

Prácticas de Sustentabilidad en Restaurantes de la Ciudad de Chilpancingo: Retos y Oportunidades

Dr. José Luis Susano García

Dra. Gabriela del Carmen Rivero Solana

Dra. Martha Adela Bonilla Gómez

Universidad Autónoma de Guerrero, Mexico

[Doi:10.19044/esj.2025.v21n7p14](https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n7p14)

Submitted: 06 August 2024

Accepted: 15 March 2025

Published: 31 March 2025

Copyright 2025 Author(s)

Under Creative Commons CC-BY 4.0

OPEN ACCESS

Cite As:

Susano García J.L., Rivero Solana G.C. & Bonilla Gómez M.A. (2025). *Prácticas de Sustentabilidad en Restaurantes de la Ciudad de Chilpancingo: Retos y Oportunidades*. European Scientific Journal, ESJ, 21 (7), 14. <https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n7p14>

Resumen

La industria restaurantera es sin duda una actividad importante para el desarrollo económico, por lo que su relación con la sustentabilidad debe ser un elemento necesario de analizar para desarrollar acciones en beneficio del medio ambiente, la organización y los consumidores. En el caso de la ciudad de Chilpancingo, no se han realizado estudios de la sustentabilidad y su relación con la industria restaurantera, por lo que es importante hacer los diagnósticos correspondientes, para obtener información importante. El objetivo de la investigación es conocer las prácticas en materia de sustentabilidad que los restaurantes de Chilpancingo realizan en tres categorías, gestión de residuos, menús y ahorro agua y energía. El tipo de investigación es cuantitativa, con enfoque exploratorio, para obtener la información se diseñó un cuestionario de opción múltiple, el cual fue aplicado a dueños y administradores de los diferentes establecimientos de alimentos como restaurantes, pozolerías y marisquerías, la aplicación del cuestionario fue de manera digital por medio de tableta y laptop, previa cita con el encuestado. Como resultados se tiene que: no existe una cultura sobre la sustentabilidad en los dueños, empresarios o administradores de los negocios de alimentos considerados en el estudio, aunque realizan acciones en materia sustentable estas no están alineadas a la filosofía organizacional o a la política empresarial. El mayor enfoque sustentable que realizan los restaurantes está ligado al consumo de energía, ahorro y uso de agua, mientras que las cuestiones de menús y alimentos

sustentables es poca la participación, así como en el caso de la gestión de los residuos.

Palabras clave: Restaurantes, sustentabilidad, estrategias

Sustainability Practices from Restaurants in Chilpancingo: Challenges and Opportunities

Dr. José Luis Susano García

Dra. Gabriela del Carmen Rivero Solana

Dra. Martha Adela Bonilla Gómez

Universidad Autónoma de Guerrero, Mexico

Abstract

The restaurant industry is without a doubt a significant activity for the development of the economy, which implies that its relationship with sustainability is an element that must be analyzed in order to develop strategies that would benefit the environment, the organization itself, and its consumers. In the particular case of Chilpancingo, studies regarding the relationship between sustainability and the restaurant industry have never been made, which makes it important to carry out the corresponding diagnosis in order to obtain pertinent information. This research aimed to recognize the practices regarding sustainability that restaurants in Chilpancingo carry out in three different categories: waste management, menus, and water and electrical power saving. The research used a quantitative approach with an exploratory focus; in order to obtain the data, a multiple-choice survey was designed and administered to restaurant owners and managers from different food-related businesses, such as regular restaurants, pozole restaurants, and seafood restaurants. This survey was administered digitally through tablets and laptops during previously scheduled appointments with the respondents. The results demonstrated that there is no acquaintance with sustainability from the owners, businesspeople, or managers who took part in this research; despite the fact that they carry out activities related to sustainability, these practices are not based on organizational philosophies or corporate policies. The most relevant focus related to sustainability carried out by restaurateurs is in regards to energy consumption and the use and saving of water, while matters related to menus and sustainable food are visibly disregarded, as well as the disposal of wastes.

Keywords: Restaurants, sustainability, strategies

Introduction

En la actualidad todas las organizaciones de cualquier tipo y tamaño deben de abordar las necesidades y situaciones que a nivel local y mundial existen, ello con la finalidad de estar acorde a las tendencias, los cambios y exigencias de la sociedad, para dar satisfacción a las necesidades que los consumidores tienen.

De acuerdo a Fischer, (2017, p 13) el concepto de sustentabilidad es una tendencia de los gobiernos, los ciudadanos y las empresas, quienes están conscientes sobre la situación actual en el mundo, el impacto de la sustentabilidad abarca tres aspectos, social, ambiental y económico, por ello la importancia de aplicar este concepto a los restaurantes vistos estos como estructuras organizacionales.

Este estudio aborda desde una visión local, las prácticas, así como las oportunidades que se pueden desarrollar a partir de prácticas sustentables en los restaurantes de la ciudad de Chilpancingo, México, dado que no se han hecho estudios relacionado a ello, así como los posibles beneficios económicos o comerciales que se pueden derivar de estas prácticas importantes en la actualidad.

De acuerdo a datos del INEGI (2024) en Chilpancingo existen un total de 182 establecimientos catalogados como restaurantes de diferentes categorías y especialidades, lo que significa un número importante de empresas dedicadas a la industria restaurantera, por ello se debe identificar la relación con la mercadotecnia a partir del desarrollo de productos, servicios, necesidades de los consumidores, tendencias de consumo y la comunicación comercial de la sustentabilidad.

Desde el contexto económico la ciudad de Chilpancingo es la segunda ciudad en importancia en el estado de Guerrero, en ella se desarrollan diversas actividades como el comercio, las actividades gubernamentales y servicios, los cuales propician la actividad restaurantera que dan servicio diversos segmentos de mercados como son los habitantes y visitantes de la ciudad.

Hay factores externos que han obligado a las empresas a reformular sus estrategias empresariales, a fin de estar acorde a las tendencias del mercado, caso concreto es la pandemia de 2019, Alsetoohy et al., 2021; Mohammed, 2022; State & Popescu, 2022, mencionan que desde el COVID-19 se han desarrollado cambios en los hábitos y prácticas alimentarias, adoptando alimentos locales y prácticas ligadas a la sustentabilidad. Lo anterior es una oportunidad de la industria restaurantera local para desarrollar estrategias de mercado para atender las necesidades del mercado, las tendencias en materia sustentabilidad para ser más competitivos.

