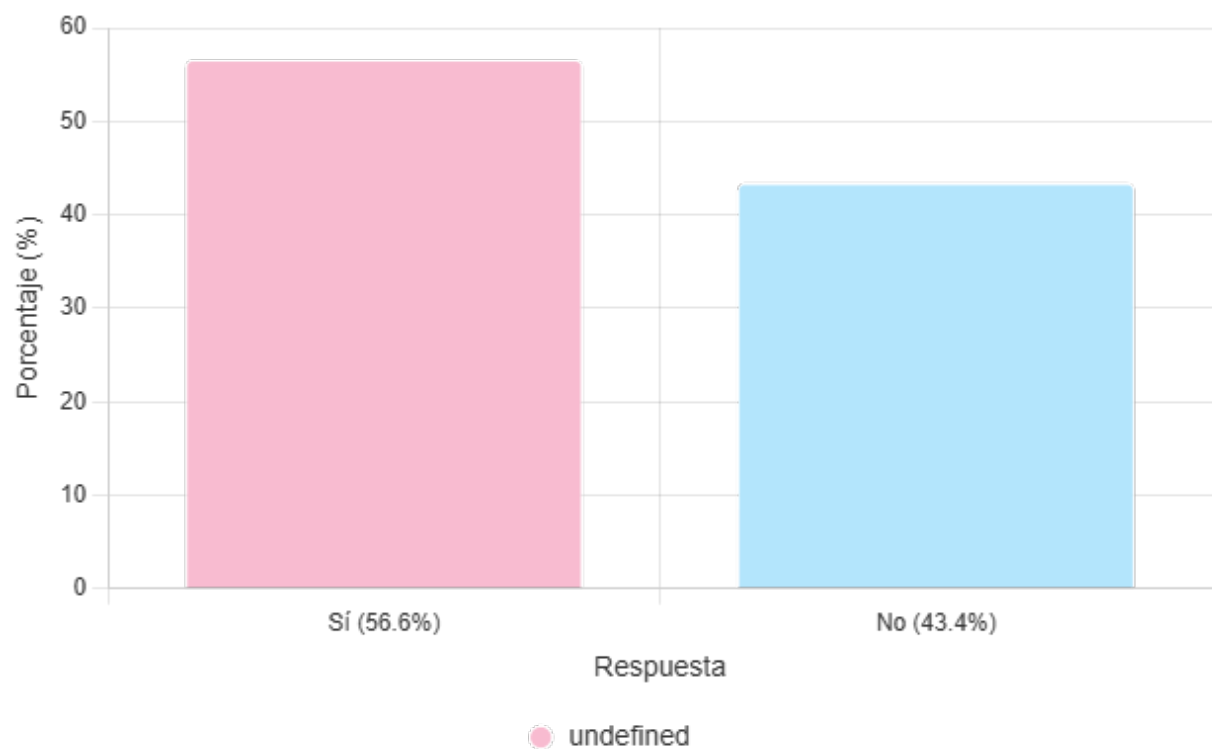
Contratación de servicios de papelería creativa para eventos.

Respuestas	Valor	Porcentaje
Si	217	56,6%
No	167	43,4%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 13 Contratación papelería creativa

Contratación Previa de Papelería Creativa



Nota: El 56,6% de los encuestados ha contratado servicios de papelería creativa para cumpleaños, sean estas invitaciones, cajitas, sorpreseros, envolturas personalizadas, y el 43,4% no ha contratado dichos servicios, lo que implica una gran oportunidad de comercializar los productos de la Cooperativa.

Pregunta 7

¿Si una empresa ofreciera tanto decoración para fiestas infantiles como papelería creativa personalizada, ¿Usted preferiría contratarlos juntos en un solo proveedor?

Tabla 12 Contratación mismo proveedor

Tabla 12.

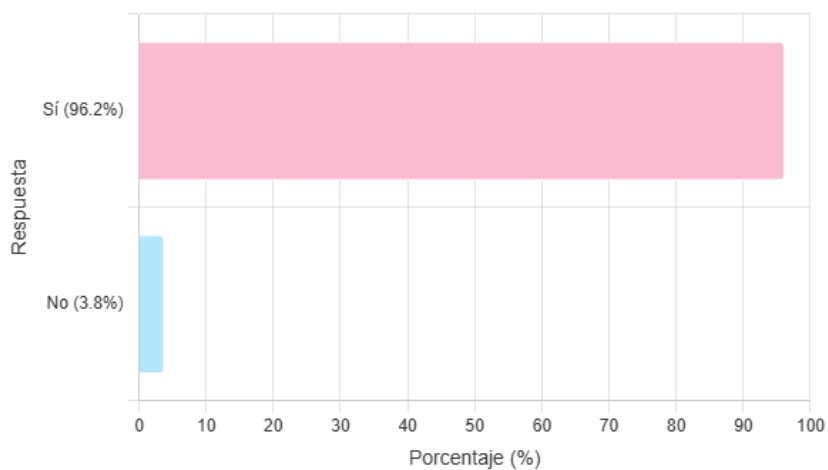
Contratación de los servicios de decoración y papelería creativa con el mismo proveedor.

Respuestas	Valor	Porcentaje
Si	369	96,2%
No	15	3,8%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 14 Preferencias de contratación

Preferencia para contratar el servicio de decoración y papelería creativa en un solo proveedor



Nota: De los datos obtenidos en las encuestas se constató que el 96,2% desearía contratar los dos servicios, tanto de decoración como papelería con el mismo proveedor, en este caso la Cooperativa, y solo el 3,8% contrataría con distintos proveedores los servicios.

Pregunta 8

¿En qué lugares suele usted buscar proveedores para este tipo de servicios?

Tabla 13 Lugares de compra

Tabla 13.

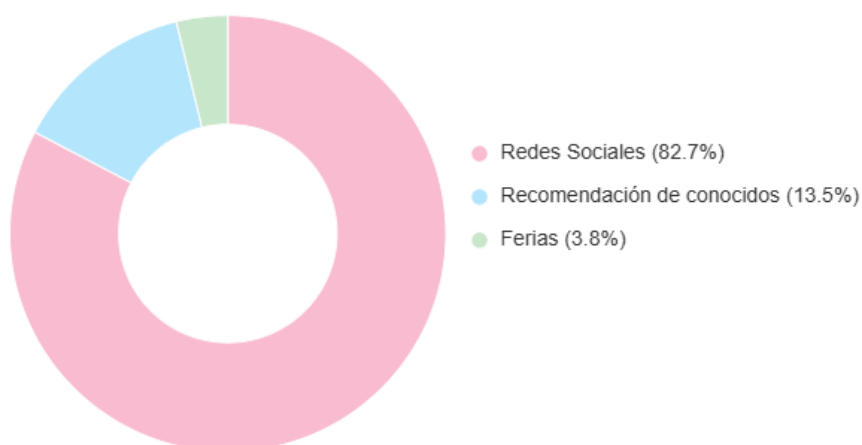
Lugares en los que los clientes buscan proveedores de fiestas infantiles

Respuestas	Valor	Porcentaje
Redes Sociales	318	82,7%
Recomendación de conocidos	52	13,5%
Ferias	14	3,8%
Otros	0	0

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 15 Lugares para buscar proveedores

Lugares para buscar proveedores de servicios



Nota: El gráfico muestra que la mayoría de los encuestados (82,7 %) busca proveedores a través de redes sociales, seguidos por recomendaciones de conocidos (13,5 %) y ferias (3,8 %). Esto evidencia la importancia del entorno digital en la promoción de servicios. La cooperativa debería priorizar su presencia en redes para captar clientes.

Pregunta 9

¿Qué valoraría más al momento de contratar estos servicios?

Tabla 14 Importancia al momento de contratar servicios

Tabla 14.

Lo más importante para un cliente en el momento de contratar servicios para fiestas infantiles.

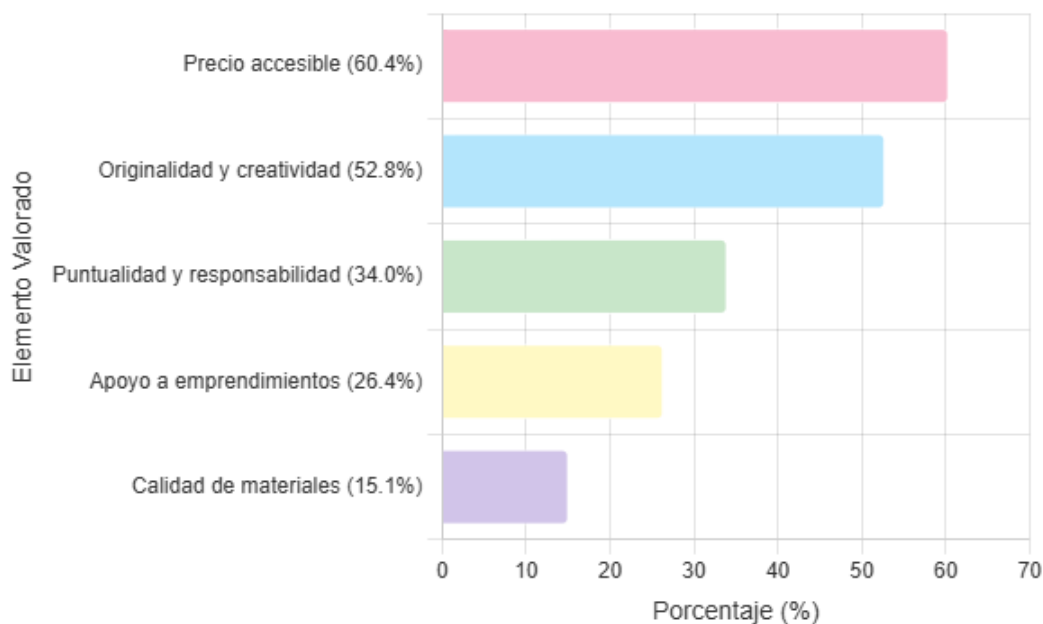
Respuestas	Valor	Porcentaje
Precios accesibles	232	60,4%
Originalidad y creatividad	203	52,8%

Puntualidad y responsabilidad	y	131	34,0%
Apoyo a emprendimientos comunitarios o de mujeres	a	101	26,4%
Calidad de materiales		58	15,15

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 16 Elementos valorados al contratar servicios

Elementos más valorados al contratar servicios



Nota: El gráfico revela que el precio accesible (60,4 %) y la originalidad (52,8 %) son los factores más valorados al contratar servicios. Le siguen la puntualidad (34 %) y el apoyo a emprendimientos (26,4 %). Tan solo para el 15,1% es importante de calidad de materiales. La cooperativa debe priorizar estos aspectos para atraer y fidelizar clientes.

Pregunta 10

¿Ha escuchado sobre emprendimientos liderados por mujeres cabeza de hogar?

Tabla 15 Emprendimientos liderados por mujeres

Tabla 15.

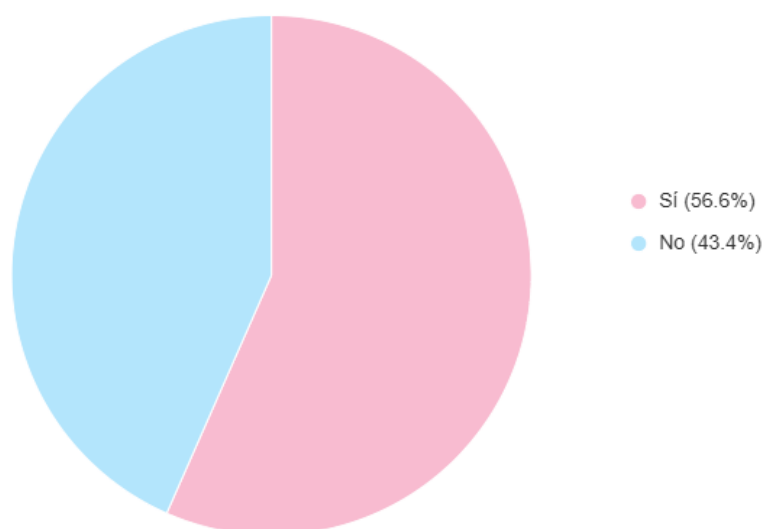
Emprendimientos liderados por mujeres cabeza de hogar

Respuestas	Valor	Porcentaje
Si	217	56,6%
No	167	43,4%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 17 Emprendimientos liderados por mujeres

Conocimiento de Emprendimientos Liderados por Mujeres cabeza de hogar



Nota: El gráfico evidencia que un 56,6 % de los encuestados afirma conocer emprendimientos liderados por mujeres cabeza de hogar, mientras que el 43,4 % indica no tener conocimiento de este tipo de iniciativas. Esto demuestra una presencia creciente pero aún limitada de este tipo de organizaciones en el

entorno social. Estos datos refuerzan la importancia de visibilizar y fortalecer los emprendimientos femeninos, especialmente aquellos vinculados a la Economía Popular y Solidaria, como la cooperativa propuesta en este proyecto.

Pregunta 11

¿En el caso de ser afirmativa su respuesta, le generaría a usted confianza para contratar este tipo de servicios?

Tabla 16 Emprendimientos de mujeres

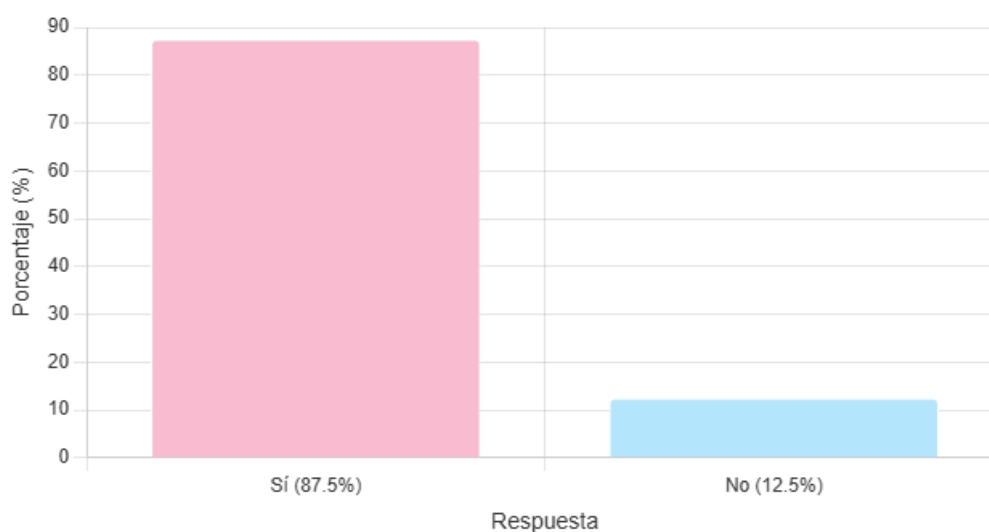
Tabla 16.

