



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA

ITM

TESIS:

“ESTRATEGIAS DE ACTUALIZACIÓN PARA UN MODELO DE
EMPREDIMIENTO INSTITUCIONAL EN EL SECTOR
RESTAURANTERO DE LA CIUDAD DE MÉRIDA, YUCATÁN”

PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRO EN PLANIFICACIÓN DE EMPRESAS Y DESARROLLO
REGIONAL

PRESENTA:

ING. G.P. TZAB ALVAREZ JESUS EMMANUEL

ASESOR:

DR. SANTOS VALENCIA RAÚL ALBERTO

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO

22 DE NOVIEMBRE DE 2023

DEPENDENCIA: DIV. DE EST. DE POSG. E INV.

No. DE OFICIO: X-225/23

Mérida, Yucatán, 21/septiembre/2023

ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

**C. JESÚS EMMANUEL TZAB ALVAREZ
PASANTE DE LA MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN
DE EMPRESAS Y DESARROLLO REGIONAL
PRESENTE.**

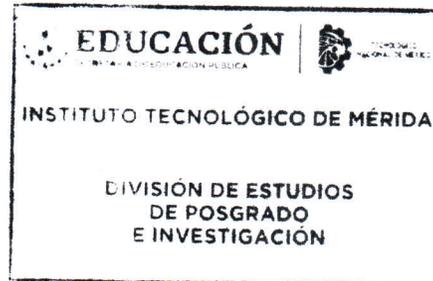
De acuerdo al fallo emitido por su director **Raúl Alberto Santos Valencia**, y la comisión revisora integrada por José Francisco Sarmiento Franco, Mayanin Asunción Sosa Alcaraz y Gustavo Adolfo Monforte Méndez, considerando que cubre los requisitos establecidos en el Reglamento de Titulación de los Institutos Tecnológicos le autorizamos la impresión de su trabajo profesional con la TESIS:

“ESTRATEGIAS DE ACTUALIZACIÓN PARA UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO INSTITUCIONAL EN EL SECTOR RESTAURANTERO DE LA CIUDAD DE MÉRIDA, YUCATÁN.”

ATENTAMENTE

*Excelencia en Educación Tecnológica@
“In Hoc Signo Vinces”*


**DR. JORGE ARTURO TELLO CETINA
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE
POSGRADO E INVESTIGACIÓN**



C.p. Archivo
JATC/AMPC/zac



DEDICATORIA

A mis padres

Que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles.

A mi prometido, Irving Francisco Pech Nah

Por demostrarme su apoyo incondicional durante cada etapa nueva que se presenta. Así como reiterarle que es una persona de admiración y muy perseverante, que cada día es grato ir aprendiendo nuevas cosas juntos.

A mis hermanos:

Por siempre estar para apoyarme y aconsejarme, así como también brindarme ánimos en los momentos en que me sentía muy estresado. Así como pasar momentos divertidos y de entretenimiento.

A mis amigos Bertha, Luis, Yulisa, Vianey, Santos, Rolando, Tony, Ángel, Manzur, José, Rocio y Susana:

Espero que nuestra amistad duré muchísimos años y que me es grato haber y seguir contando con su apoyo, así como las platicas y salidas que hicimos.

AGRADECIMIENTOS

Le doy las gracias al Consejo Nacional de ciencia y Tecnología (CONACYT) por ser un stakeholder para que pueda cursar el programa de formación del posgrado, permitiéndome culminar en tiempo y forma con el mismo. También me gustaría agradecer a los profesores de programa Planeación de Empresas y Desarrollo Regional del Instituto Tecnológico de Mérida.

Agradezco el apoyo, guía y orientación de Dr. José Francisco Sarmiento, Dr. Gustavo Adolfo Monforte y la Dra. Mayanin Asunción Sosa. Por supuesto, le quiero dar las gracias a mi asesor el Dr. Raúl Alberto Valencia por toda la mentoría y asesoría que me brindo, así como la paciencia que tuvo conmigo y sobre todo el apoyo que brindo para lograr terminar el programa.

Por otro lado, me gustaría agradecer a las personas que forman parte de los emprendimientos que se estudiaron, puesto que sin ellos no se hubiera podido culminar la investigación, agradezco mucho su disposición y atención.

RESUMEN

Actualmente el emprendimiento es uno de los principales motores de crecimiento y avance de la sociedad, pero, en la actualidad muchos jóvenes no suelen encontrar trabajo y una mínima parte se arriesga a emprender por lo que la actividad o el espíritu emprendedor suele ser bajo. Es por ello que existen los modelos de emprendimiento institucionales que buscan fomentar y promover las prácticas emprendedoras con responsabilidad, siendo uno de los principales el de la Instituto Tecnológico de Mérida. Sin embargo, éste lleva un par de años sin recibir alguna actualización en cuanto a contenido y estructura, por lo tanto, es imperante que se realice un análisis en el cual se identifique si contiene información relevante con base en los requerimientos de uno de los principales sectores de la ciudad, el sector restaurantero, específicamente el de la zona sur de la ciudad. El presente estudio expone las estrategias que se deben considerar en el modelo de emprendimiento del Instituto Tecnológico de Mérida cuando se realice su próxima actualización, mismas que están acorde a los requerimientos del sector mencionado. Ésta es una investigación de tipo descriptiva debido a que se basa en la consulta de documentos relacionados con el tema y de un trabajo de campo con una muestra de 76 empresas dentro del sector y zona mencionados previamente. Los resultados demuestran que hay que realizar un mayor esfuerzo para rectificar que la estructura y contenido de los modelos efectivamente vayan alineados a lo que la sociedad empresarial solicita o requiere.

ABSTRACT

Currently, entrepreneurship is one of the main engines of growth and advancement of society, but currently many young people often do not find work and only a small part of them take the risk of entrepreneurship, so the activity or entrepreneurial spirit is usually low. That is why there are institutional entrepreneurship models that seek to encourage and promote entrepreneurial practices with responsibility, one of the main ones being that of the Instituto Tecnológico de Mérida. However, it has not been updated for a couple of years in terms of content and structure, therefore, it is imperative to perform an analysis to identify whether it contains relevant information based on the requirements of one of the main sectors of the city, the restaurant sector, specifically in the southern part of the city. The present work exposes the strategies that should be considered in the entrepreneurship model of the Instituto Tecnológico de Mérida when its next update is carried out, which are in accordance with the requirements of the mentioned sector. This is descriptive research because it is based on the consultation of documents related to the subject and field work with a sample of 76 companies within the sector and area mentioned above. The results show that it is necessary to make a greater effort to rectify that the structure and content of the models are effectively aligned with what the business society requests or requires.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS	II
RESUMEN	III
ABSTRACT.....	IV
ÍNDICE DE CONTENIDO	V
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del problema.....	10
1.2.1. Preguntas de investigación.....	12
1.2.2. Objetivos	12
1.3. Justificación.....	13
1.4. Delimitación y limitaciones	14
1.4.1. Delimitación	14
Espacial.....	14
Temporal.....	15
Conceptual.....	15
1.4.2. Limitación.....	16
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	17

2.1 Emprendimiento	17
2.1.1 Pilares del emprendimiento	18
2.1.2 Modelos de emprendimiento	22
2.1.3 Modelo talento emprendedor del ITMérida	23
2.1.4 Teorías de Emprendimiento.....	24
2.1.5 Competencias Emprendedoras	26
2.2 Desarrollo Sustentable o Sustentabilidad.....	28
2.2.1. Teorías del Desarrollo Sustentable	31
2.2.2 Modelos del Desarrollo Sustentable.....	32
2.2.3 Importancia de la Sustentabilidad en el mundo empresarial.....	34
2.3 Responsabilidad Social	35
2.3.1 Responsabilidad Social Empresarial.....	36
2.3.2 Responsabilidad Social Universitaria	37
2.3.3 Pilares de la Responsabilidad Social	38
2.4 Sector productivo	39
2.4.1 Clasificación y características de los Sectores Productivos	40
2.4.2 Sector de la alimentación y restaurantero	43
2.4.3 Acciones Sustentables del sector de la alimentación	44
CAPITULO III. MARCO CONTEXTUAL	47
3.1 Emprendimiento en México	47
3.1.1 Emprendimiento sustentable en México	53

3.1.2 <i>Emprendimiento con Responsabilidad Social en México</i>	56
3.2 <i>Emprendimiento en Yucatán</i>	57
3.2.1 <i>Emprendimiento sustentable en Yucatán</i>	59
3.2.2 <i>Emprendimiento con Responsabilidad Social en Yucatán</i>	60
3.2.3 <i>Modelos de emprendimiento académicos en Mérida, Yucatán</i>	61
3.3 <i>Características de los principales sectores productivos en Yucatán</i>	63
3.3.1 <i>Datos estadísticos de los sectores productivos en Yucatán</i>	63
3.3.2 <i>Sector restaurantero en Mérida, Yucatán</i>	64
3.4 <i>Características de la zona sur de Mérida, Yucatán</i>	65
3.4.1 <i>Datos demográficos de la zona sur de Mérida, Yucatán</i>	67
3.4.2 <i>MiPyme de la zona sur de Mérida, Yucatán</i>	68
CAPITULO IV. METODOLOGÍA	71
4.1 <i>Tipo de investigación</i>	71
4.2 <i>Enfoque de la investigación</i>	72
4.3 <i>Diseño de la investigación</i>	73
4.4 <i>Unidad de análisis o sujeto de estudio, población y muestra</i>	74
4.4.1. <i>Unidad de análisis y sujeto de estudio</i>	74
4.4.2. <i>Población y muestra</i>	74
4.5 <i>Definición de variables de análisis</i>	76
4.6 <i>Descripción de herramienta de recolección de la información</i>	77
4.6.1. <i>Instrumentos de investigación.</i>	77

4.6.2. <i>Confiabilidad</i>	80
4.6.3. <i>Validez del instrumento</i>	81
4.6.4. <i>Proceso de recolección de datos</i>	81
4.7 Procedimientos de análisis de la información	81
CAPITULO V. RESULTADOS	82
5.1. Acciones y perspectivas relacionadas a la sustentabilidad por parte de las empresas del sector.	85
5.2. Ámbitos de responsabilidad social de las empresas dentro del sector	92
5.3. Perspectivas de emprendimiento de las empresas del sector	97
5.4. Afinidad de las empresas a los modelos de emprendimiento institucionales	102
5.6. Discusión de los resultados	112
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
1.1. Conclusiones	118
1.2. Recomendaciones.....	122
REFERENCIAS	125
ANEXOS	142
Anexo 1. Cuestionario.....	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Clasificación de emprendedores	21
Tabla 2.2. Clasificación de los sectores productivos con base en las actividades económicas	40
Tabla 2.3. Síntesis del marco teórico	46
Tabla 3.1. Costos por agotamiento y degradación proveniente de los emprendimientos de México	55
Tabla 3.2. Perfil de participantes por género en el estudio de percepción de responsabilidad social	57
Tabla 3.3. Frecuencia de Mipyme por colonia de la zona sur de la ciudad de Mérida.....	68
Tabla 3.4 Frecuencia de Mipyme por actividades del sector restaurantero en la Zona sur de Mérida	70
Tabla 4.1 Negocios por colonia en la Zona sur de Mérida que se dedican a que se dedican a preparar alimentos para llevar, pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos.....	75
Tabla 4.2 Alineación de los objetivos con las dimensiones de la variable	76
Tabla 4.3 Variables, dimensiones e indicadores del estudio de investigación	76
Tabla 4.4 Dimensiones de análisis con sus respectivos ítems del instrumento de medición empleado en el estudio.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. Principales competencias emprendedoras	26
Figura 2.2. Principales aspectos del desarrollo sustentable	29
Figura 2.3. Modelo 3c del desarrollo sustentable	33
Figura 2.4. Acciones del sector restaurantero relacionadas a la sustentabilidad	44

Figura 3.1. Comparación de datos del censo de empresas de los períodos 2014 y 2019	53
Figura 3.2. Mapa de división de zonas de la ciudad de Mérida.....	66
Figura 3.3. Distribución porcentual de las unidades de negocio por actividades económicas	69
Figura 4.1. Metodología de investigación del estudio elaborado	73
Figura 5.1. Distribución porcentual de las empresas participantes del estudio por colonia	82
Figura 5.2. Edad de los participantes que participaron en el estudio.....	83
Figura 5.3. Distribución de la actividad principal a la que se dedican los negocios participantes	84
Figura 5.4. Distribución porcentual de la antigüedad de los negocios que participaron en el estudio	84
Figura 5.5. Frecuencia porcentual de las perspectivas sobre la sustentabilidad	85
Figura 5.6. Distribución porcentual de las áreas relacionadas a la sustentabilidad	86
Figura 5.7. Distribución porcentual de la presencia de la sustentabilidad en las organizaciones.	86
Figura 5.8. Frecuencia porcentual de las actividades y/o estrategias empleadas.....	87
Figura 5.9. Escala diferencial de acciones para el control de uso de combustible	88
Figura 5.10. Escala diferencial del impacto al medio ambiente por consumo en las empresas ...	88
Figura 5.11. Escala porcentual del manejo de residuos por parte de las empresas del sector	89
Figura 5.12. Distribución porcentual de las características de un producto sustentable con base en el sector restaurantero	90
Figura 5.13. Distribución porcentual de la promoción del ahorro del agua	90
Figura 5.14. Frecuencia porcentual del uso del papel por parte de las empresas del estudio.....	91
Figura 5.15. Escala porcentual de la cantidad de demanda de papel.....	91

Figura 5.16. Escala porcentual de responsabilidad social con clientes.....	93
Figura 5.17. Escala porcentual de Responsabilidad social con colaboradores	94
Figura 5.18. Escala porcentual de responsabilidad social con el entorno.....	95
Figura 5.19. Escala porcentual de responsabilidad social con la normativa legal	96
Figura 5.20. Escala porcentual de la perspectiva de emprendimiento de los negocios participantes	97
Figura 5.21. Distribución porcentual del factor principal de motivación para emprender	98
Figura 5.22. Frecuencia porcentual de la promoción de Innovación en la empresa.....	99
Figura 5.23. Distribución porcentual de los distintivos o elementos competitivos empresariales	99
Figura 5.24. Frecuencia porcentual de las estrategias empleadas relacionadas a las competencias emprendedoras	100
Figura 5.25. Crecimiento porcentual del número de negocios en el sector	101
Figura 5.26. Disminución porcentual del número de negocios en el sector antiguos (más de 6 años de vida).....	102
Figura 5.27. Distribución porcentual de la perspectiva del impacto del programa de emprendimiento de las universidades	103
Figura 5.28. Frecuencia porcentual de la perspectiva del impacto del programa de emprendimiento del gobierno	103
Figura 5.29. Frecuencia porcentual de las acciones del gobierno para promover el emprendimiento	104
Figura 5.30. Frecuencia porcentual de las acciones de las universidades para promover el emprendimiento	105

Figura 5.31. Frecuencia porcentual del conocimiento de instituciones con modelos de emprendimiento en la ciudad	105
Figura 5.32. Distribución porcentual de la perspectiva de si los modelos de emprendimiento deben formar negocios con visión sustentable	106
Figura 5.33. Frecuencia porcentual de la utilidad del liderazgo para emprender con visión sustentable.....	106
Figura 5.34. Frecuencias de la utilidad del conocimiento de las fortalezas para emprender con visión sustentable	107
Figura 5.35. Frecuencia porcentual de la utilidad del conocimiento de las debilidades para emprender con visión sustentable	108
Figura 5.36. Frecuencia porcentual de la utilidad del conocimiento de casos de éxito para emprender con visión sustentable	108
Figura 5.37. Distribución porcentual de la utilidad del conocimiento de transitar a una nueva economía para emprender con visión sustentable.....	109
Figura 5.38. Distribución porcentual de la utilidad del conocimiento de transitar a nuevos esquemas de negocios socioambientales	110
Figura 5.39. Distribución porcentual de la utilidad del conocimiento de crear alianzas con productores locales.....	110
Figura 5.40. Distribución porcentual de la utilidad de participar en certificaciones como comercio justo y RS	111

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

El inicio u origen del emprendimiento se puede decir que es igual al del ser humano, esto, porque los individuos constantemente han estado identificando la forma de poder incrementar la calidad de su vida. Varios autores mencionan al concepto de emprendimiento como algo reciente, pero, esto es una idea errónea debido a que como se mencionó anteriormente, se ha verificado siempre el hombre ha logrado desarrollar las habilidades y aptitudes para ser un individuo creativo e innovador (Alzate, 2017).

También existen dos definiciones que fueron de las primeras que aparecer sobre el emprendimiento. La primera afirma que éste actúa como agente del cambio y una parte sustancial de él, es la innovación que los emprendedores pueden generar, por ello se suele creer que un emprendedor transforma los recursos en vías de cambio para satisfacer necesidades (Drucker, 1964, citado por Alzate, 2017). Mientras que la otra menciona de manera breve que consta que ir identificando oportunidades, adicional a la gestión de los recursos que se requieran para poner en marcha la idea innovadora (Stevenson, 1975, citado por Alzate, 2017).

Alzate (2017), señala que se han identificado distintos tipos y/o clasificaciones de emprendedores y de emprendimientos, esto se debe a que el mundo presenta constantes cambios sociales y económicos que dan origen a diferentes emprendimientos y emprendedores, debido que se busca líderes que sean agentes de cambios profundos en la estructura de las organizaciones. Entre los tipos de emprendimiento se puede destacar el tradicional y el social, siendo el primero aquel que únicamente se centra en la apertura de nuevas organizaciones con fines lucrativos y el segundo se enfoca en satisfacer problemáticas sociales mediante alternativas innovadoras.

El emprendimiento ha pasado por diferentes conceptualizaciones como se ha comentado previamente, pero una de las que sobre sale más es la mencionada por la Universidad Anáhuac (2019). Ésta comenta que es la oportunidad de transformar a las personas en individuos con mayor productividad, criterio e innovación, y que sin importar la preparación que tengan las personas deben contar con esas características para poder potencializar una idea y materializarla en un nuevo negocio.

También la misma universidad afirma que actualmente es relevante tener en cuenta que el país se encuentra pasando por una crisis, esto se puede ver reflejado en que en el año 2017 se encontraba en la posición número 71 en emprendimiento con respecto al resto de los países del mundo y pasó al lugar 75 en el 2018. Por lo tanto, es muy preocupante ello. Por ello, es imperante promocionar tanto la innovación como la productividad, debido que sin ellas no pudiera haber crecimiento económico y con ello no se pudiera reducir la pobreza.

Sin embargo, cuando se tocan temas de emprendimiento debido a las constantes problemáticas por las que pasa el país y el resto del mundo, no solo se debe enfocar a crear emprendimientos lucrativos, sino que se debe fomentar el impulso de ideas innovadoras que durante su vida operativa tengan una visión de sustentabilidad y de responsabilidad social para combatir las problemáticas actuales y/o no promover el deterioro del ecosistema y recursos.

Teniendo en cuenta lo planteado en el párrafo anterior, la Responsabilidad Social (RS) es la preocupación y compromiso voluntario que tienen las organizaciones, tanto del ámbito social como medioambiental, es decir tener en cuenta ello durante su vida operativa (Comisión Europea, 2001, Chirinos, Fernández y Sánchez, 2012, p.8).

Chirinos, Fernández y Sánchez (2012) añaden que no es una tendencia casual, es un aspecto fundamental e imperante que conlleva a realizar una planificación estratégica que a su

vez dota a las compañías de ventajas competitivas, que ponen en alto a las empresas y sobre todo generan beneficios para lo social, cultural y la economía de las empresas (p.5).

Estos autores también señalan que las empresas deben emplear actividades encaminadas al RS, las cuales deben proteger el ambiente o ecosistema, lo relacionado a la cultura, educación e incluso deporte, dichas actividades deben estar enfocadas en favorecer principalmente a los colaboradores de las organizaciones, debido que ellos forman una parte fundamental en lo que se refiere a la estrategia empresarial. Posteriormente se deben centrar en dueños, consumidores, sociedad entre otros que la organización considere indispensable, con base en sus operaciones y el impacto de éstas.

Siguiendo con el tema de RS, los mismos autores afirman que es importante comentar que para la promoción de este compromiso que deben adoptar las organizaciones, en América Latina se cuenta con La Red Fórum Empresa, quienes se componen por un grupo de empresas que se encargan de velar por que día a día desde pequeños hasta grandes negocios se sumen a este tan famoso RS, con la finalidad de que sus operaciones sean más consientes y apoyen a la comunidad donde operan e incluso su personal se vea beneficiado.

Nuevamente estos autores agregan que se realizó un estudio en América Latina el cual tenía como una de sus finalidades identificar los principales obstáculos por los cuales los negocios no implementan la RS, en dicha investigación se encontró que los colaboradores afirman que la aceptación de la sociedad ante la RS no es la mejor, pero los clientes mencionan que no les tienen mucha confianza a las empresas; adicional a ello, la influencia de la legislación jurídica (p.5).

Adicional a la responsabilidad social como se mencionó anteriormente, otro tema que deben considerar los nuevos emprendimientos es la visión sustentable y en sí el Desarrollo

Sustentable (DS), el cual, el autor Larrouyet (2015) menciona que es una condición social, en la cual, las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de los recursos y sistemas naturales. Misma que se hizo mundialmente conocida en 1987. Sin embargo, a finales de los sesenta y principios de los setenta este término tomó relevancia debido a que se hicieron informes y estudios en los que se apreciaba como la actividad humana impactaba en el medio ambiente y fue hasta 1972 en una conferencia de la ONU en la que se presentaron informes que mostraba la gravedad de determinados problemas que traían consigo la actividad de las empresas esto mediante una proyección para el futuro de la humanidad.

Lo anterior, produjo que se hagan dos tipos de acciones ante ello, el desarrollo de nuevos movimientos ambientalistas y su alcance, así como instituciones que permitieron regular la problemática mediante políticas. De igual manera muchos autores acuñen el término de DS desde su perspectiva o interpretación, esto ha generado que existan diferentes concepciones que generan un debate, puesto que entre los autores hay quienes convergen en interpretaciones similares sin embargo hay quienes difieren en algunos aspectos (Larrouyet, 2015).

De igual manera la sustentabilidad requiere de una excelente administración de los recursos y ambiente, en relación con la demanda que la sociedad requiere. Por lo tanto, es un procedimiento compuesto por una serie de acciones y estrategias encaminadas al alcance de una serie de metas y objetivos (Muriel, 2006, como se citó en Castro, 2018).

De acuerdo con Muñoz y Gálvez (2017) en los últimos años el desarrollo económico para la comunidad científica se encuentra en una posición clave a nivel global, esto debido a la necesidad de analizar y hallar los principales factores que inciden en su crecimiento, así como la forma ideal de que se presente.

Últimamente el desarrollo económico tiene una posición fundamental a nivel global, especialmente por la necesidad de analizar y hallar los factores que inciden en su impulso. Sin embargo, las tasas de desigualdad entre todos los países son notables, esto a pesar de los múltiples esfuerzos que se han realizado por las diferentes instituciones internacionales.

Con relación a ello, si se tiene en cuenta que se han realizado actividades encaminadas a impulsarlo mediante diversos acuerdos internacionales, pero es evidente que a nivel global aún no se ha logrado llegar al DS. Por lo tanto, se debe continuar trabajando en actividades o mecanismos que involucren a todas las naciones y en particular a los que tienen más deterioro ambiental.

Es por ello por lo que Lopicich (2017) menciona que este desarrollo a nivel internacional se percibe en los ámbitos a fines a la alimentación y la agricultura mediante los objetivos planteados en la agenda 2030 a través de 17 objetivos y 169 metas, que fueron formulados en el 2015 por miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

En cuanto a nivel nacional el DS Cantú (2018) afirma que se encuentra en vías de desarrollo, debido a que existen diversos programas que promueven éste. Los vínculos entre las culturas y la diversidad biológica ubican al país en un lugar muy significativo, en el que se pueden establecer diferentes directrices como oportunidades para el desarrollo sustentable y un notable compromiso frente al mundo. Por esta razón México fue clasificado junto con otros países entre las naciones bioculturalmente más relevantes a nivel mundial.

En lo que respecta al estado, Éste se encuentran pasando un proceso de desarrollo puesto que está llegando inversión foránea, y Yucatán está creciendo no solo en aspectos económicos, sino también en población, edificaciones, fuentes de empleo, en sí en desarrollo general (Gómez, 2020, como se citó en Salas, 2020).

Algunos de los principales problemas que se presentan en el estado son los relacionados con la contaminación del aire, contaminación del agua, crecimiento del parque vehicular y la falta de educación ambiental, son aquellas áreas de oportunidad en materia de sustentabilidad (Castell, 2020, como se citó en Bote, 2020).

De igual manera, Yucatán cuenta con su plan estatal de desarrollo en el que se busca la generación de energía asequible y no contaminante, que permitió dar entrada a proyectos de infraestructura sustentable. Dentro de su plan existen metas relacionadas a la educación y desarrollo de emprendimientos sostenibles, cabe mencionar que, con base en esos ejes y metas, se han formulado algunos programas para la promoción del DS, sin embargo, al igual que al nivel global aún faltan muchas acciones para que el estado tenga un DS como tal (Salas, 2020). Algunos ejemplos de los impactos negativos que traen consigo estos proyectos en el estado se pueden percibir en la producción de energía eólica, estos tienen impactos negativos, puesto que perjudican la migración de las aves y el paso de los murciélagos, generan ruido, contaminación visual, fragmentación del hábitat de la fauna silvestre (Ramírez, 2020), así como producción de dióxido de carbono (CO₂) por todo la extracción, confección, traslado e instalación de la misma, mismos que se pueden reducir en un 60% (Mackenzie, 2020, como se citó en Roca, 2021).

De acuerdo con Maldonado (2019) en el estado existe una gran necesidad de la elaboración e implementación de políticas de desarrollo sustentable, en las que se haga mención sobre la factibilidad urbano ambiental en las obras o actividades que se desarrollen en Yucatán, así como evaluar sus resultados. También como aquellas que permitan medir el impacto que se genera hacía el medio ambiente como por ejemplo las emisiones de los vehículos. Lo mencionado anteriormente es a pesar de que ya existan algunas leyes locales que protejan el medio ambiente y su desarrollo, pues éstas deben actualizarse.

Es importante tener en cuenta la sustentabilidad, debido a que como se ha mencionado promueve el crecimiento sin comprometer el futuro. Partiendo de ello se requiere potencializar el valor de los negocios, mediante las esferas del DS. En el contexto de la transformación económica, salud, desarrollo humano e innovación, la sustentabilidad ha dejado de representar un costo para la organización para convertirse en una capacidad que será importante en la generación y el crecimiento del valor.

Es por ello por lo que considerar la sustentabilidad como una meta, permite desarrollar habilidades y competencias que terminarán beneficiando a la sociedad y de manera indirecta la empresa podrá destacar de sus rivales. Como resultado de ello, se estará en condiciones de desarrollar ventaja competitiva, ya que la sustentabilidad será parte integral del desarrollo.

De acuerdo con Castro (2018), se deben de satisfacer las necesidades sociales y de la población, tales como alimentación, vivienda y trabajo, además de las ecológicas y humanitarias. Asimismo, el desarrollo y el bienestar social están limitados por el nivel tecnológico, los recursos del medio ambiente y la capacidad de tal medio para absorber los efectos de las actividades humanas. El desarrollo de innovaciones ambientalmente benévolas en la reorientación de la industria y el sector de la alimentación debe de desempeñar un papel de primer orden.

Teniendo en cuenta lo planteado previamente, uno de los principales sectores empresariales que tienen mayor auge e importancia en la actualidad es el sector de la alimentación en el que se ubica el giro restaurantero, y la relevancia de éste va más allá de su destacada aportación al Producto Interno Bruto (PIB) tanto estatal como nacional, ya que como se ha mencionado en el párrafo anterior, la alimentación es justamente uno de los principales áreas a abordar, y este sector se dedica a la confección y desarrollo de los mismos, es decir a

proveer a la sociedad, por lo que tienen trato con proveedores, distribuidores, importadores, etc. (Pinochet, 2016).

Por lo tanto, es un sector que si acuña los conceptos que se han abordado hasta el momento (RS y DS), puesto que éste será un pilar dentro de estos conceptos y de gran importancia para la sociedad, ya que, si este sector no adopta el compromiso con la RS y DS, tendría impactos muy graves a todos los diferentes ámbitos social, ambiental, político e incluso cultural. Esto se puede ver en lo comentado por Lazovska (2018), donde afirma que los restaurantes son uno de los principales giros comerciales a nivel mundial, y que, al tener un gran nicho y demanda, producen muchísimos impactos con su entorno, y que estos podrían ayudar a reducir las emisiones de CO₂, los desechos, reciclaje de agua, impulso a comercios locales, impulso a empleos, contribuye a la prosperidad económica, y brinda a los comensales la oportunidad de contribuir a estos esfuerzos.

Por otro lado, el Gobierno del Estado de Yucatán (2018), hace mención de que para poder lograr la formación del personal capacitado e incluso la formación de emprendedores que busquen la satisfacción de necesidades de manera sustentable, se requiere hablar de modelos de emprendimiento, que justamente se encargan de lo mencionado anteriormente. De acuerdo con el promedio anual de los datos de la encuesta de ocupación y empleo, para 2017 en Yucatán había 315 mil 196 trabajadores independientes, cuya composición fue 268 mil 087 trabajadores por cuenta propia y 47 mil 110 empleadores, el crecimiento promedio de estos rubros desde 2008 fue 1.9% y 1.8% respectivamente, esto nos permite comprender la participación de los emprendedores en el estado.

Debido a que la económica actual del país no se encuentra en su mejor momento se ha desarrollado la cultura emprendedora desde las aulas, por lo que el interés actual de las

Instituciones de Educación Superior (IES), es generar nuevas empresas fomentando el espíritu emprendedor y empresarial en sus estudiantes a través de los modelos mencionados previamente (Acosta, 2019). Es por ello por lo que todas las IES deben contar con un modelo de emprendimiento o con un plan de promoción de este a través de sus diferentes asignaturas, programas de estudios, capacitación y/o cursos en los que puedan apoyar a la formación de nuevas marcas y/o empresas que su objetivo fundamental sea el solventar las necesidades latentes de la sociedad. Esto último a través de su departamento de incubación o incubadoras.

Camacho (2007) agrega que la importancia de estos modelos es que mediante ellos un sistema educativo universitario de calidad, debe responder a las necesidades de la sociedad, en concordancia con las expectativas de los estudiantes, tomando en cuenta las empresas y el entorno regional, es decir, se toman en cuenta dimensiones para que se puedan satisfacer áreas de oportunidad mediante la formación de estudiantes.

Existen algunos estudios que se han realizado con respecto a los modelos de emprendimiento y/o emprendimientos académicos en las IES, los cuales han sido a nivel internacional y nacional.

En Colombia se llevó a cabo un estudio en el que se analizó el programa de promoción de emprendimiento que realizaba una fundación en Bogotá, los resultados del estudio arrojaron que el programa con el que contaba la fundación no iba a poder satisfacer o cumplir la meta que se propusieron, es decir, que no iba a tener el alcance adecuado, por lo tanto, se tuvo que realizar la formulación de un modelo de emprendimiento con base en el programa con el que ya se contaba, esto para poder acaparar la atención de los jóvenes y poder generar el interés en ellos, para apoyarlos con la formulación y desarrollo de sus ideas de negocios (Pulido y Villanueva, 2018).

Por otro lado, a nivel nacional se realizó un estudio en el que se analizó el desarrollo gestado desde la configuración de interrelaciones (redes), en torno a la conducta emprendedora de jóvenes universitarios. La hipótesis menciona que el factor decisivo para los procesos de creatividad sólo puede ser potenciado, y con mayor probabilidad de viabilidad económica, si junto con el entorno, se configura un sistema para el emprendedor de interrelaciones. Los resultados señalaron divergencia en los entornos de desenvolvimiento de los emprendedores; sin embargo, se identificaron rasgos comunes en estos individuos, aproximados al empresario-emprendedor, como la iniciativa por emprender, el conocimiento, las conexiones con el entorno y el deseo de concretar sus propuestas en el mercado (Godínez y Canales, 2018).

1.2. Planteamiento del problema

Cada día el tema de emprendimiento se vuelve más importante para el mercado empresarial y para la satisfacción de las necesidades de la sociedad. Así como para la generación de empleo con el cual se dotará de recursos económicos, los cuales son la base del sustento de las familias que dependen de los pequeños, medianos y grandes emprendimientos.

Lo comentado se puede sustentar en las aportaciones de Molina (2023) en las que menciona que en estudios del 2022 se pudieron obtener que el 47% de los emprendedores a nivel nacional inician sus emprendimientos por necesidad económica, esto permite reafirmar lo mencionado donde se ve que el emprendimiento es uno de los pilares del futuro de la sociedad. De igual manera este autor menciona que el 41.4% de los emprendedores de acuerdo con la Asociación de Emprendedores de México (Asem) son jóvenes, por eso es la importancia de capacitar a las nuevas generaciones, ya que representan casi el 50% de los dueños de emprendimientos en México.

De igual manera Molina (2023) anexa que el Instituto Nacional Electoral (INE) aportó unas estadísticas donde se posiciona al giro restaurantero como uno de los principales para el país ya que está en constante crecimiento al ser uno de los sectores preferidos para las nuevas generaciones en cuanto a emprendimiento, y éste mismo sector representa un 12.2% de todos los negocios del país y generan alrededor de 2 millones de empleos.

Como se ha mencionado anteriormente las IES forman un papel sustancial para fomentar el espíritu emprendedor en los jóvenes. Sin embargo, los intereses por emprender y las características de las generaciones van cambiando. La promoción comentada, las universidades la realizan a través de sus modelos de emprendimiento. Particularmente en el Instituto Tecnológico de Mérida (ITMérida) se cuenta con un modelo, sin embargo, sino se promueve y no se realiza un análisis para ver si realmente tiene afinidad con los requerimientos de las empresas que se encuentran activas en el mercado, no se podrían tomar acciones para actualizarlo y poder tener un mayor alcance, cobertura e impacto, sobre la promoción del emprendimiento y satisfacción de las áreas de oportunidad con las que cuentan las empresas. Por lo tanto, es necesario establecer propuestas para el análisis de cómo llevan a cabo la sustentabilidad las organizaciones, así como de las perspectivas, las acciones y/o estrategias que han implementado en relación con el emprendimiento y la responsabilidad social, para así poder realizar una propuesta que permita impulsar su alcance.

El presente estudio está enfocado en conocer como implementan el desarrollo sustentable las organizaciones del sector de la alimentación, las perspectivas, acciones y afinidad que tienen relacionadas al emprendimiento, así como su nivel de responsabilidad social. Con lo cual se pretende generar una propuesta en forma de una serie de acciones a contemplar para actualizar el

modelo emprendedor del ITMérida, con la finalidad de que logre generar un mayor impacto y alcance.

Con base en los puntos anteriores se plantean las siguientes preguntas de investigación.

1.2.1. Preguntas de investigación

La pregunta de investigación general que se definió es la siguiente:

¿Cuáles son los principales aspectos que se deben considerar en el modelo emprendedor para mejorar las áreas de oportunidad de sustentabilidad, emprendimiento y responsabilidad social en el sector terciario restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida?

Las preguntas de investigación específicas que se formulación son:

1. ¿Cómo implementan el desarrollo sustentable las organizaciones dentro del sector terciario restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida?
2. ¿Cuál es el nivel de responsabilidad social que tienen las empresas del sector restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida?
3. ¿Cuáles son las principales acciones y/o estrategias relacionadas al emprendimiento presentes en el sector terciario restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida?
4. ¿Cuál es el nivel de afinidad de los modelos de emprendimiento institucionales con las empresas del sector terciario restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida?

1.2.2. Objetivos

El objetivo general que se elaboró con base en la pregunta general de investigación es:

Proponer las principales acciones para mejorar las áreas de oportunidad de sustentabilidad, emprendimiento y responsabilidad social para incorporarlas durante la próxima actualización del modelo de emprendimiento del ITMérida con base en el sector restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida.

Los objetivos específicos que se diseñaron son:

1. Describir las principales estrategias que implementan las organizaciones del sector restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida relacionadas con la sustentabilidad.
2. Determinar el nivel de responsabilidad social que tienen las empresas del sector restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida.
3. Identificar las acciones y/o actividades de emprendimiento que realizan las empresas dentro del sector restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida.
4. Determinar la afinidad de los modelos de emprendimiento institucionales con las empresas del sector restaurantero de la zona sur de la ciudad de Mérida.