La sustentabilidad también está asociada a las formas de hacer Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a nivel local se tienen algunos datos significativos de estudios en restaurantes, Susano, et al (2020), dicen que

en restaurantes de Chilpancingo se desconocen algunas acciones relacionadas con lo sustentable, lo ambiental, y la relación con el marketing como una estrategia de negocio. En este sentido Vargas (2017), dice que los consumidores conciben a la RS en las empresas como una manera estratégica para desarrollar productos y acciones que incidan en el mejoramiento competitivo y el posicionamiento empresarial.

Por ello resulta importante conocer las acciones en materia de sustentabilidad que los restaurantes de la ciudad de Chilpancingo realizan, desde aspectos como productos, ahorro de energía, reutilización de insumos, ahorro de agua, entre otros, como parte de sus estrategias competitivas para dar respuesta a las necesidades y exigencias sociales.

En México la Secretaría de Turismo (SECTUR), estableció un reconocimiento desde al año 2012 conocido como Distintivo S (Sustentabilidad), en el cual se reconoce a las buenas prácticas sustentables en el desarrollo de proyectos turísticos y la obligación de las empresas en materia de sustentabilidad, dentro del universo de empresas se encuentra la categoría de restaurantes, con ello se busca fortalecer el desempeño de las empresas con la incorporación de dos herramientas: un diagnóstico, así como un sistema de medición de energía, agua, residuos y carbono.

En el caso de los restaurantes de la ciudad de Chilpancingo en la actualidad ninguno de los restaurantes cuenta con el reconocimiento de dicho distintivo, por lo que resulta importante identificar los motivos o factores del porqué no se cuenta con este reconocimiento y en un futuro incidir en la gestión de dicho reconocimiento.

Para este trabajo, el objetivo es conocer las prácticas en materia de sustentabilidad que los restaurantes de Chilpancingo realizan, así como la posibilidad de generar estrategias de mercadotecnia a través de la sustentabilidad.

Alvarenga, (2023), menciona que se debe generar una cultura alimentaria y gastronómica (gourmetización) en la región, dado las tendencias gastronómicas, los nuevos nichos de mercados y las exigencias sociales. En este sentido dada la riqueza gastronómica de la ciudad, se han identificado establecimientos de comida de diferentes tipos y categorías como es el caso de las pozolerías, las cuales son típicas en el estado de Guerrero y en particular Chilpancingo, así como las marisquerías las cuales han tenido mucho auge en los últimos años, debido a las exigencias del mercado y la cercanía con las costas, así como restaurantes temáticos de comida regional.

La sustentabilidad y prácticas sustentables en los restaurantes

De acuerdo a De Niz, et al (2023), los restaurantes deben tomar decisiones que pueden contribuir positiva o de manera negativa a la

sustentabilidad ambiental, como es el caso de la selección de ingredientes y su origen hasta la gestión de residuos y consumo de energía.

Por otra parte, Adams (2008) considera que los restaurantes no solo se limitan en la satisfacción de necesidades alimenticias de sus consumidores, también tienen impacto significativo en los temas de la sustentabilidad ambiental.

Por ello, como mencionan Alsetoohy et al., (2021), la industria restaurantera debe tener un equilibrio entre la oferta y demanda de alimentos de calidad y la experiencia gastronómica, a través de la adopción de prácticas sustentables.

Existen aportaciones significativas que hablan sobre el tipo de acciones que los restaurantes deben realizar para poner en práctica la sustentabilidad en los establecimientos de negocios de comida, en este caso los restaurantes. En este sentido, De Niz, et al (2023) mencionan que son tres categorías: a) gestión de residuos, b) menús y alimentos sustentables c) eficiencia de recursos como agua y electricidad).

Gestión de Residuos

La generación de desechos son acciones que los restaurantes enfrentan día con día, en este sentido, de acuerdo a Martín-Ríos et al., (2022), la gestión de ellos debe ser una actividad que aminore el impacto ambiental por parte de los restaurantes a través de reducir, reutilizar y reciclar los residuos generados en sus operaciones diarias. Por ejemplo, Da Silva et al., (2022) y Teixeira et al., (2020) menciona que muchos restaurantes para evitar desperdicios ajustan las cantidades de alimentos de acuerdo a la demanda y realizan almacenamiento adecuado.

Por otra parte, Martín-Ríos et al., (2022) mencionan que una manera de contribuir a la sustentabilidad en los restaurantes es la donación del exceso de alimentos a instituciones que lo requieran, para ello se debe hacer una concientización y promoción entre su personal y los consumidores.

Con respecto al reciclaje como gestión de residuos, Baloglu et al., (2022) indican que los restaurantes deben de poner en prácticas acciones como separación de residuos clásicos y el uso de productos biodegradables o compostables y no renovables, como una nueva forma de contribuir a la sustentabilidad.

De Niz, Ángel y Nájera Areli (2023), propone seis acciones relacionadas con la gestión de residuos en restaurantes, las cuales son importantes para llevar a implementar la sustentabilidad, como son realización de compostas a partir de desechos de comida, uso correcto de aceite quemado, disminución de desperdicios orgánicos, reciclaje de residuos sólidos, concientización a los empleados sobre gestión de residuos y la evaluación de las prácticas de gestión de residuos.

Menús y Alimentos

En cuestión de la preparación los menús y alimentos como elementos tangibles existen propuestas y aportaciones relacionadas con la sustentabilidad. Remar et al., (2022) y Yoon et al., (2020), mencionan que los restaurantes deben de realizar prácticas relacionadas a la utilización en sus menús y alimentos producidos de manera naturales y orgánicos, para contribuir a los aspectos sustentables, así como información nutrimental para que los comensales tengan datos significativos y puedan tomar decisiones respecto a sus platillos.