Respuestas	Valor	Porcentaje
Si	336	87,5%
No	48	12,5%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 18 Confianza para contratar servicios de emprendimientos

Confianza en contratar servicios de Emprendimientos Liderados por Mujeres cabeza de hogar



Nota. El 87,5% de los encuestados están a favor de la propuesta, mientras que solo el 12,5% se opone. Esto refleja una alta aceptación por parte de la muestra encuestada. La tendencia sugiere una fuerte viabilidad o respaldo para la iniciativa analizada.

Pregunta 12

Si usted tuviera una idea de negocio similar, ¿Qué otros productos o servicios consideraría importante ofrecer a las y los clientes durante una fiesta infantil?

Tabla 17 Productos para ofrecer

Tabla 17.

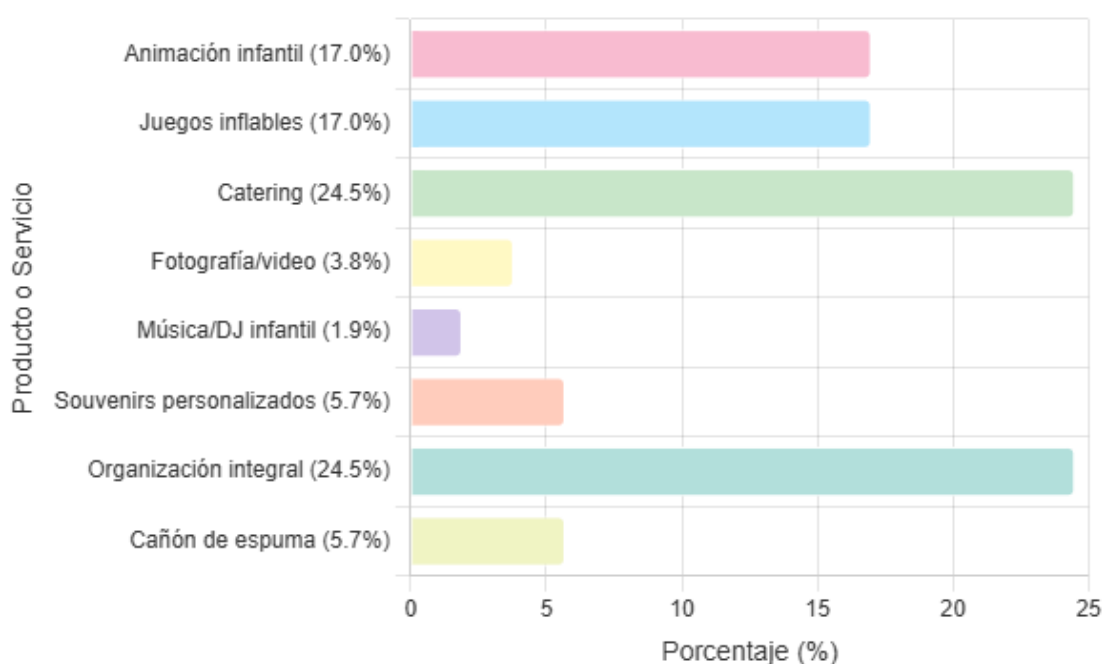
Respuestas	Valor	Porcentaje
Animación infantil	65	17,0%
Alquiler de juegos inflables	65	17,0%
Servicios de catering	94	24,5%
Fotografía y/o video	15	3,8%
Música en vivo o Dj	7	1,9%
Souvenirs personalizados	21	5,7%
Organización integral	94	24,5%

Cañón de espuma	21	5,7%
-----------------	----	------

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Figura 19 Productos o servicios adicionales para fiestas

Productos o Servicios adicionales para Fiestas infantiles



Nota. El análisis de la encuesta revela que los servicios más solicitados son el catering y la organización integral, ambos con un 24,5%, lo que demuestra que los clientes prefieren soluciones completas y prácticas para sus eventos. Le siguen la animación infantil y el alquiler de juegos inflables, cada uno con un 17,0%, evidenciando el interés por actividades recreativas para niños. En menor medida, los souvenirs personalizados y el cañón de espuma obtienen un 5,7%, mostrando preferencias puntuales. Finalmente, los servicios menos

demandados son la fotografía y/o video (3,8%) y la música en vivo o DJ (1,9%), lo que sugiere que estos aspectos no son prioridad para la mayoría de los encuestados.

Conclusiones Generales del Diagnóstico Situacional

El diagnóstico situacional estratégico realizado evidencia una alta viabilidad social y comercial para la conformación de una cooperativa de mujeres cabeza de hogar dedicada a la decoración de fiestas infantiles y papelería creativa, dentro del marco de la Economía Popular y Solidaria (EPS). A través del análisis de los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos, se identificó una respuesta positiva por parte del público objetivo hacia servicios personalizados, con enfoque creativo, precios accesibles y responsabilidad social, especialmente aquellos vinculados a emprendimientos liderados por mujeres en situación de vulnerabilidad.

Los datos revelan que el 92,5 % de los encuestados estarían dispuestos a contratar los servicios de una cooperativa con estas características, mientras que el 96,2 % preferiría adquirir la decoración y papelería creativa en un solo proveedor. Asimismo, existe una clara disposición a pagar entre 100 y 200 dólares por una fiesta completa, lo que proporciona una base sólida para estructurar la oferta comercial. Las preferencias por temáticas personalizadas (75,5 %), originalidad del diseño (37,7 %), y precio accesible (60,4 %) refuerzan la importancia de diseñar servicios diferenciados y con identidad propia.

En el ámbito cualitativo, tanto la entrevista a una decoradora profesional como a una emprendedora migrante reflejan que la sostenibilidad del emprendimiento no solo depende de la calidad técnica, sino también del compromiso con una causa social y del fortalecimiento de habilidades personales y colectivas. Ambas

entrevistas coinciden en que el trabajo colaborativo, la capacitación permanente, la identidad de marca y el enfoque en el propósito son pilares fundamentales para asegurar el éxito de la iniciativa.

Por tanto, el diagnóstico situacional permite concluir que existe un entorno favorable para el desarrollo de esta propuesta, la cual no solo responde a una necesidad del mercado, sino que también impulsa procesos de inclusión económica, equidad de género y fortalecimiento de la EPS, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) N.º 2, 5 y 8. La información recopilada constituye una base sólida para avanzar en la formulación del modelo de gestión de la cooperativa y en el diseño estratégico de sus servicios.

CAPITULO III

Propuesta

Datos Generales

Existe en la economía popular y solidaria varios tipos de cooperativas, en las que se clasifican según su grupo siendo estas: servicios, vivienda, consumo, producción y transporte, el proyecto se enfocará en la de servicios puesto que, es la que se encarga de satisfacer diversas necesidades por lo que crearemos una cooperativa de servicios.

La cooperativa que será creada es la **Cooperativa de Servicios de Comercialización de productos para fiestas infantiles Camilu Party Planner**, domiciliada en la provincia de Pichincha, cantón Quito, sector La Magdalena.

Camilu Party Planner iniciará sus funciones con 13 socios, de los cuales se estima sean mujeres con emprendimientos de pastelería, pequeñas imprentas, mobiliario, papelerías, distribuidoras de globos y plásticos biodegradables y confiterías.

El Gobierno de la cooperativa se encuentra conformado por 3 socias

fundadoras, Andrea Aizaga, Dayana Pillajo y Miriam Aizaga, quienes por el momento se encargan de lo operativo y gerencial, siendo su cabeza principal o presidenta de la Cooperativa Andrea Aizaga.

La actividad central se orienta a la comercialización, tanto al por mayor como al por menor, de una amplia gama de artículos destinados a la decoración y organización de celebraciones infantiles en supermercados. Entre estos productos destacan los empaques de algodón de azúcar, utensilios temáticos como platos, vasos y cucharas decoradas, repostería, globos y presentaciones de golosinas para la mesa principal.

En este sentido, el objeto social de la cooperativa **Camilu Party Planner** se enfoca en ofrecer servicios relacionados con la distribución y venta de productos de consumo masivo destinados a la realización de fiestas infantiles.

Figura 20 Productos de comercialización

Productos de comercialización de la cooperativa.



Nota: Kit de papelería creativa personalizada según la temática elegida.

El público objetivo o segmentación de los clientes es la siguiente:

Está dirigida a Madres y Padres de familia que llevan una vida ajetreada y ocupada, pero quieren celebrar el cumpleaños de sus hijos, madres con agendas apretadas por compromisos laborales y personales, madres que

desean proporcionar experiencias memorables a sus hijos, padres de familia interesados en realizar fiestas exclusivas y mágicas.

Las alianzas generadas en la cooperativa han logrado una optimización y economías de escala, reducir el riesgo y la incertidumbre, benchmarking, buenas prácticas, implementar la cooperación entre cooperativas y creación de redes.

Las alianzas han sido realizadas con empresas de entretenimiento infantil, como animación con disfraces temáticos, magos, payasos; cooperación con artesanos locales para la creación productos personalizados para la decoración de la fiesta exclusiva; empresas de catering para servir alimentos nutritivos y con todo incluido; empresas de transporte para ofrecer tarifas preferenciales en la entrega de los productos; proveedores como pastelerías que realicen pasteles, cupcakes, popcakes personalizados; proveedores de globos e insumos para las fiestas.

En este capítulo, se presenta la filosofía empresarial de una organización perteneciente al sector Real de la Economía Popular y Solidaria, dedicada a la prestación de servicios de decoración de fiestas infantiles y a la elaboración de papelería creativa, conformada por mujeres cabeza de hogar y ubicada en Quito. Esta filosofía se fundamenta en los principios establecidos en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), tales como la solidaridad, la cooperación, la equidad, la responsabilidad social y ambiental, el respeto a la identidad cultural, la autogestión, la participación democrática y la distribución justa de beneficios. Dichos principios orientan su accionar organizacional, productivo y comunitario, promoviendo el fortalecimiento del tejido social y el desarrollo económico inclusivo desde una perspectiva asociativa y con enfoque de género (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011)

Visión y Misión

Es importante que la cooperativa tenga clara su misión, visión, principios y valores para su correcto funcionamiento por lo que a continuación se detallarán:

Figura 21 Matriz para misión

Matriz para determinar la misión de la Cooperativa

Matriz para determinar la Misión	
Preguntas	Respuestas
¿Quiénes somos?	Cooperativa de Servicios de Comercialización de productos para fiestas infantiles Camilu Party Planner. "Coopsc Camilu Party Planner"
¿Qué hacemos?	Comercializar productos personalizados para decoración de fiestas infantiles.
¿Cómo lo hacemos?	Brindándoles asesoramiento personalizado para facilitar la organización de sus eventos.
¿Con qué lo hacemos?	Servicio y productos personalizados y de alta calidad
¿Por qué lo hacemos?	Para satisfacer las necesidades de los clientes y ayudar a mujeres de sectores vulnerables
¿Para quién lo hacemos?	Clientes, socios y colaboradores

Misión

Comercializar productos personalizados de alta calidad para la decoración de fiestas infantiles, ofreciendo asesoramiento especializado para facilitar la organización de eventos inolvidables. Nos comprometemos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, socios y colaboradores,

mientras apoyamos a mujeres de sectores vulnerables, brindándoles oportunidades y contribuyendo al desarrollo de nuestra comunidad.

Figura 22 matriz para visión

Matriz para determinar la visión.

Matriz para determinar la Visión	
Preguntas	Respuestas
¿Hacia dónde vamos?	Liderar la comercialización y distribución de productos personalizados para fiestas infantiles en Ecuador.
¿En qué tiempo?	En cinco años
¿En qué espacio?	Ecuador
¿Qué recursos necesitaría?	Calidad de productos y servicios

Visión

En los próximos cinco años, Camilu Party Planner se proyecta como el líder en la comercialización y distribución de productos personalizados para fiestas infantiles en Ecuador. Alcanzaremos esta meta mediante la constante mejora y garantía de la alta calidad de nuestros productos y servicios, consolidando nuestra presencia en todo el país y brindando experiencias excepcionales a nuestros clientes.

Principios Empresariales

La Cooperativa de Servicios Camilu Party Planner orienta su gestión bajo los principios de la economía popular y solidaria, así como los establecidos por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI). Entre los más relevantes se encuentran:

- 1. Adhesión libre y voluntaria.** La cooperativa mantiene sus puertas

abiertas a todas las personas interesadas en comercializar productos de calidad, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes sin ningún tipo de restricción.

2. **Participación económica de los socios.** Cada integrante aporta un capital económico para el funcionamiento de la cooperativa, el cual se administra de forma democrática. De esta manera, todos los miembros son reconocidos como copropietarios de la organización.
3. **Formación, educación e información.** La organización fomenta el crecimiento personal y profesional de sus asociados mediante capacitaciones en educación financiera y programas de marketing, lo que fortalece sus capacidades de comercialización.
4. **Prioridad del trabajo sobre el capital y del interés colectivo sobre el individual.** Este principio resalta la centralidad de la persona y su bienestar, por encima de la mera búsqueda de utilidades. Así, las decisiones tomadas se orientan al beneficio común de todos los socios, dejando en segundo plano el capital.
5. **Responsabilidad social y ambiental.** La cooperativa promueve el desarrollo sostenible de las comunidades en las que participa, velando por el bienestar social y la protección del entorno natural. Esto incluye la implementación de políticas para disminuir la contaminación y fomentar el reciclaje, especialmente de materiales plásticos.
6. **Comercio justo.** Se busca garantizar una retribución equitativa y digna a cada socio por la venta de sus productos. Al reconocer adecuadamente el esfuerzo de los miembros, se impulsa la lealtad, la calidad en los bienes ofertados y una mejora significativa en las condiciones de vida de las

familias y comunidades involucradas.

7. **Equidad de género.** La cooperativa asegura un trato justo e igualitario hacia socios, clientes, proveedores y consumidores, evitando cualquier forma de discriminación o violencia basada en género. La publicidad de la organización no reproduce estereotipos, y lo que prima es la calidad humana de las personas, sin distinción de género.

Valores Empresariales

Una vez que hemos presentado los principios de la Cooperativa Camilu Party Planner es necesario que se conozca los valores que la representan, iniciando por el más importante:

1. **Solidaridad** la cual se refiere a la colaboración y el apoyo mutuo entre los socios, en el que predomina la empatía que se debe tener hacia los demás, compartiendo recursos, esfuerzos y responsabilidades para mejorar la calidad de vida de todos.
2. **Apoyo mutuo** este valor implica la creación de relaciones interdependientes donde los socios se ayudan entre sí para alcanzar objetivos comunes y enfrentarse a desafíos sabiendo que juntos pueden salir victoriosos de aquellos desafíos.
3. **Transparencia** Implica mantener una comunicación clara y abierta, asegurando que la información generada dentro de la cooperativa sea accesible para todos los socios y sin omitir aspectos relevantes, lo que fortalece la confianza en la gestión organizacional.
4. **Honestidad** es un valor importante en la cooperativa, puesto que implica el respeto que se muestra hacia los demás, sin mentir o engañar, siendo

siempre sinceros en cuanto a nuestra forma de ser y a las actitudes que tenemos como seres humanos.

