

Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 33, Número 62. Julio – Diciembre 2023

Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169

Artículo

Prácticas de consumo sustentable de alimentos
en estudiantes universitarios de Hermosillo, Sonora, México.

Sustainable food consumption practices
in university students from Hermosillo, Sonora, Mexico.

DOI: <https://doi.org/10.24836/es.v33i62.1386>
e231386

Denisse Romero-Valenzuela*

<https://orcid.org/0000-0001-5419-2202>

Beatriz Olivia Camarena-Gómez*

<http://orcid.org/0000-0002-7417-6012>

Fecha de recepción: 08 de junio de 2023.

Fecha de aceptación: 27 de junio de 2023.

*Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C. México.

Autora para correspondencia: Beatriz Olivia Camarena-Gómez.

Programa de Estudios Ambientales y Socioculturales del Desarrollo,

Dirección Postal: Carretera Gustavo Enrique Astiazarán Rosas, No. 46.

Col. La Victoria, C. P. 83304. Hermosillo, Sonora, México.

Tel. 662 2892400 ext. 307.

Correo electrónico: betica@ciad.mx

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.
Hermosillo, Sonora, México.



Resumen

Objetivo: describir los principales factores sociales que delimitan las prácticas de consumo sustentable a través del análisis del comportamiento de consumo de alimentos en estudiantes universitarios. **Metodología:** el diseño de investigación fue tipo cualitativo, alcance descriptivo y diseño transeccional no experimental, la información se obtuvo de entrevistas grupales realizadas a estudiantes de tres Instituciones de Educación Superior (IES) de la ciudad de Hermosillo Sonora, elegidos por participar en la promoción de acciones ecológicas. Las transcripciones de las sesiones se categorizaron según la revisión teórica. **Resultados:** las prácticas de consumo sustentable que suelen practicar los estudiantes se relacionan con el cuidado de los recursos del hogar (ingresos familiares). Entre los factores sociales de mayor influencia en tal agencia colectiva está la familia en primer lugar, seguida por los compañeros universitarios y las IES a través de sus diversos programas. **Limitaciones:** el estudio se realizó en período de pandemia y lo que aquí se presenta son resultados parciales de una investigación en proceso. **Conclusiones:** la investigación aporta conocimiento empírico a modelos teórico-analíticos propuestos para estudiar el consumo, en este caso, las prácticas de consumo de alimentos en estudiantes universitarios. Se observó que las prácticas de consumo sustentables son incipientes aún y cuando todos los centros han desplegado algunas acciones para impulsarlas; la principal barrera o limitante que enfrentan las prácticas de consumo sustentable son los valores que están arraigados a la cultura alimentaria del sonorense que, por ejemplo, incentiva el consumo de carnes rojas.

Palabras clave: alimentación contemporánea, prácticas sociales, consumo sustentable, factores sociales, comportamiento del consumidor, estudiantes universitarios.

Abstract

Objective: Describe the main social factors that define sustainable consumption practices through the analysis of food consumption behavior in university students. **Methodology:** The research design was qualitative, descriptive scope and non-experimental transactional design, the information was obtained from group interviews conducted with students from three Higher Education Institutions (IES) in the city of Hermosillo Sonora, chosen for participating in the promotion of ecological actions. Session transcripts were categorized according to theoretical review. **Results:** The sustainable consumption practices that students usually practice are related to taking care of household resources (family income). Among the social factors with the greatest influence on such collective agency is the family in the first place, followed by university colleagues and then IES through various programs. **Limitations:** The study was carried out during the pandemic period and what is presented here are partial results of an ongoing investigation. **Conclusions:** The research contributes empirical knowledge to theoretical-analytical models proposed to study consumption, in this case, food consumption practices in university students. It was observed that sustainable consumption practices are incipient even when all the centers have deployed some actions to promote them; the main barrier or limitation faced by sustainable consumption practices are the values that are rooted in the Sonoran food culture that, for example, encourages the consumption of red meat.

Keywords: contemporary food, social practices, sustainable consumption, social factors, consumer behavior, university students.

Introducción

La necesidad de satisfacer la demanda de alimentos, a nivel mundial, ha implicado el desarrollo de distintas innovaciones en los procesos productivos. Ello es para incrementar el volumen de alimentos en el menor tiempo posible y para asegurar, sobre todo mejorar, la tasa de retorno de las empresas (Schoijet, 2005; Turrent-Fernández y Cortés-Flores, 2005). Regularmente, las decisiones tomadas a ese respecto han priorizado los criterios económicos sobre los ambientales (recursos naturales, medio ambiente) y sociales (protección de empleados y consumidores) (Schoijet, 2005; Peralta-Quñonez y Camarena-Gómez, 2020). El hecho es que los impactos de tipo ambiental del sistema alimentario se presentan en las distintas fases de la cadena de producción y esta, según sean los patrones de consumo y hábitos alimenticios humanos, también genera impactos ambientales (PNUD, 2016). Estudios impulsados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) así como por el Instituto Internacional de Gestión del Agua (IWMI), concluyeron que el modelo de producción y consumo de alimentos, actualmente predominante, descansa en un proceso insostenible guiado por el consumismo. Destacaron la necesidad transitar hacia una producción y consumo sustentable (ONU, 1987, 1995; PNUD, 2015; Salinas, 2016; UNCED, 1992). Tras reconocer la responsabilidad que tienen los países desarrollados en tal problemática, los exhortaron a liderar el proceso de tránsito a patrones de producción y consumo sustentables (PSC) (Mendiola, 2007; Pujadas et al., 2009).

En efecto, en varias cumbres internacionales¹ se propone transitar hacia un desarrollo y comportamiento social sustentables (UNCED, 1992; UNESCO, 2005); tránsito que implica modificar prácticas culturales muy arraigadas que han sido resultado de un modelo político-

¹ Cumbre de Río de 1992, Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas de 2000 y Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible de 2005.

económico global (Richard, 2021) y una compleja red de interacciones de factores de tipo cultural, político y social (Cortés, 2016). Todas estas actúan como barreras a las prácticas sustentables, por tanto, como el comportamiento del consumidor no está estandarizado sino condicionado por instituciones educativas, políticas gubernamentales y corporativos empresariales, entre otras, (Duarte, 2014), se vuelve necesario analizar el potencial de incidencia de cada factor en el comportamiento de consumo del ciudadano común (Pujadas et al., 2009). Es esta premisa la que justifica analizar los factores sociales que delimitan las prácticas de PSC en el caso de consumo de alimento en estudiantes universitarios. El documento se estructura en seis apartados: a) introducción; b) descripción de estudios que han abordado el consumo de alimentos; c) metodología; d) resultados estructurados en cuatro ejes: prácticas durante las fases del consumo sustentable, agencia colectiva (familia y grupos de referencia), sistema de provisión del consumo sustentable, y estructura sociocultural (comportamientos y valoraciones culturales); e) discusión; y f) conclusiones.

Breve revisión de estudios referenciales sobre el consumo de alimentos en contexto de crisis

En este apartado se describen algunos estudios que abordan el comportamiento del consumidor desde una perspectiva sociológica y otros de enfoque psicosocial que, en conjunto, soportan el modelo analítico propuesto para estudiar las prácticas de consumo sustentable de alimentos.

En el contexto de crisis alimentaria actual, es crucial comprender el entorno que justifica adoptar prácticas de consumo sustentable, campo de investigación poco estudiado hasta hoy (Pekkanen, 2020), sobre todo el condicionamiento que ejercen sobre tales prácticas las estructuras sociales y funcionales (Fonte, 2013); comprender ese potencial transformador que ejercen los factores sociales en las prácticas de consumo sustentable ayudaría a diseñar políticas públicas

efectivas para promover y reforzar tales prácticas, articuladas a marcos colectivos, normativos, *ad hoc* al contexto y la población de interés (Dubuisson-Quellier y Gojard, 2016).

Hasta hoy, los estudios realizados a nivel mundial dan cuenta de un consumidor informado, demandante de productos sustentables que valoran como mejores para él, su familia y el ambiente (Statista, 2018; The Hartman Group, 2021a), por lo mismo, en el caso de alimentos sustentables se inclinan por productos que cuenten con certificaciones que avalen tal característica y que provengan de prácticas de comercio justo (Statista, 2018).

En el caso de México, estudios realizados por The Hartman Group (2021b) destacan que los consumidores perciben barreras para la compra de alimentos y bebidas sustentables como son, entre otras, el precio oneroso de tales productos y su escasa variedad, además de dificultades para identificar los sitios que ofrecen productos sustentables y donde se ubican.