En el caso de menús, además de las opciones saludables, existe la tendencia de demanda de nuevos productos de acuerdo a las necesidades y características de nuevos consumidores, como es el caso de platillos vegetarianos y veganos (Lamy et al., 2023; Niederle & Schubert, 2020). Para contribuir al fomento de productos saludables los restaurantes deben de evitar productos como frituras y alimentos procesados, para dar paso a los cocinados al vapor o al horno, lo que impacta en la sustentabilidad en el uso de aceite. Kaljonen et al., (2020).

Nigam & Kumari, (2018), enfatizan que se debe buscar una vinculación entre los productores locales y los restaurantes a fin de obtener de alimentos frescos y locales, lo que impacta en el menor uso de transporte y emisión de carbono.

Al consumir productos locales de acuerdo a De la Lama et al., (2020) y Camilleri, (2021), sin duda se apoya a los productores y se genera una sinergia económica, promoviendo la diversidad de sabores y productos de la región, además de aportar a los aspectos de sustentabilidad en los restaurantes. En cuestión de evitar desperdicios de alimentos en los restaurantes, Sakaguchi et al., (2017), mencionan que se deben de buscar estrategias como ofrecer diferentes tamaños de porciones, revisar lo que devuelven en los platos, evitar desperdiciar al hacer la producción, entre otras

De Niz, Ángel y Nájera Areli (2023), proponen seis acciones relacionadas con los menús y los alimentos: abastecimiento de hierbas y vegetales a través de jardines propios, no uso de fertilizantes químicos en jardines, presentación de información nutrimental de alimentos, opciones de menús y cocciones saludables, uso de productos orgánicos, naturales locales y porciones en platillos reducidas.

Eficiencia de recursos de electricidad y agua

Este tercer aspecto está relacionado con elementos como recursos naturales y energéticos, que impactan en el consumo de energía, agua y otros recursos, reduciendo el impacto ambiental de los restaurantes.

De acuerdo a Justa Energía (s.f). menciona que el sector de restaurantes muy heterogéneo por la diversidad de sus servicios, tamaños y tipología de los

edificios que albergan su actividad, los restaurantes tienen como principal fuente de energía la electricidad frente al gas natural u otros combustibles, siendo el equipamiento de cocinas el mayor consumidor de energía.

Los restaurantes deben de optimizar el uso del agua a través de instalaciones que permitan el tener un bajo flujo de agua en llaves de agua y sistemas de riego, realizar de manera constante la revisión de las instalaciones de agua, para dar mantenimiento y reparación a las fugas, con ello se contribuye a la concienciación de los recursos humanos respecto a la necesidad e importancia del uso del agua de forma responsable. Maynard et al., (2021).

Con respecto al ahorro de energía eléctrica, Baloglu et al., (2022) mencionan que se debe promover en los restaurantes acciones que permitan la reducción de energía eléctrica mediante uso de electrodomésticos ahorradores de energía, como hornos, refrigeradores y lavavajillas y utilización de iluminación LED en el establecimiento.

En este aspecto, Vaughn, et al., (2016), consideran la importancia de establecer acciones de ahorro de energía y agua; para ello se debe de hacer un diagnóstico del establecimiento de acuerdo a la función de su entorno, como acceso a tecnologías, capacitación y economía.

Finalmente, De Niz, et al., (2023), proponen tres acciones relacionadas con la eficiencia de recursos como agua y electricidad: uso y reciclaje de aguas residuales para jardinería, establecimiento de metas sobre el uso de agua residual y la eficiencia de electrodomésticos ahorradores de energía.

El consumidor sustentable

Desde el ámbito de la mercadotecnia se pueden clasificar o segmentar a consumidores de acuerdo a diferentes variables, categorías e indicadores a fin de tener un perfil y características, homogéneas o heterogéneas de los diferentes mercados. Susano, (2018).

De acuerdo a Hughner et al. (2007) los consumidores presentan características o motivaciones relacionados a los aspectos ambientales tiene relación con la preferencia por productos ecológicos, cuidado de la salud, la preocupación por el medio ambiente, el bienestar animal, la seguridad ambiental, apoyo a la economía local y la cocina tradicional.

Así en la actualidad, existe ya una conciencia acerca de los diferentes problemas ambientales en el mundo, en donde los consumidores requieren saber acerca del origen de los alimentos que consumen y las formas en las que se preparan los mismos, ello con la finalidad de evaluar y evitar un menor impacto en el medio ambiente, State & Popescu, (2022).

Por ejemplo, Fraj y Martínez (2006), explican que existen consumidores ecológicos, los cuales tienen estilos de vida con una conciencia ambiental, realizan acciones como el reciclaje, la selección de productos no contaminantes, participan en la protección del medio ambiente, se interesan

en empresas que realizan acciones medioambientales y que tengan productos que den experiencia ecológica a sus consumidores. En este sentido los millennials buscan establecimientos alimenticios como restaurantes que realicen acciones de responsabilidad ambiental y social, a través de información mediante redes sociales, ello debido a que estas características sustentables son parte de su estilo de vida y valores. Oke et al. (2023).

Atzori et al., (2018), indican que los consumidores y en especial las nuevas generaciones, exigen transparencia en la toda la cadena alimentaria (procesos de producción, transporte y distribución, procesos de cocción y preparación) a fin de conocer el impacto ambiental de los alimentos que consumen.

Por lo tanto, es importante para los restaurantes promover practicas más sustentables reflejadas en producir y preparar alimentos a fin de fomentar la adopción de decisiones informadas que beneficien tanto a la salud del planeta, como al bienestar de los consumidores. De Niz, et al. (2022).

En vista que la preocupación por el medio ambiente de los consumidores aumenta y sus decisiones son en torno a una conciencia más ecológica, la industria de restaurantes ha empezado a invertir y desarrollar productos y un mejor servicio en camino a lo ecológico aplicando nuevas prácticas, Cortez & Ospina, (2021).

Beneficios de la sustentabilidad en restaurantes

Riestra, J. (2018) menciona que la sustentabilidad tiene impactos en tres dimensiones: el aspecto social, el ámbito ambiental y la económica, esta última busca el impacto en el sector y el desarrollo económico, como procesos de producción limpios y eficientes, la generación de valor agregado a materias primas y la satisfacción de los consumidores. En este sentido la realización de actividades relacionadas con la sustentabilidad ambiental en los restaurantes, sin duda traerá beneficios económicos a dichos establecimiento de alimentos. (Kim & Hall, 2020).