1.3. Justificación

El proyecto o problemática que se pretende solventar es de suma importancia debido a la crisis que actualmente se está presentando. Muchos egresados no suelen encontrar algún empleo, y muy pocos son aquellos que deciden emprender. Adicional a ello existen áreas de oportunidad en los sectores productivos, es decir, no se está cumpliendo con una operación sustentable por parte de las organizaciones. En otras palabras, los emprendedores juegan un papel fundamental en el desarrollo de negocios sostenibles, ya que pueden crear negocios responsables desde el inicio y desarrollar su propio modelo de negocio en función a los requerimientos de su entorno. Esto lleva a denotar la importancia de poder promocionar el emprendimiento, pero no únicamente despertar el espíritu emprendedor en las personas, sino que también generar conciencia para que las ideas innovadoras que se formulen y se pongan en marcha, sean proyectos con un alto grado y visión hacia la sustentabilidad. A su vez esto es resultado de que en la época contemporánea se está ante un modelo económico insostenible y se busca ir promoviendo el término de sustentabilidad en el mundo empresarial.

Es por ello por lo que los modelos de emprendimiento deben promover lo mencionado con anterioridad y específicamente en el caso del ITMÉRIDA que pertenece al Tecnológico Nacional de México (TecNM), cuenta con un modelo a nivel nacional denominado “Talento emprendedor”, el cual no ha recibido alguna actualización desde los últimos siete años, y al estar ante contextos muy variables, es necesario corroborar que la estructura del modelo sigue siendo vigente de acuerdo con las perspectivas emprendedoras y de responsabilidad social con las que cuentan las empresas dentro del sector restaurantero, así como la orientación ante la sustentabilidad que éstas puedan requerir, en términos relacionados a la implementación adecuada de ésta. Además de los programas de talento emprendedor, el presente estudio puede permear en los programas de impulso al emprendimiento por parte del gobierno, incluyendo aquellos que son de financiamiento, e incluso al desarrollo de nuevos programas que impulsen la certificación de RS en las Mipyme, así como modelos por parte de las instituciones que permitan mejorar la sustentabilidad en las empresas que se encuentran actualmente en el mercado y sobre todo aquellas que van a emerger.

Por último, los beneficiarios directos serán los nuevos y antiguos emprendedores y la comunidad del TecNM, sin embargo, indirectamente en el futuro se espera que la investigación permita mejorar la forma en que operan las organizaciones mediante la transmisión de conocimientos y por su puesto con ello permitirles que crezcan y puedan generar nuevas ofertas de empleo, por ello los beneficiarios indirectos serían las personas de la sociedad.

1.4. Delimitación y limitaciones

1.4.1. Delimitación

Espacial. Esta investigación se desarrollará en la ciudad de Mérida, Yucatán, específicamente en la zona sur de ésta, que incluyen las colonias de Azcorra, 5 Colonias, Ciudad

Industrial, Tixcacal, Meliton Salazar, Dolores Otero, Roble, Emiliano Zapata, Itzincab, San José Tecoh, San Antonio Xluch, Santa Rosa, Xmakuil y Serapio Rendón. Se tomará como unidad de análisis las MiPyme del sector productivo del municipio, específicamente el sector restauranero de la alimentación, debido que el PIB que generan al estado y a nivel nacional es considerable, ya que genera 2.3% a nivel nacional y 15.3 por ciento del PIB turístico (Secretaría de Turismo, 2019). Es decir, es uno de los sectores que mayor contribución genera. Adicional a ello, éste presenta una elevada tasa de inserción laboral dentro de México. Esto con el objetivo de realizar un análisis de las principales acciones sustentables que han empleado, así como las perspectivas y afinidad que tengan al emprendimiento, responsabilidad social y modelos de emprendimiento institucionales, para poder generar estrategias que puedan impulsar el modelo de emprendimiento del ITMérida.

Temporal. Este estudio se realizará en el período comprendido entre agosto del 2022 a noviembre del 2022. Sin embargo, la información que se recopilará y analizará tendrá un horizonte aproximadamente entre 2020 al 2023.

Conceptual. En este estudio se analizarán las acciones sustentables que han empleado las empresas en el sector previamente mencionado, así como su perspectiva y acciones ante el emprendimiento y responsabilidad social, y su afinidad con los modelos de emprendimiento institucionales con el objetivo de generar estrategias que permitan mejorar el modelo emprendedor actual del TecNM y por lo tanto del ITMérida, poder tomar en cuenta estas estrategias para su próxima actualización, de tal manera que tenga un mayor impacto en la satisfacción de los requerimientos de las empresas y un mayor alcance en la promoción del emprendimiento.

1.4.2. Limitación

La realización de la investigación se puede ver afectada por diversas circunstancias que limitarían el estudio siendo las principales, las siguientes:

1. El tiempo con el que se cuenta para el desarrollo, debido a que, si se contara con un horizonte mayor, se pudiesen obtener mejores resultados, que tengan un alcance mayor.
2. La nueva normalidad, ya que se tiene una interacción menor con la población objeto de estudio debido a las medidas de seguridad de la salud ante el fenómeno del Coronavirus Disease (Covid). Por lo tanto, aunque las nuevas tecnologías permitirán recopilar de manera eficiente la información, es importante mencionar que durante dicha interacción se obtenía información valiosa.
3. No se cuenta con recursos externos, solamente se contará con los económicos propios. Lo cual en algunas ocasiones representará una gran área de oportunidad y como tal una limitación.
4. Para el presente estudio únicamente se tomarán como población las empresas que realicen dos tipos de actividades relacionadas al sector restaurantero (Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar y aquellos con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar) de las 7 existentes en Mérida de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (Denu, 2021), estas dos actividades en conjunto suman el 38% del total de las empresas en la zona sur de la ciudad pertenecientes al sector previamente mencionado, cabe aclarar que esta decisión se tomó debido al horizonte temporal disponible.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

En este apartado se realiza una revisión de las teorías principales relacionadas con el emprendimiento, desarrollo sustentable o sustentabilidad responsabilidad social, entre otros; con aportaciones de autores consolidados y trabajos empíricos.

2.1 Emprendimiento

González (2019) menciona que el emprendimiento está completamente relacionado con adentrarse en un procedimiento que se compone de diferentes actividades afines a la identificación de oportunidades, así como de formulación de estrategias de una organización o una empresa para conseguir la innovación.

Otra definición interesante es que el emprendimiento hace alusión a la generación de valor diferenciador, ya sea por parte de una persona o institución, que al trabajar en conjunto logran implementar una propuesta mediante el uso de sus conocimientos, habilidades, disponibilidad ante los riesgos que se puedan presentar y sobre todo su creatividad (Ávila, 2021).

Cuando se habla de emprendimiento se hace referencia a la implementación exitosa y creación de ideas por parte de una persona a la que se le denomina emprendedor, quien se motiva principalmente por hacer un cambio en el mundo. Esto a su vez permite la resolución de problemas, promocionar el cambio social, la invención y comercialización de productos, entre otros (Martins, 2022).

Por otra parte, Aquellos elementos en los que se fundamenta, compone o basa el emprendimiento, son una parte fundamental. Por lo tanto, es importante hablar de los pilares que lleva consigo, mismos que van variando de acuerdo con las diferentes aportaciones.

2.1.1 Pilares del emprendimiento

Los elementos principales del emprendimiento son los pilares o aquellos elementos en los que se sustenta o se apoya. Con base en lo anterior Grupo Santa Lucía (2017) que representa un ecosistema de Emprendimiento e Innovación, menciona que existen 8 pilares para que un negocio sea un emprendimiento exitoso y para que una persona se le denomine un buen emprendedor, estos pilares son: son el compromiso, la responsabilidad, la aptitud, la pasión, retorno de la inversión, estrategia, capital e innovación. Algo sumamente importante mencionar es que los primeros cuatro pilares se relacionan con la persona y los otros con el emprendimiento o negocio.

Ibarra (2016) menciona que existen 3 pilares cuando se va a emprender, los cuales son: el técnico, el administrativo y el legal, estos son independientes de las habilidades que tengan los emprendedores y siempre deben identificarse las particularidades y conexiones que haya entre ellos.

Otra clasificación de los pilares se compone del capital humano, capital social y redes. El primero hace referencia a la capacidad y conocimiento que tienen las personas en la región en la que se iniciará el emprendimiento. Por su parte, el capital social, es la disponibilidad con la que cuenta el emprendedor de recursos financieros para poder implementar su idea e inicie operaciones su nuevo negocio, mientras que el aspecto de las redes hace hincapié a las relaciones con las personas, es decir, a que las amistades y/o conocidos estratégicos con los que cuente la figura de emprendedor, le impulsarán a aspirar a nuevas oportunidades (López, 2021).

De igual manera Bisbal (2019) afirma que para que un ecosistema emprendedor se desarrolle idóneamente existen 3 pilares fundamentales: educación, inversión y emprendedores. Lo importante en ellos es que se mantengan adecuadamente en cantidad y calidad la creación de

grandes espacios de emprendimiento diseñados para promover e incentivar la activación económica a nivel mundial.

Este mismo autor menciona que existen actores como los son las incubadoras, bancos, escuelas de investigación y negocios, parques científicos, cámara de comercio, entre otros, que pueden clasificarse en los que proporcionan recursos económico-financieros, aportan conocimiento y disponen de espacios e infraestructuras para trabajar e investigar.

Como se ha estado viendo en los párrafos anteriores, un elemento fundamental dentro del emprendimiento es el emprendedor, a pesar de que no está incluido en todas las clasificaciones, pero es quién puede regular el negocio y gestionar en gran medida los demás pilares de las clasificaciones mencionadas, así como es quien tiene la idea innovadora, es decir, es una pieza clave dentro del proceso como tal.

Teniendo en cuenta lo anterior uno de los principales actores dentro del emprendimiento es la figura del emprendedor, que de acuerdo con González (2019) es un individuo que tiene alta percepción de áreas de oportunidad en los negocios o en los mercados y formula ideas innovadoras que posteriormente pone en marcha mediante la apertura y gestión de un nuevo negocio.

De igual manera Rojas (2020) menciona que este individuo debería destacar por siempre tener una perspectiva positiva, mismo que lo impulsa para ser constante con las actividades que realiza, tiene alta disposición a los cambios que se puedan requerir, por lo que cuenta con habilidades adicionales para asumir diferentes complicaciones que se le puedan presentar. Además, por lo regular se centra en realizar las cosas que le apasionan y sobre todo tiene la visión de que todo incluyendo los errores y fallas, le permiten a una persona crecer.

También, el mismo autor menciona que es importante tener en consideración que un emprendedor es un individuo que tiene negocios propios, es decir un empresario. Los aspectos que este tipo de individuos tienen en común son la inspiración para crear cosas nuevas, el espíritu empresarial y la creatividad.

Por último, se puede mencionar que los emprendedores van construyendo su propio camino y pasan por una serie de problemáticas, mismas que las solventan con su pasión, enfoque y energía. En pocas palabras ser un emprendedor es significado de vivir en constante aprendizaje e incrementar el impacto positivo a la sociedad y el mundo (Tamaha, s.f., citado por Martins, 2022).

Otra definición que es imperante integrar es la propuesta por Leite, Bezerra, Sánchez y Leite (2015), en la que señala que la figura del emprendedor adicional a los conocimientos con los que pueda contar debe de seguirse preparando para contar con actitudes y aptitudes que respalden los conocimientos con los que cuenta y las decisiones que tome. Éstas deben estar relacionadas a ser perseverante, no sucumbir ante las diferentes problemáticas que se le puedan presentar, contar con un liderazgo adecuado, ser creativos e innovadores.

También estos autores mencionan que un emprendedor debe ser capaz de tener un alto grado de convencimiento hacía las demás personas, puesto que es quién en primera instancia debe convencer a sus posibles inversionistas o incluso a sus clientes.

De igual manera Freire (2015) menciona que no todas las personas pueden o logran ser emprendedores, puesto que ser emprendedor depende de diversos factores (motivaciones, antecedentes, objetivos, etc.). Por ello, esta autora definió 4 tipos de emprendedores, mismos que representan a los diferentes emprendedores que puedan estar presentes en la sociedad, puesto que se basó de ellos para lograr conceptualizar a éstos. Dicha clasificación se compone de:

emprendedores de alto impacto, del autoempleo, de impacto medio y de impacto social, éstos pueden verse en la tabla 2.1:

Tabla 2.1.
Clasificación de emprendedores.

Tipo	Definición
Emprendedores de alto impacto	Forman parte de grandes logros. Es decir, son líderes de grandes empresas que se distinguen por su desempeño. Este tipo de emprendedores son modelos para seguir para una nueva generación, por lo que estos logros no solo son económicos, sino que también son importantes factores de inspiración para los jóvenes emprendedores, por lo que deben ser socialmente responsables.
Emprendedores de autoempleo	Inician un negocio sin aplicar elementos de la teoría empresarial (herramientas y procesos). Asimismo, pierden grandes oportunidades porque no tienen perspectivas de crecimiento. Este tipo de empresarios generalmente no tienen mucho impacto porque están motivados únicamente por los ingresos para sobrevivir. En otras palabras, comienza por necesidad.
Emprendedores de impacto medio	Se encuentran entre los dos anteriores, su impacto no es muy sustancial en comparación de los mencionados, por lo que tienen menos margen para crear empleo y riqueza, pero a diferencia de los de autoempleo, son capaces de crear una estructura sostenible y trabajar con otras empresas. Proporcionar oportunidades de empleo para las personas. Prácticamente tiene los mismos elementos que uno de alto impacto, solo que su cobertura es menor. En el futuro, pueden aspirar a ser poderosos empresarios.
Emprendedores de impacto social	Están enfocados en combatir los problemas sociales, poseen un alto nivel de perseverancia y luchan por un cambio a gran escala que beneficie a la sociedad. Lo hacen a pesar de las posibles complicaciones que se originen.

Fuente: Freire (2015).

Algo sustancial cuando se habla de emprendimiento son sus modelos, ya que apoyan mucho con la promoción del emprendimiento. Es por ello por lo que es relevante tenerlos en cuenta cuando se está hablando del ámbito emprendedor.

2.1.2 Modelos de emprendimiento

El tema de emprendimiento es analizado a través de distintos modelos, estos se basan en la propuesta de valor y acciones o actividades con las que cuenta una organización para poder manufacturar sus productos y prestar sus servicios (Cervilla y Puente, 2013).

Cabe mencionar que cada uno de éstos tiene sus propias características o particularidades. Entre los más empleados de acuerdo con Borja, Carvajal y Vite (2020) se pueden encontrar:

- **Modelo CANVAS:** permite analizar cada uno de los elementos que requiere un nuevo emprendimiento con la finalidad de tener la mayoría de los aspectos ya considerados. En algunos casos se emplea para evaluar los nuevos negocios previo a su implementación u operación.
- **Modelo Timmons:** se basa en tres pilares: mercados, personas y recursos. En este modelo, un emprendedor exitoso es el que integra éstos y los coordina. Los emprendedores deben identificar oportunidades y aprovecharlas integrando equipos y reuniendo los recursos necesarios para aperturar un negocio.

Sin embargo, existen dos modelos más que fueron propuestos como sustanciales por dos diferentes autores:

- **Modelo ISUN:** va orientado a emprendedores que están en a punto de abrir un negocio y que cuentan con una idea sólida del mismo. Brinda capacitación que incluye un estudio de campo e incluso orientación posterior a la ejecución. Su horizonte temporal es en

promedio cinco días y permite elaborar un plan empresarial y valorar su posibilidad de éxito (Majurin, 2014).

- **Modelo GEM.** El Global Entrepreneurship Monitor (GEM): se puede afirmar que es un proyecto de investigación que nace de la necesidad de contar con información de calidad, misma que cuente con un alcance global, donde se examinan las etapas y elementos del emprendimiento. El Gem toma un enfoque integral, analizando el rol de las pequeñas y nuevas empresas y como operan dentro de un país, identificando en su operación los tipos y etapas del emprendimiento (Amorós, 2011).

Tocando el tema de modelos de emprendimiento, es relevante para el presente estudio tener en cuenta el modelo empleado en el ITMÉRIDA debido que las propuestas de estrategias de actualización irán en función de dicho modelo y con base en la información recopilada.

2.1.3 Modelo talento emprendedor del ITMÉRIDA

El modelo talento emprendedor del ITMÉRIDA se encuentra bajo el cargo de la incubadora del instituto y este es un modelo perteneciente al TecNM, el cual:

Es un conjunto de acciones que tienen la meta de lograr transmitir un ecosistema emprendedor para toda su comunidad, inculcando el emprendimiento y la apertura de ideas revolucionarias, que en el futuro integraran nuevas organizaciones, de tal forma que se fortalece el trabajo en equipo y la formación de equipos transversales, así como la competitividad. (ITMÉRIDA, 2019, p.50).

Este modelo tuvo una cobertura en el año 2019 en la que participaron 75 estudiantes de las diversas carreras pertenecientes al ITMÉRIDA. Sin embargo, esta estadística solo contempla la implementación en el campus Mérida, pues como se mencionó con anterioridad el modelo se replica a nivel nacional en todos los institutos tecnológicos del país (ITMÉRIDA, 2019).

De igual manera de acuerdo con el TecNM (2022) el modelo talento emprendedor:

Se constituye por un conjunto de actividades vanguardistas que brindan de herramientas que facilitan y mejoran la preferencia por el emprendimiento y la creación de ideas nuevas, mismas que pueden ser ejecutadas o implementadas. Este modelo es sumamente relevante no solo para el ámbito profesional, sino que igual personal. (párr. 2).

De igual forma la misma institución señala que los beneficios que se relacionan con el modelo son los siguientes:

1. Dar apertura a los estudiantes, es decir, brindarles todos los conocimientos de manera amigable y que puedan relacionarla con su entorno y logren encontrar oportunidades de negocio y su relevancia.
2. Impulsar los aspectos creativos y la propia innovación en épocas complejas, esto mediante instrumentales que mejoren el reconocimiento de los requerimientos de la sociedad que permiten a su vez a estructurar propuestas vanguardistas.
3. Crear conexiones entre los emprendedores con su entorno para mejorar la eficiencia de las empresas que generen a través del trabajo en equipo (párr. 3 - 5).

Por otro lado, cuando se está hablando de emprendimiento y modelos de emprendimiento es necesario hablar de las teorías existentes sobre la temática para comprenderlas y poder conocer como influyen en la conceptualización del emprendimiento.

2.1.4 Teorías de Emprendimiento

De acuerdo con Villacres (2017) las teorías del emprendimiento se pueden clasificar en:

- Teorías económicas: mencionan que los colaboradores pueden llegar a ser emprendedores, es decir con un conjunto de estrategias y metas bien implementadas pueden llegar a apertura sus propios negocios, cabe mencionar que si las estrategias no

suelen ser eficientes puede ocurrir lo contrario y de ser un empresario pasar a ser un colaborador.

- Las teorías psicológicas: tratan de comprender la apertura de organizaciones desde un punto personal, teniendo en cuenta la personalidad de los dueños de negocios, por lo que se dice que es empírica.
- Las teorías socioculturales: definen que el origen de los corporativos es una combinación de elementos internos y externos que permiten la estructuración de estos entes económicos.
- Las teorías directivas o gerenciales: Se fundamentan que en sí la propia creación de entes económicos es a través de una decisión a la que se llega mediante un razonamiento con los acervos profesionales de una o más personas (pp. 56 - 58).

Por otro lado, de acuerdo con Núria (2014) existen teorías del emprendimiento que se dividen en:

- Teoría del empresario organizador: define al empresario como una persona que es dueño de un capital que con una buena administración decide invertirlo y potencializar ese capital mediante un buen control de la operación.
- Teoría de los rasgos de personalidad: se fundamentan en que las experiencias de las personas son quienes brindan y dan forma a su estatus actual, así mismo que dependiendo de esas experiencias y su entorno va a depender el éxito o fracaso de los negocios.
- Teoría de redes: Ve a todos los elementos que se involucran en el proceso de creación y operación de un negocio como un trabajo colaborativo. Por lo que es importante la confianza y responsabilidad que tengan cada uno de los integrantes del sistema, para facilitar el proceso (pp. 32 – 43).

Por otra parte, como ya se ha definido o conceptualizado al emprendimiento y a uno de sus elementos principales que es la figura del emprendedor, ahora se tiene que abordar el tema de competencias, para conocer cuáles son fundamentales para los emprendedores:

2.1.5 Competencias Emprendedoras

Las competencias emprendedoras son procesos de desempeño compuestos por diversos conocimientos, para desarrollar actividades e incluso buscar soluciones a problemáticas complejas o con sentido de reto, motivación, creatividad, entre otros. Esto con la finalidad de lograr un mejoramiento continuo y con un compromiso ético. Algunas de las principales competencias emprendedoras se pueden apreciar en la figura 2.1 (Tobón, 2008 citado por Morales y Solís, 2016).

Figura 2.1

Principales competencias emprendedoras



Fuente: (Fundación Youth Business Spain, 2021).

También Estrada (2013) menciona que son un grupo de elementos que se logran identificar al momento de dar alguna solución a aspectos que aquejan a la sociedad. También permiten promocionar la implementación de la mejora continua, que a su vez llevan al pensamiento crítico y creativo dentro de las organizaciones (párr. 24).

De acuerdo con la Fundación Universitaria San Pablo CEU (2020) las competencias clave para un emprendedor son:

- **Búsqueda constante de oportunidades:** básicamente es anticiparse mediante la identificación de la solución ante diversas problemáticas o incluso a estar por encima de sus competidores.
- **Valentía y capacidad para asumir riesgos calculados:** Lograr conocer cuáles son aquellos momentos indicados para asumir riesgos que permitan posteriormente mediante estrategias obtener beneficios.
- **Autoconfianza y autoeficiencia:** Incrementar la fe en uno mismo, es decir que se tenga firmeza al realizar las cosas porque se tiene un acervo de conocimientos y experiencia en las cosas que se realizan. Esto con la finalidad de cubrir los objetivos personales y profesionales.
- **Pensamiento crítico y creativo:** para aportar nuevas ideas y tomar las decisiones correctas son esenciales la creatividad y la innovación. Así se consigue enfocar las distintas situaciones desde varias perspectivas, ideando alternativas originales para seguir adelante.
- **Dotes de liderazgo:** son aquellas aptitudes que le permitan a los emprendedores gestionar los recursos de manera adecuada e identificar el tipo de liderazgo óptimo para la empresa (párr. 3 - 7).

Mientras que Navarro, Bayona y Pacheco (2020) se dieron a la tarea de analizar las principales competencias desde las aportaciones de diversos autores para determinar cuáles son las que mantienen vigentes a las exigencias de la época contemporánea:

- Conformación de redes: lograr la integración y comunicación de equipos multidisciplinarios, con la finalidad de que se puedan apoyar para el logro de las metas.
- Resolución de conflictos: capacidad creativa para poder darle solución a los conflictos que se presenten, sin importar su nivel de dificultad.
- Orientación al logro: trazar el camino para el alcance de objetivos que se le asignen, evitando los contratiempos y distracciones.
- Capacidad de asumir riesgos: tomar decisiones eficientes y adecuadas, ante situaciones de extrema dificultad y estrés.
- Trabajo en equipo: trabajo colectivo, es decir, realizar o llegar a mejores resultados trabajando de manera conjunta con los demás colaboradores.
- Autonomía: resolver determinadas situaciones de manera individual, es decir que no dependa al 100% de otros colaboradores o puestos clave de la organización (pp. 6 - 9).

Una vez concluido con uno de los temas centrales que es el emprendimiento, se procederá a abordar los temas relacionados a la sustentabilidad o desarrollo sustentable que son sustanciales para el presente estudio. Sin embargo, para poder comprenderlos mejor es imperante iniciar desde la conceptualización del desarrollo en sí.

2.2 Desarrollo Sustentable o Sustentabilidad

De acuerdo con Quiroz, del Amo y Ramos (2011), el desarrollo sustentable es:

Un procedimiento de constante evolución y cambio que puede verse o analizarse en diferentes escalas, estos corresponden a acciones globales que permitan dar solución a los requerimientos de las poblaciones sin afectar al entorno o capacidad regenerativa de los medios naturales, para asegurar la prevalencia de la sociedad (párr. 9).

También el desarrollo sustentable es visto como un modelo que la sociedad es capaz de impulsar y conservar. Es una perspectiva colectiva y de largo horizonte que los países han seleccionado y establecido como el camino más viable para mejorar la vida en todo el planeta. Es importante comentar que éste promueve algunos aspectos que son sustanciales para la sociedad. Como se puede apreciar en la figura 2.2, éstos son la gente, planeta, alianzas, paz y prosperidad (ONU, 2017, citado por la Secretaría de Gobernación, 2021).

Figura 2.2

Principales aspectos del desarrollo sustentable



Fuente: (Secretaría de Gobernación, 2021).

Mientras que, con respecto al concepto de sustentabilidad, éste ha transitado por diversas transformaciones con el paso del tiempo, entre las definiciones que ha recibido se encuentran las siguientes:

De acuerdo con Kent (2018) la sustentabilidad es un modelo, que se fundamenta de un desarrollo igualitario, tanto a nivel social, económico como ecológico, el cual se auxilia de la prevalencia de generaciones futuras, por lo que impulsa el acceso a una vida digna para todas las generaciones (p.2).

De igual manera otro concepto sumamente relevante de la sustentabilidad es presentado por Smartia Group (2013), en donde se define que este concepto es meramente un procedimiento que cuenta con la meta u objetivo de identificar el equilibrio entre el uso de los recursos naturales y el propio medio ambiente, es decir usar consciente y adecuadamente dichos recursos. Esto debido a que la humanidad a lo largo de su historia ha dejado grandes estragos en el planeta que se ven reflejados en la degradación de sus recursos. Por lo tanto, menciona que sustentabilidad igual implica planear, procurar el consumo de los recursos del medio ambiente para garantizar su existencia para las generaciones futuras.

Otro concepto que se identificó y que se considera como relevante fue una aportación de Sánchez (2019), en donde se menciona que la sustentabilidad:

Es la habilidad de producción con la que cuenta un sistema natural que permite satisfacer los requerimientos económicos, materiales y de servicios, de los individuos de una sociedad que obtienen beneficios que tienen su origen en el aprovechamiento de los recursos naturales, mas no la explotación de estos, y que se regulan mediante una legislación y plan con determinados objetivos (p.2).

Además, Toledo (2019) afirma que cuando se habla de sustentabilidad:

Es posible superar el uso excesivo de los recursos por parte del trabajo humano mediante la implementación de medidas en diferentes áreas de la vida cotidiana, como sistemas eco amigables, una economía igualitaria que permita la apertura de redes comerciales con responsabilidad, el uso de tecnologías vanguardistas, mejorar o impulsar el uso de fuentes energéticas alternativas.

De igual manera la sustentabilidad es uno de los elementos o aspectos que están cada vez más presentes en la actualidad, debido que se dice que es un paradigma característico del Siglo

XXI y por lo tanto ésta debe ser promovida en las operaciones de las empresas. El mundo necesita de empresas sustentables, pero solo lograrán serlo aquellas organizaciones que logren crear un cambio cultural en el que se promocióne la responsabilidad individual, colectiva y social (Kent, 2018).

Por lo tanto, la sustentabilidad empresarial es la manera en que se administran los recursos y volverlos muy eficientes para la sociedad. Así como las acciones que una organización implementa para seguir operando y generando utilidades sin comprometer o sobreexplotar los medios naturales y sociales (Orellana, 2020).

Por último, una concepción sumamente interesante sobre la sustentabilidad empresarial es la que propuso la Asociación para el Progreso de la Dirección (2021):

Se refiere a la capacidad de desarrollar actividades a largo plazo, considerando aspectos sociales, económicos y ambientales para asegurar la continuidad empresarial. También ayuda a mejorar la imagen de la empresa, por lo que también debería ser un factor importante para los empresarios (párr. 1).

2.2.1. Teorías del Desarrollo Sustentable

Existen algunas teorías sobre el desarrollo sustentable, entre ellas se pueden identificar las siguientes:

La ecología profunda surgió como sátira a la ecología superficial, esta aportación hace énfasis en el estudio de las causas de los males ambientales que afectan al planeta, critica la forma en que se desarrolla la vida, los valores éticos y morales de la industria, y afirma que es importante establecer enfoques más filosóficos que permitan analizar mejor las problemáticas ambientales actuales (Elizalde, 2008, citado por López, Zúniga, Sol y Santivañez, 2016).

Otra teoría afín al desarrollo sustentable es la del desarrollo humano propuesta por Sen (2011), la cual menciona que el desarrollo humano:

Es el proceso de expansión que disfrutan los individuos, y la verdadera libertad es lo que los individuos valoran por sí mismos en las condiciones sociales, económicas, culturales, políticas y ambientales que encuentran. Está representada por la capacidad de un individuo para lograr una variedad de objetivos alternativos (p. 19).

Al igual que la teoría de la ecología profunda, existe la teoría de la economía ambiental:

Ésta incluye el ámbito social de los problemas medio ambientales, que fueron iniciadas por la separación de las personas en las Áreas Naturales Protegidas (ANP). Reconoce a las ANP como una solución basada en la naturaleza que vela por las comunidades y sus intereses a cambio de restricciones que la política ambiental pública impone al uso del medio ambiente (Ávila y Pinkus, 2018, p. 12).

De igual manera, al hablar de temas sustentables no pueden faltar los modelos que existen sobre ella. Así como las teorías auxilian en la comprensión de la sustentabilidad, lo mismo sucede con sus modelos. Es decir, permiten conocer el panorama de dicha conceptualización y los elementos que intervienen.

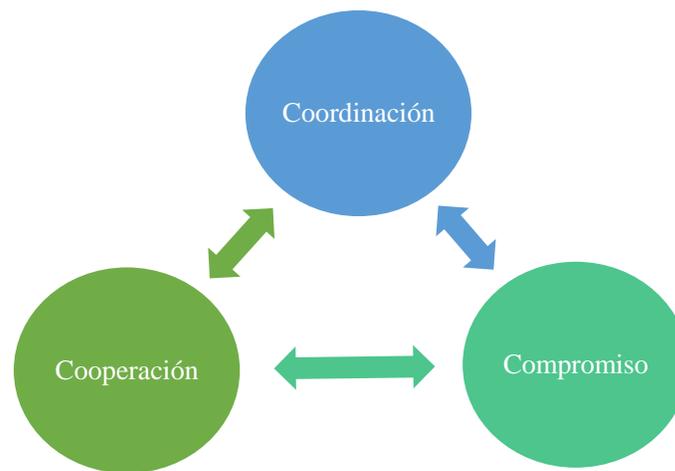
2.2.2 Modelos del Desarrollo Sustentable

Existen diferentes modelos relacionados con la sustentabilidad y con el desarrollo sustentable, uno de ellos es el propuesto por Field (2003) al que le llama modelo analítico, en el cual los humanos juegan su papel como productores y/o consumidores dentro de varios procesos productivos y establecen los equilibrios fundamentales involucrados en la producción y gestión de los distintos tipos de residuos que producen. El modelo establece que hay tres formas diferentes en que los humanos pueden reducir la cantidad de materias primas y desechos que

arrojan al medio ambiente. Las posibilidades son reducir la cantidad de bienes y servicios producidos inventando e implementando nuevas tecnologías, introduciendo nuevos métodos de producción y, en última instancia, aumentando las actividades de reciclaje de los desechos generados durante la producción.

Figura 2.3

Modelo 3c del desarrollo sustentable



Fuente: (Martínez y Martínez, 2016).

Por otra parte, Martínez y Martínez (2016) mencionan en su obra un modelo denominado 3C del desarrollo sustentable. Este modelo afirma que los actores sociales deben poder gestionar sus esfuerzos para llegar a metas óptimas, es decir debe haber un interés colectivo en lugar del individualismo. Partiendo de ello, se debe promocionar la cooperación para que se obtenga un resultado equitativo y justo, por último, se encuentra el compromiso, es decir que debe adaptarse a uno de los enfoques que impulse la sustentabilidad. El modelo se puede ver representado en la figura 2.3.

Por lo tanto, las propuestas de desarrollo sostenible deben basarse en múltiples actores involucrados, sus necesidades e intereses y, en consecuencia, un marco de principios sociales

legítimos que prevalezca sobre los intereses raciales individualistas, en la necesidad de enfatizar su responsabilidad (Martínez y Martínez, 2016, p.19).

También para lograr comprender la relevancia que tiene la sustentabilidad en la actualidad en las empresas, se tiene que indagar en ¿cuál es su importancia en el mundo empresarial?. Esto para lograr entender por qué las organizaciones del siglo XXI tienen que implementar acciones sustentables.

2.2.3 Importancia de la Sustentabilidad en el mundo empresarial

La universidad ESAN (2018) afirma que desde hace muchos años las organizaciones han tomado la decisión de desarrollar sus operaciones dentro del mercado y sector a los que van dirigidos sin generar un impacto negativo hacia el medio ambiente. Esto lo hacen a través de sus planes en donde procurar la promoción de sus valores sociales y éticos. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, transitar a ser una empresa sustentable trae varios beneficios y cabe destacar que, en un futuro, ser considerada sustentable será ya un requisito que todas las organizaciones tendrán en común

De igual manera, el mismo autor menciona que ser una organización sustentable es importante debido a que se logran obtener diferentes beneficios, tales como: tener una mejor percepción de la empresa por parte de la sociedad, mejorar el desempeño de las operaciones, bajar los egresos, específicamente los costos y potencializar el valor diferenciador del negocio en comparación con las empresas del mismo giro.

De acuerdo con Berges (2013) las empresas que entienden que la sustentabilidad implica creatividad y nuevas formas de producir bienes y servicios, han identificado:

- Existencia de una tendencia de mercado a favor de las marcas respetuosas con el medio ambiente.

- Lograr ahorros significativos reciclando o reduciendo materias primas. Porque los residuos son una materia prima y, por lo tanto, se supone que tienen valor.
- La importancia de las actitudes y niveles de conciencia de los empleados influye en ahorros económicos significativos.
- La rentabilidad en la implementación de soluciones ecoeficientes es fundamental para la competitividad.
- La creciente imagen de la empresa como marca ética y respetuosa con el medio ambiente coincide con el crecimiento de las ventas (párr. 12 – 16).

Al igual que el emprendimiento y la sustentabilidad, existe un término llamado responsabilidad social. Éste último, tiene mucha relevancia en la actualidad y es un elemento que las empresas deben tener en consideración. También es un aspecto que se pretende medir con este estudio o investigación.

2.3 Responsabilidad Social

La responsabilidad social (RS) se ha conceptualizado por mucho tiempo y por muchas organizaciones e instituciones, sin embargo, ésta puede ser definida como el compromiso que tienen las organizaciones tanto públicas como privadas con respecto al impacto que generan sus operaciones. Esto se debe al supuesto de que por tan solo consolidarse e iniciar operaciones una empresa tiene impactos en los ámbitos sociales, económicos y ambientales. En pocas palabras, deja un rastro. Y justamente teniendo en cuenta lo mencionado el objetivo de la RS es reducir los impactos negativos que puedan generar las empresas e incrementar los positivos (Maran, 2013).

Mientras que la Universidad Galileo (2020) menciona que la RS es un aspecto voluntario que las empresas deciden asumir con la sociedad. Que no se resume o limita en lo interno, sino que también implica la parte externa. A nivel interno debe velar por un buen ambiente y

bienestar. Por el lado externo tiene que velar por que sus operaciones sean éticas, tener poco impacto negativo al ambiente y contribuir de manera positiva con las personas, planeta y economía.

Otra conceptualización para la RS está relacionada con el compromiso a cargo de los miembros de la sociedad, ya sea individualmente o como una organización o entidad, este compromiso puede ser entre ellos mismos como con la sociedad en su conjunto. También es relevante tener en cuenta que vivir en sociedad significa que se tienen que considerar muchos elementos que conducen a la realización, bienestar individual y social, a la autoestima, una vida digna y al desarrollo integral (Morey, 2019).

Una vez definido la RS es importante conceptualizar sus dos grandes ramas que son bastante importantes en la actualidad, éstas son: la responsabilidad social empresarial y la responsabilidad social universitaria.

2.3.1 Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo con Cajiga (2009) La responsabilidad social empresarial (RSE) es inherente a la organización, actualmente ya es considerada una nueva manera de hacer negocios y de gestionarlos, en la RSE la empresa es quien es la primera interesada en que todas sus actividades sean sustentables, pero no solo con lo ambiental, sino que también con lo económico y social. Esto le permite éstas poder identificar aquellos intereses de los diferentes actores con los que interactúa.