5. **Responsabilidad** ara la cooperativa, cumplir con los compromisos adquiridos es esencial. Todas las decisiones y acciones se fundamentan en principios éticos que refuerzan la credibilidad de la organización.
6. **Cuidado de la naturaleza** es imprescindible que la naturaleza sea preservada, pues creemos que nuestro bienestar depende también del bienestar de la naturaleza del planeta tierra.
7. **Participación democrática**, para que una buena gobernabilidad exista es importante que cada uno de sus socios participe activamente en la toma de decisiones para la cooperativa, y en la Cooperativa Camilu precisamente nos encargamos que los socios siempre estén presentes en las Asambleas y además son escuchadas todos sus aportes y sugerencias.

Figura 23 Valores

Valores de la Cooperativa



Nota: Imagen representativa de los valores fundamentales de la cooperativa: solidaridad, apoyo mutuo, participación democrática, transparencia, honestidad, responsabilidad y cuidado de la naturaleza. Estos principios guían cada acción y decisión de la Cooperativa conformada por mujeres cabeza de hogar, comprometidas con el bienestar social, ambiental y económico de nuestra comunidad.

Objetivos A Largo Plazo:

1. Certificados Ambientales:

Lograr la obtención de la certificación ambiental ISO 14001 en un plazo máximo de cinco años, mediante la implementación de un sistema de gestión ambiental en la cooperativa, que incluya políticas claras, programas de reducción de impacto ambiental, capacitación continua al personal y evaluación periódica de resultados. Este proceso buscará reconocer el compromiso individual y colectivo de las socias en la promoción de prácticas sostenibles dentro de las actividades de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa decorativa.

2. Liderazgo en la Industria:

En un periodo de cinco años, ser un gran líder y uno de los primeros en la industria al ser responsable y sostenible con el medio ambiente y ayudar a personas en estado de vulnerabilidad, mediante la realización de fiestas infantiles, ofreciendo servicios de alta calidad.

3. Medición de Impacto Ambiental y Social:

Establecer un seguimiento en los primeros cinco años y una meta para que la cooperativa evalúe resultados de las operaciones realizadas como; reciclaje de material, reducción en botaderos y emisiones de Co2, reducción de personas ayudadas en estado de vulnerabilidad.

Objetivos A Mediano Plazo:**4. Capacitación y Desarrollo del personal:**

Capacitar, informar y desarrollar, tres veces al año, habilidades, prácticas y actividades relacionadas con la creatividad y el uso de materiales reciclados para eventos y fiestas de manera eficiente a los colaboradores.

5. Alianzas Estratégicas Locales:

En un periodo de dos años, crear alianzas, convenios y proveedores de materiales que sean reutilizables y reciclables, fortaleciendo la economía circular y maximizar el impacto ambiental positivo.

6. Innovación:

Innovar cada año la tecnología, desarrollo de personal, para que todos los miembros de la cooperativa sean partícipes con ideas nuevas e innovadoras para la realización de fiestas infantiles con material reciclado y de la misma manera ayude a personas de baja vulnerabilidad para buscar el bien común.

Objetivos A Corto Plazo:**7. Inventario de materia prima reciclable:**

Realizar cada seis meses un inventario de manera detallada de los materiales reciclados y materiales que son reutilizables, además de gestionar una excelente logística de todo lo que se usa en eventos y volver a reutilizarlos en un futuro.

8. Prácticas eco-amigables:

Implementar, informar y concientizar cada tres meses a; clientes, personas, y aliados de minimizar y reciclar en actividades que se realiza diariamente para así ayudar a reducir el impacto ambiental, y ayudar a personas en estado

vulnerable, que es uno de los objetivos a largo plazo.

9. Participación Comunitaria:

Medir en un periodo de seis meses, como influye e impacta el momento de involucrar a la comunidad y a personas es estado vulnerable, de manera activa a limpiezas, mingas, charlas, y otras iniciativas que estén sujetas a la responsabilidad social y así crear una cultura ambiental.

Declaración De Políticas Para La Cooperativa Camilu Party Planner

Administrativas

- **Política de Recursos Humanos:** Abordar en la cooperativa el capacitar, gestionar, evaluar y recompensar el desempeño personal y laboral. Esto ayudará a:
 - ✓ Resolución de conflictos.
 - ✓ Crear un ambiente seguro.
 - ✓ Comunicación interna.
- **Política de Organización y Planificación:** Se ejecutará un modelo correcto en el que se pueda desarrollar y revisar los planes de la cooperativa.
- **Política de Responsabilidad Social y Ambiental:** Establecer compromisos de la cooperativa relacionadas a las prácticas comerciales sostenibles y responsables en las que se pueden incluir:
 - ✓ Minimizar el impacto ambiental.
 - ✓ Equidad en la cooperativa.

Mercadotecnia

- **Política de segmentación de mercado:** Identificar diferentes segmentos de clientes y empresas para así poder adaptar las estrategias de marketing para satisfacer sus necesidades.
- **Política de desarrollo del producto:** Establecer el desarrollo de nuevos planes de servicios y paquetes para los clientes.
 - ✓ Considerar las nuevas tendencias del mercado y sus preferencias
 - ✓ Estrategias para publicar los productos en horarios específicos.
- **Política de canales de distribución:** Enfocarse en la distribución de los servicios de la cooperativa mediante ventas directas y unión con establecimientos locales.

Producción o prestación de servicios

- **Planificación de la producción:** Planificar eficientemente la producción teniendo en cuenta:
 - ✓ La demanda de los clientes
 - ✓ Los tiempos de entrega
 - ✓ La capacidad de producción de la cooperativa.
- **Política de gestión de inventarios:** Controlar el inventario de materiales y suministros necesarios para la producción.
 - ✓ Asegurando que existan suficientes recursos disponibles para cumplir con las solicitudes de los clientes.
- **Política de capacitación del personal:**
 - ✓ Implementar programas de capacitación para el personal como:
 - ✓ Técnicas de producción
 - ✓ Seguridad en el ámbito laboral
 - ✓ Correcto manejo de materiales y herramientas.

- ✓ Educación financiera.
- ✓ Coaching
- ✓ Inteligencia emocional

Financieras

- **Política de presupuestos:** Establecer un presupuesto anual para la cooperativa en las que se pueda incluir:
 - ✓ Ingresos
 - ✓ Gastos
 - ✓ Inversiones
 - ✓ Reserva para alguna emergencia.
- **Política de control de gastos e ingresos:** Controlar y reducir los gastos operativos como:
 - ✓ La negociación de precios con los proveedores

y en el caso de ingresos operar:

- ✓ Ofertas de servicios adicionales.
- ✓ Creación de paquetes personalizados para clientes.
- **Política de gestión de flujos de efectivo:** Gestionar eficientemente los flujos de efectivo como:
 - ✓ Negocios a largo plazo
 - ✓ Facturación
 - ✓ Gestión de inventarios.

Modelo Canvas

Figura 24

Figura 24 Modelo CANVAS

Modelo CANVAS de la Cooperativa



Segmentación de Mercado:

Los segmentos a los que los que está dirigido la idea de negocio son madres primerizas y jóvenes que llevan una vida ajetreada y ocupada es decir son:

- Madres con agendas apretadas debido a compromisos laborales y personales.
- Madres que desean proporcionar experiencias memorables a sus hijos, pero no tienen el tiempo suficiente para organizar una fiesta linda y personalizada, puesto que conlleva mucho tiempo el organizar y buscar todo el cotillón de la temática que fue elegida por la mamá para celebrar el cumple de su bebé.

Otro de los segmentos a los que está dirigido es a familias que buscan opciones creativas, únicas y personalizadas para celebrar el cumpleaños de sus hijos, entendiéndose que son:

- Padres de familia interesados en realizar fiestas exclusivas y mágicas, que este fuera de las fiestas convencionales y tradicionales que se encuentran fuera de moda.
- Familias que buscan experiencias únicas y personalizadas para celebrar los cumpleaños de sus hijos, y que poseen un nivel de detalle bastante alto,

es decir, el mobiliario, globos, platos, vasos, piñatas, papelería creativa creativa debe ser de una misma temática y personalizada.

Propuesta de Valor

Como se ha mencionado los segmentos que se han analizado son madres ocupados y familias que les gusta celebrar los cumpleaños de una forma diferente y personalizada.

- Mamitas con agendas apretadas debido a compromisos laborales y personales. Son madres que desean proporcionar experiencias memorables a sus hijos, pero no tiene el tiempo suficiente para organizar una fiesta linda y personalizada, puesto que conlleva mucho tiempo el organizar y buscar todo el cotillón de la temática que fue elegida por la mamá para celebra el cumple de su bebé.

La propuesta de valor es brindar un servicio integral en la organización de fiestas, en las que se ofrezca un servicio completo que incluya la planificación, decoración personalizada, entretenimiento y gestión logística.

Brindando un asesoramiento personalizado, es decir, se ofrece consultores especializados que trabajan con la madre para entender sus gustos y así poder diseñar una fiesta que se ajuste a las expectativas, facilitando el asesoramiento al realizarlo vía zoom o video llamada programada.

Se posee también opciones seguras y rápidas para la entrega de la decoración especial directamente al lugar de las fiestas y así facilitar aún más a los padres ocupados.

Con el ahorro del tiempo significativo al dejar en manos de la decoradora, se reduce el estrés al confiar en profesionales y así garantizar una celebración exitosa.

La propuesta de valor es que la familia y el cumpleaños tengan experiencias temáticas personalizadas, proporcionando opciones de fiestas temáticas únicas y personalizadas, es decir, si la temática elegida por la mamá o la familia es poco común y no se encuentra fácilmente, la cooperativa se encargaría de todos los detalles de elaboración desde 0 y personalización de todo lo necesario para que, puedan vivir una experiencia inolvidable y única.

Al crear una experiencia de cumpleaños única y personalizada para los niños causará felicidad para los padres y un recuerdo memorable para el cumpleaños.

Relación Con Las y Los Clientes

Para poder tener una relación más cercana y personalizada con los clientes se realiza lo siguiente:

¿Cómo Incorporamos más socios/clientes?

Promociones especiales: Ofrecer descuentos o paquetes para los nuevos clientes que se registren o realicen su primera reserva.

Implementar programas de referidos: donde los clientes existentes obtengan beneficios para recomendar a la cooperativa a otras madres.

Participación en eventos comunitarios: Asistir y participar en eventos comunitarios locales para dar a conocer a la cooperativa.

¿Cómo retenemos a los clientes?

Encuestas y retroalimentación: Realizar encuestas periódicas para conocer las preferencias y necesidades de los clientes.

Utilizar la retroalimentación para mejorar constantemente los servicios y adaptarse a las demandas cambiantes.

Eventos exclusivos para clientes leales: Organizar eventos especiales o sesiones de juegos gratuitas para clientes que hayan utilizado los servicios en varias ocasiones.

Servicio Postventa: Mantener una comunicación activa después de cada evento para asegurarnos que los clientes estén satisfechos.

Ofrecer descuentos futuros o servicios adicionales como agradecimiento por su lealtad.

Atención Personalizada

Mantener una comunicación cercana a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto o correos electrónicos para garantizar cada detalle sea atendido. Designar una coordinadora de eventos que se encargue de cada celebración y este disponible para atender cualquier inquietud.

¿Cómo Incorporamos más socios/clientes?

Promociones especiales: Ofrecer descuentos o paquetes para los nuevos clientes que se registren o realicen su primera reserva.

Implementar programas de referidos: donde los clientes existentes obtengan beneficios para recomendar a la cooperativa a otras madres.

Participación en eventos comunitarios: Asistir y participar en eventos comunitarios locales para dar a conocer a la cooperativa.

Canales de Distribución

Este punto es importante, ya que la gran parte del trabajo final esta en hacer llegar el servicio a nuevos clientes y a más personas. Esto se puede llevar a cabo mediante dos maneras:

- **Medios físicos:** Este medio, en primer lugar, hace que la confianza, cliente-negocio empiece a crecer, de la misma manera esto se basa en una ayuda, actualmente con la tecnología, se puede ayudar con redes sociales para interactuar con una cuenta del negocio, para poder difundir de manera amplia y divertida las promociones, y servicios que se ofrece a las familias y niños.

Las redes serán Instagram y Facebook para crear lives y publicaciones de calidad y ofrecer el servicio.

- **Medios digitales:** El medio digital es importante e innovador, ya que en la actualidad las personas están conectadas entre sí, se puede compartir información e interactuar de manera fácil donde los clientes son la prioridad.

Esta prioridad se puede ofrecer con una página web; que ayude a dar la información clara y concisa del trabajo que realizamos, además la página web ayuda a que el negocio se vea como una empresa de confianza.

Actividades Clave

Las actividades más importantes para que el modelo de negocio funciones son:

- Tener la infraestructura adecuada que se adapte a cualquier tipo de temática que escojan los padres para realizar las fiestas de sus hijos.
- Tener áreas adecuadas para adultos y niños, tanto en servicios higiénicos, de recreación y alimentación.
- Establecer opciones de menú para adultos y niños según sus dietas alimenticias que vayan más allá de lo convencional siendo nutritivos y de agrado por los comensales.

- Impartir toda la información y variedad de opciones para que los padres puedan escoger la temática de la fiesta (decoración, música, menú, actividades).
- Contar con la mejor tecnología para promocionar un servicio de calidad. (equipos de video, cámara fotográfica, consola de dj)
- Contar con un equipo de publicidad para que pueda impartir la información correcta y necesaria del servicio a través de canales de información y redes sociales.

