



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN DESARROLLO HUMANO

TESIS

**ECONOMÍA SOLIDARIA: UNA PROPUESTA
ALTERNATIVA EN EL DESARROLLO DE
CAPACIDADES HUMANAS: EL CASO DEL
“MERCADITO AGROECOLÓGICO Y ARTESANAL DE
LA COMUNIDAD ESTUDIANTEL UNICACH”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DESARROLLO HUMANO**

PRESENTA

DORIBETH DE JESÚS HERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ

DIRECTOR DE TESIS

DR. HUGO SAÚL ROJAS PÉREZ

CODIRECTOR

DR. ÁNGEL FERNANDO CABRERA BAZ

TUXTLA GUTIÉRREZ CHIAPAS.

MARZO 2026



Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas
Dirección de Servicios Escolares
Departamento de Certificación Escolar
Autorización de impresión



Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
11 de febrero de 2026

C. Doribeth de Jesús Hernández Domínguez
Pasante de la Licenciatura en Desarrollo Humano

Realizado el análisis y revisión correspondiente a su trabajo recepcional denominado **"Economía solidaria una propuesta alternativa de desarrollo de capacidades humanas: el caso del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH."** en la modalidad de tesis.

Nos permitimos hacer de su conocimiento que esta Comisión Revisora considera que dicho documento reúne los requisitos y méritos necesarios para que proceda a la impresión correspondiente, y de esta manera se encuentre en condiciones de proceder con el trámite que le permita sustentar su examen profesional.

ATENTAMENTE

Revisores

Dr. José Ramiro Cortés Pon

Dr. Rubén Antonio Moreno Moreno

Mtra. Jesika Berenica Contreras García

Firmas:

DEDICATORIA

A LA VIDA.

*EL QUE HABLA DE UNIÓN, HABLA DE DIFERENCIAS, PORQUE SI NO
HUBIERA DIFERENCIAS NO HABRÍA NADA QUE UNIR. YO HE DEDICADO MI
VIDA A CREER EN LAS DIFERENCIAS.*

MIGUEL LEÓN PORTILLA

AGRADECIMIENTO

A la vida en todas sus formas y a cada ser vivo que habita en mi vida; por su paciencia y por recordarme que formo parte de un equilibrio perfecto y por ser la fuente inagotable de inspiración para entender el mundo que nos rodea.

A mi padre y a mi madre por ser el origen y el apoyo incondicional, su amor y sacrificio, son los cimientos sobre los que he construido este sueño.

A mi familia, por ser el refugio seguro y la motivación constante en los momentos de duda, gracias por caminar a mi lado.

A mis maestros y maestras, compañeritos de salón, mi amiga Cesia Carolina que fueron guías de esta formación académica y humana, gracias al Dr. Hugo Saúl Rojas Pérez, por compartir su sabiduría con generosidad, por desafiar mis límites y por instruirme con paciencia en este proceso de aprendizaje continuo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
JUSTIFICACIÓN.....	9
SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN	11
OBJETIVOS.....	13
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	14
CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL	15
1.1 Antecedentes de tianguis agroecológicos en México.	15
1.2 Emprendimiento agroecológico en México.	18
1.3 Características de emprendedor agroecológico.....	19
1.4 Caso práctico de creación de un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	24
2.1 Economía solidaria.	24
2.2 Economía circular.....	27
2.3 Economía sagrada.....	29
2.4 Relación entre economía y desarrollo humano.	31
2.5 Relación entre desarrollo humano y sustentabilidad.....	36
CAPÍTULO III. ECONOMÍA SOLIDARIA Y TIANGUIS EMERGENTES COMO RESPUESTA AL CAPITALISMO	40
3.1 Producción agroecológica en México y la creación de tianguis emergentes de economía solidaria.	40
3.2 Monedas alternativas y trueque.....	41
3.3 Elementos de la economía circular y economía sagrada en los emprendimientos agroecológicos..	44

CAPÍTULO IV. EXPERIENCIAS Y TRANSFORMACIONES EN MÉXICO: CASO PRÁCTICO DEL “MERCADITO AGROECOLÓGICO Y ARTESANAL DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTEL UNICACH”	46
4.1 Incentivar la economía solidaria entre los estudiantes universitarios.	46
CAPÍTULO V. GENERANDO EL DESARROLLO DE CAPACIDADES HUMANAS POR MEDIO DE UNA ECONOMÍA SOLIDARIA EN BASE A LOS HÁBITOS DE ESTILOS DE VIDA DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTEL UNICACH.....	57
5.1 Hábitos alimenticios de la comunidad estudiantil de la UNICACH.	58
5.1.1 Dieta rural y urbana en jóvenes universitarios de la UNICACH.	59
5.1.2 Consumo de proteínas en jóvenes universitarios de la UNICACH.....	60
5.2 Hábitos de compras de la comunidad estudiantil de la UNICACH.....	63
5.3 Hábitos sustentables en la comunidad estudiantil de la UNICACH.....	65
5.3.1 La apatía en proyectos sustentables y de comunidad estudiantil de la UNICACH.	66
5.4 Hábitos de convivencia en jóvenes universitarios de la comunidad estudiantil de la UNICACH. ...	68
5.4.1 Hábitos de convivencia condicionados por situación económica en jóvenes universitarios. ...	70
5.4.2 La falta de oferta cultural entre los jóvenes universitarios es una tendencia hacia la apatía en actividades sociales o deportivas.	71
5.5 Hábitos socioemocionales en la comunidad estudiantil de la UNICACH.....	74
5.5.1 La apatía como tendencia hacia la depresión en jóvenes universitarios.	75
5.5.2 Relación entre el alimento y las emociones.....	76
CAPÍTULO VI. FORTALECIMIENTO DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN JÓVENES UNIVERSITARIOS ENFOCADO AL EMPRENDIMIENTO AGROECOLÓGICO	79
6.1 Características de un emprendedor agroecológico universitario	81
6.2. Clasificación de los productos agroecológicos de los jóvenes emprendedores universitario y su significado simbólico.	84
6.3 Sustentabilidad, la convivencia y emociones dentro del mercadito estudiantil UNICACH.	87
CONCLUSIONES	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
ANEXOS.....	102

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la transición hacia modelos de vida sustentables y alternativas económicas representa uno de los mayores desafíos para las comunidades universitarias. El presente escrito investiga la creación y consolidación del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, una iniciativa que surge como una alternativa económica solidaria frente al sistema económico tradicional y el consumismo globalizado.

Este espacio no solo promueve la economía solidaria, sino que se constituye como un punto de encuentro entre Facultades donde la convivencia sana, la alimentación consciente y el cuidado del medio ambiente son los ejes rectores.

Bajo la perspectiva de Sen (2004), este mercadito se define como una forma de resistencia activa ante la posible desaparición de las culturas locales y las prácticas horizontales. A pesar de las limitaciones presupuestarias, la falta de difusión institucional y la necesidad de una mayor empatía por parte de las autoridades universitarias, el éxito de sus primeras ediciones demuestra que el interés de los jóvenes por potenciar sus capacidades, más allá de lo académico, está en pleno crecimiento. Así, este esfuerzo se presenta como un agente transformador que busca sembrar, a largo plazo, una cultura de emprendimiento ético y una vida integral en armonía con el entorno.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con Ribeiro y Vélez (2017), el construir una economía estructurada a partir de la solidaridad, en lugar de partir de la competitividad y la competencia para la acumulación privada y centralizada, la economía solidaria puede ser una praxis fundamental para dar una nueva estructura al sistema dominante y construir sistemas de buen vivir. Se trata de transformar todo el metabolismo **(1)** biosocial para conformar integralmente un modo de vida solidaria y sostenible.

Vista desde el desarrollo humano parte de la ética, valores y principios que cada ser humano tiene a partir de su contexto cultural, es una manera de vivir en armonía con el ambiente que nos rodea, de trabajo en equipo de forma solidaria y sustentable, de descubrir que el emprendimiento solidario es una forma de incentivar y motivar a los jóvenes a ser proactivos, innovadores y creativos.

