INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Estrategias de sostenibilidad para el fortalecimiento de la productividad en emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena.

Carmen Yohana Manzaba Intriago

Administración

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

Quito, 16 de abril de 2025

INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Estrategias de sostenibilidad para el fortalecimiento de la productividad en emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena.

Carmen Yohana Manzaba Intriago …/…

Juan Carlos Fonseca López, Ing.

Quito, 16 de abril de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Carmen Yohana Manzaba Intriago

Código estudiante: 2521

Cédula de identidad: 0924545759

Lugar y fecha: Quito, 16 de abril de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en http://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

A mis hijos, quienes son mi mayor motivación y la luz que guía cada uno de mis pasos. A mis padres, por su amor infinito, sus enseñanzas y el ejemplo de fortaleza que siempre me han brindado. Este logro es también de ustedes, porque en cada palabra escrita está su presencia, su apoyo y su fe en mí.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento al Instituto Superior Tecnológico San Antonio por abrirme las puertas al conocimiento y brindarme las herramientas necesarias para mi formación profesional. Agradezco a mi tutor por su guía constante, por cada consejo y por su paciencia en este proceso.

RESUMEN

El presente trabajo analiza las estrategias de sostenibilidad aplicadas por emprendimientos femeninos del sector de la pastelería en el centro de Santa Elena, Ecuador, y su influencia en la productividad. El objetivo principal fue identificar y proponer estrategias sostenibles que fortalezcan la gestión productiva en estos negocios liderados por mujeres. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un diseño descriptivo de tipo no experimental, utilizando encuestas y entrevistas semiestructuradas dirigidas a emprendedoras del sector. Los resultados evidencian que, si bien existe un alto nivel de compromiso con el emprendimiento, persisten limitaciones relacionadas con el acceso a recursos financieros, capacitación técnica y estrategias organizativas orientadas a la sostenibilidad. También se observó que es fundamental incorporar prácticas sostenibles dentro de las actividades productivas, así como impulsar espacios de colaboración y apoyo mutuo entre emprendedoras para mejorar la comercialización. En resumen, aplicar estrategias sostenibles no solo aporta a una mayor eficiencia en el trabajo, sino que crea un entorno más propicio para que estos negocios se mantengan y evolucionen con el tiempo. Se propone un plan de sostenibilidad adaptado al contexto local, con enfoque en sostenibilidad económica, social y ambiental, que sirva como herramienta práctica para la toma de decisiones en emprendimientos femeninos.

Palabras Clave: sostenibilidad, emprendimientos femeninos, pastelería, gestión de recursos, productividad.

ABSTRACT

This study examines the challenges of inefficient resource management in female-owned pastry businesses in the center of Santa Elena, with the aim of developing sustainability strategies to enhance their productivity. Driven by the need to reduce environmental impact and improve competitiveness in a market increasingly valuing responsible practices, the research analyzed key issues such as the excessive use of disposable materials, food waste, reliance on unsustainable packaging, and high energy consumption. Employing a mixed-methods approach, data were collected through surveys and interviews, revealing limited knowledge of sustainability practices but a strong willingness to implement change. The findings highlight critical obstacles, including dependence on plastic materials, lack of training, and restricted access to financing. In response, practical strategies were proposed, focusing on targeted training programs, improved access to eco-friendly inputs, and the promotion of local collaboration models. The results emphasize the importance of addressing structural barriers through public-private partnerships to build more sustainable enterprises. This study contributes to the empowerment of women entrepreneurs, supports environmental conservation, and strengthens the productive fabric of the region.

Keywords: sustainability, female entrepreneurship, pastry industry, resource management, productivity.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN 14

1.1 Planteamiento del problema 14

1.2 Justificación 15

1.3 Alcance 16

1.4 Objetivos 17

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 18

2.1 Concepto de emprendimiento 18

2.1.1 Tipos de emprendimientos 19

2.1.2 Emprendimientos femeninos de pastelería 20

2.2 Sostenibilidad 20

2.2.1 Dimensiones de la sostenibilidad 21

2.2.2 Estrategias sostenibles en pastelería 22

2.3 Productividad 23

2.3.1 Factores que afectan la productividad 24

2.3.2 Indicadores de productividad 25

2.4 Relación entre sostenibilidad y productividad 25

2.4.1 Modelo de estrategias sostenibles 26

2.4.2 Capacitación en prácticas sostenibles 27

2.5 Marco conceptual 29

2.6 Marco legal 31

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO 32

3.1 Tipo de investigación 32

3.1.1 Según el propósito 32

3.1.2 Según la manipulación de las variables 32

3.1.3 Según el tiempo de duración 32

3.2 Enfoque 32

3.3 Herramientas metodológicas 33

3.4 Técnicas 33

3.5 Estudios iniciales 34

3.5.1 Relación entre las variables 34

3.5.2 Criterios de inclusión y exclusión 36

3.5.3 Muestreo 36

3.6 Desarrollo 37

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 38

4.1 Análisis de resultados 38

4.2 Interpretación y discusión de resultados 60

CONCLUSIONES 62

RECOMENDACIONES 63

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 64

ANEXO A: PLAN DE SOSTENIBILIDAD PARA EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE PASTELERÍA 67

ANEXO B: ENCUESTAS 74

ANEXO C: RESULTADOS 79

ANEXO D: EVIDENCIA FOTOGRÁFICA 87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Organizador 34

Tabla 2. Operacionalización 35

Tabla 3. FODA 69

Tabla 4. Cronograma 72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Muestra 36

Figura 2. Conocimiento 38

Figura 3. Materiales 39

Figura 4. Insumos 40

Figura 5. Formación 41

Figura 6. Estrategias 42

Figura 7. Financiamiento 43

Figura 8. Disponibilidad 44

Figura 9. Suministro 45

Figura 10. Pedidos 46

Figura 11. Apoyo 47

Figura 12. Participación 48

Figura 13. Utilidad 49

Figura 14. Consumo 50

Figura 15. Valoración 51

Figura 16. Residuos 52

Figura 17. Implementación 53

Figura 18. Viabilidad 54

Figura 19. Incentivos 55

Figura 20. Innovación 56

Figura 21. Estrategias 57

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Uno de los problemas más relevantes es la gestión ineficiente de los recursos, que incluye el uso excesivo de materiales desechables de un solo uso en la producción y venta de productos de pastelería. Muchas emprendedoras no han implementado estrategias que les permitan reducir el uso de estos materiales, lo que no solo contribuye al aumento de los residuos, sino que también eleva los costos operativos y la competitividad en un mercado que cada vez valora más las prácticas responsables y sostenibles (Martínez, 2023).

Otro problema crítico que enfrentan los emprendimientos de pastelería en Santa Elena es el desperdicio de alimentos. La falta de una adecuada planificación en la elaboración de productos y el poco conocimiento en técnicas para gestionar eficientemente los inventarios han ocasionado que muchas emprendedoras produzcan más de lo necesario. Esto trae como consecuencia que una parte de los productos no se venda y, en la mayoría de los casos, se desechen. Además, no se han implementado acciones que permitan aprovechar esos importantes recursos.

Por otro lado, muchas emprendedoras enfrentan dificultades al intentar incorporar empaques sostenibles en sus negocios. A menudo, el embalaje es un aspecto que se deja en segundo plano cuando se piensa en sostenibilidad. Es común el uso de plásticos de un solo uso o materiales que no pueden reciclarse, lo cual incrementa la generación de residuos sólidos en la localidad. Esta situación, sin embargo, representa también una oportunidad para cambiar y adoptar prácticas más responsables que estén en sintonía con las nuevas demandas del mercado.

Por lo que, es frecuente que las pastelerías del centro de Santa Elena operen de manera tradicional, sin cuidar el ahorro energético. Esto genera un alto consumo de electricidad, lo cual no solo aumenta los costos operativos, sino que también contribuye a la

huella de carbono de los emprendimientos. Además, la falta de estrategias para el ahorro energético impide que las emprendedoras aprovechen las ventajas de una mayor eficiencia en sus procesos, lo que también impacta en la rentabilidad del negocio.

Por último, el desafío de reducir el desperdicio en general dentro de los procesos de producción es otro problema que debe ser abordado. Muchas de las emprendedoras en Santa Elena no cuentan con la formación adecuada sobre prácticas sostenibles que les permitan adecuar el uso de sus recursos y disminuir el desperdicio de materia prima, como harina, azúcar y otros insumos. Las iniciativas responsables, por tanto, no solo tienen el potencial de transformar estos negocios, sino que también abren la puerta a nuevas oportunidades de crecimiento y éxito en el sector de la pastelería en el Centro de Santa Elena.

1.2 Justificación

En el centro de Santa Elena, muchas mujeres han encontrado en la pastelería una forma de salir adelante y tener su propio ingreso. Para ellas, emprender no solo significa tener un trabajo, sino también ganar independencia y crecer en lo personal. Pero para que estos negocios duren y sigan funcionando bien con el tiempo, es importante buscar formas de trabajar mejor, ahorrar recursos y también cuidar el medio ambiente.

Hoy en día, en muchas partes del mundo se habla mucho sobre sostenibilidad, no solo por el planeta, sino porque también ayuda a que los negocios sean más rentables y organizados (Toledo-Castillo et al., 2025). Por eso, las mujeres que tienen pastelerías podrían aprovechar estas ideas para mejorar sus procesos, usar menos materiales contaminantes y aprovechar mejor lo que tienen. Cosas como aprender nuevas formas de trabajar, usar equipos más eficientes o planificar mejor, pueden ayudarles bastante a seguir creciendo.

Este trabajo lo que busca es proponer ideas prácticas, cosas que de verdad puedan aplicar, sin que sean tan complicadas o caras. Por ejemplo, ver cómo pueden usar mejor los ingredientes, evitar botar comida o usar empaques que no contaminen tanto. Así, no solo

ahorrarían dinero, sino que también sus productos serían más llamativos para personas que buscan consumir de forma más responsable.

Además, esta investigación es importante porque muestra el valor que tienen las mujeres emprendedoras en el desarrollo de la comunidad. Muchas veces ellas tienen que enfrentar varios obstáculos como no tener acceso a créditos o no conocer nuevas herramientas que podrían ayudarlas. Por eso, darles apoyo, información o estrategias es una forma de ayudarlas a salir adelante y a que sus negocios sigan creciendo.

En resumen, lo que se quiere con este estudio es dar ideas que ayuden a que los emprendimientos femeninos en pastelería sean más sostenibles y productivos. Si ellas aplican estas estrategias, sus negocios pueden ser más fuertes, adaptarse a los cambios y también aportar algo positivo a su entorno. Al final, esto no solo beneficia a las emprendedoras, sino también a toda la comunidad.

1.3 Alcance

La idea de esta investigación es empezar viendo cómo están actualmente estos negocios en cuanto a cómo manejan sus recursos, cómo trabajan en sus procesos, qué insumos usan y si ya están aplicando alguna práctica que se pueda considerar sostenible. Para eso, se van a hacer encuestas y entrevistas a las mismas emprendedoras del sector, porque quién mejor que ellas para contar lo que viven en el día a día. Lo que se busca es entender bien cuáles son los problemas que enfrentan y también qué oportunidades tiene para mejorar en ese aspecto.

Después de tener toda esa información, se van a proponer algunas estrategias que realmente puedan aplicar, o sea, cosas que se adapten a la realidad de sus negocios. Entre esas ideas están: cómo reducir el desperdicio de materiales, cómo usar empaques que contaminen menos, cómo ahorrar energía y también cómo capacitarse en temas que les sirvan

para mejorar su forma de trabajar. Todo esto pensado para que sus negocios sean más rentables, pero sin afectar al medio ambiente.

También se va a proponer un modelo de capacitación que sea fácil de aplicar, que esté al alcance de ellas y que les dé herramientas reales para llevar a cabo estas estrategias en sus negocios. Con esto, lo que se quiere es aportar a que el emprendimiento femenino en el centro de Santa Elena siga creciendo, pero de forma responsable y con más posibilidades de mantenerse firme en el tiempo.

1.4 Objetivos

Objetivo General:

Proponer estrategias sostenibles que ayuden a mejorar la productividad de los negocios de pastelería liderados por mujeres en el centro de Santa Elena.

Objetivos Específicos:

- Ver qué tanto saben y aplican actualmente las emprendedoras sobre prácticas sostenibles en sus negocios de pastelería.
- Identificar los principales factores que hoy en día están afectando la productividad en estos emprendimientos.
- Diseñar un conjunto de estrategias sostenibles que se ajusten a lo que realmente necesitan y viven día a día las emprendedoras de este sector.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Concepto de emprendimiento

Hablar de emprendimiento es hablar de cómo nacen ideas que se convierten en negocios, especialmente cuando hay personas que deciden iniciar su propio camino, como lo hacen con sus pastelerías. Emprender significa saber ver una oportunidad, imaginar algo diferente y trabajar para hacerlo realidad, usando bien los recursos y organizando todo con planificación.

En este caso, los negocios de pastelería creados por mujeres son un ejemplo claro de lo que significa emprender. Combina la creatividad, la tradición familiar, y el esfuerzo de cada una por salir adelante, aportando tanto al bienestar de sus familias como al desarrollo de su comunidad (Cepeda & Gómez, 2021).

Lo bonito del emprendimiento es que no es algo estático, sino que siempre está en movimiento, adaptándose a lo que pide el entorno. Por ejemplo, las emprendedoras de pastelería no solo hacen postres, sino que también responden a lo que la gente quiere, a sus gustos y a lo que pueden pagar. Y para lograr esto, deben tener claro cómo se organizan, qué metas quieren alcanzar y cómo manejar su negocio, incluso si no tiene formación académica en administración.

Además, emprender no es solo para ganar dinero. En muchos casos, como el que se estudia aquí, también tiene un impacto social. Estas mujeres están generando empleos, moviendo la economía local y demostrando que sí se puede salir adelante, aunque existan desafíos como la competencia o la falta de apoyo. Por eso, el concepto de emprendimiento es una parte clave en esta investigación, porque ayuda a entender todo lo que hay detrás de estos negocios femeninos de pastelería.

2.1.1 Tipos de emprendimientos

Según Pacheco (2023), existen distintos tipos de emprendimientos, y cada uno refleja las realidades, sueños y hasta las limitaciones de quienes los lideran. En el caso de la pastelería, la mayoría entra en la categoría de microemprendimientos. Estos suelen empezar con lo básico: una cocina en casa, un horno prestado o comprado con esfuerzo, y muchas ganas de salir adelante. Suelen enfocarse en venderles a los vecinos, en ferias o por redes sociales, adaptándose a lo que la gente quiere y puede pagar.

También están los emprendimientos sociales, que no buscan solo ganar dinero, sino aportar algo a la comunidad. Por ejemplo, hay mujeres que montan sus pastelerías no solo para tener ingresos, sino también para dar trabajo a otras personas o rescatar recetas familiares que tienen un valor cultural. Este tipo de emprendimiento tiene mucho corazón, porque va más allá del negocio: tiene un propósito que conecta con las raíces y con la gente.

Por otro lado, están los emprendimientos innovadores, que se caracterizan por hacer algo diferente. Ya sea un sabor nuevo, una presentación original o una manera más eficiente de producir. En el mundo de la pastelería, esto puede verse cuando una emprendedora se anima a crear postres con ingredientes poco comunes, usar empaques ecológicos o vender de forma creativa por redes sociales. Estas ideas ayudan a que el negocio se destaque frente a otros.

Cada tipo tiene sus propias razones de existir. Algunos nacen por necesidad, otros por pasión, y otros por el deseo de hacer algo distinto. Pero todos enfrentan retos parecidos, como la falta de dinero para invertir o la presión por sobresalir en un mercado con mucha competencia. Conocer estos tipos ayuda a entender mejor el panorama de las emprendedoras en Santa Elena, y también a pensar en estrategias que se adapten a lo que realmente viven día a día.

2.1.2 Emprendimientos femeninos de pastelería

Los emprendimientos femeninos de pastelería son mucho más que pequeños negocios; son espacios donde las mujeres combinan sus habilidades con mucho cariño y conexión con su comunidad (Monsalve, 2023). La mayoría de estos negocios nacen desde lo simple, con utensilios caseros, recetas heredadas y muchas ganas de salir adelante. Son microemprendimientos que, además de vender dulces, cuentan historias y mantienen vivas tradiciones.