Recursos Clave

Recursos necesarios para una propuesta de valor, relacionados con las actividades clave, se divide en categorías de recursos que pueden ser:

- **Físicos:** Infraestructuras adecuadas adaptables a varios ambientes, infraestructuras para juego y entretenimiento.
- **Intelectuales y humanos:** Personal capacitado para la organización del evento e interacción con los invitados y niños.
- **Financieros:** Contar con un capital solvente que permita mantener el tipo de infraestructura deseado, los equipos requeridos y la utilería necesaria para cada evento.
- **Digitales:** Acceder a equipos de alta tecnología como: equipo de video, cámara fotográfica, consola de DJ, computador portátil y cámara de humo los cuales son base para animar y mantener un ambiente alegre dentro del evento. De igual manera el personal que manipule estos equipos debe estar altamente capacitado para el manejo de estos

Alianza Clave:

- **Alianzas con empresas de entretenimiento infantil:** Colaborar con empresas que ofrecen servicios de entretenimiento, como compañías de animación, magos, payasos, para ampliar la oferta de entretenimiento en las fiestas.
- **Cooperación con artistas y artesanos locales:** Trabajar con artistas locales para la creación de decoraciones temáticas únicas y personalizadas. Colaborar con artesanos que hacen elementos decorativos a mano.
- **Alianzas con empresas de catering:** Acordar con empresas de catering locales para ofrecer paquetes combinados que incluyan comida y

entretenimiento en los eventos infantiles.

- **Alianzas con empresas de transporte:** Establecer acuerdos con empresas de transporte para ofrecer tarifas preferenciales o servicios especiales de transporte para eventos infantiles.

Estructura de costos:

Estructura centrada en el valor agregado, propuesta de valor premium. (De lujo)

Costos Fijos

- Pago de servicios básicos (Agua, luz, internet y teléfono)
- Impuesto a la renta, SRI.
- Facturación electrónica.
- Compra de insumos de limpieza.
- Marketing y publicidad.
- Salarios de personal.

Costos Variables

- Programador de página web y dominio
- Gastos de producción (materia prima e insumos para fiestas infantiles)
- Pago por servicio para entregas a domicilio.
- Compra de dulces para su re empaque.
- Mantenimiento de mobiliario para las decoraciones.
- Pago a imprenta por impresión de lonas y cortes en foam board.

Fuentes de Ingreso:

- Venta de productos para fiestas infantiles como kits de celebración, algodón de azúcar, globos, cotillón personalizado.
- Venta del servicio de decoración completo que incluye catering y mobiliario.
- Alquiler de mobiliario
- Asignación de plan semilla

- Préstamo para emprendimientos ofertado por BANECUADOR.
- Remanente obtenido por las alianzas con proveedores de productos y servicios.

La forma de pago para los clientes puede ser por varios medios:

- Payphone
- Deuna
- Transferencias bancaria
-

Estrategias para el Cumplimiento de Objetivos

Ofrecer paquetes de decoración basados en temas que se encuentren en tendencia como personajes de dibujos animados, princesas, superhéroes, para los niños.

- Proporcionar servicios personalizados en las que los clientes aportan con ideas, colores que más les guste para crear detalles únicos y exclusivos.
- Mantener perfiles activos en plataformas como Instagram, Facebook, TikTok compartiendo promociones, videos y fotografías llamativas.
- Utilizar herramientas de gestión de proyectos para planificar y coordinar de mejor manera cada evento infantil o corporativo.
- Capacitar a los colaboradores en últimas tendencias de decoración, atención al cliente, gestión de eventos y manualidades
- Aplicar el método SMART, que es una técnica utilizada para establecer y alcanzar objetivos de manera específica, medible, alcanzable, relevante y de larga duración.
- Definir un plan de acción basado en las prioridades y trabajar con el equipo especializado para asegurar el cumplimiento de las metas establecidas.
- Realizar revisiones periódicas del desempeño de la empresa para identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias.
- Crear un plan de cuidado de mercado y publicidad para precisar su alcance y medir a cuantas personas llegamos mensualmente.

Estructura Organizacional de la Cooperativa Camilu Party Planner.

A continuación, en la figura 25 y 26 se muestra el organigrama departamental y funcional de la Cooperativa.

Organigrama Departamental

Figura 25 Organigrama departamental

Organigrama Departamental

Organigrama Funcional

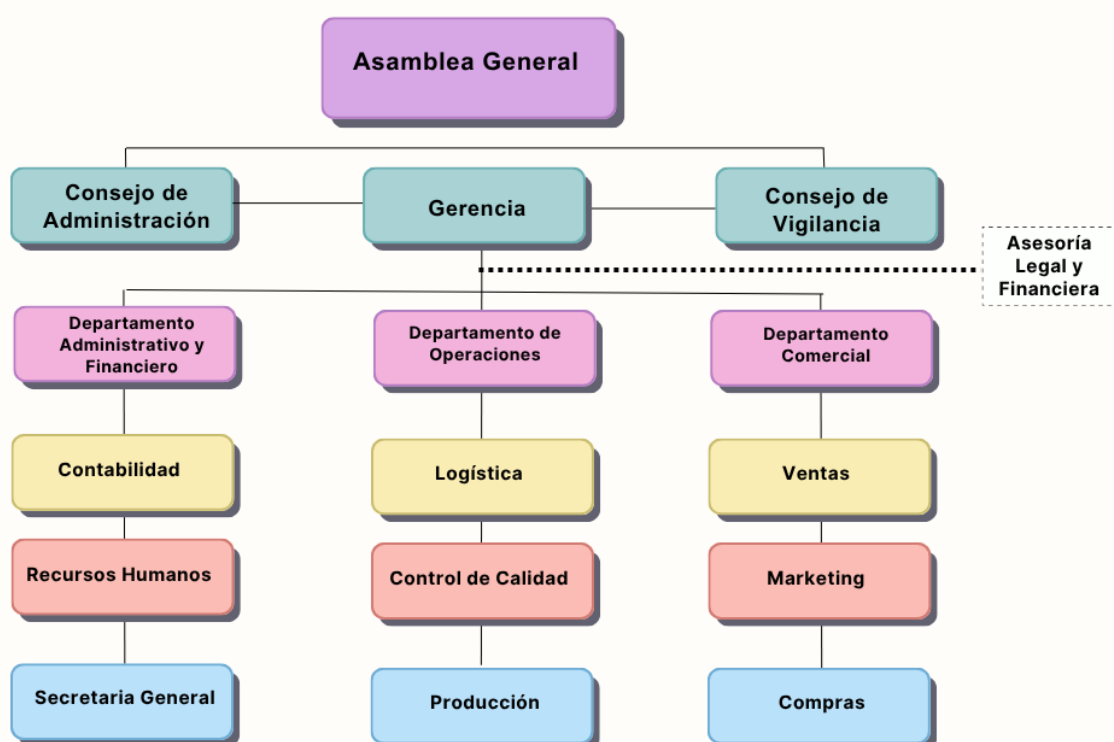
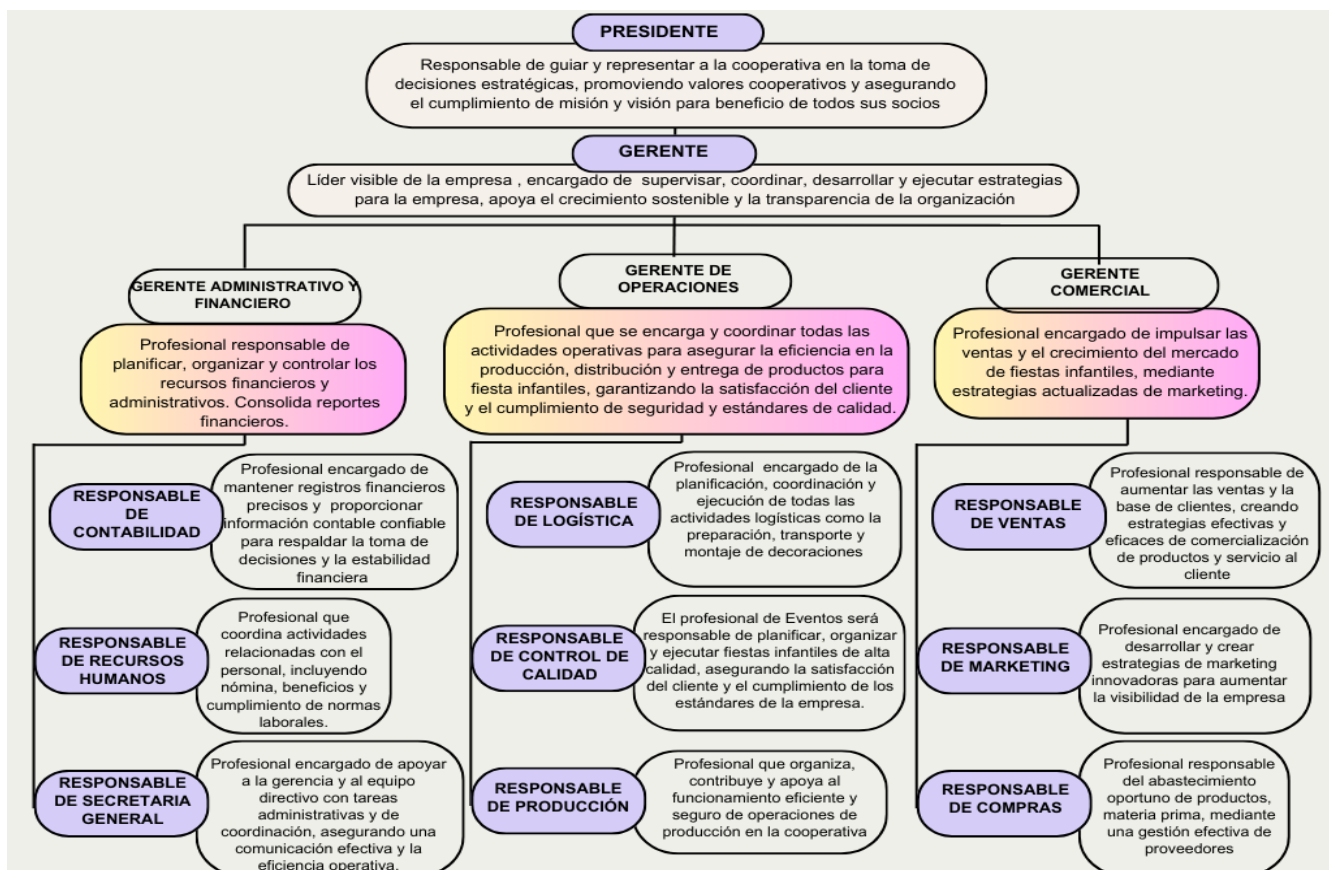


Figura 26 Organigrama funcional

Organigrama Funcional



Desarrollo Del FODA

FODA de la Cooperativa de Servicios de Comercialización de productos para fiestas infantiles Camilu Party Planner

Fortalezas

1. **Productos Personalizados:** Ofrecen una amplia gama de productos personalizados, lo que la diferencia de la competencia y atrae a un público que busca exclusividad y originalidad.
2. **Alta Calidad:** Compromiso con la alta calidad en todos sus productos y servicios, lo que genera satisfacción y lealtad en los clientes.

3. **Asesoramiento Personalizado:** Brindan asesoramiento especializado para la organización de eventos, agregando valor a la experiencia del cliente.
4. **Equipo Creativo:** Cuentan con un equipo creativo dedicado a la innovación y el desarrollo de nuevos productos, manteniendo la oferta fresca y atractiva.
5. **Buena Gestión Financiera:** Sólida gestión financiera que asegura la estabilidad económica y permite una planificación presupuestaria efectiva.
6. **Infraestructura Tecnológica Adecuada:** Sistemas de información bien gestionados que facilitan la eficiencia operativa y mejoran la comunicación interna.

Oportunidades

1. **Creciente Mercado de Fiestas Infantiles:** Incremento en la demanda de productos personalizados y servicios para fiestas infantiles, lo que abre nuevas oportunidades de negocio.
2. **Expansión Geográfica:** Posibilidad de expandirse a nuevas regiones dentro de Ecuador, aumentando la base de clientes.
3. **Alianzas Estratégicas:** Formación de alianzas con otros negocios del sector para ampliar la oferta de productos y servicios.
4. **Tendencias de Consumo Personalizado:** Creciente tendencia hacia la personalización en productos de consumo, que puede ser explotada para atraer más clientes.
5. **Uso de Redes Sociales y Marketing Digital:** Potencial para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes a través de estrategias efectivas de marketing digital.

6. **Financiación y Subvenciones:** Acceso a programas de financiación y subvenciones para cooperativas que podrían aumentar los recursos disponibles para inversión y desarrollo.

Debilidades

1. **Limitaciones Financieras:** Limitado acceso a servicios financieros que pueden restringir la capacidad de inversión en expansión.
2. **Dependencia de Proveedores:** Alta dependencia de proveedores externos para materiales, lo que puede afectar la producción si hay problemas en la cadena de suministro.
3. **Presupuesto Limitado para Marketing:** Restricciones en el presupuesto de marketing que pueden limitar la capacidad de alcanzar un mercado más amplio.
4. **Capacidad limitada:** La cantidad de eventos semanales se puede ver limitado por la falta de personal.
5. **Falta de Experiencia en la Administración:** Posible falta de experiencia específica en la administración de una cooperativa del sector, lo que puede afectar la toma de decisiones estratégicas.
6. **Costos operativos altos:** Los gastos que se realizan en transporte, almacenamiento de mobiliario y la compra de materiales son altos y difíciles de mantener.