En el caso de la relación entre lo sustentable y los beneficios para los restaurantes que practiquen estas acciones, Namkung & Jang (2013) comentan que deben de procurar estrategias de marketing verde, dichas acciones impactan en beneficios dentro del establecimiento, como una forma de cimentar buenos negocios y buenas acciones para el planeta

De Niz, et al., (2022), considera que los restaurantes tienen que desarrollar acciones relacionadas con la sustentabilidad y en especial del aspecto ambiental, ligadas a una visión y política empresarial y de negocio, contribuyendo de manera efectiva al tema sustentable.

Un ejemplo de beneficio económico a partir de las prácticas sustentables en los restaurantes es la que De Niz, et al., (2022) mencionan como la reducción de costos operativos, la adopción de ingredientes,

productos locales de temporada, se establecen relaciones con proveedores y se desarrolla la economía local.

Otro beneficio relacionado con la práctica de la sustentabilidad en los restaurantes es la que mencionan Iraldo et al., (2017) y Montesdeoca et al., (2020), que es la generación de una ventaja competitiva, ello a través de la identificación de segmentos de mercados específicos, la gestión de la lealtad y un mejor posicionamiento de la marca (restaurante).

Así, al asumir los restaurantes esta responsabilidad de acuerdo a Higgins & Wijesinghe, (2019), además de cumplir con las expectativas de los consumidores, también son un referente que aporta a la sociedad en prácticas de sustentabilidad para un mejor futuro con equilibrio y respeto medioambiental. Por ello el impacto puede ser la generación de una ventaja competitiva y diferenciación, que incidirá la atracción de nuevos clientes y el fortalecimiento de los existentes, Atzori et al., (2018).

Las acciones de sustentabilidad que los restaurantes realizan son sin duda valoradas por los consumidores, lo que se refleja en la preferencia de los restaurantes sustentables, en una mayor preferencia en el consumo, lealtad y mayor disponibilidad del pago de productos y servicios sustentables, Kwok et al., (2016).

Lee et al., (2020), consideran que los restaurantes al comunicar y educar a sus clientes sobre las prácticas sustentables, generarán impactos positivos sobre todo en la compra y consumo, así como la promoción sobre la importancia de la sustentabilidad en la cadena alimentaria.

Metodología

El trabajo se centra en una investigación cuantitativa, con un enfoque de tipo exploratorio, ello debido a que no se han hecho investigaciones de este tipo en los establecimientos de alimentos en la ciudad de Chilpancingo, por lo que es un estudio de tipo local.

Desde la perspectiva cuantitativa se pretende cuantificar las acciones en materia de sustentabilidad que los restaurantes de la ciudad de Chilpancingo realizan, ello con la finalidad de tener datos numéricos sobre las prácticas de gestión de residuos, menús y alimentos, consumo y ahorro de energía.

Para la determinación del universo, se recurrió a la base de datos denominada DENUÉ Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, del INEGI, ello con la finalidad de obtener los datos precisos sobre el universo de establecimientos de alimentos en la categoría de restaurantes, como se menciona en la tabla 1.

Tabla 1. Total de establecimientos de comida en Chilpancingo

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD
Restaurantes	130
Pozolerías	27
Marisquerías	25
TOTAL	182

Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI (2024)

Se determinó determinar la muestra no probabilística y por conveniencia ello debido a que se conocen quienes son los dueños y administradores de los restaurantes, la facilidad de acceso a los establecimientos fue otra determinante, tamaño del negocio considerando una PYME, lo anterior debido a que se ha trabajado con anterioridad con estudiantes realizando Prácticas Profesionales, por lo que existe una relación de vinculación. Para ello se establecieron los contactos para la realización de las entrevistas, previa cita, acordando tiempos, momentos y forma.

Sin embargo, con la finalidad de abarcar todos los segmentos de establecimientos de comida en la categoría de restaurantes se hizo una distribución considerando el total de los establecimientos y categorías, quedando como se indica en la tabla 2.

Tabla 2. Muestra por tipo de establecimiento y categoría

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	
Restaurantes	Alta cocina	5
	Familiar	15
	Cocina regional	10
	Pozolerías	10
	Marisquerías	10
TOTAL	50	

Fuente: Elaboración propia

Se determinaron tres categorías: Gestión de Residuos, Preparación de Menús y Alimentos; Consumo y Ahorro de Energía y 37 indicadores, de acuerdo a la tabla 3.

Tabla 3. Categoría e indicadores de sustentabilidad en restaurantes

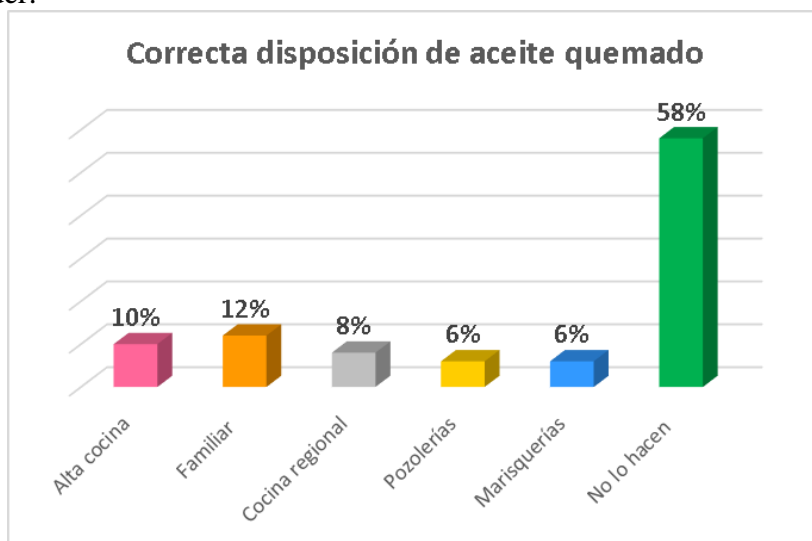
CATEGORÍA	INDICADORES
Gestión de Residuos	<ul style="list-style-type: none"> ● Uso correcto y destino del aceite de cocina quemado ● Disminución desperdicio de alimentos ● Elaboración de composta de residuos de comida ● Separación de basura ● Uso de contenedores por tipo de residuos
Preparación de Menús y Alimentos	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de nuevas recetas para rendir más los ingredientes. ● Menús acordes con existencias y que provoque la rotación de los productos, principalmente los frescos, para evitar una generación masiva de residuos ● Jardines o macetas para cultivo de hierbas y vegetales