Como dice el término solidaridad es trabajar en equipo, cooperar, confiar, corresponsabilizar, comunicar, compartir, cuidar todo lo que se construye y se realiza como comunidad.

Este tipo de economía no tiene un fin lucrativo, su enfoque es el buen vivir, trabajando en conjunto, con el entorno en el que se vive y promoviendo el consumo local. Esta muy relacionado con el cuidado del medio ambiente, la preservación de la naturaleza, como una sola unidad, el trabajo solidario, haciendo actividades de recreación que concienticen al consumo local.

Una economía solidaria debe ser dirigida a los jóvenes para que se interesen en participar y a tener esta inquietud o aporte hacia una economía más humanista.

Una economía solidaria no está basada en la utilidad, se mueve en otro tipo de ayudas que son indispensables como trabajar en comunidad como capital social y capital simbólico.

(1) Bicosocial: La consecuencia de la interacción entre factores biológicos, psicológicos y sociales. Belloc A., Olabarria B. El modelo bio-psico-social: Un marco de referencia necesario para el psicólogo clínico. Universidad de Valencia. Facultad de Psicología. Departamento de Personalidad, Evaluación y Tratamientos Psicológicos Ayuntamiento de Madrid.

¿Por qué crear un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH?

Para Neef (1998) el desarrollo debe definirse como la liberación de posibilidades creativas de todos los integrantes de una sociedad. Latinoamérica se convirtió en un espacio ideal para impulsar proyectos económicamente viables y ecológicamente responsables, pero todo se volvió un referente de modelo alternativo plausible (Leff, 1999; Rodríguez y Govea, 2006).

Viviendo estos tiempos de globalización sofocado por un sistema capitalista donde su único objetivo es la generación del dinero desde la explotación de los recursos naturales y analizando que cada vez carecemos de ellos; nos responsabilizamos al quehacer de un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, tomando en cuenta este modelo alternativo de una economía enfocada a la solidaridad, trabajo en equipo, empatía, colaboración y reciprocidad con el fin de que la utilidad vaya más allá del dinero sino de la satisfacción de las necesidades propias a partir del trabajo comunitario, que conlleva el sentirse bien con uno mismo y pertenecer a una comunidad solidaria.

Considerando que el mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH es una investigación práctica, se propuso a los estudiantes de participar de forma voluntaria a esta iniciación de economía solidaria, mediante el reconocimiento y satisfacción de sentirse bien por medio de la realización del mercadito, teniendo como base valores como la cooperación, la convivencia sana y humanista dentro de la comunidad estudiantil.

JUSTIFICACIÓN

Transformar la realidad a través de una economía solidaria, es sensibilizar a los jóvenes universitarios a este modelo económico solidario como un elemento importante en armonía con el medio ambiente y sociedad, de acuerdo con el entorno en donde viven y puedan marcar sus prácticas cotidianas, como estilos de vida, basándose en la solidaridad.

Las ventajas que ofrece una economía solidaria hacia los jóvenes universitarios, es que emprenden desde esta alternativa económica, como son productos agroecológicos y artesanales, en donde ellos se organizan, coordinan sus ventas, el consumo es local, la comunicación es directa, tanto como vendedores como compradores, sin intermediarios de ventas, ofrecen productos y alimentos a precios justos, crean conciencia, promoviendo compras y ventas locales, ofrecen espacios para la convivencia y desarrollo de actividades culturales, fomentan la alimentación sana; entre otros aportes, por consiguiente la mayoría de mercados orgánicos se enfocan en diferentes economías alternativas entre ellas la solidaria, circular y sagrada.

De acuerdo con la Red Mexicana de Tianguis, creada en el año 2004, tiene como objetivos promover el desarrollo del mercado interno; fomentar el consumo local y responsable de productos orgánicos; acercar el intercambio directo entre productores y consumidores; difundir los principios y la filosofía de la agricultura orgánica y ofrecer espacios multiculturales donde el consumidor efectúe una compra ética y amigable con el ambiente (Gómez, Gómez., Shwintesi, 2001).

Por lo descrito anteriormente, se llevó a cabo la creación del mercadito agroecológico y artesanal con jóvenes universitarios interesados en emprender, de acuerdo con su creatividad y capacidades adquiridas durante su vida.

Dice Jones (2017) los jóvenes mantienen, florecen y permanecen gracias a su habilidad para adaptarse al cambio de la economía, políticas y cultura. Por lo que decimos que la motivación para emprender en un joven universitario según la encuesta anual de actividad empresarial GEM (Global Entrepreneurship Monitor) muestra que existen dos tipos de motivación empresarial, aquella conducida por necesidad y la conducida por oportunidad (Barrera, Navarrete, Segura, 2021).

¿Por qué decimos que este tipo de emprendimiento de mercaditos agroecológicos y artesanales es una fortaleza? porque es un medio de apoyo económico y solidario por lo que según emprendedores está definido por aquellos que iniciaron un negocio debido a las complicaciones para encontrar trabajo; sin embargo, los datos del GEM (2006), muestran que la mayor parte de los emprendedores en México son conducidos por oportunidad, debido a que buscan un ingreso mayor, representando un 39% de los emprendedores, mientras que un 49% de ellos busca mayor independencia (Ibarra, 2007).

De acuerdo con Doing business en Mexico (2019), México obtiene el lugar número 60 en la facilidad para comenzar un negocio entre otras 183 economías. De igual forma la historia de hacer negocios de manera informal en la nación ha ocasionado que los negocios no registrados sean culturalmente aceptables y difíciles de monitorear debido a su naturaleza.

El hablar específicamente de una economía solidaria en nuestro Estado como los tianguis, mercaditos y bazares, está en incremento en diferentes municipios al igual que los espacios culturales, ya que es un punto de reunión de diferentes productores, agricultores, artesanos y comerciantes, es el medio para darse a conocer, consumir local y estar en convivencia sana dentro de una misma localidad.

SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN

Por medio de la creación del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, se tuvo un resultado de investigación donde se analizó el interés de los jóvenes universitarios y personas que laboran dentro de la universidad a participar en esta alternativa económica solidaria.

Para este caso, las ventas del mercadito participaron jóvenes universitarios, primeramente, de la Licenciatura en Desarrollo Humano, por medio de un huerto universitario, elaboraron productos orgánicos, en segundo, jóvenes que llevaron productos elaborados por negocios familiares y tercera, jóvenes que elaboran productos de forma autónoma y como requisito era que los productos fueran realizados con materiales sustentables y amigables con el medio ambiente.

En la ciudad de Tuxtla Gutiérrez existen diferentes mercaditos, bazares y tianguis enfocados al emprendimiento, y tienen ventas de productos variados, la mayoría de ellos piden como requisitos, que los productos sean elaborados a mano, cuidadosos con el medio ambiente, agroecológicos, artesanales, y una alta participación ciudadana, por lo que este tipo de proyectos de alternativas económicas está en aumento en el Estado de Chiapas.

Con estas referencias de mercaditos en la ciudad, primeramente se indagó si anteriormente se había realizado algún mercadito agroecológico y artesanal de la UNICACH, promoviendo y difundiendo una economía solidaria entre los jóvenes universitarios y en consecuencia supimos que han realizado bazares, pero ha sido con personas externas y de una edad que rebasa a la de un universitario, sin tener en cuenta el enfoque hacia una economía solidaria, por lo que procedimos a realizar en la comunidad estudiantil de la UNICACH, el mercadito agroecológico y artesanal.

Este mercadito, fue una prueba piloto para analizar si realmente los jóvenes les interesa participar en este tipo de alternativa de economía solidaria, teniendo en cuenta que es un contraste al sistema actual, que ha estado amenazando la existencia humana, ya que son los jóvenes que determinan las tendencias futuras.