También el mismo autor menciona que puede ser vista como una visión de negocios que se enfoca en respetar a las personas, la ética, el ecosistema y a la comunidad, esto con la gestión de la organización, esto es aparte de los servicios y/o productos que comercializa, de su giro, de su clasificación y nacionalidad.

De igual manera la RSE es la habilidad que tienen las organizaciones para considerar, comprender y solventar las expectativas que esperan sus clientes, proveedores, colaboradores, entre otros, de ella. Por lo tanto, las empresas bajo ese supuesto, enfoca sus esfuerzos y operaciones para solventar dichas expectativas y necesidades de estos individuos, y tiene que considerar el cuidado del medio que la rodea (Gallo, citado por Verduzco, 2006).

Otro concepto es el presentado por Medina (2006), en el que señala que la RSE es un elemento fundamental para las organizaciones y que ésta debería ser considerada dentro de la filosofía de la organización, es decir en su misión, visión y valores. Esto con la finalidad de que repercuta o impacte en la gestión de los recursos y esfuerzos de la empresa para cambiar la perspectiva que se tiene del negocio, con la colaboración e intervención de los colaboradores.

Mientras que de acuerdo con el Gobierno de México (2016) “Se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido” (párr. 1).

2.3.2 Responsabilidad Social Universitaria

La responsabilidad social universitaria (RSU) se debe comprender como aquella habilidad de una institución universitaria para poder darle respuesta a las diferentes demandas y necesidades relacionadas a la transformación de la sociedad en la que se encuentra ubicada, esto mediante su operación cotidiana, que incluye: labores de enseñanza, investigación y administración externa (Javier, 2021).

También la Universidad de Huelva (2009) menciona que RSU es una norma que permite administrar la calidad ética en la operación de una universidad. Ésta toma en cuenta la filosofía de las instituciones educativas en la que se desarrolle, así como el compromiso social de la

comunidad universitaria. es una política de gestión de la calidad ética de una Universidad. Dicha política toma en consideración. En pocas palabras es una estrategia que apoya a la universidad y el entorno al que pertenece puesto que fomenta el papel de ésta como agente social.

Por último, es importante mencionar la aportación de Vallaeys (2014):

RSU es una nueva política de administración universitaria que se está desarrollando en América Latina para abordar el impacto organizacional y académico de las universidades. A diferencia de la tradicional expansión de la solidaridad o de un mero compromiso declarativo unilateral, esto obliga a todas las universidades a cuestionar supuestos epistemológicos y currículos ocultos. Por lo tanto, RSU es incómodo porque obliga a la autocrítica sistemática. Sin embargo, ante la crisis del conocimiento científico en una sociedad de riesgo y el declive de la educación social en la era de las corporaciones universitarias multinacionales, es la mejor opción que se puede tomar para establecer la pertinencia y la legitimidad académica (párr. 1).

Una vez definido la RS para comprender mejor su conformación y en sí el concepto se tiene que indagar en información relacionada a sus pilares.

2.3.3 Pilares de la Responsabilidad Social

De acuerdo con Meza (2019) la RS tiene una serie de pilares:

- Beneficio económico: todo emprendedor busca que su negocio sea exitoso y rentable. Sin embargo, desde el punto de la responsabilidad social, cuando se logra lo comentado anteriormente se habla de un beneficio económico a la sociedad en general.
- Ambiental: este pilar se encarga de ver las acciones que ha realizado la organización y cómo éstas impactan al medio ambiente. Lo mencionado anteriormente tiene la finalidad de influir en que las empresas realicen prácticas sostenibles.

- Social: este pilar está relacionado con la valoración del capital humano, la comunidad y la región en donde opera la empresa. Es decir, que no se generen prácticas que sean consideradas como explotación o abuso sobre las personas que laboran en la organización, las personas que habitan alrededor de la empresa y el lugar donde opera ésta.

De igual manera Arbotante (2012) afirma que la RS abarca 3 aspectos fundamentales que se pueden considerar como pilares:

- Responsabilidad Económica: uno de los principales compromisos a los que las empresas deben aspirar, éste pilar considera que una organización debe generar riqueza a su alrededor, tales como: empleo, innovación, pago de impuestos, etc.
- Responsabilidad Ambiental: toda organización debe procurar el cuidado del entorno físico que le rodea. Puesto que la empresa depende del dicho entorno para subsistir y algo importante es que el cuidado del medio ambiente ya es fundamental para impulsar el desarrollo sostenible.
- Responsabilidad Social: las empresas deben solventar las demandas que sean generadas por la sociedad con base en sus principios y valores.

Por otro lado, el presente estudio se enfoca en un sector productivo, por tal motivo se debe conocer antes ¿qué es un sector productivo?, por ello se procede a presentar las aportaciones de diferentes autores sobre este concepto.

2.4 Sector productivo

Los sectores productivos pueden ser llamados sectores económicos o de la economía, estos son aglomeraciones de empresas, éstas se basan en su actividad económica, así como de sus operaciones y procesos productivos (International Personal Finance Digital Spain, 2021).

Mientras que de acuerdo con TecNM (2021) los sectores productivos son las diferentes ramificaciones o clasificaciones de la actividad económica, que se dividen con base en el tipo de proceso que emplean las organizaciones. Se distinguen tres sectores, denominados primario, secundario y terciario.

De igual manera Arriaga y González (2016) afirman que “un sector económico productivo está formado por un conjunto de organizaciones y se compone por diferentes unidades de producción, denominadas empresas” (párr. 23).

También un sector productivo es un conglomerado de organizaciones que comparten aspectos en común, de tal manera que terminan siendo identificados por pertenecer o especializarse en desarrollar una actividad económica específica (Asociación Española de Financieros de Empresa, 2021, párr. 2).

2.4.1 Clasificación y características de los Sectores Productivos

Una de las principales clasificaciones de las actividades económicas o de los sectores productivos es la establecida por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2021) la cual se puede observar en la tabla 2.2, en dicha tabla se presenta la estructura de la clasificación.

Tabla 2.2

Clasificación de los sectores productivos con base en las actividades económicas.

Agrupación tradicional	Sector productivo específico
Primario	Agricultor, acuicultor, cría y explotación de animales, pesquero, forestal (aprovechamiento) y agropecuario
Secundario	Minero, energético (luz eléctrica), construcción, industria alimentaria, bebidas y del tabaco, industria de la madera, industria del papel, industria textilera, industria de la fabricación de ropa, industria química,

	industria del plástico y del hule, industrias metálicas básicas, industria de la fabricación de productos metálicos, industria de la fabricación de maquinaria y equipo, industria de la fabricación de equipo de computación, industria de la fabricación de muebles, colchones y persianas, así como la industria de la fabricación de equipo de transporte y partes para vehículos automotores
Terciario	Comercio al por mayor (distribución de bienes), comercio al por menor (distribución de bienes), transportes, correos y almacenamiento, operación con información, operación con activos, servicios profesionales y científicos, corporativos, servicios educativos, servicios de salud, servicios de esparcimiento (culturales y deportivos), servicios de alojamiento, servicios de alimentación y servicios gubernamentales

Fuente: Inegi (2021).

De acuerdo con la Asociación Española de Financieros de Empresa (ASSET, 2021) la clasificación más común o empleada de los sectores, es aquella en la que se puede identificar entre el sector primario, secundario, terciario, cuaternario y quinario. Pero, se dice que los primeros 3 tipos representan a todas las empresas.

También el mismo autor menciona que algunas de las características de los sectores de esta clasificación son:

- Primario: incluye aquellas organizaciones que se dedican a la extracción de recursos naturales, que posteriormente son utilizados para la confección de nuevos productos o meramente para el consumo directo.

- Secundario: pertenecen las empresas que se enfocan en tomar las materias producidas por el primer sector, para convertirlas en nuevos productos. Por lo regular se relaciona principalmente con el sector industrial.
- Terciario: son aquellos que únicamente se dedican a ofertar servicios, es decir no se dedican a la confección o elaboración de productos, sino solo al goce de aspectos no tangibles (párr. 3 - 8).

De igual manera la Business School (2022) tiene una clasificación idéntica a la presentada previamente, sin embargo, en esta se subdivide el sector secundario:

- El sector primario o agropecuario: Aquellos que mediante su operación logran obtener productos de la naturaleza, cabe destacar que no son elementos trabajados, es decir se toman de la naturaleza para comercializarlos directamente así.
- El sector secundario o industrial: Incluye las actividades de transformación de todos los productos en bienes o mercancía, es decir, la creación de productos innovadores que satisfagan los requerimientos de la sociedad.
- El sector terciario o de servicios: contempla aquellos que su fin no es la producción de alguna mercancía, sino que satisfacen sus necesidades a través de la prestación de diferentes servicios, cabe mencionar que requieren productos para prestar los servicios, pero eso no significa que pertenezcan a los otros dos sectores (párr. 5 - 8).

Como se pudo ver existen diferentes clasificaciones para los sectores productivos y cada clasificación cuenta con sus propias características. Sin embargo, el presente estudio se enfocará en el sector denominado restaurantero que pertenece al sector terciario, una de las razones por la que se decide profundizar en éste es porque tiene gran relevancia en la actualidad y una buena contribución al producto interno bruto tanto de México como de Yucatán.

2.4.2 Sector de la alimentación y restaurantero

El sector de la alimentación es la clasificación que se le da a las empresas que brindan productos alimenticios que cuentan con un alto grado de calidad, salud y asequibilidad, es por ello por lo que se dice que son aptos para el consumo de las personas alrededor de todo el mundo. Este sector ha sido víctima de diversos cambios en los últimos años, a pesar de ello continúa considerándose como fuente sustancial de empleo y producción, principalmente en aquellos países que se encuentran en desarrollo, una de las principales entidades dentro de este sector son los restaurantes (Organización internacional del trabajo, 2012).

Por otro lado, el objetivo del sector restaurantero es satisfacer el paladar a través de una selección de alimentos, lo que resulta en una serie de visitas periódicas para encontrar los platos más agradables, así como una continuación de alimentos y bebidas, en pocas palabras la industria restaurantera se encarga de brindar alimentos a sus comensales (Olvera, 2011).

Otra definición es la propuesta por el Inegi (2016) en la que menciona que este sector es aquel que se encarga de brindar u ofrecer servicios de la elaboración de alimentos perecederos para el consumo preferentemente de manera inmediata y que por lo regular se encuentran localizados en zonas urbanas, esto incluye fondas y/o cocinas económicas.

Posteriormente una vez conceptualizado el sector, se requiere relacionarlo con la sustentabilidad, para ello es necesario conocer ¿cuáles son las acciones sustentables de este sector en específico? Lo anterior con la finalidad de poder comparar lo que dicen los autores con la realidad cuando se aplique el instrumento de investigación a las empresas del sector.

2.4.3 Acciones Sustentables del sector de la alimentación

Evia (2014) menciona que las acciones a emprender por las empresas dentro del sector restaurantero afines a la sustentabilidad son en total 14, y se conglomeran en 3 diferentes grupos, como se puede apreciar en la figura 2.4.

Figura 2.4

Acciones del sector restaurantero relacionadas a la sustentabilidad



Fuente: (Evia, 2014).

De acuerdo con Rey (2016) el sector tiene muchas áreas de oportunidad cuando se habla de sustentabilidad y entre las acciones que les falta por implementar para apoyar a la sustentabilidad a nivel regional y mundial en la siguiente década, se encuentra: donar alimentos

que sobren, fomentar la solidaridad entre los clientes, tener un control adecuado sobre el inventario de los productos perecederos, ofrecer un menú más vegetariano (usar productos que usen menos agua en su producción), consumir los productos ecológicos y locales, reducir la cantidad de residuos que generan, emprender actividades de reciclaje, no malgastar agua y participar en causas solidarias.

De igual manera García (2021) comparte otras acciones con las que el sector puede participar en la sustentabilidad y éstas son:

- Implementar cadenas de distribución sustentable: esto quiere decir que se creen alianzas entre las diferentes empresas dentro del sector y otras fuera del sector para impulsar y crear un plan de distribución estratégico para que se tenga un menor impacto en el medio ambiente.
- Promover la adopción de estilos de vida más ecológicos: que no solo queden las prácticas en la empresa, sino que también realicen programas o talleres de acuerdo con sus posibilidades que impregnen o doten a las personas con este ámbito ecológico y sustentable.
- Impulsar prácticas de sostenibilidad en el sector: es muy importante que la iniciativa por emprender acciones sustentables o que impulsen la sustentabilidad no solo se queden en la empresa o en sus clientes, sino que también genere que las demás empresas del sector igual emprendan sus acciones sustentables, es decir, generar conglomerados o grupos de interés en donde estén las organizaciones del sector y entre ellas se compartan ideas que hayan hecho o que puedan hacer en conjunto para incrementar la sustentabilidad.

Por último, en la siguiente tabla se puede apreciar un resumen o síntesis de los elementos abordados y los autores a los que se recurrió durante el desarrollo del marco teórico:

Tabla 2.3
Síntesis del marco teórico

Indicadores internos	Autores
Emprendimiento	Martins (2022), Bisbal (2019), Rojas (2020), Freire (2015), Borja, Carvajal y Vite (2020), TecNM (2022), Villacres (2017), Navarro, Bayona y Pacheco (2020).
Desarrollo Sustentable / Sustentabilidad	Quiroz, del Amo y Ramos (2011), Sen (2011), Martínez y Martínez (2016), Berges (2013).
Responsabilidad Social	Maran (2013), Javier (2021), Arbotante (2012).
Sectores Productivos	TecNM (2021), Business School (2022), Olvera (2011), Evia (2014), Rey (2016), García (2021).

Fuente: Elaboración propia (2022).

CAPITULO III. MARCO CONTEXTUAL

El objetivo del presente capítulo es recabar información relevante y presentar datos sobre el emprendimiento, el desarrollo sustentable, la responsabilidad social y el sector restaurantero a nivel nacional y local.

3.1 Emprendimiento en México

De acuerdo con Hernández (2020) el emprendimiento en el país se desarrolló por una serie de fenómenos o eventos, ya que afirma que no se puede comprender en si el marco del emprendimiento sin haber conocido dichos aspectos, los cuales son:

- Inicialmente el capitalismo permitió implementar aspectos fundamentales para los negocios y organizaciones, desde el intercambio o comercialización de bienes, así como la manera de producción de los productos, así como las relaciones con otros países.
- Para la época post-moderna la globalización, incremento las alianzas y relaciones entre las empresas, por lo que se presentaron los intercambios entre los mercados internacionales.
- Posteriormente en el país surgió o se presentó como tal el emprendimiento, y éste ha permitido la formación de nuevas empresas e incluso modelos de negocio que hasta hoy en día tienen un impacto y uso en el ambiente empresarial. Sin embargo, hay autores que mencionan que desde la época virreinal ya existía una estructura similar a la que mantienen las organizaciones, puesto que la posición económica y la gestión de la autoridad estaba relacionada únicamente con personas que poseían grandes propiedades.
- Fue entre la época virreinal a la revolución en el país, cuando ocurrieron sucesos que impactaron el sistema económico y con ello permitieron la apertura de diferentes

negocios y con ello se habló por primera vez de las clases obreras en el país, así como de las industrias.

- Después fue en la época del porfiriato donde tuvo un enorme auge el emprendimiento a través del aceleramiento de la economía e impulso de la creación de muchos negocios, entre ellos el monopolio por parte de quienes poseían grandes riquezas.

Los antecedentes antes mencionados, permitieron que diferentes clases sociales en el país, pero especialmente aquellos que tenían mayores posibilidades, fueron quienes impulsaron las ideas de negocios en el sector privado, con ello fomentaba el espíritu de emprendimiento en todo el país.

Continuando con las aportaciones de la misma autora:

- En la etapa moderna, ya se podía contar con diferentes modelos emprendedores en México ya consolidados, y justamente en 1960 se crearon los programas nacionales de desarrollo por parte del gobierno, dichos programas eran el principal instrumento de apoyo para los emprendedores en esa época.
- Posteriormente en 1990, ya los negocios familiares en México ya empezaban a integrarse al comercio internacional, y no únicamente con los países que estaban cerca de la república, sino que incluso ya comercializaban con países de otros continentes. A este suceso se le denominó “empresas multilatinas”, y tuvo un enorme impacto en el emprendimiento del país, debido a que impulsó el desarrollo de éste, y fue justamente en esta década en que se posicionaron empresas que hasta ahora siguen activas como lo es Cemex, que sea posicionado como tercer lugar a nivel mundial en su giro. Esta fase es importante porque no solo permitió que se posicionaran varias empresas, sino que

permitió oportunidades de emprendimiento y con ello el surgimiento de nuevas unidades empresariales.

- En el año 2004, tomó más auge el emprendimiento, por ello el gobierno se enfocó a apoyar aún más este tipo de iniciativas y gracias a ello se creó el Fondo Pyme. Lo cual a su vez dio lugar al surgimiento de instituciones como el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem), esta clase de organismos ya era considerada parte de la política económica y permitió apoyar a los emprendedores con ideas de negocio de tamaño micro hasta las de tamaño mediano. Uno de los principales objetivos del Inadem, era promocionar la innovación y competitividad, con ello incrementar el emprendimiento en el país.
- Después del nacimiento de ese tipo de organismos, otro tipo de entidades que permitieron fomentar el emprendimiento en el país en las últimas dos décadas, han sido las incubadoras y las aceleradoras de negocios. Asimismo, las instituciones financieras e inversionistas junto con las Fintech son las entidades que representan el sistema de emprendimiento que rige actualmente al país, puesto que no únicamente se encargan de brindar apoyo financiero, sino que en muchas ocasiones cuentan con apoyos de consultoría o asesoría para impulsar el desarrollo de los negocios.
- En el 2019, específicamente el 17 de octubre el Inadem ya deja de formar parte del fomento del emprendimiento en el país, pero las funciones y apoyos que brindaba este organismo no podían simplemente desvanecerse, por lo que en su lugar se creó el Programa Nacional de Financiamiento a Microempresarios (Pronafim), el cual tiene un objetivo de brindar 3,000 millones MXN a través de créditos a los negocios. También la

Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) es quién absorbió gran parte de las funciones del Inadem.

- Para finalizar con la parte de antecedentes, actualmente se puede afirmar que, en el sistema de emprendimiento del país, no solo está integrado por organismos de apoyo hacía los emprendedores, sino que también ya existen diversas herramientas que permiten mejorar los procesos de apoyo y el alcance de estos, así como metodologías y nuevos instrumentos que auxilian a las nuevas generaciones. En pocas palabras, el emprendimiento de México está en transición, hacía un desarrollo y evolución.

Teniendo en cuenta lo comentado previamente, día a día se van formando nuevos emprendedores alrededor de todo el planeta, no únicamente en el país. Pero, con solo tener un concepto innovador o diferente no es viable iniciar un negocio, debido a que se requiere de una buena preparación, planeación y orientación para complementar lo innovador y poder llevar esa idea al éxito. También un sin número de empresas han logrado sobrevivir ante situaciones muy difíciles hablando económicamente. Sin embargo, cuando un emprendimiento o una idea no logra tener el impacto que se esperaba, por lo general los emprendedores terminan culpando al país en el que viven por la situación (Universidad de Estudios Avanzados [UNEA], 2019).

Lo comentado anteriormente aplica para el país de México, es decir no se excluye ante tal circunstancia. Pero a pesar de ello, últimamente en el país el emprendimiento se ha vuelto un aspecto que requiere de gran promoción, por tal motivo se está incentivando mediante diferentes programas que buscan el desarrollo tanto económico como empresarial a través del surgimiento de nuevos negocios (Universidad de Estudios Avanzados, 2019).

De igual manera la UNEA proporciona algunos datos del país que son sumamente relevantes:

- El 90% de los jóvenes que deciden optar por el camino del emprendimiento lo hacen con sus propios recursos.
- En el año 2018 los adultos jóvenes representaban una parte considerable de los emprendedores, puesto que el 33% de éstos en México tenía una edad entre los 25 a 34 años.
- En México existe un dato bastante desalentador puesto que solo el 30% de las empresas que surgen siguen activas después de su segundo año. Es decir, el 70% terminan inactivas de manera permanente o temporal (Universidad de Estudios Avanzados, 2019).

Es muy importante que las figuras de emprendedor tengan en cuenta que establecer un nuevo negocio puede traer consigo ventajas y desventajas. En la actualidad en el país 1 de cada 3 emprendedores no se decide por poner en marcha su idea innovadora, esto se debe al temor a fracasar (Universidad de Estudios Avanzados, 2019). Sin embargo, estas cifras estadísticas no deberían ser un impedimento para las personas y sobre todo los jóvenes para implementar sus ideas de negocio, sino que deberían tomarlas en cuenta para tener una mejor preparación, esto quiere decir realizar una buena planeación, así como estar dispuesto a recibir orientación.

Por otro lado, a pesar de la incertidumbre o miedo que provocan las estadísticas en términos de éxito de los negocios en el país, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ha mencionado que el país es el segundo mejor lugar para iniciar un nuevo negocio. De igual manera en México hay más de 4 millones de Pymes que contribuyen en un 52% con el PIB nacional (Universidad Anáhuac, 2019). Esto es un claro ejemplo que las empresas nacionales existentes contribuyen más con sus operaciones mercantiles que aquellas extranjeras.

Otros datos relevantes que proporciona la Universidad Anáhuac (2019) son:

- 35,000 empresas inician mensualmente operaciones en México, de las cuales solo el 10% sobrevive, es decir 3,500.
- El 66% de las Pymes mexicanas logra menos de 500,000 pesos en ventas anuales.
- El 80% de las Pymes vende menos de 1,000,000 de pesos al año.
- Existen miles de auto empleadores en el país, es decir abundan, esto causa que a pesar de que México sea uno de los primeros lugares ideales para iniciar un negocio a nivel mundial, sea también el país con más empleo informal.

De acuerdo con el Inegi (2019) la esperanza de vida de las empresas o emprendimientos en México es de 7.8 años, pero esto es un promedio general de los negocios, es decir, que puede ir variando de acuerdo con el giro o sector. Por ejemplo, los negocios de la industria manufacturera tienen 9.7 años, los del comercio 6.9 y los de servicios 8 años (citado por Rodríguez, 2020).

Teniendo en cuenta todo lo mencionado, un dato sumamente relevante es que en el país existe un alto porcentaje de negocios que cierran, esto quiere decir que muchas organizaciones en los últimos años han tenido que dejar de operar. Sin embargo, surgen muchos emprendimientos nuevos, por lo tanto, la economía del país tiene un equilibrio. Esto se puede ver en la figura 3.1, en dicha figura se puede observar que en el año 2014 existían un total de 4,545,151.00 negocios de los cuales el 39% (1,363,545) ya no se encontraban activos u operando en el año 2019. Sin embargo, en dicho año existían 5,120,250.00 negocios de los cuales 49.6% (2,539,644) se crearon después del 2014, es decir del 2015 al 2019. Esto permite conocer que a pesar de que ya no se encontraban activos en el 2019 varios negocios que operaban años anteriores, está perdida se compenso con la apertura de un mayor número de negocios, específicamente 1,176,099 más.

Figura 3.1

Comparación de datos del censo de empresas de los períodos 2014 y 2019



Fuente: (Rodríguez, 2020).

Siguiendo con el tema del cierre y apertura de empresas, lo comentado con anterioridad no quiere decir que no se busque una solución ante este fenómeno, sino que afortunadamente se compensa dicho fenómeno con el surgimiento de nuevas organizaciones, pero se debe buscar los motivos que ocasionan éste y crear estrategias para combatirlo.

3.1.1 Emprendimiento sustentable en México

Actualmente el país tiene que hacerles frente a grandes retos, dentro de los cuales se encuentra el relacionado con la sustentabilidad dentro del emprendimiento. Éste último forma parte del desarrollo económico, social y de la competitividad. También, el emprendimiento

sustentable es afín a la generación de negocios que tienen un impacto en los objetivos del plan de desarrollo del país y el hecho de poder tener una empresa sustentable se reflejará en negocios que tengan un impacto positivo en la búsqueda y aprovechamiento de las áreas de oportunidad, que darán como resultado proyectos innovadores que transiten al tan anhelado entorno empresarial sustentable (Covarrubias, Tapia y Rivera, 2021).

Después de la introducción al tema se puede comenzar por comentar que, en México en el año 2018, habían alrededor de 4.2 millones de empresas o negocios y el 99.8% de ellas eran pequeñas y medianas, mismas que aportan el 78% de los trabajos en el país, a su vez contribuyen con un 42% del PIB (Konfío, 2018, citado por Covarrubias, Tapia y Rivera, 2021, p.28).

Las cifras anteriores no demuestran si un negocio es sustentable o no, esto se debe a que la mayoría de las estadísticas son en función de la generación de nuevos negocios, “ya que el ritmo de consumo y el derroche energético de la sociedad actual, se plantea que no se puede hablar de un emprendimiento sustentable bajo la lógica del sistema de mercado” (Covarrubias, Tapia y Rivera, 2021, p.30).

No obstante, la operación de las organizaciones ya sea comerciales e industriales, ocasionan un gran daño al ambiente, y aún más aquellas que son transnacionales energéticas. Esto quiere decir que se está ante un doble impacto negativo al ecosistema y a los seres que lo habitan, y poco a poco irán deteriorando el patrimonio natural hasta que éste se destruya y no haya marcha atrás (Covarrubias, Tapia y Rivera, 2021, p.30). En el país una investigación del Inegi (2020) permitió conocer algunos porcentajes en términos de costos de degradación que han generado las actividades económicas en el agua, hidrocarburos, aire y recursos forestales, como se puede apreciar en la tabla 3.1.

Tabla 3.1

Costos por agotamiento y degradación proveniente de los emprendimientos de México

Costos por agotamiento y degradación	Porcentaje
Agotamiento	14.7 %
Hidrocarburos	5.7 %
Recursos forestales	3.5 %
Agua subterránea	5.5 %
Degradación	85.3 %
Emisión de aire	57.3 %
Fuentes móviles	55.6 %
Fuentes de área	1.6%
Fuentes fijas	0.2 %
Contaminación del agua	4.5 %
Residuos sólidos	8.2 %
Degradación del suelo	15.3 %

Fuente: (Inegi, 2020).

La combinación de procesos catalogados como agotamiento y degradación de los bienes naturales producto de la actividad económica de México es evidente. Destacan el agotamiento de hidrocarburos y aguas subterráneas, y la contaminación del aire, agua, suelo y residuos sólidos. Otro factor destacado son las fuentes móviles como un factor importante en la contaminación y degradación de la vida en el medio ambiente, principalmente de los automóviles y en los espacios urbanos de las ciudades medianas y grandes de México. (Covarrubias, Tapia y Rivera, 2021, p.30).

El emprendimiento sostenible está lejos de ser una opción laboral real para miles de jóvenes. Debido a que la mayoría de quienes deciden emprender tienden a desistir debido a los múltiples problemas y desafíos que de ello se derivan. Los obstáculos burocráticos, la

corrupción, la inseguridad y la falta de fondos son factores externos que inhiben el emprendimiento. De manera similar, los que toman riesgos terminan el círculo vicioso del espíritu empresarial porque carecen del conocimiento y las habilidades para enfrentar los desafíos internos de administrar un negocio. (Covarrubias, Tapia y Rivera, 2021, p.33). Por lo tanto, a pesar de que no existan demasiados estadísticos sobre el tema de empresas sustentables en el país, si existen estudios e información relacionada con ellos.

3.1.2 Emprendimiento con Responsabilidad Social en México

Un aspecto sustancial para que las empresas puedan ser competitivas, es su habilidad para transmitir confianza a todos los actores o grupos con los que tiene interrelaciones, así como su capacidad de dar respuesta a las demandas de la sociedad (Rodríguez, 2013).

La responsabilidad social (RS) es uno de los ámbitos que día con día va incrementando su importancia y relevancia, esto se debe a que conjuga los intereses y requerimientos de todos los actores sociales. En el país la RS en las empresas o en el mundo del emprendimiento debe tener un mayor alcance y no limitarse a las reglas, normas y procesos en materia social o medio ambiental y está relacionada con la creencia de valores éticos que conduzcan a las nuevas empresas y su relación con su entorno (Rodríguez, 2013).

En un estudio llevado a cabo por ProActive Strategies (2013) se aplicaron cuestionarios a 1,546 personas, como se puede observar en la tabla 3.2. Éstas provenían de 839 empresas de diferente giro, sector, tamaño, origen de capital, únicamente debían tener operaciones en el país, Este estudio tenía el objetivo de identificar la percepción de estos colaboradores hacia la responsabilidad social por parte de las empresas y los nuevos emprendimientos en el país.

Tabla 3.2

Perfil de participantes por género en el estudio de percepción de responsabilidad social

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	827	53.5 %
Mujer	719	46.5 %
Total	1,546	100.0 %

Fuente: (ProActive Strategies, 2013).

De este estudio los datos a destacar es que los participantes consideran que el 85% de las empresas o emprendimiento en el país tienen un nivel bajo de madurez con respecto a la RS, menos del 20% mencionó abordar temas de RS en su trabajo debido al poco interés del negocio, mientras que quienes son responsables de ver temas de RS en la empresa donde laboran nunca han recibido alguna capacitación o curso sobre el tema, 32% de quienes provenían de empresas grandes mencionan contar con una inversión menor a los 200,000 pesos en RS, 41% de quienes laboran en empresas grandes mencionan que la estrategia de la organización en los siguientes 12 meses es incluir la RS dentro de su cadena de valor, un 58% de las empresas grandes y un 48% de las empresas pequeñas no logran identificar el retorno de la inversión en programas de RS (ProActive Strategies, 2013).

3.2 Emprendimiento en Yucatán

El emprendimiento en el estado presenta una similitud con la economía local que es importante mencionar. Esta similitud o caracteriza que comparten es que presentan un desarrollo y crecimiento natural, es decir, que están constantemente en desarrollo. Este crecimiento se debe a que Yucatán es uno de los focos de inversión en el sureste del país. Por lo tanto, constantemente recibe altas inversiones tanto extranjeras, foráneas (inversionistas no son yucatecos) y locales, a su vez estas inversiones en conjunto con los negocios que ya operan en el

estado, generar empleos y en muchas ocasiones estas empresas tienden a capacitar a su personal, es decir, desarrollan el talento profesional del estado (Grupo Megamedia, 2022).

El director general del Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), comentó que en donde se puede observar más el impacto de la actividad de emprendimiento en el estado es entre las mujeres. Esto se debe a que mediante el programa de Activación Empresarial se logró tener una cobertura de 3,400 personas, de las que 7 de cada diez que recibieron el apoyo eran mujeres emprendedoras principalmente del giro artesanal (Grupo Megamedia, 2022).

Teniendo en cuenta el emprendimiento en el estado, Grupo Megamedia (2022) menciona que el Inegi afirma que existen 113 mil organizaciones que tienen un domicilio estable y fiscal, así como una actividad económica predominante. En cuanto al surgimiento de nuevos negocios, hubieron 13,000 en 2020 y 21,000 en el 2021.

De igual manera es necesario considerar que el estado cuenta con 34,000 emprendimientos, los cuales nacieron en el período comprendido entre el 2020 al 2021, dichos negocios requieren de una asesoría para lo cual el IYEM tendrá que rastrearlos para ofrecerles capacitación, consultoría, entre otros, con la finalidad de que puedan salir de sus primeros retos económicos (Grupo Megamedia, 2022).

Por su parte la Universidad Anáhuac (2020) menciona que se realizó un estudio en el cual se reflejó que existe un ecosistema de emprendimiento en el Estado, mismo que se compone de más de 320 empresas, más de 2,900 millones en ventas, más de 41,000 empleos, más de 8 millones de dólares en capital y que las industrias más frecuentes o comunes en este ecosistema son: la manufactura, Retail y Consumer Tech. Otro dato relevante de este estudio fue que el 68% de las empresas son micro y pequeñas, que cuentan desde 5 hasta 22 años de participación en el mercado.

3.2.1 Emprendimiento sustentable en Yucatán

Debido a la situación de la pandemia en el 2021, en el estado los proyectos de la mayoría de los emprendedores tenían una visión sustentable o estaban completamente enfocados en la sustentabilidad y el medio ambiente (González, 2021 citado por Bote, 2021).

En la actualidad las personas que deciden viajar por el camino del emprendimiento suelen hacerlo en el sector de la alimentación (incluido el restaurantero) y en la industria textil, sin embargo, las personas ya cuentan con una visión y consciencia sobre los temas que implica la sustentabilidad. Es por ello por lo que buscan usar materias primas e insumos que son más amigables con el ecosistema y medio ambiente. Así mismo durante el proceso de transformación y venta emplean elementos sustentables, utilizan materias endémicas de la región, como lo son las resinas, insumos y polímeros que no tienen un impacto muy negativo en el medio ambiente (Bote, 2021).

De igual manera como parte de una estrategia para hacer una fuerte promoción a la generación de emprendimientos sustentables, y sobre todo a la concientización de que ahora las empresas tienen que tener la visión sustentable, se están creando programas en el estado que permitan fomentar este tipo de emprendimientos, esto con la finalidad de al estado y principalmente a la ciudad como la capital del emprendimiento con enfoque al impulso de proyectos sustentables, energías limpias y nuevas tecnologías (Revista Peninsular, 2022).

También como parte de toda esta estrategia que ha sido impulsada por el gobierno, se estuvo convocando a los jóvenes puesto que estos son el 40% de la población del estado y la ciudad, con la finalidad de que estos brinden ideas de negocio o de proyectos con un enfoque sustentable. Lo anterior, tuvo como resultado que en la plataforma Reto Emprendedor, se hayan recibido tres mil ochocientos proyectos entre los que destacan los que tienen en consideración el

desarrollo de nuevas tecnologías y/o una visión sustentable. A estos proyectos se les apoyará y orientará con la finalidad de que puedan ser desarrollados y beneficiar a la comunidad del estado y de la ciudad (Revista Peninsular, 2022).

Otro aspecto por mencionar sumamente importante es que el gobierno del estado de Yucatán a través de la Secretaría de Turismo del estado, están diseñando estrategias para generar un turismo incluyente y responsable, una de sus principales estrategias consta promocionar y desarrollar junto con los profesionistas productos y servicios turísticos sustentables. Esta idea proviene de que una de las actividades principales del estado es el turismo y tan solo en el 2019 alrededor de 2 millones de visitantes al estado (Empresas Verdes, 2021).

Por lo tanto, al ser un sector con alta demanda en el estado se considera imperante que las empresas y negocios dentro del giro adopten una visión sustentable, pero al mismo tiempo sean económicamente sostenibles e incluso por ello sean otorgado diferentes certificaciones de buenas prácticas a empresas y trabajadores independientes como lo son los guías. En total se entregaron 627 certificaciones: 297 a compañías y 330 a guías (Empresas Verdes, 2021).

3.2.2 Emprendimiento con Responsabilidad Social en Yucatán

En cuanto al emprendimiento con RS en el estado se están realizando diferentes actividades para apoyarlo y promocionarlo. En el estado las empresas con RS van en aumento, y que este tipo de organizaciones estén presentes en Yucatán, pone a la entidad como una entidad internacional, porque los países con mayor desarrollo son socialmente responsables. El contexto del estado es algo positivo, porque como se mencionó previamente el número de empresas con RS ha crecido, debido que en 2014 solo habían 9 empresas reconocidas o que se podían identificar con un buen compromiso de RS y en el 2017 habían 19. Sin embargo, la meta es que este número crezca (Universidad Anáhuac, 2017).

Un ejemplo del panorama de la RS en el emprendimiento en el estado es el Foro de Responsabilidad Social Empresarial que se mencionó previamente, este evento tuvo como objetivo primordial impulsar el conocimiento y desarrollo de la RS, con base en la calidad de vida, relación con la comunidad, medio ambiente y ética. También buscaban impulsar la sensibilización no solo del sector empresarial sino también el institucional, para el bien del estado. Algo interesante es que se unieron 31 nuevas organizaciones al compromiso de la RS en el Foro, a las cuales se les reconoció la responsabilidad que estaban adoptando y se espera que en futuros foros y congresos a cargo de la Fundación del Empresariado Yucateco A.C. (FEYAC) se unan más empresas (CEMEFI, 2021).

De igual forma en el estado se lleva a cabo una entrega de distintivos a empresas con alto grado de RS y en el 2021 se llevó a cabo la quinta entrega, es decir, que ya van 5 años de que se realiza procedimiento, es decir, desde el 2016 se realizan estas distinciones. En esta quinta entrega se reconocieron a 16 nuevas organizaciones con compromiso para contribuir al equilibrio social, económico y ambiental (Yucatán en Corto, 2021).