Consumo y Ahorro de Energía	<ul style="list-style-type: none">● Uso de agua de lluvia para baños y jardines.● Cambio de sistema de iluminación.● Uso de sanitarios ahorradores de agua● Menús digitales en lugar de impresos
-----------------------------	---

Se aplicó una encuesta de opción múltiple a través de un formulario de Google Forms a dueños y administradores de los restaurantes, para ello se establecieron fechas y lugares para llevar a cabo la actividad, el cuestionario fue presencial a través de aparatos electrónicos como Tablet y Laptop.

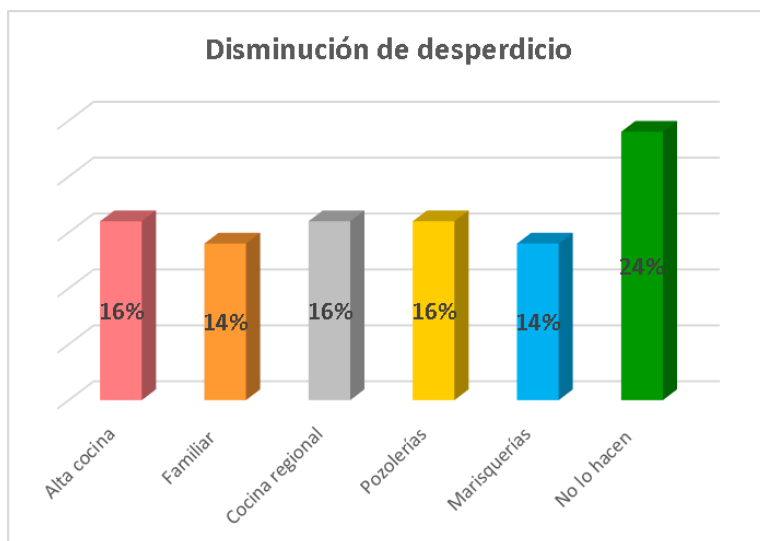
Resultados

Los resultados fueron abordados desde la estadística descriptiva a través de gráficas, con la finalidad de brindar al lector datos fáciles de entender.



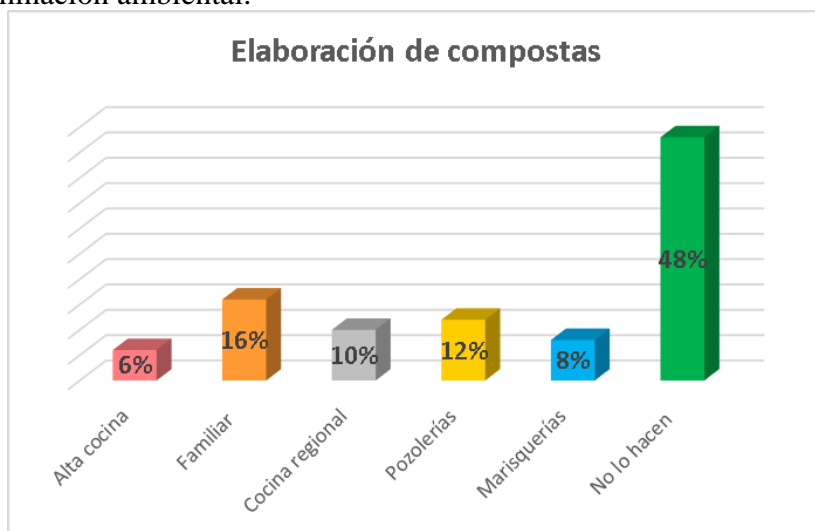
Gráfica 1.

Se evidencia que más de la mitad de los restaurantes de la ciudad de Chilpancingo, no realizan un uso y un adecuado tratamiento del aceite que utilizan en los diferentes establecimientos de comida, ello indica que no contribuyen hacia la sustentabilidad ambiental de la región, contribuyendo con residuos contaminantes, por lo que es necesario y urgente una atención en materia de uso y tratamiento de aceite quemado.



Gráfica 2.

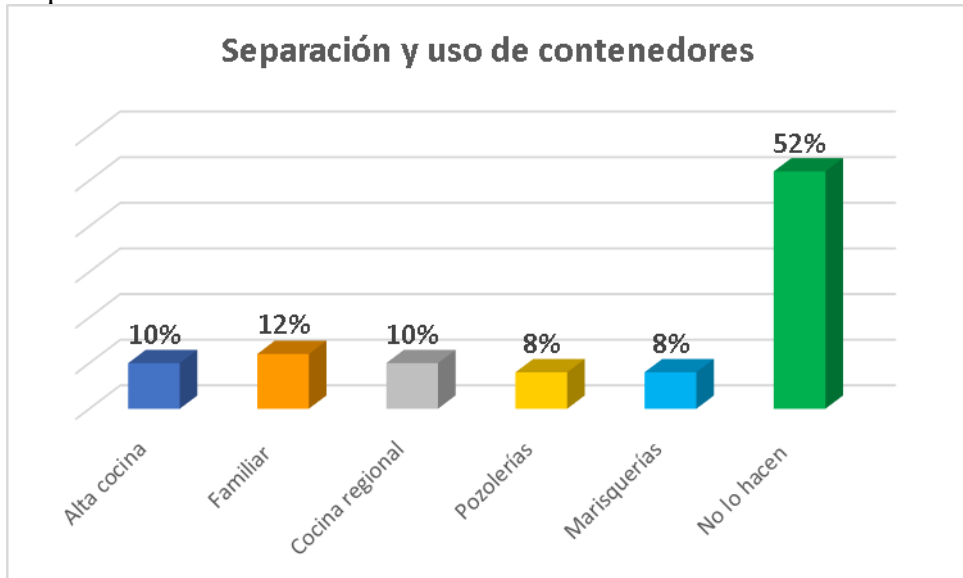
Con relación al tratamiento y disminución del desperdicio que se origina respecto a los alimentos y uso de materiales, también es notorio que los restaurantes no hagan esta actividad para la disminución del desperdicio, lo que incide en la generación de basura y por lo consiguiente en la contaminación ambiental.