Uno de los retos más grandes que enfrentan estas emprendedoras es el poco acceso a financiamiento o a herramientas modernas. Muchas veces tienen que trabajar con lo que hay, y eso implica ser muy creativas para destacar en un mercado donde hay bastante competencia. Pero, a pesar de todo eso, sacan su negocio adelante y le ponen el alma a cada torta o postre que preparan.

Lo bonito de estos emprendimientos es que no solo ayudan a generar ingresos para el hogar, sino que también aportan algo muy valioso a la comunidad. Muchas pasteleras rescatan recetas tradicionales, usan ingredientes locales o le dan un toque especial que refleja la identidad del lugar. Eso hace que su trabajo tenga un valor cultural además del económico.

En otras palabras, estas mujeres no solo luchan por un sustento, sino que también fortalecen el desarrollo local. Con esfuerzo, amor y mucha perseverancia, se convierten en un ejemplo claro de cómo el trabajo bien hecho puede dejar huella en su entorno, no solo en sus familias sino en toda la comunidad.

2.2 Sostenibilidad

Cuando hablamos de sostenibilidad en los emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena, nos referimos a algo más que cuidar el medio ambiente. Se trata de lograr que estos negocios puedan mantenerse en el tiempo, sin dañar el entorno y sin

agotar los recursos que usan día a día. Es encontrar ese punto medio donde se puede ganar dinero, ayudar a la comunidad y cuidar el planeta, todo al mismo tiempo.

En este tipo de negocios, la sostenibilidad se puede aplicar de varias formas sencillas pero efectivas. Por ejemplo, elegir ingredientes que sean locales no solo baja los costos, sino que también apoya a los productores de la zona. Además, si se aprovechan bien los insumos y se reciclan los empaques o se usan materiales reutilizables, el impacto ambiental se reduce bastante, y eso es algo clave porque en pastelería se utilizan muchas cosas que generan residuos.

Según Chantryt (2024), desde el lado social, ser sostenible también es ayudar a otras personas, como dar empleo a mujeres de la comunidad o trabajar en conjunto con otros negocios locales. Esto hace que el emprendimiento no solo crezca, sino que también tenga un papel importante en el desarrollo de Santa Elena. Y si hablamos de lo económico, ser sostenible significa pensar en cómo ofrecer más variedad de productos, adaptarse a lo que buscan los clientes y lograr que las ventas no bajen.

Este tipo de enfoque ayuda a que las emprendedoras puedan enfrentar problemas como la falta de recursos o la alta competencia. Al hacerlo, no solo cuidan su propio negocio, sino que también se convierten en ejemplo para otros. En resumen, la sostenibilidad es una herramienta que no solo mejora cómo funcionan estas pastelerías, sino que las posiciona como negocios responsables y comprometidos con su entorno.

2.2.1 Dimensiones de la sostenibilidad

Cuando hablamos de sostenibilidad en los emprendimientos femeninos de pastelería, hay tres aspectos importantes que se deben tomar en cuenta (Puentes, 2024).

- Primero, está la parte económica, que tiene que ver con que el negocio pueda mantenerse por sí solo y generar ingresos. Para lograrlo, muchas emprendedoras

optan por vender diferentes tipos de productos, como postres o panes, y también buscan aprovechar bien los ingredientes para no gastar de más.

- En segundo lugar, está la sostenibilidad social. Esto se ve cuando el emprendimiento ayuda a otras personas, como dar trabajo a alguien de la familia o del barrio. Además, se crean lazos que hacen que el negocio no esté solo, sino que forme parte de una red de apoyo.
- Por último, está la sostenibilidad ambiental, que tiene que ver con cuidar el planeta. Por ejemplo, algunas pasteleras usan empaques reciclables o aprovechan sobras para hacer nuevos productos. Son pequeñas acciones que ayudan a no generar tanta basura.

Estas tres dimensiones se relacionan entre sí. Un negocio que gana bien puede invertir en su comunidad y también cuidar el ambiente. En conjunto, ayudan a que el emprendimiento crezca de forma equilibrada, sin dejar de lado lo económico, lo social y lo ambiental.

2.2.2 Estrategias sostenibles en pastelería

En los emprendimientos de pastelería, aplicar estrategias sostenibles es clave para que el negocio dure en el tiempo sin afectar tanto al bolsillo ni al medio ambiente. Una de las formas más comunes es usar ingredientes locales. Esto ayuda a que no se gaste tanto en transporte y, además, se apoya a los productores de la zona, lo cual también beneficia a la comunidad (Devia, 2023).

Otra estrategia tiene que ver con el uso de la energía. Algunas emprendedoras buscan maneras de ahorrar luz o gas, como usar hornos más eficientes o trabajar en horarios donde se aproveche mejor el calor del día. Esto ayuda bastante a reducir los gastos mensuales.

También es importante lo que se hace con los residuos. Muchas veces se pueden reciclar los empaques o reutilizar ciertos restos de productos para hacer nuevas recetas. Esto no solo evita desperdicios, sino que también permite ahorrar.

Por último, hay quienes optan por variar sus productos según la temporada o buscar opciones más económicas para ofrecer al público. Esto mantiene el interés de los clientes y evita gastar de más en insumos caros. Todas estas acciones, aunque parezcan pequeñas, marcan una gran diferencia. Ayudan a que las pastelerías se mantengan firmes, conectadas con la comunidad y comprometidas con el cuidado del entorno.

2.3 Productividad

Cuando hablamos de productividad en los emprendimientos femeninos de pastelería, nos referimos básicamente a qué tan bien se aprovechan los recursos para obtener buenos resultados. Es decir, cómo se logra hacer más con lo que se tiene, sin desperdiciar ingredientes, tiempo o energía. En estos negocios, ser productiva no significa solo trabajar rápido, sino hacerlo de forma organizada y eficiente (de la Cruz et al., 2024).

Por ejemplo, si una emprendedora logra preparar varias tortas o postres en poco tiempo y con buena calidad, usando solo lo necesario de harina, azúcar o electricidad, entonces su productividad es alta. Esto también implica tener en cuenta detalles como planificar los horarios de trabajo, organizar bien los pedidos, y hasta usar herramientas sencillas que ayuden a mejorar los procesos, como moldes o batidoras que ahorren esfuerzo.

Además, la presentación y el sabor del producto final también cuentan mucho. Si los clientes quedan contentos, seguramente van a volver o recomendar el negocio, y eso también es una forma de ver que el trabajo rinde.

La innovación también entra en juego aquí. Probar nuevas recetas, ofrecer productos diferentes o cambiar la forma en que se empacan las cosas, puede hacer que el negocio destaque entre tantos. En pocas palabras, la productividad en estas pastelerías no es solo hacer más, sino hacerlo mejor, cuidando los detalles, ahorrando recursos y dándole al cliente algo rico y bien hecho.

2.3.1 Factores que afectan la productividad

La productividad en una pastelería no solo depende de las ganas de trabajar, sino también de varios factores que pueden ayudar o, al contrario, complicar el día a día. Uno de los más importantes es el acceso a buenos ingredientes. Si conseguir harina, manteca o azúcar es difícil o muy caro, se vuelve complicado mantener una producción constante y rentable. A veces hay que hacer malabares para no parar el trabajo por falta de insumos (Grajales, 2022).

También influye mucho tener las herramientas adecuadas. Por ejemplo, un horno que tarda mucho en calentar o que no cocina de forma pareja puede atrasar todo el proceso y gastar más luz. Lo mismo pasa si faltan utensilios básicos o están en mal estado, ya que eso hace que se trabaje más lento y con más esfuerzo.

Otro punto clave es la capacitación. Saber nuevas técnicas, tanto para preparar como para decorar, permite mejorar el producto y hacerlo más rápido. Si las emprendedoras no acceden a talleres o información, puede que se queden estancadas y no aprovechen todo su potencial.

La competencia en la zona también tiene su peso. Hay que ser rápidas, ofrecer cosas diferentes, y eso a veces estresa si no hay un plan claro. Además, cuando no hay una buena organización, por ejemplo, si los pedidos se anotan desordenados o no se planea bien el tiempo, se generan retrasos y mucho apuro, lo que termina afectando el trabajo y la atención al cliente.

Todos estos factores se mezclan y pueden hacer que una pastelería no rinda lo suficiente, perdiendo ventas o quedando mal con los clientes. Por eso es importante estar atentas, mejorar poco a poco y buscar soluciones que ayuden a que el negocio funcione bien y crezca con el tiempo.

2.3.2 Indicadores de productividad

Cuando se quiere saber si una pastelería está funcionando bien o no, es súper útil mirar ciertos indicadores, como los que mencionan Macias & Cobeña (2021), porque ayudan a entender qué tan bien se está trabajando y cómo responden los clientes.

- Uno de los primeros es el tiempo de producción, o sea, cuánto se tarda desde que se empieza a mezclar la masa hasta que se empaca el producto. Esto es clave porque si se demoran mucho, los pedidos se atrasan y los clientes pueden perder la confianza.
- Otro indicador es el uso eficiente de insumos. Esto tiene que ver con aprovechar bien los ingredientes. Por ejemplo, usar toda la masa sin desperdiciar o guardar recortes para otra preparación. Así se ahorra y se evita gastar más de la cuenta.
- También está la calidad del producto, que se nota en lo que dicen los clientes: si les gusta el sabor, si la textura está bien, si se ve bonito. Y claro, que esté hecho con higiene y cuidado para que sea seguro consumirlo.
- Por último, está la innovación, que se nota cuando se crean nuevas recetas o se cambia el empaque para que se vea más atractivo. Por ejemplo, usar frutas locales o hacer postres de temporada puede llamar la atención de más personas.

Entonces, estos indicadores no solo muestran si se está siendo eficiente, sino que también reflejan si se está sabiendo responder a lo que el mercado pide. Todo eso ayuda a que el negocio crezca poco a poco, incluso cuando las cosas se ponen difíciles.

2.4 Relación entre sostenibilidad y productividad

En las pastelerías que son manejadas por mujeres, la sostenibilidad y la productividad están más conectadas de lo que a veces parece. Cuando se aplican prácticas responsables, como usar ingredientes locales o empaques reciclables, no solo se cuida el ambiente, sino que también se bajan los costos. Esto ayuda a que se pueda producir más gastando menos, lo que mejora la productividad sin tener que hacer grandes inversiones (Sánchez, 2024).

Por ejemplo, si se aprovechan las sobras de masa para hacer nuevos productos, no solo se evita el desperdicio, sino que se gana tiempo y se saca el máximo provecho a cada ingrediente. Además, cuando un negocio tiene este tipo de prácticas sostenibles, los clientes lo notan y lo valoran, lo cual puede traducirse en más ventas. Eso obliga a producir más, pero de forma ordenada y eficiente.

También hay que pensar en lo social. Contratar a personas del mismo barrio o comunidad no solo es un acto bonito, también mejora el compromiso de quienes trabajan allí, porque sienten que el negocio también es suyo. Esto se refleja en un mejor ritmo de trabajo y más cuidado en lo que hacen.

La innovación, que es parte clave de la productividad, también se ve impulsada con ideas sostenibles. Por ejemplo, hacer postres de temporada o usar frutas del mercado local no solo ahorra dinero, también hace que el producto se vea más fresco y diferente, algo que muchos clientes buscan.

En pocas palabras, ser sostenible ayuda a que el negocio funcione mejor, produzca más, y además tenga una buena reputación. Al juntar el cuidado del planeta, el compromiso social y el objetivo económico, las pastelerías pueden crecer de forma equilibrada y adaptarse mejor a los cambios que trae el mercado (Rincón, 2022).

2.4.1 Modelo de estrategias sostenibles

Para que una pastelería liderada por mujeres funcione bien y dure en el tiempo, se necesita un modelo de estrategias que sea sostenible. Esto quiere decir que no solo se busque ganar dinero, sino también cuidar el entorno y apoyar a la comunidad donde está el negocio.

- Lo primero que se puede hacer es capacitarse. Aprender a usar bien los hornos, a manejar mejor los ingredientes o a hacer recetas con productos de temporada ayuda un montón. Así se ahorra en gastos y se desperdicia menos.

- También es buena idea ofrecer una variedad de productos que usen lo que hay disponible localmente. Por ejemplo, si en la zona hay muchas frutas, se pueden crear postres con eso. Así se atraen más clientes y se apoya a los productores de la zona.
- Otra estrategia clave es aprovechar los residuos. Los empaques se pueden reciclar y las sobras, como recortes de masa o cáscaras, se pueden usar para hacer compost o incluso para otras recetas. Esto reduce la basura y se cuida el ambiente.
- Además, trabajar con proveedores cercanos es muy útil. Los ingredientes llegan más frescos y se gasta menos en transporte, lo cual también baja la contaminación.

Este tipo de modelo no solo hace que el negocio sea más eficiente, sino que también ayuda a generar empleos en la comunidad. Y lo mejor es que responde a lo que muchos clientes buscan hoy en día: productos ricos, pero también responsables. Al final, con este enfoque, las emprendedoras logran mantener su pastelería funcionando bien, ganando, ayudando y cuidando todo lo que las rodea.

2.4.2 Capacitación en prácticas sostenibles

En los emprendimientos de pastelería que llevan adelante mujeres en el centro de Santa Elena, aprender sobre sostenibilidad es súper importante para que sus negocios funcionen mejor sin dañar el ambiente ni gastar de más. La capacitación no se trata solo de aprender a hacer postres, sino de hacerlo de forma responsable, cuidando los recursos y pensando también en el entorno.

Hay ciertos temas que deberían estar presentes en estas capacitaciones para que realmente sirvan en el día a día de las emprendedoras:

- Cómo usar bien las materias primas, sin desperdiciar ingredientes como la harina, el azúcar o los huevos.
- Qué hacer con los residuos que quedan, como las sobras de masa o los empaques, para no contaminar y darles un segundo uso.

- Ahorrar energía, por ejemplo, usando bien los hornos y aprovechando el calor.
- Cuidar el agua, usándola solo lo necesario en la limpieza y la preparación.
- Aprender a llevar una buena gestión del negocio con una mirada sostenible, es decir, que ayude a crecer sin afectar al medio ambiente.
- Y también, tener un compromiso con la comunidad, apoyando el trabajo local y respetando a quienes rodean el negocio.

Pero todo esto debe enseñarse tomando en cuenta cómo viven y trabajan estas mujeres. No se trata de dar charlas complicadas, sino de usar ejemplos prácticos y reales que ellas puedan aplicar fácilmente. Así, no solo mejoran su producción, sino que también se construyen negocios más firmes, responsables y con futuro, que no solo les den ingresos, sino también orgullo de lo que hacen.

2.5 Marco conceptual

Este apartado define los conceptos clave relacionados con la sostenibilidad, productividad y gestión de emprendimientos femeninos de pastelería específicamente del Centro de Santa Elena.

- **Emprendimientos femeninos de pastelería**

Se refieren a iniciativas lideradas por mujeres dedicadas a la elaboración y comercialización de productos de repostería, integrando habilidades artesanales con competencias empresariales para generar ingresos y autonomía económica (Camargo & Aguilar, 2022).

- **Sostenibilidad**

Es la capacidad de un emprendimiento para mantenerse en el tiempo sin comprometer los recursos naturales ni sociales, integrando dimensiones económicas, sociales y ambientales en sus procesos (Acosta-Prado et al., 2021).

- **Estrategias de sostenibilidad**

Son acciones planificadas orientadas a garantizar la continuidad y el impacto positivo de un emprendimiento, promoviendo buenas prácticas de gestión, uso eficiente de recursos y compromiso con la comunidad (Consuegra, 2025).

- **Productividad**

Es el nivel de eficiencia con el que se utilizan los recursos disponibles para generar productos o servicios, reflejándose en la relación entre insumos y resultados obtenidos (Cheyre, 2024).

- **Plan de acción**

Es básicamente una lista de actividades que se organizan paso a paso para lograr algo en concreto. Sirve como una guía que ayuda a poner en práctica las ideas del negocio sin enredarse ni improvisar demasiado (Ramos et al., 2024).