3.2.3 Modelos de emprendimiento académicos en Mérida, Yucatán

Hay una red entre organizaciones, universidades, empresas y gobiernos que fomenta el emprendimiento, y no se encuentra por ningún lado. Esta conexión y cohesión contribuye en gran medida a sentar las bases para nutrir un ecosistema emprendedor (Bote, 2020, párr. 8). Lo mencionado se puede apreciar principalmente en los modelos de emprendimiento con los que cuentan las diferentes IES.

En la ciudad existen diferentes modelos de emprendimiento, sin embargo, destacan 3: el de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY), Instituto Tecnológico de Mérida (ITMérida) y Universidad Tecnológica Metropolitana (UTM).

El modelo de emprendimiento del ITMÉRIDA ha ido en crecimiento, en el año 2019 “un total de 75 estudiantes de diferentes carreras participaron en el modelo talento emprendedor lo cual les permitió abrir la mente a la perspectiva del emprendimiento como vía para el autoempleo profesional” y también el objetivo de éste es fomentar una cultura emprendedora en los estudiantes y cultivar una generación de emprendedores independientes, emprendedores internos y emprendedores sociales (Instituto Tecnológico de Mérida, 2019, párr. 1). Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente este modelo se puede complementar con aspectos de sustentabilidad y responsabilidad social, es importante mencionar que en el 2020 participaron 23 estudiantes en el modelo y 13 emprendimientos recibieron asesoría en la incubadora (Instituto Tecnológico de Mérida, 2021).

Por su parte el modelo de la UADY, desde 1997 promueve el ámbito emprendedor en su comunidad de estudiantes. En su modelo hasta el 2013 habían atendido alrededor de 2360 estudiantes de los cuales se lograron conformar 268 empresas. En el estado y la ciudad la universidad es la segunda en aplicar un modelo de emprendimiento para sus alumnos. Adicional a ello su modelo tiene un factor importante que ya se ha mencionado, el cual promociona el emprendimiento, y esta universidad ha realizado foros, eventos y ferias en la que participan expertos tanto nacionales como internacionales para hablar sobre el tema de emprendimiento, lo importante de ello es que estos eventos no únicamente son para los alumnos sino incluso para el público en general y en 17 años de hacer este tipo de eventos han logrado tener participar activamente 40 mil personas (Cantón, García, y Luit, 2014).

Por último, se encuentra el modelo de la UTM, a través de su modelo de emprendimiento impulsa a que los estudiantes emprendan o hagan simulaciones de diversas ideas de negocio a lo largo de su vida académica, adicional a ello cuentan con el centro de incubación NEOS, el cual

es una alianza entre la Marista y la UTM, sin embargo, cuentan con una red de asociados entre los que se encuentra la secretaria de economía. Lo interesante del modelo de la universidad es que su incubadora está abierta al público en general y cuando los proyectos terminan todo su proceso de incubación salen como una empresa sustentable, es decir en parte del proceso reciben asesoría para transformar su idea para que adopte una visión sustentable (Arnaiz, 2017).

3.3 Características de los principales sectores productivos en Yucatán

Las principales actividades productivas del estado son el comercio, la construcción, el sector alimentario, los medios de información, los servicios inmobiliarios, el alquiler de bienes muebles e intangibles, que en conjunto representan el 62,0% del PIB (Gobierno de México, 2017, párr. 2).

Con base en lo anterior se puede mencionar que las principales inversiones en el estado son en el sector textil y el de indumentaria, una de sus principales características son la mano de obra a bajo costo, mientras que en la agricultura una de sus principales características es el tipo de frutos que más se cultivan, siendo estos los limones y el henequén. También en cuanto al turismo, este sector se caracteriza por la constante innovación debido a que ofrecen un sin número de actividades a los visitantes (Yucatán Premier, 2018).

3.3.1 Datos estadísticos de los sectores productivos en Yucatán

En el ejercicio del 2019 Yucatán tuvo un aumento de 1.6% en lo que respecta a su economía, gracias a ello se logró ubicar en el lugar número 6 con respecto al crecimiento económico de las demás entidades del país, y eso a pesar de que en promedio a nivel nacional hubo un -0.2% en lo que respecta al crecimiento. Este crecimiento fue resultado de un crecimiento en las operaciones del sector productivo terciario (1.5%), secundario (2.0%) y

primario (1.3%), lo que colocó específicamente al estado en los lugares 4,9 y 21, respectivamente (Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación, 2020).

Con base en lo anterior, en el sector secundario la manufactura fue una de las actividades que más destacó, debido a que tuvo un crecimiento del 4.7 y en años anteriores había presentado decrecimientos, y cabe aclarar que su tasa de crecimiento estuvo muy por encima de la tasa promedio del país. Adicional a ello la actividad de la construcción igual permitió que el estado destaque, puesto que, si tuvo una tasa de decrecimiento al igual que años previos. Sin embargo, se redujo y por lo tanto, esto ayudo a que este por encima de la media del país (Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación, 2020).

Con lo que respecta al sector terciario, las actividades turísticas permitieron impulsar el crecimiento. En años previos esta actividad presentaba crecimientos y para el período no fue la excepción, tuvo 2.8% de crecimiento, esto se debió igual a que hubo un incremento en la llegada de cruceros, y flujo de personas en las zonas arqueológicas, ya que se presentó un incremento del 12% en el número de visitantes al estado (Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación, 2020).

Por último, el sector agropecuario tuvo una considerable reducción en cuanto la cantidad de producción agrícola de un -44.3% con respecto a ejercicios previos. Sin embargo, la producción pecuario incremento un 5.7% en la cantidad de producción, lo cual estuvo por encima de la media nacional y gracias a ello el estado ocupó el quinto lugar con mayor crecimiento (Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación, 2020).

3.3.2 Sector restaurantero en Mérida, Yucatán

De acuerdo con el Inegi (2022) la industria restaurantera se encuentra entre los 23 principales sectores económicos por su aportación al PIB, esto de un total de 77 subsectores.

De acuerdo con el mismo autor en el ejercicio del 2019, la actividad terciaria a la cual pertenece el sector restaurantero representó el 69.54% del PIB del estado, mientras que específicamente el sector mencionado 2.26%.

Cabe mencionar que las empresas meridianas actuales enfocan sus modelos de negocio al sector de alimentos y bebidas, con una participación del 20%. 12 por ciento en comercio y 11 por ciento en tecnología de la información (Bote, 2020, párr. 5).

Un aspecto sumamente relevante y preocupante es que el 80% de los emprendimientos que se dedica a la confección de alimentos (entre los que se encuentran los restaurantes y fondas) están en estado informal, esto se debe a diversas razones, siendo una de ellas los altos costes de seguridad social, así como las altas tasas de impuestos en la ciudad (Lozano, 2019).

De igual manera, otro dato alarmante en la ciudad es que, debido a la falta de capacitación profesional, asesoría financiera, legal y contable, entre el 80% al 90% de los nuevos emprendimientos dedicados a la preparación de alimentos no suelen tener más que un año de vida activa (Lozano, 2019).

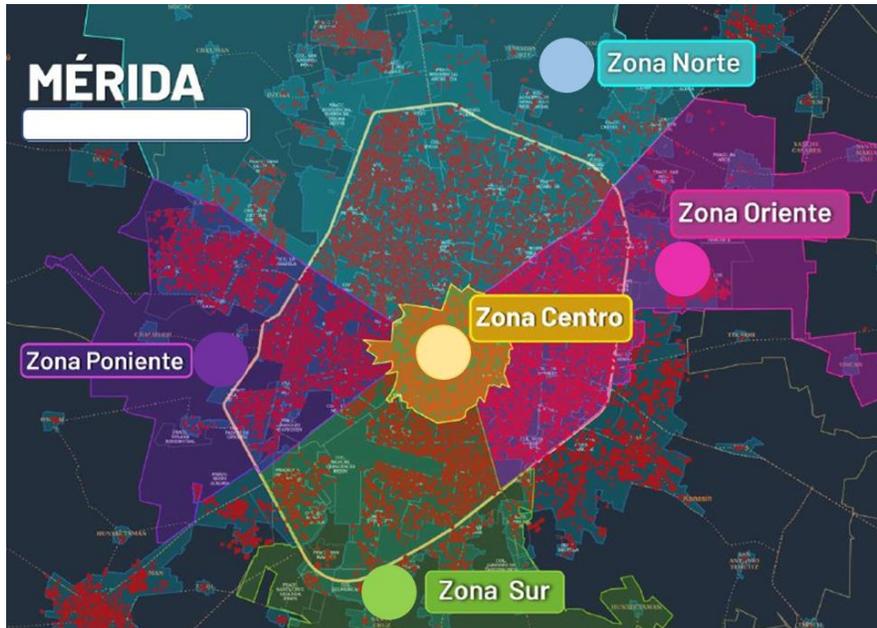
Por otro lado, un dato alentador relacionado al sector restaurantero es que tuvo un crecimiento del 53.9% en el último trimestre del 2021, y se pretende que siga en crecimiento en los siguientes años (Inegi, 2021).

3.4 Características de la zona sur de Mérida, Yucatán

De acuerdo con el Gobierno del Estado de Yucatán (2021), la ciudad se divide en cinco zonas: norte, poniente, centro, sur y oriente como se puede apreciar en la figura 3.2.

Figura 3.2

Mapa de división de zonas de la ciudad de Mérida



Fuente: (Gobierno del Estado de Yucatán, 2021).

Para el presente estudio se va a emplear la zona sur de la ciudad, misma que se compone de las siguientes colonias: Tixcacal, Ciudad Industrial, Itzincab, El Roble, Emiliano Zapata, Melitón Salazar, San Antonio Xluch, 5 Colonias, San José Tecoh, Dolores Otero, Santa Rosa, Serapio Rendón, Xmatkuil y Azcorra (Gobierno del Estado de Yucatán, 2021).

En la ciudad existe una clara diferencia que es preocupante entre la zona sur y la zona norte, sobre todo en cuestiones de inversión gubernamental, puesto que cuando se trata de inversión del sector privado, este ve como oportunidad la falta de algún servicio o producto que se requiera en la zona. También se dice que en la zona sur de la Mérida tienden a haber servicios de una calidad inferior con base en los que se presentan en el norte, así como áreas de oportunidad en las viabilidades, falta de disponibilidad tanto de infraestructuras como de espacios de convivencia adecuados (Revista Peninsular, 2022).

De igual forma, se menciona que se debe incrementar las inversiones públicas en el sur de Mérida, puesto que es lo primero que por lo regular ven los turistas, debido a que ahí está ubicado el Aeropuerto del estado. Así como una de las principales zonas debido a que se encuentra la famosa “zona industrial” donde están muchísimas empresas de diferentes giros (Revista Peninsular, 2022).

3.4.1 Datos demográficos de la zona sur de Mérida, Yucatán

Un dato muy sustancial de la zona es que los habitantes de la zona han tenido un avance en cuanto al nivel económico, pero a pesar de ello el 75% de éstos, labora en la zona norte o centro de la ciudad y percibe entre 1 y 1.5 salarios mínimos, lo cual los coloca por debajo del promedio salarial del estado (Reporteros, 2019).

Mientras que una las colonias Altuchén y Leona Vicario son aquellas que cuentan con un indicador de mayor vulnerabilidad, entre 0.0001 y 2.8597, la vulnerabilidad hace referencia a la marginación. También la población activa de la zona es bastantes bajos en comparación con las otras zonas de la ciudad, pero la colonia con índices más bajos es la Leona Vicario puesto que tiene valores entre 0.0 y 39 (Salmerón y Hernández, 2020).

Otro dato relacionado con el presentado anteriormente es que el 99% de los habitantes cuenta con luz eléctrica, el 90% cuentan con servicio de agua potable y de ese 90% el 80% tiene servicio de agua dentro de su vivienda. De igual manera, no todos los niños y jóvenes cuentan con lugares que les sirvan de recreación y/o de promoción cultural, puesto sólo entre el 15% al 20% cuenta con uno (Abud, 2006, citado por Cruz, 2016).

3.4.2 MiPyme de la zona sur de Mérida, Yucatán

En la zona existen un total de 4156 Mipyme, siendo la colonia de Emiliano Zapata la que destaca por un mayor número de organizaciones registradas, puesto que representa como se puede apreciar en la tabla 3.3 (Denué, 2021).

Tabla 3.3

Frecuencia de Mipyme por colonia de la zona sur de la ciudad de Mérida

Colonias	Número de Negocios	%
Cinco Colonias	515.00	12%
Azcorra	288.00	7%
Ciudad Industrial	204.00	5%
Tixcacal	218.00	5%
Meliton Salazar	307.00	7%
Dolores Otero	313.00	8%
Roble	197.00	5%
Emiliano Zapata	639.00	15%
Itzincab	5.00	0%
San José Tecoh	532.00	13%
San Antonio Xluch	374.00	9%
Santa Rosa	388.00	9%
Serapio Rendón	148.00	4%
Xmatkuil	28.00	1%
TOTAL	4156.00	100%

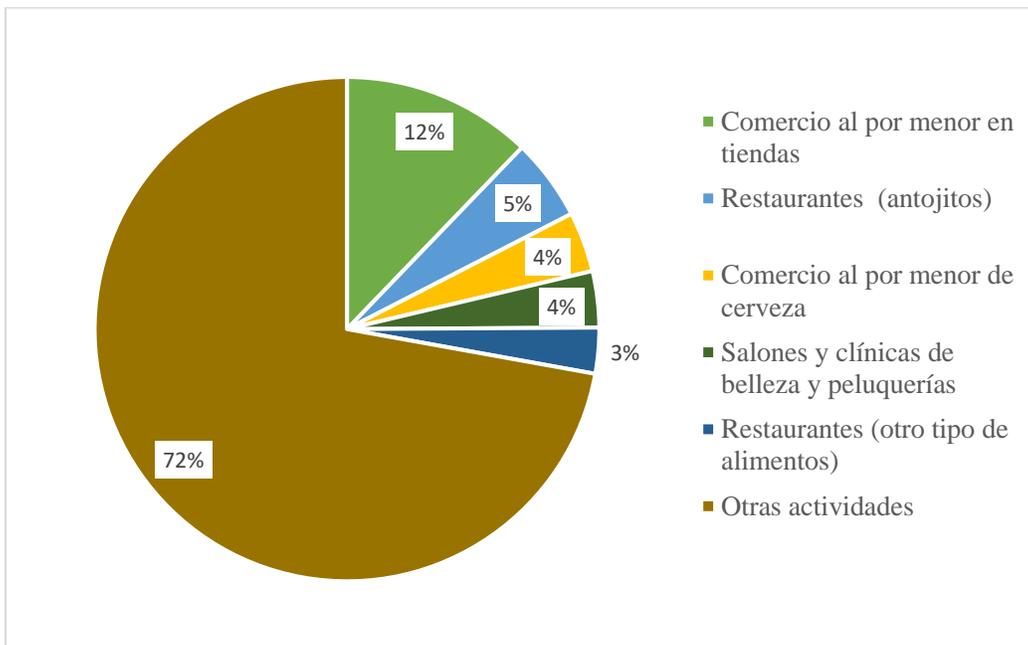
Fuente: (Denué, 2021).

En la zona sur de la ciudad se encuentran diferentes giros de sectores productivos, sin embargo, las principales cinco actividades que se desarrollan en dicha zona representan casi el 30% de toda la actividad comercial, estas son: comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas, restaurantes con servicio de preparación de antojitos, comercio al

por menor de cerveza, salones y clínicas de belleza y peluquerías, así como restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar, como se puede ver en la figura 3.3 (Denué, 2021).

Figura 3.3

Distribución porcentual de las unidades de negocio por actividades económicas



Fuente: (Denué, 2021).

También de las 4156 Mipyme que están en la zona 567 se dedican a actividades relacionadas con los restaurantes, es decir, el 13.64% de las empresas. Entre las actividades se encuentran: restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar, restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar, restaurantes de autoservicio, restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas, restaurantes con servicio de preparación de antojitos, restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos, así como restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida, lo mencionado con anterioridad se puede observar en la tabla 3.4 (Denué, 2021).

Tabla 3.4

Frecuencia de Mipyme por actividades del sector restaurantero en la Zona sur de Mérida

Actividades	Negocios	%
Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar	122.00	22%
Restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar	89.00	16%
Restaurantes de autoservicio	8.00	1%
Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas	78.00	14%
Restaurantes con servicio de preparación de antojitos	218.00	38%
Restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos	25.00	4%
Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	27.00	5%
Total	567.00	100%

Fuente: (Denué, 2021).

De igual manera, Existen proyectos que se originaron en Mérida que tienen un estatus muy avanzado, tienen de ante mano un buen prestigio a nivel comercial, y por su puesto reciben capital extranjero, lo que permitirá que crezcan a nivel global, incluso existen empresas que ya exportan productos (Grupo Megamedia, 2022, párr. 4).

CAPITULO IV. METODOLOGÍA

La metodología hace referencia a la serie de procesos generales que se deben desarrollar para la investigación, en ella se abordan una serie de elementos y/o características que acoge todo el procedimiento relacionado al saber científico, así como los pasos y/o etapas en las que se compone. Es decir, ésta se relaciona de las teorías en la literatura de los métodos ejecutados en una investigación y también de las técnicas e instrumentos afines a éstos (Bernal, 2010). En este apartado se aborda la metodología que se empleó y condujo la realización del proyecto de investigación.

4.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación del proyecto es no experimental, esto es porque durante su ejecución no se manipularon las dimensiones de la variable ni los sujetos de estudio, es decir se recopiló la información en su contexto regular o normal. Esto de igual manera se puede sustentar con lo mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) quienes afirman que esta clase de estudio no da origen a alguna situación en particular, puesto que únicamente se hace observación de las ya existentes, es decir que el investigador no genera intencionalmente algún efecto en el fenómeno estudiado. También en esta clase de investigación las dimensiones que se presentan no son posibles controlarlas y tampoco se puede tener influencia sobre ellas, debido a que ya tuvieron lugar.

Con respecto a su alcance fue descriptivo puesto que se presentaron los contextos relacionados a las dimensiones de la variable (emprendimiento, responsabilidad social, desarrollo sustentable y modelos de emprendimiento académicos) a nivel local y regional, así como también la perspectiva que tienen los negocios del sector restaurantero en la zona sur del municipio de Mérida con respecto a dichas dimensiones y la descripción de las estrategias

relacionadas al modelo de emprendimiento del TecNM que se formularon con base en la información recopilada de campo y la literatura.

4.2 Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación fue de tipo cuantitativo puesto que se trabajarán con los niveles de las perspectivas cuantificadas y estandarizadas que tienen los negocios de la industria en la zona sur del municipio con respecto a las dimensiones y su temporalidad es transversal, esto debido que se ejecutó la recolección de datos en un solo momento, el cual fue de julio de 2022 a octubre del 2022 (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Con base en los objetivos y preguntas de investigación que se formularon en el principio del estudio, el enfoque es cuantitativo, esto se debe a que se empleó la recolección de información (datos) para posteriormente analizarlos y medirlos a través de un proceso estadístico, esto con la finalidad de poder efectuar los objetivos planteados, analizando como se encuentran la responsabilidad social, desarrollo sustentable y emprendimiento en el sector restaurantero en la zona sur del municipio de Mérida.

Como último punto es imperante comentar que este tipo de enfoque permitirá el cumplimiento adecuado de los objetivos de investigación específicos que buscan identificar las principales acciones de sustentabilidad realizadas por las empresas, determinar el nivel de responsabilidad social, describir como se encuentra el nivel de emprendimiento y determinar la afinidad del sector con los modelos de emprendimiento. Estos objetivos y la investigación comparten el fin de lograr que el modelo talento emprendedor del TecNM logre contar con estrategias de actualización para brindar un curso y asesoría más integral.

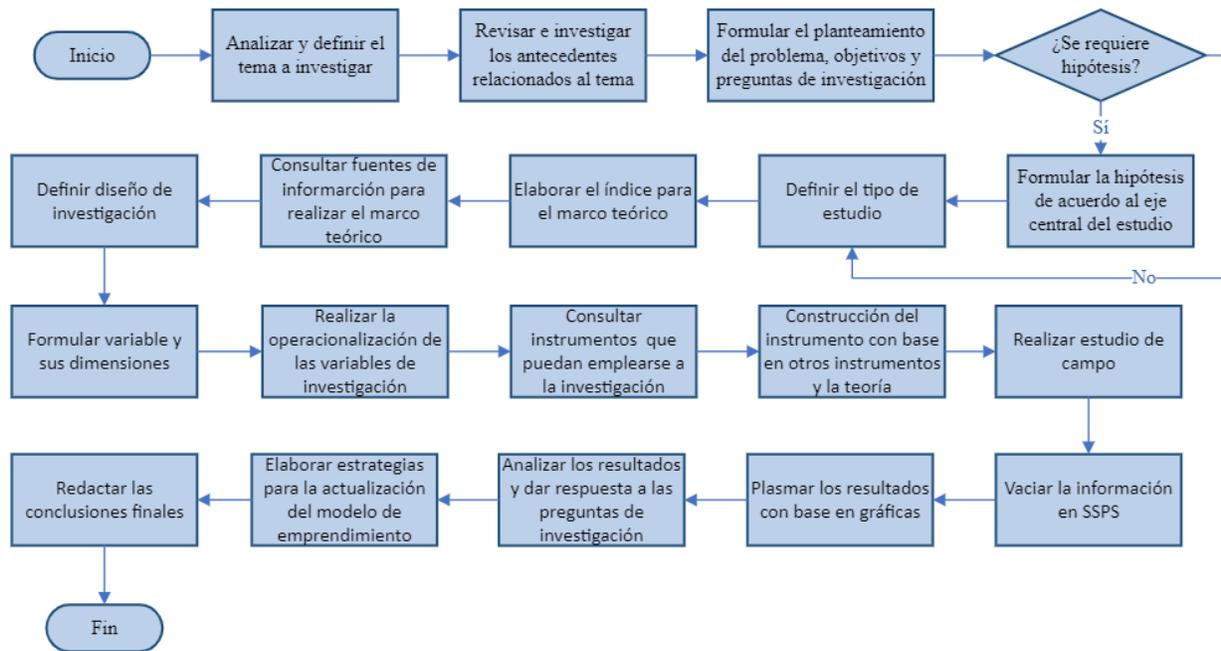
4.3 Diseño de la investigación

La investigación logró analizar cómo se presentan las dimensiones mencionadas con anterioridad, así como la afinidad con los modelos de emprendimientos universitarios en el sector previamente mencionado en la zona sur del municipio de Mérida. Y para cumplir con los objetivos planteados se tuvieron que evaluar las dimensiones sin tener alguna inferencia o alguna acción que repercuta o impacte las mismas, y adicional a ello, esta evaluación se realizó en un período específico. Por lo que se puede mencionar que el presente estudio es descriptivo ya que únicamente se concentrará a plantear los resultados recopilados sin hacer inferencias o relaciones entre las variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En la figura 4.1 se puede apreciar un diagrama con la metodología que contempla cada uno de los pasos que se siguieron para desarrollar el estudio.

Figura 4.1

Metodología de investigación del estudio elaborado.



Fuente: Elaboración propia (2022).

4.4 Unidad de análisis o sujeto de estudio, población y muestra

En el presente apartado de la metodología se desglosa la unidad de análisis así como el sujeto de estudio, la población y el muestreo, ya que dicha información es sustancian para la investigación y auxiliaron en el análisis de cómo se encuentran las dimensiones que se han abordado a lo largo del capítulo en las empresas dentro del sector restaurantero que se encuentran ubicadas en la zona sur del municipio de Mérida, y por ende esta información apoyó para cumplir con los objetivos que se fijaron para la investigación.

4.4.1. Unidad de análisis y sujeto de estudio

La unidad de análisis se conformó por las Mipyme dentro del sector restaurantero en la zona sur del municipio de Mérida, Yucatán, que se dedican a preparar otro tipo de alimentos para llevar y preparar pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos. Mientras que los sujetos de estudios fueron los dueños, administradores y/o directivos pertenecientes a las empresas, puesto que a ellos fueron a quienes se les aplicó el instrumento de investigación, con la finalidad de conocer y analizar las acciones relacionadas al desarrollo sustentable, como se presenta la responsabilidad social, las perspectiva que tienen del emprendimiento y la afinidad a los modelos emprendedores de las universidades, para así poder formular estrategias para la actualización del modelo talento emprendedor del TecNM.

4.4.2. Población y muestra

Para poder definir la población se realizó una investigación en la plataforma del Denué (2021), en dicha plataforma se identificaron 211 negocios que se encuentran activos y que realizan las actividades mencionadas anteriormente, cabe destacar que estos negocios son Mipyme, es decir tienen entre 1 a 100 personas laborando. Por lo tanto, las 211 empresas

conforman la población del estudio, dichas empresas se pueden ver categorizadas por colonia en la tabla 4.1.

Tabla 4.1

Negocios por colonia en la Zona sur de Mérida que se dedican a que se dedican a preparar alimentos para llevar, pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos

Colonia	Negocios	%
Cinco Colonias	29.00	13.7%
Azcorra	13.00	6.2%
Ciudad Industrial	7.00	3.3%
Tixcacal	18.00	8.5%
Meliton Salazar	13.00	6.2%
Dolores Otero	11.00	5.2%
Roble	10.00	4.7%
Emiliano Zapata	31.00	14.7%
San Jose Tecoh	28.00	13.3%
San Antonio Xluch	16.00	7.6%
Santa Rosa	22.00	10.4%
Serapio Rendón	12.00	5.7%
Xmatkuil	1.00	0.5%
Total	211.00	100%

Fuente: (Denué, 2021).

Por su parte, la muestra fue probabilística, pues se calculó mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)N}{E^2(N - 1) + Z^2 P(1 - P)} \quad n = \frac{1.96^2 * 0.5(1 - 0.5) * 211}{0.09^2(211 - 1) + 1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)} = 76$$

En donde Z es el nivel de confianza (95% = 1.96), N el tamaño de la población (211), p es la variabilidad (0.5) y E es el error de la estimación (0.09), como se puede apreciar se tiene aplicar el instrumento a 76 empresas.

4.5 Definición de variables de análisis

Para el proyecto se tuvieron que alinear las dimensiones de la variable con base en los objetivos, esta alineación se puede apreciar en la tabla 4.2.

Tabla 4.2

Alineación de los objetivos con las dimensiones de la variable

Objetivos específicos	Dimensiones de la Variable
<ul style="list-style-type: none">• Describir las principales estrategias que implementan las organizaciones del sector relacionadas con la sustentabilidad.	<ul style="list-style-type: none">• Principales estrategias relacionadas a la sustentabilidad por parte de las empresas del sector.
<ul style="list-style-type: none">• Determinar el nivel de responsabilidad social que tienen las empresas del sector.	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de Responsabilidad social de las empresas dentro del sector
<ul style="list-style-type: none">• Identificar las acciones y/o actividades de emprendimiento que realizan las empresas dentro del sector.	<ul style="list-style-type: none">• Principales acciones de emprendimiento implementadas en el sector.
<ul style="list-style-type: none">• Determinar la afinidad de los modelos de emprendimiento institucionales con las empresas del sector.	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de afinidad de las empresas a los modelos de emprendimiento institucionales

Fuente: (Elaboración propia, 2022).

De igual forma en la tabla 4.3 se puede apreciar las variables y dimensiones que se identificaron para el estudio, así como sus indicadores.

Tabla 4.3

Variables, dimensiones e indicadores del estudio de investigación

Variable	Dimensiones de las variables	Indicadores
<ul style="list-style-type: none">• Propuestas de actualización para el modelo de	<ul style="list-style-type: none">• Principales estrategias relacionadas a la sustentabilidad por parte de las empresas del sector.	<ol style="list-style-type: none">1. Acciones empleadas por las empresas.2. Perspectivas predominantes de la sustentabilidad.

emprendimiento del TecNM.

- Nivel de Responsabilidad social de las empresas dentro del sector.

- Principales acciones de emprendimiento implementadas en el sector.

- Nivel de afinidad de las empresas a los modelos de emprendimiento institucionales

1. Responsabilidad de la empresa con empleados.
 2. Responsabilidad de la empresa con los clientes.
 3. Responsabilidad de la empresa con su entorno.
 4. Responsabilidad Jurídica.
1. Emprendimiento en el sector.
 2. Emprendimiento en la empresa.
 3. Perspectivas de emprendimiento.
1. Percepción sobre los modelos emprendedores.
 2. Afinidad con el modelo de emprendimiento del TecNM.

Fuente: (Elaboración propia, 2022).

4.6 Descripción de herramienta de recolección de la información

En el siguiente apartado, se presenta el instrumento que se implementó en el estudio para recopilar la información relacionada a las dimensiones presentadas en la sección anterior con base en las MiPyme del sector de industria de la alimentación en la zona sur del municipio de Mérida y también se aborda el proceso que se desarrolló para la recolección de datos.

4.6.1. Instrumentos de investigación.

Para satisfacer los objetivos que se plantearon se estructuró un cuestionario. Dicho instrumento logró recopilar principalmente información sobre las generalidades de los negocios, así como las principales acciones que éstos han realizado con relación a la sustentabilidad, el nivel o como se presenta la responsabilidad social en ellos, la perspectiva y principales acciones

emprendedoras y el contexto de éste en la industria, así como también el grado de afinidad que las empresas tienen con los modelos de emprendimiento de las universidades.

El instrumento que se empleó en la investigación es una adaptación de 2 cuestionarios el primero es el de Nieto, Melgar y Coronel (2015), este primer cuestionario proporcionaba reactivos con la finalidad de lograr medir el nivel o como se presenta la responsabilidad social en las empresas, logrando abarcar los pilares de la responsabilidad social, este instrumento se implementó con la finalidad de conocer y validar la adaptación de la operación de las organizaciones en la industria de dispositivos médicos en Ciudad Juárez, Chihuahua hacia la responsabilidad social. De este cuestionario se tomaron sus reactivos 2, 4, 5, 6, 11, 12, 14, 17, 21, 22, 23, 24, 26, 31, 32 y 38. Para el caso particular de la responsabilidad social se empleará la metodología empleada por los autores del instrumento al que se recurrió, la cual consta de que la empresa tiene una excelente responsabilidad social si el 100% de sus respuestas en la sección es muy de acuerdo, mientras que tiene una muy buena RS si entre del 99.99% - 80% de sus respuestas con muy de acuerdo, Tiene RS considerable si del 79.99% - 70% de sus respuestas es muy de acuerdo o de acuerdo, mientras que tiene poca RS si del 69.99% - 60% de sus afirmaciones son muy de acuerdo o de acuerdo, sin embargo si tiene menos del 60% de incisos con muy de acuerdo y/o de acuerdo, significa que tiene grandes áreas de oportunidad entorno a la RS.

El segundo cuestionario pertenece a la Universidad del Valle (2012), dicho instrumento engloba cuestionamientos relacionados a la sustentabilidad y cómo está se aborda en las organizaciones, se implementó el instrumento para poder recopilar información que le permita a la institución alinear su operación y normatividad con la sustentabilidad, los reactivos que se tomaron de este cuestionario y se adaptaron al presente estudio son los siguientes ítems: 6, 7, 11,

16, 18, 20, 21. 24, 27 y 31. Cabe destacar que adicional a los reactivos que se adaptaron de los dos instrumentos previamente mencionados se generaron más reactivos con base en la teoría que se consultó durante la elaboración del marco teórico. De igual manera es importante mencionar que el instrumento de la Universidad del Valle, tomó como base la metodología de la medición del desarrollo sustentable del autor Sepúlveda, por lo tanto en cuestiones de la parte de sustentabilidad se podría afirmar que igual se apoya de dicha metodología, en la que aborda diferentes dimensiones como lo son la socioeconómica, ecológica, productiva y tecnológica, así como la institucional. También es importante mencionar que el instrumento de investigación se divide en 3 diferentes secciones, las cuales corresponden a las dimensiones que se mostraron previamente y se compone por un total de 49 preguntas. Este instrumento de recolección de datos se puede visualizar en el apartado de anexos como anexo 1.

Específicamente la primera sección corresponde a la dimensión relacionada a la sustentabilidad, se compone de un total de 11 ítems que tienen como finalidad conocer cómo se presenta este elemento en el sector y cuáles son las principales estrategias realizadas por las empresas. Como segunda sección se encuentra la afín a la responsabilidad social, que se integra por 12 reactivos, los cuales buscan identificar si las organizaciones están cumpliendo con medidas de responsabilidad social y con ello determinar el nivel que tienen sobre este ámbito.

Por último, se encuentran las secciones III y IV que cuenta con un total de 26 ítems, que se enfocan en conocer cuál es el estatus del emprendimiento en el sector, así como conocer la perspectiva de las empresas ante este concepto y sobre todo ante el tema de los modelos de emprendimiento, es por ello por lo que este apartado se relaciona directamente con las dimensiones del emprendimiento y de los modelos de emprendimiento institucionales (Ver tabla 4.4).

Tabla 4.4

Dimensiones de análisis con sus respectivos ítems del instrumento de medición empleado en el estudio.

Dimensiones de la variable	Instrumento
Principales estrategias relacionadas a la sustentabilidad por parte de las empresas del sector.	Cuestionario (Anexo 1) Sección I. Ítems: 1 - 11.
Nivel de Responsabilidad social de las empresas dentro del sector	Cuestionario (Anexo 1) Sección II. Ítems: 12 - 23
Principales acciones de emprendimiento implementadas en el sector.	Cuestionario (Anexo 1) Sección III. Ítems: 24 - 34
Nivel de afinidad de las empresas a los modelos de emprendimiento institucionales	Cuestionario (Anexo 1) Sección III. Ítems: 35 - 49

Fuente: (Elaboración propia, 2022).

4.6.2. Confiabilidad.

Para poder elaborar el instrumento se realizaron pruebas piloto e incluso revisiones con personas que tienen conocimientos sobre la temática abordada en la investigación. En las pruebas piloto se lograron encontrar algunas áreas de oportunidad en los reactivos por lo que se corrigieron y se realizaron nuevamente pruebas piloto. En total se hicieron 2 pruebas en las que se aplicó el instrumento a 20 personas en cada prueba. Esto se realizó con la finalidad de garantizar la fiabilidad del cuestionario, para corroborar su claridad y reducir la cantidad de dudas que se pudiesen presentar al momento de su aplicación final.

De Igual manera se empleó el índice del Alfa de Cronbach para el índice de fiabilidad, con base en los resultados de la prueba piloto, dando un coeficiente de .914 lo que indica una fiabilidad considerable o buena.

$$\alpha = \frac{47}{47-1} * \left(1 - \frac{49.57}{471.26}\right) = .914$$

4.6.3. Validez del instrumento.

Al tener una buena validez el cuestionario, se lograron hacer interpretaciones adecuadas con los resultados que se adquirieron durante la aplicación y análisis de la información. Para el cuestionario se implementó una validez por contenido, en la que se verificó que cada uno de los apartados elegidos sean indicadores que puedan ser medibles. Para esto, se tuvo que acudir con el instrumento para que investigadores y expertos lo valoraran y evaluaran. Los expertos que dieron su validez en el instrumento fueron profesores de la Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional del Instituto Tecnológico de Mérida.

4.6.4. Proceso de recolección de datos.

Para la implementación del trabajo de campo, se visitaron diferentes negocios pertenecientes a la zona sur del municipio de Mérida para ir aplicando los cuestionarios. Mientras que las visitas a las colonias y los negocios dentro de la zona fueron de lunes a sábado, puesto que son los horarios en los que se encuentran abiertos los negocios. En algunas ocasiones se tuvo que visitar nuevamente a algunas empresas debido a que no tenía disponibilidad de horario los sujetos del estudio por su carga laboral.

4.7 Procedimientos de análisis de la información

Para analizar la información recaba en cada una de las 3 secciones del cuestionario, se tuvo que medir la frecuencia con la cual se solían repetir diferentes aspectos que se presentan en las Mipyme que participaron en el estudio. Para ello se utilizó el sistema SPSS, el cual es un software que es muy empleado para el análisis de datos en las investigaciones, así mismo se usó el Excel.