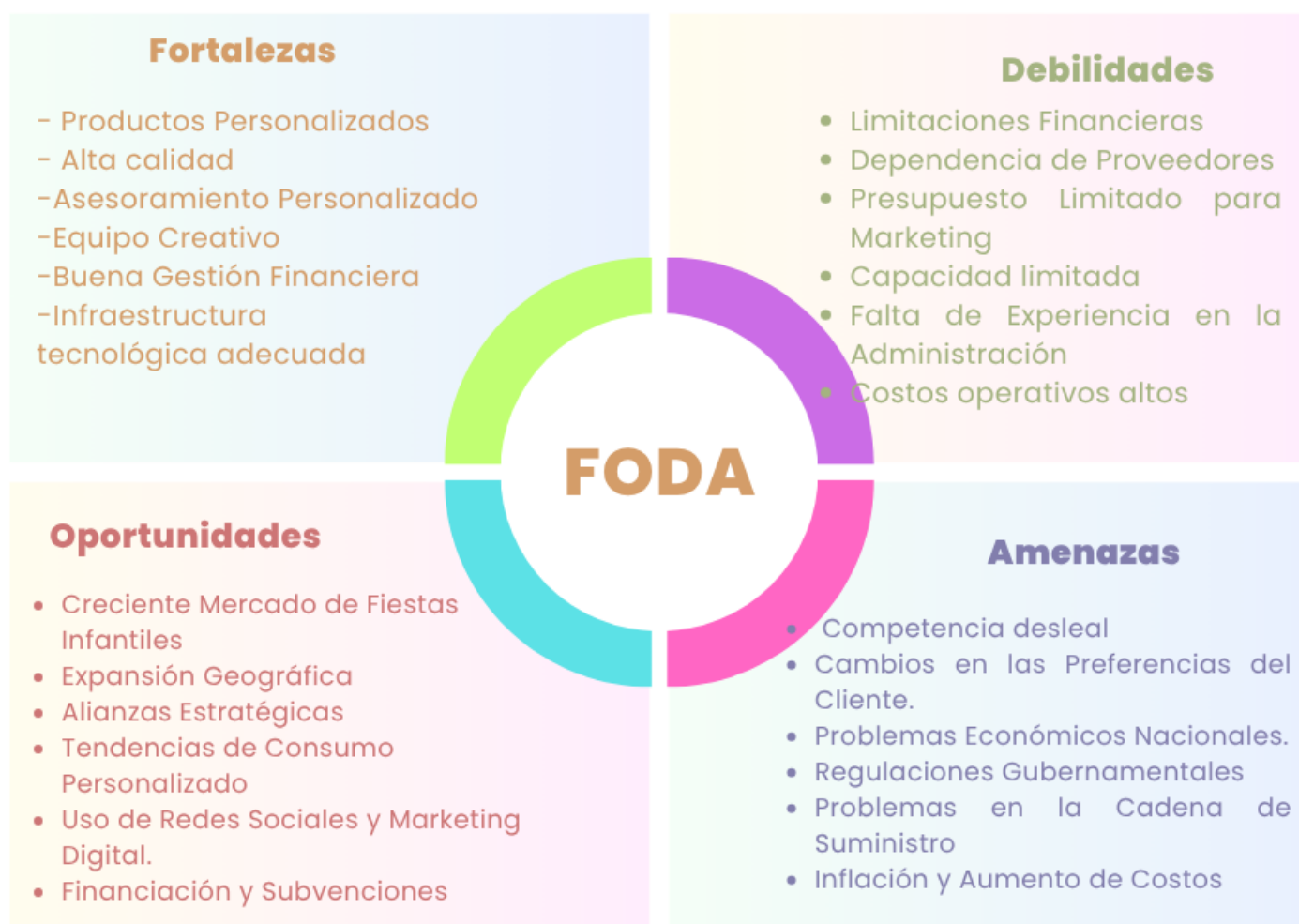
Amenazas

1. **Competencia Intensa:** Presencia de competidores fuertes y bien establecidos en el mercado de productos para fiestas infantiles.

2. **Cambios en las Preferencias del Cliente:** Cambios rápidos en las tendencias y preferencias del consumidor que pueden hacer que los productos actuales queden obsoletos.
3. **Problemas Económicos Nacionales:** Inestabilidad económica en Ecuador que puede afectar el poder adquisitivo de los clientes y la demanda de productos.
4. **Regulaciones Gubernamentales:** Cambios en las regulaciones y políticas gubernamentales que pueden aumentar los costos operativos o limitar ciertas prácticas comerciales.
5. **Problemas en la Cadena de Suministro:** Interrupciones en la cadena de suministro global que pueden afectar la disponibilidad de materiales y productos.
6. **Inflación y Aumento de Costos:** Aumento de los costos de producción debido a la inflación, lo que puede reducir los márgenes de beneficios

Figura 27 FODA

Cuadro de análisis FODA

**Matriz EFI**

Es una matriz de evaluación de factores internos, es decir, las fortalezas y debilidades dentro de la organización.

A continuación, se realizará la matriz EFI de la cooperativa Camilu Party.

Figura 28 Matriz EFI

Matriz de evaluación EFI

MATRIZ DE EVALUACION EFI			
FACTORES INTERNOS	IMPORTANCIA	CALIFICACIÓN	VALOR
FORTALEZAS			
Productos personalizados	0,10	4	0,40
Alta calidad	0,10	4	0,40
Asesoramiento personalizado y exclusivo	0,07	4	0,28
Equipo creativo	0,10	4	0,40
Buena gestión financiera	0,07	3	0,21
Infraestructura tecnológica adecuada	0,07	3	0,21
DEBILIDADES			
Limitaciones Financieras	0,10	1	0,10
Dependencia de Proveedores	0,08	2	0,16
Presupuesto limitado para marketing	0,08	1	0,08
Capacidad limitada	0,07	2	0,14
Falta de experiencia en la administración	0,08	2	0,16
Costos operativos altos	0,08	2	0,16
TOTAL	1,00	-	2,70

Interpretación de resultados

Una vez que se cuenta con los valores totales se puede interpretar de la siguiente manera. El promedio es de 2,5 entendiéndose que, si el valor es menos de la media ponderada, la cooperativa está teniendo muchas debilidades internas; y si es mayor a 2,5 la cooperativa refleja una posición estable y sólida.

En el caso de la Cooperativa de servicios Camilu Party Planner el resultado es de 2,70 lo que nos deja ver que la cooperativa tiene una posición

estable puesto que se encuentra sobre el rango de 2,5. Las debilidades internas que posee la cooperativa están siendo controladas de manera adecuado y se está generando estrategias fuertes para las fortalezas que posee.

Matriz EFE

La matriz EFE es una herramienta de evaluación de los factores externos de la empresa u organización, que permite organizar toda la información que pueda afectar de manera externa, en cuanto a aspectos socioculturales, ambientales, tecnológicos e incluso políticos que intervengan en todos los procesos. Se reconocerán las oportunidades y amenazas.

Figura 29 MATRIZ EFE

Matriz de evaluación EFE

MATRIZ DE EVALUACION EFE			
FACTORES EXTERNOS	IMPORTANCIA	CALIFICACION	VALOR
OPORTUNIDADES			
Creciente mercado de fiestas infantiles	0,10	4	0.40
Expansión geográfica	0,09	3	0,27
Alianzas estratégicas	0,10	4	0,40
Tendencias de consumo personalizado	0,08	4	0,32
Uso de redes sociales y marketing digital	0,09	4	0,36
Financiación y subvenciones	0.07	3	0.21
AMENAZAS			
Competencia Intensa	0,12	4	0,48

Cambios en las preferencias del cliente	0,05	3	0,15
Problemas económicos nacionales	0,09	2	0,18
Regulaciones gubernamentales	0,07	2	0,14
Problemas en las cadenas de suministros	0,07	3	0,21
Inflación y aumento de costos	0,07	2	0,14
TOTAL	1,00	-	3,26

Interpretación de resultados

El resultado es el valor promedio ponderado y un 4.0 indica que la organización está respondiendo con eficacia a la amenazas y oportunidades; en el caso de la Cooperativa de Servicio de comercialización de productos para fiestas infantiles Camilu Party Planner el resultado es de **3,26** lo que nos indica que está aprovechando las oportunidades y reduce eficazmente las amenazas que tiene presente.

Cruce de Variables

Figura 30 Matriz cruce de variables

Matriz de cruce de variables

Factores internos Factores externos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		F1. Productos personalizados F2. Alta calidad F3. Asesoramiento personalizado y exclusivo F4. Equipo creativo F5. Buena gestión financiera F6. Infraestructura tecnológica adecuada.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1 Creciente mercado de fiestas	(F1O2) Establecer estrategias para llegar con los productos personalizados a otras provincias o incluso enviar la papelería creativa fuera del país.	(D3O5) Diseñar una estrategia de marketing y neuromarketing y poder asignar un presupuesto específico para la publicación de publicidad de la cooperativa
O2 Expansión geográfica	(F3O4) Crear una estrategia para mejorar el asesoramiento personalizado y así mantenernos en las tendencias de consumo personalizado.	(D5O3) Buscar alianzas estratégicas con entidades o instituciones que puedan brindar capacitación al personal de la cooperativa en cuanto a temas de administración.
O3 Alianzas estratégicas	publicación en redes sociales los productos personalizados y de alta calidad se incrementará masivamente las ventas	(D4O1) Crear una estrategia que permita alcanzar esa capacidad limitada de realizar eventos y poder abastecer al creciente mercado de fiestas
O4 Tendencias de consumo personalizado		
O5 Uso de redes sociales y marketing		
O6 Financiación y subvenciones		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1 Competencia Intensa	(F1A1) Crear una estrategia para realizar con más rapidez los productos personalizados y que se pueda ir un paso delante de la competencia intensa	(D1A3) Crear una estrategia para crear una caja de ahorros que pueda ayudarnos con la limitación financiera y tener un capital por los posibles problemas económicos nacionales que se puedan dar
A2 Cambios en las preferencias del cliente	nuestros clientes que los productos personalizados son de alta calidad y así competir en el mercado	proveedores que nos puedan ayudar si uno no puede y de igual manera suplir las necesidades que surgen cuando ocurren
A3 Problemas económicos nacionales	(F4A5A3) Una estrategia que permita al equipo creativo, buscar la solución a los problemas en las cadenas de suministros y que se pueda acceder a nuevos proveedores con la ayuda de una gestión	(D5A1) Realizar análisis de la competencia para conocer sus posibles debilidades y poder apalancarnos de ellas y ganar experiencia en los temas de la cooperativa
A4 Regulaciones gubernamentales		
A5 Problemas en las cadenas de suministros		
A6 Inflación y aumento de costos		

Nota Esta matriz permite visualizar las estrategias más adecuadas para la cooperativa, al cruzar factores internos (fortalezas y debilidades) con factores externos (oportunidades y amenazas). De este cruce se generan estrategias FO, DO, FA y DA, que guían la toma de decisiones estratégicas para el crecimiento y sostenibilidad del emprendimiento de decoración de fiestas infantiles y papelería creativa.

Producción y servicios

Productos o Servicios

La cooperativa comercializa productos de decoración y organización de fiestas infantiles

Descripción del producto y servicio

Dentro de la oferta de servicios de *Camilu Party Planner*, la decoración personalizada constituye un componente diferenciador que aporta valor agregado a los eventos. Este servicio integra de manera planificada y armónica diversos elementos, como mobiliario exclusivo y apropiado para la ocasión, junto con papelería creativa elaborada de forma única para cada cliente. Dichos diseños son irrepetibles, incluso en casos donde la temática sea similar, lo que garantiza la autenticidad del servicio y refuerza el compromiso de la organización con la personalización, la calidad y la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de sus clientes. Este enfoque no solo fortalece la propuesta de valor del emprendimiento, sino que también se enmarca en los principios de la Economía Popular y Solidaria, promoviendo la diferenciación, la innovación y el trato justo en el mercado, como se puede observar en la figura 31.

Figura 31 Decoración Bella y Bestia

Decoración de la Bella y la Bestia



En cuanto al algodón de azúcar personalizado son vasos diferentes que traemos desde guayaquil puesto que en la ciudad de Quito no se encuentra vasos de la calidad premium, el color del algodón va de acuerdo a la temática de la fiesta de cumpleaños, en el vaso se incluye el nombre

del cumpleaños realizado en vinil adhesivo, la silueta del protagonista de la temática es realizada en vinil para encima pegar la misma imagen de la silueta pero ya completa y en papel fotográfico, el vaso es sellado para en la parte superior colocar marshmallows que también van de acuerdo a la temática (flores, corazones, espiral) y finalizamos con un topper en fomix y vinil con la edad del cumpleaños. Obteniendo un producto final hermoso, exclusivo, dulce y delicioso, como se puede observar en la figura 32.

Figura 32 Algodón de azúcar

Algodón de azúcar personalizado.



Nota: elaboración propia

Los kits personalizados son productos que se encuentran en el mercado, pero son sencillos y no causan felicidad ni asombro en los niños como es el caso de papas fritas de fundas, chocolates, agua o cola y galletas, lo que Camilu hace es transformar esos productos en algo novedoso personalizado y exclusivo, cambiando las envolturas de

acuerdo con la temática, poniendo el nombre del cumpleaños y datos que de seguro sacaran una sonrisa, como se puede observar en la figura 33.

Figura 33 Kits personalizados

Kits personalizados para fiestas infantiles.



Nota: elaboración propia

Macro localización y Micro localización

La Cooperativa Camilu Party Planner instalará su planta en la ciudad de Quito, el Valle de los Chillos, lugar en dónde se comercializa más sus productos, podrían elegirse entre 3 sectores, siendo estos Conocoto, Sangolquí y la

Armenia.

En cuanto a la macro localización se refiere a las características, ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos, es decir, la región o territorio. Según el siguiente cuadro se puede analizar que el mejor lugar para ubicar a la Cooperativa es el sector de Sangolquí, puesto que tiene más acceso de las socias además de la cercanía con el público objetivo. Y, la micro localización es el estudio enfocado en el lugar y terreno para instalar la Cooperativa, según lo analizado en el cuadro se puede ver que el mejor sitio es en Sangolquí en las calles Av. San Luis y Santa, puesto que es un lugar céntrico, y con los medios de transporte más accesibles.

Tabla 18 Macrolocalización

Tabla 18

Macro localización

MACRO LOCALIZACIÓN CAMILU PARTY PLANNER							
SECTOR		CONOCOTO		SANGOLQUI		ARMENIA	
FACTORES	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN 1-10	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN 1-10	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN 1-10	CALIFICACIÓN PONDERADA
Disponibilidad de personal calificado	15	7	135	9	105	8	120
Cercanía a los clientes/centros de distribución	30	8	240	9	270	8	240
Cercanía a proveedores	10	7	70	8	80	8	80
Disponibilidad de transporte y vías de acceso.	20	8	160	8	160	8	160
Disponibilidad de servicios básicos	10	8	80	8	80	7	80
Costo bajo/alquiler de terreno o instalaciones.	15	8	120	8	120	7	120
TOTAL			805		815		800

Nota: elaboración propia

Tabla 19 Microlocalización

Tabla 19*Microlocalización*

MICRO LOCALIZACIÓN CAMILU PARTY PLANNER							
DIRECCIÓN / UBICACIÓN		Av. Abdón Calderon y Av. Juan Montalvo		Av. San Luis y Santa Clara		Sebastian de Benalcazar y Luis Felipe Borja	
FACTORES	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN 1-10	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN 1-10	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN 1-10	CALIFICACIÓN PONDERADA
Infraestructura con divisiones adecuados, espacios iluminados.	20	7	135	9	105	8	120
Calle principal con buena iluminación y parqueaderos.	30	8	240	9	270	8	240
Acceso a transporte público	13	7	91	8	104	8	104
Ubicación de competencia	11	8	88	8	88	8	88
Disponibilidad de conexiones y datos	11	8	88	8	88	7	88
Costo bajo/alquiler de terreno o instalaciones.	15	8	120	8	120	7	120
TOTAL			762		775		760

Flujograma

El proceso de producción que se presenta a continuación es del algodón de azúcar, puesto que es el producto estrella y el más vendido en las fiestas infantiles que realiza la Cooperativa Camilu Party Planner y para ello, se debe realizar la respectiva fecha de procedimiento. En este caso se complementa con el diagrama de tortuga para poder entender de mejor manera el proceso del algodón de azúcar.