- **Diagnóstico organizacional**

Se trata de revisar cómo está funcionando el emprendimiento en ese momento. Así se puede ver qué cosas se están haciendo bien, cuáles necesitan mejorar y qué oportunidades o riesgos hay que tener en cuenta antes de tomar decisiones (Benavides et al., 2022).

- **Indicadores clave de rendimiento (KPI)**

Estos son como los "termómetros" del negocio. Son datos que se usan para medir si se están cumpliendo los objetivos, como si las ventas están subiendo, si se están gastando menos recursos o si los clientes están contentos (Camavilca-Vega, 2025).

- **Estrategias empresariales**

Son ideas o acciones que se aplican para que el negocio funcione mejor. En este caso, se enfocan en hacer el emprendimiento más sostenible y productivo, por ejemplo, innovando con nuevos productos, mejorando la forma de vender o manejando mejor el dinero (Camargo & Aguilar, 2022).

- **Competitividad**

Es lo que hace que un negocio se destaque frente a otros. Tiene que ver con ofrecer algo diferente, ya sea por la calidad, la creatividad o por cómo se adapta a lo que el cliente realmente quiere (Cheyre, 2024).

- **Confianza del cliente**

Esto pasa cuando la gente siente que lo que compra vale la pena, porque cumple con lo que prometieron y además reciben buena atención. Cuando eso sucede, los clientes vuelven, recomiendan el producto y se genera una relación duradera con el negocio (Benavides et al., 2022).

2.6 Marco legal

Para que los emprendimientos de pastelería que son liderados por mujeres en el centro de Santa Elena puedan ser sostenibles y productivos, es necesario que se basen en ciertas leyes que existen en el país. Estas leyes ayudan a que los negocios funcionen bien, pero también que lo hagan de forma responsable con el ambiente.

Por ejemplo, la Constitución del Ecuador del año 2008, en el artículo 15, dice que el Estado debe apoyar el uso de tecnologías limpias, que no contaminen, tanto en el sector público como privado. Esto quiere decir que las emprendedoras pueden usar cosas como hornos más eficientes o empaques que no dañen al medio ambiente, y eso está bien visto por la ley. Además, hacer esto también puede ayudar a que sus negocios duren más y gasten menos.

También está el Código Orgánico del Ambiente (COA), que salió en el 2017. En su artículo 5 dice que hay que proteger a la naturaleza y trabajar de forma sostenible. En una pastelería esto puede verse reflejado, por ejemplo, en cómo se botan los residuos, como cáscaras, empaques o ingredientes que ya no se usan. Lo ideal sería tratar de reducir la basura o reutilizar lo que se pueda, así se cuida el planeta mientras el negocio sigue funcionando.

Además, en Santa Elena hay ordenanzas municipales, que son como reglas locales que ayudan a controlar el comercio en la zona. Estas pueden incluir normas específicas para los negocios pequeños o incluso dar algún tipo de ayuda o incentivo si aplican prácticas sostenibles. Por eso es importante que las emprendedoras conozcan también estas reglas, porque pueden beneficiarse y al mismo tiempo estar cumpliendo con lo que se pide.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Según el propósito

La investigación es de tipo descriptiva, ya que busca describir las características de los emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena, con énfasis en la implementación de estrategias sostenibles. Su objetivo es comprender la realidad actual sin intervenir en ella, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades para proponer soluciones aplicables (Haro et al., 2024).

3.1.2 Según la manipulación de las variables

El estudio es no experimental, ya que no se manipulan las variables ni se alteran las condiciones del entorno. Se observarán las prácticas sostenibles y la productividad tal como se presentan en los negocios de pastelería, recopilando datos directamente de las emprendedoras (Haro et al., 2024).

3.1.3 Según el tiempo de duración

El diseño es transversal exploratorio, puesto que la recolección de datos se realizará en un único momento específico, analizando la situación actual de los emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena (Haro et al., 2024).

3.2 Enfoque

La investigación adopta un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una visión integral del problema (Perilla et al., 2022).

- Cuantitativo: A través de encuestas, se recopilarán datos medibles sobre el acceso a financiamiento, el uso de materiales sostenibles y el apoyo comunitario, permitiendo un análisis estadístico.

- Cualitativo: Mediante entrevistas semiestructuradas, se explorarán las percepciones, experiencias y desafíos de las emprendedoras, aportando profundidad al análisis. Este enfoque mixto garantiza resultados tanto numéricos como contextuales.

3.3 Herramientas metodológicas

Las herramientas metodológicas incluyen:

- Cuestionario Estructurado: Recoge datos cuantitativos sobre las dimensiones de sostenibilidad (económica, social, ambiental) y productividad. Contendrá preguntas cerradas con escalas de valoración (alta, media, baja) y opciones Múltiples (Sánchez-Martínez, 2022).
- Guía de Entrevista Semiestructurada: Obtiene información cualitativa sobre las experiencias de las emprendedoras, organizadas en bloques temáticos (capacitación, financiamiento, alianzas locales) (Hernández-Rodríguez et al., 2021).
- Organizador Gráfico de Variables: Muestra la relación entre la variable independiente (falta de estrategias de sostenibilidad) y la variable dependiente (implementación de un sistema de capacitación y financiamiento sostenible).
- Matriz de Operacionalización: Detalla las variables, dimensiones, indicadores e ítems de medición.

3.4 Técnicas

Las técnicas de recolección de datos son:

- Encuesta: Aplicada a 37 emprendedoras para obtener datos cuantitativos sobre indicadores como acceso a recursos, uso de materiales sostenibles y capacitación recibida (Medina et al., 2023).
- Entrevista Semiestructurada: Realizada a 2 emprendedoras seleccionadas intencionalmente, para profundizar en sus experiencias y percepciones sobre sostenibilidad y productividad (Medina et al., 2023).

3.5 Estudios iniciales

3.5.1 Relación entre las variables

Tabla 1. Organizador

Variables Independiente: Falta de estrategias de sostenibilidad	**Variable dependiente:** Implementación de un sistema de capacitación y financiamiento sostenible
↓	↓
CAUSAS: • Escasez de recursos financieros • Falta de capacitación en prácticas sostenibles • Dependencia de proveedores no locales ↓ CONSECUENCIAS: • Reducción de la rentabilidad • Competitividad limitada • Incremento en los precios	APORTE: • Fortalecimiento de la productividad mediante formación, acceso a fondos y alianzas locales

Nota: Elaboración propia.

Tabla 2. Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Variable Independiente (VI): Falta de Estrategias de Sostenibilidad para el fortalecimiento de la productividad en emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena.	Falta de medidas y esfuerzos que promuevan la estabilidad económica, el bienestar social y el respeto al medioambiente en los emprendimientos, algo que impacta directamente a las mujeres que elaboran pasteles en el Centro de Santa Elena, limitando su capacidad para manejar bien sus recursos, aprender nuevas habilidades y trabajar en armonía con su entorno (Merejildo, 2023).	Esta variable será medida con un cuestionario estructurado que evaluará la percepción de las emprendedoras sobre la ausencia de estrategias sostenibles en sus negocios de pastelería en el Centro de Santa Elena.	1. Sostenibilidad Económica (Alta, media, baja)	1. Porcentaje de emprendedoras con escasez de recursos financieros (número). 2. Dependencia de proveedores externos (gran cantidad de compras a proveedores no locales).	10
			2. Sostenibilidad Social (Muy bueno, bueno, regular)	1. Número de emprendedoras sin acceso a capacitación (situación). 2. Nivel de apoyo comunitario percibido (conducta: bajo refleja poca colaboración local).	-
			3. Sostenibilidad Ambiental (alta, media, baja)	1. Porcentaje de uso de materiales no sostenibles (número). 2. Frecuencia de manejo inadecuado de residuos (situación: alta refleja incumplimiento con prácticas ecológicas).	-
Variable Dependiente (VD): Implementación de un sistema de capacitación y financiamiento sostenible.	Proceso de poner en marcha un plan que ofrece formación práctica y apoyo económico a las emprendedoras de pastelería, apoyándose en alianzas con actores locales para fortalecer sus negocios, mejorar sus habilidades y asegurar recursos que perduren en el tiempo (Sfeir, 2024).	Esta variable será medida con entrevistas semiestructuradas que recojan las experiencias y opiniones de las emprendedoras sobre cómo este sistema impacta sus negocios en el Centro de Santa Elena.	1. Capacitación (Muy bueno, bueno, regular)	1. Cantidad de emprendedoras que han recibido formación (número). 2. Grado de satisfacción con lo aprendido (conducta: alto refleja que les sirve en su día a día).	10
			2. Financiamiento (alta, media, baja)	1. Porcentaje de emprendedoras con acceso a fondos sostenibles (número). 2. Diversificación de sus ingresos gracias al sistema (situación: alta indica más fuentes de entrada).	-

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
			3. Alianzas Locales (Alta, media, baja)	1. Número de alianzas logradas con actores locales (número). 2. Efecto de esas alianzas en el negocio (conducta: alto refleja mayor estabilidad).	

Nota: Elaboración propia.

3.5.2 Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión:

- Mujeres que lideran emprendimientos de pastelería en el Centro de Santa Elena.
- Negocios activos registrados en el GAD Municipal o reconocidos en la comunidad.
- Emprendedoras dispuestas a participar voluntariamente en encuestas o entrevistas.

Criterios de exclusión:

- Emprendimientos no liderados por mujeres.
- Negocios de pastelería ubicados fuera del Centro de Santa Elena.
- Emprendedoras que no deseen participar o no cumplan con los requisitos de registro.

3.5.3 Muestreo

La población está formada por aproximadamente 40 emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena, según el registro del GAD Municipal.



Figura 1. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se aplica la fórmula para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Con base en estos

parámetros, se obtiene un total aproximado de 37 emprendedoras que serán encuestadas. Para las entrevistas semiestructuradas se seleccionará intencionalmente a 2 mujeres emprendedoras, elegidas por su trayectoria, liderazgo o involucramiento con iniciativas sostenibles.

3.6 Desarrollo

El desarrollo de la investigación seguirá las siguientes etapas:

- Fase de planificación: Diseño de los instrumentos (cuestionario y guía de entrevista), validación por expertos y aprobación ética.
- Fase de recolección de datos: Aplicación de encuestas a las 37 emprendedoras y realización de entrevistas a las 2 seleccionadas, en un período de 2 semanas.
- Fase de análisis: Procesamiento de datos cuantitativos con herramientas estadísticas (por ejemplo, Excel) para obtener frecuencias y porcentajes. Análisis cualitativo de las entrevistas mediante codificación temática.
- Fase de propuesta: Elaboración de un sistema de capacitación y financiamiento sostenible basado en los resultados, con énfasis en alianzas locales.
- Fase de socialización: Presentación de los hallazgos y la propuesta a las emprendedoras y al GAD Municipal para su posible implementación.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de resultados

En este apartado se presentan los resultados de la encuesta aplicada a 37 emprendedoras de pastelería en Santa Elena.

Pregunta 1: ¿Conoce qué son las prácticas sostenibles en un negocio de pastelería?

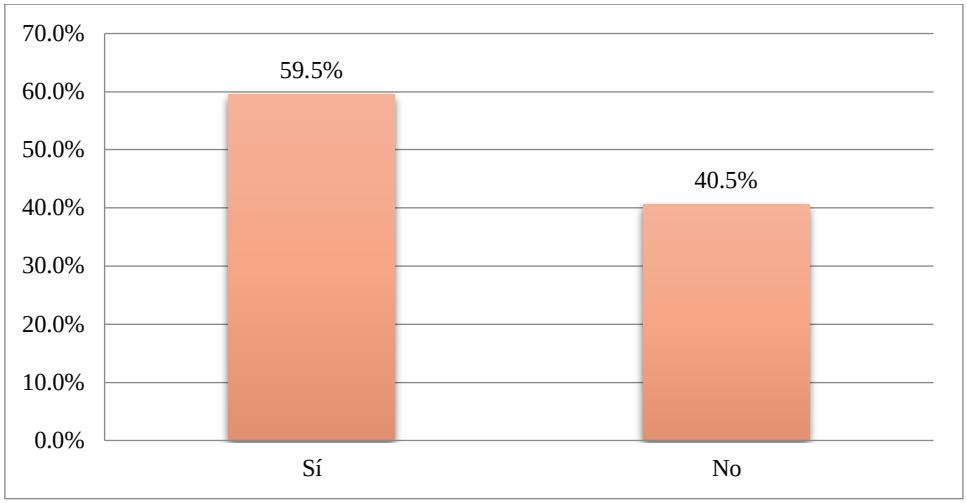


Figura 2. Conocimiento

De las 37 emprendedoras encuestadas, 22 (59.5%) afirmaron conocer el concepto de prácticas sostenibles en el ámbito de la pastelería, mientras que 15 (40.5%) indicaron no estar familiarizadas con este término. Este resultado refleja que una mayoría significativa de las participantes tiene cierta noción sobre la sostenibilidad aplicada a su actividad, lo que sugiere un nivel de conciencia sobre la importancia de adoptar prácticas responsables en sus negocios. No obstante, el porcentaje considerable de respuestas negativas señala que aún existe un grupo importante que desconoce el concepto o no lo relaciona con su trabajo diario.

Pregunta 2: ¿Utiliza materiales biodegradables o reciclables en su pastelería?

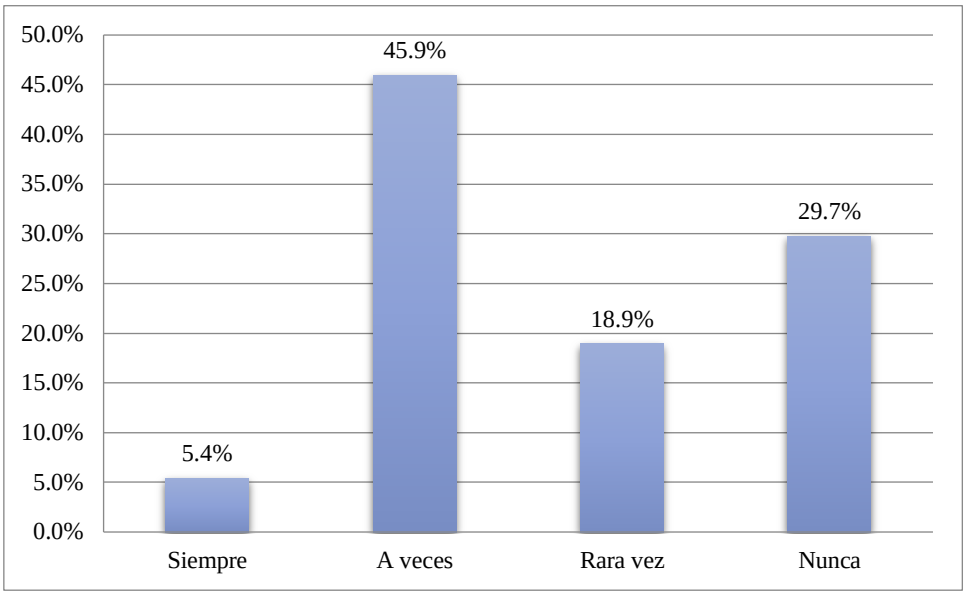


Figura 3. Materiales

Los resultados muestran que apenas 2 emprendedoras (5.4%) incorporan materiales biodegradables o reciclables de manera constante en sus negocios. Por otro lado, 17 (45.9%) lo hacen de forma ocasional, 7 (18.9%) rara vez optan por estos materiales y 11 (29.7%) no los utilizan en absoluto. Estos datos indican que, aunque casi la mitad de las encuestadas muestra cierta disposición a usar materiales más amigables con el ambiente, la práctica no está generalizada y su adopción regular es mínima. Esto podría deberse a factores como el costo elevado de estos materiales, la dificultad para acceder a ellos en el mercado local o la falta de información sobre sus beneficios.

Pregunta 3: ¿Qué tan frecuente incorpora insumos de origen sostenible (ej. harina orgánica)?