CAPITULO V. RESULTADOS

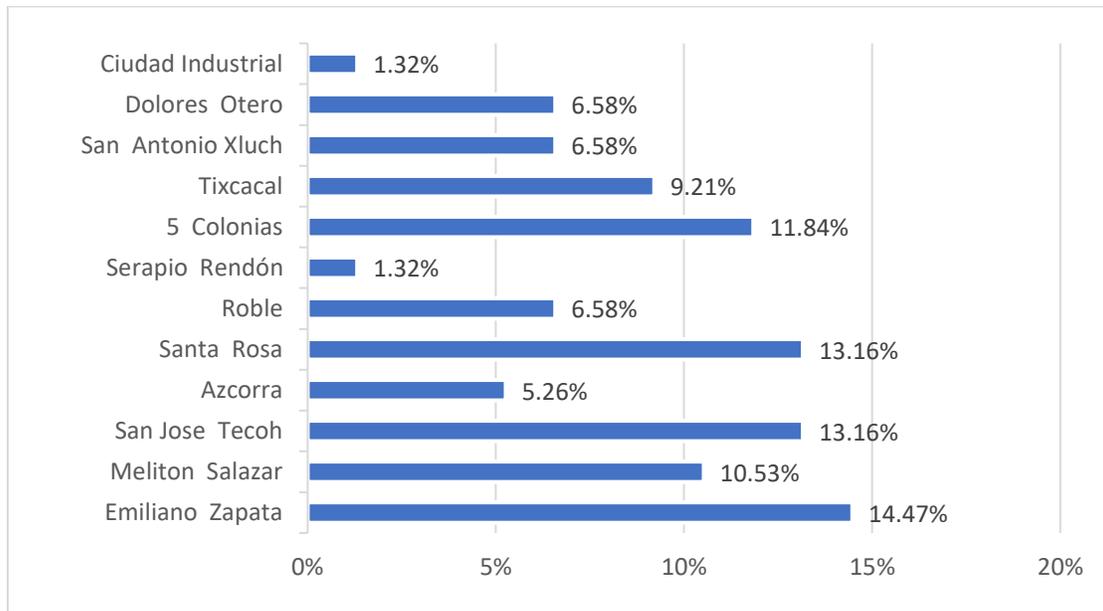
En este capítulo se presentan los resultados de la implementación del instrumento de investigación de acuerdo con el objetivo general y los objetivos específicos formulados durante el inicio de la investigación.

Como primer punto se presentan las características de los negocios que se encuentran operando en la zona sur de la ciudad de Mérida, donde se identificaron sus datos generales, así como las perspectivas que tienen sobre la sustentabilidad y si realizan acciones o actividades relacionadas al mismo ámbito.

Posteriormente se muestran los resultados de como ellos aplican la responsabilidad social a través de 4 grandes ámbitos (empleados, clientes, entorno y jurídico), para seguir con las perspectivas y principales acciones con las que cuentan los negocios con base en el emprendimiento y la afinidad que tienen con sus modelos.

Figura 5.1

Distribución porcentual de las empresas participantes del estudio por colonia



Fuente: Elaboración propia (2022).

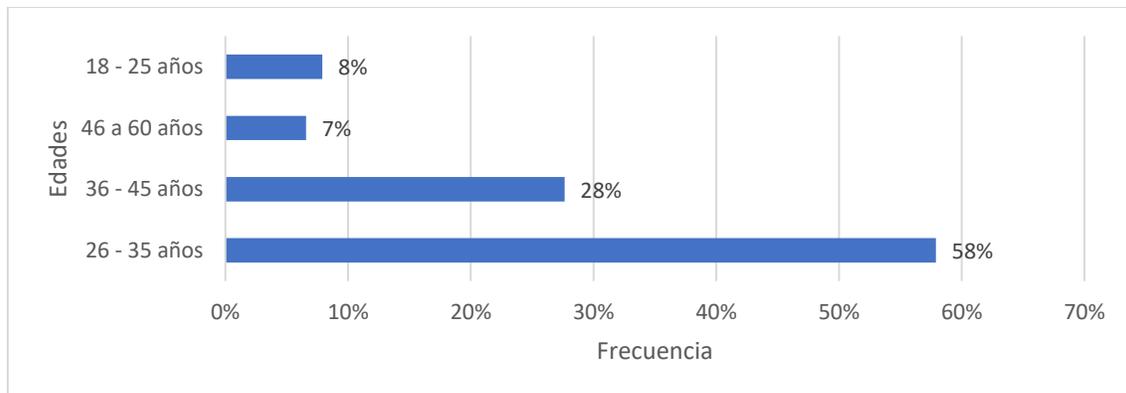
Por otro lado, en los micronegocios de la zona sur de la ciudad de Mérida los negocios que fueron participes del presente estudio, se conformaron por 12 colonias diferentes, que el promedio de participación fue de 6 negocios por colonia.

En la figura 5.1 se puede apreciar los porcentajes de participación de los 76 emprendimientos, donde se puede apreciar que hubo mayor número de participantes de la colonia Emiliano Zapata y menos localizados en la Ciudad Industrial y Serapio Rendón.

De igual manera los participantes del estudio en su mayoría fueron del género femenino con 41 participantes de 76, es decir que 35 fueron de género masculino. Por lo tanto, se puede mencionar que en su mayoría las Mipyme del giro restauranero en la zona sur de la ciudad de Mérida tienen representantes del género femenino.

Figura 5.2

Edad de los representantes de las empresas que participaron en el estudio



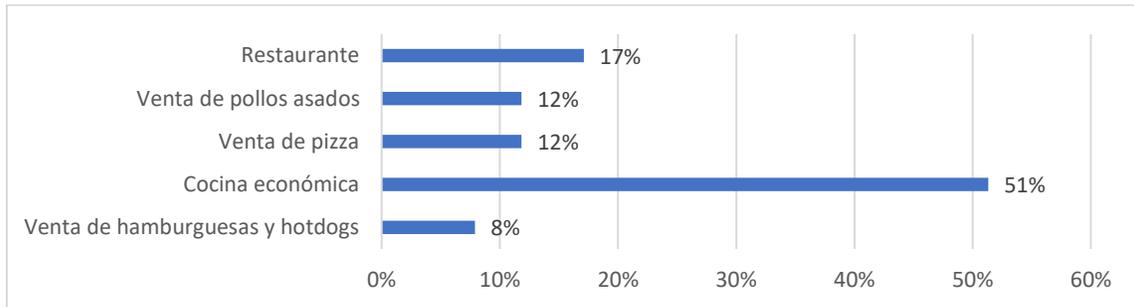
Fuente: Elaboración propia (2022).

Por otro lado, es importante mencionar que el 58% de los representantes que participaron en el estudio tienen una edad entre 26 a 35 años, y en contra parte tan solo un 7% son personas con una edad aproximada entre 46-60 años, estos resultados indican que hay poca participación de adultos mayores a nivel empresarial en el giro restauranero en la zona estudiada (Ver figura 5.2).

Con respecto a la actividad específica a la que se dedican los negocios que participaron en el estudio, predominan las cocinas económicas con un 51 %, mientras que aquellos que tienen una menor participación son las Mipyme que venden hamburguesas y hotdogs, puesto que representan un 8 % (Ver figura 5.3).

Figura 5.3

Distribución de la actividad principal a la que se dedican los negocios participantes

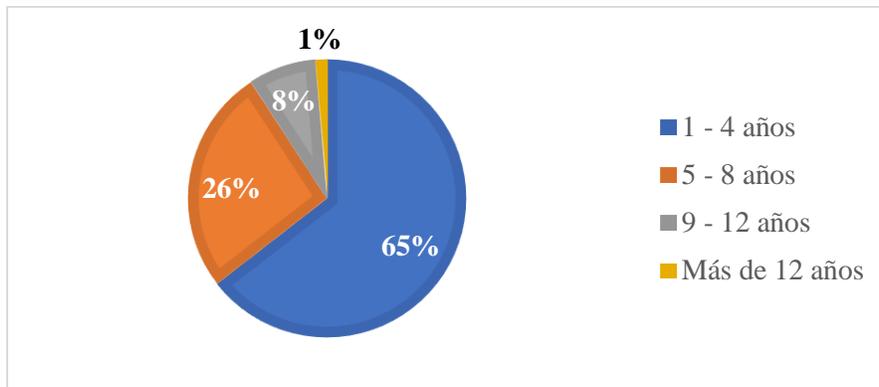


Fuente: Elaboración propia (2022).

También dentro de las generalidades de los participantes del estudio se puede incluir que predominan los negocios con un número de colaboradores menor o igual a 5, debido a que del total de las Mipyme 66 (87%) de ellas tienen esa cantidad de personal laborando para ellas.

Figura 5.4

Distribución porcentual de la antigüedad de los negocios que participaron en el estudio



Fuente: Elaboración propia (2022).

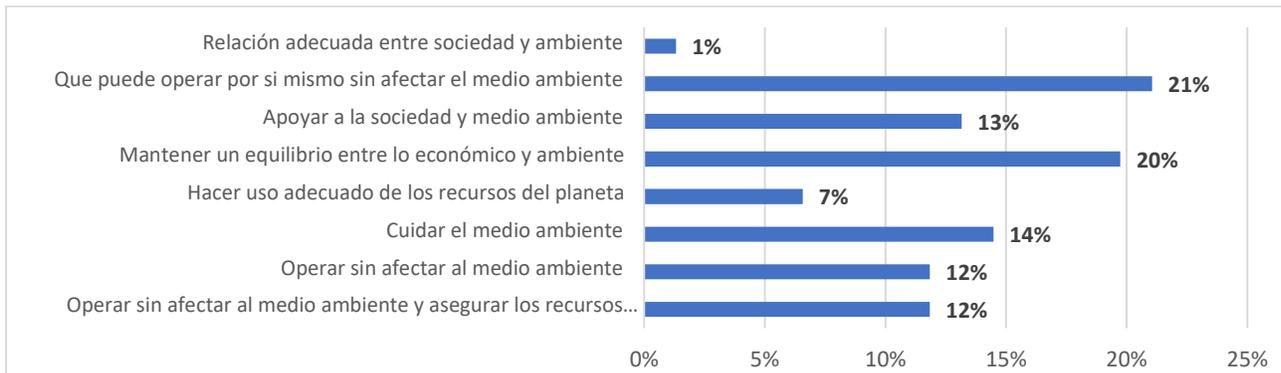
Con respecto al ciclo de vida en años que han tenido las Mipyme que participaron; en su mayoría con 49 (65%) emprendimientos tienen entre 1 a 4 años ya operando, esto es un dato muy importante ya que tan sólo 1 (1%) de los 76 que fueron objeto de estudio tiene más de 12 años (Ver figura 5.4).

5.1. Acciones y perspectivas relacionadas a la sustentabilidad por parte de las empresas del sector.

Continuando con la presentación de los resultados, la segunda sección es la relacionada a la sustentabilidad, dicho concepto es muy amplio, tanto que no es posible englobarlo como tal en una sola definición. Sin embargo, a pesar de que el presente estudio es de carácter cuantitativo, es importante conocer la perspectiva que tienen los representantes de los negocios que participaron en el estudio.

Figura 5.5

Frecuencia porcentual de las perspectivas sobre la sustentabilidad



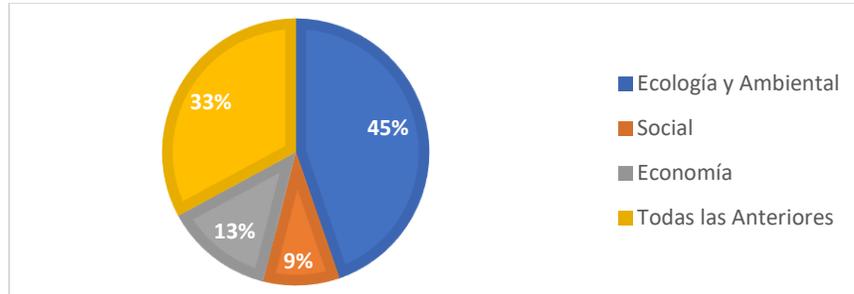
Fuente: Elaboración propia (2022).

Justamente partiendo de la idea planteada en el párrafo previo, se les hizo una pregunta a estas personas para saber desde su punto de vista que es la sustentabilidad, es decir desde su propia realidad, a ello hubieron diferentes apreciaciones mismas que fueron englobadas y el 21% considera que la sustentabilidad se relaciona con “que una empresa pueda operar gestionando sus

recursos propios sin afectar el medio ambiente” y el 20% afirma que es “mantener un equilibrio entre lo económico y el ambiente”, tanto a nivel empresarial como en la vida cotidiana (Ver figura 5.5).

Figura 5.6

Distribución porcentual de las áreas relacionadas a la sustentabilidad

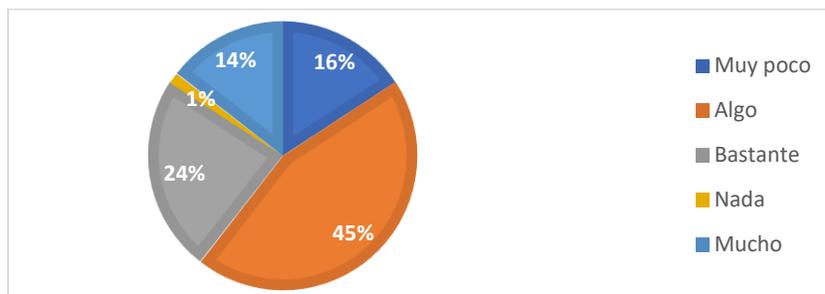


Fuente: Elaboración propia (2022).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, igual se les preguntó qué áreas considerar o relacionan con la sustentabilidad dentro del conocimiento que tienen, a lo que mencionaron en su mayoría la ecología y el medio ambiente (45%) y 25 personas (33%) si relacionan el ámbito social, económico, ecológico y medio ambiental con el desarrollo sustentable y/o sustentabilidad (Ver figura 5.6).

Figura 5.7

Distribución porcentual de la presencia de la sustentabilidad en las organizaciones

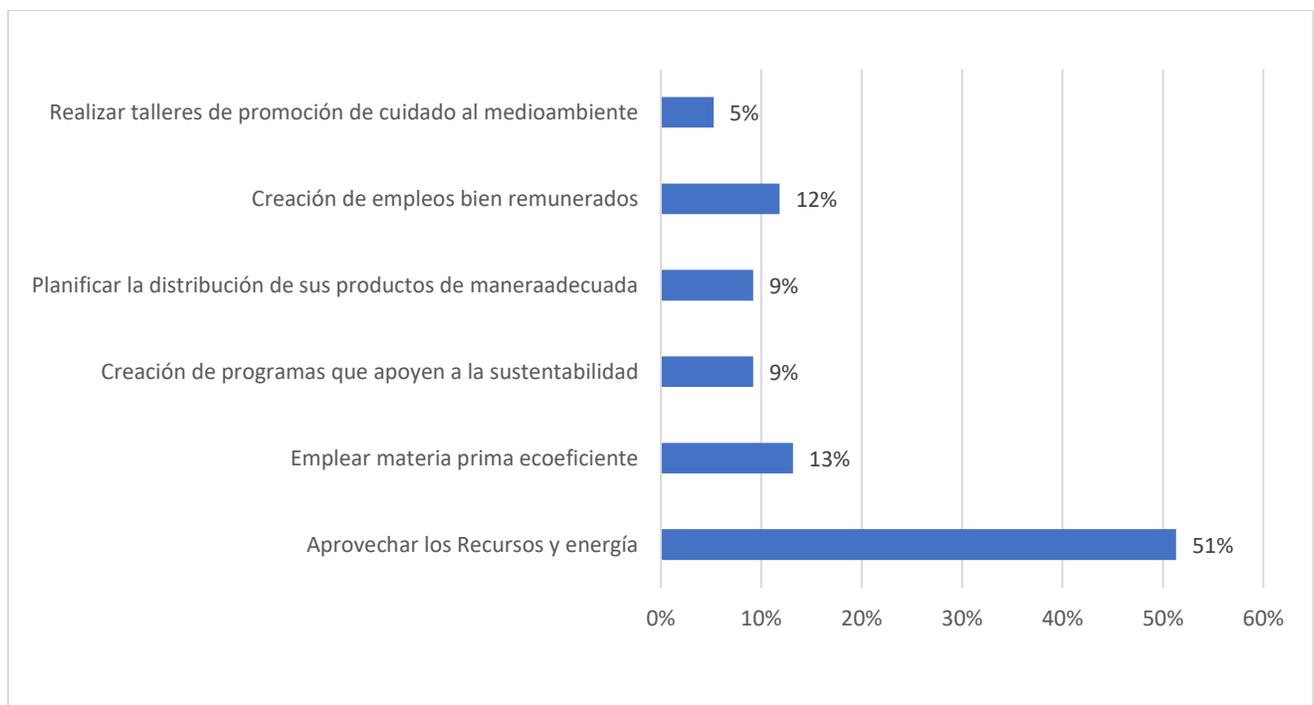


Fuente: Elaboración propia (2022).

Una vez indagado en lo que para ellos es sustentabilidad, es importante saber si ellos consideran que sus organizaciones son sustentables o tienen una operación sustentable. Con respecto a ello, 34 de los 76 participantes (45%) mencionan que son algo sustentables, mientras que 18 (24%) se ven como una Mipyme con un alto grado de sustentabilidad (Bastante) (Ver figura 5.7).

Figura 5.8

Frecuencia porcentual de las actividades y/o estrategias empleadas

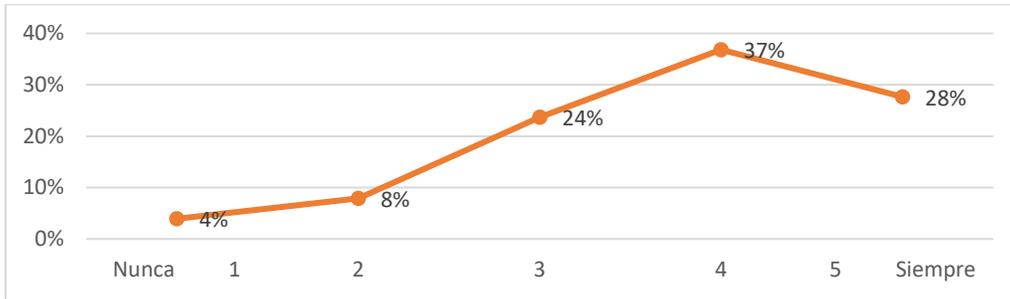


Fuente: Elaboración propia (2022).

Siguiendo con la sección de sustentabilidad, se indagó en conocer aquellas actividades o estrategias que las Mypime del estudio emplean y que estén relacionadas a la sustentabilidad. 51% de los participantes mencionaron que Aprovechan los recursos naturales y la energía, es decir hacen un uso adecuado de esos recursos, mientras que tan solo 5 % realizan talleres de promoción de cuidado de medioambiente (Ver figura 5.8).

Figura 5.9

Escala diferencial de acciones para el control de uso de combustible

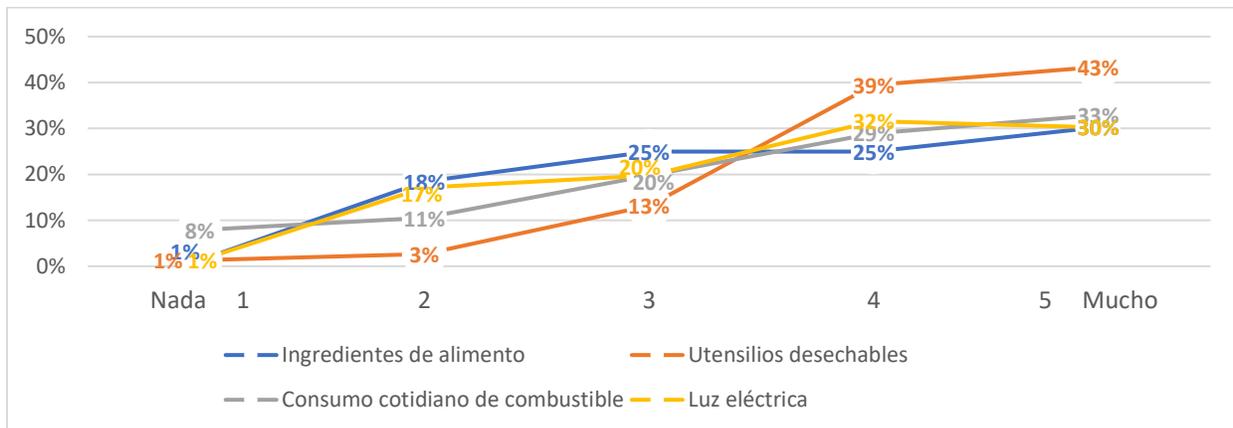


Fuente: Elaboración propia (2022).

En la figura 5.9, se puede apreciar que 37% de los participantes seleccionaron la opción cuatro de una escala de uno (Nunca) al cinco (Siempre) con respecto a emplear estrategias para gestionar el uso del combustible en las organizaciones a las que pertenecen, y 28% afirman que siempre emplean estrategias con la opción cinco, mientras que 4% con 3 participantes comentan que nunca han empleado estrategias.

Figura 5.10

Escala diferencial del impacto al medio ambiente por consumo en las empresas

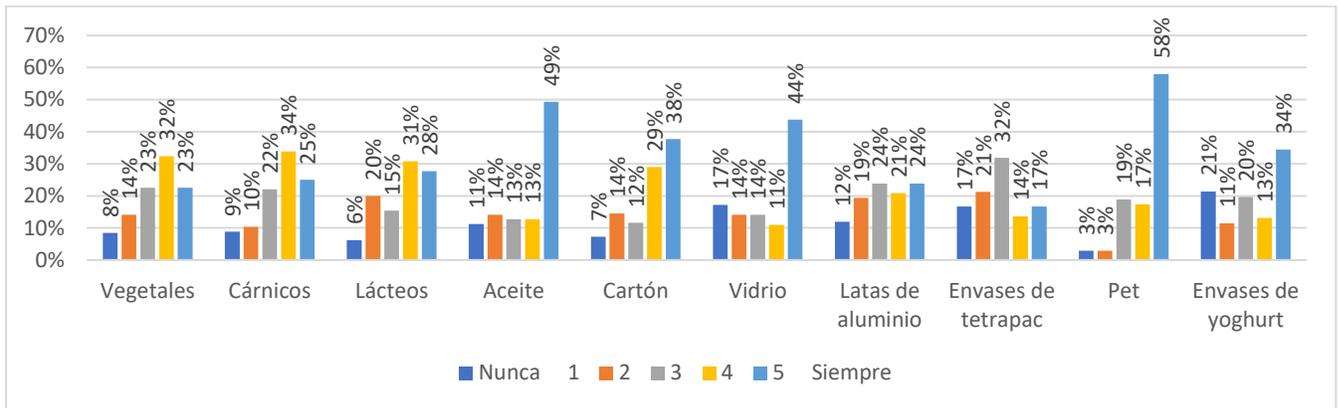


Fuente: Elaboración propia (2022).

A pesar de que un gran número de los participantes del estudio se consideran algo y/o bastantes sustentables, 30% considera que los ingredientes que emplean en los alimentos si impactan mucho al medio ambiente, 43% igual consideran que usan utensilios de desechables que impactan mucho, 33% consideran que el consumo cotidiano de combustible en las Mypime a su cargo impacta demasiado al medioambiente y 30% piensan que a pesar de que aprovechen la energía eléctrica, su consumo sigue dañando mucho al ambiente (Ver figura 5.10).

Figura 5.11

Escala porcentual del manejo de residuos por parte de las empresas del sector



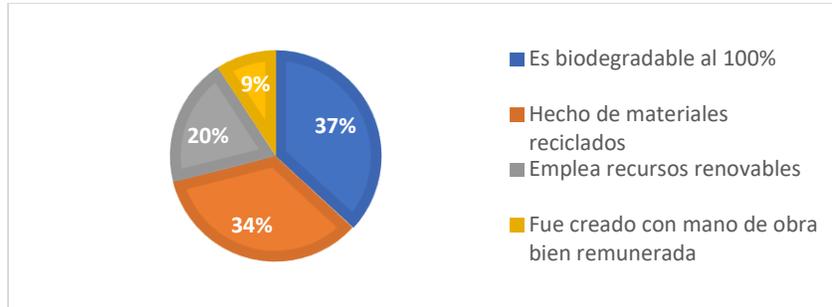
Fuente: Elaboración propia (2022).

Con respecto a las periodicidad en que emplean acciones para el manejo adecuado de los residuos, en una escala donde 1 es nunca y 5 es siempre, el 32% de los representantes de las organizaciones mencionan que siempre emplean estrategias para el manejo adecuado de los residuos vegetales, 34% siempre emplean acciones para manejar los residuos cárnicos, 31% siempre manejan bien los lácteos, 49% siempre hacen un correcto manejo de los residuos del aceite, 38% siempre el cartón, 44% siempre el vidrio, 24% constantemente las latas de aluminio, 32% diariamente los envases de tetrapac, 58% siempre los envases de pet y un 34% siempre los envases de yogurt, sin embargo en promedio un 11.1% de los participantes del estudio no han

realizado algún manejo de los diferentes residuos mencionados lo cual representa 8 participantes en promedio por cada tipo de residuo (Ver figura 5.11).

Figura 5.12

Distribución porcentual de las características de un producto sustentable con base en el sector restaurantero

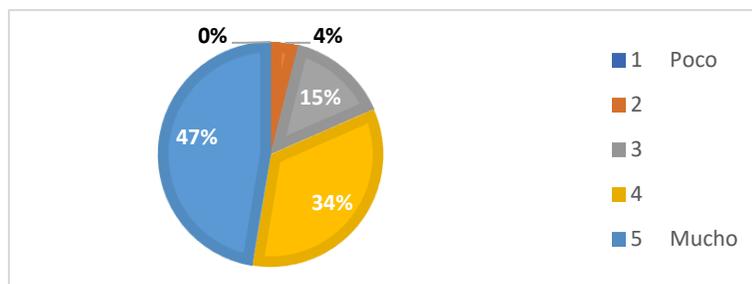


Fuente: Elaboración propia (2022).

De igual manera era importante conocer con base en el punto de vista de los participantes qué características debe tener un producto para ser considerado sustentable, a lo que 28 de los representantes (37%) comentaron que debe ser biodegradable al 100 % y más dentro del sector que se está estudiando. También 26 representantes (34%) afirman que deben ser hechos con materiales reciclados, y mencionan que en este caso los utensilios desechables que se emplean (Ver figura 5.12).

Figura 5.13

Distribución porcentual de la promoción del ahorro del agua

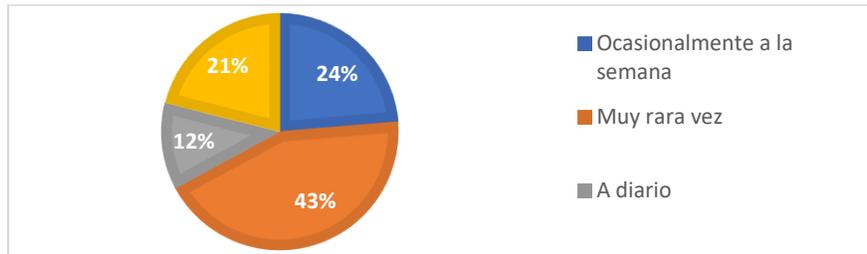


Fuente: Elaboración propia (2022).

Con respecto a emplear estrategias para la promoción del ahorro del agua, en una escala donde 1 es poco y 5 es mucho, los participantes en su mayoría seleccionaron la opción 5, con un total de 36 (47%) y otros 26 (34%) seleccionaron la opción 4, mientras que ninguno optó por el inciso 1 (Ver figura 5.13).

Figura 5.14

Frecuencia porcentual del uso del papel por parte de las empresas del estudio

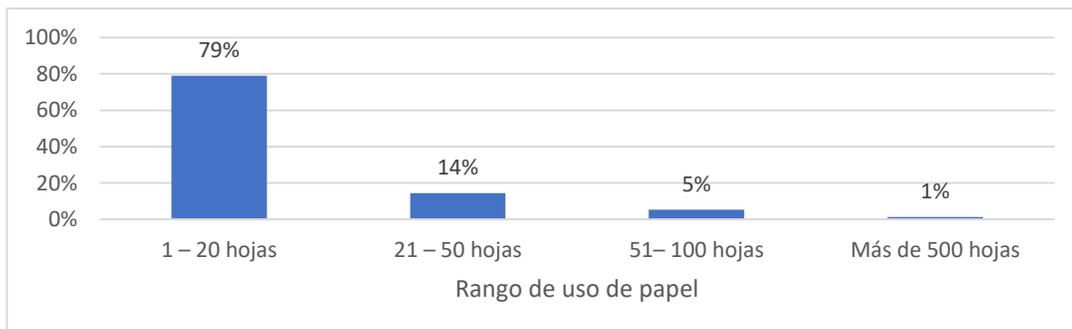


Fuente: Elaboración propia (2022).

Por otro lado, la frecuencia del uso de papel es importante para saber si los participantes están teniendo resultados en sus estrategias del manejo de este insumo. Teniendo en cuenta ello, en la figura 6.5 se puede apreciar que 33 de los 76 participantes (43%) afirmaron que muy rara vez hacen uso de este residuo, es decir que no es algo constante, mientras que 9 de los participantes (12%) hacen uso diario del papel (Ver figura 5.14).

Figura 5.15

Escala porcentual de la cantidad de demanda de papel



Fuente: Elaboración propia (2022).

A pesar de que en su mayoría los negocio mencionan que muy rara la vez hacen uso del papel, se decidió preguntarles un promedio aproximado de papel que pudiesen usar a la semana, y 79% mencionaron que si tuvieran un promedio de uso sería aproximadamente de 1 a 20 hojas por semana, mientras que el 1% localizó su promedio por encima de las 500 unidades (Ver figura 5.15).

Como se pudo ver en la primera sección los resultados relacionados a la sustentabilidad, las empresas que participaron en el estudio con sus representantes tienen algo de conocimiento del concepto de sustentabilidad y las esferas de ésta. Sin embargo, aún falta realizar campañas de promoción para que estos puedan mejorar el conocimiento que tienen actualmente. Puesto que se debe a que a pesar de que en la comunidad empresarial de las Mipyme en la ciudad por lo regular no se cuenta con nociones de la sustentabilidad, el sector en la zona estudiada tiene pocos conocimientos sobre la temática e incluso realizan acciones para promocionarla desde su posición, lo cual habla muy bien sobre las empresas que participaron, pero lo idóneo como se mencionó sería considerar acciones que permitan que éstas empresas puedan conocer mejor sobre el tema y puedan aplicar adecuadamente prácticas sustentables.

De igual manera tienen algunas ideas de como pueden participar en la sustentabilidad no solo desde su operación como tal, sino que también sobre que como debe ser un producto sustentable o sobre cómo debería ser un servicio sustentable. Pero a pesar de ello no tienen los conocimientos adecuados para poder implementar esas ideas como tal en sus negocios,

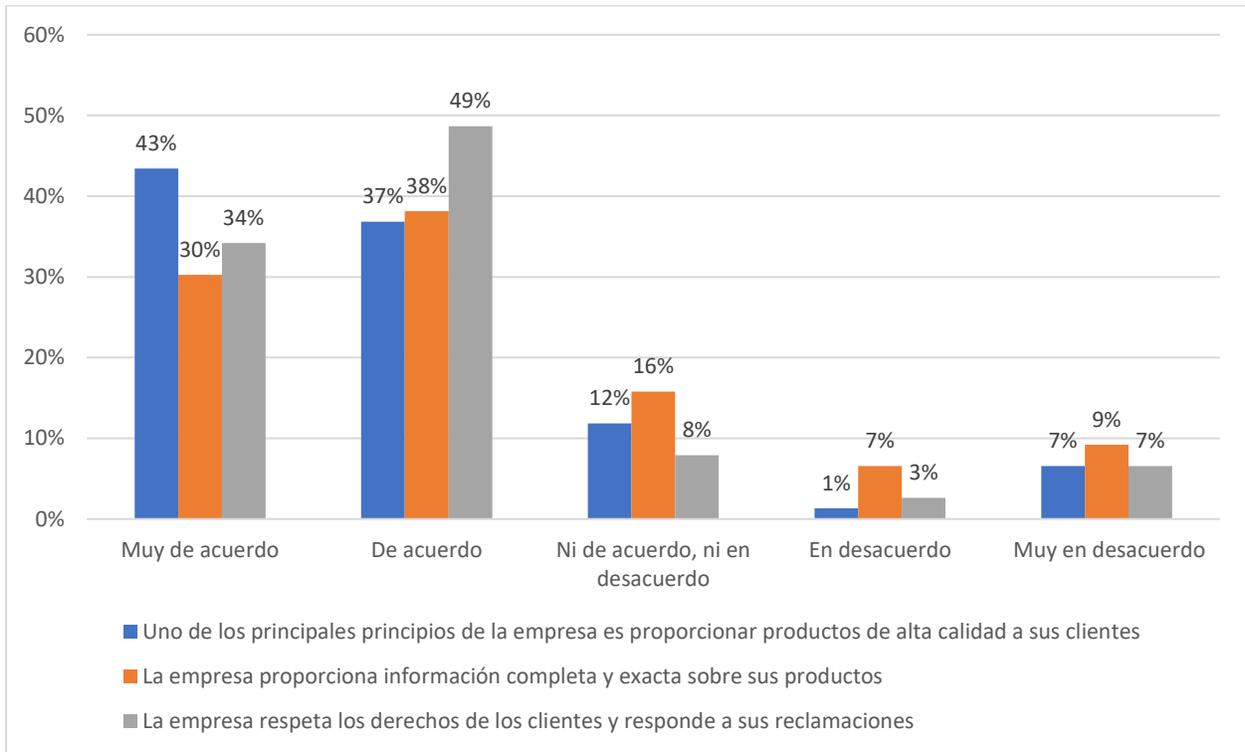
5.2. Ámbitos de responsabilidad social de las empresas dentro del sector

La segunda sección de los resultados es la relacionada con el nivel de responsabilidad social de las organizaciones, para ello se procedió a preguntarles que tan de acuerdo o en

desacuerdo están con que se presente en su organización una serie de enunciados, iniciando con la Responsabilidad Social que tienen con sus clientes.

Figura 5.16

Escala porcentual de responsabilidad social con clientes

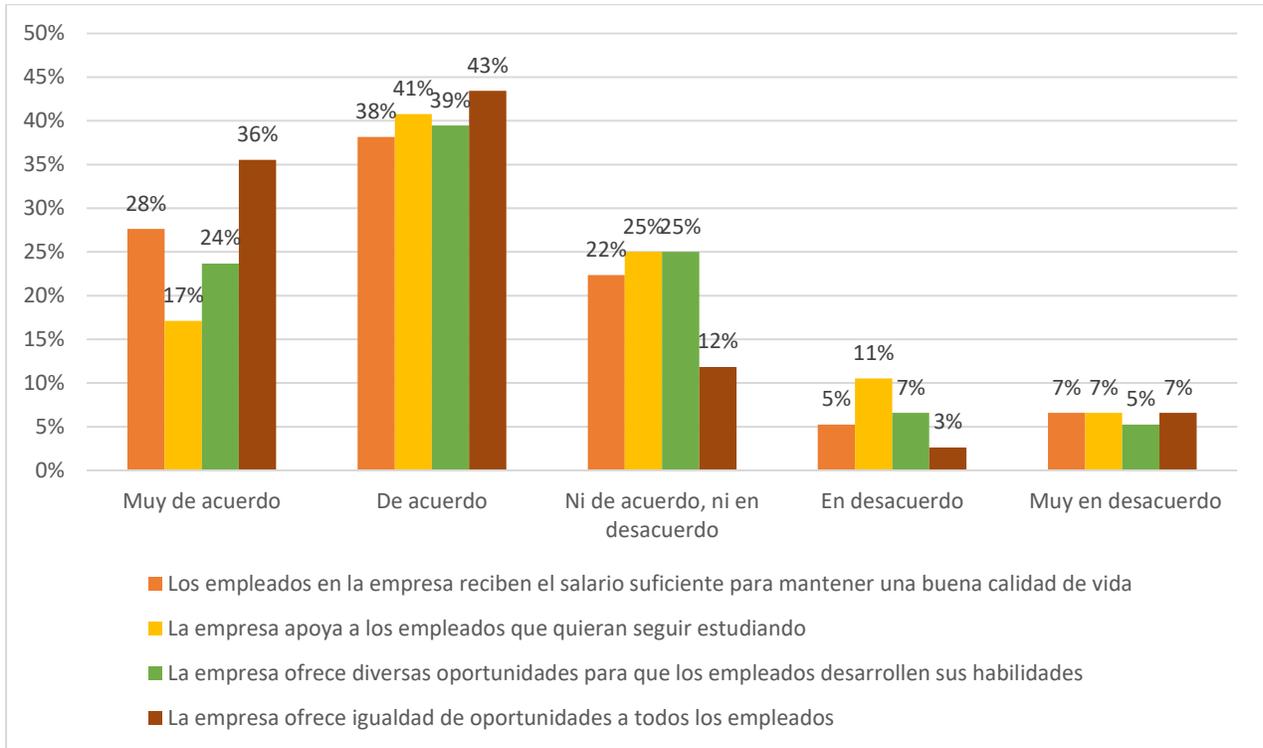


Fuente: Elaboración propia (2022).