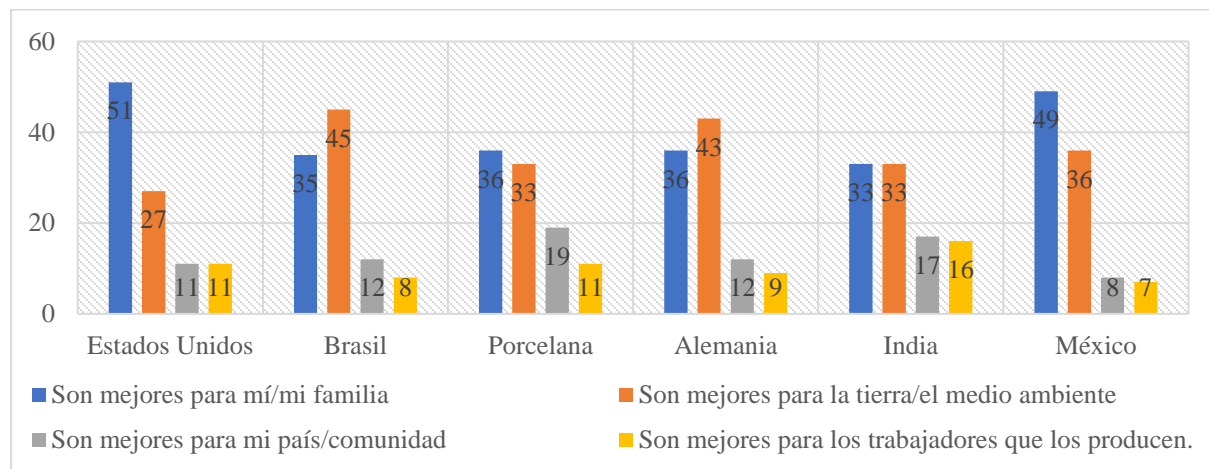


Gráfico 1. Razones principales para comprar productos sustentables por país en 2021. Fuente: The Hartman Group, (2021b).

Respecto a la población que consume o demanda productos sustentables, se plantea que los jóvenes se comprometen más con el consumo sustentable (Haller, Lee, y Cheung, 2020; Statista, 2023a; Nielsen Product Insider, 2018; Statista, 2023b). Las generaciones Z y *Millennial*², por

² El estudio contempla como *generación Millennial* a las personas nacidas entre 1980 y 1994, y como *generación Z* entre 1994 y 2012. La muestra se concentra en Estados Unidos de América, Alemania y Reino Unido.

ejemplo, tienden cada vez más a buscar opciones orgánicas, empaques sustentables e información sobre el impacto ambiental de los alimentos que consumen (Statista, 2023b). Este sector de la población es relevante para la promoción y consolidación de prácticas de consumo sustentable, además de que los hábitos adquiridos durante la juventud probablemente se consolidarán en su adultez e impactarán los patrones de compra familiar (Vermeir y Verbeke, 2008). La UNESCO (2014) reconoce el potencial que tienen los jóvenes para impulsar el desarrollo sustentable a través de acciones específicas relacionadas con cambios en sus prácticas de consumo y para incidir en las elecciones de compra del hogar, siendo fundamental el papel que juegan en ese tránsito hacia la PCS (Bauer, Arnold, y Kremer, 2018). De ahí el interés por estudiar los factores sociales que condicionan las prácticas de PCS en los jóvenes universitarios para comprender cómo funcionan y regulan el comportamiento social, el propósito es analizar las estructuras sociales que envuelven las prácticas cotidianas de consumo social, más que las actitudes y comportamientos individuales (Fonte, 2013; Jacobsen y Hansen, 2019; Kennedy y Krogman, 2008). Se abordan las prácticas sociales como categoría de análisis para comprender el comportamiento de consumo sustentable y sus condicionantes sociales.

En esta perspectiva analítica, la Teoría de las Prácticas Sociales (TPS), se reconoce que las prácticas sociales se constituyen el componente fundamental del mundo social, al ser expresión de una forma de vida social y no sólo de actos aislados, siendo el referente conceptual básico de los estudios de consumo sustentable (Ariztía, 2017; Corsini, Laurenti, Meinherz, Appio, y Mora, 2019). Las dimensiones analíticas más recurrentes en la TPS son la agencia colectiva, la estructura sociocultural y la nueva estructura material-funcional (Fonte, 2013), así como los recursos necesarios para llevar a cabo una práctica específica (materiales, cognitivos, normativos y temporales) (Dubuisson-Quellier y Gojard, 2016), y el enfoque holístico de los componentes de las practicas sociales (material -qué, competencia- cómo y significados- porqué) (Suski, Speck, y

Liedtke, 2021). La TPS fija la atención en las relaciones sociales, las necesidades materiales y los sistemas de provisión; mientras que los trabajos que priorizan el enfoque psicosocial centran su mirada en la conciencia, los estilos de vida y el comportamiento ambiental del consumidor-ciudadano informado (Barr, Gilg, y Shaw, 2011; Spaargaren, 2003). Estos últimos estudios integran al análisis tanto las prácticas sociales como las de tipo conductual, se fijan en prácticas reales, situadas en el tiempo y el espacio, realizadas y compartidas por un grupo social. En esta perspectiva híbrida se ubican los trabajos de Geels, McMeekin, Mylan, y Southerton (2015), Kennedy y Krogman (2008) y Suski et al., (2021), entre otros.

Las prácticas sociales son el componente fundamental en los estudios de consumo sustentable, permiten conocer qué influye en la PCS, cómo se presenta tal consumo, en qué contexto y cuál es su potencial para incidir en el comportamiento social (Corsini et al., 2019). En este tipo de estudios, generalmente empíricos, la investigación se centra en las acciones o prácticas que se llevan a cabo en la rutina cotidiana y en el hogar (Fonte, 2013; Pekkanen, 2020). Bianchi, Carmelé, Tubaro, y Bruno (2014), nombra a tales prácticas como “acciones” y Südaş y Özeltürkay (2015) y Csigéné, Görög, Harazin, y Baranyi (2015) como “prácticas de consumo”, éste último se centra en los hábitos alimenticios y en los de ahorro de recursos. En el estudio coordinado por Bianchi et al., (2014), se destaca que existen diferencias asociadas con el perfil disciplinario de los participantes y concluyen que la educación fortalece los valores y conductas proambientales.

En este breve recuento de trabajos identificados en relación con las prácticas sociales, llama la atención la escasa atención brindada a estudiantes universitarios y el predominio del enfoque psicosocial en el análisis de tales prácticas, se han orientado más a comprender las pautas de comportamiento de consumo sustentable a nivel individual, sin profundizar en los factores sociales que enmarcan tales prácticas. Los trabajos que se realizan bajo la TPS y orientados a jóvenes han observado que a este grupo social le preocupa el consumo de recursos naturales, los contaminantes

asociados al consumo y la planeación para definir cómo van a realizar ese consumo y a desechar los empaques o residuos reciclables (Südaş y Özeltürkay, 2015). Algunas investigaciones señalan que consumir productos sustentables implica mayor tiempo y compromiso ya que debido a la poca disponibilidad de opciones saludables se tiene que recurrir a puntos de venta especializados escasos. Concluyen que el consumismo y el acelerado ritmo de vida suelen actuar como una barrera de consumo por el mayor tiempo y esfuerzo que requieren las acciones sustentables, por ejemplo, las que involucran comprar o preparar alimentos (Gierszewska y Seretny, 2019; Kreuzer, Weber, Off, Hackenberg y Birk, 2019). Por su parte, Bianchi et al., (2014) y Csigéné et al., (2015), observaron que el anti-consumismo y la responsabilidad del consumidor actúan como motivadores del consumo sustentable. Südaş y Özeltürkay (2015), consideran relevante estudiar los estilos de vida sustentables, entendidos como aquellos que cuidan consumir recursos naturales a un ritmo no mayor ni más rápido de lo que la Tierra les puede brindar; se interesan por estudiar los acuerdos sociales que se realizan para practicar un consumo sustentable realizando compras colectivas, selectivas con base en criterios ambientales y sociales, invirtiendo mayor tiempo y recursos para adquirir productos locales (Goryńska-Goldmann, 2019).

Por otra parte, están las investigaciones que, desde el enfoque psicosocial, analizan el comportamiento de consumo sustentable para profundizar en los conocimientos (conciencia y preocupación ambiental), los procesos (adquisición, uso y desecho) y las barreras que enfrenta el consumo sustentable. En la fase de adquisición, tales estudios destacan el papel que juega el sistema cognitivo en el consumo sustentable (conocimiento, conciencia, compromiso y preocupación ambiental) (Bianchi et al., 2014; Csigéné et al., 2015; Kochina, 2019). Otros destacan el sistema afectivo, por las actitudes que tienen los consumidores sobre la PCS (Kochina, 2019); o bien en la comercialización, las certificaciones y los empaques (Kochina, 2019; Kreuzer et al., 2019); abordan también cómo el uso de tales productos se rige por las acciones del hogar y la dimensión ambiental

(Csigéné et al., 2015; Südaş y Özeltürkay, 2015); o los hábitos alimenticios derivados del cuidado de la dieta, como la reducción del consumo de carne (Kreuzer et al., 2019; Südaş y Özeltürkay, 2015); o bien, la preferencia de consumo por los productos locales de temporada (Kreuzer et al., 2019). En la fase de desecho, se señala la reducción de desperdicios (aprovechamiento del producto y empaque) y las posibilidades de reciclaje de los residuos (Bianchi et al., 2014; Csigéné et al., 2015; Südaş y Özeltürkay, 2015). Mientras que en las barreras al consumo sustentable se estudian las actitudes de indiferencia, la falta de información o desconocimiento, el empaque, el precio, entre otras (Csigéné et al., 2015; Gierszewska y Seretny, 2019; Kreuzer et al., 2019).