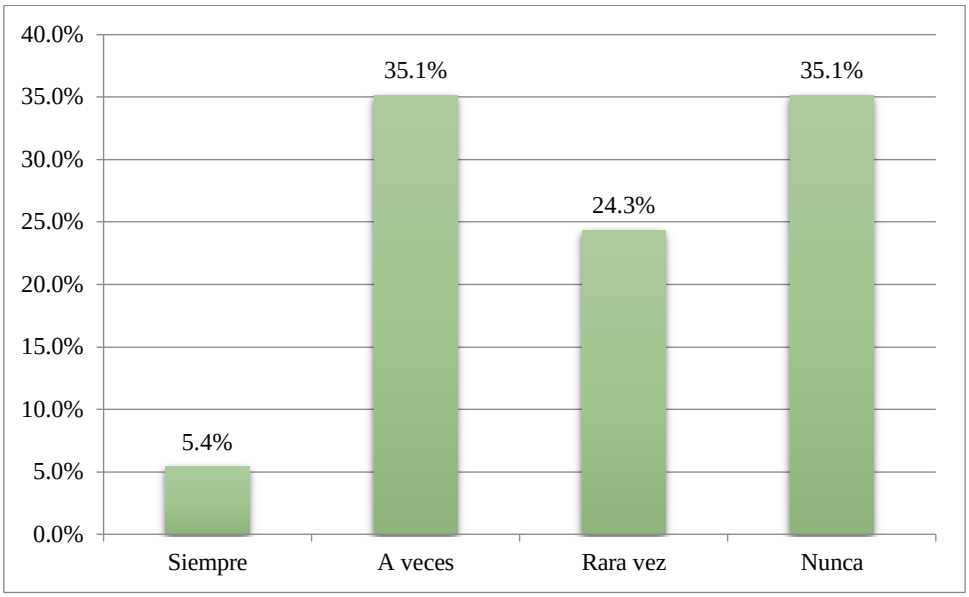


Figura 4. Insumos

Los resultados revelan que solo 2 emprendedoras (5.4%) utilizan insumos sostenibles, como harina orgánica, de manera constante en sus procesos. Por su parte, 13 (35.1%) los incorporan ocasionalmente, 9 (24.3%) lo hacen en raras ocasiones y 13 (35.1%) no los emplean nunca. La limitada incorporación de estos insumos podría estar influenciada por factores como la escasa disponibilidad de productos orgánicos en la región, sus costos más altos en comparación con alternativas convencionales o la falta de conocimiento sobre dónde adquirirlos.

Pregunta 4: ¿Ha recibido formación sobre sostenibilidad en los últimos dos años?

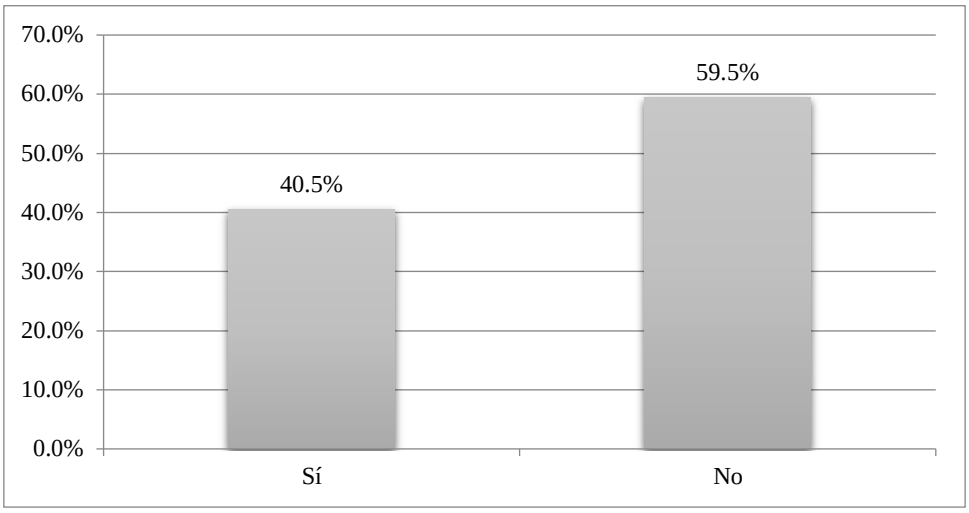


Figura 5. Formación

Los resultados indican que 15 emprendedoras (40.5%) han participado en alguna formación relacionada con sostenibilidad en los últimos dos años, mientras que 22 (59.5%) no han tenido acceso a este tipo de capacitaciones. Este panorama sugiere que la mayoría de las encuestadas no ha recibido una preparación reciente en temas de sostenibilidad, lo que podría estar limitando su capacidad para implementar prácticas más responsables en sus negocios.

Pregunta 5: ¿Qué tan preparado se siente para aplicar estrategias sostenibles?

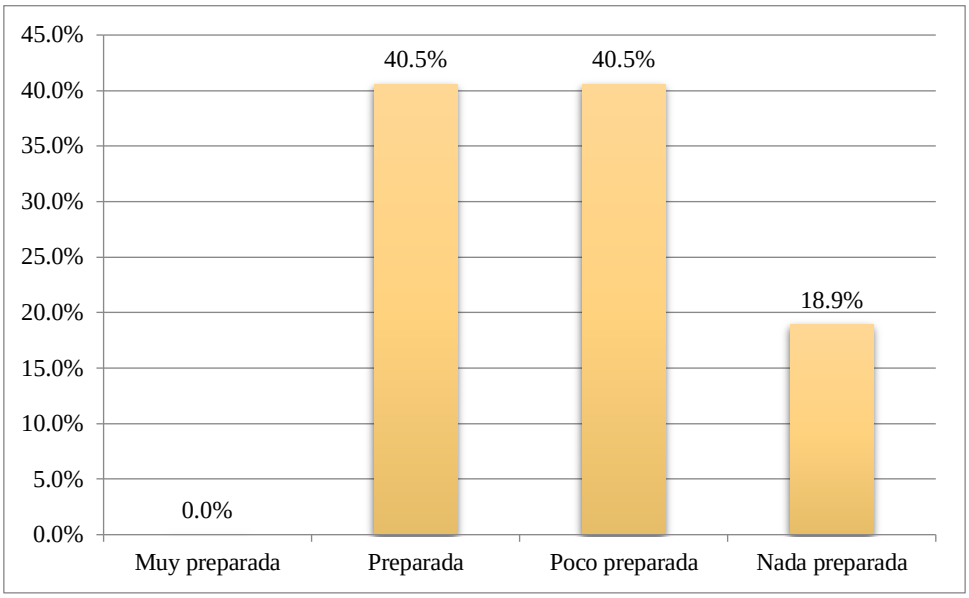


Figura 6. Estrategias

Los resultados muestran que ninguna de las emprendedoras se siente muy preparada para implementar estrategias sostenibles. Por otro lado, 15 (40.5%) consideran estar preparadas, otras 15 (40.5%) se sienten poco preparadas y 7 (18.9%) indican no sentirse preparadas en absoluto. La ausencia de emprendedoras que se sientan completamente preparadas, junto con el grupo notable que se percibe poco o nada preparado, sugiere que existen barreras, como la falta de conocimientos prácticos o recursos, que limitan su confianza.

Pregunta 6: ¿Qué tan fácil es acceder a financiamiento para su negocio?

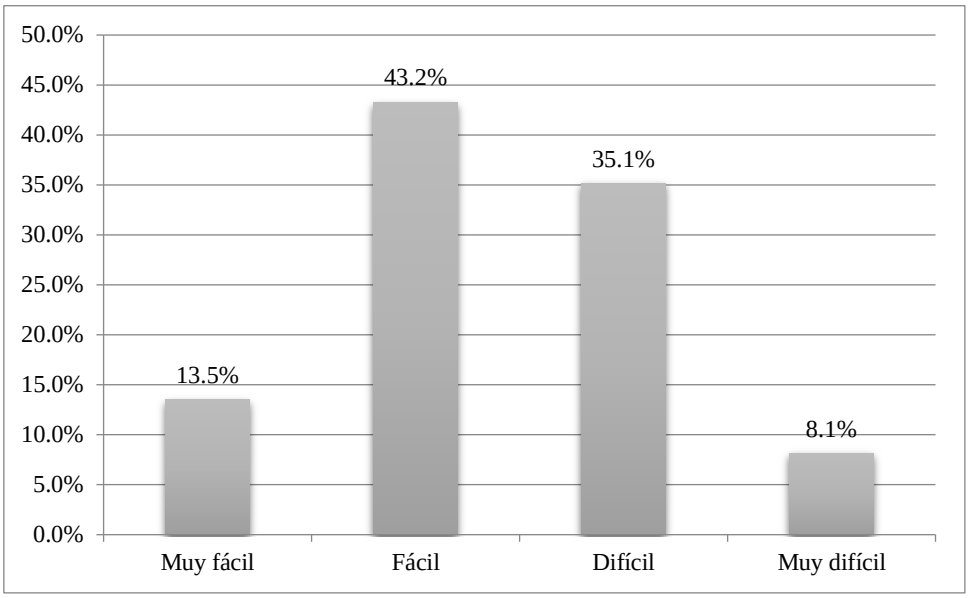


Figura 7. Financiamiento

Los resultados muestran que 5 emprendedoras (13.5%) consideran que el acceso a financiamiento es muy fácil, mientras que 16 (43.2%) lo perciben como fácil. Por otro lado, 13 (35.1%) lo califican como difícil y 3 (8.1%) como muy difícil. Sin embargo, un grupo significativo, cercano al 43%, enfrenta obstáculos para obtener recursos financieros, lo que podría estar limitando su capacidad de invertir en prácticas sostenibles o en el crecimiento de sus emprendimientos.

Pregunta 7: ¿Cuenta con equipos o tecnología que mejoran su producción?

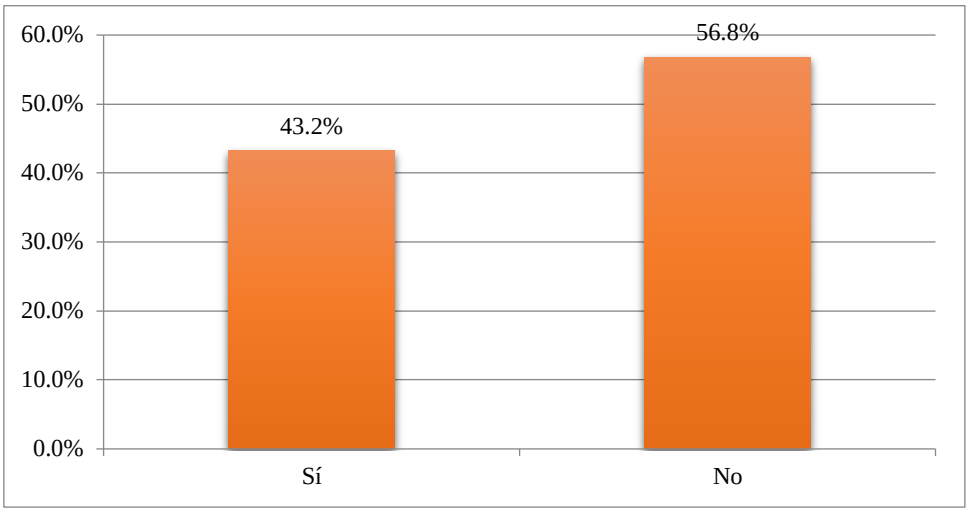


Figura 8. Disponibilidad

Los resultados revelan que 16 emprendedoras (43.2%) disponen de equipos o tecnología que mejoren su producción, mientras que 21 (56.8%) no cuentan con este tipo de recursos. Este panorama indica que más de la mitad de las encuestadas opera sin herramientas tecnológicas avanzadas, lo que podría estar limitando la eficiencia de sus procesos productivos y su capacidad para escalar o implementar prácticas más sostenibles.

Pregunta 8: ¿Qué tan frecuente enfrenta problemas con el suministro de insumos?

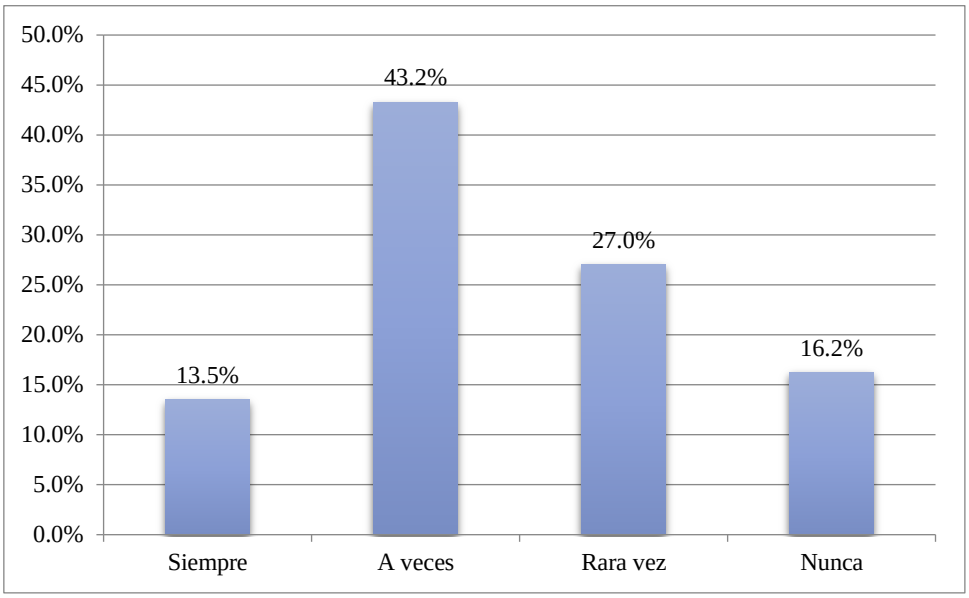


Figura 9. Suministro

Los resultados muestran que 5 emprendedoras (13.5%) enfrentan problemas con el suministro de insumos de manera constante, mientras que 16 (43.2%) los experimentan ocasionalmente. Por otro lado, 10 (27%) indican que estos inconvenientes ocurren rara vez y 6 (16.2%) aseguran no enfrentarlos nunca. Esto quiere decir, que la mayoría de las encuestadas, más del 56%, lidia con dificultades en el suministro de insumos al menos de forma ocasional, lo que podría interrumpir la continuidad de su producción y afectar la planificación de sus negocios.

Pregunta 9: ¿El tiempo disponible le permite cumplir con los pedidos a tiempo?

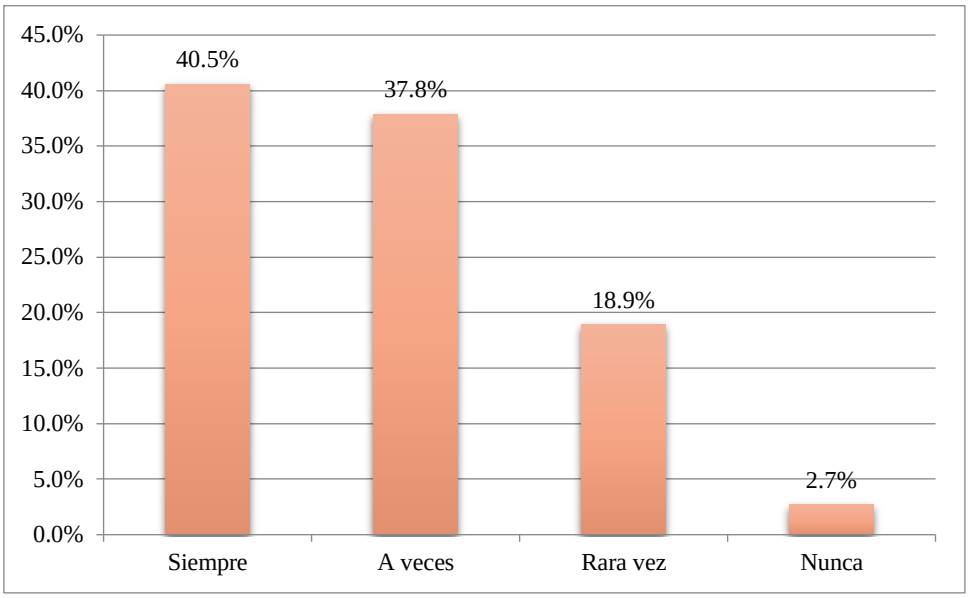


Figura 10. Pedidos

Según los datos, 15 emprendedoras (40.5%) afirman que siempre logran cumplir con los pedidos a tiempo, mientras que 14 (37.8%) lo consiguen de manera ocasional. Por otro lado, 7 (18.9%) indican que rara vez lo logran y 1 (2.7%) nunca cumple con los plazos establecidos. Estos resultados sugieren que la mayoría de las encuestadas, cerca del 78%, maneja adecuadamente su tiempo para atender los pedidos, lo que refleja una buena capacidad de organización en sus negocios.