En la figura 5.16, se puede apreciar el primer enunciado “Uno de los principales principios de la empresa es proporcionar productos de alta calidad a sus clientes” del cual el 43% está muy de acuerdo con que su organización fomenta ese enunciado, mientras que el 7% no considera que se presente en su organización. El siguiente enunciado es “La empresa proporciona información completa y exacta sobre sus productos” del que el 38% está de acuerdo y un 9% considera que no se presenta en su empresa (muy en desacuerdo). Por último, se encuentra “La empresa respeta los derechos de los clientes y responde a sus reclamaciones” y un 49% está de acuerdo, pero un 7% está muy en desacuerdo.

Figura 5.17

Escala porcentual de Responsabilidad social con colaboradores



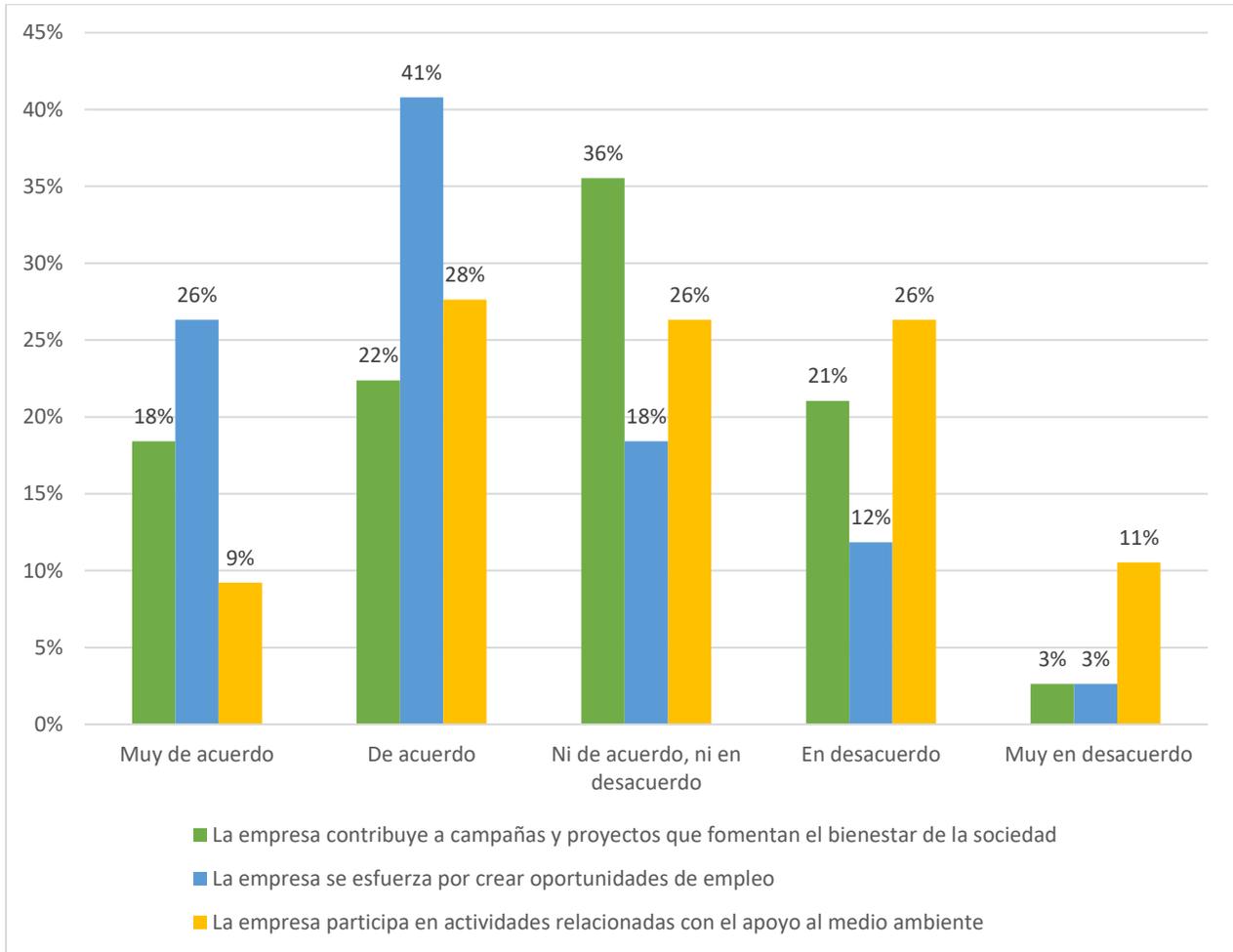
Fuente: Elaboración propia (2022).

El segundo ámbito es la Responsabilidad Social con los colaboradores. Siendo el primer enunciado “Los empleados en la empresa reciben el salario suficiente para mantener una buena calidad de vida” del cual el 38% está de acuerdo, mientras que el 7% no considera que lo promueva la empresa. El siguiente enunciado es “La empresa apoya a los empleados que quieran seguir estudiando” del que el 41% está de acuerdo y un 7% muy en desacuerdo.

El tercero fue “La empresa ofrece diversas oportunidades para que los empleados desarrollen sus habilidades”, del que el 39% se encuentra de acuerdo y un 5% muy en desacuerdo. Por último, se les preguntó sobre la siguiente oración “La empresa ofrece igualdad de oportunidades a todos los empleados” y un 43% afirma estar de acuerdo. Sin embargo, un 7% se haya muy en desacuerdo (Ver figura 5.17).

Figura 5.18

Escala porcentual de responsabilidad social con el entorno

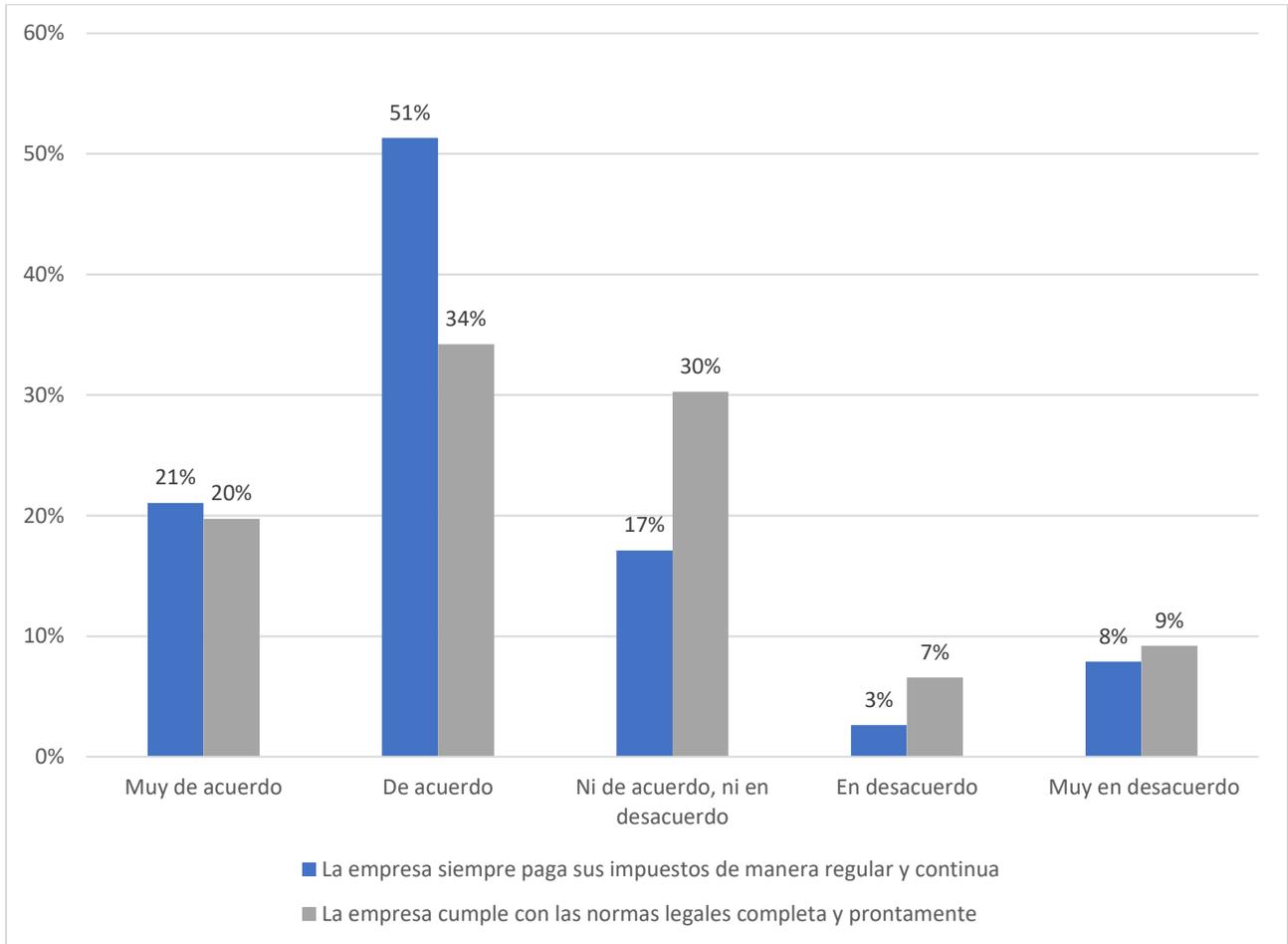


Fuente: Elaboración propia (2022).

El tercer aspecto es la Responsabilidad Social con el entorno, donde el primer enunciado fue “La empresa contribuye a campañas y proyectos que fomentan el bienestar de la sociedad” del cual el 18% está muy de acuerdo, mientras que el 3% muy en desacuerdo. La siguiente afirmación es “La empresa se esfuerza por crear oportunidades de empleo” y 41% está de acuerdo, en contra parte un 3% se ubica en muy en desacuerdo. Finalmente, la tercera afirmación es “La empresa participa en actividades relacionadas con el apoyo al medio ambiente”, del cual un 28% se encuentra de acuerdo y un 11% muy en desacuerdo (Ver figura 5.18).

Figura 5.19

Escala porcentual de responsabilidad social con la normativa legal



Fuente: Elaboración propia (2022).

En la figura 5.19 se puede observar el cuarto ámbito denominado Responsabilidad Social con la normativa legal, siendo el primer enunciado “La empresa siempre paga sus impuestos de manera regular y continua” del cual el 51% está de acuerdo, mientras que el 8% muy en desacuerdo. La siguiente y última afirmación es “La empresa cumple con las normas legales completa y prontamente” y 34% está de acuerdo, pero un 9% considera está muy en desacuerdo.

Como se pudo ver en la segunda sección de los resultados, las empresas dentro del sector tienen una responsabilidad social en promedio buena. Sin embargo, cuando se trata de la RS con

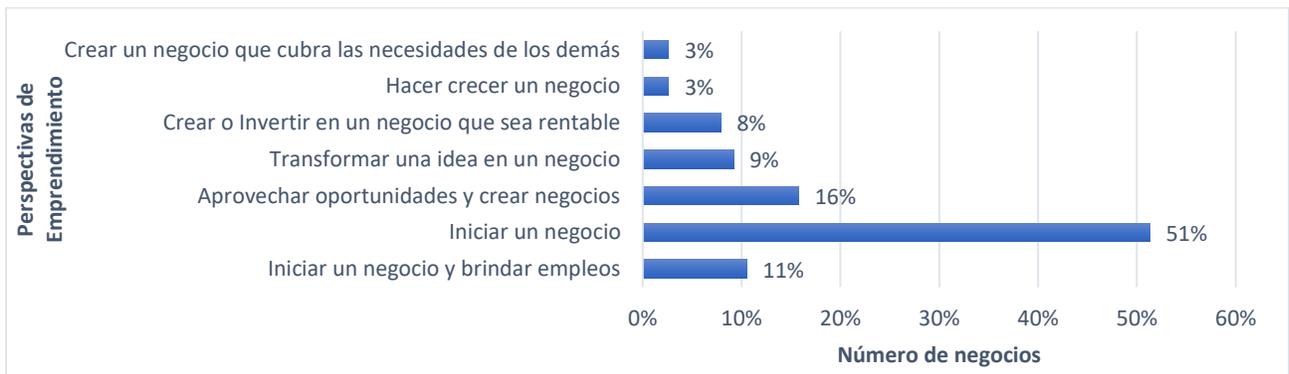
sus clientes se puede mencionar que de acuerdo con lo recabado en el estudio de campo es que las empresas participantes no tienen mejor RS porque de serlo tendrían alguno de los distintivos relacionada a la misma. Pero están poniendo de su parte para ir mejorando, esto quiere decir que la disposición que se tiene debe ser aprovechada por las diferentes instituciones para que cada una de ellas pueda ir incrementando e implementando mejor sus estrategias o acciones en relación a la RS y con ello en un futuro puedan tener un mayor impacto y alcance, así como lograr tener algún distintivo. Cabe mencionar que donde más les haría falta mejorar es en la cuestión de la RS con la normativa legal y también con el entorno, ya que fueron donde menos respuestas favorables tuvieron y sobre todo donde se vieron muchos comentarios indecisión, es decir no estuvieron ni de acuerdo pero tampoco en desacuerdo.

5.3. Perspectivas de emprendimiento de las empresas del sector

La tercera sección es la relacionada con el emprendimiento y las acciones que las empresas han emprendido entorno a este concepto. Inicialmente es sustancial conocer qué es emprendimiento para los participantes.

Figura 5.20

Escala porcentual de la perspectiva de emprendimiento de los negocios participantes



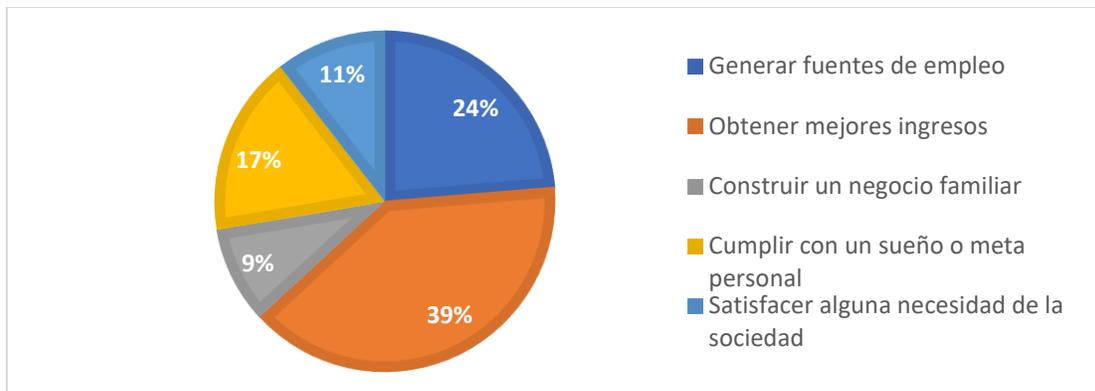
Fuente: Elaboración propia (2022).

Entorno a ello un 51% menciona que emprendimiento básicamente se trata de iniciar un negocio, un 16% que es aprovechar las oportunidades e iniciar un negocio adecuadamente, mientras que tan solo un 3% considera que es crear un negocio que cubra las necesidades de los demás (Ver figura 5.20).

Otro aspecto importante es conocer cuál fue el factor motivacional que les impulso a emprender o que les motivaría a emprender (aquellos que no fueron los dueños de las empresas). Este rubro se puede apreciar en la figura 5.21 en la que se logró identificar que 30 de los representantes (39%) de las empresas su motivo es el de obtener mejores ingresos, mientras otros consideraron la motivación con base en la construcción de un negocio familiar y satisfacer alguna necesidad de la sociedad con 7 (9%) y 8 (11%) representantes respectivamente.

Figura 5.21

Distribución porcentual del factor principal de motivación para emprender

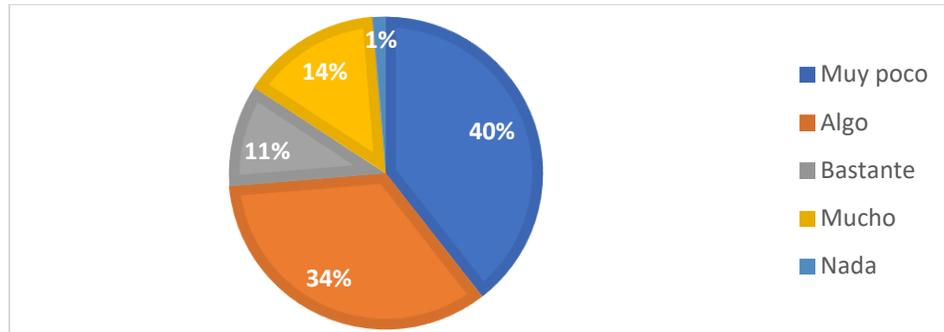


Fuente: Elaboración propia (2022).

De igual manera es sustancial conocer si los participantes consideraban que se implementaban acciones o estrategias para la promoción de la innovación en la empresa, con respecto a ello 40% de los representantes de las organizaciones (30 participantes) considera que muy poco se hace para la promoción de la innovación y solo 8 de los 76 (11%) considera que se implementa bastante (Ver figura 5.22).

Figura 5.22

Frecuencia porcentual de la promoción de Innovación en la empresa

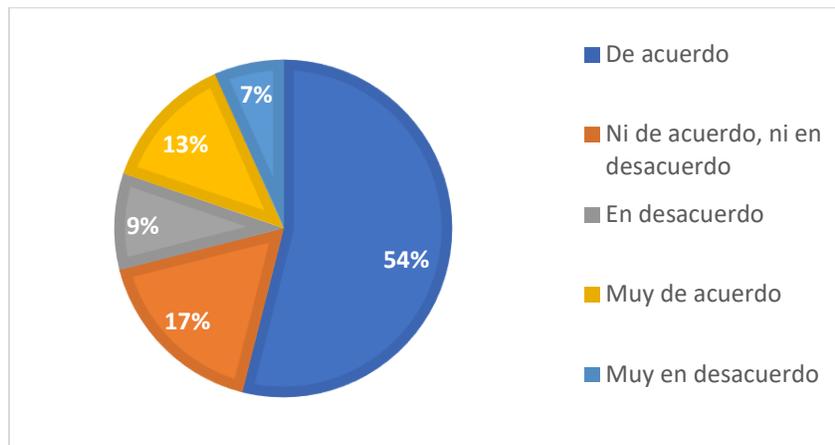


Fuente: Elaboración propia (2022).

Otro elemento importante es saber si la empresa cuenta con distintivos o elementos competitivos que le permitan distinguirse con respecto a su competencia, pudiendo ser una estrategia muy imperante. relacionado a lo mencionado, en la figura 5.23 se puede apreciar que 54% de los participantes (41 personas) afirman que las empresas si cuentan con estos distintivos que fueron fruto de estrategias. Sin embargo, 7% (5 participantes) consideran que están muy en desacuerdo con tener alguno.

Figura 5.23

Distribución porcentual de los distintivos o elementos competitivos empresariales

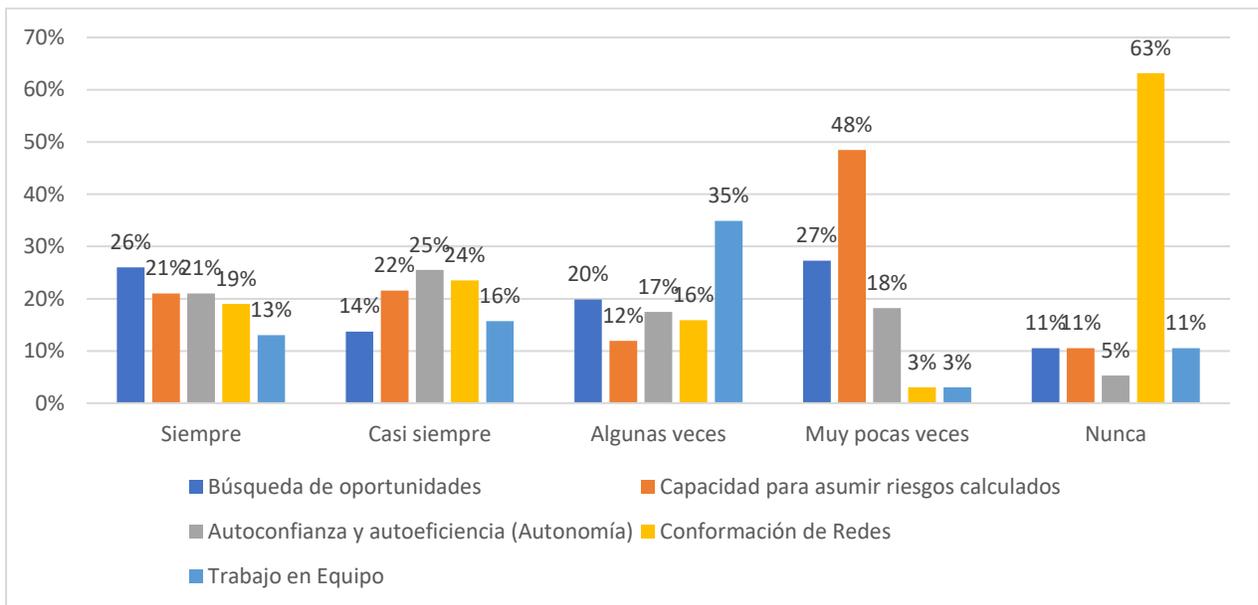


Fuente: Elaboración propia (2022).

En la figura 5.24 se puede observar el uso de estrategias relacionadas a las competencias de emprendimiento. las empresas del sector han empleado más estrategias relacionadas a la búsqueda de oportunidades con un 26% (26 participantes), Capacidad de asumir riesgos y la autonomía ambas con 21% (21 empresas). Mientras que tan solo un 13% ha apostado por emplear estrategias de emprendimiento relacionadas con el trabajo colaborativo o en equipo.

Figura 5.24

Frecuencia porcentual de las estrategias empleadas relacionadas a las competencias emprendedoras

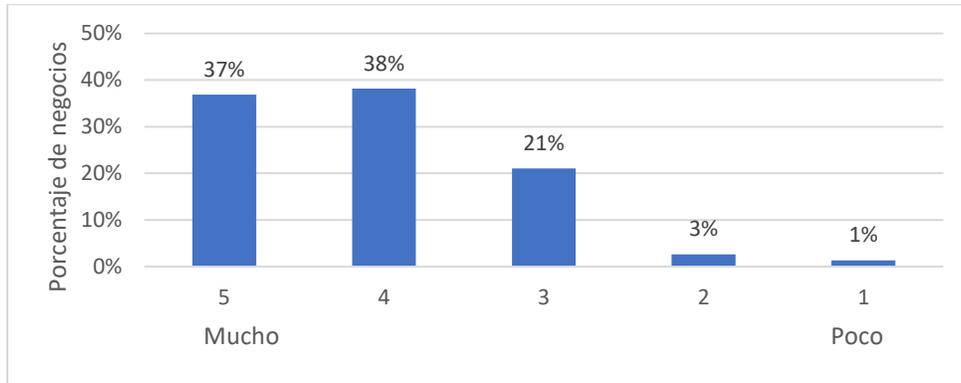


Fuente: Elaboración propia (2022).

Dentro del giro de negocios del sector restauranero ha habido cambios drásticos por la pandemia, por ello saber cómo se encuentra el mercado o fue cambiando es importante para saber si las acciones o promoción del emprendimiento en el sector es idóneo, específicamente en las empresas estudiadas, por ello se averiguó como han crecido los negocios, un 38% seleccionó el número 4 en una escala del 1 al 5 donde uno es poco y 5 mucho, mientras que el 1% considera que ha crecido poco (Ver figura 5.25).

Figura 5.25

Crecimiento porcentual del número de negocios en el sector

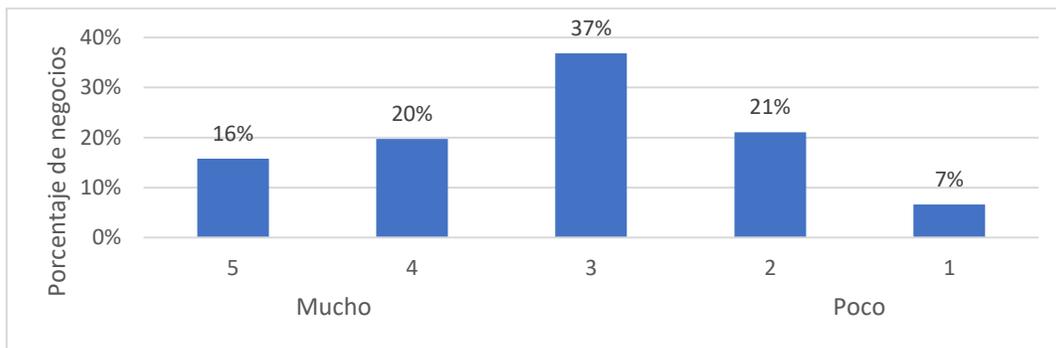


Fuente: Elaboración propia (2022).

Por la dinámica cambiante en el sector, se consideró relevante conocer que sucede específicamente con los negocios con más de 6 años de vida, teniendo en cuenta ello, en la figura 5.26 se puede apreciar las respuestas entorno a ello mediante una escala de 1 al 5 donde 5 es mucho y 1 es poco, el 37% de los participantes considera que los negocios no han disminuido poco pero tampoco mucho, es decir lo normal, sin embargo, un 16% considera que si han disminuido mucho y un 7% consideran que poco.

Figura 5.26

Disminución porcentual del número de negocios en el sector antiguos (más de 6 años de vida)



Fuente: Elaboración propia (2022).

Los participantes dentro del estudio como se pudo apreciar a lo largo de la tercera sección tienen conocimiento que no pueden ser minimizados sobre el emprendimiento, es importante igual mencionar o anexar que realizar acciones o implementan estrategias relacionadas a las competencias emprendedoras y que en muchas de las ocasiones si están igual relacionadas a la sustentabilidad.

Sin embargo, lo hacen de manera informal, es decir, desde su cotidianeidad, pero no es algo que pueda considerarse malo, porque si están realizando aspectos adecuados en relacionan a constantemente mejorar y ofrecer mejores oportunidades a su entorno y también mejores productos o servicios a sus clientes.

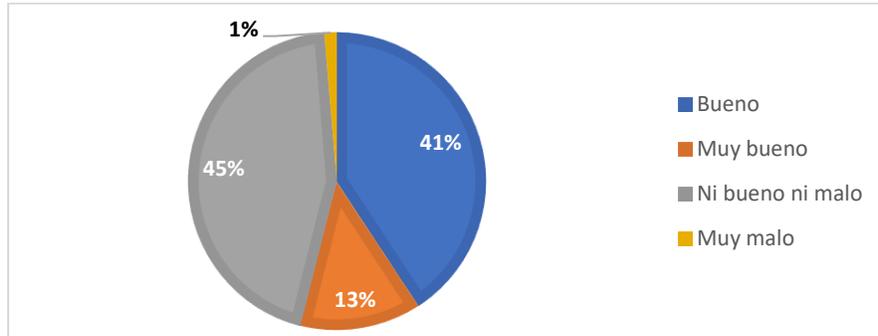
Lo que les faltaría sería que reciban asesoría por parte de las dependencias clave para que puedan complementar los conocimientos que tienen y puedan formalizar todas las estrategias que hacen para que con ello sean más conscientes de las cosas que pueden llegar a hacer, así como los beneficios que pueden obtener, además de operar de una forma adecuada y responsable.

5.4. Afinidad de las empresas a los modelos de emprendimiento institucionales

La cuarta sección permite tener en cuenta que tan afines son las Mipyme del estudio con los elementos que conforman el modelo talento emprendedor del ITMÉrida. Inicialmente se analizó el impacto que tienen los programas de emprendimiento a cargo de las universidades, con base en ello, 31 de los 76 participantes (41%) consideran que son adecuados, es decir buenos, mientras que tan solo 1 (1%) afirma son muy malos, sin embargo, otro un 45% considera que no son malos, pero tampoco buenos con 34 participantes (Ver figura 5.27).

Figura 5.27

Distribución porcentual de la perspectiva del impacto del programa de emprendimiento de las universidades

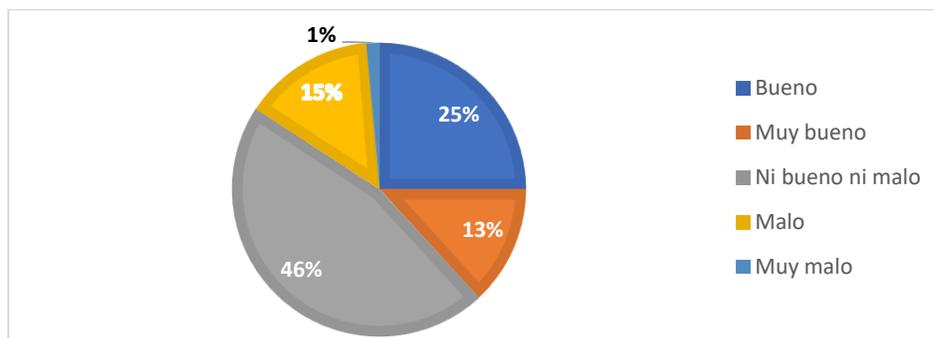


Fuente: Elaboración propia (2022).

En la figura 5.28 se puede apreciar las respuestas del rubro relacionado al impacto que tienen los programas de emprendimiento del gobierno. 25% (19 participantes) consideran que son buenos, nuevamente al igual que en los programas universitarios solo 1% afirma son muy malos y 46% (35 participantes) considera que no son malos.

Figura 5.28

Frecuencia porcentual de la perspectiva del impacto del programa de emprendimiento del gobierno

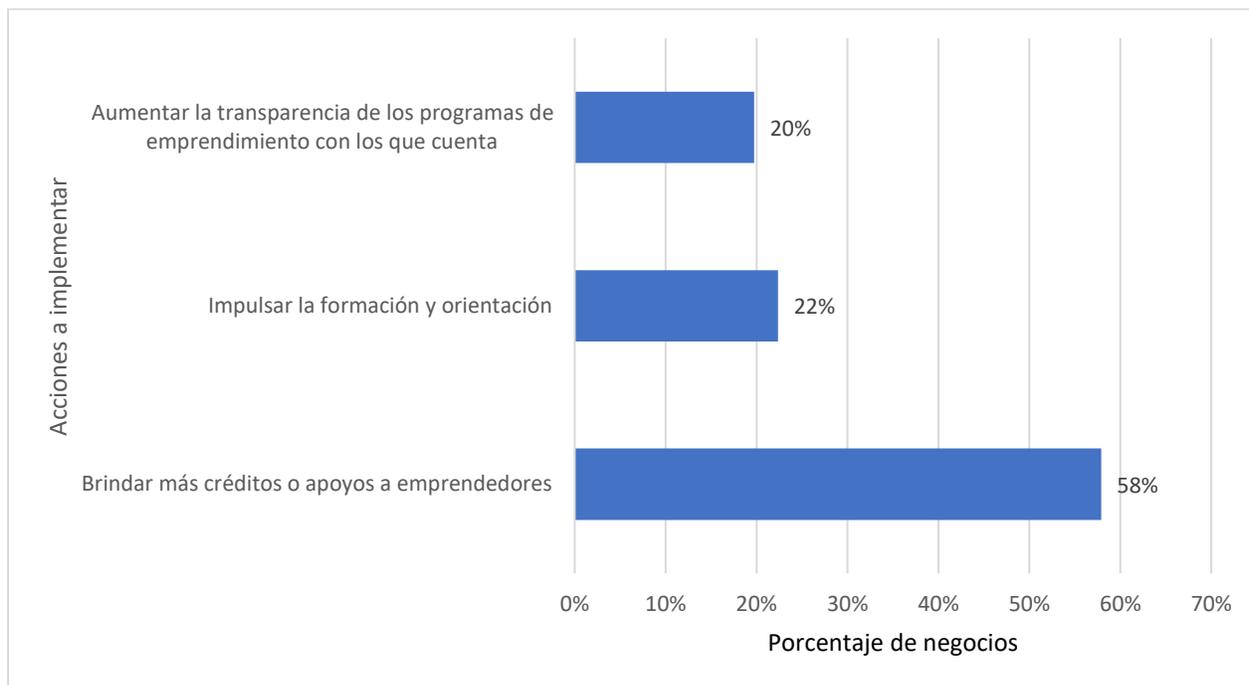


Fuente: Elaboración propia (2022).

Por otra parte 58% de los participantes consideran que el gobierno debe brindar más créditos o apoyos a emprendedores como estrategia de promoción al emprendimiento, mientras que 22% mencionan que deben aumentar la transparencia de los programas de emprendimientos vigentes y un 20% afirman deben impulsar la formación y orientación (Ver figura 5.29).

Figura 5.29

Frecuencia porcentual de las acciones del gobierno para promover el emprendimiento

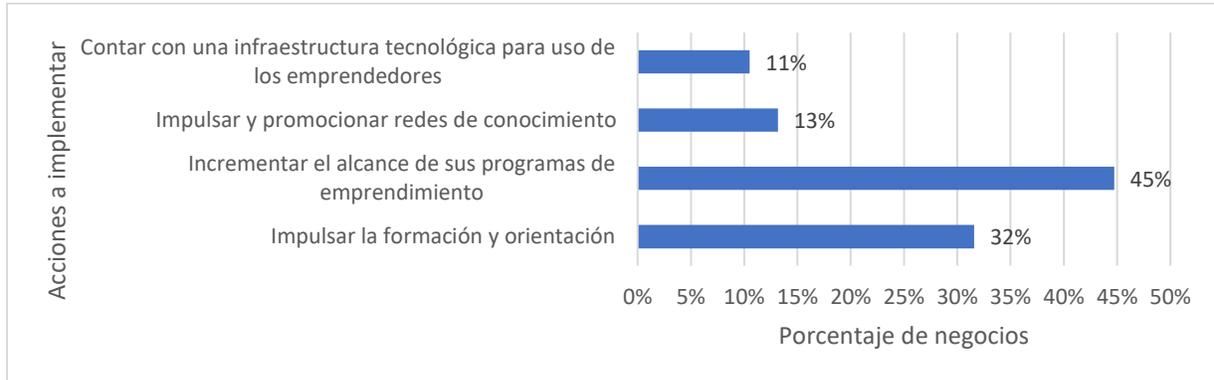


Fuente: Elaboración propia (2022).

De igual manera en la figura 5.30 se puede ver el mismo tipo de reactivo, pero con respecto a lo que las universidades, con base a los participantes con un 32% Impulsar la formación y orientación, 45% incrementar el alcance de sus programas de emprendimiento, 13% comentan que deben impulsar y promocionar redes de conocimiento y un 11% menciona que deben contar con una infraestructura tecnológica para uso de los emprendedores.

Figura 5.30

Frecuencia porcentual de las acciones de las universidades para promover el emprendimiento

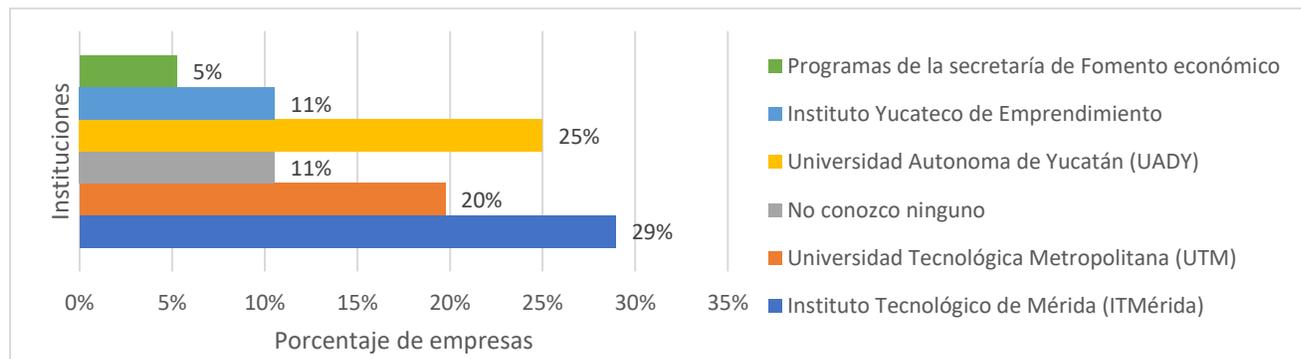


Fuente: Elaboración propia (2022).