En México, esta línea de investigación es aún incipiente. La revisión de literatura realizada permitió identificar cuatro artículos que abordan el comportamiento del consumidor sustentable u orientado hacia la compra de productos sustentables la mayoría desde un enfoque psicosocial y enfocadas a productos orgánicos (Camarena-Gómez, Romero-Valenzuela y Camarena-Gómez, 2020; Espejel-Blanco y León-López, 2014; León-López, Espejel-Blanco y Camarena-Gómez, 2016; León-López y Espejel-Blanco, 2013; Romero-Valenzuela, 2016). En otros casos, se refieren a la ecociudadanía en el consumo sustentable, y se compara el comportamiento de estudiantes de México con el de otros países (Bello-Benavides, Meira-Carte, y González-Gaudiano, 2017; González-Gaudiano, Meira-Carte, y Gutiérrez-Pérez, 2020).

La información hasta aquí descrita permite afirmar que el enfoque más adecuado para estudiar el consumo sustentable de alimentos en estudiantes universitarios es el de las prácticas sociales. Para avanzar en ese camino, se retoma el modelo analítico de Spaargaren y Oosterveer (2010) por apearse a la teoría de las prácticas sociales e integrar las prácticas cotidianas que realiza la población en relación con otros agentes de su comunidad, en un tiempo y espacio determinado, y colocar en la estructura social los sistemas de provisión que rodean tales prácticas sociales (mercado, estado y educación). Cabe destacar que los autores que han estudiado a la población

joven no se enmarcan en la teoría de las prácticas sociales como tal, pero refieren a ella al estudiar hábitos alimenticios y hábitos de ahorro de recursos (Ariztía, 2017; Barr et al., 2011; Kennedy y Krogman, 2008; Spaargaren, 2003; Spaargaren y Mol, 2008). Nuestro interés es coadyuvar a subsanar ese vacío de información respecto a la estructura social que condiciona el consumo sustentable de alimentos en estudiantes universitarios, retomando los postulados básicos de la TPS (Spaargaren, 2003; Spaargaren y Mol, 2008; Spaargaren y Oosterveer, 2010).

Metodología

El estudio se centra en las prácticas cotidianas del consumo sustentable de alimentos en las y los estudiantes universitarios, para identificar los factores sociales que influyen o condicionan su comportamiento de consumo. El supuesto es que las prácticas sociales relacionadas con el comportamiento de consumo sustentable (CCS) están delimitadas por la relación que tienen los sujetos con otros agentes humanos, en un espacio socialmente estructurado. Por tanto, el modelo de análisis de las prácticas de consumo de alimentos contempla prácticas observables de tal consumo en las distintas dimensiones de la sustentabilidad y en todas las fases del consumo, desde la adquisición de alimentos, hasta las costumbres de consumo compartidas y el desecho de los productos (figura 1).

Comportamiento Consumo Sustentable (CCS)

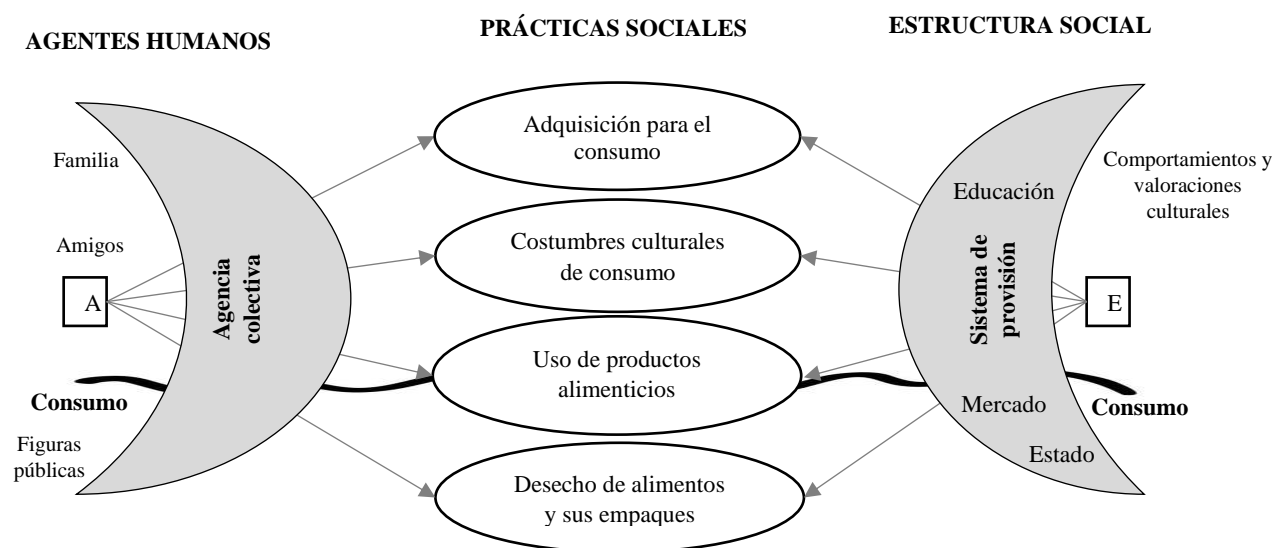


Figura 1. Modelo de análisis del Comportamiento de consumo sustentable (CCS). Fuente: elaboración propia basada en diversos autores (Fischer, Böhme y Geiger, 2017; Geiger, Fischer y Schrader, 2017; Martin, Peattie y Galí, 2013; Spaargaren, 2003; Spaargaren y Mol, 2008; Spaargaren y Oosterveer, 2010).

El trabajo empírico inicia con un corrido exploratorio por los planteles escolares para captar información de las instalaciones a través de observación estructurada e identificar informantes clave (estudiantes que participan en grupos o asociaciones ambientalistas). Identificados los estudiantes líderes de grupos ambientalistas al interior de cada universidad, se les explicó el proyecto e invitó a participar en los grupos focales. Se les informó que tales reuniones serían grabadas para fines académicos, respetando su anonimato, se establecieron las fechas de realización de las entrevistas grupales, y se gestionaron los apoyos con la institución para acceder a las instalaciones universitarias y aulas correspondientes para llevar a cabo las entrevistas. El día de las sesiones, se explicó de nuevo la dinámica de los grupos focales al personal de contacto que apoyó

en este proceso, quienes leyeron y firmaron una carta de consentimiento informado. Finalmente, se dieron las gracias y extendieron los oficios a cada grupo ecológico y al personal de las IES.

Se debe precisar que se optó por grupos focales para captar información por considerar la alta validez subjetiva del ejercicio y porque durante su realización esta herramienta facilita y motiva la interacción del grupo, el supuesto fue que favorece la generación de ideas y un abordaje más completo del tema objetivo (García-Calvente y Mateo-Rodríguez, 2000).

El muestreo utilizado fue no probabilístico por conveniencia: se conformaron tres grupos de estudiantes proecológicos, uno por cada centro universitario: Universidad Estatal de Sonora (UES), Universidad de Sonora (Unison) e Instituto Tecnológico de Hermosillo (ITH). Las sesiones fueron entre el 28 de septiembre y 26 de noviembre de 2022, la duración de los grupos fue entre 90 y 120 minutos, participaron entre cuatro y seis personas por focus.

Las prácticas cotidianas conformaron la unidad de análisis y las categorías y subcategorías de cada dimensión, en el marco de la Teoría de las Prácticas Sociales, fueron: 1) Prácticas de consumo sustentable: acciones cotidianas durante las fases del consumo (adquisición, uso y desecho) en las dimensiones de la sustentabilidad (económica, ambiental y social). 2) Factores sociales del consumo: a) Sistema de provisión (instituciones). b) Estructura sociocultural (comportamientos y valoraciones culturales). c) Agencia colectiva (familia y grupos de referencia).

Para validar el guion de preguntas, se retomó y adaptó la metodología de juicio de expertos de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008). Se realizó una prueba piloto con estudiantes universitarios que no forman parte de grupos ecológicos. Para la fase de análisis se empleó la triangulación de datos lo cual fue posible porque se recurrió a distintas fuentes de información (Guix, 2003). Los resultados consideran tres grupos de estudiantes, uno por universidad.

Tabla 1.