Tabla 20 Ficha de procedimiento

Tabla 20

Ficha de procedimiento del producto estrella (algodón de azúcar envasado)

Ficha de Procedimiento

Proceso productivo de los vasos de algodón de azúcar:

- 1.- Elección de la temática
- 2.- Elaboración del diseño
- 3.-Tinturar el azúcar según la temática solicitada. 3.- Pedido de elaboración del diseño en vinilo
- 4.- Impresión de imágenes
- 5.- Se activa el protocolo de bioseguridad
 - 5.1 Limpieza de todo lo que se va usar con agua, jabón y alcohol.
 - 5.2 Limpieza de la mesa en donde se va a colocar los vasos de algodón.
 - 5.3 Colocación de implementos de seguridad guantes, mascarilla, gorros y mandil.
- 6.-Iniciar el proceso de la máquina de azúcar.
- 7.-Realizar el algodón.
- 8.- Colocar el algodón en los vasos
- 9.- Sellar el vaso de algodón.
- 10.- Llenar la tapa del vaso con los masmelows.
- 11.- Sellar definitivamente el vaso.
- 12.- Decoración del vaso con el vinil y los números.
- 13.-Colocar etiquetas con nuestro número de teléfono y redes sociales.

Tabla 21 Proceso Productivo de algodón de azúcar

Tabla 21

Proceso Productivo del algodón de azúcar

Proceso Productivo	
Pa so	Descripción
1	Elección de la temática junto con el cliente
2	Elaboración del diseño del vaso de algodón de azúcar
3	Tinturar el azúcar según la temática solicitada
4	Impresión de imágenes
5	Se activa el protocolo de bioseguridad Limpieza de todo lo que se usa con agua, jabón

	<p>y alcohol. Limpieza de la mesa en donde se va a colocar los vasos de algodón.</p> <p>Colocación de implementos de seguridad guantes, mascarilla, gorros y mandil.</p>
6	Iniciar el proceso de la máquina de azúcar
7	Realizar el algodón.
8	Colocar el algodón en los vasos
9	Sellar el vaso de algodón.
10	Llenar la tapa del vaso con los masmelows.
11	Sellar definitivamente el vaso.
12	Decoración del vaso con el vinil y los números.
13	Colocar etiquetas con nuestro número de teléfono y redes sociales.
14	Empacar
15	Envío y entrega.
Proceso Comercial	
Pa so	Descripción
1	<p>Diseño de comunicaciones:</p> <p>Investigación de información para aportar valor en nuestras redes sociales. Realización de los post y creativos en canva para postear.</p>
2	<p>Publicación de estados en whatsapp con publicidad</p> <p>Publicación de publicidad en grupos del facebook.</p>
3	Pago de pautas publicitarias en instagram.
4	Entrega de nuestro producto a mamitas influencers a cambio de publicidad.
5	Solicitar a nuestros clientes su testimonio para poder postear en nuestras redes sociales.

Nota: elaboración propia

Figura 34 Diagrama de tortuga

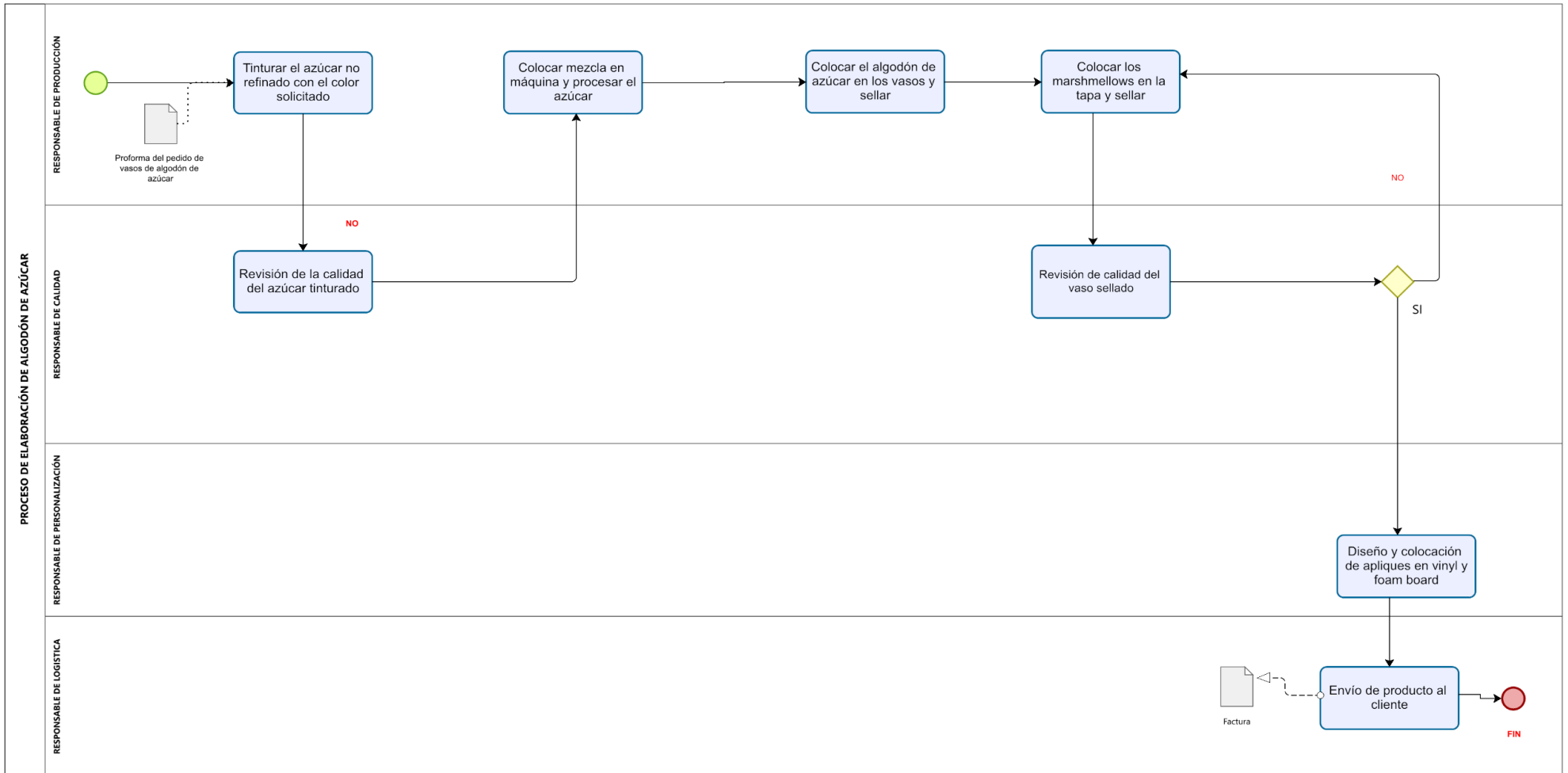
Diagrama de tortuga



Nota: elaboración propia

Figura 35 Flujograma

Flujograma del proceso de algodón de azúcar realizado en bizagi



Nota: elaboración propia

Identificación recursos, insumos, equipos e instalaciones

Tabla 22 Cuadro de recursos

Tabla 22

Cuadro de recursos que posee la Camilu Party Planner

		Recursos Clave				
		Recursos Disponibles				
Tipo recurso	Descripción	Cantidad	Estado	Importancia	Precio	Descripción Importancia
Equipos y Maquinarias	COCINA	1	Bueno	MEDIO	\$200.00	El horno de la cocina ayuda a secar el azúcar tinturado y darle el brillo necesario.
Equipos y Maquinarias	IMPRESORA EPSON L500	1	Regular	ALTO	\$250.00	Para realizar los kits de personalizados se necesita imprimir en muy buena calidad las imágenes diseñadas.
Equipos y Maquinarias	INFLADORES PROFESIONALES	4	Excelente	ALTO	\$80.00	Dos máquinas profesionales para inflar los globos, así como 2 infladores manuales, importantes para la realización de los arcos en las decoraciones.

Equipos y Maquinarias	LAPTOP	1	Excelente	ALTO	\$450.00	En el computador es en donde se encuentran los programas necesarios para realizar los diseños y ayuda también para publicar las fotografías. Es también en donde llevo los inventarios
Equipos y Maquinarias	MAQUINA DE ALGODÓN DE AZÚCAR	1	Excelente	ALTO	\$300.00	Para la elaboración del producto principal.
Equipos y Maquinarias	MAQUINA SELLADORA DE FUNDAS	1	Excelente	BAJO	\$20.00	Es utilizada para sellar las fundas en las que se envía los productos
Equipos y Maquinarias	MOBILIARIO	10	Excelente	ALTO	\$100.00	El mobiliario en mdf y metal

Capacidad instalada

La capacidad instalada es un cálculo que se realiza mensualmente, usando la formula $(\text{Producción real} / \text{Capacidad instalada}) \times 100$.

La capacidad instalada es el nivel máximo de producción de la Cooperativa, permite planificar la producción, gestionar los recursos y evaluar la eficiencia.

Realizando el cálculo con los productos y servicios de la Cooperativa se obtuvo los siguientes datos.

Tabla 23 Capacidad instalada del producto

Tabla 23

Capacidad instalada del producto del algodón de azúcar.

CAPACIDAD INSTALADA	
Producto: Algodón de Azúcar en vasos	
Unidades de producción	200
Producción real	100
TOTAL	50%

Nota: elaboración propia

El resultado obtenido en el cálculo de la capacidad instalada del producto “algodón de azúcar en vasos” evidencia un nivel de utilización del **50 %**. Este porcentaje refleja que, de la capacidad total disponible para la elaboración del producto, únicamente la mitad está siendo aprovechada de manera efectiva.

En el contexto de una organización de la Economía Popular y Solidaria, este indicador adquiere relevancia, ya que el uso parcial de la capacidad productiva puede estar asociado a diversos factores, tales como variaciones en la demanda, disponibilidad limitada de materia prima, restricciones logísticas o decisiones estratégicas orientadas a priorizar otros bienes y servicios.

Desde la perspectiva administrativa y emprendedora, este nivel de aprovechamiento implica una oportunidad significativa para optimizar la infraestructura y el equipamiento existentes, sin incurrir en costos adicionales de inversión. Incrementar el uso de la capacidad instalada no solo permitiría mejorar la eficiencia operativa y reducir el costo unitario de producción, sino también fortalecer la sostenibilidad económica de la organización, ampliar la cobertura de

mercado y reforzar el posicionamiento del producto en ferias inclusivas, eventos y canales de comercialización propios del sector.

Tabla 24 Capacidad instalada del servicio

Tabla 24

Capacidad instalada del servicio de decoración

CAPACIDAD INSTALADA	
Servicio: Decoración de fiestas infantiles	
Unidades de producción	4
Producción real	1
TOTAL	25%

Nota: elaboración propia

El cálculo de la capacidad instalada para el servicio de decoración de fiestas infantiles evidencia un porcentaje de utilización que, si bien permite atender la demanda actual, no alcanza el total del potencial productivo de la organización. Esto indica que existe un margen disponible para incrementar la cantidad de eventos realizados sin que ello requiera inversiones adicionales en infraestructura o equipamiento especializado.

En el marco de una organización de la Economía Popular y Solidaria, este indicador es relevante, ya que refleja la posibilidad de optimizar recursos existentes, fortalecer la eficiencia operativa y generar mayores ingresos a partir de la misma capacidad instalada. Entre los factores que podrían influir en el nivel de aprovechamiento se encuentran la estacionalidad de la demanda, la disponibilidad de insumos, el tiempo de montaje y desmontaje, así como la estrategia comercial implementada.

En el caso de *Camilu Party Planner*, aprovechar este margen de capacidad permitiría ampliar la cobertura de servicios, atender simultáneamente

más eventos y diversificar la propuesta creativa en cuanto a temáticas y estilos. Esto no solo incrementaría la rentabilidad, sino que también reforzaría el posicionamiento del emprendimiento en el mercado de eventos infantiles, alineándose con los principios de la Economía Popular y Solidaria mediante la innovación, la atención personalizada y el compromiso con la satisfacción del cliente.

Plan de Marketing (Marketing MIX)

Para la Cooperativa Camilu Party Planner es importante crear estrategias y combinar herramientas controladas para producir respuestas y satisfacción a las necesidades o problemas del mercado objetivo además de poder influir en la demanda de los productos y servicios que se ofrece en la Cooperativa. El plan de marketing mix se enfocará en realizar estrategias para el producto, precio, promoción y plaza.

Producto

Existen dos tipos de productos un bien o servicio en la Cooperativa se dispone de los dos tipos un bien de consumo que es el algodón de azúcar, e industriales como la papelería creativa, y en cuanto a los servicios el que se tiene es el de decoración de fiestas infantiles.

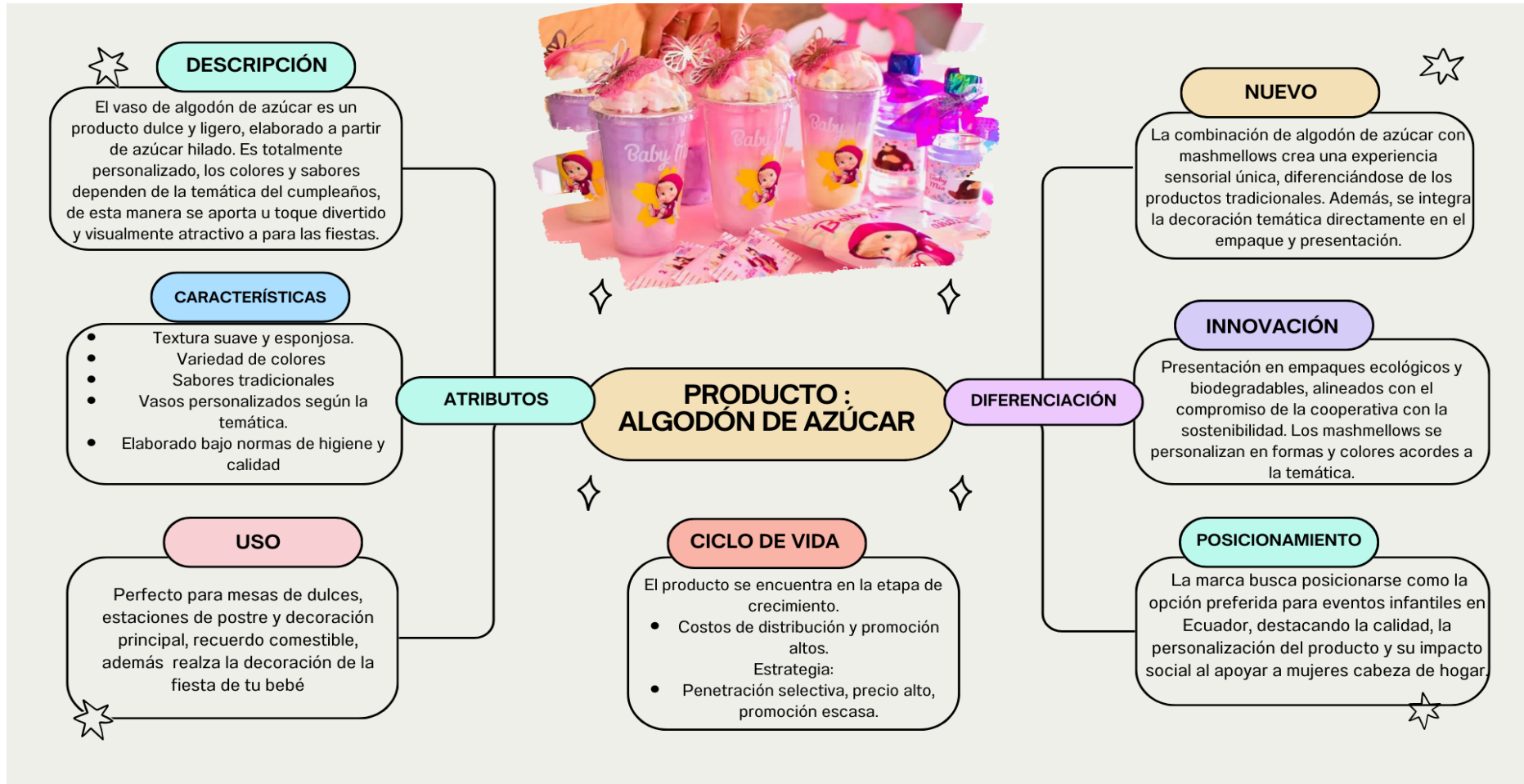
Los productos de la Cooperativa tienen atributos específicos para lograr competir en el mercado.