Pregunta 10: ¿Cómo califica el apoyo de su comunidad para su emprendimiento?

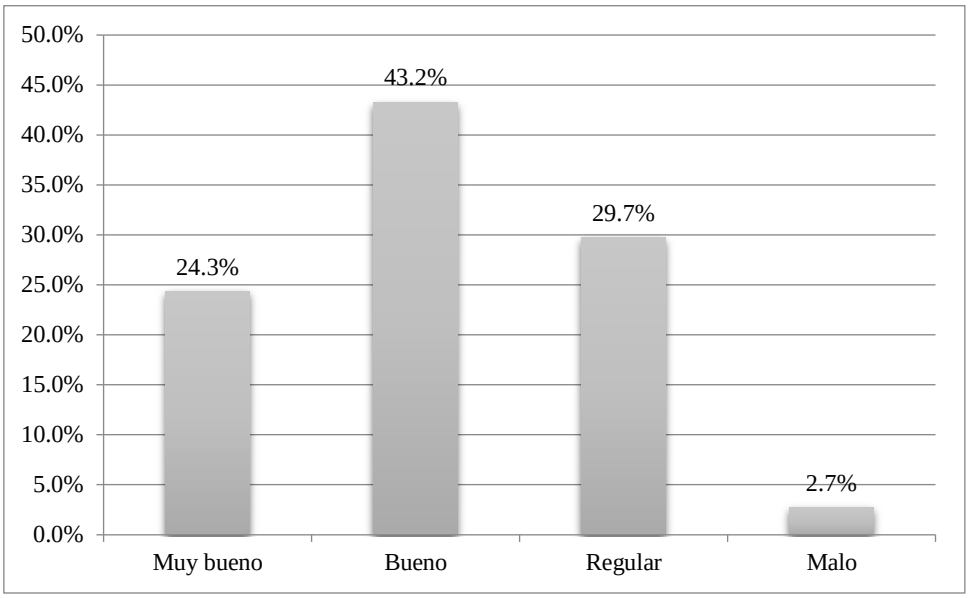


Figura 11. Apoyo

De acuerdo con los datos, 9 emprendedoras (24.3%) consideran que el apoyo de su comunidad es muy bueno, mientras que 16 (43.2%) lo califican como bueno. Por su parte, 11 (29.7%) lo perciben como regular y solo 1 (2.7%) lo evalúa como malo. Esta distribución refleja una percepción mayoritariamente positiva del respaldo comunitario, ya que más del 67% de las encuestadas valora el apoyo de su entorno como bueno o muy bueno. Este factor puede ser un elemento clave para el fortalecimiento de sus negocios, ya que una comunidad solidaria puede traducirse en clientela fiel, difusión local o colaboración en momentos clave.

Pregunta 11: ¿Participa en redes o alianzas con otras emprendedoras locales?

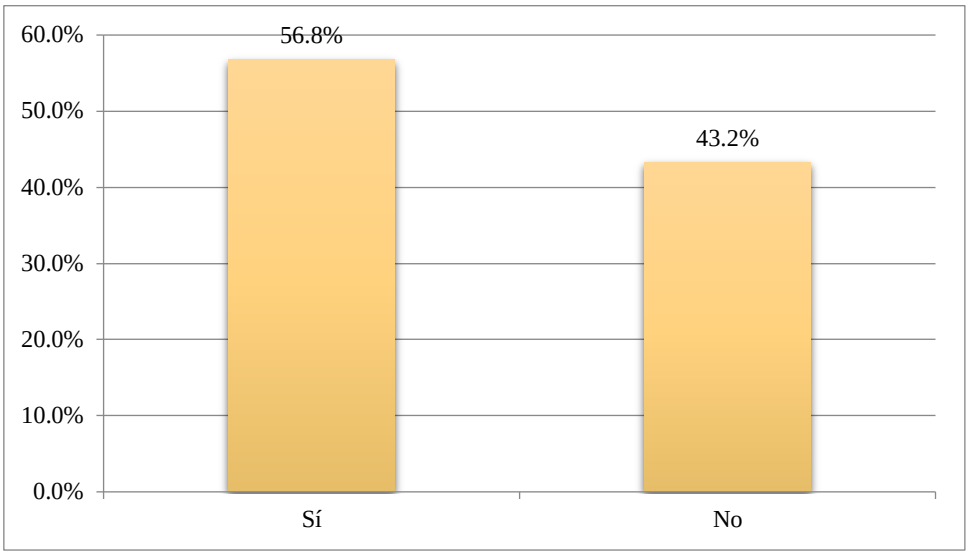


Figura 12. Participación

Según los datos recopilados, 21 emprendedoras (56.8%) forman parte de redes o alianzas con otras emprendedoras locales, mientras que 16 (43.2%) no participan en este tipo de iniciativas. Este resultado indica que más de la mitad de las encuestadas valora la colaboración y el intercambio con otras mujeres del sector, lo que podría estar favoreciendo el aprendizaje conjunto, el acceso a recursos compartidos o la promoción de sus negocios.

Pregunta 12: ¿Qué tan útil considera la capacitación para mejorar su negocio?

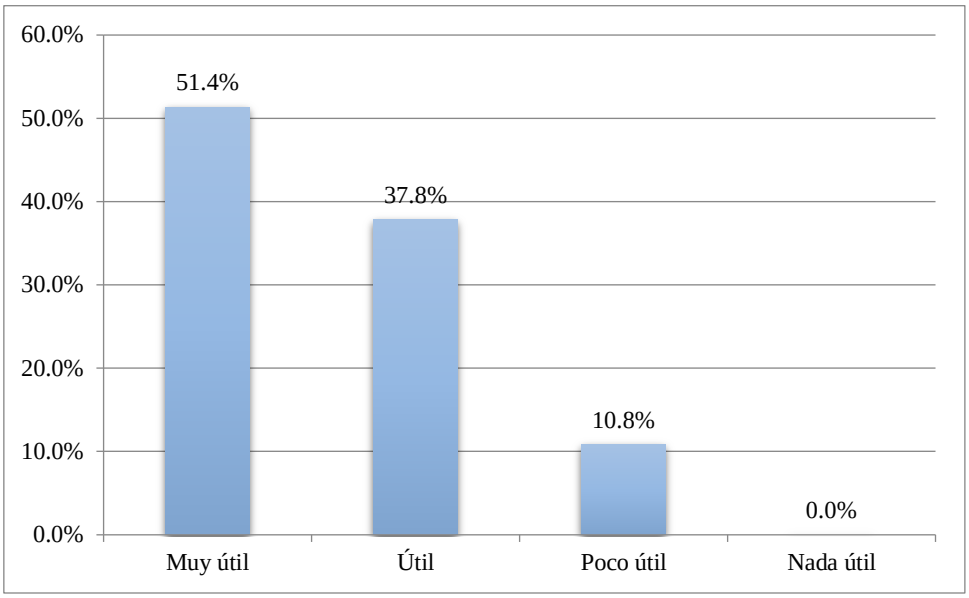


Figura 13. Utilidad

De acuerdo con los resultados, 19 emprendedoras (51.4%) califican la capacitación como muy útil, mientras que 14 (37.8%) la consideran útil y solo 4 (10.8%) la perciben como poco útil. Estos datos reflejan una valoración mayoritariamente positiva de la capacitación, ya que cerca del 89% de las encuestadas reconoce su importancia para fortalecer sus negocios.

Pregunta 13: ¿Usas estrategias para reducir el consumo de agua o energía?

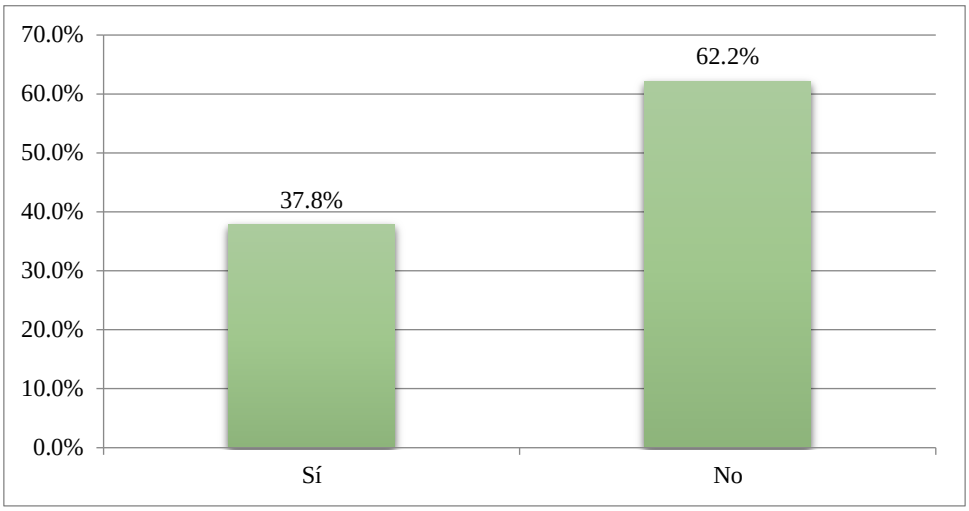


Figura 14. Consumo

Según los datos, 14 emprendedoras (37.8%) implementan estrategias para reducir el consumo de agua o energía, mientras que 23 (62.2%) no aplican este tipo de medidas. Este resultado pone en evidencia que la mayoría de las encuestadas no ha incorporado prácticas orientadas a ajustar el uso de recursos esenciales, lo que podría estar limitando su eficiencia operativa y su contribución a la sostenibilidad ambiental. La baja adopción de estas estrategias podría deberse a una falta de conocimiento sobre técnicas específicas, como el uso de equipos de bajo consumo o la gestión eficiente del agua, o a limitaciones económicas que dificultan la inversión en tecnologías más sostenibles.

Pregunta 14: ¿Qué tan importante es para usted colaborar con proveedores locales?

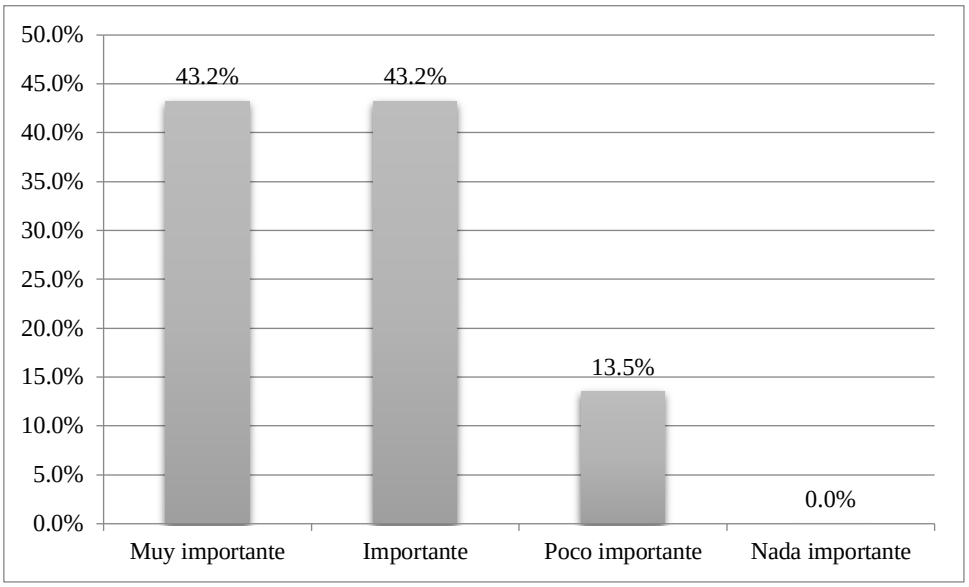


Figura 15. Valoración

De acuerdo con los resultados, 16 emprendedoras (43.2%) consideran que colaborar con proveedores locales es muy importante, mientras que otras 16 (43.2%) lo califican como importante. Solo 5 (13.5%) lo perciben como poco importante. Estos datos reflejan una valoración mayoritariamente positiva de la relación con proveedores locales, ya que el 86.4% de las encuestadas reconoce su relevancia para sus negocios. Esta preferencia podría estar relacionada con beneficios como la cercanía, la reducción de costos logísticos o el fortalecimiento de la economía local.

Pregunta 15: ¿Clasifica los residuos generados en su pastelería?

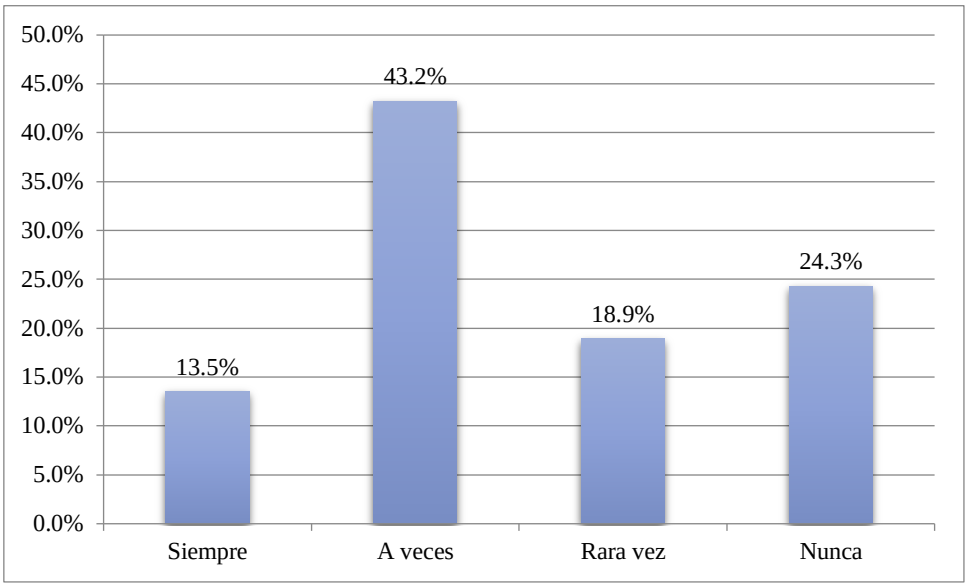


Figura 16. Residuos

De acuerdo con los datos, 5 emprendedoras (13.5%) clasifican los residuos generados en sus negocios de manera constante, mientras que 16 (43.2%) lo hacen de forma ocasional. Por otro lado, 7 (18.9%) indican que lo realizan rara vez y 9 (24.3%) no lo hacen nunca. Estos resultados muestran que la clasificación de residuos no es una práctica habitual entre las encuestadas, ya que más del 43% la realiza de manera esporádica o no la implementa en absoluto.

Pregunta 16: ¿Ha implementado mejoras en su negocio basadas en capacitaciones?

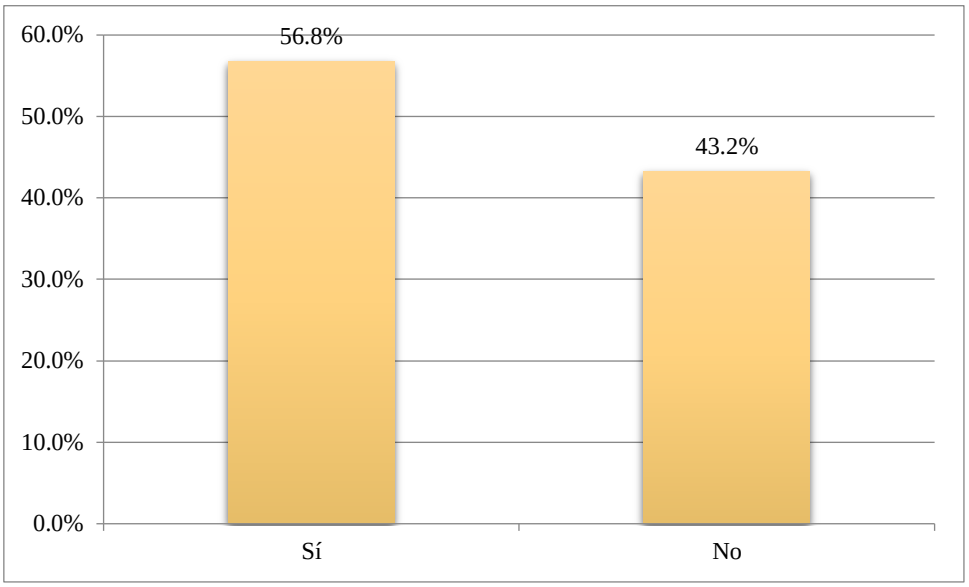


Figura 17. Implementación

Según los datos, 21 emprendedoras (56.8%) han aplicado mejoras en sus negocios a partir de las capacitaciones recibidas, mientras que 16 (43.2%) no lo han hecho. Este resultado indica que más de la mitad de las encuestadas ha logrado trasladar los conocimientos adquiridos en formación a la práctica, lo que refleja un impacto positivo de las capacitaciones en la gestión y desarrollo de sus emprendimientos. Estas mejoras podrían incluir desde la adecuación de procesos productivos hasta la incorporación de nuevas técnicas o estrategias de mercado.