Detalles de los grupos focales realizados

IES	ITH: Venados sustentables	UES: ACTUES (Actuando, Conservando y Transformando en la UES)	Unison: Búhos sustentables
Detalles de la sesión	Fecha: 28/09/2022. Lugar: Instituto Tecnológico de Hermosillo. Duración: 110 minutos. Participantes: 4 estudiantes de diversas carreras (industrial, gestión empresarial y administración).	Fecha: 18/10/2022. Lugar: Universidad Estatal de Sonora. Duración: 90 minutos. Participantes: 6 estudiantes de la carrera de ecología.	Fecha: 26/11/2022 Lugar: Universidad de Sonora. Duración: 120 minutos. Participantes: 4 estudiantes de varias carreras (comunicación, psicología y derecho).
Descripción del grupo	Grupo de estudiantes fundado por Dr. José Antonio Heredia Cancino. Es coordinado por los mismos estudiantes miembros. Se conforma por estudiantes de diversas carreras. Año de fundación: 2018. Red social por la cual se contactó: https://www.facebook.com/VenadosSustentables/	Grupo de estudiantes coordinado por la Dra. Maribel Pallanez Murrieta. Se enfoca en educación ambiental y se conforma por estudiantes de diversas carreras, principalmente ecología. Año de fundación: 2016. Red social por la cual se contactó: https://www.facebook.com/SomosACTUES/	Comité del Consejo Estudiantil de Sociedades de Alumnos de la Universidad de Sonora. Máximo órgano de representación estudiantil en la Universidad de Sonora. Se conforma por estudiantes de diversas carreras. Año de fundación: 2022. Red social por la cual se contactó: https://www.instagram.com/p/CiLiV-vmXQ/?hl=es

Fuente: elaboración propia.



Figura 2. Evidencia fotográfica de los grupos focales. Fuente: elaboración propia.

Una vez terminadas las sesiones, se procedió a realizar una transcripción para cada grupo focal basada en las grabaciones en las evidencias de video y en audio, con una duración total de 320 minutos. La categorización se realizó de forma híbrida, según un conjunto de categorías ya establecidas con anterioridad y nuevas categorías emergentes que surgieron en el texto, según lo

indica Guix (2003). La información obtenida se interpretó según las categorías de análisis de los factores sociales que influyen en las prácticas de consumo sustentable en alimentación.

Resultados

Al ser los sujetos de estudio los jóvenes universitarios se presenta primero la matrícula y características principales de este sector en el municipio y por cada centro. En la ciudad de Hermosillo, Sonora, México, de acuerdo con datos de la ANUIES (2021) se localizan 22 IES con una matrícula total a nivel licenciatura de 52,744 estudiantes, 79% de la cual se concentra en tres centros (41,652 estudiantes): la Universidad de Sonora (Unison), la Universidad Estatal de Sonora (UES) y el Instituto Tecnológico de Hermosillo (ITH). La edad de tal población oscila entre los 18 y 23 años, es decir, forman parte de la generación Z, también conocida como *Centennial*, al nacer entre 1999 y 2004 (ANUIES, 2021).

El primer acercamiento a estos centros universitarios a través de la observación estructurada, permitió identificar la presencia de contenedores elaborados por estudiantes, por ejemplo, murales, objetos de material reciclado y eventos (figura 3). En la UES, el grupo ACTUES colabora en el programa de reciclaje de residuos, por lo mismo, varios de los contenedores identificados en este plantel están acompañados de señalización con el logotipo del grupo, este grupo también ha elaborado murales con mensajes ambientales y con paisajes de la región. En el ITH se encontraron contenedores con la leyenda “club de ecología”, el personal de la institución informó que son resultado de actividades impulsadas por el grupo estudiantil Venados sustentables. En la Unison, el programa de gestión de residuos forma parte de un programa institucional por lo que la presencia y participación estudiantil se observó más a través de un evento organizado por la sociedad de alumnos, en la plaza del estudiante, donde vendían ropa de segunda mano con la leyenda “la moda

sustentable es la que ya existe”, la sociedad de alumnos informó la existencia de un grupo ecológico de reciente creación llamado Búhos sustentables.

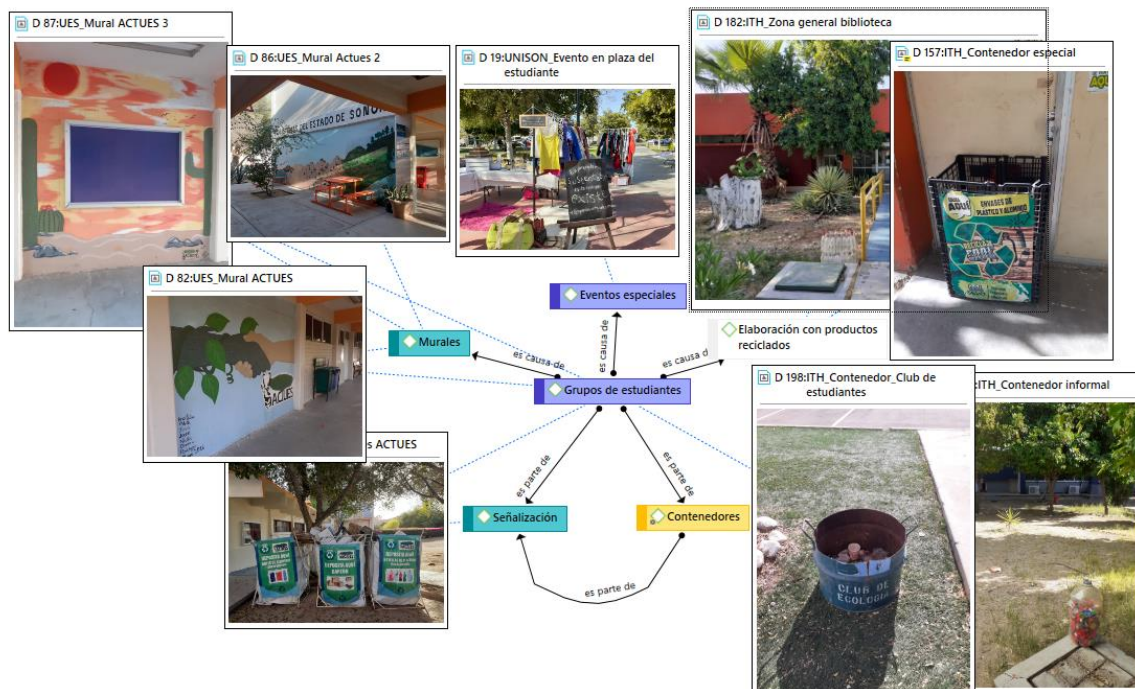


Figura 3. Red de observación de presencia de grupos de estudiantes en las IES. Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo. Procesamiento en ATLAS.ti.

En los grupos focales participaron los líderes de los grupos ecológicos de cada institución educativa. A continuación, los resultados generales de tales entrevistas colectivas.

Prácticas durante las fases del consumo sustentable

Los participantes afirmaron comprender qué es el consumo sustentable, lo relacionaron con evitar la contaminación y el consumismo, su principal motivación para llevar a cabo tales prácticas de consumo sustentable es el cuidado del medio ambiente y la mayoría afirmó realizar acciones de sustentabilidad en su rutina diaria.

En la fase de *adquisición* del consumo, se enfocan en comprar sólo los productos que necesitan y cuando es posible, adquirir productos de mayor calidad para que sean más duraderos.

También suelen optar por productos que no contienen plásticos de un solo uso, para evitar desperdicios que consideran innecesarios. En la fase de *uso* del consumo, sus prácticas se enfocan en el aprovechamiento óptimo durante toda la vida útil de los productos, así como en la reutilización, transformando el producto para darle distintos usos. En la fase de *desecho*, la mayoría de los estudiantes participantes en las entrevistas plantearon que separan y reciclan los empaques de los productos, como el caso de botellas, cartones, etc., o bien, los productos en sí, como los electrónicos; y sólo algunos optan por hacer composta con los desechos alimenticios.

Tabla 2.

Prácticas de consumo sustentables realizadas por los estudiantes

Adquisición	Costumbres propias y compartidas con otras personas	Desecho de productos y sus empaques
Comprar sólo lo necesario (E, A).	Aprovechamiento óptimo durante la vida útil de los productos (E, A).	Separar y reciclar los empaques de los productos, principalmente los llevan a campañas de reciclaje (A).
Adquirir productos de mayor calidad para que sean más duraderos (E, A).	Reutilizar alimentos que “sobran” o que están por echarse a perder, transformando el producto para darle distintos usos (E).	Composta con los desechos alimenticios (en menor medida) (A).
Optar por productos que no tengan plásticos de un solo uso (A).	Reutilizar los empaques de los productos alimenticios (A).	Apoyar a campañas de reciclaje con fin social (como la campaña de “tapitas de teletón”) (S).
	**Otros productos del hogar también se reparan, transforman y se reutilizan (ropa, calzado, etc.) (E, A).	

Notas: Dimensiones de la sustentabilidad (A: Ambiental, E: Económica, S: Social). Fuente: elaboración propia.