Figura 36 Algodón de azúcar envasado



Figura 37 Producto

Producto



Precio (estrategias de fijación de precios)

La política de precios para el servicio de decoración personalizada de fiestas infantiles de la Cooperativa *Camilu Party Planner* se fundamenta en criterios socioeconómicos, psicológicos y de calidad. Desde el ámbito socioeconómico, los valores establecidos se orientan a familias de ingresos medios y altos que buscan experiencias únicas para celebraciones especiales.

De acuerdo con la investigación de mercado, el presupuesto promedio que los clientes están dispuestos a invertir oscila entre USD 100 y USD 200 para una decoración completa, con un 39,6 % de preferencia en el rango de USD 100 a USD 150, un 32,1 % en el rango de USD 150 a USD 200 y un 24,5 % dispuesto a pagar entre USD 200 y USD 250.

En el plano psicológico, se considera que la exclusividad y personalización de la decoración generan un sentido de pertenencia y distinción, satisfaciendo necesidades sociales de reconocimiento y estima, de acuerdo con la jerarquía de Maslow. Este valor percibido se incrementa mediante el diseño único de cada evento, evitando la repetición de temáticas y garantizando la originalidad. En cuanto a la calidad, se asegura el uso de materiales resistentes, seguros y visualmente atractivos, que contribuyen a un resultado estético de alto nivel.

Complementariamente, se implementa una estrategia de incentivos comerciales que incluye descuentos por contratación anticipada, tarifas preferenciales en paquetes integrados (decoración más papelería creativa) y beneficios especiales para clientes recurrentes. Esta política de precios no solo busca maximizar la rentabilidad, sino también fidelizar a la clientela objetivo, consolidando el posicionamiento de la cooperativa en el mercado de eventos

infantiles dentro del marco de la Economía Popular y Solidaria.

Figura 38

Decoración completa de Moana



Nota: Decoración de 6 metros, con temática de Moana en paleta de colores tierra, incluye papelería creativa y dulces.

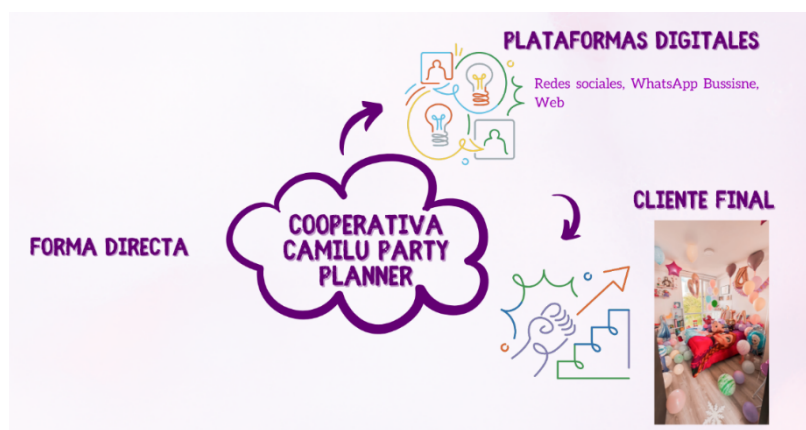
Plaza (distribución)

La distribución del servicio de decoración se realiza de forma directa y personalizada. Las contrataciones se gestionan mediante plataformas digitales como redes sociales, WhatsApp Business y página web, donde el contacto entre el cliente y la cooperativa es inmediato, sin la intervención de terceros. Esta modalidad permite una conexión horizontal con otros emprendedores del sector, como proveedores de pastelería, mobiliario o entretenimiento, con quienes se pueden establecer alianzas para ampliar la cobertura del servicio. El punto de atención principal es virtual, lo que facilita la visibilidad y el acceso a clientes de diferentes zonas. Para garantizar un servicio eficiente, se mantiene un control riguroso del inventario de mobiliario, insumos y materiales decorativos, lo que permite una planificación adecuada. La elección de los canales logísticos también responde al principio de eficiencia y cercanía, minimizando costos

operativos y optimizando los tiempos de entrega e instalación. Además, se prioriza trabajar con proveedores locales para fortalecer la economía del entorno y reducir el impacto ambiental.

Figura 39 Distribución de Productos

Gráfico de distribución de Productos y servicios.



Promoción

Se implementará una estrategia de marketing directo centrada en la interacción cercana con los potenciales clientes. Las redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok) serán los canales principales, donde se difundirán fotografías y videos de decoraciones personalizadas realizadas por la cooperativa, destacando la creatividad, el detalle y la exclusividad de cada montaje. Se incluirán testimonios reales de familias satisfechas, reforzando así la confianza y credibilidad del servicio. La comunicación se enfocará en el valor emocional de una celebración bien decorada, mostrando cómo cada cliente recibe un diseño único, creado a medida, que no se repite ni siquiera con temáticas similares. Esta personalización refuerza la percepción de calidad, compromiso y originalidad. Asimismo, se promoverá el impacto social de la cooperativa, destacando su labor como generadora de empleo para mujeres cabeza de hogar y su enfoque en la economía popular y solidaria.

Figura 40 Publicidad

Ficha de publicidad para instagram



Plan Financiero

Producción esperada

Para la Cooperativa Camilu Party Planner la producción anual esperada de los productos algodón de azúcar en vaso personalizado y con marshmallows, kits de personalizados en lo que se incluye sorpreseros, cajas, papás, chocolates y galletas reempaquetadas con la temática de la fiesta infantil y el servicio de decoración de fiestas infantiles en el año 1 es de 720 unidades, mientras que el año 2,3. 4 y 5 la producción sube considerablemente puesto que es importante incrementar las ventas para que la Cooperativa pueda crecer y generar excedentes, finalizando así con una producción de 1054 en el año 5, en cuanto al Servicio de decoración de fiestas infantiles con un valor de \$250.00, en el primer año es de 48 servicios y finalmente en el quinto año de 116; el kit de personalizados se inicia con una producción de 480 unidades y en el año quinto 720 unidades

Tabla 25 Producción esperada

Tabla 25

Producción esperada

PLANTILLA FINANCIERA											
PRODUCCIÓN ESPERADA											
PRODUCTO O SERVICIO	PRECIO	CANTIDAD ANUAL (Kit - Producto)					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5					
1.- Algodón de azúcar (Algodón de azúcar personalizado envasado en vasos pet, con marshmallows).	\$ 1.50	720	792	871	958	1054	60	66	73	80	88
2.- Servicio de decoración para fiestas infantiles (Decoración de fiestas infantiles).	\$ 250.00	48	72	96	106	116	4	6	8	9	10
3.- Kits de personalizados (Cajas).	\$ 30.00	480	480	600	600	720	40	40	50	50	60
0	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		1248	1344	1567	1664	1890	104	112	131	139	158

Ventas Proyectada

El realizar una proyección de ventas de los productos y el servicio que ofrece la Cooperativa, permite conocer cuál sería el

crecimiento de la empresa, y de esta manera poder tomar decisiones para que financieramente la Cooperativa tenga su punto de equilibrio y lograr llevar con éxito a la Cooperativa. En el cuadro observamos que las ventas incrementan cada año por lo cual los ingresos también aumentan y favorecen a todas las socias.

Tabla 26 Ventas Proyectadas

Tabla 26

Ventas Proyectadas

VENTAS PROYECTADAS											
PRODUCTO O SERVICIO	PRECIO	VENTAS ANUALES (US\$)					AÑO 1 VENTAS/ MES	AÑO 2 VENTAS/ MES	AÑO 3 VENTAS/ MES	AÑO 4 VENTAS/ MES	AÑO 5 VENTAS/ MES
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5					
1.- Algodón de azúcar (Algodón de azúcar personalizado envasado en vasos pet, con marshmallows).	\$ 1.50	\$ 1,080.00	\$ 1,188.00	\$ 1,306.80	\$ 1,437.48	\$ 1,581.23	\$ 90.00	\$ 99.00	\$ 108.90	\$ 119.79	\$ 131.77
2.- Servicio de decoración para fiestas infantiles (Decoración de fiestas infantiles).	\$ 250.00	\$ 12,000.00	\$ 18,000.00	\$ 24,000.00	\$ 26,400.00	\$ 29,040.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,200.00	\$ 2,420.00
3.- Kits de personalizados (Cajas).	\$ 30.00	\$ 14,400.00	\$ 14,400.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	\$ 21,600.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,800.00
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL		\$ 27,480.00	\$ 33,588.00	\$ 43,306.80	\$ 45,837.48	\$ 52,221.23	\$ 2,290.00	\$ 2,799.00	\$ 3,608.90	\$ 3,819.79	\$ 4,351.77

Estructura De Costos

En este apartado se identificará la estructura de costos, en los que se tiene la inversión que la Cooperativa ha realizado y tendrá que realizar, así como los costos fijos, es decir todos los costos que la Cooperativa debe cancelar siempre e independientemente de la producción que se realiza, los costos que son variables debido a que depende de la producción que se realice, finalmente, los costos de mantenimiento y promoción.

Tabla 27 Costos de inversión

Tabla 27

Costos de inversión

COSTOS DE INVERSION				
LISTADO DE NECESIDADES(MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES)	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TIENE
Maquina de corte Cricut	2	\$ 550.00	\$ 1,100.00	1
Computadora	1	\$ 650.00	\$ 650.00	1
Impresora Eco tank	1	\$ 450.00	\$ 450.00	NO
Impresora Laser	1	\$ 600.00	\$ 600.00	SI
Máquina de algodón de azúcar	1	\$ 300.00	\$ 300.00	SI
Maquina Minc	1	\$ 250.00	\$ 250.00	SI
Mobiliario de decoración	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	SI
Muebles	1	\$ 500.00	\$ 500.00	SI
Enseres	1	\$ 200.00	\$ 200.00	SI
Máquina de corte laser	1	\$ 600.00	\$ 600.00	NO
Encuadernadora	1	\$ 100.00	\$ 100.00	NO
Mobiliario nuevo	1	\$ 700.00	\$ 700.00	NO
		TOTAL	\$ 6,450.00	

Tabla 28 Costos fijos

Tabla 28

Costos Fijos

COSTOS FIJO	USD
Alquiler de instalaciones	\$30.00
Servicios públicos (agua, luz, gas)	\$15.00
Sueldos del personal administrativo	\$1,500.00
Publicidad y marketing	\$50.00
Servicios externos (contabilidad, legales)	\$100.00
Comunicaciones (teléfono, internet)	\$30.00
TOTAL	\$1,725.00

Tabla 29 Costos Variables

Tabla 29

Costos Variables

COSTOS VARIABLES	CANTIDAD	USD
Materia prima	1	\$ 500.00
Empaques	1	\$ 150.00
Transporte y logística	1	\$ 100.00
TOTAL		\$ 750.00

Nota: elaboración propia

Tabla 30 Costos de mantenimiento

Tabla 30

Costos de Mantenimiento

COSTO DE MANTENIMIENTO ANUAL	
CONCEPTO	US\$ ANUAL
Mantenimiento de instalaciones	\$ 10.00
Mantenimiento de equipos y maquinaria	\$ 45.00
Renovación de mobiliario	\$ -
TOTAL	\$ 55.00

Nota: elaboración propia

Tabla de Amortización crediticia

En el desarrollo del proyecto se concluye que, por el momento, no se requiere acudir a financiamiento externo, por lo que la tabla de amortización no será parte del documento. No obstante, si en algún momento se considera necesario solicitar un préstamo, este se gestionará siguiendo las condiciones y términos que establezca la entidad financiera seleccionada.

Flujo de ingresos y gastos

Es importante para la Cooperativa conocer el flujo de los ingresos que percibe, así como los gastos, puesto que nos permite realizar un análisis financiero y tomar decisiones para mejorar y corregir errores.