Para la creación del mercadito fue necesario la difusión y la participación de jóvenes universitarios que estuvieron interesados en esta alternativa económica solidaria, el

cual tiene como principios, la equidad, trabajo digno, sostenibilidad ecológica, cooperación, reparto justo de la riqueza y compromiso con el entorno.

La realización del mercadito se hizo en base al interés de los jóvenes universitarios que participaron en una economía más comunitaria, solidaria, democrática, equitativa, inclusiva, sostenible y cuidadosa con el medio ambiente, que genera el autoempleo, por consiguiente, aprenden a desarrollar sus habilidades y capacidades, lo que implica hacer frente a una economía capitalista antidemocrática, que genera desigualdades, pobreza y destrucción a la naturaleza.

OBJETIVOS

General

- Investigar el interés en jóvenes universitarios hacia un sistema de modelo económico solidario y sustentable a través de la creación de un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.

Específicos

- Analizar el consumo local de los jóvenes universitarios actual y a través del Mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.
- Fomentar el interés del consumo de una alimentación sana y estilo de vida saludable en armonía con el medio ambiente.
- Generar la convivencia empática por medio de la participación de jóvenes universitarios y personal que labora dentro de la UNICACH.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Las consecuencias de una cultura contemporánea global encaminada al consumo de bienes industrializados y ultra procesados, ha hecho que los jóvenes incorporen de forma naturalizada patrones de trabajo, ocio y sobre todo alimentación enfocados a consumir bienes y desecharlos de forma inmediata, siendo una economía cuyo objetivo es satisfacer necesidades basadas en las opciones que solo nos da el mercado actual y favorecer la acumulación de capital. Las consecuencias de este tipo de consumos son marcos alimentarios no sanos, la pérdida de la biodiversidad y la desaparición de procesos tradicionales amigables con el medioambiente, de tal forma que se han incrementado las desigualdades.

En el contexto universitario chiapaneco se evidencia con facilidad el consumo de bienes industrializados; como la comida rápida, los objetos de plástico, entre otros productos; hechos que corroboran que la vida cotidiana se ha montado sobre el ritmo de vida capitalista. En este sentido se hizo un análisis del **¿Cómo perciben los jóvenes universitarios una economía solidaria en base a su experiencia mediante el mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH?** ¿Es viable una economía solidaria para los jóvenes estudiantes en un futuro? ¿Por qué se han transformado los consumos sustentables por otros industrializados sobre todo en los jóvenes? ¿Por qué hace más atractivo para los jóvenes consumir bienes industrializados en vez de optar por otros más sanos y sustentables?

Ante estas interrogantes se creó un alternativo económico llamado mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, con la intención de iniciar un canal de consumo y comercialización basados en la economía solidaria; y comprobar si a partir de este mercadito se sensibilizará a los jóvenes estudiantes a seguir principios y objetivos de una economía solidaria.

CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL

1.1 Antecedentes de tianguis agroecológicos en México.

En esta oleada de propuestas transitorias, podemos reconocer diversos esfuerzos de comunidades autónomas, redes de productores orgánicos, ecoaldeas, monedas locales, bosques comunitarios entre otras. Cabe destacar que la mayoría ocurren en el ámbito rural lideradas por pueblos indígenas, donde se reconocen movimientos de resistencia y lucha en defensa del territorio o modos de vida alternativos en regiones con una permanente existencia espacial (Toledo y Ortiz, 2014).

Desde tiempos antiguos en México prehispánico, el tianguis era el mercado de productos donde las personas intercambiaban sus cosechas o productos elaborados de forma artesanal, llamado trueque, en nuestros tiempos, comunidades y pueblos indígenas aún preservan este sistema, aunque posiblemente ya no con el intercambio de productos, por lo que aún se preserva los días de tianguis, designados comúnmente los fines de semana para la venta de productos cosechados de frutas y verduras de la zona y artesanías elaborados por ellos en algún lugar en específico de la comunidad.

Es importante comentar que este tipo de sistemas no tiene una connotación ideológica en términos de saber que se tiene una alimentación sana, sino surge de la necesidad de intercambio dentro de las economías populares y campesinas.

En la actualidad existe una gran cantidad de mercaditos, tianguis y bazares donde se promueve el intercambio de productos, el trueque, siendo un espacio de encuentro social y cultural, teniendo como objetivo promover el consumo local, la alimentación, convivencia sana y concientizar hacia un estilo de vida saludable en armonía con el medio ambiente por lo que este tipo de alternativas económicas hacen frente al sistema vigente que es el capitalismo.

Estas alternativas económicas se presentan en diferentes partes de la República Mexicana de acuerdo con nuestro caso de tesis de la creación de un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, investigamos que existen diversas universidades que han establecido Tianguis Universitarios y se encuentran en Chiapas, Veracruz, Estado de México y la UNAM.

En Chiapas se encuentra el tianguis de productos naturales y orgánicos el Huacalero nació en Tapachula, Chiapas, en octubre de 2007. Fue impulsado por un colectivo de académicos de ECOSUR y apoyado por el Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario 60, la Universidad Nacional Autónoma de Chiapas y la Reserva de la Biosfera del Volcán Tacaná (El Colegio de la Frontera Sur, marzo de 2019).

En la UNAM y de acuerdo con Hernández (2023), la actividad de los bazares en las distintas escuelas de la UNAM permite el fortalecimiento de lazos de solidaridad entre la comunidad al fomentar la interacción entre estudiantes por medio del intercambio de mercancías. Esto último resulta importante para el alumnado, debido a que contribuye a la superación de problemáticas como el estrés, depresión o ansiedad provocadas por el aislamiento derivado de las medidas adoptadas para contrarrestar los efectos de la pandemia Covid-19 en el país entre 2020 y 2022. La actividad de los bazares en las distintas escuelas de la UNAM permite el fortalecimiento de lazos de solidaridad entre la comunidad al fomentar la interacción entre estudiantes por medio del intercambio de mercancías.

Otro de los tianguis universitarios es de la Universidad Intercultural del Estado de México, este fue concebido como un espacio alternativo de enseñanza-aprendizaje, venta y trueque en donde interactúan productores, artesanos, comunidad universitaria y gente de las localidades cercanas. Tiene entre sus objetivos, ofertar los productos del proyecto Corredor Hortícola-Orgánico, además de las artesanías de la región, productos medicinales y servicios de salud proporcionados por estudiantes bajo la supervisión de los profesores. (Universidad Intercultural del Estado de México, 2024).

De esta manera, la Universidad Intercultural del Estado de México realiza una vinculación extraordinaria, se instala el tianguis en los diferentes eventos académicos y sociales que realiza la universidad, abriéndose de esta manera al público externo.

En Veracruz existe desde 2017 el Tianguis Agroecológico Universitario (TAU), junto con los productores que forman parte del Tianguis Agroecológico de Xalapa (TAX)

que nace en el 2003 con la intención de brindar a la sociedad un espacio en donde pudieran encontrar alimentos saludables, orgánicos y de producción local. Inicialmente tuvo como primera sede Radio UV, ahora lo podemos encontrar en la Unidad de Artes Xalapa. El Tianguis Agroecológicos de Xalapa es uno de los primeros mercados de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. (Universidad Veracruzana, 2025)

Por lo que se aprecia de estos mercaditos, tianguis o bazares, actualmente no solo sirven para satisfacer una actividad alimenticia o económica, sino buscan fomentar estilos de vida saludables, sustentables y tanto en términos ecológicos; enfocados en el cuidado del medio ambiente, en términos sociales, desde un posicionamiento crítico y contestatario en contra del sistema de mercados capitalista o bien desde la creación de redes de reciprocidad e intercambio, algunas con perspectiva de género.

Una de las propuestas de estas alternativas económicas lleva a la promoción de consumo alimenticio de productos agroecológicos, al consumo sano y de productores locales. De acuerdo con Espelt, (2024), este contexto se ve afectado por la actual expansión de la tecnología digital que está modificando los hábitos de consumo. Las grandes cadenas de supermercados, que concentran el mayor consumo de alimentos y otras iniciativas capitalistas, están aprovechando las plataformas digitales para seguir controlando la venta de alimentos.