Agencia colectiva (familia y grupos de referencia)

Un segmento de los participantes afirma que en sus hogares han aprendido a emplear de la manera óptima los productos y cuidar los recursos con los que cuentan. Lo que representa un medio de formación informal a partir de la familia.

Estudiante UES: cada día hacemos comidas sustentables, aunque no lo parezcan. En mi casa, mi madre es una mujer que siempre aprovecha bastante lo que son los alimentos y también tiene una idea de que el alimento, pues, es muy valioso y muy muy importante. Pero a qué va esto, a que cada vez

cuando sobra algo, por más que se echa a perder algo, lo renueva. Por ejemplo, cuando hace carne con papas o hacen empanaditas o lo hace boloñesa. O sea, no deja que el alimento se echa a perder.

Estudiante UES: pues aprovechar los alimentos que tenemos. Si tenemos un plato de comida, y pues, tratar de acabarnos esa comida y que no se tira la basura. También puedes aprovechar las frutas y verduras que tenemos en nuestro refri, o que están en el súper y vemos, pues que, ya no dan para más, que ya se van a echar a perder, pues consumirlas lo antes posible, para evitar ese desperdicio.

Sin embargo, para algunos es un reto realizar acciones de consumo sustentable o de reciclaje en sus hogares porque no toda la familia está involucrada.

Estudiante ITH: es muy difícil, por ejemplo, en mi casa de que me agarro y separo los envases de plástico, pongo también el vidrio aparte porque se rompe y luego lo agarran los de la basura y se cortan, entonces es peligroso. Intento separar, pero llega mi mamá es como que “no, todo, fum”. Entonces, es muy difícil mantener esas costumbres, si uno solo las está haciendo en una casa donde vivimos cinco. O sea, pueden ayudar, pero no, prefieren hacer lo que es más fácil para ellos.

Estudiante UES: en mi casa no hacemos composta, porque yo soy la que está interesada y pues mi mamá también, pero ella tiene otras ocupaciones. Entonces, no puede estar cuidando la composta. Por eso mejor optamos por los residuos de la cafetera y de los cascarones de huevos, pues usarlos directamente, nada más gastaríamos tiempo en licuarlos o en verterlos en la tierra y ya.

Estudiante UES: la verdad no soy muy responsable. Por ejemplo, pues, en mi casa sí intenté de que, separar mis residuos, pero como a mi mamá no le importan mucho eso, me revolvía todo y dije como que “ya pues” ... no prosperó.

Una categoría emergente recurrente en los tres grupos focales fue el aprendizaje de prácticas de consumo a través de redes sociales, principalmente por *influencers* o conocidos que realizan publicaciones de acciones ecológicas o de divulgación acerca de la sustentabilidad.

Estudiante ITH: igual siguiendo canales de *YouTube* o de redes sociales donde las personas que están presentando la información, la mayoría que he conocido igual no son de organizaciones, simplemente son como nosotros.

Estudiante UES: las figuras públicas ya usan las redes sociales que existen. Por ejemplo, en *Instagram*, *Tiktok* y redes así... ha habido un incremento de biólogos que suben sus observaciones a *Tiktok*. Y lo hacen ver de una forma muy educativa y divertida. Yo diría que ellos también tienen parte del mérito del cuidado del ambiente y del consumo sustentable, porque he visto varios así.

Sistema de provisión del consumo sustentable en Hermosillo

Los estudiantes consideran que existen condiciones para llevar a cabo un consumo sustentable dentro y fuera de la institución educativa, aprovechando apoyos empresariales y del gobierno. Sin embargo, consideran que la falta de adopción de la comunidad de tales prácticas se debe al poco interés e insuficiente difusión que existe al respecto. A su juicio, las IES proveen infraestructura para el desecho de productos, por ejemplo, pero la comunidad estudiantil no participa, falta reforzar esa conciencia ambiental.

Cabe aclarar que la mayoría no identifica fácilmente el papel del gobierno en la promoción del consumo sustentable, mencionan que han escuchado de algunas campañas de promoción de ecología, pero en una ocasión se destacó un programa particular y en otra una ley.

Estudiante Unison: el gobierno no limpia las calles. Podemos ver una botella tirada y bien agarrarla y tirarla la basura, es responsabilidad totalmente de nosotros.

Estudiante UES: hace unos dos años pusieron el recicla-centro permanente, entonces eso ya es una ayuda, porque nos dan un espacio para poder llevar nuestros residuos y que se traten de manera adecuada. Pues, también hay ciertos partidos políticos que también se dedican a llegar a las colonias y darles algunas charlas o capacitaciones en colonias y en escuelas.

Estudiante Unison: un claro ejemplo es la política de las bolsas, o sea, si viene por parte de la empresa pero el gobierno tiene mucho que ver ahí. [...] Yo desconozco mucho las propuestas del gobierno, pero propuestas hay, la de plantar árboles. [...] También en actividades que dicen que, ¡Ah! Miren, ahora vamos a hacer una limpieza en el parque o colonia.

Por último, los participantes detectan varios negocios que facilitan e incentivan prácticas de consumo sustentable de alimentos en Hermosillo. Como es el caso de las tiendas especializadas de ventas a granel, en donde es posible llevar sus propios recipientes y evitar desperdicios de empaques. También destacó la práctica de *refill* promovida por Caffenio, una cafetería popular que brinda descuento cuando los clientes llevan su propio termo al adquirir sus bebidas.

Estudiante ITH: cada vez se ha innovado o se ha tratado de incentivar el pensar un poco sano, un poco más ecológico. Entonces poco a poco hay microempresas que se han lanzado a proyectos como ese, entonces no en una gran mayoría, pero sí existen.

Estudiante ITH: pues yo diría que en este último año sí se han implementado buenas prácticas, más que nada por parte de las empresas, pongo de ejemplo los supermercados ya no te dan bolsas, ahora sí ya tienes que llevar tu bolsita ecológica. [...] Pero falta difusión porque no nos enteramos mucho, lo del *refill* de Caffenio yo me acabo de enterar hace poco y ya tiene meses eso. Estaría bien que cuando lancen un producto o una innovación o quieran hacer algo sustentable hagan marketing digital masivo en diferentes plataformas; que lo sepan lanzar pues, que sepan vender más que nada para que llegue el mensaje a la gente.

Aunque ubican dichas opciones, perciben que las empresas grandes tienen mucho camino por recorrer y no confían en que realmente busquen abonar a la sustentabilidad; reconocen que el sistema de consumo actual tiende hacia prácticas que incentiven el consumismo.

Estudiante ITH: yo creo que existen las condiciones, pero el problema es la difusión. Y luego también es el impacto que puede llegar a generar en las empresas, yo considero que es por el capitalismo, es muy autoritario. Las empresas con poder o más posicionadas evitan este tipo de cosas, porque sería una gran pérdida para este tipo de empresas.

Estudiante UES: yo creo que también deberían entrar las grandes industrias de comida. Por ejemplo, Burger King o McDonald's, porque tienen mucho desecho. Yo pienso que en esas empresas se malgastan mucho los recursos, siento que la comida rápida tiene una gran producción y sí tiene mucha demanda, pero siento que se desperdicia excesivamente mucha comida.

Estudiante UES: evitar pues el *Green washing*, que son los productos que las empresas hacen. Por ejemplo, el plato que dicen que es biodegradable, en realidad es una publicidad engañosa hacia las personas que quieren hacer una diferencia. Pero en realidad no saben, que los plásticos biodegradables no existen.

Estructura sociocultural (comportamientos y valoraciones culturales)

Como se comentaba, aunque los participantes consideran que existen elementos suficientes para practicar el consumo sustentable, creen que la principal limitante es la falta de adopción de la comunidad, principalmente por el poco interés de la población y las autoridades, así como por su escasa difusión por parte de las instituciones y los medios de comunicación.

En particular, en todos los grupos focales destacó la percepción del exceso de consumo de carne en la ciudad. A pesar de que consideran que el alto consumo tiene efectos negativos en la

salud y en el medio ambiente. Afirman que están muy acostumbrados a consumir carne desde pequeños y sienten ciertas contradicciones por ello. También perciben que existe una resistencia a bajar el consumo de carne en la ciudad, por cuestiones culturales consumir este producto es visto como una cualidad de la región y el no hacerlo puede ser cuestionable. Por último, reflexionan que la resistencia al cambio es otro factor, asocian que las personas mayores tienen una marcada resistencia a cambiar sus costumbres, por ejemplo, reducir el consumo de carne y cambiar a prácticas de consumo sustentable.

Estudiante UES: lo que más se come aquí es la carne asada, pero la carne es muy cara. Es común preferir comer carne asada, que vestir bien o tener otro tipo de cosas, que nos ayudarían más... Es muy difícil, porque la gente ya está acostumbrado a hacer cierto tipo de alimentos y creo que será muy difícil quitarles eso.

Estudiante ITH: es muy difícil romper las costumbres que nos imponen desde *chiquitos*. No nos dan como que “ah, también hay estas opciones”. Y pues, sí es muy difícil romper todas esas costumbres de no consumir tanto algo que nos hace daño evidentemente, pero ahí estamos. No está mal darnos el gusto, pero el exceso es el problema.