Pregunta 17: ¿Qué tan viable sería para usted adoptar tecnologías sostenibles?

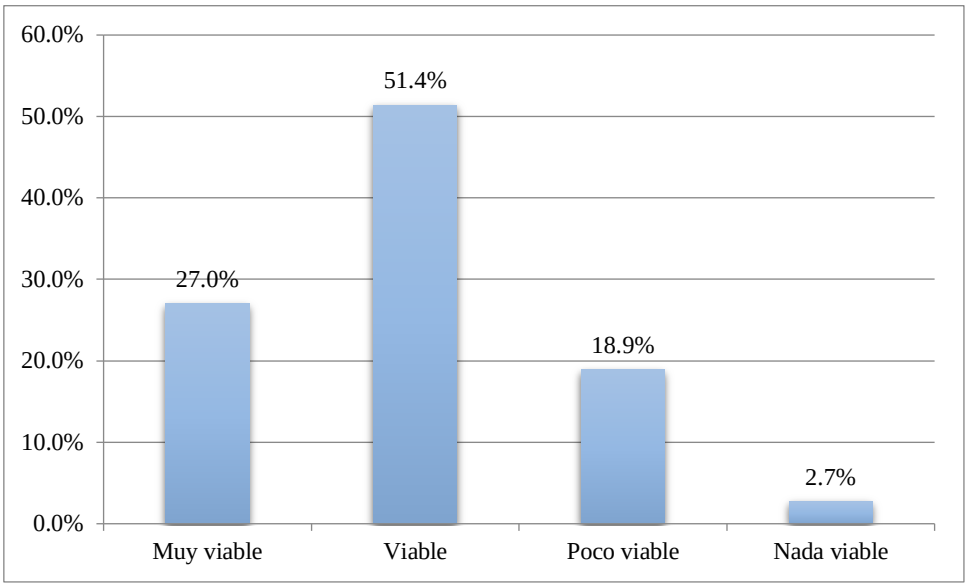


Figura 18. Viabilidad

De acuerdo con los resultados, 10 emprendedoras (27%) consideran que la adopción de tecnologías sostenibles es muy viable, mientras que 19 (51.4%) la perciben como viable. Por otro lado, 7 (18.9%) la califican como poco viable y solo 1 (2.7%) como nada viable. Estos datos reflejan una actitud mayoritariamente positiva hacia la incorporación de tecnologías sostenibles, ya que más del 78% de las encuestadas ve esta posibilidad como factible en alguna medida. Esta apertura podría estar motivada por el interés en reducir costos a largo plazo o en alinearse con prácticas más responsables con el medioambiente.

Pregunta 18: ¿Recibe incentivos locales para prácticas sostenibles?

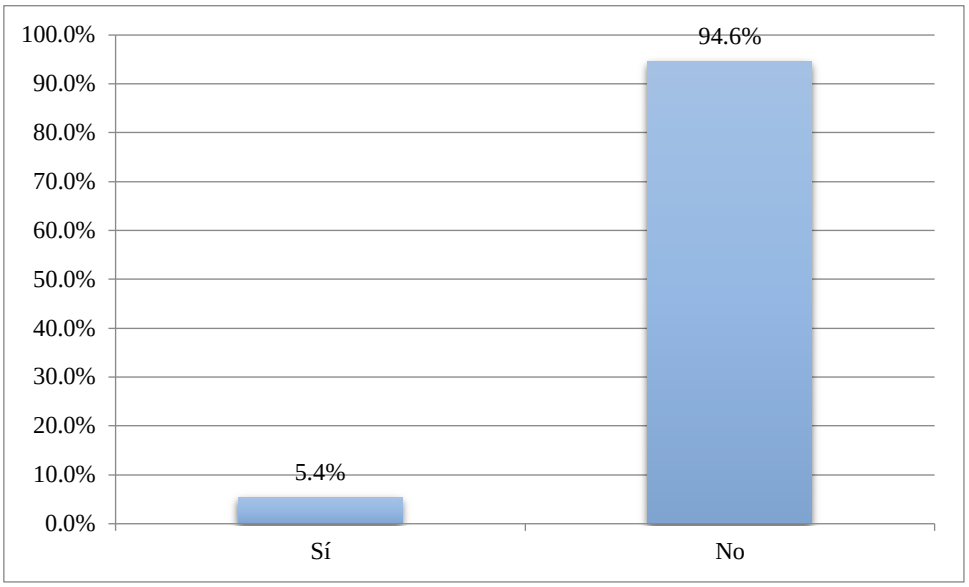


Figura 19. Incentivos

Los resultados muestran que únicamente 2 emprendedoras, que representan el 5,4% de la muestra, indicaron haber recibido algún tipo de incentivo por aplicar prácticas sostenibles en sus negocios. En contraste, la gran mayoría, es decir 35 emprendedoras (94,6%), manifestaron no haber recibido ningún beneficio en este sentido, lo cual podría limitar significativamente el compromiso y la motivación de las emprendedoras.

Pregunta 19: ¿Qué tan dispuesto estaría a probar nuevas estrategias sostenibles?

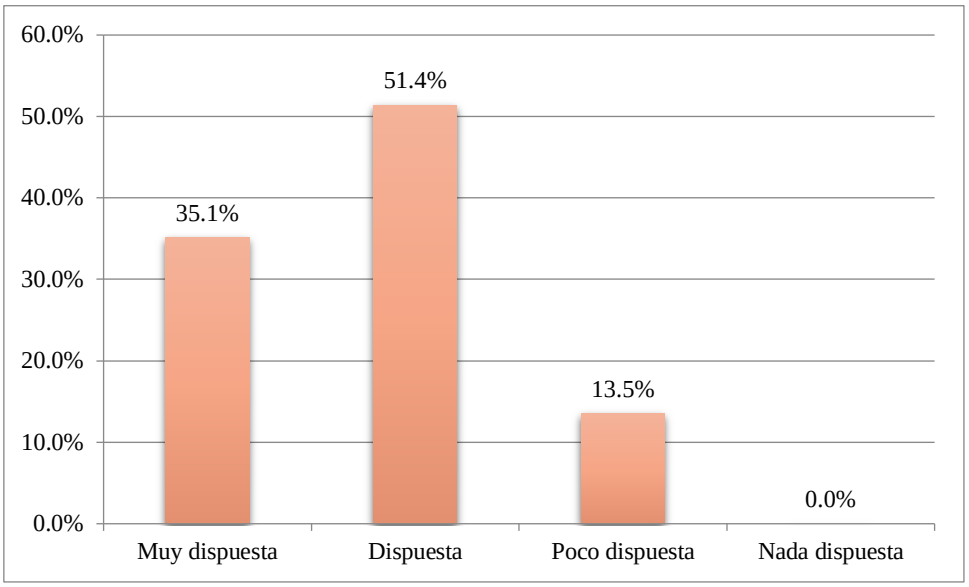


Figura 20. Innovación

Una parte considerable de las emprendedoras encuestadas mostró una actitud positiva frente a la posibilidad de aplicar nuevas estrategias sostenibles en sus negocios. En detalle, 13 mujeres (35,1%) afirmaron estar muy dispuestas a hacerlo, 19 (51,4%) se mostraron dispuestas, mientras que solo 5 (13,5%) indicaron poca disposición. Este resultado expresa una apertura significativa hacia el cambio y la innovación en el ámbito de la sostenibilidad, lo que representa una oportunidad clave para fortalecer prácticas responsables dentro del sector pastelero.

Pregunta 20: ¿Crees que las estrategias sostenibles mejorarían su productividad?

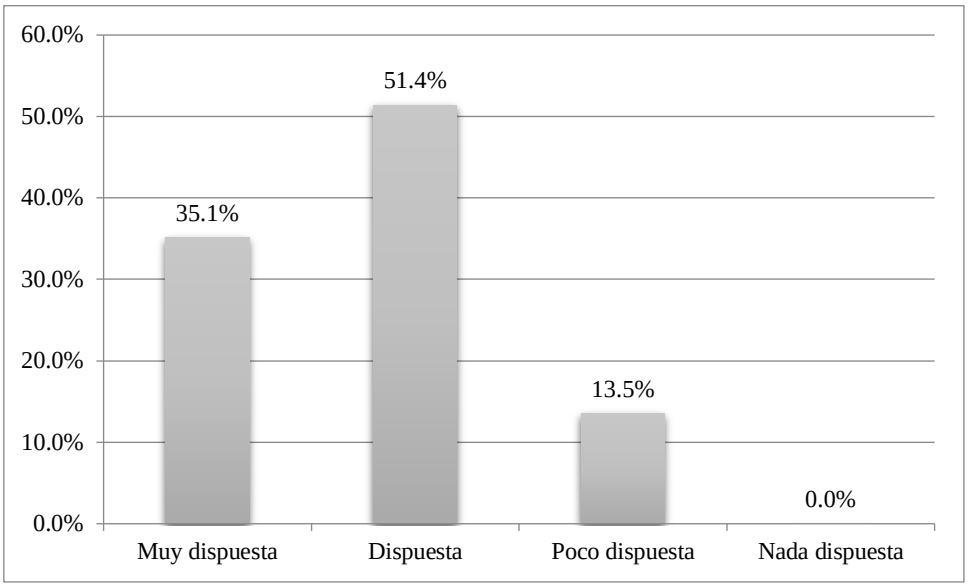


Figura 21. Estrategias

Los datos obtenidos reflejan una percepción favorable hacia el impacto de la sostenibilidad en la productividad de los negocios. En términos específicos, 17 emprendedoras (45,9%) consideraron que estas estrategias contribuirían significativamente, otras 17 (45,9%) opinan que ayudarían en cierta medida, y solo 3 (8,1%) creen que el efecto sería mínimo. Esta valoración positiva evidencia que muchas de las participantes reconocen el valor práctico de incorporar acciones sostenibles, para reducir desperdicios y generar un crecimiento más eficiente en sus emprendimientos.

En este apartado se presentan los resultados de la entrevista aplicada a 2 emprendedoras de pastelería en Santa Elena.

Pregunta 1: ¿Qué entiende por sostenibilidad en el contexto de su negocio de pastelería?

Respuesta y análisis: Las emprendedoras entrevistadas ven la sostenibilidad como un equilibrio entre cuidar el medio ambiente, usar los recursos de manera responsable y mantener su negocio funcionando. Una de ellas dijo que para ella es “no desperdiciar nada y buscar opciones que no dañen el ambiente”. Otra comentó que ser sostenible es “trabajar con conciencia, aprovechar bien los ingredientes y apoyar a los productores locales”. Esto muestra que entienden la sostenibilidad de manera práctica, enfocándose en reducir desperdicios, ahorrar recursos y ser responsables con la comunidad. No solo piensan en lo ambiental, sino también en lo económico y social.

Pregunta 2: ¿Qué prácticas sostenibles se aplican actualmente en su emprendimiento?

Respuesta y análisis: Las participantes mencionaron varias acciones que implementan en sus emprendimientos. Entre las más frecuentes se encuentran el uso de recipientes reutilizables, la adecuación de insumos en la producción para evitar el desperdicio, y la compra de productos locales para apoyar la economía de la zona y reducir la huella de transporte. Una de las emprendedoras indicó que “cuando horneo, siempre mido bien para que no me sobre ni me falte. Y si queda algo, trato de ofrecerlo en promociones para no botarlo”. Estas prácticas reflejan una sostenibilidad adaptada a su realidad diaria, donde prima el sentido común y la eficiencia en el uso de recursos.

Pregunta 3: ¿Qué tan fácil o difícil le resulta usar materiales ecológicos?

Respuesta y análisis: Las dos emprendedoras coincidieron en que el uso de materiales ecológicos representa un reto, principalmente por los costos y la poca disponibilidad en el mercado local. Una emprendedora expresó: “Los empaques biodegradables son caros y a

veces no los consigo aquí en la Provincia. Toca traerlos de otro lado y eso sube los costos". Aunque hay interés por incorporar materiales más sostenibles, las limitaciones económicas y logísticas dificultan su implementación de manera constante. Aun así, algunas han buscado alternativas como el uso de cajas de cartón reciclado o bolsas de papel para ciertos productos.

Pregunta 4: ¿Ha recibido alguna capacitación sobre sostenibilidad? Si es así, ¿cómo la ha aplicado?

Respuesta y análisis: Las emprendedoras señalaron haber recibido capacitación formal en temas de sostenibilidad. Las que sí lo hicieron mencionaron talleres breves impartidos por asociaciones locales o instituciones educativas. Una de ellas comentó: "Una vez nos dieron una charla sobre cómo aprovechar mejor los recursos, y desde ahí empecé a separar bien mis ingredientes y comprar solo lo justo". Aunque estas capacitaciones no son comunes, aquellas que han tenido acceso a ellas lograron implementar pequeños cambios que han beneficiado su productividad y reducido los desperdicios.

Pregunta 5: ¿Qué le falta para incorporar más prácticas sostenibles en su trabajo?

Respuesta y análisis: Entre las principales necesidades mencionadas se encuentran la capacitación continua, el acceso a materiales sostenibles a precios asequibles, y el apoyo institucional o de organizaciones que promuevan este tipo de iniciativas. Una emprendedora expresó: "Nos falta guía, alguien que nos enseñe paso a paso cómo hacer las cosas de forma más responsable sin afectar nuestras ventas". La otra emprendedora expresó: "A veces queremos mejorar, pero no sabemos por dónde empezar ni tenemos el tiempo para investigar; si tuviéramos talleres prácticos o asesoría, sería más fácil dar ese paso sin sentir que estamos perdiendo el rumbo del negocio". Este tipo de respuestas refleja una disposición positiva hacia el cambio, pero también evidencia las limitaciones estructurales y formativas que enfrentan las emprendedoras en su camino hacia una producción más sostenible.

4.2 Interpretación y discusión de resultados

Los resultados de la encuesta que hicieron a las mujeres que tienen pastelerías en el centro de Santa Elena muestran cosas importantes sobre la sostenibilidad y la productividad en sus negocios. En general, saben un poco de prácticas sostenibles, pero no siempre las ponen en práctica, principalmente por falta de dinero, conocimiento o cursos.

Sobre lo que saben y usan en prácticas sostenibles (Objetivo 1), la mayoría entiende qué es eso, pero solo unas pocas usan cosas biodegradables o amigables con el ambiente todo el tiempo. Esto quiere decir que aunque quieran, a veces no pueden porque no tienen plata o no encuentran esos materiales cerca. También se vio que pocas han hecho cursos o talleres sobre sostenibilidad, por eso no mejoran sus formas de trabajo.

En lo que afecta la productividad (Objetivo 2), muchas dijeron que les cuesta conseguir dinero para invertir en su negocio o comprar mejor tecnología. Además, tienen problemas con conseguir ingredientes y poco tiempo para hacer los pedidos, lo que muestra que su negocio depende mucho de cosas externas. Pero la mayoría dice que la comunidad las apoya, lo que es bueno para hacer alianzas.

Sobre las estrategias sostenibles para mejorar sus negocios (Objetivo 3), aunque están abiertas a usar tecnología limpia y trabajar con proveedores de la zona, no todas lo hacen todavía. Muchas no están en redes de apoyo ni reciben ayuda del gobierno, lo que muestra que hace falta más apoyo para estas emprendedoras.