Gráfica 3.

En el caso del uso de residuos o basura orgánica, muy pocos establecimientos de alimentos de la ciudad de Chilpancingo hacen un buen uso de ello, es decir no lo recicla para la elaboración de compostas, tampoco lo destinan para realizar abono orgánico. El 48% de los restaurantes de todas las

categorías no hace uso de los desechos orgánicos para la elaboración de composta.



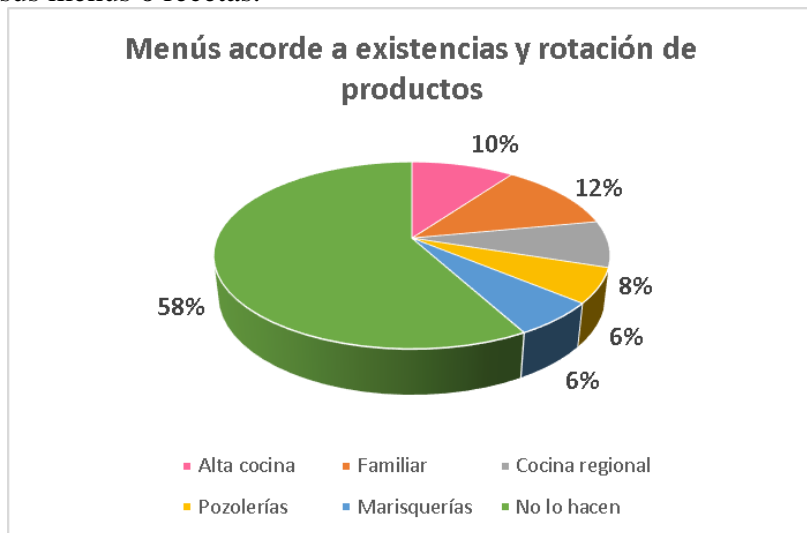
Gráfica 4.

La anterior información está relacionada con esta gráfica, la cual indica que el 52% de los restaurantes no hacen la separación de la basura ni hacen uso de contenedores por tipo de residuos como se indica en la reglamentación de los establecimientos de alimentos para el uso correcto de la basura o desechos, como son los contenedores de colores azul, verde, naranja, gris y amarillo.



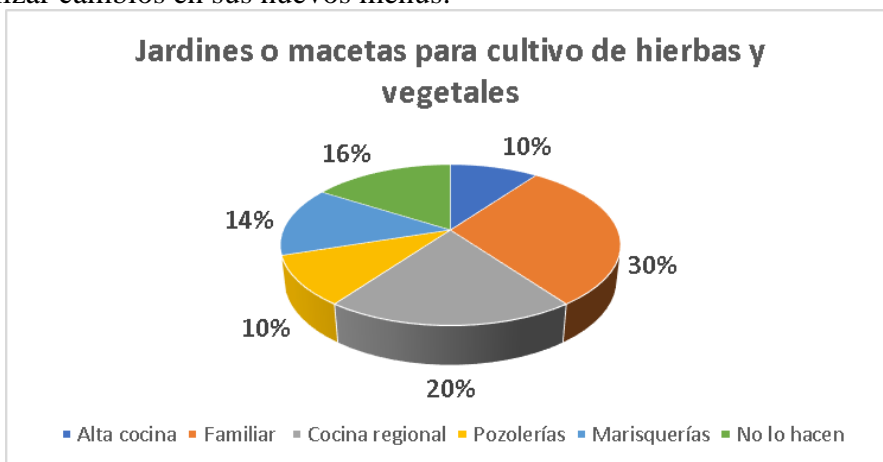
Gráfica 5.

Por otra parte, en materia de reutilización de alimentos, los restaurantes de este estudio si realizan alguna acción sustentable a fin de dar otro uso a las materias primas ejemplo de ello es la preparación de otras recetas a partir de ingredientes que les sobra o que no se han utilizado en platillos principalmente los restaurantes de cocina regional y de tipo familiar, en el caso de las marisquerías y pozolerías ya cuentan con platillos especiales y no pueden variar sus menús o recetas.



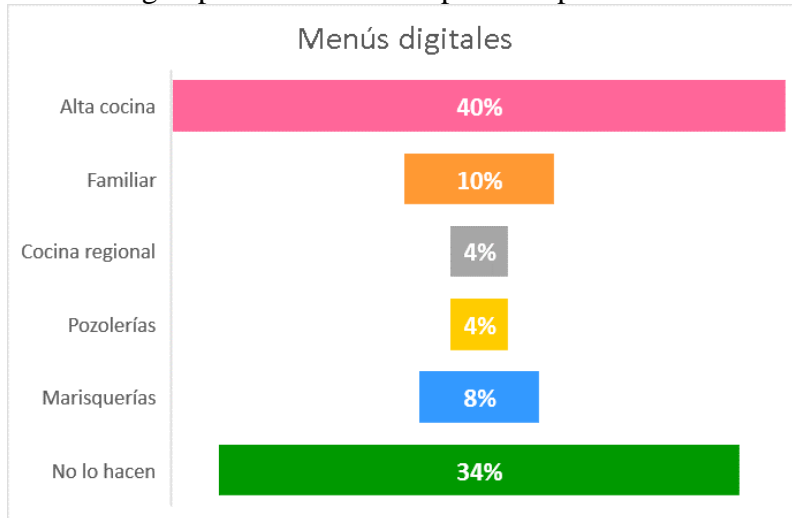
Gráfica 6.

Con respecto a la realización de nuevos platillo relacionados con la rotación de insumos y productos de stock, se indica en el estudio que el 58% de los establecimientos no experimentan nuevas propuestas culinarias para los consumidores, tienen menús definidos por lo que es un poco complicado realizar cambios en sus nuevos menús.