Por lo que la agroecología fomenta un consumo de alimentos de proximidad, ecológicos y con un trato justo entre productor y consumidor. El movimiento surgido en el marco de la soberanía alimentaria actúa como respuesta al impacto social, económico y medioambiental causado por la industria alimentaria (Espelt, 2024).

Uno de los objetivos del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, es fomentar en los jóvenes universitarios la alimentación y consumo saludable con la compra a productores locales, que despierte en ellos el interés de cambiar a hábitos más sanos, de que sean conscientes de lo que ofrecen los productos industrializados de grandes cadenas alimenticias y como puede afectar a su salud.

1.2 Emprendimiento agroecológico en México.

El término de moda en la actualidad es el emprendimiento, que va en aumento en la sociedad mexicana, visto como un apoyo económico y con un enfoque de autoempleo, cambio de estilo de vida o darse a conocer en la creación de alguna red de emprendedores.

De acuerdo con Martínez, (1998) el término empresario en México se refiere al director de un negocio, la persona que ha asumido el riesgo financiero, usualmente el hombre de familia, asumiendo, así como una de las características principales del emprendimiento en México a las conexiones familiares.

Como se ha mencionado anteriormente una de las características del emprendimiento en México son las conexiones familiares y se inicia por las experiencias y aprendizajes que se adquieren con el desarrollando de habilidades y capacidades durante el transcurso de vida.

Por lo tanto, con el análisis del emprendimiento en México a través de datos investigados se puede apreciar que en los años recientes, tanto investigadores como gobernantes y otras personalidades económicas, buscan trazar políticas de desarrollo regional insistiendo en la necesidad de reconocer la atención en el estudio de creación de empresas viendo a este fenómeno como principal protagonista del crecimiento económico y en la generación de nuevos empleos (Barrera, Navarrete, Segura, 2021).

Con base en lo establecido, se puede decir que el interés en el fenómeno de creación de empresas se da por la disminución del crecimiento económico y la agudización del problema de desempleo, así como la importancia de que para el desarrollo de un país se deben identificar las características actuales de la población (Barrera, Navarrete, Segura, 2021).

Para el caso del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, el emprendimiento en los jóvenes universitarios es aún limitado por la falta de motivación y el aprendizaje continuo para adquirir nuevas habilidades y

capacidades para la elaboración o consumo de productos agroecológicos, que le proporcione al estudiante una mejor calidad de vida, sobre todo en la capacidad de alimentarse de forma sana.

1.3 Características de emprendedor agroecológico.

Como anteriormente se mencionó el emprendimiento según Martínez (1998), es la persona que ha asumido el riesgo financiero, tratando de ser emprendedor agroecológico es aquella persona que lucha posiblemente en contra de un sistema capitalista basado únicamente en la generación del dinero.

De acuerdo con el artículo publicado de Lazarrabal (2021), un emprendedor agroecológico es aquella persona que identifica una oportunidad de negocio o idea y comienza su propio proyecto empresarial organizando los recursos necesarios para avanzar.

Un emprendedor agroecológico debe tener presente valores que le permitan relacionarse con otros productores creando una red solidaria, cooperativa, recíproca y empática, el cual permita adaptarse y generar cambios, resiliente a situaciones críticas que se le pueda presentar y fomentando una vida saludable y en armonía con el medio ambiente.

Hace referencia a aquellas personas que son capaces de generar proyectos, ponerlos en movimiento y asumir con autonomía y responsabilidad las consecuencias que deriven de ellos.

El emprendedor agroecológico está consciente que la generación de ganancias no está basada en el capitalismo, si no que se centra en la producción de productos ecológicos y el trato directo con el productor, tendientes hacia una economía solidaria.

Conforme lo que dice Lazarrabal (2021), las características que tiene un emprendedor agroecológico son las que se pronuncian a continuación:

- **Es Independiente:** Un emprendedor suele ser autónomo, le resulta complicado trabajar a la sombra de otro, ya que le gusta liderar sus proyectos.

- **Tiene Iniciativa:** Pone la mirada en el próximo escalón. Brinda buenas ideas y asume riesgos inteligentes. Es común que exprese una visión diferente a los retos sobre las situaciones que se presenten.
- **Innovador:** Quiere cambiar la manera de hacer las cosas, puede llegar a ser perfeccionista. Controla su empresa como su propio estilo de vida y, con su visión, crea grandes soluciones.
- **Es creativo:** En busca permanente de nuevas metas y tendencias para seguir aprendiendo acerca de su temática.
- **Apasionado:** Todo emprendedor exitoso debe creer firmemente en lo que hace y sumar pasión en su trabajo para darle vida a su proyecto.
- **Persistente:** Un emprendedor identifica sus errores o fracasos, los analiza y emprende de nuevo. Sabe manejar los fracasos de otra forma, esto lo impulsa a seguir avanzando.

Estas características del emprendedor agroecológico permiten que alternativas económicas sean transformadoras y generadoras de cambios positivos para las capacidades humanas.

1.4 Caso práctico de creación de un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.

La idea de la creación de un mercadito, parte de la iniciativa de alumnos y docente de la asignatura de medio ambiente y sustentabilidad de la Licenciatura en Desarrollo Humano, para este caso práctico de investigación se tomaron en cuenta dos mercaditos realizados en la Universidad, por lo que, en el capítulo cuarto se describe detalladamente las actividades que se llevaron a cabo.

Para esta investigación se consideraron los siguientes datos:

- **Población:** El tipo de población de estudio fueron jóvenes universitarios de diferentes Facultades que participaron como emprendedores por medio del mercadito agroecológico y artesanal.
- **Muestra:** La participación de 53 jóvenes emprendedores de las Licenciaturas en Desarrollo Humano, Psicología y Biología, Ciencia y Tecnología de

Alimentos, Ingeniería Ambiental, Ingeniería en Energías Renovables y Maestría en Ciencias de la Biodiversidad y Conservación de Ecosistemas Tropicales.

- **Inclusión:** Se incluyeron a jóvenes estudiantes de diferentes Facultades de Ciudad Universitaria, al igual quedó abierta la invitación de participar a los docentes y administrativos en el mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil. Se tomó en cuenta los productos elaborados con materiales amigables con el medio ambiente.
- **Eliminación:** Se eliminaron para esta investigación a jóvenes universitarios que vendieron productos que no sean agroecológicos ni artesanales.

La idea de crear un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, parte de una iniciativa entre docente y estudiantes de la Licenciatura en Desarrollo Humano en la asignatura de medio ambiente y sustentabilidad, al realizar un huerto universitario de Desarrollo Humano con la intención de lo que se cosecha se elaboren productos agroecológicos y venderlos entre la misma comunidad estudiantil.

Por lo que jóvenes universitarios de la asignatura medio ambiente y sustentabilidad empezaron a involucrar a más jóvenes a participar en el mercadito, ya sea en talleres de elaboración de productos agroecológicos, concurso de fotografía, participación de talentos como canto y baile, fomentando la convivencia sana, la interacción entre jóvenes universitarios con otras Facultades, con la intención de darse a conocer y vender los productos que ellos mismos elaboran, en consecuencia se invita a jóvenes universitarios, egresados y a toda la comunidad estudiantil a emprender en el mercadito.

La respuesta de participación fue positiva se involucraron jóvenes de las Licenciaturas en Desarrollo Humano, Psicología y Biología, Ciencia y Tecnología de Alimentos, Ingeniería Ambiental, Ingeniería en Energías Renovables y Maestría en Ciencias de la Biodiversidad y Conservación de Ecosistemas Tropicales y personal administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales.

Se buscó el lugar idóneo para la creación del mercadito agroecológico y artesanal analizando que el espacio permitiera el encuentro entre diferentes jóvenes

universitarios emprendedores de diversas Facultades.

El punto de encuentro ideal fue la calzada cultural, que es el acceso de la mayoría de las Facultades que se encuentran en Ciudad Universitaria.

