

IV CONGRESO INTERNACIONAL ICSB MÉXICO

TRANSFORMACIÓN, INTEGRACIÓN E INNOVACIÓN



**Emprendedor Sustentable:
sensibilizar y educar en consumo y
estilo de vida sustentables**



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



OBJETIVO 12

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

El consumo y la producción sostenibles consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la eficiencia energética, infraestructuras sostenibles y facilitar el acceso a los servicios básicos, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos.

En cifras

1.3 mil millones

Cada año se desperdician 1.300 millones de toneladas de alimentos, mientras casi 2.000 millones de personas padecen hambre o desnutrición

22%

El sector alimentario representa alrededor del 22% de las emisiones totales de gases de efecto invernadero, en gran medida debido a la conversión de bosques en tierras de cultivo

2 mil millones

A nivel mundial, 2 mil millones de personas tienen sobrepeso u obesidad

3%

Solo el 3% del agua del mundo es potable y los humanos la consumen más rápido de lo que la naturaleza demora en reponerla

US\$ 120 mil millones

Si todas las personas utilizaran bombillas de bajo consumo, el mundo ahorraría US\$ 120 mil millones anuales

20%

Una quinta parte del consumo global de energía en 2013 provino de fuentes renovables



Meta Objetivo 12

- “hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida” (ONU, 2016, pp. 31).

¿Quiénes?

- Empresas
- Consumidores
- Formulación de políticas públicas
- Investigadores
- Medios de comunicación
- Academia
- Instituciones de cooperación para el desarrollo
- Consumidores

Consumidores

- Mediante la sensibilización y la educación sobre el consumo y los modos de vida sustentables, facilitándoles información adecuada a través de normas y etiquetas, y participando en la contratación pública sustentable

¿De qué manera las empresas sustentables logran sensibilizar y educar a sus clientes sobre consumo y estilo de vida sustentable?

Objetivo: conocer de qué forma las empresas sustentables del sector gastronómico de Ensenada, Baja California, logran sensibilizar y educar a sus clientes sobre consumo y estilo de vida sustentable a través de su modelo de negocio.

Poseer un espíritu empresarial sustentable

- La toma de decisiones gire en torno al desarrollo sustentable
- Desarrollo sustentable, social, económico y ambiental
- Aprovechar los recursos naturales
- Uso más responsable y eficiente de la energía, de diferentes insumos necesarios para la producción
- Sensibilizar y educar a la comunidad en los temas del cuidado del medio ambiente

Desarrollo de la empresa sustentable

- Inicia con la búsqueda de una oportunidad de negocio con objetivos ambientales, sociales y económicos

Determinantes:

- el aprendizaje
- las acciones de los emprendedores
- el papel desempeñado en el contexto de la integración social.

Objeto de estudio: empresas sustentables en Ensenada

- ✓ 460,000 habitantes
- ✓ segundo puerto más importante del país, marítima de más de 68 puertos en 28 países
- ✓ lugar ideal para la pesca y la maricultura
- ✓ produce el 90% del vino de México con más de 100 bodegas para mercados regionales e internacionales
- ✓ 77% del área total del municipio se dedica al desarrollo agrícola para explotar una amplia gama de cultivos, emplea al 16,27% de la PEA
- ✓ En 2015, Naciones Unidas nombró a Ensenada la primera ciudad mexicana en ser miembro de su Red de Ciudades Creativas
- ✓ La ciudad se centra en fomentar sistemas alimentarios sostenibles e innovadores a través de investigación científica avanzada y programas urbanos, como la iniciativa Jardines Verticales Urbanos, destinada a aliviar los problemas locales de seguridad alimentaria mediante la sensibilización sobre métodos de cultivo respetuosos con el medio ambiente y cultivos locales.

Metodología

- Cuestionario: información del emprendedor y la empresa, incluyendo su perfil profesional.
- Las siguiente tres secciones se desarrollaron a partir de los hallazgos en el estado del arte: i) oportunidades, ii) acciones sustentables y iii) sensibilizar y educar a la comunidad.
- Entrevistas a profundidad con un promedio de duración de 50 minutos en el mes de diciembre de 2018.
- Una vez obtenidos los datos se transcribieron las entrevistas y se utilizó el software Atlas.ti, para codificar la información de acuerdo a tres categorías apriorísticas

Tabla 1

Categorías apriorísticas

Categoría	Indicador	Marco Teórico
Descubrimiento de oportunidad	Contexto social, incluye políticas de gobierno	Shepherd y Patzelt (2011) Kuckertz y Wagner (2010) Pacheco, Dean y Payne (2010)
	Aprendizaje	Muñoz y Dimmov (2015)
Modelo de Negocio	Proceso sustentable. Características del modelo de negocio. Acciones que realiza la empresa para incidir en el desarrollo económico, social y ambiental	Muñoz y Cohen (2018) Muñoz y Dimmov (2015)
	Interacción con el contexto	Formas en las que se sensibiliza y educa a clientes en estilo de vida sustentable

Elaboración propia



A dark gray background featuring a network diagram. The diagram consists of several black circular nodes connected by thin, light gray lines, forming a complex web of interconnected points. The nodes are distributed across the left and center portions of the frame, with lines extending towards the right side.