Para finalizar con la sección 3, los modelos de emprendimiento más conocidos con un 29% es el Modelo del ITMérida, seguido del de la Universidad Autónoma de Yucatán con un 25% y un 20% el de la Universidad Tecnológica Metropolitana, sin embargo, es importante mencionar que un 11% no conoce ningún modelo de emprendimiento, o de lo contrario al momento de participar no se le venía ninguno a la mente (Ver figura 5.31).

Figura 5.31

Frecuencia porcentual del conocimiento de instituciones con modelos de emprendimiento en la ciudad

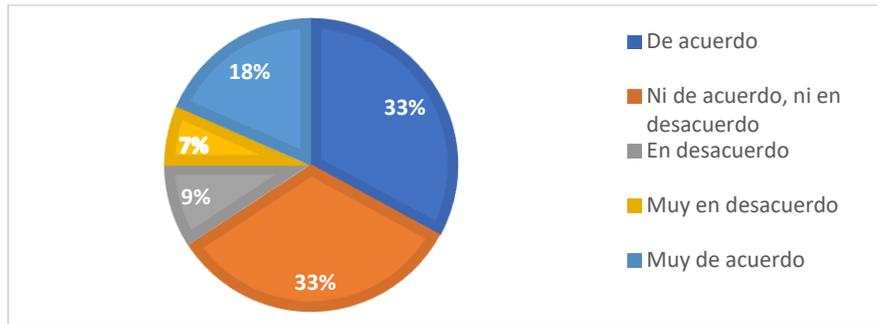


Fuente: Elaboración propia (2022).

De igual manera 25 de los 76 participantes (33%) consideran que los modelos deben formar negocios con visión sustentable y 5 (7%) consideran estar en desacuerdo con esa idea (Ver figura 5.32).

Figura 5.32

Distribución porcentual de la perspectiva de si los modelos de emprendimiento deben formar negocios con visión sustentable

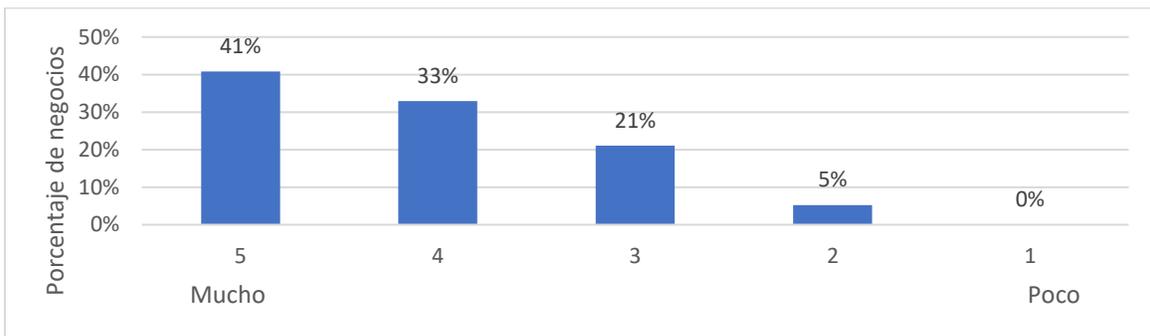


Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se puede observar en la figura 5.33 un 41% de los participantes considera que en efecto las habilidades y capacidades de liderazgo con las que cuentan los emprendedores serán sustanciales a la hora de emprender con visión sustentable, sin embargo, un 5% afirma que no son vitales, sin embargo, no se cierran a aprenderlas o desarrollarlas.

Figura 5.33

Frecuencia porcentual de la utilidad del liderazgo para emprender con visión sustentable

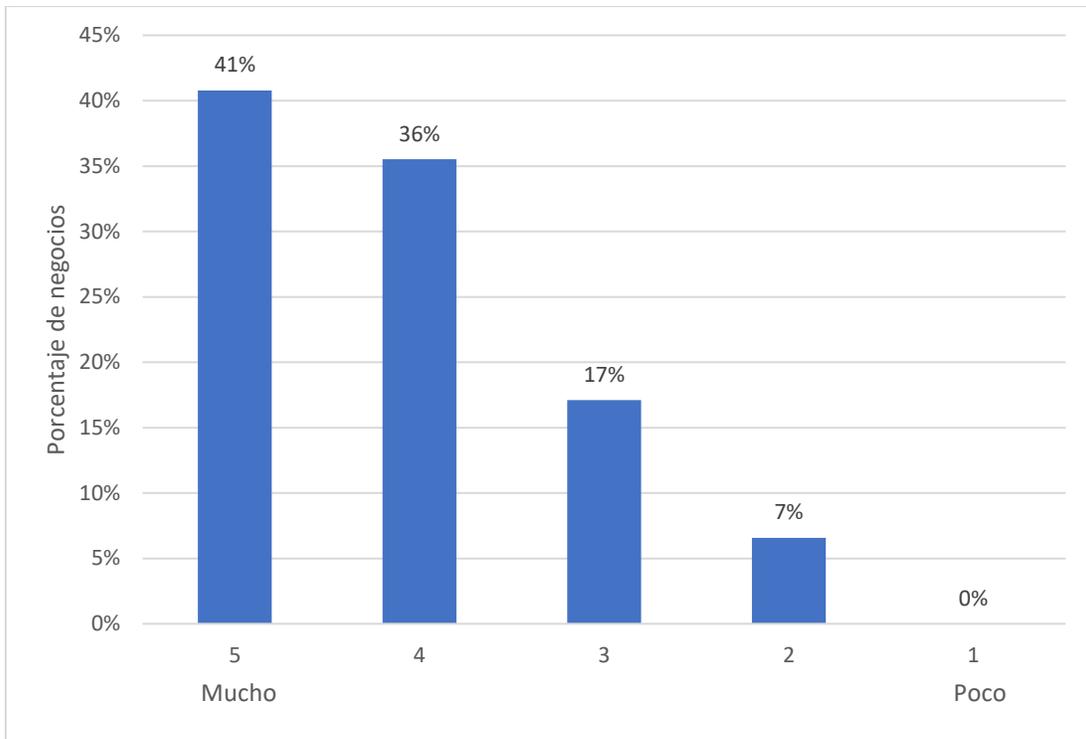


Fuente: Elaboración propia (2022).

Nuevamente un 41% de los participantes considera que tener un conocimiento profundo de las fortalezas de cada uno permitiría emprender eficientemente un negocio con visión sustentable, pero un 7% considera que son poco importantes seleccionando la opción 2 en una escala de 1 al 5 donde, 1 es poco (Ver figura 5.34).

Figura 5.34

Frecuencias de la utilidad del conocimiento de las fortalezas para emprender con visión sustentable

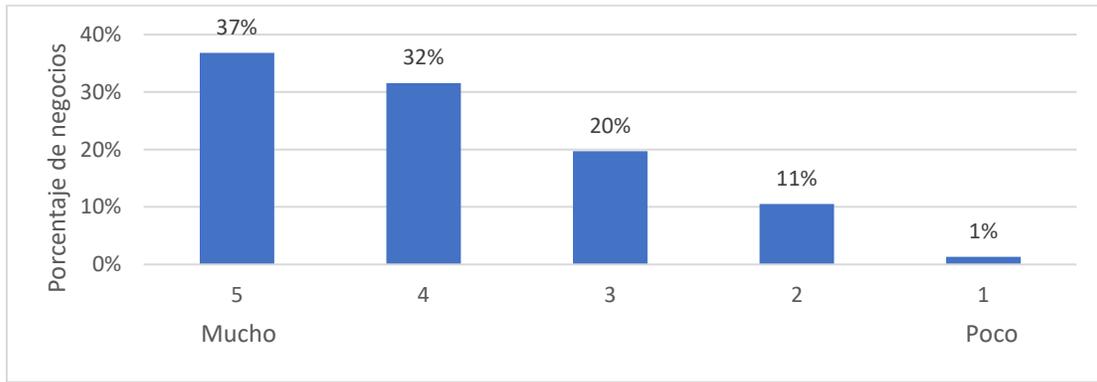


Fuente: Elaboración propia (2022).

Por otra parte, en la figura 5.35 se puede observar que un 37% de los participantes considera que tener conocimiento de las debilidades con las que se cuentan como emprendedor y profesionalista permitirá emplear estrategias y combatirlas para emprender adecuadamente con una visión sustentable, pero un 1% considera lo contrario al seleccionar la opción 1 en una escala de 1 al 5 donde, 1 es poco.

Figura 5.35

Frecuencia porcentual de la utilidad del conocimiento de las debilidades para emprender con visión sustentable

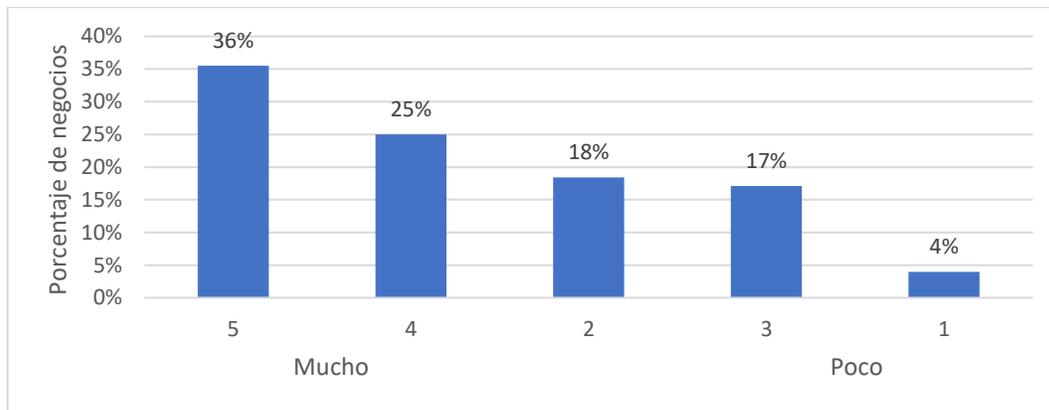


Fuente: Elaboración propia (2022).

En el caso del conocimiento de casos de éxito un 36% de los participantes considera que permite emprender adecuadamente con una visión sustentable, esto al usar estrategias similares que apliquen a sus negocios, pero un 4% piensan diferente puesto que seleccionaron la opción 1 en una escala donde, 1 es poco (Ver figura 5.36).

Figura 5.36

Frecuencia porcentual de la utilidad del conocimiento de casos de éxito para emprender con visión sustentable

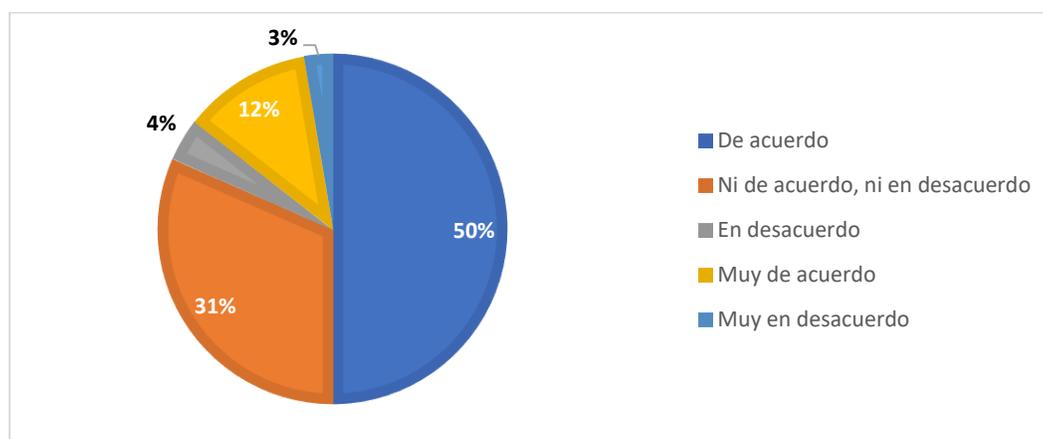


Fuente: Elaboración propia (2022).

También en la figura 5.37 se puede apreciar lo relacionado sobre cómo transitar a una nueva economía, con respecto a ello 50% (38 de los participantes) considera que permite emprender adecuadamente con una visión sustentable, esto al crear estrategias y tan solo 3% (2 personas) considera que está muy desacuerdo con la idea, pero 31% (24 representantes) considera que puede ser útil y a la vez no tan útil, esto al seleccionar “ni de acuerdo, ni en desacuerdo”.

Figura 5.37

Distribución porcentual de la utilidad del conocimiento de transitar a una nueva economía para emprender con visión sustentable

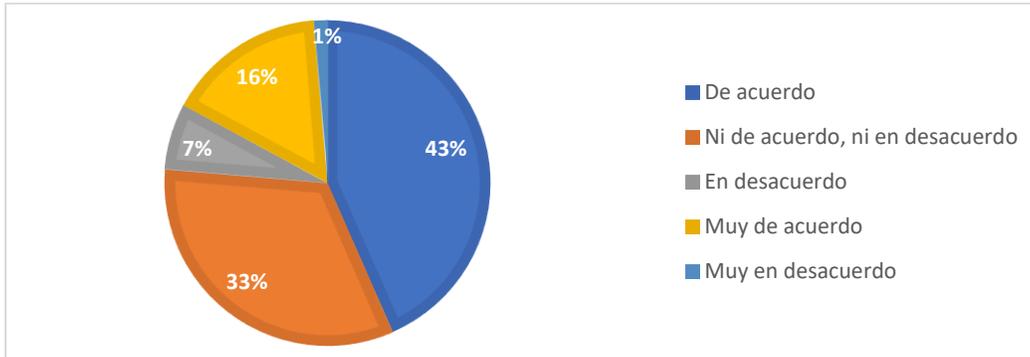


Fuente: Elaboración propia (2022).

Por otra parte, 43% (33 de los participantes) considera que tener un conocimiento de cómo transitar a nuevos esquemas de negocios socioambientales, permite emprender adecuadamente con una visión sustentable, sin embargo 33% (25 personas) no están de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo 1% está muy en desacuerdo. (Ver figura 5.38).

Figura 5.38

Distribución porcentual de la utilidad del conocimiento de transitar a nuevos esquemas de negocios socioambientales

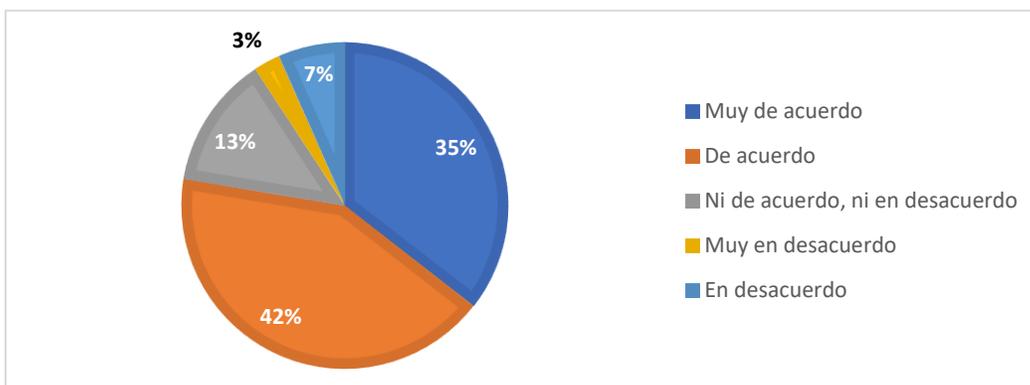


Fuente: Elaboración propia (2022).

En la figura 5.39 se puede apreciar las respuestas relacionadas con la utilidad del conocimiento de crear alianzas con productores locales, 35% (27 de los participantes) considera que permite emprender adecuadamente con una visión sustentable, y solo 3% (2 personas) están muy en desacuerdo, pero 42% (32 representantes) consideran que puede ser útil al estar de acuerdo.

Figura 5.39

Distribución porcentual de la utilidad del conocimiento de crear alianzas con productores locales

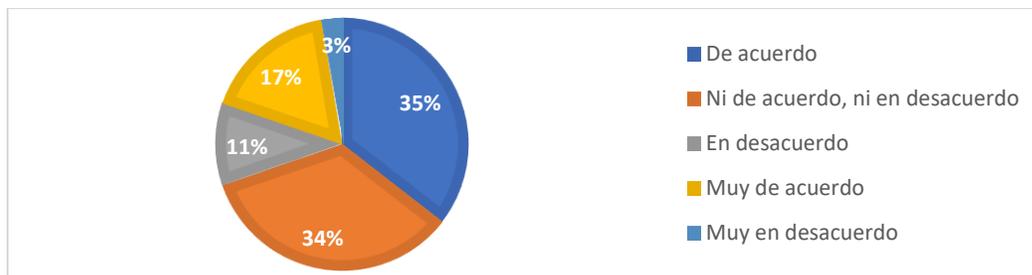


Fuente: Elaboración propia (2022).

Por otra parte, 35% (27 de los participantes) considera que participar en certificaciones de comercio justo Y de RS, permite emprender con facilidad con una visión sustentable, pero 34% (26 representantes) no está de acuerdo ni en desacuerdo y únicamente un 3% (2 participantes) está muy en desacuerdo. (Ver figura 5.40).

Figura 5.40

Distribución porcentual de la utilidad de participar en certificaciones como comercio justo y RS



Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se pudo percibir en los resultados las empresas dentro del sector que participaron en el estudio si ubican algunos modelos de emprendimiento que provienen de las instituciones y dependencias. Pero lo importante a mencionar es que a pesar de que las conocen, no tienen una visión integral de lo que ofrece cada uno de los modelos de emprendimiento, por lo que sería muy indispensable que las organizaciones se esfuercen más para aumentar su alcance y con eso las empresas logren conocer mejor lo que ofrecen cada uno de los modelos de emprendimiento. De igual manera más de un 70% de las empresas está de acuerdo con que los elementos que incluye el modelo de emprendimiento del ITMérida, por lo que tiene una buena afinidad. Asimismo están de acuerdo con que se deban de incluir nuevos elementos al modelo de emprendimiento de la misma institución, tales como la creación de alianzas con productores

locales, el conocimiento de como participar en certificaciones como comercio justo y RS, saber cómo transitar a nuevos esquemas de negocios socioambientales, entre otros.

5.6. Discusión de los resultados

Se pudo identificar que la principal perspectiva que se tiene en el sector sobre la sustentabilidad es lograr operar sin tener un impacto muy nocivo hacia el medio ambiente, sin embargo en la teoría no existe una definición que sea aceptada al 100%, es decir, que existe un debate que se está presentando sobre el tema, pero Quiroz, del Almo, y Ramos (2011) mencionan que la sustentabilidad puede ser percibida como un cambio constante que se fundamente de una serie de objetivos que consideran lo social, para lograr satisfacer necesidades. A pesar de que parece que la teoría con los resultados obtenidos en el campo se puede mencionar que son similares porque ambas buscan el desarrollo de las personas o empresas sin impactar nocivamente al ecosistema.

De igual manera Martínez y Martínez (2016) afirman que las áreas afines al DS son el ámbito social, económico y ambiental, en contra parte con ello en su mayoría las empresas del sector restaurantero en la zona sur de la ciudad de Mérida relacionan más el término con lo ecológico y medio ambiental, ante esto se puede mencionar que la teoría y los resultados del estudio no compaginaron, pero a pesar de ello es importante destacar que los sujetos de estudio si lograr identificar aspectos generales de la sustentabilidad, por lo que lo ideal sería complementar sus conocimientos en torno al tema.

También entre las principales estrategias de sustentabilidad García (2011) afirma que son implementar cadenas de distribución sustentable, promover la adopción de estilos de vida más ecológicos e impulsar prácticas de sostenibilidad en el sector (el mejoramiento del uso de recursos), mientras que las empresas del sector mencionan que las dos estrategias y/o principales

acciones sustentables que implementa el sector son el aprovechamiento de recursos y energía, así como emplear materia prima ecoeficiente.

Por lo tanto, se puede comentar que tanto la teoría con las empresas del sector están de acuerdo que la principal estrategia a emplear es aprovechar los recursos y energía.

Adicionalmente, es imperante anexar que las empresas del sector restaurantero en su mayoría como estrategias de sustentabilidad emplean un adecuado manejo de sus diferentes residuos, promueven medidas de cuidado de agua, hacen poco uso de papel y gestionan muy bien el uso de combustible. Así mismo cabe destacar que las empresas de este sector se consideran como algo sustentables, esto se debe a que están conscientes que todas las estrategias que han empleado aun no son suficientes para considerarse empresas con alto grado de sustentabilidad, más, sin embargo, al estar conscientes de ello y al estar implementando acciones es un gran avance. Sin embargo, a pesar de ello en términos generales hablando del sector, lo que se percibe a simple vista, sin tener en cuenta los datos recopilados, es que hay un desinterés y desconocimiento de lo relacionado a la sustentabilidad, por lo que a pesar que las empresas presentes en el estudio reflejan una situación un poco mejor, es indispensable que se tomen cartas en el asunto, es decir que se hagan muchísimos más esfuerzos para solventar poco a poco la situación.

Por otro lado, en lo que respecta a la RS, Meza (2019) menciona que se compone de 3 grandes ámbitos, económico, lo ambiental y lo social, los cuales fueron empleados para conocer el nivel que tienen de RS las empresas estudiadas, estos ámbitos se dividieron en colaboradores, clientes, entorno y la normativa legal. También Nieto, Melgar y Coronel (2015) mencionan que para que una empresa sea considerada con una compañía con algo de RS tiene que tener al menos un 60% de respuestas afirmativas en aspectos relacionados a los ámbitos mencionados previamente.

Con base en los resultados, el 78% de las respuestas fueron afirmativas del ámbito relacionado a los clientes, mientras en lo relacionado a la RS con colaboradores fueron 67%, con el entorno que los rodea el 48% y con la normatividad legal 63%. Por lo que se puede afirmar que las empresas si tienen una RS considerable con sus clientes, mientras que con respecto a sus colaboradores tienen algo, con el entorno tienen grandes áreas de oportunidad para mejorar su RS y con la normatividad legal tienen algo de RS. Sin embargo, con respecto al resultado general tienen un 64% de responsabilidad social lo que, siguiendo con lo aportado por Nieto, Melgar y Coronel (2015) indica que tienen poca RS las empresas dentro del sector en la zona sur de la ciudad de Mérida. Al igual que con las estrategias sustentables, el nivel de RS de las empresas estudiadas indica que no se encuentran por un mal camino, pero, puede ir mejorando con orientación e implementación de estrategias. También es importante mencionar que en el sector sin tener en cuenta estos resultados se encuentra con un gran número de organizaciones que no hacen validos los principios de la RS con su entorno, clientes, normativa legal y colaboradores, por lo que es indispensable tener en consideración ambos escenarios, esto con la finalidad de que se tengan mejores resultados a la hora de implementar soluciones.

Con respecto al emprendimiento, González (2019) aporta una buena concepción en la que afirma que es un proceso que se integra de diversas acciones y estrategias que permiten el aprovechamiento de oportunidades que al mismo tiempo tienen la finalidad de producir la innovación. En los resultados se logró apreciar que la mayoría de las empresas dentro del sector mencionan que para ellos emprendimiento es iniciar un nuevo negocio (innovación), hasta cierto punto los datos teóricos con las perspectivas que tienen las empresas del sector compaginan en la creación de nuevos negocios. Sin embargo, es importante aclarar que hace falta capacitación a

las organizaciones para que puedan comprender más allá de, es decir que no solo relacionen el emprendimiento con iniciar un negocio, sino que involucra más aspectos.

De igual manera, Grupo Santa Lucía (2017) menciona que uno de los principales pilares del emprendimiento es la innovación, por lo tanto, dentro de los negocios se debería realizar una promoción de los mismo, sin embargo, en los negocios dentro del sector estudiado de la zona sur de la ciudad no se presenta una innovación constantemente puesto que en su mayoría consideraron que no hay una estrategia como tal para hacer la promoción de ésta.

No se puede decir que el 100% de las empresas dentro del sector estudiado han empleado estrategias de emprendimiento, sin embargo, las empresas se esfuerzan por seguir analizando y elaborando acciones a manera de estrategias que les permitan tener elementos distintivos con respecto al resto de su competencia. ante esto Morales y Solís, (2016) afirman que las organizaciones deben emplear competencias emprendedoras y la Fundación Universitaria San Pablo CEU (2020) afirma que la principal es la búsqueda de oportunidades, siendo esta misma la que más frecuencia tuvo en el estudio, esto debido a que dentro del promedio general la opción siempre obtuvo un 26% y dentro de ella la estrategia más comentada fue la misma con un 34%, lo cual indica que la teoría nuevamente compagina con los resultados del estudio cabe destacar que otra estrategia que han implementado relacionadas a las competencias es la autonomía. De igual manera mencionaban algunas estrategias relacionadas a otras competencias del emprendimiento como el planteamiento de objetivos, búsqueda ante todo de la calidad de productos sin afectar el proceso de trabajo de las empresas y el seguimiento a planes, esto fueron algunas de las principales cosas que fueron comentando de manera extraordinaria porque no estaba dentro del estudio como tal pero formaban parte de aspectos que pudiesen considerarse

importantes para formular estrategias, mismas que a su vez los posicionaba como empresas con distintivos.

Por otro lado, Lozano (2019) menciona que no lograr sobrevivir más de un año los negocios del sector restauranero a nivel estatal en Yucatán, sin embargo, de acuerdo con las perspectivas de las personas que están al día a día dentro de este sector, es que está creciendo mucho el número de negocios y que no están disminuyendo mucho los negocios del mercado. De hecho, extraordinariamente afirmaban que el Covid les permitió mejorar su forma de prestar sus servicios y ofertar sus productos, ya que no necesitaban de un local físico como tal y en su mayoría incrementaron sus ventas.

De acuerdo con diversos autores como Cantón, García, y Luit (2014), así como Arnaiz (2017), los modelos de emprendimiento más conocidos en el estado son el de la UADY, TecNM y UTM. Lo mencionado anteriormente en la teoría compagina con los resultados que se obtuvieron debido que los 3 modelos de emprendimiento más conocidos por los participantes en el estudio son efectivamente los mismos, destacando el de la UADY y el TecNM.

Adicional a todo lo mencionado, como afirma la Revista Peninsular (2022) en la actualidad las empresas que se forman deben tener una visión sustentable y las que ya están deben optar por trascender a dicha visión. A lo cual los administradores de las empresas estudiadas están en la misma página, es decir, comparten esa idea y consideran que los modelos de emprendimiento ya sean de las instituciones educativas o de las instituciones de gobierno, deben impulsar la formación de emprendimientos sustentables.

Por otra parte, en su última versión el modelo de emprendimiento del TecNM (2022) tiene diversos apartados a través de los cuales guía la formación de mentes emprendedoras y por ende de emprendimientos, entre ellas está el liderazgo, el análisis del FODA y casos de éxito. a

lo que los sujetos que participaron en el estudio consideran importantes para emprender un negocio sustentable, por lo tanto, la teoría compagina nuevamente con las respuestas de las empresas del sector estudiado.

Por último es importante mencionar que al igual que los aspectos que ya integran el modelo de emprendimiento del TecNM, las empresas del sector consideran que es sumamente indispensable y por lo tanto relevante que los modelos de emprendimiento permitan conocer la manera en que los negocios pueden transitar hacia modelos de negocios socioambientales, la creación de estrategias o alianzas con proveedores locales y como participar en programas de certificación relacionados al comercio justo y responsabilidad social.

En lo que cabe a las últimas dos secciones que se comentaron de emprendimiento y las relacionadas a los modelos de emprendimiento, a pesar que las organizaciones estudiadas presentan nociones y buenas iniciativas entorno a la temática, es importante mencionar que gran parte del sector se encuentra mal empleando las innovaciones y de igual manera no conoce los modelos de emprendimiento, por lo que antes de implementar alguna solución ante esas temáticas es sustancial tener en cuenta que hay gran parte de empresas que desconocen estos temas e incluso que están implementando inadecuadamente sus estrategias o acciones.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.1. Conclusiones

Las empresas dentro del sector restaurantero en el sur de la ciudad de Mérida son en promedio algo sustentables, esto quiere decir que tienen conocimiento parcial de lo que significa la sustentabilidad y las áreas que involucra la misma. De igual manera éstas durante su operación tienen en cuenta que no deben impactar nocivamente tanto a la sociedad como al medio ambiente, por ello en su mayoría las acciones que van implementando son el aprovechamiento de los recursos y de la energía esto a través de diferentes actividades o tareas como la reducción de desperdicios, usar adecuadamente el combustible y energía eléctrica. Pero también es importante mencionar que la sustentabilidad engloba muchísimo más de lo que se presentó en el presente estudio, ya que únicamente se abarcó una parte de ella.

Adicional a lo mencionado previamente, las empresas dentro del sector emplean muchos insumos y están conscientes de que no es solo hacer uso adecuado de los recursos sino que también es hacer un manejo integro de los residuos que estos puedan generar con respecto a este tipo de acciones las organizaciones que participaron en el estudio en su mayoría si realizan el buen manejo de los aceites, vidrio y pet, pero no hacen un excelente manejo de los residuos de aluminio, envases de Tetrapak y de yoghurt. Así mismo hacen acciones encaminadas al ahorro del agua y al uso medio de papel, esto debido a que menos del 5% no realiza este tipo de acciones.

Por otro lado, en lo asociado a la RS se puede mencionar que está como se ha presentado en la parte de los resultados del presente estudio fue analizado a través de 4 grandes rubros, siendo estos: RS con clientes, colaboradores, entorno y con la normativa legal.

Teniendo en cuenta ello, el nivel de responsabilidad con los clientes es de un 77%, con los colaboradores 67%, con el entorno 48% y con la normatividad legal es de un 63%, lo cual, siguiendo la información presentada en el rubro de metodología, se puede afirmar que las empresas dentro del sector en la zona sur de la ciudad tienen una RS regular con los clientes, baja con sus colaboradores, muy baja con el entorno y nuevamente baja con la normatividad legal. teniendo en cuenta esos datos de manera general la RS de las empresas es en promedio de 64% lo cual es igual a tener baja RS.

Sin embargo, a pesar de que las cifras del nivel de RS presentadas parecen ser bajas, esto no indica que las organizaciones estudiadas estén mal, sino todo lo contrario, al ser empresas Mipyme y al haber grandes rezagos en cuanto a los temas estudiados, se esperaba que éstas salieran un poco más bajas, pero salieron bastante bien, lo cual es resultado del esfuerzo que han estado realizando para estar a la vanguardia.

Por otro lado, en lo relacionado al emprendimiento se puede comentar que las Mipyme que participaron en la investigación están en una buena situación debido a que implementan directa e indirectamente muchas acciones relacionadas a este rubro. con directa o indirectamente se quiere hacer énfasis a que a veces son conscientes de lo que realizan y a veces no.

Inicialmente éstas no conocen como tal la definición perfecta de emprendimiento, pero tienen su propia versión coloquial la cual es iniciar un nuevo negocio que permita aprovechar oportunidades y brindar empleos, esta definición tan clara que tienen les permite identificar que los motivos a emprender en sus inicios que en su mayoría fue generar empleos y obtener mejores ingresos para sus familias. pero no únicamente eso, sino que también el tener una buena definición del tema les permite impulsar en sus empresas la innovación ya que en un 99% éstas

promueven la misma entre sus colaboradores, esto nos indica que solo el 1% no impulsa practicas innovadoras, siendo una de las principales estrategias y acciones dentro del sector.

De igual manera otra practica o acción que es fundamental en las organizaciones es la promoción de crear elementos distintivos, es decir características que les permitan destacar de sus competencias, a lo cual las organizaciones que participaron en el estudio aplican este tipo de prácticas en un 84%, esto indica que 12 empresas (16%) no suelen incluirlas en su operación, por lo que es un bajo porcentaje, que pone en una buena perspectiva al sector en cuanto a emprendimiento.

También las empresas en un 95% están implementando acciones y/o estrategias relacionadas con las competencias emprendedoras, esto lleva a reafirmar que al tener un conocimiento del ámbito emprendedor las organizaciones no se están quedando atrás con respecto a los grandes corporativos en cuanto a temas de implementación de estrategias de emprendimiento sino que están preparándose poco a poco para caminar hacia el crecimiento integral, cabe destacar que las estrategias que más emplean son las relacionadas a las competencias de búsqueda de oportunidades, la capacidad para asumir riesgos y la autonomía.

Por otra parte, la afinidad que tienen las organizaciones que participaron en el estudio con respecto a los modelos de emprendimiento se puede percibir a través de los rubros que componen este tipo de modelos de emprendimiento, para ser más específicos para este estudio se tomó la estructura del modelo de emprendimiento del TecNM y algunos rubros que éste pudiera contener adicional.

Inicialmente es importante mencionar que el 89% de las empresas que participaron conoce o identifica claramente alguno de los modelos que existen en la ciudad, sin embargo, el 11% afirma que si tiene nociones de lo que es un modelo de emprendimiento institucional pero

que no se le venía a la mente ninguno en el momento de la aplicación del instrumento. Por lo tanto, se puede visualizar que las empresas si conocen acerca del tema.

Se realizaron un total de 9 reactivos teniendo en cuenta la estructura del modelo del TecNM y algunos aspectos que este pudiera integrar para volverse un modelo más integral. en el primer reactivo relacionado a la enseñanza de la visión sustentable 84% de los participantes estaba de acuerdo, en el segundo 95% considera útil las habilidades y capacidades de liderazgo, el 93% y 88% consideran adecuado conocer las fortalezas y debilidades respectivamente, mientras que en cuanto al conocimiento de casos de éxito el 78% considera indispensable, con respecto al sexto reactivo relacionado al conocimiento de la transición a una nueva economía el 62% considera estar de acuerdo, así como el 45% está considerando estar de acuerdo en identificar cómo transitar hacia nuevos esquemas de negocios socioambientales, mientras que el 78% considerar importante tener en cuenta la identificación de alianzas estratégicas con proveedores locales que se puedan dar y por último 53% menciona que es indispensable para tener éxito y por lo tanto los modelos deben tenerlo es saber cómo participar en certificaciones para ser un comercio justo y de responsabilidad social.

Teniendo en cuenta lo mencionado con anterioridad es posible afirmar que en promedio la afinidad que tienen las empresas del sector restaurantero en la zona sur de la ciudad de Mérida es de un 75.11%, lo cual es muy bueno, ya que demuestra indicios de disposición por parte de las organizaciones a participar en los modelos de emprendimiento institucionales.

Adicional a lo ya comentado algunas de las cosas que se encontraron que no eran de esperarse fueron que las personas si tenían un conocimiento considerable acerca de los temas y aun así tienen la disponibilidad de querer aprender más acerca de ellos, de igual manera que cuando no se encontraban disponibles permitían dejar contacto para que se les pueda aplicar el

instrumento vía remota. así mismo que gran parte del conocimiento que tienen es por parte de sus hijos o nietos, debido a que ellos les platican acerca de los temas, lo cual fue sumamente gratificante porque las instituciones transmiten los conocimientos a las nuevas generaciones y estos a su entorno.

Algunas de las situaciones que se esperaban ocurran fue no encontrar disponible a todos los participantes, pero se solucionó ya que estos si querían participar en el estudio, de igual forma otro punto importante a mencionar que se esperaba era la dificultad de encontrar los negocios, debido a que a veces las direcciones que brinda el Denué no son las más precisas y un último punto que si se esperaba fue la dificultad de transporte, por lo que se tuvo que tener un orden del día y horarios por parte del investigador para lograr cubrir a los participantes.

En lo personal fue muy gratificante realizar el estudio porque las personas en todo momento fueron muy amables y en algunas ocasiones ofrecían alimentos de cortesía por estar haciendo este tipo de estudios. Las personas si tenían ganas de participar como se ha mencionado y se considera que si se hubiera tenido el tiempo para abarcar a toda la población hubiera sido un estudio más integral.

1.2. Recomendaciones

Con base en todo lo mencionado con anterioridad es importante mencionar que los aspectos que debe contemplar la institución para poder mejorar las áreas de oportunidad de sustentabilidad, emprendimiento y responsabilidad social en su modelo de emprendimiento con base en el sector terciario restaurantero son:

1. Tener un mayor acercamiento con el sector empresarial.
2. Incrementar sus esfuerzos de promoción y alcance de su modelo.