Esta calzada permitió que las ventas de los productos de los jóvenes universitarios que elaboraron fueran accesibles a toda persona que pasará por ese lugar, para que se diera a conocer la variedad de productos de consumo, como alimentos saludables, productos artesanales, productos personales, siendo estos respetuosos con el medio ambiente y la convivencia sana.

Para el primer mercadito se hicieron actividades recreativas como juegos, talleres de elaboración de shampoo, pomadas y un concurso de fotografía. Hubo interés en participar, aunque algunos jóvenes universitarios estaban con incertidumbre en las ventas de sus productos por ser la primera vez que vendían.

De forma solidaria y como reconocimiento a la participación se les proporcionó a aquellos jóvenes que tuvieron pocas ventas una canasta solidaria con productos elaborados por los jóvenes universitarios que emprendieron y tuvieron mayores ventas.

Para el segundo mercadito se hizo en un contexto de celebración de día de muertos, al igual se hicieron talleres de elaboración de mermelada de flor de jamaica, pulseras, velas artesanales y de tinturas.

Como recreación cultural se realizó un altar de muertos, bailables folclóricos y participación de jóvenes universitarios con talento en canto de la Licenciatura en Desarrollo Humano.

A continuación, la tabla 1 y 2 se describe la participación de jóvenes universitarios en la primera y segunda edición del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.

Tabla 1: Participación de jóvenes universitarios, primera edición del mercadito.

Primer mercadito	Descripción
Jóvenes universitarios emprendedores	Participaron 22 jóvenes universitarios emprendedores de las Licenciaturas en Desarrollo Humano, Psicología y Biología, Ingeniería Ambiental, Ingeniería en Energías Renovables y Maestría en Ciencias de la Biodiversidad y Conservación de Ecosistemas Tropicales.
Talleres (Gel muscular y shampoo de romero)	Participaron 30 jóvenes universitarios de la Licenciatura en Desarrollo Humano.
Concurso de fotografía	Participaron 12 jóvenes universitarios de la Licenciatura en Desarrollo Humano y 2 jóvenes universitarios de la Licenciatura en Psicología.
Entrega de canasta solidaria	Se donaron 10 canastas solidarias a jóvenes universitarios emprendedores.

Fuente: Elaboración propia, 2024

Tabla 2: Participación de jóvenes universitarios, segunda edición del mercadito.

Segundo mercadito	Descripción
Jóvenes universitarios emprendedores	Participaron 31 jóvenes universitarios emprendedores de las Licenciaturas en Desarrollo Humano, Psicología, Biología, Ciencias y Tecnología de Alimentos y Maestría en Ciencias de la Biodiversidad y Conservación de Ecosistemas Tropicales.
Talleres (Tinturas, llaveros y velas artesanales, envasados)	Participaron 30 jóvenes universitarios de la Licenciatura en Desarrollo Humano.
Actividades culturales y de convivencia	Exposición de altar, bailes folclóricos, talento de canto, exposición de pinturas, rifa.
Entrega de canasta solidaria	Se donaron 10 canastas solidarias a jóvenes universitarios emprendedores.

Fuente: Elaboración propia, 2024

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se estudia las alternativas económicas opuestas al sistema económico capitalista, complementándose hacia una perspectiva integral, social, económica y medio ambiental.

Primeramente, se analiza una postura económica solidaria que es el eje temático principal para el caso práctico de la creación de un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, esta economía ha estado presente en la construcción de nuevas alternativas de consumos responsables.

La segunda economía es la circular con relación a la creación de mercados o tianguis agroecológicos, que se encarga de promover el uso respetable de los recursos naturales, y que en la actualidad están limitados o por extinguirse, es la que propone minimizar desechos o transformándolos para dar un nuevo uso mediante diseños innovadores que no perjudiquen al medio ambiente y sean regeneradores de las materias primas que nos provee la naturaleza.

Por último, se estudiará la economía sagrada basada en la unicidad, que es una visión que deconstruye el contexto cultural. Según Mardones (2015) para hablar de una economía sana primeramente es necesario aclarar ¿de qué está enferma nuestra economía actual? No está enferma de capitalismo, ni de materialismo, ni de desigualdad, ni de egoísmo, ni de ambición. Todos estos son dolorosos, terribles síntomas de una enfermedad más profunda: está enferma de separación.

2.1 Economía solidaria.

Hablamos de una economía solidaria al movimiento social de emprendimientos, organizaciones y redes que facilitan la reproducción de la naturaleza, la gestión y distribución incluyente, corresponsable, equitativa de bienes, satisfactores para la salud y felicidad humana, mediante distintos trabajos, cuidados y forma de recreación y convivencia, articulando así poco a poco y pieza a pieza, todo un metabolismo biosocial para al buen vivir. Todos los elementos que se ven implicados en una economía solidaria merecen un tratamiento más detallado (Ribeiro y Vélez, 2017).

Para los mismos autores la economía solidaria parte de la incorporación de una ética biosocial, una estructura de valores o principios en la cual el derecho a vivir (de manera natural para el conjunto de los seres vivos y de manera sana y feliz para los seres humanos). La corresponsabilidad (en los cuidados y en los trabajos), la equidad (como expresión social concreta y compleja de la justicia distributiva), la libertad (como autonomía colectiva y democracia real), y en síntesis la convierten en fines y principios ordenadores de la acción humana, de las relaciones sociales y de la interacción con la naturaleza.

Para Polanyi y Dalton (1957), la reciprocidad es una forma de intercambio de bienes y servicios que tiene las siguientes características:

- a) Se desarrolla como parte de una relación social.
- b) Constituye un flujo recíproco de bienes materiales y servicios que persiste más allá de una sola transición.
- c) No está regido por las leyes de la oferta y la demanda. “Hay reciprocidad cuando un trabajo es compartido de acuerdo con las reglas definidas de distribución, como cuando se trabaja por turno. También hay reciprocidad cuando se intercambian valores equivalentes de acuerdo con las necesidades momentáneas de cada socio.

Mientras mayor sea la cercanía social entre los miembros de una comunidad, mayor será la tendencia a desarrollar intercambios de reciprocidad (Polanyi, 1957).

Los principios de una economía solidaria de acuerdo con la red de redes de economía alternativa y solidaria son los siguientes:

- **Equidad:** Incorpora el objetivo de la igualdad de las perspectivas complementarias de la justicia y la diversidad. Suponer, reconocer y considerar la igualdad de oportunidades, condiciones y trato a la vez de establecer un reparto justo de obligaciones, recursos y responsabilidades, supone fortalecer su carácter transformador e inclusivo, así como priorizar la tarea de construir espacios habitables donde se cuestionen los privilegios y en los que cualquier persona pueda participar desde el reconocimiento de su diversidad.
- **Trabajo digno:** Promueve un empleo digno, saludable y emancipador, basado en la cooperación y el equilibrio salarial, en el derecho de participar de la propiedad de los

medios de producción y en la toma de decisiones. Un empleo dirigido a producir bienes y servicios socialmente útiles de forma equitativa y sostenible.

- **Sostenibilidad ecológica:** Promueve un nuevo paradigma centrado en sentir y sostener la vida en el planeta, se compromete a no causar más daños y reparar los entornos ambientales, aprendiendo de las cosmovisiones de pueblos y culturas que manifiestan y practican la convivencia con la naturaleza y el respeto a sus ciclos y procesos.
- **Cooperación:** Promueve el desarrollo de estrategias colectivas y plurales basadas en compartir conocimientos, trabajar en red y poner en común esfuerzos y recursos. Permite a las organizaciones compartir visión y valor.
- **Reparto justo de la riqueza:** Promueve un impacto social y económico en el territorial que favorece el buen vivir, a través de despliegue de circuitos que contribuyen a la construcción de modelos socioeconómicos más justos y sostenibles. Posibilita, la generación de trabajos socialmente necesarios, inclusivos y de calidad, al servicio de las necesidades de las personas.
- **Compromiso con el entorno:** Implica la promoción y el impulso de modelos de producción, distribución y consumo centrados en el territorio, desde donde construir propuestas comunitarias de mejora y, a través de alianzas que provoquen un efecto multiplicador, una agenda de transformación ecosocial que transite de lo local a lo global. Supone un fuerte compromiso con la cultura local, reconociendo a su vez, la diversidad de identidades y expresiones sociales y culturales existentes.