RESULTADOS PRELIMINARES

Tabla 2

Descripción empresas sustentables

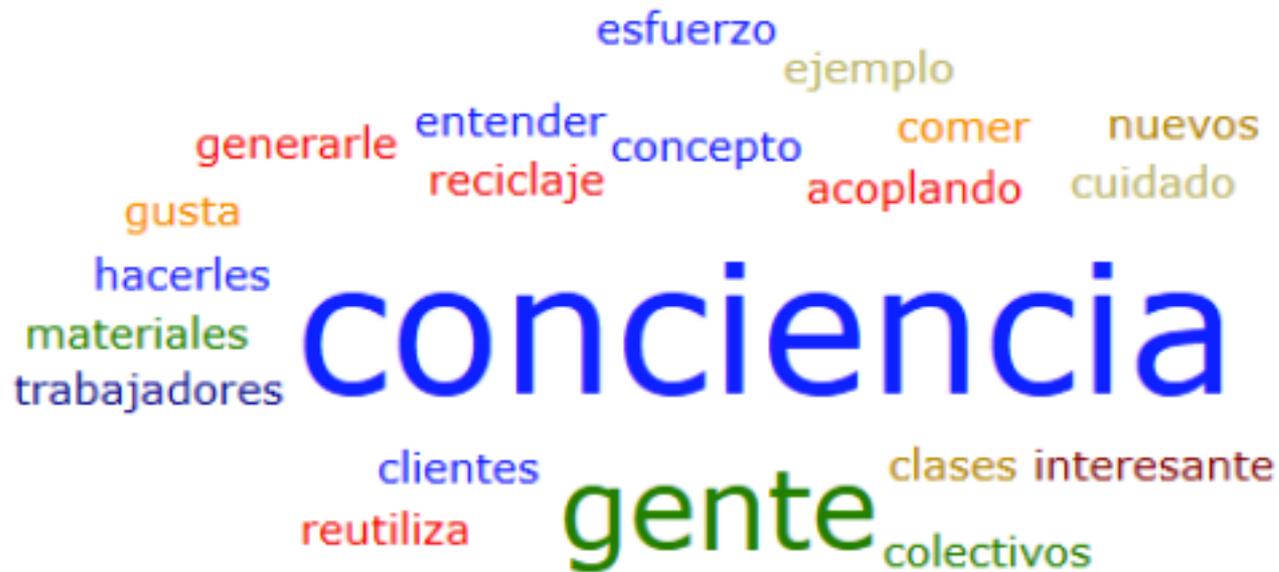
	Terra Noble	Cervecería Media Perra	Juice Bar Flor de Calabaza
Modelo de Negocio	Restaurante ofrece un menú elaborado con productos locales	Producción de cerveza artesanal y sala de degustación	Restaurante estilo deli y jugos naturales, venta de productos orgánicos locales como queso, huevo, mermeladas
Año de apertura	2011	2014	2012
Entrevistado	Edgar Romero, Propietario y Chef	Carolina Armijo y Lewis McAnally Propietarios	Angela Ferrer, Propietaria
Número de empleados	10	3	15
Sustentabilidad económica	Se han cumplido expectativas, crecimiento en clientes de 6/día a 100/día	Se han cumplido expectativas, han incrementado su producción en respuesta a su mercado, aumento en número de visitantes a su sala de degustación	Se han cumplido expectativas, crecimiento en ventas y empleados de 3 a 15. De un pequeño punto de venta a una tienda y comedor con una capacidad de 30 personas

Elaboración propia



Terra Noble

Interacción con el contexto



Cervecería Media Perra

Interacción con el contexto

intereses
póster oportunidad explicar explicamos
transmitirlo construcción escuchar
didácticos
maestros atractivo elemento



Flor de Calabaza

Interacción con el contexto



¡Gracias!

Dra. Sylvia Mónica Pérez Núñez.
Docente de Tiempo Completo.
CETYS Universidad, Campus Tijuana.
Escuela de Administración y Negocios.
Tel. +52 (664) 903-18-00 Ext. 349.
sylvia.perez@cetys.mx