Tabla 31 Flujo de ingresos y gastos

Tabla 31

Flujo de ingresos y gastos

FLUJO DE INGRESOS Y GASTOS						
	Año 0					
<i>Inversión</i>	6,450					
<i>Crédito</i>	-					
INGRESOS:	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas (deducido IVA)		\$ 23,358.00	\$ 28,549.80	\$ 36,810.78	\$ 38,961.86	\$ 44,388.04
<i>Total ingresos</i>		\$ 23,358.00	\$ 28,549.80	\$ 36,810.78	\$ 38,961.86	\$ 44,388.04
GASTOS:	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de operación						
Gastos variables		\$ 5,941.88	\$ 6,398.94	\$ 7,461.63	\$ 7,922.12	\$ 9,000.00
Gastos fijos		\$ 20,700.00	\$ 20,700.00	\$ 20,700.00	\$ 20,700.00	\$ 20,700.00
Gastos de mantenimiento		\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00
Subtotal Gastos de operación		\$ 26,696.88	\$ 27,153.94	\$ 28,216.63	\$ 28,677.12	\$ 29,755.00
Gastos de Promoción y publicidad		\$ 1,920.00	\$ 1,920.00	\$ 1,920.00	\$ 1,920.00	\$ 1,920.00
Gastos financieros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Total gastos</i>		\$ 28,616.88	\$ 29,073.94	\$ 30,136.63	\$ 30,597.12	\$ 31,675.00
Déficit o Superavit operativo		\$ -5,258.88	\$ -524.14	\$ 6,674.15	\$ 8,364.74	\$ 12,713.04

Nota: elaboración propia

Viabilidad Financiera

Tabla 32 Cálculo de indicadores

Tabla 32

Cálculo de indicadores financieros

Tasa de descuento anual	15.0%		
CÁLCULO DE INDICADORES FINANCIEROS			
INDICADOR	VALOR	RANGO	ESTADO
	US\$		
AÑO 0	-6,450		
AÑO 1	-5,259		
AÑO 2	-524		
AÑO 3	6,674		
AÑO 4	8,365		
AÑO 5	12,713		
VAN (año 1 a 5)	10,522		
VAN	4,072	positivo	Factible
TIR	25%	> tasa desc.	Factible
B/C	1.6	> 1	Factible

La evaluación financiera constituye una etapa esencial en el proceso de formulación y análisis de proyectos, ya que permite determinar su factibilidad económica a partir de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la Relación Beneficio-Costo (B/C). Estos parámetros, conforme a la metodología utilizada en el presente estudio, se calcularon considerando los flujos de caja proyectados y una tasa de descuento correspondiente al costo de oportunidad del capital.

En todo tipo de proyecto es necesario realizar una inversión sea de dinero, tiempo o esfuerzo para lograr obtener un retorno o beneficio en el futuro. El plan de negocios permite a cualquier proyecto analizar la viabilidad económica, es decir si el negocio obtendrá ganancias o pérdidas, y en cualquiera de los dos casos se deben crear estrategias que permitan en el primero crecer, llegar a un punto de equilibrio y en el segundo estrategias para solucionar los problemas y analizar costos o gastos que pueden estar influyendo para que el negocio tenga pérdidas.

La Cooperativa Camilu Party Planner tendría según el plan de negocios una inversión de \$ 6.450 dólares. Una vez, que tenemos claro los ingresos mensuales, las ventas

que se realizará, así como la proyección de ventas, los costos y promoción que se realizará en la Cooperativa, obtenemos 3 indicadores financieros que permitirá conocer si el proyecto es viable o no.

Valor Actual Neto (VAN)

En la mayoría de los emprendimiento o negocios en el primer año difícilmente se puede obtener ganancias mucho menos excedentes, en el caso de la Cooperativa Camilu Party Planner se tiene un flujo de caja es decir el movimiento de dinero que ingresa y sale de la Cooperativa (ingresos y egresos), para de esta manera encontrar el punto de equilibrio.

VAN o Valor Actual Neto, positivo de 4,072 lo que significa que el proyecto genera valor y es rentable con la tasa establecida del 15%, es decir que después de recuperar la inversión inicial nos queda ese valor de beneficio lo que permitirá re invertir y generar los excedentes deseados para mejorar el bienestar de todos los socios. Cabe recalcar que el VAN permite a la Cooperativa medir cuánto valor genera en términos monetarios. En este caso el VAN es positivo lo que quiere decir que la rentabilidad es buena y la recuperación de la inversión inicial será más rápida y el proyecto es factible.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la Tasa Interna de Retorno que voy a percibir a futuro, es decir es la tasa de rendimiento que se va a tener en la Cooperativa, pero siempre asegurándose de tener un beneficio financiero y social, al ser una organización de la Economía Popular y solidaria se deben generar excedentes. Con la plantilla financiera analizada se obtuvo una TIR del 25% sobre la tasa de descuento del 15% lo que nos quiere decir que es más alto que la tasa presentada y eso permite a la Cooperativa ser un proyecto viable, que si se puede invertir en el negocio, se convierte en una inversión atractiva

para las socias que desean ingresar en la Cooperativa, puesto que se lograría después de los 5 años obtener excedentes y cumplir con el sueño de Camilu Party Planner que es mejorar la calidad de vida de mujeres cabezas de hogar que no cuentan con un sueldo estable ni que supla las necesidades básicas de ella y su familia.

Relación costo-beneficio

Esta herramienta permitió analizar la viabilidad y eficiencia de la Cooperativa Camilu Party Planner, se obtuvo un 1,6 lo que quiere decir que, es factible, los beneficios son mayores a los costos, sugiriendo que el proyecto desde el punto de vista económico es viable.

Conclusiones

Los resultados obtenidos mediante encuestas y entrevistas reflejan una sólida aceptación del proyecto de creación de la Cooperativa Camilu Party Planner, conformada por mujeres cabeza de hogar, enfocada en la decoración de fiestas infantiles y elaboración de papelería creativa. El 92,5% de los encuestados manifestó su disposición a contratar los servicios, y el 96,2% expresó preferencia por adquirir decoración y papelería en un solo proveedor. Estos indicadores demuestran que la propuesta es comercialmente viable y responde a una necesidad concreta del mercado, integrando creatividad, personalización y responsabilidad social.

El análisis interno y externo evidencia fortalezas como la capacidad de ofrecer diseños originales y temáticas personalizadas a precios competitivos, y la ventaja de operar bajo principios de Economía Popular y Solidaria, lo que genera confianza y diferenciación. No obstante, se identifican amenazas como la alta rivalidad en el sector y la facilidad de ingreso de nuevos competidores, lo que requiere mantener un proceso constante de innovación, capacitación y diversificación de servicios. Las

oportunidades más relevantes se encuentran en el crecimiento del uso de redes sociales para la promoción y en el respaldo de políticas públicas orientadas al emprendimiento femenino.

Desde el enfoque económico-financiero, el plan de negocios contempla una inversión inicial de 6.450 USD destinada a la adquisición de insumos, mobiliario y acciones de promoción. La proyección del flujo de caja a cinco años refleja un Valor Actual Neto (VAN) de 4.072 USD y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 25 %, indicadores que demuestran que el proyecto no solo recupera el capital invertido, sino que ofrece una rentabilidad competitiva a mediano plazo. Se estima alcanzar el punto de equilibrio en el segundo año de operaciones, lo que disminuye el riesgo financiero y refuerza la factibilidad del emprendimiento. En conjunto, estos resultados evidencian que la Cooperativa Camilu Party Planner es una propuesta sólida y sostenible, capaz de generar impactos positivos en los ámbitos económico, social y ambiental.

Recomendaciones

Diseñar e implementar un plan integral de marketing digital con fuerte presencia en redes sociales, priorizando la creación de contenido visual atractivo y campañas segmentadas, ya que el 82,7% de los clientes potenciales busca proveedores por este medio. Esto aumentará la captación de clientes y la recordación de marca.

Mantener un programa de capacitación continua en áreas técnicas (diseño, tendencias decorativas, manejo de materiales ecológicos) y administrativas (finanzas, marketing, gestión de clientes) para las socias, asegurando así un estándar de calidad constante y mayor competitividad en el mercado.

Establecer alianzas estratégicas con proveedores y empresas complementarias, fomentando el uso de materiales reciclables y biodegradables. Esto permitirá ampliar

la propuesta de valor, optimizar costos y reforzar la imagen de compromiso ambiental y social de la cooperativa.

Anexos



Lideres de Opinión

Nombre

Teléfono

Email

1. Desde su experiencia, ¿Cuáles son los errores más comunes que se debe evitar en un emprendimiento que se dedique al mundo de la decoración y realización de eventos?
2. ¿Cuáles son las preferencias más solicitadas de tipos de decoración por los clientes, y qué cambios ha notado en los gustos y expectativas con el paso del tiempo?
3. ¿Qué elementos considera fundamentales para que un emprendimiento de decoración sea competitivo y sostenible?
4. ¿Cree usted que es importante la formación técnica y creativa en este sector?
5. ¿Cuál ha sido el reto más grande que ha enfrentado como decorador y cómo logro superarlo?
6. ¿Cómo ve el futuro del sector de las fiestas infantiles en Ecuador y qué oportunidades visualiza en emprendimientos liderados por mujeres?

Las siguientes preguntas están enfocadas en conocer la visión de mujeres cabeza de hogar que deseen formar parte de la Cooperativa.

1. ¿Podría contarme sobre su situación actual como madre cabeza de hogar y cómo ha impactado en sus oportunidades laborales?
2. ¿Qué le motiva a querer formar parte de una cooperativa de mujeres dedicada a la decoración de fiestas infantiles y papelería creativa?
3. ¿Qué tipo de apoyo considera que necesitaría para emprender con éxito dentro de una cooperativa?
4. ¿Estaría dispuesta a trabajar bajo los principios de la Economía Popular y Solidaria?
5. ¿Qué importancia cree que tendría para usted y su familia formar parte de un proyecto como este?
6. ¿Estaría dispuesto a comprometerse con procesos de formación, trabajo colaborativo y participación en decisiones dentro de la cooperativa?



Encuestas a clientes

Nombre

Teléfono

Email

¿Si tuviera la oportunidad de celebrar el cumpleaños de su hijo o hija, estaría dispuesta/o a contratar los servicios de una cooperativa conformada por mujeres cabeza de hogar que ofrece decoración de fiestas infantiles y papelería creativa?

Sí No

¿Con qué frecuencia contrata servicios de decoración para fiestas infantiles?

Nunca Cada mes
 Una vez al año Varias veces al año

¿Qué tipo de decoración le interesa más para fiestas infantiles?

- Temática personalizada (personajes, colores)
 Decoración con globos y estructuras
 Crema antienvjecimiento.
 Solo papelería creativa
 Otros (especifique):

¿Ha contratado antes servicios de papelería creativa para eventos (invitaciones, sorpreseros, cajitas, dulces con envolturas personalizadas)?

SI NO

Si una empresa ofreciera tanto decoración para fiestas infantiles como papelería creativa personalizada, ¿Usted preferiría contratarlos juntos en un solo proveedor?

SI NO

¿Qué valoraría más al momento de contratar estos servicios? (elija hasta dos)

- Precio accesible Originalidad y creatividad Puntualidad y responsabilidad
 Apoyo a emprendimientos comunitarios o de mujeres Calidad de materiales

¿Ha escuchado sobre emprendimientos liderados por mujeres cabeza de hogar?

¿Le generaría confianza contratar sus servicios? SI NO

En el caso de ser afirmativa su respuesta, ¿Le generaría a usted confianza para contratar este tipo de servicios?

SI NO



Encuestas a clientes

Nombre

Teléfono

Email

¿Qué presupuesto promedio estaría dispuesta/o a destinar para una fiesta infantil completa con decoración y papelería?

- Entre \$100 y \$150
 Entre \$150 y \$200
 Entre \$200 y \$250
 Entre \$250 y \$300

¿Qué elementos considera más importantes en una decoración para fiestas infantiles?

- Originalidad del diseño
 Temática personalizada
 Materiales ecológicos
 Precio accesible

¿En qué lugares suele usted buscar proveedores para este tipo de servicios?

- Redes sociales
 Recomendación de conocidos
 Ferias
 Otros (especifique): _____

Si usted tuviera una idea de negocio similar, ¿qué otros productos o servicios consideraría importante ofrecer a las y los clientes durante una fiesta infantil?

- Animación infantil (payasos, magos, cuentacuentos)
 Música en vivo o DJ infantil
 Cañón de espuma
 Alquiler de juegos inflables o mobiliario temático
 Souvenirs y recuerdos personalizados
 Otros (especifique): _____
 Servicio de catering para niños/as y adultos
 Organización integral del evento (planificación completa)

Bibliografía

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2025). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/la-economia-ecuatoriana-reporto-una-contraccion-anual-de-20-en-2024/>
- CONQUITO. (2023). *Informe de Gestion*. Obtenido de <https://www.conquito.org.ec/informe-gestion-2023>
- Cushunchihc, C. M. (2024). *Estados Financieros*. Obtenido de Maquita: <https://www.maquita.fin.ec/estados-financieros/2024.pdf>
- Finanzas, M. d. (2025). Obtenido de Pulso Económico Ecuador: <https://www.finanzas.gob.ec/pulso-economico-nro-31-junio-2025.pdf>
- GEM. (2024). *Informe GEM Ecuador*. Obtenido de <https://eventos.utpl.edu.ec/sites/default/files/files/informe%20GEM22%281%29.pdf>
- Hora, L. (2024). *Emprendedoras ecuatorianas*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/archivo/EI-72-de-las-emprendedoras-ecuatorianas-es-cabeza-de-hogar-con-en-promedio-dos-hijos-20240507-0071.html>
- INEC. (2024). Obtenido de <https://ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/indice-de-precios-al-productor-ipp-2024>
- INEC. (2024). Obtenido de <https://ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/indice-de-precios-al-productor-ipp-2024>
- INEC. (2024). Obtenido de Boletín Técnico: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2024). Obtenido de Boletín técnico: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2024/Boletin_Tecnico_ESI2024.pdf
- INEC. (2024). *Indice de Precios al Productor*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <https://ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/indice-de-precios-al-productor-ipp-2024>
- INEC. (2025). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/mujeres-en-cifras-38-5-de-los-hogares-ecuatorianos-esta-encabezado-por-una-mujer/>
- INEC, I. N. (2025). *INEC*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/mujeres-en-cifras-38-5-de-los-hogares-ecuatorianos-esta-encabezado-por-una-mujer/>
- Jumbo Lapo, B. (2009). En *Desempleo en el Ecuador*. El Cid Editor.
- LOEPS. (2011, Art. 20). Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documentos/2011/ley_organica_de_la_economia_popular_y_solidaria.pdf
- LOEPS. (2011, Art. 34-35). Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec/documentos/leyes/ley-organica-de-la-economia-popular-y-solidaria.pdf>
- LOEPS. (2011, Art. 8). *Asamblea Nacional*. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec/documentos/leyes/ley-organica-de-la-economia-popular-y-solidaria.pdf>
- MPCEIP. (2023). *Ministerio de Produccion, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca*. Obtenido de Categorización de emprendedores 2023: <https://www.datosabiertos.gob.ec/dataset/categorizacion-de-emprendedores>
- Ortiz. (mayo de 2024). *Revista Gestión*. Obtenido de Primicias: <https://revistagestion.primicias.ec/analisis-sociedad/madres-solteras-y-jefas-de-hogar-la-doble-lucha-de-las-mujeres-en-ecuador/>
- Radio Pichincha. (2025). *Tasa de Homicidios*. Obtenido de <https://www.radiopichincha.com/quito-termino-el-2024-con-una-tasa-de-homicidios-de-ocho-por-cada-100-00-habitantes/>
- SEPS. (2024). *LOEPS*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>