De acuerdo con Mauss, Strauss, Homans, Gouldner, Blau, en el libro “como sobreviven los marginados” de Adler (1975), son quienes hablan del principio de la reciprocidad como base de la vida social. Utilizamos el término de reciprocidad para referirnos de un modo de intercambio particular, que atrasa el intercambio del mercado.

Para Polanyi este tipo de intercambio se basaría en el principio de la generosidad; mientras que la economía de mercado descansaría en la maximización individualista y racional de las ganancias (Adler 1975).

Retomando lo que dice la autora, el autor Cook lo ataca como “una teoría diseñada específicamente para el análisis de ciertos tipos de economía moribunda”.

La reciprocidad, por otra parte, surge en una situación de carencia. Cuando la supervivencia física o social de un grupo se encuentra en juego, la gente moviliza sus recursos sociales y los convierte en un recurso económico. (Adler,1975).

Por lo que dice Laville, et. al (2005), más que un sector en sentido estricto parece pues más apropiado evocar una perspectiva de economía solidaria definida como el conjunto de las actividades que contribuyen a la democratización de la economía, a partir de compromisos ciudadanos sabiendo que algunas de entre ellas, como el comercio equitativo, tienen una dimensión internacional. Tal movimiento multiforme de economía solidaria no tiene por objeto sustituir la acción estatal; al contrario, tiene por objeto, proponer formas de regulación política que buscan la articulación con las regulaciones públicas, una reinserción de la economía en un proyecto de integración social y cultural. Esta es la razón por la que, la actitud de las autoridades resulta determinante para el futuro (Laville, et. al, 2005).

Aparte de la economía solidaria existen alternativas económicas responsables con la sociedad y el medio ambiente en contraposición a este sistema económico capitalista que ha conducido hacia una desigualdad económica, explotación de recursos naturales, consumismo y al individualismo, estas alternativas económicas es la economía circular y la economía sagrada el cual se tratará posteriormente.

2.2 Economía circular

La economía circular de acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2023), apunta a minimizar los desechos y a promover un uso sostenible de los recursos naturales a través de diseños de productos más inteligentes, con una vida útil más prolongada, de un mayor reciclaje, y de la regeneración de la naturaleza.

Además de contrarrestar el problema de la contaminación, la economía circular desempeña un papel vital para resolver otros desafíos de gran complejidad, como el cambio climático y la pérdida de biodiversidad.

Por consiguiente, una economía circular es regenerativa, es la que retoma, se produce o se consume de la forma más natural posible, desde una construcción de una casa como las llamadas ecoaldeas hasta la producción más natural de alimentos, ropa, calzado, energías sustentables, entre otras; la economía circular es una alternativa para vivir respetando el ciclo de vida de cada ser vivo el cual como seres humanos pertenecemos naturalmente.

Este tipo de economía también es transformadora y regeneradora, procura que los materiales y alimentos para el consumo humano sean transformados y utilizados nuevamente, uno de sus principales objetivos es volver al consumo seguro sin recurrir a la explotación de los recursos naturales, por lo que se está llegando al límite para la supervivencia humana por escasez de recursos naturales.

Falta trabajar mucho en esta alternativa económica, es aún desconocida para muchos y en varios países la explotación de recursos naturales va afectando a nuestro medio ambiente.

Por lo que la extinción de biodiversidad sigue en crecimiento y esta economía procura detener esta gran explotación natural de nuestro planeta, el cual, para muchos poderosos les genera dinero sin importar las consecuencias graves a nuestro planeta.

La economía circular es una contrariedad hacia el capitalismo a través del manejo adecuado de los recursos naturales tratando de ser sustentables y sostenibles mediante estrategias y procesos de cambios en la producción de bienes enfocados a darles segundos usos a las cosas materiales y procura no tener desperdicios alimenticios.

En cuanto a la relación con la economía solidaria va muy de la mano, ya que las dos economías son innovadoras y transformadoras, procuran el bienestar del ser humano y de la naturaleza para tener un estilo de vida más sustentable y saludable.

Otra alternativa económica es la sagrada, que desde mi perspectiva va más enfocada a una economía intrapersonal, basada en el respeto a la vida y que todos vivimos en el mismo planeta, se realiza con la sanación personal y después colectiva para una vida en armonía y en paz.

2.3 Economía sagrada

Estas alternativas de economías circulares y solidarias como objetivo es reconectar a productores y consumidores ofreciendo soluciones innovadoras para vivir dentro de los límites de nuestro planeta y, al mismo tiempo, afianzan las bases sociales para nuestro planeta (FAO, 2014).

Según Mardones (2015), una tercera perspectiva de filosofía de vida es la economía sagrada que parte de la unicidad, alienta la presencia de lo único y conectado, la destrucción de la naturaleza se detiene desde ahora con el afán de controlar se suelta, lo que dolía se convierte en regalo. La crisis financiera, la crisis ambiental y la crisis en el alma humana son todas parte de una gran crisis. Nuestra civilización es una realidad de consecuencias nacidas del trauma de la separación. Esta perspectiva filosófica de economía nos dice que todos somos uno y que cada ser vivo está conectada como una red.

Esta alternativa económica nace de la confianza en la vida. Según Mardones (2015), en una cultura de desconfianza en la vida, ¿quién prestaría dinero sin interés, sabiendo que la persona que lo use lo puede hacer crecer sin que el prestamista saque provecho? ¿Qué banco prestaría dinero a una tasa de interés cero, toda vez que existe el riesgo de no pagar?

Una economía sagrada cuida de nuestra casa, la tierra, de manera tal que la presencia de lo sagrado en todo lo que hacemos sea acrecentada, en lugar de suprimida, en la manera en cómo satisfacemos nuestras necesidades, así como la manera en que expresamos nuestros talentos individuales (Mardones, 2015).

El dinero tiende a hacer justo lo contrario:

- Homogeniza: Porque casi todo puede traducirse en un precio.
- Desconecta, despersonaliza. Porque mientras yo pague no importa quién me lo venda ni qué historia tenga.

Desde mi punto de vista, la economía sagrada se conecta con uno mismo, es estar y vivir en paz, la cual puede provocar una reacción beneficiosa hacia nuestra economía colectiva, se reproduce hacia un bienestar espiritual y física, que reconecta con todo lo que nos rodea y en el mundo en que vivimos, es visualizar un futuro de satisfacer

necesidades mediante la espiritualidad, sin tener que perjudicar a nadie ni ser vivo sino mediante la reciprocidad y la reproducción de acciones positivas para el mundo.

Para Mardones (2015), entendemos como sagrado aquello que tiene dos atributos esenciales:

- Único, y por tanto irreemplazable y de infinito valor.
- Conectado y relacionado (no aislado).

Tabla 3.- Comparación de alternativas económicas.

Economía solidaria	Economía circular	Economía sagrada
1. Parte de una ética biosocial. 2. Estructura de valores o principios. 3. Derecho de vivir de manera natural en conjunto con los seres vivos. 4. Corresponsabilidad. 5. Equidad. 6. Libertad. 7. Reciprocidad. 8. Se desarrolla como parte de una relación social. 9. Flujo recíproco de bienes materiales y servicios. 10. No se rige por leyes de oferta y demanda. 11. Compromiso ciudadano. 12. Comercio equitativo.	1. Apunta minimizar los desechos. 2. Promueve un uso sostenible de los recursos naturales a través de diseños de productos, vida útil prolongada. 3. Mayor reciclaje. 4. Regeneración de la naturaleza. 5. Contrarresta el problema de la contaminación. 6. Se consume de forma natural. 7. Respeta el ciclo de vida de cada ser vivo. 8. Permite que los materiales de consumo humano sean transformados y utilizados nuevamente. 9. Volver al consumo seguro sin recurrir a la explotación de los recursos naturales. 10. Procura no tener desperdicios.	1. Parte de la Unicidad. 2. Alienta a la presencia de lo único y conectado. 3. Nace de la confianza en la vida. 4. Cuida del planeta tierra como un todo. 5. Presencia de lo sagrado en todo lo que hacemos. 6. Tiene atributos de lo único (irreemplazable y de infinito). 7. Todo está conectado y relacionado.