3. Realizar al menos una actualización de la estructura que ofrece su modelo para estar a la vanguardia y así lograr satisfacer mejor los requerimientos y/o necesidades de las empresas.
4. Incluir casos de éxito con base en los diferentes sectores empresariales que mayor participación tienen en el estado y/o la ciudad (incluso pueden anexar casos de éxito de personas que participaron previamente en el modelo, esto con la finalidad de aumentar la atracción de las personas).
5. Incluir un tema formalmente que permita e impulse el conocimiento a grandes rasgos de la sustentabilidad y cómo pueden implementarla las empresas.
6. Orientar o coordinar al final a las empresas con las diferentes asesoras gratuitas en la ciudad para que puedan recibir orientación en aspectos que puedan mejorar.
7. Mostrar o enseñar como pueden integrar estrategias las empresas para impulsar el comercio local y justo.
8. Tener un rubro que permita orientar a las personas sobre cómo pueden certificarse en responsabilidad social y comercio justo.
9. Incluir temas de como integrarse a la responsabilidad social a través de sus diferentes ámbitos o áreas y como puede mejorarse la participación de las empresas en estos rubros.
10. Qué el certificado que brinda el modelo se vuelva curricular para mejorar la atracción de las personas y pueda ser comprobable el crecimiento profesional de las mismas.

Por otro lado, se recomienda para futuras investigaciones abordar nuevos estudios en otras zonas de la ciudad de Mérida, Yucatán siguiendo el mismo sector con las mismas subactividades, o de igual manera aplicar el mismo estudio en la misma zona al mismo sector, pero al resto de subactividades que no se pudieron abarcar al horizonte temporal con el que se

disponía. también se sugiere abordar el estudio, pero de manera correlacional con la finalidad de conocer las diferentes relaciones que pudiesen darse, es decir si los sujetos que tienen alto su nivel de RS tienen alto su nivel de emprendimiento o alta su afinidad hacia los modelos de emprendimiento, así mismo que para estudios que se realicen más adelante, que consideren analizar el entorno y que implementen cuestionarios a los habitantes que se encuentran alrededor de las empresas, esto para rectificar y comparar las respuestas de las empresas con la de los habitantes y ver si compaginan.

Una última recomendación sería que se vayan generando alianzas con el gobierno para brindar capacitaciones para el sector entorno a las temáticas abarcadas en el estudio, esto debido a que el mismo gobierno cuenta con sus propias instituciones que cuentan a su vez con sus modelos de emprendimiento. Esto con la finalidad de complementar la contribución que pudiese hacer el modelo de emprendimiento del TecNM, y así fortalecer el conocimiento y las buenas prácticas sustentables, de responsabilidad social y de emprendimiento que pudiesen implementar las organizaciones, porque a pesar de que ya aplican algunas, se considera que con una buena capacitación puedan mejorar incluso esas que ya realizan.

REFERENCIAS

- Acosta, M. (2019). Impulso al emprendimiento en las instituciones de educación superior. *Revista Aletheia IEU Universidad*, Vol. VI (3), pp. 1 – 27. https://revista-aletheia.ieu.edu.mx/documentos/revistaVol_6/revistaVol6_Art2.pdf
- Alzate, A. (2017). *Emprendimiento* (1ª ed.). Editorial Areandino. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1207/Emprendimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Universidad del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Administración*, (46), pp. 1-15. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71617238002.pdf>
- Arbotante. (2012). *Responsabilidad social corporativa. Arbotante patrimonio e innovación S.L.* <http://www.arbotante.com/rsc.html>
- Arnaiz, R. (2017). *Mancuerna por el emprendimiento.* Universidad Marista. <https://www.marista.edu.mx/noticia/1575/mancuerna-por-el-emprendimiento>
- Arriaga, R. y González, C. (2016). Efectos económicos del sector cultural en México. *Universidad Autónoma Metropolitana. Revista Análisis Económico*, Vol. XXI, pp. 219 – 246. <https://www.redalyc.org/journal/413/41345703010/html/>
- Asociación Española de Financieros de Empresa. (2021). *Sectores económicos. Tipos y características.* ASSET. <https://www.iberinform.es/noticias/detalle/sectores-economicos>
- Asociación para el Progreso de la Dirección. (2021). *¿Qué estrategias de sostenibilidad empresarial puedes empezar a implementar en tu empresa?.* APD. <https://www.apd.es/estrategias-sostenibilidad-empresarial/>

- Ávila, C. y Pinkus, M. (2018). Teorías económico-ambientales y su vínculo con la dimensión social de la sustentabilidad en Áreas Naturales Protegidas. Universidad Autónoma de Yucatán. Revista CienciaUAT, Vol. XIII (1), pp. 108 - 122.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582018000200108#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20ecol%C3%B3gica%20es%20la,la%20figura%20de%20las%20ANP
- Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. Revista investigación y negocios, Vol. XIV (23), pp. 32 - 48. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cuat/v13n1/2007-7858-cuat-13-01-108.pdf>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Pearson Educación.
- Berges, G. (2013). Ser sustentable, el futuro de las empresas exitosas. Forbes.
<https://www.forbes.com.mx/ser-sustentable-el-futuro-de-las-empresas-exitosas/>
- Bisbal, P. (2019). ¿Quiénes son los actores del ecosistema emprendedor?. ESIC Business y Marketing School. <https://www.esic.edu/rethink/management/actores-del-ecosistema-emprendedor>
- Borja, A., Carvajal, H. y Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. Revista espacios, Vol. XLI (24), pp. 183 - 196.
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Bote, A. (2021). Emprendedores yucatecos enfocados en proyectos sustentables: IYEM. La Jornada Maya. <https://www.lajornadamaya.mx/yucatan/186739/emprendedores-yucatecos-enfocados-en-proyectos-sustentables-iyem>

- Bote, A. (2020). Falta educación ambiental, reto que enfrenta Yucatán: Castell. La jornada Maya. <https://www.lajornadamaya.mx/yucatan/167356/falta-educacion-ambiental-reto-que-enfrenta-yucatan-castell>
- Bote, A. (2020). Yucatán tiene calidad de vida y una cohesión idónea para emprender. La Jornada Maya. <https://www.lajornadamaya.mx/yucatan/25057/yucatan-tiene-calidad-de-vida-y-una-cohesion-idoneas-para-emprender>
- Business School (2022). Los sectores de producción y sus características. EAE. <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/los-sectores-de-produccion-y-sus-caracteristicas/>
- Cajiga, J. (2009). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía. https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Camacho, D. (2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. revista Apuntes del CENES, 27 (43), pp. 1 – 19.
https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1369/1/PPS_110_Hacia_un_modelo.pdf
- Cantón, L., García, A. & Luit, M. (2014). El enfoque de competencias para formar emprendedores: evaluación del modelo de la universidad autónoma de Yucatán, México. Revista TEC empresarial, 8 (2), pp. 29 – 40.
https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/1987/1810
- Cantú, P. (2018). Desarrollo sustentable: cultura, patrimonio cultural y natural en México. Revista Turismo y Sociedad, Vol. 23 (1), pp 25 – 40. <https://ssrn.com/abstract=3259168>
- Castro, A. (2018). Economía, salud, desarrollo humano e innovación en el desarrollo sustentable. Conocimiento Global, 3(1), pp 1-9.
<http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/2>

- CEMEFI. (2021). Se realizó el Primer Foro de Responsabilidad Social Empresarial en Yucatán 2019. Centro Mexicano para la Filantropía.
<https://www.cemefi.org/servicios/noticias/filantropicas/5818-se-realizo-el-primer-foro-de-responsabilidad-social-empresarial-en-yucatan-2019>
- Cervilla, M., y Puente, R. (2013). Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la pirámide. Universidad del Zulia Venezuela. Revista de Ciencias Sociales, vol. XIX (2), pp. 289-308. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992009.pdf>
- Chirinos, M., Fernández, L. y Sánchez, G. (2012). Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. Universidad de los Hemisferios Ecuador. Revista Razón y Palabra, (81). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524700002>
- Covarrubias, V., Tapia, E. y Rivera, J. (2021). Retos y oportunidades del emprendimiento sustentable en México. Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Puebla.
https://cdhpuebla.org.mx/pdf/2021/PRE/Libros/111121_Libro_Retos%20y%20Oportunidades%20del%20Emprendimiento%20Sustentable%20en%20M%C3%A9xico_Final.pdf
- Cruz, M. (2009). Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región sur: el caso de la zona metropolitana de Mérida, Yucatán. SEGOB.
<http://cedoc.inmujeres.gob.mx/lgamv/v/conavim/merida.pdf>
- Denué. (2021). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Inegi.
<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denué/default.aspx>
- Empresas Verdes. (2021). La ruta hacia el turismo sustentable en Yucatán. Empresas Verdes.
<https://lasempresasverdes.com/la-ruta-hacia-el-turismo-sustentable-en-yucatan/>

- Estrada, A. (2013). Desarrollo de competencias emprendedoras, una iniciativa para mejorar la enseñanza de TIC'S en el nivel superior. Unidad Santo Tomás.
<https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/87/382>
- Evia, M. (2014). 14 características de un restaurante sustentable. Expok News.
<https://www.expoknews.com/14-caracteristicas-de-un-restaurante-sustentable/>
- Field, B. C. (2003). *Economía Ambiental*. España: Mc. Graw Hill.
- Freire, A. (2015). Cómo innovar puede producir cambios reales y decisivos en el destino de un país. Penguin Random House Grupo Editorial.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3h9iCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=Andy+Freire&ots=iv9mBbAf_-&sig=Wx_FdMeOHMQTg1-EJMwp_yl3Oms#v=onepage&q=Andy%20Freire&f=false
- Fundación Universitaria San Pablo CEU. (2020). Las principales competencias que todo emprendedor debe desarrollar para lograr el éxito. CEU Universities.
<https://www.ceuuniversities.com/las-principales-competencias-que-todo-emprendedor-debe-desarrollar-para-lograr-el-exito/>
- Fundación Youth Business Spain. (2021). ¿Sabes lo importantes que son las competencias emprendedoras para desarrollar tu proyecto empresarial?. Fundación Youth Business Spain. <https://www.youthbusiness.es/emprendedores/compe10cias-led/>
- García, G. (2021). La industria alimentaria y sus aportes a la sustentabilidad. THE FOOD TECH.
<https://thefoodtech.com/seguridad-alimentaria/la-industria-alimentaria-y-sus-aportes-a-la-sustentabilidad/>
- Gobierno del Estado de Yucatán. (2021). Comunicado de prensa de la secretaría de salud de Yucatán. https://www.yucatan.gob.mx/saladeprensa/ver_nota.php?id=4584

Gobierno del estado de Yucatán. (2018). Plan Estatal de Desarrollo 2018 – 2024. Gobierno del estado de Yucatán.

https://www.yucatan.gob.mx/docs/transparencia/ped/2018_2024/2019-03-30_2.pdf

Gobierno de México. (2017). Yucatán y sus principales sectores productivos y estratégicos.

<https://www.gob.mx/se/articulos/yucatan-y-sus-principales-sectores-productivos-y-estrategicos#:~:text=Entre%20las%20principales%20actividades%20productivas,de%20bienes%20muebles%20e%20intangibles>.

Godínez, J. y Canales, R. (2018). Desarrollo y emprendimiento universitario: la relevancia de las interrelaciones, una aproximación empírica. Revista gestión y estrategia, departamento de administración, (54), pp. 53 – 69.

http://revistastmp.azc.uam.mx/gestionyestrategia_BAK/index.php/rge/article/download/650/586

González, Y. (2019). Emprendimiento. UNAM.

<https://innova.unam.mx/innova/index.php/emprendimiento/>

Grupo Megamedia. (2022). En los municipios de Yucatán "renacen" ideas de emprendimiento.

Grupo Megamedia. <https://www.yucatan.com.mx/merida/2022/1/31/en-los-municipios-de-yucatan-renacen-ideas-de-emprendimiento-293737.html>

Grupo Santa Lucía. (2017). Pilares para ser un buen emprendedor. Grupo Santa Lucía.

<https://www.santaluciaimpulsa.es/pilares-para-ser-un-buen-emprendedor/>

Hernández, M. (2020). Breve historia del emprendimiento en México. Intuit.

<https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/comienza-tu-negocio/emprendimiento-en-mexico/>

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. 6ª Ed. McGraw Hill.
- Ibarra, G. (2016). Los pilares del emprendimiento exitoso. Universidad Iberoamericana León. Revista entre textos, Vol. VIII (23), pp. 1 - 6.
<http://entretextos.leon.uia.mx/num/23/PDF/ENT23-6.pdf>
- Inegi. (2021). Clasificación para actividades económicas. INEGI.
<https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/209/download/6081>
- Inegi. (2022). Conociendo la Industria Restaurantera. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463903369.pdf
- Inegi. (2020). Ecológicas. Inegi. <https://www.inegi.org.mx/temas/ee/>
- Inegi. (2021). Empresas de servicio crecen en más de 53%. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <https://www.desdeelbalcon.com/empresas-de-servicios-crecen-en-mas-de-53-por-ciento/>
- Inegi. (2016). La industria restaurantera en México. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <https://docplayer.es/45820384-La-industria-restaurantera-en-mexico.html>
- International Personal Finance Digital Spain. (2021). ¿Cuáles son los sectores económicos en los que se divide la actividad?. International Personal Finance Digital Spain.
<https://www.creditea.es/blog/sectores-economicos>
- Instituto Tecnológico de Mérida. (2019). Con gran éxito se impartió el taller modelo talento emprendedor del TecNM, en el Instituto Tecnológico de Mérida.
<https://www.itmerida.mx/tecnoticias/index.php?idNoticia=102>

Instituto Tecnológico de Mérida. (2021). Informe de Rendición de Cuentas 2020.

<https://www.itmerida.mx/files/transparencia/IRC%20V5.1.pdf>

ITMérida. (2019). Informe de rendición de cuentas 2019. Instituto Tecnológico de Mérida.

<https://www.itmerida.mx/files/transparencia/IRC-2019-ITM.pdf>

Javier, J. (2021). La importancia de la responsabilidad social universitaria en las empresas.

Facultad de Ciencias Empresariales. [https://facultades.usil.edu.pe/ciencias-](https://facultades.usil.edu.pe/ciencias-empresariales/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-universitaria-en-las-empresas/#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20universitaria%20se,interna%20(AUSJAL%2C%202002).)

[empresariales/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-universitaria-en-las-](https://facultades.usil.edu.pe/ciencias-empresariales/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-universitaria-en-las-empresas/#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20universitaria%20se,interna%20(AUSJAL%2C%202002).)

[empresas/#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20universitaria%20se,interna%20\(](https://facultades.usil.edu.pe/ciencias-empresariales/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-universitaria-en-las-empresas/#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20universitaria%20se,interna%20(AUSJAL%2C%202002).)

[AUSJAL%2C%202002\).](https://facultades.usil.edu.pe/ciencias-empresariales/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-universitaria-en-las-empresas/#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20universitaria%20se,interna%20(AUSJAL%2C%202002).)

Kent, P. (2018). Gestión y evaluación de la sustentabilidad organizacional. Universidad Nacional de la Patagonia SJB. Argentina. Revista Digital FCE – UNLP, Vol. VIII (15), pp. 87 - 96.

<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/5603/8340>

Larrouyet, M. (2015). Desarrollo sustentable : origen, evolución y su implementación para el cuidado del planeta. Universidad Nacional de Quilmes. Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, pp. 46 – 92.

[https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/154/TFI_2015_larrouyet_003.pdf](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/154/TFI_2015_larrouyet_003.pdf?sequence=1)
[?sequence=1](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/154/TFI_2015_larrouyet_003.pdf?sequence=1)

Lazovska, D. (2018). Sustentabilidad en la industria restaurantera. Grupo Expok.

<https://www.expoknews.com/quienes-somos/>

Leite, E., Bezerra, E., Sánchez, M. y Leite, E. (2015). El espíritu emprendedor: condiciones para la innovación. Universidad de Pernambuco y Coruña. Revista Holos, Vol. XV (5), pp.

278 – 291. <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/2896/1169>

- Lopicich, B. (2017). La importancia del desarrollo sustentable en el contexto del cambio climático. Congreso Nacional de Chile, pp. 02 – 17.
https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/23878/1/98170_Minuta-02-17-Desarrollo-Sustentable.pdf
- López, Á., Zúniga, C., Sol, Ángel y Santivañez, J. (2016). Teorías del desarrollo sustentable para el siglo XXI: un breve análisis. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Revista Iberoamericana de Bioeconomía y Cambio Climático, Vol. II (1), pp. 437 - 451.
https://www.researchgate.net/publication/325014662_Teorias_del_desarrollo_sustentable_para_el_siglo_XXI_un_breve_analisis
- López, L. (2021). El emprendimiento en un mundo globalizado: la figura del clúster y sus pilares [Tesis de maestría, Universidad de Valladolid]. UVaDOC Repositorio documental.
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/50686/TFM-J-64.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lozano, L. (2019). 80% de los negocios de comida en Yucatán están en la informalidad: Canirac. El financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/peninsula/80-de-los-negocios-de-comida-en-yucatan-estan-en-la-informalidad-canirac/>
- Majurin, E. (2014). Inicie y Mejore su Negocio (IMESUN). Guía de Implementación. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Maldonado, M. (2019). Desarrollo sustentable en Yucatán. Diario de Yucatán.
<https://www.yucatan.com.mx/editorial/desarrollo-sustentable-en-yucatan>
- Maran, L. (2013). Qué es responsabilidad social. Definición, ejemplos, y beneficios de ser socialmente responsable. Consultora Luis Maran. <https://www.luismaram.com/por-que-la-venta-del-washington-post-es-sustentable/>

- Martins, N. (2022). ¿Qué es el emprendimiento? significado de emprender en 2022. Oberlo.
<https://www.oberlo.com.mx/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- Martínez, R. y Martínez, D. (2016). Tomado de perspectivas de la sustentabilidad: teoría y campos de análisis. Universidad de Costa Rica. Revista Pensamiento Actual, Vol. XVI (26), pp. 123 – 145. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/download/25188/25454>.
- Medina, L. (2006) La responsabilidad social de la empresa. Ponencia presentada en el X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis Potosí.
<https://www.acacia.org.mx/busqueda/pdf/P09T7.pdf>
- Meza, A. (2019). 3 pilares de la responsabilidad social empresarial. Agencia de relaciones públicas INFOSOL. <https://www.infosol.com.mx/wordpress/responsabilidad-social-empresarial/>
- Molina, J. (2023). ¿En México emprendemos por necesidad o por perseguir nuestros sueños?. Periódico Especializado en Economía y Finanzas. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/En-Mexico-emprendemos-por-necesidad-o-por-perseguir-nuestros-suenos-20230315-0084.html>
- Morales, M. y Solís, G. (2016). Desarrollo de competencias emprendedoras a través de la práctica vivencial. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/pdi/resources/LocalContent/67/2/puebla_foro1_ponencia_19.pdf
- Morey, S. (2019). Responsabilidad social y calidad de vida. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

<https://www.unapiquitos.edu.pe/contenido/opiniones/Responsabilidad-social-y-calidad-de-vida.php>

Muñoz, G. y Gálvez, I. (2017). Desarrollo sustentable global: ¿Utopía o realidad?. Universidad Autónoma Metropolitana. Revista Tiempo Económico, Vol. XII (36), pp. 19 – 41.

<http://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2019/07/36te2.pdf>

Navarro, G., Bayona, J. y Pacheco, C. (2020). Competencias emprendedoras y formación para el emprendimiento en instituciones de educación media. Revista Espacios, Vol. XLI (11), pp. 3 – 15. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n11/a20v41n11p03.pdf>

Nieto, D., Melgar, J. y Coronel, N. (2015). Cómo medir la percepción de la responsabilidad social corporativa en la industria de dispositivos médicos. Congreso internacional de contaduría, administración e informática XX. Ciudad universitaria.

<https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2015/10.05.pdf>

Núria, P. (2014). La actividad emprendedora de los graduados IQS. INSTITUT QUÍMIC DE SARRIÀ. <https://docplayer.es/5100937-La-actividad-emprendedora-de-los-graduados-iqs.html>

Olvera, P. (2011). Análisis de los Factores de Competitividad y Sustentabilidad en el Sector Restaurantero en el Centro del País - 4 Casos [Tesis de maestría, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey]. Repositorio Institucional. Repositorio del Instituto Tecnológico de Monterrey. <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/570268>

Orellana, P. (2020). Sostenibilidad empresarial. Enciclopedia Económica.

<https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad-empresarial.html>

Organización internacional del trabajo. (2012). Alimentación; bebidas; tabaco. OIT.

<https://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/food-drink-tobacco/lang--es/index.htm>

- Pinochet, L. (2016). Uso Estratégico dos Sistemas de Informação no Apoio aos Processos de Negócio: Estudo de Caso na Indústria de Alimentos. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo Brasil. Revista Administração em Diálogo, Vol. XVIII (3), pp. 1 – 20.
<https://www.redalyc.org/journal/5346/534655563001/534655563001.pdf>
- ProActive Strategies. (2013). Panorama de la Responsabilidad Social en México. ProActive Strategies.
https://www.responsable.net/estudios/mexico/Panorama_Responsabilidad_Social_Mexico_2013_ResponSable.pdf
- Pulido, A., y Villanueva, A. (2018). Diseño del modelo de emprendimiento para la fundación piccolino Bogotá. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Colombia]. Repositorio Académico de la Universidad Católica de Colombia.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22765/1/Dise%C3%B1o%20del%20modelo%20de%20emprendimiento%20para%20la%20fundaci%C3%B3n%20Piccolino%20Bogot%C3%A1.pdf>
- Quiroz, I., del Amo, S. y Ramos, J. (2011). Desarrollo sustentable, ¿Discurso político o necesidad urgente?. UVM. Revista de divulgación científica y tecnológica de la Universidad Veracruzana, Vol. XXIV (3).
<https://www.uv.mx/cienciahombre/revistae/vol24num3/articulos/desarrollo/>
- Ramírez, N. (2020). Ventajas y desventajas de la energía eólica. Aprende Instituto.
<https://aprende.com/blog/oficios/energia-eolica/ventajas-y-desventajas-de-la-energia-eolica/>
- Reporteros. (2019). Sur de Mérida, en el olvido desde hace casi un siglo.
<https://reporteroshoy.mx/wp/sur-de-merida-en-el-olvido-desde-hace-casi-un-siglo.html>

- Revista Peninsular. (2022). Las dos caras de Mérida. Revista Peninsular.
<http://www.larevista.com.mx/yucatan/las-dos-caras-de-merida-19991#:~:text=Quien%20vive%20en%20el%20sur,que%20en%20la%20zona%20norte>
- Revista Peninsular. (2022). Víctor Caballero propone posicionar a Mérida como la capital del emprendimiento. Revista Peninsular. <http://www.larevista.com.mx/yucatan/victor-caballero-propone-posicionar-a-merida-como-la-capital-del-emprendimiento-24775>
- Rey, M. (2016). 10 consejos para que un restaurante sea sostenible. Escuela Diego Coquillat. <https://www.diegocoquillat.com/10-consejos-para-que-un-restaurante-sea-sostenible/>
- Roca, J. (2021). Las nuevas emisiones mundiales del sector eólico alcanzarán los 55 millones de toneladas de CO2 entre 2020 y 2050. El Periódico de la Energía. <https://elperiodicodelaenergia.com/las-nuevas-emisiones-mundiales-del-sector-eolico-alcanzaran-los-55-millones-de-toneladas-de-co2-entre-2020-y-2050/>
- Rodríguez, A. (2013). Emprendimiento y responsabilidad social. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/emprendimiento-y-responsabilidad-social/>
- Rodríguez, E. (2020). La esperanza de vida de los negocios en México es de 7.8 años: Inegi. Periódico El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/>
- Rojas, N. (2020). ¿Qué es el emprendimiento?. Fundación Axcel A.C. <https://www.funax.org/fs/blog/emprendimiento/129-que-es-el-emprendimiento>
- Salas, C. (2020). Yucatán, un estado comprometido con la sustentabilidad. SUME. <https://sume.org.mx/2020/12/11/yucatan-un-estado-comprometido-con-la-sustentabilidad/>

- Salmerón, O. y Hernandez, M. (2020). Atlas de vulnerabilidad urbana ante Covid-19 en las Zonas Metropolitanas de México (1ª ed.). Universidad Nacional Autónoma de México.
http://www.igg.unam.mx/covid-19/Vista/archivos/atlas/ZM_merida.pdf
- Sánchez, V. (2019). ¿Qué significa sustentabilidad?. Centro Interdisciplinario de Biodiversidad y Ambiente.
https://ceiba.org.mx/publicaciones/Consejo%20Editorial/190501_QueeslaSustentabilidad_VictorSS.pdf
- Secretaría de Economía. (2016). Responsabilidad Social Empresarial. Gobierno de México.
<https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>
- Secretaría de Gobernación. (2021). Iniciativa que reforma y adiciona el artículo 25 de la constitución política de los estados unidos mexicanos, a cargo de la diputada Carolina García Aguilar, del grupo parlamentario del PES. Secretaría de Gobernación.
http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2021/02/asun_4141784_20210223_1614116348.pdf
- Secretaría de Turismo. (2019). El sector restaurantero representa el 15.3 por ciento del PIB Turístico en México. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/el-sector-restaurantero-representa-el-15-3-por-ciento-del-pib-turistico-en-mexico>
- Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación. (2020). Informe sobre la situación económica estatal. SEPLAN.
https://www.yucatan.gob.mx/docs/transparencia/finanzas_publicas/2018_2024/2020/1erTrimestre/1_ISSE_IT2020.pdf
- Sen, A. (2011). Desarrollo y Libertad. Bogotá: Editorial Planeta.

Smartia Group. (2013). ¿Qué es Sustentabilidad? Centro del cambio Global y la sustentabilidad, A.C. <http://ccgss.org/sustentabilidad/>

TecNM. (2022). Modelo Talento Emprendedor. Tecnológico Nacional de México. <https://mooc.tecnm.mx/courses/course-v1:TecNM+MTE-001+2022-1/about>

TecNM. (2021). Sectores de producción. Tecnológico Nacional de México. <https://hopelchen.tecnm.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r120045.PDF>

Toledo, V. (2019). ¿De qué hablamos cuando hablamos de Sustentabilidad?. Observatorio Internacional de Salarios Dignos. <https://repositorio.lasalle.mx/bitstream/handle/lasalle/1749/%C2%BFDe%20qu%C3%A9%20hablamos%20cuando%20hablamos%20de%20Sustentabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad Anáhuac. (2017). Apuestan por las Empresas Socialmente Responsables. Universidad Anáhuac. <https://merida.anahuac.mx/noticias/apuestan-por-las-empresas-socialmente-responsables>

Universidad Anáhuac. (2019). Emprendimiento en México. Red de Universidades Anáhuac. <https://www.anahuac.mx/blog/emprendimiento-en-mexico>

Universidad Anáhuac. (2019). La importancia del emprendimiento. Universidad Anáhuac. <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/la-importancia-del-emprendimiento>

Universidad Anáhuac. (2020). Panorama del ecosistema de innovación y emprendimiento en Yucatán. <https://merida.anahuac.mx/noticias/panorama-del-ecosistema-de-innovacion-y-emprendimiento-en-yucatan>

- Universidad de Estudios Avanzados. (2019). Emprendimiento en México: ¿Cómo está el panorama?. Universidad de Estudios Avanzados.
<https://unea.edu.mx/blog/index.php/emprendimiento-en-mexico/>
- Universidad de Huelva (2009). La responsabilidad Social Universitaria. Universidad de Huelva.
https://web.unican.es/unidades/igualdad/Documents/responsabilidadsocialuniversitaria_UHU.pdf
- Universidad del Valle. (2012). Cuestionario de Sustentabilidad. Universidad del Valle.
<https://www.uv.mx/cosustenta/files/2012/09/cuestionarioSust.pdf>
- Universidad ESAN. (2018). La importancia de la sostenibilidad para una empresa actual. Universidad ESAN. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/04/la-importancia-de-la-sostenibilidad-para-una-empresa-actual/>
- Universidad Galileo (2020). La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial. Universidad Galileo. <https://www.galileo.edu/facultad-de-ingenieria-quimica/historias-de-exito/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Vallaes (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, Vol. V (12), pp. 105 - 117. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ries/v5n12/v5n12a6.pdf>
- Verduzco, A. (2006). Responsabilidad social empresarial: de la dimensión corporativa a la personal. *The Anáhuac Journal*, 6(1), 100-111.
- Villacres, R. (2017). Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://1library.co/document/qok40gmy-gestion-emprendimiento-competitividad-mipymes-manufactureras-provincia-bolivar-ecuador.html>

Yucatán en Corto. (2021). 16 empresas reciben el distintivo Empresa Socialmente Responsable

MIPYMES 2021. Yucatán en Corto. <https://www.yucatanencorto.com/noticias/16-empresas-reciben-el-distintivo-empresa-socialmente-responsable-mipymes-2021/>

Yucatán Premier. (2018). 3 sectores económicos clave para Yucatán.

<https://yucatanpremier.com.mx/blog/blog-601-3-sectores-economicos-clave-para-yucatan-.html>

- e) Creación de programas que apoyen a la sustentabilidad
- f) Planificar la distribución de sus productos de manera adecuada
- g) Otros: _____

5. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Nada y 5 es Mucho ¿Qué tanto considera que los hábitos de consumo cotidiano de la empresa (insumos, energía y combustible), contribuyen al impacto ambiental?

Nada	1	2	3	4	5	Mucho
Insumos (Ingredientes)						
Insumos (Utensilios)						
Combustible						
Energía (Luz eléctrica)						

6. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Nunca y 5 es Siempre ¿La organización realiza acciones para gestionar el uso de combustible en vehículos, con la finalidad de minimizar la contaminación?

Nunca 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Siempre

7. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Nunca y 5 es Siempre ¿en la empresa se separa la basura (desechos sólidos)? (En caso de que no aplique algún tipo de residuo, dejar en blanco el espacio).

Nada	Vegetales	Cárnicos	Lácteos	Aceite	Cartón	Vidrio	Latas de Aluminio	Envases de Tetrapac	Pet	Envases de Yoghurt
1										
2										
3										
4										
5										

Mucho

8. En su opinión, ¿Cuál de las siguientes características considera es la principal con la que debe contar un producto de consumo para que contribuya a la sustentabilidad (Si considera existe alguna más primordial puede seleccionar la opción otro y anotar la característica)?

- a) Hecho de materiales reciclados
- b) Emplea recursos renovables
- c) Es biodegradable al 100%
- d) Fue creado con mano de obra bien remunerada
- e) Otro: _____

9. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Poco y 5 es Mucho ¿Qué tanto se promueven medidas de ahorro de agua en la empresa?

Poco 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Mucho

10. ¿Con qué frecuencia se imprime en papel en la empresa?

- a) A diario
- b) De 2 a 3 veces por semana
- c) Ocasionalmente a la semana
- d) Muy rara vez

11. ¿Cuánto papel usa la empresa a la semana?

- a) 1 – 20 hojas b) 21 – 50 hojas c) 51– 100 hojas d) 101 a 500 hojas e) Más de 500 hojas

SECCIÓN II. RESPONSABILIDAD SOCIAL

De los siguientes enunciados, seleccione con una X en el recuadro, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con que se presenten dichas situaciones en la empresa?

Pregunta	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de Acuerdo
12. Los empleados en la empresa reciben el salario suficiente para mantener una buena calidad de vida.					
13. La empresa apoya a los empleados que quieran seguir estudiando.					
14. La empresa ofrece diversas oportunidades para que los empleados desarrollen sus habilidades					
15. La empresa ofrece igualdad de oportunidades a todos los empleados.					
16. Uno de los principales principios de la empresa es proporcionar productos de alta calidad a sus clientes.					
17. La empresa proporciona información completa y exacta sobre sus productos.					
18. La empresa respeta los derechos de los clientes y responde a sus reclamaciones.					
19. La empresa contribuye a campañas y proyectos que fomentan el bienestar de la sociedad.					
20. La empresa se esfuerza por crear oportunidades de empleo.					
21. La empresa participa en actividades relacionadas con el apoyo al medio ambiente.					
22. La empresa siempre paga sus impuestos de manera regular y continua					
23. La empresa cumple con las normas legales completa y prontamente.					

SECCIÓN III. EMPRENDIMIENTO

24. Desde su punto de vista, ¿qué es emprendimiento?

25. Desde su punto de vista, ¿Cuál considera el factor principal que lo motivaría o motivó a emprender?

- a) Satisfacer alguna necesidad de la sociedad b) Obtener mejores ingresos c) Generar fuentes de empleo d) Cumplir con un sueño o meta personal
- e) Construir un negocio familiar f) Otro: _____

26. De acuerdo con su criterio, ¿Qué tanto considera que se promueve la innovación en la empresa?

- a) Mucho b) Bastante c) Algo d) Muy poco e) Nada

27. Con base en su punto de vista, ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente afirmación “la empresa cuentan con algún elemento distintivo o competitivo al resto de su competencia”?

- a) Muy en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Muy de acuerdo

¿Con qué frecuencia de acuerdo con su perspectiva usted ha implementado estrategias considerando las siguientes competencias relacionadas al emprendimiento?

Competencia estratégica	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
28. Búsqueda de oportunidades					
29. Capacidad para asumir riesgos calculados					
30. Autoconfianza y autoeficiencia (Autonomía)					
31. Conformación de Redes					
32. Trabajo en Equipo					

33. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Poco y 5 es Mucho, desde su perspectiva, ¿qué tanto considera que el número de emprendimientos o nuevos negocios ha incrementado en el sector?

Poco 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Mucho

34. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Poco y 5 es Mucho, desde su perspectiva, ¿Qué tanto ha disminuido en el sector los negocios que llevan más de seis años en el mercado?

Poco 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Mucho

35. Desde su punto de vista, ¿Cómo considera el impacto del programa de emprendimiento por parte de las instituciones de educación superior a nivel regional?

- a) Muy bueno b) Bueno c) Ni bueno ni malo d) Malo e) Muy malo

36. Desde su punto de vista, ¿Cómo considera el impacto del programa de emprendimiento por parte del gobierno a nivel regional?

- a) Muy bueno b) Bueno c) Ni bueno ni malo d) Malo e) Muy malo

37. ¿Qué cree que podría hacer el Gobierno para promover el emprendimiento?

- a) Brindar más créditos o apoyos a emprendedores b) Aumentar la transparencia de los programas de emprendimiento con los que cuenta c) Impulsar la formación y orientación d) Otros: _____

38. ¿Qué cree que podrían hacer las instituciones universitarias para promover el emprendimiento?

- a) Incrementar el alcance de sus programas de emprendimiento b) Contar con una infraestructura tecnológica para uso de los emprendedores c) Impulsar la formación y orientación d) Impulsar y promocionar redes de conocimiento. e) Otros: _____

39. Seleccione las instituciones que conozca o haya oído hablar de sus modelos y/o promoción de emprendimiento en la ciudad.

- a) Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) b) Universidad Tecnológica Metropolitana (UTM) c) Instituto Tecnológico de Mérida (ITMérida) d) Instituto Yucateco de Emprendimiento e) Programas de la Secretaría de fomento económico f) No conozco ninguno g) Otros: _____

40. Desde su criterio, ¿Qué tan de acuerdo está con que los modelos de emprendimiento deben de apoyar en la formación de nuevos negocios con una perspectiva o visión sustentable?

- a) Muy en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Muy de acuerdo

41. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Poco y 5 es Mucho, desde su perspectiva, ¿Qué tanto considera usted que sus habilidades y capacidades de liderazgo le servirían para emprender algún negocio en el sector restaurantero desde la sustentabilidad?

Poco 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Mucho

42. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Poco y 5 es Mucho, desde su perspectiva, ¿Qué tanto considera usted que conocer sus fortalezas le permitirán emprender exitosamente algún negocio en el sector restaurantero con visión sustentable?

Poco 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Mucho

43. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Poco y 5 es Mucho, desde su perspectiva, ¿Qué tanto considera usted que conocer sus debilidades le permitirán emprender exitosamente algún negocio en el sector restaurantero con visión sustentable?

Poco 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Mucho

44. En una escala del 1 al 5, donde 1 es Poco y 5 es Mucho, desde su perspectiva, ¿Qué tanto considera usted que conocer casos de éxito sobre emprendimientos le permitirán emprender exitosamente algún negocio en el sector restaurantero con orientación de sustentabilidad?

Poco 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () Mucho

45. De los siguientes enunciados, seleccione con una X en el recuadro, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con que se tengan en cuenta dichos aspectos a la hora de emprender en el sector restaurantero?

Pregunta	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de Acuerdo
46. Conocer cómo los negocios deben transitar hacia una nueva economía.					
47. Identificar cómo transitar hacia nuevos esquemas de negocios socioambientales.					
48. Identificar cómo crear alianzas con productores locales.					
49. Participar en certificaciones como comercio justo y de responsabilidad social.					

¡ Muchas gracias por su participación y su tiempo !

Fuente: (Elaboración propia, 2022).