Estudiante ITH: yo tengo una amiga vegana y nos explicó todo lo que hace el impacto de la carne y todo eso. Nos dijo cómo sustituir ciertos productos. Que podemos comer lo mismo que comemos ahorita, pero de una forma más saludable y que hace menos daño.

Estudiante Unison: opino que la gente no quiere cambiar. Por ejemplo, aquí estamos muy acostumbrados a la parrilla, aquí es de mucha carne. Si te ven comiendo una ensalada, te dicen “ay, ya andas de *fit*” **risas nerviosas**.

Estudiante ITH: nosotros somos sonorenses y estamos acostumbrados a consumir carne. Cuando le dices a alguien -“está este producto que está a base de soya, frijoles, etcétera”-, te dice -“no eso no

es carne, no lo quiero ni probar”-. Eso nos impide ir un paso más adelante, poco a poco los más jóvenes tenemos más interés en lo desconocido, pero las generaciones más grandes no están tan acostumbradas a ese cambio.

Estudiante UES: muchas personas mayores son un poco más difíciles de convencer, porque ellos son de otra época en la que el mundo no estaba tan perdido como ahora.

Discusión de los resultados obtenidos

El modelo de análisis de la presente investigación se alinea con las categorías de análisis correspondientes a materialidad, agencia colectiva y contexto social (Fonte, 2013; Suski et al., 2021) (figura 4). En el estudio empírico destaca la importancia de las prácticas sociales y el sistema de fondo (patrón de producción y sistema de suministro de productos sustentables), al igual que el estudio teórico elaborado por Suski et al. (2021). Esto se evidencia ya que los estudiantes mostraron un alto interés por evitar el impacto negativo de las prácticas de consumo predominantes, que califican como consumistas y no sustentables, a través de la búsqueda de alternativas más apegadas a la sustentabilidad. A pesar de que no ubican múltiples opciones de empresas que ofrezcan productos sustentables, consideran que las actuales permiten que una parte de la población vaya cambiando sus prácticas de consumo y transiten a la sustentabilidad.

Comportamiento Consumo Sustentable (CCS)

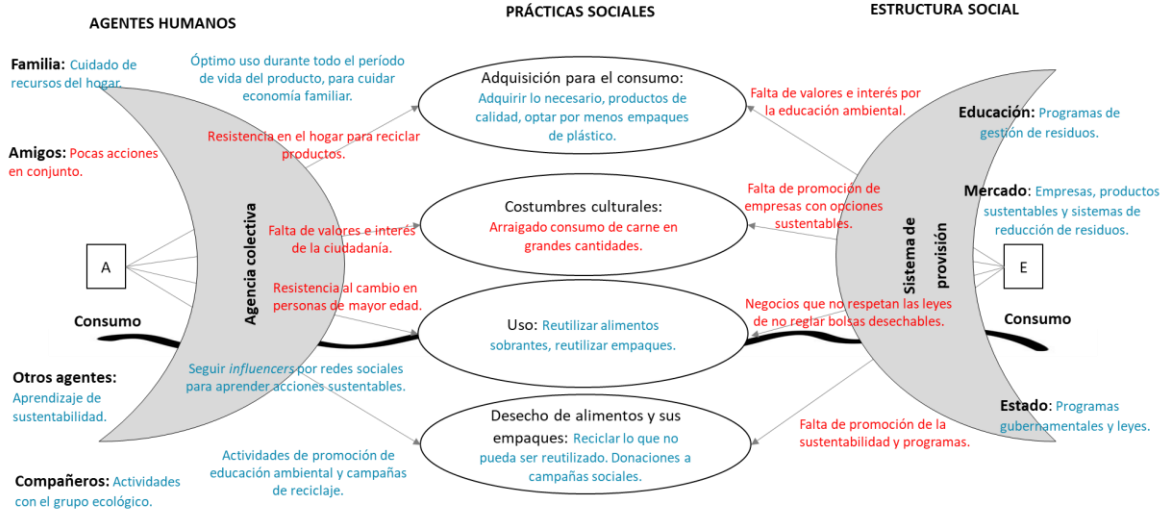


Figura 4. Modelo analítico con resultados empíricos. Fuente: elaboración propia. Nota: en rojo barreras y en azul prácticas y posibilidades.

Los datos obtenidos sugieren que las prácticas sustentables de los participantes son motivadas por el cuidado al medio ambiente, lo cual, puede explicarse porque la mayoría de ellos estudian carreras asociadas con la ecología. Tal como lo hicieron otros autores, como Bianchi et al., (2014) o Fonte (2013), quien también estudió un grupo organizado de familias en Italia, afirmaron adoptar prácticas de compra alternativas por preocupaciones ambientales en común. A diferencia de los resultados de Pekkanen (2020), que encontró que las familias de Finlandia relacionan la sustentabilidad con una vida más autosuficiente y no por una mayor conexión con la naturaleza.

El aprendizaje es de vital importancia dentro de los componentes de las prácticas sociales, puesto que aportan recursos materiales, cognitivos y normativos para poder incorporar comportamientos afines al consumo sustentable (Dubuisson-Quellier y Gojard, 2016). En este sentido, los estudiantes han aprendido el cuidado de los recursos como una manera de cuidar la economía familiar, por ello buscan aprovechar al máximo los productos que adquieren para el consumo del hogar.

Fonte (2013) encontró que la población organizaba sus compras de manera conjunta, para comprar directamente a los productores de alimentos, como una manifestación de práctica social de consumo consolidada por la agencia colectiva. En el caso de la población analizada, si bien, no se organizan para adquirir productos, sí lo hacen para promover la educación ambiental y realizar campañas de reciclaje dentro y fuera de su institución educativa. En cuanto a los recursos obtenidos de las campañas son utilizados para continuar con sus acciones cotidianas para promover una mayor conciencia ambiental en la comunidad universitaria. Los participantes consideran que la institución educativa y el gobierno tendrían que ser promotores de la sustentabilidad. Sin embargo, consideran que tal promoción es escasa e ineficiente, lo cual concuerda con otras investigaciones (Csigéné et al., 2015; Südaş y Özeltürkay, 2015).

Es importante destacar que en el Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027, se establecen estrategias y líneas de acción para la sostenibilidad y el desarrollo regional (Gobierno de Sonora, 2021). Y existen programas de desechos implementados por el H. Ayuntamiento de Hermosillo que requieren de la participación de la ciudadanía. En 2019, se realizó un piloto de recolección de basura en dos días distintos para recoger orgánico e inorgánico en algunas colonias, con la finalidad de que los productos no llegaran al relleno sanitario y enviarlos a centros de reciclaje. Sin embargo, esta acción no siguió realizándose (Jaquez, 2021a). Como parte del programa Hermosillo Recicla, se cuenta con los reciclacentros, en donde la ciudadanía lleva a manera de donación sus desechos separados para que sean destinados a recicladoras y no al relleno sanitario, en ocasiones se realizan eventos en los puntos temporales durante los fines de semana, en donde se recompensa a los participantes obsequiándoles alguna planta endémica. El programa inició en 2019 con los puntos de acopio temporales durante los fines de semana, en 2021 se instalaron dos centros fijos que operan de lunes a viernes. Cabe destacar que estos puntos de reciclaje siguen en funcionamiento (Jaquez, 2021a, 2021b).

Según el titular de Servicios Públicos Municipales y el sub director de Fomento Ambiental y Cambio Climático de la ciudad, a través de los resultados del programa Hermosillo Recicla se ha visto un aumento en la participación de la sociedad, lo que se refleja en la cantidad de toneladas de residuos para reciclaje, a inicios del programa eran 150 kilos en los fines de semana y para el 2021 se llegaban a recibir entre tres y cuatro toneladas en los puntos de reciclaje temporales (Robles, 2022; Jaquez, 2021a). Además, el ayuntamiento de Hermosillo, organizaciones de la sociedad civil (como Cultura Verde) e instituciones educativas (como la Universidad de Sonora), han implementado programas de separación de residuos para fomentar la educación ambiental, afirman que han logrado captar la participación de la ciudadanía pero que aún falta mucho por hacer para elevar esa participación (Benítez, 2022).

Además de la falta de promoción, encontraron que otras barreras para adoptar el consumo sustentable son la resistencia para cambiar de hábitos, en sintonía con los resultados de Gierszewska y Seretny (2019). Entre los cambios que sugieren está el cuidado de la dieta, particularmente la reducción de carne (Austgulen, Skuland, Schjøll y Alfnes, 2018; Kreuzer et al., 2019; Mylan, 2018; Südaş y Özeltürkay, 2015). En este sentido, estudios recientes muestran una tendencia a la reducción de consumo de carne a nivel mundial (Ipsos, 2023). En el caso particular de Hermosillo, los participantes consideran que es difícil reducir la carne por ser una práctica alimentaria muy arraigada en la cultura de la población.