Elaboración propia, 2024

En la tabla 3, se compara a cada una de las economías con sus propias características y las tres basadas en valores, principios, respeto a la vida humana, a la naturaleza. pueden ser integradoras y transformadoras de vida, cada una se distingue por diferentes características:

- **La Economía solidaria:** Se basa más sobre el cuidado y armonía de la interacción humana en función a lo social, como consecuencia, conlleva a beneficios de convivencia sana, solidaria y al bienestar social.
- **La Economía circular:** Se basa más en la conservación y cuidado del medio ambiente y natural del planeta, por medio de la regeneración, reutilización, reciclaje, sin tener desperdicio alguno de los materiales que se utilizan para el consumo humano, lo que implica buscar el bienestar medio ambiental para la prolongación de vida de las personas.
- **La Economía sagrada** Se basa en lo espiritual, esta conexión con el todo, en la confianza con uno mismo, por lo que se trabaja a partir de nuestro ser, del cuidado del ser vivo y todo lo que habita en el planeta, de ayudar al prójimo y al mismo tiempo también nos ayudamos, teniendo como principio la reciprocidad, por lo que el cuidado del consumo y como se consume repercute en nuestro ser y en los demás.

Estas tres economías las une el bienestar humano, enfocada en el estado emocional y espiritual de las personas, que parte del cuidado y conservación del planeta.

2.4 Relación entre economía y desarrollo humano.

La relación que existe entre cualquier tipo de economía y desarrollo humano de acuerdo con Sen (2000), conlleva a que la comunicación aborda las contribuciones de la economía social y solidaria esto para el fortalecimiento y desarrollo de las capacidades humanas.

Por lo que dentro de estos tres modelos de economía nos hacemos las preguntas ¿Qué capacidades son las que se desarrollan? ¿Cuáles no son percibidas? y la relación que tiene con el desarrollo humano.

El autor analiza los problemas sociales que afectan al bienestar humano, como la pobreza, desigualdad, calidad de vida, los prejuicios culturales y la injusticia social

permitiendo estudiar estos factores en la práctica y realizar una nueva mirada a estos problemas, intentando superarlos.

La intención de Sen de acuerdo con la teoría de las capacidades es evaluar el bienestar y la libertad de la persona, lo que realmente tiene que hacer y si le resulta valioso las cosas que hace.

En la concepción teórica que propone se define al desarrollo como un proceso de expansión de las libertades reales de las que disfrutan los individuos, donde la libertad real está representada por la capacidad de la persona para conseguir varias combinaciones alternativas de funcionamientos que permite a la persona en los entornos sociales, económicos, culturales, políticos y medioambientales que se encuentre, realizar cosas valiosas para ellos y sus familias; propone que para evaluar el bienestar de una persona se tengan presentes sus funcionamientos.

Para darnos cuenta del bienestar de la persona tenemos que irnos a los funcionamientos, es decir, lo que la persona logra hacer con este bien y a las características de su posesión (Sen., 1985).

De acuerdo con la lectura de Urquijo (2014) de la teoría de las capacidades propuesta por Sen, reconoce que según cada persona y los diferentes contextos en los que las personas se desarrollan, algunos funcionamientos adquieren mayor criterio de valoración que otros. Ahora bien, el conjunto de funcionamientos refleja la capacidad con que cuenta una persona para alcanzar aquello que valora.

Para los autores Guridi y Villalba (2014), tomando como referencia los principios y valores de la economía social y solidaria, el enfoque de las capacidades de Sen y Nussbaum, así como los enfoques de las capacidades colectivas en sus diferentes visiones, el trabajo analiza los procesos que permiten que las prácticas de la economía social y solidaria incidan en las capacidades humanas centrales, así como en las capacidades colectivas, tanto de las organizaciones de la economía social y solidaria como de las instituciones con las que se vinculan en el ámbito local como el territorial.

Por lo que estas economías alternativas y lo escrito por Sen, son opciones para desarrollar capacidades, permitiendo una calidad de vida sustentable que dependerá del contexto de la persona y con lo que cuenta, más allá de tener una educación

tradicional, el desarrollo de las capacidades y hacer de ello algo valioso queda a juicio de la persona el tomarlo como algo positivo para la vida.

Desde mi entendimiento lo que el autor dice, adquirir y desarrollar capacidades harán que nuestro enfoque de vida obtenga beneficios y esto se realizará con lo que uno cuenta, tanto material como intelectual, social y espiritual, y es cuando estas economías alternas hacen frente a un sistema capitalista, con el cuidado tanto del ser humano como la naturaleza en todos los ámbitos, tanto sean sostenibles y sustentables; y no únicamente apreciando lo material y acumulación de riquezas, del actual sistema que provoca desigualdades y pobreza.

Existen diferentes autores con diversas visiones de lo que es la economía relacionada con el Desarrollo Humano por lo que se mencionarán algunos.

Para Nussbaum (2012), considera que son dos las capacidades humanas que destacan entre las diez centrales que propugna. La razón práctica se refiere a la capacidad de plasmar una concepción del bien y comprometerse en una reflexión crítica acerca del planteamiento de la propia vida.

Para Polanyi (1976) en su libro de la gran transformación hace mención hacia dos visiones de la economía:

- Primera visión: Es aquella que deriva de la dependencia del hombre para su subsistema, de la naturaleza y de sus semejantes. Se refiere al intercambio con el medio ambiente natural y social, en la medida en que este intercambio tiene como resultado proporcionarles medios para su necesaria satisfacción material.
- Segunda visión: Llama significado formal de la economía, que deriva del carácter lógico de la relación medios-fines, tal como aparece en la palabra económico (barato) o economizar (ahorrar). Se refiere a la concreta situación de elegir especialmente a la elección entre distintos usos de los medios que provoca la insuficiencia de estos medios.

Fuera del sistema de precios formado por el mercado, el análisis económico pierde la mayor parte de su relevancia como método de investigación del sistema económico. Un sistema económico de planificación central que se basa en el precio no creado por el mercado; constituye un ejemplo bien conocido (Polanyi, 1976).

Para Mauss (1925), el intercambio de dones se refiere a un sistema de intercambio social y económico que va más allá del simple intercambio de bienes materiales.

Para Neef (1998) no existe correlación alguna entre el grado de desarrollo económico y la felicidad relativa de las personas al contrario el desarrollo económico parece aumentar la soledad y la limitación en las sociedades desarrolladas. De acuerdo con el mismo autor, el desarrollo debe definirse como la liberación de posibilidades creativas de todos los integrantes de una sociedad.

Para Durkheim (2007), sostuvo que la sociedad moderna mantiene la cohesión o la unión debido a su solidaridad, considerando dos tipos:

- Solidaridad mecánica: Se presenta en comunidades rurales, la familia y grupos de mejores amigos donde las relaciones y la comunicación son cara a cara.
- Solidaridad orgánica: son las sociedades industriales como consecuencia de la división del trabajo en las empresas, manejadas por interés.

Dice que una nueva sociedad industrial se requiere de un nuevo sistema educativo.