Gráfica 7.

Con respecto al uso de los desechos orgánicos para jardines o cultivo de hierbas o vegetales los restaurantes locales hacen poco uso de esta acción como parte de actividades de sustentabilidad, por lo que se evidencia que no existe una cultura del reciclaje, no realizan compostaje por lo que los desechos son vertidos sin algún proceso de descomposición previo.



Gráfica 8.

De acuerdo a las tendencias y exigencias del mercado que es la utilización de menús digitales, en la actualidad son pocos los establecimientos que hacen uso de ello, los datos arrojaron que solo los restaurantes de alta cocina tienen la disponibilidad de este tipo de estrategia sustentable, con un 40% de participación.

Finalmente, el 100% de los establecimientos de alimentos considerados en el estudio realizan estrategias de sustentabilidad relacionadas con el ahorro de energía y consumo de agua, indicaron que utilizan el agua de la lluvia y la almacenan para el riego de plantas y jardines, cuentan baños ahorradores de agua y en el caso de la luz eléctrica, todos utilizan bombillas LED, así como sistemas de iluminación por ventanas.

Conclusiones

La sustentabilidad es un tema transversal que impacta en diferentes áreas desde lo social, ambiental, político, cultural y económico, por lo que las organizaciones de todo tipo, estructura y tamaño la deben abordar en sus políticas y objetivos organizacionales.

En este caso, los restaurantes de Chilpancingo deben adoptar acciones que vayan ligadas a la tendencia y nuevas formas de organización desde el aspecto de la sustentabilidad, las cuales deben estar plasmadas en la

filosofía organizacional de la empresa, a fin de contribuir con el logro de los ODS.

En el caso de los restaurantes de la ciudad de Chilpancingo, tiene un reto y oportunidad para implementar estrategias y acciones ligadas a lo sustentable, no solo en la parte ambiental, también en lo organizacional y el establecimiento de una cultura de la sustentabilidad, que esté ligada a los objetivos y filosofía organizacional.

Es importante que desde lo local se hagan acciones que contribuyan al desarrollo sustentable como lo indican los ODS y así mejorar las condiciones en nuestro planeta, la participación de los restaurantes es sin duda muy importante para generar cultura de la sustentabilidad.

Desde la perspectiva de la industria restaurantera en la ciudad de Chilpancingo, hace falta una capacitación en materia de sustentabilidad, mostrar a los empresarios sobre la importancia de la sustentabilidad y cómo esta puede generar una retribución económica al negocio, a través de acciones pertinentes.

Se reconoce que existen acciones y prácticas en materia de sustentabilidad por parte de los restauranteros, sin embargo, hace falta mejorarlas y abordar más aspectos de la sustentabilidad, de tal manera que estas sean más integrales y abarquen diversas áreas de la industria.

Los retos a los que la industria restaurantera local se enfrentan son significativos, sin embargo, se deben de afrontar para lograr una mejor competitividad en los restaurantes y con ello se pueda responder a las necesidades y exigencia de la sociedad en materia de sustentabilidad.

Conflicto de intereses: Los autores no declararon ningún conflicto de intereses.

Disponibilidad de los datos: Todos los datos están incluidos en el contenido del artículo.

Declaración de financiación: Los autores no obtuvieron financiación para esta investigación.

References:

1. Adams, B. (2008). Desarrollo verde: medio ambiente y sostenibilidad en un mundo en desarrollo (3.^a ed.). *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9780203929711>
2. Alsetoohy O, Ayoun B, Abou-Kamar M. (2021). La pandemia de COVID-19 es una llamada de atención para las cadenas de suministro de alimentos locales sostenibles: evidencia de los restaurantes

- ecológicos en los EE. UU. *Sostenibilidad*; 13(16), 1-23.
<https://doi.org/10.3390/su13169234>
3. Atzori, R., Shapoval, V., & Murphy, K. S. (2018). Medición de las percepciones de los consumidores de la Generación Y sobre las prácticas ecológicas en Starbucks: un análisis del IPA. *Revista de Investigación Empresarial de Servicios Alimentarios*, 21(1), 1-21.
<https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1229090>
 4. Baloglu, S., Raab, C. y Malek, K. (2020). Motivaciones organizacionales para prácticas ecológicas en restaurantes informales. *Revista internacional de administración hotelera y turística*, 23 (2), 269–288. <https://doi.org/10.1080/15256480.2020.1746216>
 5. Camilleri, M. A. (2021). Producción y consumo sostenible de alimentos. Políticas de economía circular y prácticas de gestión de residuos en ciudades turísticas. *Sostenibilidad*, 13(17), 1-13
<https://doi.org/10.3390/su13179986>
 6. Cortés, M y Ospina, M. (2021). Impacto de las prácticas verdes en los restaurantes de Bogotá sobre la percepción de marca y la lealtad del consumidor.
[https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4329/ADM_1020833990_2021_2 .pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4329/ADM_1020833990_2021_2.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
 7. Da Silva, D. J. C., Johann, D. A., Schaefer, J. L., de Fátima Nunes, A., Pozzer, R. H. P., & Polacinski, E. (2022). Evaluación de alternativas sustentables para restaurantes utilizando el método TOPSIS. *Revista Internacional de Excelencia Empresarial*, 28(4), 544- 566.
<https://doi.org/10.1504/ijbex.2022.127498>
 8. De la Lama, R. L., de la Puente, S., & Valdés-Velásquez, A. (2020) Devolver a la mesa productos del mar sostenibles: explorar los conocimientos, actitudes y prácticas de los chefs en Perú. *Oryx*, 54(4), 520-528. <https://doi.org/10.1017/S0030605318000273>
 9. De Niz, Ángel y Nájera Areli (2022). La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades. *Suma de Negocios*, 14(31), 164-172.
<https://doi.org/10.14349/sumneg/2023.V14.N31.A8>
 10. Fischer, L (Coord.) (2017). *Mercadotecnia sustentable y su aplicación en México y Latinoamérica*. Edit. Publicaciones Empresariales UNAM.
 11. Fraj, E. y Martínez, E. (2006). El comportamiento ecológico del consumidor: un análisis empírico. *Revista Internacional de Estudios de Consumo*. 31(1), 26-33.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1470-6431.2006.00565.x>