Conclusiones

Los resultados expuestos permiten afirmar que, si bien, hay algunos elementos en el contexto estructural que tienden a favorecer prácticas de consumo sustentable de alimentos, destaca la escasa promoción de programas de política pública y acciones empresariales alineados a la sustentabilidad

y la necesidad de fortalecer la estructura sociocultural, como son la promoción de valores en favor de la sustentabilidad en los residentes de Hermosillo.

En cuanto a los sistemas de aprendizaje del consumo sustentable, la educación informal en el hogar incorpora, principalmente, el aprovechamiento de recursos. En el caso del aprendizaje formal, las universidades cuentan con programas de gestión de residuos y representan una plataforma en la cual los grupos ecológicos o ambientalistas se organizan. Sin embargo, no se identificaron acciones de monitoreo, ni seguimiento sistemático de impacto de tales programas o acciones de los grupos ambientalistas en las prácticas de la población. Un resultado no previsto fue el aprendizaje de la sustentabilidad a través del contacto con agentes virtuales, las redes sociales constituyen el medio de información más utilizado por los jóvenes para informarse sobre la sustentabilidad y sobre cómo realizar acciones que abonen a ella.

El estudio de las prácticas sociales del consumo sustentable permite comprender cómo se está llevando a cabo la transición hacia modelos producción y consumo más sustentables. Este tipo de información puede coadyuvar a que las diversas instituciones y actores sociales (Estado, corporativos privados y públicos, y sociedad civil) comprendan mejor las motivaciones y comportamientos de los consumidores y, según sea su particular campo de acción, a establecer estrategias para fomentar un consumo más responsable. La educación de los consumidores es fundamental en ese sentido, sea para visibilizar los beneficios de comprar productos sustentables o respetuosos con el medio ambiente, o bien, para delinear mecanismos que incentiven la compra de productos sustentables. Estudiar las prácticas sociales del consumo sustentable también puede ayudar a las empresas a identificar nuevas oportunidades de negocio en el campo de la sustentabilidad para contribuir o encaminarse hacia una economía más sostenible, respetuosa con el medio ambiente.

En síntesis, el modelo analítico utilizado representa una primera aproximación para estudiar las prácticas de consumo sustentable de alimentos en estudiantes universitarios. Ha permitido bosquejar cómo tales prácticas de consumo se sujetan al sistema de provisión, a la estructura sociocultural y a la agencia colectiva que rodea a los individuos; explorar cómo el contexto social delimita las posibilidades de acción de los estudiantes como consumidores; y avanzar en la identificación de los principales condicionantes sociales del consumo sustentable de alimentos.

Referencias

- Ariztía, T. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. *Cinta moebio*, 59, 221-234. doi: <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2017000200221>
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de educación Superior (ANUIES, 2021). Anuario Educación Superior -Técnico Superior, Licenciatura y Posgrado V.I.I. Recuperado de http://www.anui.es.mx/gestor/data/personal/anui.es05/anuario/Anuario_Educacion_Superior_2020-2021.zip
- Austgulen, M. H., Skuland, S. E., Schjøll, A. y Alfnes, F. (2018). Consumer readiness to reduce meat consumption for the purpose of environmental sustainability: Insights from Norway. *Sustainability*, 10(9), 1-24. doi: <https://doi.org/10.3390/su10093058>
- Barr, S., Gilg, A. y Shaw, G. (2011). *Citizens, consumers, and sustainability: (Re)Framing environmental practice in an age of climate change*. 21, 1224-1233. doi: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.07.009>
- Bauer, D., Arnold, J. y Kremer, K. (2018). Consumption-intention formation in education for sustainable development: An adapted model based on the theory of planned behavior. *Sustainability*, 10(10), 1-13. doi: <https://doi.org/10.3390/su10103455>
- Bello-Benavides, L. O., Meira-Carte, P. Á. y González-Gaudio, E. J. (2017). Representaciones sociales sobre cambio climático en dos grupos de estudiantes de educación secundaria de España y Bachillerato de México. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 22(73), 505-532. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14050493008>
- Benítez, G. (2022). Cultura de reciclaje y separación de residuos avanza, pero falta por hacer: especialistas. *El Sol de Hermosillo*. Recuperado de <https://www.elsoldehermosillo.com.mx/local/cultura-de-reciclaje-y-separacion-de-residuos-avanza-pero-falta-por-hacer-especialistas-8929578.html>
- Bianchi, E., Carmelí, B., Tubaro, D. y Bruno, J. M. (2014). Conciencia y acciones de Consumo Responsable en los jóvenes universitarios [Ciencias económicas]. *Escritos Contables y de Administración*, 4(1), 81-107.
- Camarena-Gómez, B. O., Romero-Valenzuela, D. M. y Camarena-Gómez, D. M. (2020). Alimentos orgánicos en Hermosillo, Sonora: disposición a pagar y preferencias del consumidor. *Estudios Sociales*, 30(55), 1-28. doi: <https://doi.org/10.2307/40184061>
- Corsini, F., Laurenti, R., Meinherz, F., Appio, F. P. y Mora, L. (2019). The advent of practice theories in research on sustainable consumption: Past, current, and future directions of the field. *Sustainability*, 11(2). doi: <https://doi.org/10.3390/su11020341>
- Cortés, O. F. (2016). Comportamiento proambiental y desarrollo económico sustentable en jóvenes universitarios. *Opcion*, 32(Número Especial 9), 387-407. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048482021>
- Csigéné, N., Görög, G., Harazin, P. y Baranyi, R. P. (2015). “Future generations” and sustainable consumption. *Economics and Sociology*, 8(4), 207-224. doi: <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2015/8-4/15>
- Duarte, F. (2014). Efectos del cambio climático en la economía, el comercio internacional y la estrategia empresarial. *Contabilidad y Negocios. Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 9(18), 75-98.
- Dubuisson-Quellier, S. y Gojard, S. (2016). Why are Food Practices not (More) Environmentally Friendly in France? The role of collective standards and symbolic boundaries in food practices. *Environmental Policy and Governance*, 26(2), 89-100. doi: <https://doi.org/10.1002/ect.1703>

- Escobar-Pérez, J. y Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de Contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36. Recuperado de https://www.humanas.unal.edu.co/lab_psicometria/application/files/9416/0463/3548/Vol_6_Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf
- Espejel-Blanco, J. y León-López, L. P. (2014). Influye la calidad sanitaria de alimentos orgánicos en los niveles de intención de compra de los pobres extremos de las zonas urbanas del municipio de Hermosillo. *XXVII Congreso Internacional en Administración de Empresas Agropecuarias*. Del 25 al 28 de mayo de 2014.
- Fischer, D., Böhme, T. y Geiger, S. M. (2017). Measuring young consumers' sustainable consumption behavior: development and validation of the YCSCB scale. *Young Consumers*, 18(3), 312-326. doi: <https://doi.org/10.1108/YC-03-2017-00671>
- Fonte, M. (2013). Food consumption as social practice: Solidarity Purchasing Groups in Rome, Italy q. *Journal of Rural Studies journal*, 32, 230-239. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.003>
- García-Calvente, M. M. y Mateo-Rodríguez, I. (2000). El grupo focal como técnica de investigación cualitativa en salud: diseño y puesta en práctica. *Atención Primaria*, 25(3), 181-186. doi: [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(00\)78485-X](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(00)78485-X)
- Geels, F. W., McMeekin, A., Mylan, J. y Southerton, D. (2015). A critical appraisal of Sustainable Consumption and Production research: The reformist, revolutionary and reconfiguration positions. *Global Environmental Change*, 34, 1-12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2015.04.013>
- Geiger, S. M., Fischer, D. y Schrader, U. (2017). Measuring What Matters in Sustainable Consumption: An Integrative Framework for the Selection of Relevant Behaviors. *Sustainable Development*, 26(1), 18-33. doi: <https://doi.org/10.1002/sd.1688>
- Gierszewska, G. y Seretny, M. (2019). Sustainable Behavior-The Need of Change in Consumer and Business Attitudes and Behavior. *Foundations of Management*, 11(1), 197-208. doi: <https://doi.org/10.2478/fman-2019-0017>
- Gobierno de Sonora (2021). *Plan estatal de desarrollo Sonora 2021-2027*. Recuperado de https://qrcgcustomers.s3-eu-west-1.amazonaws.com/account16773292/22473365_1.pdf?0.9542900326510602
- González-Gaudio, E., Meira-Carrea, P. y Gutiérrez-Pérez, J. (2020). ¿Cómo educar sobre la complejidad de la crisis climática? Hacia un currículum de emergencia. *Revista Mexicana de Investigación Educativa RMIE*, 25, 843-872. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14065615003>
- Goryńska-Goldmann, E. (2019). Disadvantageous Behavior for Achieving Sustainable Food Consumption According to Consumer Opinions. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, 21(3), 102-111. doi: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.4084>
- Guix, J. (2003). Analizando los “porqués”: los grupos focales. *Revista de Calidad Asistencial*, 18(7), 598-602. doi: [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(03\)77644-1](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(03)77644-1)
- Haller, K., Lee, J. y Cheung, J. (2020). Meet the 2020 Consumers Driving Change. *Ibm Research Insights*. Recuperado de <https://www.ibm.com/downloads/cas/EXK4XKX8>
- Ipsos (2023). *Attitudes on reducing meat consumption for climate worldwide 2022* | Statista. Statista. Recuperado de <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/statistics/1310155/consumers-trying-to-reduce-meat-consumption-due-to-meat-impact-on-climate/>
- Jacobsen, M. H. y Hansen, A. R. (2019). (Re)introducing embodied practical understanding to the sociology of sustainable consumption. *Journal of Consumer Culture*, 0(0), 1-17. doi: <https://doi.org/10.1177/1469540519846213>
- Jaquez, D. (2021). Sociedad y gobierno se unen para separar residuos. *El Sol de Hermosillo*. Recuperado de <https://www.elsoldehermosillo.com.mx/local/hermosillo-sociedad-y-gobierno-separacion-de-residuos-reciclaje-aaron-montano-reduce-tu-huella-recicla-centros-norberto-barraza-6392105.html>
- Jaquez, D. (2021). Inauguran primer reciclacento permanente en Hermosillo. *El Sol de Hermosillo*. Recuperado de <https://www.elsoldehermosillo.com.mx/local/hermosillo-cultura-del-reciclaje-gino-saracco-servicios-publicos-municipales-reciclacento-permanente-comandancia-norte-material-6427211.html>
- Kennedy, E. H. y Krogman, N. (2008). Towards a sociology of consumerism. *International Journal of Sustainable Society*, 1(2), 172-189. doi: <https://doi.org/10.1504/IJSSOC.2008.022573>
- Kochina, K. (2019). *A Study of Consumer Buying Behaviour and Consumers' Attitude on Sustainable Production and Consumption in the Food and Beverage Sector*. KAMK University of Applied Science.
- Kreuzer, C., Weber, S., Off, M., Hackenberg, T. y Birk, C. (2019). Shedding light on realized sustainable consumption behavior and perceived barriers of young adults for creating stimulating teaching-learning situations. *Sustainability*, 11(2587), 1-18. doi: <https://doi.org/10.3390/su11092587>