A pesar de todo esto, la mayoría está dispuesta a intentar cosas nuevas y sabe que eso puede ayudar a que su negocio mejore. Eso es bueno porque demuestra que quieren cambiar y probar cosas nuevas, algo importante para que sus negocios crezcan y duren más.

En resumen, aunque saben que la sostenibilidad es importante y quieren mejorar, todavía tienen problemas como falta de dinero, capacitación y apoyo. Por eso, es necesario

que el gobierno, empresas y universidades se unan para ayudar a estas mujeres a tener negocios más sostenibles y productivos.

CONCLUSIONES

En esta investigación vimos que las mujeres que tienen pastelerías en el Centro de Santa Elena tienen varios problemas con la sostenibilidad, y eso afecta cómo les va en su negocio. Muchas saben poquito sobre cómo cuidar mejor el ambiente y usar los recursos bien, y casi no usan estrategias para ahorrar materiales o reducir desperdicios.

Un dato importante es que casi todas usan mucho material desechable, sobre todo para empacar y vender, y eso no solo les cuesta más plata, sino que también genera mucha basura, lo que no ayuda ni al planeta ni a la imagen de sus negocios. Igual, muchas quieren cambiar y probar cosas más amigables con el ambiente, pero que no les suba mucho el costo.

También vimos que tiran mucha comida por hacer más de lo que venden o porque no planifican bien sus inventarios. No tienen procesos ni capacitaciones para mejorar eso, pero sí están abiertas a aprender, especialmente si alguien las acompaña y les da herramientas fáciles de usar.

En cuanto al uso de energía, casi todas usan equipos que consumen mucha electricidad y no saben bien cuánto eso les afecta en los gastos o en el ambiente. Por eso, hace falta que alguien les enseñe a usar tecnologías más eficientes y a ahorrar energía.

Por último, muchas no han tenido cursos o formación sobre sostenibilidad, y eso hace que no puedan hacer cambios grandes. Por eso es súper importante que se creen capacitaciones accesibles que les enseñen a cuidar mejor los recursos y a mejorar sus procesos sin que el negocio se pare.

RECOMENDACIONES

Con base en lo que encontramos, hay varias cosas que podrían ayudar a que las mujeres que tienen pastelerías en el Centro de Santa Elena mejoren sus prácticas sostenibles.

Primero, sería bueno hacer cursos o talleres que hablen de sostenibilidad, pero que sean prácticos y fáciles de entender. Por ejemplo, cómo usar los recursos sin desperdiciar, elegir materiales que no dañen el ambiente, manejar mejor la basura y cambiar un poco sus procesos para que sean más verdes. Lo importante es que esos cursos se adapten a lo que pasa en el lugar, que no sean caros y que los den organizaciones que apoyen a los emprendedores, el gobierno o ONGs.

También sería útil facilitar que puedan comprar materiales biodegradables o productos sostenibles a buen precio, creando redes con proveedores locales. Así no les saldría tan caro cambiar sus materiales y ayudarían al medio ambiente. Además, crear espacios donde las emprendedoras puedan juntarse para compartir ideas, comprar juntas y ayudarse entre ellas podría ser muy bueno.

Otra cosa importante es apoyar con financiamiento, porque muchas dijeron que no tienen dinero para invertir en mejoras. Por eso, sería ideal que haya créditos pequeños, ayudas o incentivos que les permitan hacer esos cambios sin tanto problema, y que estas opciones vengan del gobierno o de entidades privadas.

También se podrían hacer campañas para que la gente entienda lo importante que es comprar productos locales y responsables, así se fortalece el apoyo de la comunidad y las ventas de las emprendedoras.

Finalmente, sería bueno probar con algunos planes para llevar tecnología más eficiente, darles equipos que consuman menos agua y energía, y asesoría para mejorar sus procesos. Esto ayudaría a que sus negocios sean más competitivos y menos dañinos con el ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta-Prado, JC, Zárate-Torres, RA y Ortiz, E. (2021). Emprendimiento sostenible: Un estudio de caso múltiple. Información Tecnológica, 32 (6), 169–178. https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000600169

Aguilar, J. (2024). Análisis Comparativo del Impacto Económico de Emprendimientos Caseros de Repostería en Pastelerías Formales de Chetumal. *Ciencia Latina: Revista Multidisciplinar*, *8*(5), 10619-10636. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9848706

Benavides, L., Goyes, S., López, V., & Benavides, C. (2022). Etapas del ciclo de vida organizacional: Una revisión sistemática de literatura. *Aglala, 13* (1), 227–243. https://doi.org/10.22519/22157360.2354

Borbor, S. (2021). *Estrategias organizacionales en la idea de negocio pastelería Sabor Natural, provincia de Santa Elena, cantón La Libertad, año 2020* (Tesis de Licenciatura). Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021. https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6143

Camargo, O. & Aguilar, M. (2022). Mujeres emprendedoras. *Revista e-Innova SENA Virtual, 1* (1), Artículo 5452. https://revistas.sena.edu.co/index.php/e-innova/article/view/5452

Camavilca-Vega, D. (2025). Inteligencia de negocios en la educación: Una revisión sistemática de literatura. *593 Editorial Digital CEIT, 10* (2), 335–348. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10080900

Cepeda, S., & Gómez, A. (2021). *El marketing digital como herramienta para el desarrollo en las diferentes etapas del ciclo de vida de los emprendimientos de repostería y pastelería en Bogotá.* https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/4105

Chantryt, J. (2024). *Ruta de innovación y sostenibilidad empresarial; Malula Pastelería* (Tesis de Licenciatura). Escuela de Administración de Negocios. https://repository.universidadean.edu.co/items/31776f80-41dc-41e4-af9c-bac9207c6665

Cheyre, H. (2024). *¿Cómo mejorar la productividad?* Centro de Investigación de Empresas y Sociedad, Universidad del Desarrollo. https://negocios.udd.cl/files/2024/03/debate-publico-50-como-mejorar-la-productividad.pdf

Consuegra, R. (2025). Del sueño a la realidad: Estrategias de calidad para emprendedores exitosos. *Espíritu Emprendedor TES, 9* (1), 79–98. https://www.espirituemprendedortes.com/index.php/revista/article/view/427

De la Cruz Martínez, C., Garza, J., Medina, M., & Galván, D. (2024). Estudio de tiempos y movimientos para mejorar el proceso de producción en una pastelería. Ciencia Latina: *Revista Multidisciplinar*, 8(5), 14070-14083. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9935098

Devia, J. (2023). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial mediante la Norma ISO 26000 para la panadería y pastelería Leal.* https://repository.unad.edu.co/handle/10596/55562

Ecuador. *Código Orgánico del Ambiente.* Registro Oficial Suplemento 983, 12 de abril de 2017.

Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449, 20 de octubre de 2008.

Grajales, Á. (2022). *Plan de mejora continua para impulsar la productividad de la pastelería Aluèt* (Tesis de Licenciatura). Facultad de Ciencias de la Nutrición y Alimentos, Universidad de Ciencias de Artes de Chiapas, México. https://repositorio.unicach.mx/handle/20.500.12753/4541

Haro, A., Chisag, E., Ruiz, J., & Caicedo, J. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *LATAM: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2), 67. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9541046

Hernández-Rodríguez, A., Argüelles-Pascual, V., Palacios, R. (2021). Métodos empíricos de la investigación. *CIENCIA UASTECA BOLETÍN CIENTÍFICO DE LA ESCUELA SUPERIOR DE HUEJUTLA*, 9(17), 33-34. https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/huejutla/article/view/6701

Macias, E., & Cobeña, X. (2021). Estrategias para el mejoramiento de la productividad de las microempresas relacionadas a la elaboración de pasteles. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 549-568. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8149640

Martínez Alvear, M. (2023). Diseño de empaques sostenibles para la comercialización de productos de la pastelería Vegan Cakes (Tesis de Licenciatura). ESPOL, Ecuador. https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/60660

Medina, M., Rojas, R., & Bustamante, W. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. http://coralito.umar.mx:8383/jspui/handle/123456789/1539

Merejildo, T. (2023). *Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022* (Tesis de Licenciatura). Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Monsalve, T. (2023). *Modelo de negocio para la creación del emprendimiento de repostería y pastelería SAPATA.* https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3354

Pacheco, K. (2023). *Propuesta de un Plan de gestión comercial para la pastelería Sweet & Salty Creations.* https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/b82631db-32af-4dc9-bfe5-2d7655dd6ac6

Perilla, L; Ruíz, M., & Peña, L. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, *14*(2), 1-28. https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/5252

Puentes, M. (2024). *Nutricake: Innovación Social desde la Pastelería para el Desarrollo Comunitario.* https://repository.unad.edu.co/handle/10596/66344

Ramos, D., Martínez, M., & Umaña, J. (2024). *Plan de acción para mejorar el posicionamiento de la marca Kocoa Bakery* [Publicación institucional]. Repositorio Institucional, Universidad Cooperativa de Colombia. https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/65b6bfa2-a4b2-49a9-93a8-deccb66861fd

Rincón, A. (2022). Diseño de estrategia de comunicación socialmente responsable para la Pastelería Farnese. https://uvadoc.uva.es/handle/10324/55001

Sánchez, D. (2024). *Gestión del conocimiento y su relación con la innovación de las empresas dedicadas a la venta de insumos y utensilios de repostería, pastelería y*

panadería en la ciudad de Abancay-2022 (Tesis de Licenciatura). Facultad de Administración, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Perú. https://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/1506

Sánchez-Martínez, D. (2022). Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación. *TEPEXI* BOLETÍN CIENTÍFICO DE LA ESCUELA SUPERIOR TEPEJI DEL RÍO, 9(17), 38-39. https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/tepexi/article/view/7928

Sfeir, R. (2024). *Diseño de un plan de negocios para el desarrollo de una pastelería artesanal en la Región Metropolitana* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Chile.

Toledo-Castillo, N., Peñafiel-Moncayo, I., Torres-Guamán, L., & Guamán-Zuñiga, R. (2025). El control interno en la gestión empresarial. *Polo del Conocimiento*, 10(1), 1363-1377. https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/8757

Viza, J. (2023). *Plan de negocios para implementar una pastelería artesanal* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/19155

ANEXO A: PLAN DE SOSTENIBILIDAD PARA EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE PASTELERÍA

1. Introducción

Este plan busca poner en marcha varias estrategias sostenibles para ayudar a que los negocios de pastelería dirigidos por mujeres en el Centro de Santa Elena mejoren su productividad. Estos emprendimientos son muy importantes para la economía del lugar, pero tienen problemas como falta de dinero, dificultad para conseguir materiales sostenibles y poca formación sobre cómo cuidar el ambiente. Con base en encuestas hechas a las emprendedoras, vimos que muchas tienen ganas de hacer cambios, pero se topan con obstáculos que les impiden hacerlo.

La idea de esta propuesta es crear un plan completo que incluya capacitación, facilidades para conseguir recursos, fortalecer la colaboración entre ellas y promover prácticas más responsables. Todo esto para que las mujeres emprendedoras puedan salir adelante y al mismo tiempo ayudar al desarrollo económico y cuidar el ambiente en la región. El plan aprovecha las ganas de mejorar de las emprendedoras y el apoyo de la comunidad para lograr un cambio positivo y duradero en el sector de pastelería de Santa Elena.

2. Misión y Visión

2.1. Misión

Promover el crecimiento sostenible de los emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena, mediante la adopción de prácticas responsables, el fortalecimiento de capacidades y la creación de redes de colaboración que impulsen la productividad y el bienestar de las emprendedoras.

2.2. Visión

Posicionar a los emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena como modelos de sostenibilidad y productividad, reconocidos por su innovación, calidad y compromiso con el desarrollo económico y ambiental de la comunidad.

3. Objetivos del Plan

Objetivo General

Desarrollar estrategias de sostenibilidad para el fortalecimiento de la productividad en emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Analizar el nivel de conocimiento y aplicación de prácticas sostenibles en los emprendimientos femeninos de pastelería en el Centro de Santa Elena.
- Evaluar los principales factores que afectan la productividad en estos emprendimientos.
- Diseñar un modelo de estrategias sostenibles adaptado a las necesidades del sector de la pastelería en el Centro de Santa Elena.

4. Análisis de la Situación

Análisis FODA

El análisis FODA de los emprendimientos femeninos de pastelería en Santa Elena permite identificar los elementos clave para el desarrollo de estrategias sostenibles:

Fortalezas:

- Alta motivación y disposición de las emprendedoras para adoptar prácticas sostenibles.
- Apoyo significativo de la comunidad local, que valora los productos artesanales.
- Conocimiento básico sobre sostenibilidad entre las emprendedoras.

Oportunidades:

- Creciente demanda de productos sostenibles y artesanales en el mercado local.
- Posibilidad de establecer alianzas con proveedores locales para acceder a insumos biodegradables.
- Interés de instituciones educativas y ONGs en apoyar iniciativas de desarrollo sostenible.

Debilidades:

- Escaso acceso a financiamiento para invertir en mejoras o tecnologías sostenibles.
- Limitada formación reciente en sostenibilidad y gestión empresarial.
- Dependencia de insumos externos y problemas recurrentes en el suministro.

Amenazas:

- Competencia de productos industriales que ofrecen precios más bajos.
- Falta de incentivos locales para promover prácticas sostenibles.
- Riesgo de interrupciones en la cadena de suministro debido a factores externos (clima, economía).

Tabla 3. FODA

Cruzamiento	Análisis Estratégico
Fortalezas + Oportunidades (FO)	Aprovechar la motivación de las emprendedoras y el apoyo comunitario para implementar programas de capacitación y alianzas con proveedores locales, promoviendo el uso de insumos sostenibles y aumentando la visibilidad de los productos.
Fortalezas + Amenazas (FA)	Utilizar el apoyo de la comunidad y la predisposición al cambio para diferenciar los productos artesanales frente a la competencia, promoviendo su valor sostenible y artesanal.
Debilidades + Oportunidades (DO)	Superar la falta de formación y financiamiento mediante talleres gratuitos y alianzas con instituciones, aprovechando el interés en sostenibilidad para fortalecer las capacidades de las emprendedoras.
Debilidades + Amenazas (DA)	Mitigar la dependencia de insumos externos y la falta de incentivos mediante redes de colaboración local y la búsqueda de apoyo institucional para garantizar la estabilidad operativa.

El análisis estratégico destaca la importancia de combinar las fortalezas internas, como la motivación de las emprendedoras, con oportunidades externas, como la demanda de

productos sostenibles, para superar las debilidades y amenazas actuales. Este enfoque permite diseñar estrategias prácticas y adaptadas al contexto local.

5. Análisis del Público Objetivo

El público objetivo de este plan son las emprendedoras de pastelería en el Centro de Santa Elena, principalmente mujeres de entre 25 y 50 años que lideran microemprendimientos. Estas mujeres se caracterizan por:

- Tener experiencia en la producción artesanal de pastelería, pero conocimientos limitados en sostenibilidad y gestión empresarial.
- Enfrentar restricciones económicas que dificultan la inversión en mejoras o insumos sostenibles.
- Mostrar interés en aprender y adoptar prácticas que mejoren la productividad y la calidad de sus productos.
- Depender del apoyo de la comunidad local para la comercialización de sus productos.

Además, se considera un público secundario: los consumidores locales, quienes valoran los productos artesanales y están interesados en opciones sostenibles, y las instituciones locales (gobierno, ONGs, universidades) que pueden apoyar la implementación del plan.

6. Análisis de la Competencia

Los emprendimientos femeninos de pastelería en Santa Elena compiten principalmente con:

- Pastelerías industriales: Ofrecen productos a menor precio, pero carecen del enfoque artesanal y sostenible que caracteriza a los emprendimientos locales. Su ventaja radica en economías de escala y mayor disponibilidad de insumos.

- Otros emprendimientos locales: Algunos negocios similares ya implementan prácticas sostenibles, pero en menor escala, lo que representa una oportunidad para diferenciarse mediante un modelo más estructurado.
- Supermercados y cadenas comerciales: Proveen productos de pastelería estandarizados, pero no cuentan con el valor cultural y comunitario de los emprendimientos femeninos.