12. Higgins-Desbiolles, F., & Wijesinghe, G. (2019). Las capacidades críticas de los restaurantes como facilitadores de transformaciones hacia la sostenibilidad. *Revista de Turismo Sostenible*, 27 (7), 1080–1105. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1510410>
13. Hughner, R., McDonagh, P., Protero, A., Shultz, C y Stanton, J. (2007). ¿Quiénes son los consumidores de alimentos orgánicos? Una recopilación y revisión de por qué la gente compra alimentos orgánicos. *Revista de comportamiento del consumidor*, 6(2-3),94-110. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cb.210>
14. INEGI (2024). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Guerrero, Chilpancingo. Categoría Restaurantes. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
15. Iraldo, F., Testa, F., Lanzini, P., y Battaglia, M. (2017). Competitividad ecológica para hoteles y restaurantes. *Revista de desarrollo empresarial y de pequeñas empresas*, 24(3), 607-628. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2016-0211>
16. Justa Energía (s.f). Guía útil de ahorro energético para Horeca. <https://justaenergia.com/wp-content/uploads/2020/07/guia-util-ahorro-energetico-horeca.pdf>
17. Kim, M. J., y Hall, C. M. (2020) ¿Pueden las prácticas sostenibles en restauración mejorar la fidelidad de los clientes? El papel de la teoría del valor y las preocupaciones medioambientales. *Revista de Gestión Hotelera y Turística*, 43, 127-138. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677020301248?via%3Dihub>
18. Lee, M. J. (MJ), Kang, H., Choi, H., y Olds, D. (2020). Actitudes gerenciales hacia las prácticas ecológicas en las operaciones de restaurantes educativos: un análisis de importancia-desempeño. *Revista de educación hotelera y turística*, 32(3), 142-155. <https://doi.org/10.1080/10963758.2019.1655437>
19. Martin-Rios C, Demen Meier C, y Pasamar S. (2022). Soluciones sostenibles de gestión de residuos para la industria de servicios alimentarios: un estudio Delphi. *Gestión e investigación de residuos*; 40(9):1412-1423. <https://doi.org/10.1177/0734242X221079306>
20. Namkung, Y. y Jang, S. S. (2013) Efectos de las prácticas ecológicas de los restaurantes en la formación del valor de la marca: ¿Realmente importan las prácticas ecológicas? *International Revista de gestión hotelera*, 33, 85-95. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431912000928>
21. Nigam, A., & Kumari, S. (2018). Prácticas verdes para la sostenibilidad de las cadenas de restaurantes de comida rápida: una

- investigación empírica, *Gestión y Desarrollo Sostenible*. 14(6), 717-729. <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2018.097699>
22. Oke, A., McKenzie, K., Osobajo, O., y Lawani, A. (2023). Efectos de la disposición a pagar de los millennials sobre el comportamiento de compra en restaurantes éticos y socialmente responsables: análisis de mediación serial. *Revista internacional de gestión hotelera*, 113, 103507. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103507>
23. Remar, D., Sukhu, A., y Bilgihan, A. (2022). Los efectos de la conciencia ambiental y la información del menú en la percepción de la imagen del restaurante. *Revista de comida británica* 124(11), 3563-3581. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2021-0666>
24. Riestra J, L. D. (2018). Las Dimensiones del Desarrollo Sostenible como paradigma de la construcción de las políticas públicas en Venezuela. *Revista Tekhné*, 21(1), 24-33. <https://oaji.net/articles/2019/7118-1556541279.pdf>
25. SECTUR, (2023). Estándar de Calidad Distintivo "S". Acciones y Programas. Certificación Turística. <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-distintivo-s>
26. Susano, J.L. (2018). El mercado oficinista de la ciudad de chilpancingo, una descripción de sus hábitos de consumo. *Marketing Visionario*. 6 (2). 131-143. <https://ojs.urbe.edu/index.php/marketing/issue/view/29>
27. Susano, J. L., Almazán, A. A., Cabrera, M. del S. y Méndez, A. (2020). La responsabilidad social en restaurantes de Chilpancingo de los Bravo, Guerrero, México. Una visión como estrategia de marketing. *Tlamati*, 11(1), 41-46. <https://tlamati.uagro.mx/images/Archivos/Tlamati Vol 11 2020/Susano Garcia et al 2020.pdf>
28. State, C., & Popescu, D. (2022). Good practices for overcoming the impact of the Sars-Cov-2 crisis on the HoReCa industry. *Amfiteatru Economic*, 24(59), 289-300. <https://doi.org/10.24818/EA/2022/59/289>
29. Teixeira, R. A., Nicolau Korres, A. M., Borges, R. M., Rabello, L. L., Ribeiro, I. C., y Bringhenti, J. R. (2020). Prácticas sustentables para el manejo de residuos orgánicos generados en el restaurante de una institución educativa. (pp. 803-820) En: *Leal Filho, W., et al. Las universidades como laboratorios vivos para el desarrollo sustentable*. Serie de sustentabilidad mundial. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15604-6_49
30. Vargas. E., (2017). Responsabilidad Social en la Hotelería. Una Percepción Desde el Turista de Negocios. Investigación

- Administrativa, 46(119). Obtenido de: <http://www.redalyc.org/jatsRepo/4560/456050279004/html/index.html>
31. Vaughn-Gómez, E., Vetrani-Chavarría, K., Murrell-Blanco, M., y Bermúdez-Hidalgo, L. (2016). La optimización del proceso productivo de centros gastronómicos mediante ecoeficiencia: Estudio del restaurante La Turrialbeña, Costa Rica. *Revista de Ciencias Ambientales*, 49(2), 13-24. <https://doi.org/10.15359/rca.49-2.2>
 32. Yoon, B., Chung, Y., y Jun, K. (2020). Prácticas de la industria de restaurantes para promover una alimentación saludable y sostenible: un análisis de contenido de sitios web de restaurantes utilizando el enfoque de la cadena de valor *Sostenibilidad*, 12(17), 7127. <https://doi.org/10.3390/su12177127>