- León-López, L. P., Espejel-Blanco, J. E., y Camarena-Gómez, D. M. J. (2016). Disposición a pagar por alimentos orgánicos no procesados por pobres extremos, en la zona urbana de Hermosillo, Sonora, México. *Stabil lekilal ta lekil abtel. Administración para el desarrollo*, 10, 43-58.
- León-López, P. y Espejel-Blanco, J. (2013). Intención de compra y disposición a pagar por alimentos orgánicos en la pobreza extrema de Hermosillo, Sonora, México. *II Congreso Internacional de las Ciencias Administrativas (CICA)*. 21 de noviembre de 2013.
- Martin, F., Peattie, K. y Galí, J. M. (2013). *Marketing de Sostenibilidad: una perspectiva global*. (2a ed.). España: Profit Editorial.
- Mendiola, C. (2007). Consumo responsable. *Revista Eureka sobre enseñanza y divulgación de las ciencias*, 4(1), 189-192. doi: https://doi.org/10.25267/rev_eureka_ensen_divulg_cienc.2007.v4.i1.12
- Mylan, J. (2018). Sustainable consumption in everyday life: A qualitative study of UK consumer experiences of meat reduction. *Sustainability*, 10(7), 1-13. DOI: <https://doi.org/10.3390/su10072307>
- Nielsen Product Insider (2018). *Was 2018 the Year of the Influential Sustainable Consumer?* Recuperado de <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2018/was-2018-the-year-of-the-influential-sustainable-consumer/>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Recuperado de http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- ONU (1995). *Evolución de las modalidades de consumo y producción*. Recuperado de <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N95/061/81/PDF/N9506181.pdf?OpenElement>
- Pekkanen, T. L. (2020). Institutions and Agency in the Sustainability of Day-to-Day Consumption Practices: An Institutional Ethnographic Study. *Journal of Business Ethics*. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04419-x>
- Peralta-Quiñonez M. y Camarena-Gómez B. (2020). *Voces críticas emergentes en el contexto del sistema alimentario y problemática ambiental global*. México: Grupo Editorial Libermex- CIAD, A. C.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2015). *Objetivos de Desarrollo del Milenio: Informe de 2015 Panorama*. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/mdg/the-millennium-development-goals-report-2015.html>
- PNUD (2016). *Objetivo 12: Producción y consumo responsable*. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>
- Pujadas, C. H., Avelín Cesco, M. L., Figueroa, M. F., García, M. L., Hernández, J. J. y Martín, S. (2009). *El consumo sostenible: concepto y relevancia para los países de América Latina 1. Las nuevas agendas en política exterior de los Estados Latinoamericanos*. Recuperado de <https://www.austral.edu.ar/eedu/wp-content/uploads/2017/05/Consumo-Sostenible-concepto-y-relevancia-para-LATAM.pdf>
- Richard, A. M. (2021). Ciudadanía ambiental y movimientos ambientales en el México contemporáneo. *Sociedad y Ambiente*, 24, 1-28. doi: <https://doi.org/10.31840/sya.vi24.2232>
- Robles, M. L. (2022). Hermosillo: reciclacentros recolectan en una semana hasta 3 toneladas de material. *El Imparcial*. Recuperado de <https://www.elimparcial.com/sonora/hermosillo/HermosilloReciclacentros-recolectan-en-una-semana-hasta-3-toneladas-de-material-20221110-0025.html>
- Romero-Valenzuela, D. M. (2016). *Comportamiento del consumidor local hacia los hortofrutícolas orgánicos*. (Tesis de maestría) Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, Hermosillo, Sonora. Recuperado de https://ciad.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1006/787/1/Romero-Valenzuela%20D%20M_MDR_2016.pdf
- Salinas, D. (2016). Educación ambiental para el desarrollo y consumo sustentable en Chile. Una revisión bibliográfica. *Revista Electrónica Educare*, 20(2). doi: <https://doi.org/10.15359/ree.20-2.3>
- Schoijet, M. (2005). Población y producción de alimentos. Tendencias recientes. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 36(141), 183-203.
- Spaargaren, G. (2003). Sustainable consumption: A theoretical and environmental policy perspective. *Society and Natural Resources*, 16(8), 687-701. doi: <https://doi.org/10.1080/08941920309192>
- Spaargaren, G. y Mol, A. P. J. (2008). Greening global consumption: Redefining politics and authority. *Global Environmental Change journal*, 18, 350-359. doi: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2008.04.010>
- Spaargaren, G. y Oosterveer, P. (2010). Citizen-consumers as agents of change in globalizing modernity: The case of sustainable consumption. *Sustainability*, 2(7), 1887-1908. doi: <https://doi.org/10.3390/su2071887>

- Statista (2018). *Sustainable food industry 2018*. Recuperado de <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/study/23912/sustainable-food-industry-statista-dossier/>
- Statista (2023a). *Gen Z and millennials: The generational gap in sustainable consumption* | Statista. Recuperado de <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/study/102352/gen-z-and-millennials-the-generational-gap-in-sustainable-consumption/>
- Statista (2023b). *Generation Z food consumption in the U.S. Statista dossier on food consumption of Gen Z in the U.S.* Recuperado de <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/study/132743/gen-z-food-consumption-in-the-us/>
- Südaş, H. D. y Özeltürkay, E. Y. (2015). Analyzing the Thoughts of Ecological Footprints of University Students: A Preliminary Research on Turkish Students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 176-184. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1189>
- Suski, P., Speck, M. y Liedtke, C. (2021). Promoting sustainable consumption with LCA e A social practice-based perspective. *Journal of Cleaner Production*, 283(125234), 1-12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125234>
- The Hartman Group (2021a). *Worldwide: Reasons for purchasing sustainable products 2021* | Statista. Recuperado de <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/statistics/1275645/worldwide-reasons-for-purchasing-sustainable-products/>
- The Hartman Group (2021b). *Barriers to purchasing sustainable products Mexico 2021* | Statista. Statista. Recuperado de <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/statistics/1275755/barriers-to-purchasing-sustainable-food-and-beverages-in-mexico/>
- Turrent-Fernández, A. y Cortés-Flores, J. I. (2005). Ciencia y tecnología en la agricultura mexicana. Producción y sostenibilidad. *Terra Latinoamericana*, 23(2), 265-272.
- United Nations Conference on Environment and Development (UNCED, 1992). *United Nations Conference on Environment y Development AGENDA 21*. Recuperado de <http://www.un.org/esa/sustdev/agenda21.htm>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO, 2005). Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2005-2014).
- UNESCO (2014). *Hoja de ruta para la ejecución del programa de acción mundial de educación para el desarrollo sostenible*. Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000230514_spa
- Vermeir, I. y Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, 64, 542-553. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.03.00>