La diferenciación de los emprendimientos apoyados por este plan radica en su compromiso con la sostenibilidad, la calidad artesanal y el impacto social positivo en la comunidad.

7. Estrategias Propuestas

7.1. Capacitación en Sostenibilidad y Gestión

- Implementar talleres mensuales sobre el uso de insumos biodegradables, eficiencia energética y gestión financiera, en colaboración con universidades y ONGs.
- Crear un programa de mentoría con expertas en sostenibilidad para acompañar a las emprendedoras en la implementación de mejoras.

7.2. Fortalecimiento de Redes Locales

- Establecer una red de emprendedoras de pastelería para compartir recursos, experiencias y estrategias.
- Gestionar alianzas con proveedores locales para garantizar el acceso a insumos sostenibles a precios competitivos.
- Organizar ferias comunitarias para promover los productos y fortalecer la relación con los consumidores.

7.3. Acceso a Recursos Sostenibles

- Introducir un programa piloto de tecnologías sostenibles, como empaques biodegradables y hornos de bajo consumo, financiado por alianzas con el sector privado.
- Facilitar el acceso a microcréditos para la adquisición de equipos o insumos sostenibles.
- Promover el uso de herramientas digitales para la gestión de pedidos y la promoción de productos.

7.4. Promoción de Políticas Locales

- Abogar por incentivos municipales, como subsidios o exenciones fiscales, para emprendimientos sostenibles.
- Proponer programas de acompañamiento dirigidos a mujeres emprendedoras, en colaboración con el gobierno local.

8. Plan de Implementación

Tabla 4. Cronograma

Fase	Periodo	Acciones
Fase 1: Planificación	Meses 1-3	Conformar un equipo de trabajo con representantes de la comunidad, instituciones educativas y el sector privado. Diseñar los contenidos de los talleres y el programa piloto de tecnologías sostenibles. Identificar proveedores locales y socios estratégicos.
Fase 2: Ejecución	Meses 4-9	Iniciar los talleres de capacitación, con al menos 20 emprendedoras participantes. Establecer la red de emprendedoras y realizar el primer evento comunitario. Implementar el programa piloto de tecnologías sostenibles con 10 emprendimientos.
Fase 3: Evaluación y Escalabilidad	Meses 10-12	Evaluar el impacto del plan mediante encuestas y entrevistas. Ajustar las estrategias según los resultados obtenidos. Presentar un informe a las autoridades locales para garantizar la continuidad y posible ampliación del proyecto.

9. Resultados Esperados

- Incremento del 25% en el uso de insumos sostenibles entre las emprendedoras participantes.
- Fortalecimiento de al menos 20 emprendimientos mediante la adopción de prácticas sostenibles.
- Creación de una red de colaboración con 25 emprendedoras y 5 proveedores locales.
- Reducción del 15% en los problemas relacionados con el suministro de insumos y la gestión del tiempo.

10. Conclusión

El Plan de Sostenibilidad para Emprendimientos Femeninos de Pastelería en Santa Elena ofrece una ruta clara para transformar estos negocios en modelos de sostenibilidad y productividad. Al abordar las barreras estructurales mediante capacitación, redes de colaboración y acceso a recursos, esta propuesta no solo empodera a las mujeres emprendedoras, sino que también contribuye al desarrollo económico y ambiental de la región. La disposición al cambio de las participantes y el apoyo comunitario son la base para garantizar el éxito y la sostenibilidad de esta iniciativa.

ANEXO B: ENCUESTAS

Estrategias de sostenibilidad en emprendimientos femeninos de pastelería.

Seleccione la opción que mejor represente su situación. Sus respuestas son confidenciales y ayudarán a fortalecer los emprendimientos de pastelería en Santa Elena.

* Obligatoria

* Este formulario registrará su nombre, escriba su nombre.

1. Edad *

- ◯ 20 a 29 años
- ◯ 30 a 39 años
- ◯ 40 a 49 años
- ◯ 50 años o más

2. Nivel Educativo *

- ◯ Primaria
- ◯ Secundaria
- ◯ Universitario
- ◯ Ninguno

3. Años de experiencia en su negocio *

- ◯ Menos de 1 año
- ◯ 1 año
- ◯ 2 años
- ◯ 3 años o más

4. ¿Conoce qué son las prácticas sostenibles en un negocio de pastelería? *

- ◯ Si
- ◯ No

5. ¿Utiliza materiales biodegradables o reciclables en su pastelería? *

- ◯ Siempre
- ◯ A veces
- ◯ Rara vez
- ◯ Nunca

6. ¿Qué tan frecuente incorpora insumos de origen sostenible (ej. harina orgánica)? *

- ◯ Siempre
- ◯ A veces
- ◯ Rara vez
- ◯ Nunca

7. ¿Ha recibido formación sobre sostenibilidad en los últimos dos años? *

- ◯ Si
- ◯ No

8. ¿Qué tan preparado se siente para aplicar estrategias sostenibles? *

- ◯ Muy preparada
- ◯ Preparada
- ◯ Poco preparada
- ◯ Nada preparada

9. ¿Qué tan fácil es acceder a financiamiento para su negocio? *

- ◯ Muy fácil
- ◯ Fácil
- ◯ Dificil
- ◯ Muy dificil

10. ¿Cuenta con equipos o tecnología que mejoran su producción? *

- ◯ Sí
- ◯ No

11. ¿Qué tan frecuente enfrenta problemas con el suministro de insumos? *

- ◯ Siempre
- ◯ A veces
- ◯ Rara vez
- ◯ Nunca

12. ¿El tiempo disponible le permite cumplir con los pedidos a tiempo? *

- ◯ Siempre
- ◯ A veces
- ◯ Rara vez
- ◯ Nunca

13. ¿Cómo califica el apoyo de su comunidad para su emprendimiento? *

- ◯ Muy bueno
- ◯ Bueno
- ◯ Regular
- ◯ Malo

14. ¿Participa en redes o alianzas con otras emprendedoras locales? *

- ◯ Sí
- ◯ No

15. ¿Qué tan útil considera la capacitación para mejorar su negocio? *

- ◯ Muy útil
- ◯ Útil
- ◯ Poco útil
- ◯ Nada útil

16. ¿Usas estrategias para reducir el consumo de agua o energía? *

- ◯ Sí
- ◯ No

17. ¿Qué tan importante es para usted colaborar con proveedores locales? *

- ◯ Muy importante
- ◯ Importante
- ◯ Poco importante
- ◯ Nada importante

18. ¿Clasifica los residuos generados en su pastelería? *

- ◯ Siempre
- ◯ A veces
- ◯ Rara vez
- ◯ Nunca

19. ¿Ha implementado mejoras en su negocio basadas en capacitaciones? *

- ◯ Sí
- ◯ No

20. ¿Qué tan viable sería para usted adoptar tecnologías sostenibles? *

- ◯ Muy viable
- ◯ Viable
- ◯ Poco viable
- ◯ Nada viable

21. ¿Recibe incentivos locales para prácticas sostenibles? *

- ◯ Sí
- ◯ No

22. ¿Qué tan dispuesto estaría a probar nuevas estrategias sostenibles? *

- ◯ Muy dispuesta
- ◯ Dispuesta
- ◯ Poco dispuesta
- ◯ Nada dispuesta

23. ¿Crees que las estrategias sostenibles mejorarían su productividad? *

- ◯ Mucho
- ◯ Algo
- ◯ Poco
- ◯ Nada

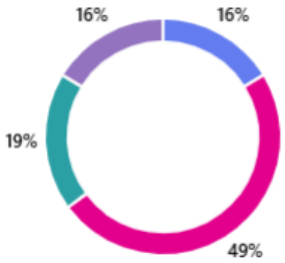
Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

Microsoft Forms

ANEXO C: RESULTADOS

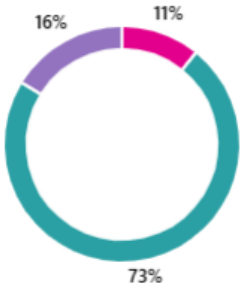
1. Edad

20 a 29 años	6
30 a 39 años	18
40 a 49 años	7
50 años o más	6



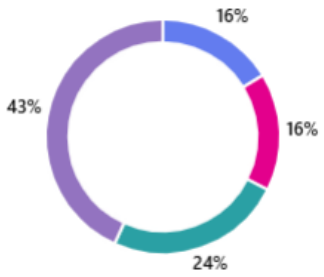
2. Nivel Educativo

Primaria	0
Secundaria	4
Universitario	27
Ninguno	6



3. Años de experiencia en su negocio

Menos de 1 año	6
1 año	6
2 años	9
3 años o más	16



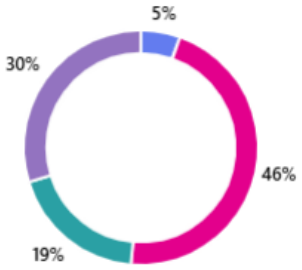
4. ¿Conoce qué son las prácticas sostenibles en un negocio de pastelería?

Si	22
No	15



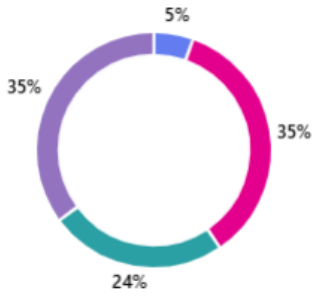
5. ¿Utiliza materiales biodegradables o reciclables en su pastelería?

Siempre	2
A veces	17
Rara vez	7
Nunca	11



6. ¿Qué tan frecuente incorpora insumos de origen sostenible (ej. harina orgánica)?

Siempre	2
A veces	13
Rara vez	9
Nunca	13



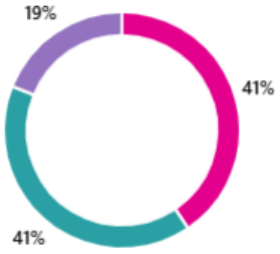
7. ¿Ha recibido formación sobre sostenibilidad en los últimos dos años?

Si	15
No	22



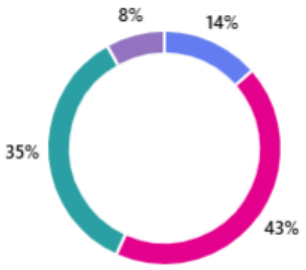
8. ¿Qué tan preparado se siente para aplicar estrategias sostenibles?

Muy preparada	0
Preparada	15
Poco preparada	15
Nada preparada	7



9. ¿Qué tan fácil es acceder a financiamiento para su negocio?

Muy fácil	5
Fácil	16
Difícil	13
Muy difícil	3



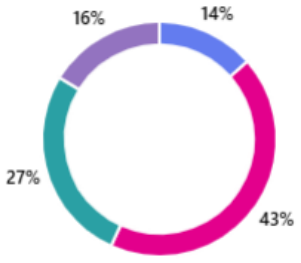
10. ¿Cuenta con equipos o tecnología que mejoran su producción?

Sí	16
No	21

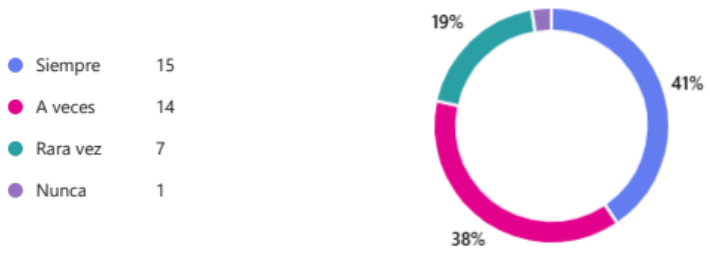


11. ¿Qué tan frecuente enfrenta problemas con el suministro de insumos?

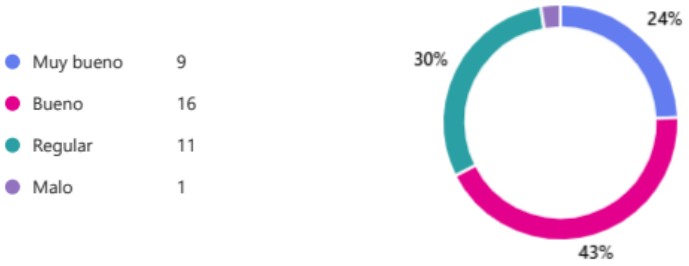
Siempre	5
A veces	16
Rara vez	10
Nunca	6



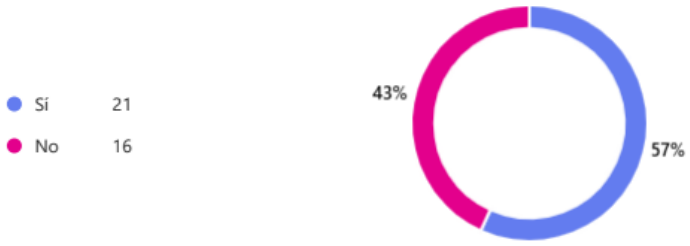
12. ¿El tiempo disponible le permite cumplir con los pedidos a tiempo?



13. ¿Cómo califica el apoyo de su comunidad para su emprendimiento?

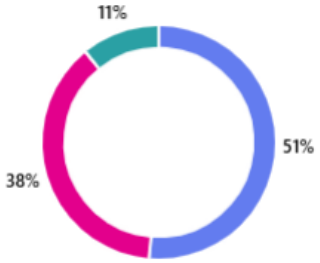


14. ¿Participa en redes o alianzas con otras emprendedoras locales?



15. ¿Qué tan útil considera la capacitación para mejorar su negocio?

Muy útil	19
Útil	14
Poco útil	4
Nada útil	0



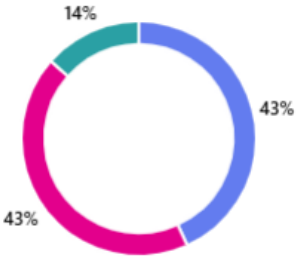
16. ¿Usas estrategias para reducir el consumo de agua o energía?

Si	14
No	23



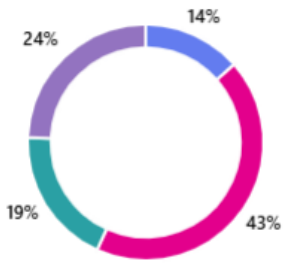
17. ¿Qué tan importante es para usted colaborar con proveedores locales?

Muy importante	16
Importante	16
Poco importante	5
Nada importante	0



18. ¿Clasifica los residuos generados en su pastelería?

Siempre	5
A veces	16
Rara vez	7
Nunca	9



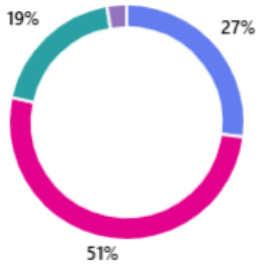
19. ¿Ha implementado mejoras en su negocio basadas en capacitaciones?

Sí	21
No	16



20. ¿Qué tan viable sería para usted adoptar tecnologías sostenibles?

Muy viable	10
Viable	19
Poco viable	7
Nada viable	1



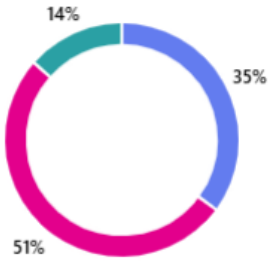
21. ¿Recibe incentivos locales para prácticas sostenibles?

Sí	2
No	35



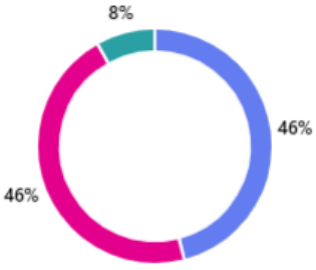
22. ¿Qué tan dispuesto estaría a probar nuevas estrategias sostenibles?

Muy dispuesta	13
Dispuesta	19
Poco dispuesta	5
Nada dispuesta	0



23. ¿Crees que las estrategias sostenibles mejorarían su productividad?

Mucho	17
Algo	17
Poco	3
Nada	0



ANEXO D: EVIDENCIA FOTOGRÁFICA






Pasteleria
Paulita


Pasteleria
Paulita

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD Y AUTENTICIDAD

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD
TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **MANZABA INTRIAGO CARMEN YOHANA**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **2%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,28 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN
Pablo Heredia