El crecimiento económico ha beneficiado a diferentes regiones y sectores socioeconómicos en forma desigual. Cada vez más existen dos México: El sector moderno, compuesto por la industria, los servicios de alta productividad y la agricultura de riego y buen temporal y el sector tradicional asociado con la agricultura del temporal y la población urbana sin colocación ni ocupaciones fijas. (Alder, 1975)

En la obra de la autora de como sobreviven los marginados, nos dice que la ciudad atrae al campesino ofreciéndoles mayores posibilidades de trabajo, más oportunidades educativas, mayores satisfacciones en términos de su participación en la vida nacional y en el gran movimiento sociocultural de la modernización que propagan los medios de difusión y una mayor protección contra la recurrencia de los desastres naturales o políticos.

Por otra parte, el campo repele al campesino al negarle todas estas ventajas, y al cerrarle un camino propio de desarrollo económico y social mediante la actividad agrícola.

El desequilibrio del ecosistema afecta a toda población rural, pero mientras que unos opinan que los migrantes se encuentran mal preparados para la vida urbana, otros afirman que son precisamente los elementos mejor preparados dentro de cada comunidad rural quienes la abandonan en busca de mejores oportunidades.

El dilema ecológico suele presentarse con mayor fuerza a los campesinos jóvenes, desprovistos de tierras, quienes se enfrentan a una existencia de desempleo y de miseria. Estos elementos suelen ser, simultáneamente los de mayor educación formal e informal y los más desesperados, Butterworth (1972) encuentra que el único factor selectivo de validez universal para el fenómeno de la migración rural urbana en América Latina es el de la edad.

2.5 Relación entre desarrollo humano y sustentabilidad.

Lo antes expuesto iniciando por la propuesta de Sen que define como desarrollo “la libertad real está representada por la capacidad de las personas para conseguir varias combinaciones alternativas de funcionamientos”; esto permite que las personas desarrollen capacidades y la libertad de decidir combinando alternativas para mejorar su calidad de vida y esto podría ser en base a una sustentabilidad.

De acuerdo con Ribeiro y Vélez (2017) dice que la ideología del progreso a través del crecimiento económico indefinido ha sido el motor de muchos procesos históricos contrarios de la vida.

La sustentabilidad ecológica aparece, así como un criterio normativo para la construcción del orden económico, como una condición para la supervivencia humana y un soporte para lograr un desarrollo durable, problematizando las bases mismas de la producción (Leff, 2002).

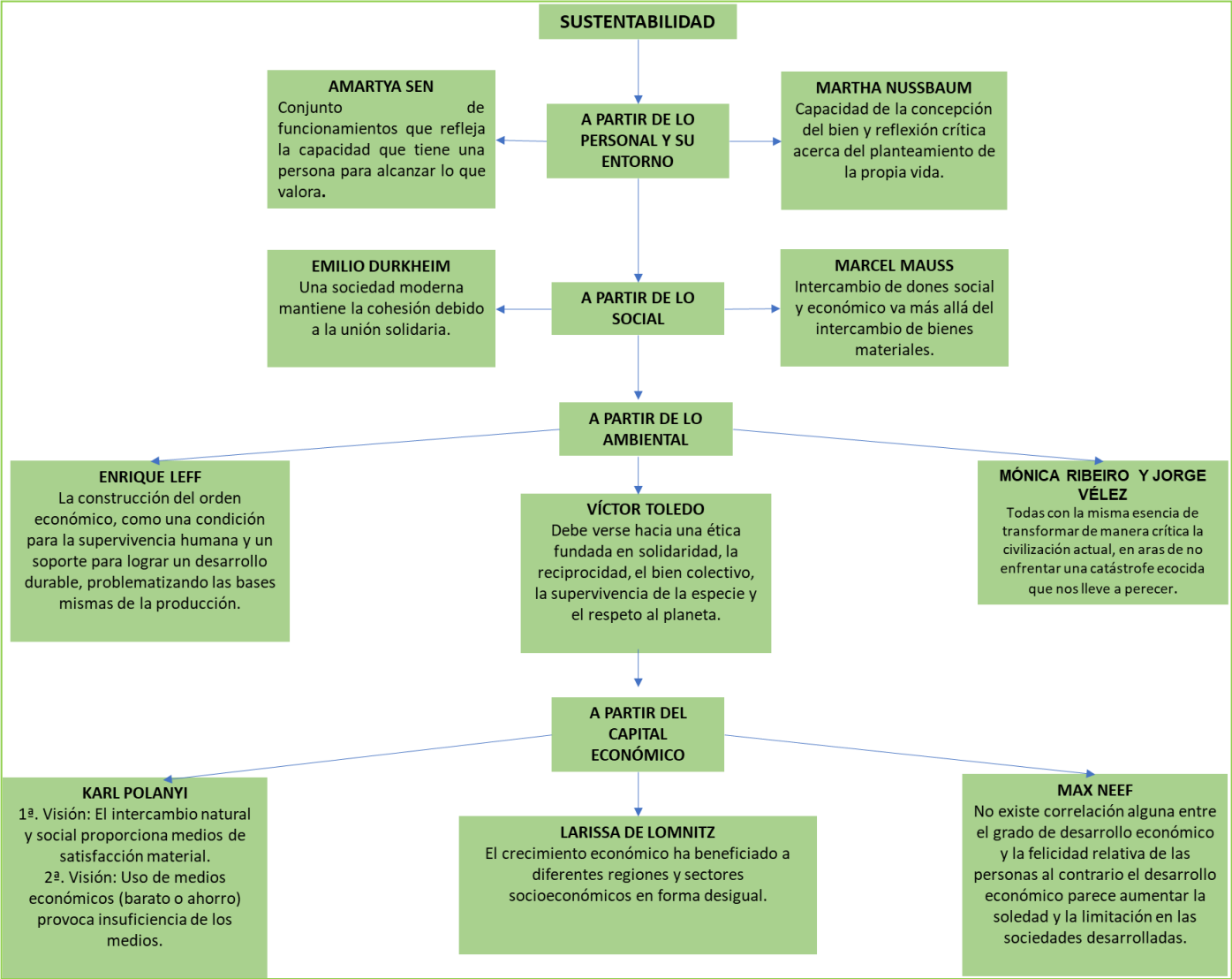
Construir sustentabilidad supone entonces, organizar en la vida cotidiana la emancipación civilizatoria, frente a una racionalidad basada en el individualismo, la competencia y la acumulación de riqueza material, y debe verse hacia una ética fundada en solidaridad, la reciprocidad, el bien colectivo, la supervivencia de la especie y el respeto al planeta (Toledo, 2006).

Existen muchas propuestas teóricas e iniciativas alrededor del mundo para construir sociedades alternativas, desde el buen vivir (Latinoamérica), el ambientalismo de los pobres, pasando por el decrecimiento (europeo), el ecodesarrollo, hasta las posturas más radicales como el ecosocialismo (francés). Todas con la misma esencia de transformar de manera crítica la civilización actual, en aras de no enfrentar una catástrofe ecocida que nos lleve a perecer (Ribeiro y Vélez 2017).

En contra parte, los mismos autores dicen que el ámbito urbano pareciera destinado a quedar preso del sistema hegemónico, sin embargo, aunque son pocos, cabe decir que también existen proyectos de alternativas urbanos. Pero este menor porcentaje pone una alerta para prestar atención a este ámbito, porque cabe resaltar que los efectos de la crisis civilizatoria se sentirán con mayor fuerza en las ciudades y al mismo tiempo son los espacios menos adaptados para estos embates. Por ello los esfuerzos urbanos tienen que ser una prioridad en los próximos años en la agenda mundial.

De manera que la sustentabilidad vista por los diferentes autores antes mencionados y en base al desarrollo de las capacidades humanas analizaremos mediante un esquema a cada autor lo conlleva a una mejor calidad de vida sustentable.

Esquema 1. Concepto de sustentabilidad de acuerdo con los autores investigados.



Fuente: Elaboración propia, 2025

Este esquema representado mediante una columna vertical muestra diferentes teorías, de acuerdo con mi perspectiva parte de cuatro dimensiones principales según lo investigado del concepto de sustentabilidad y de los diferentes autores antes descritos.

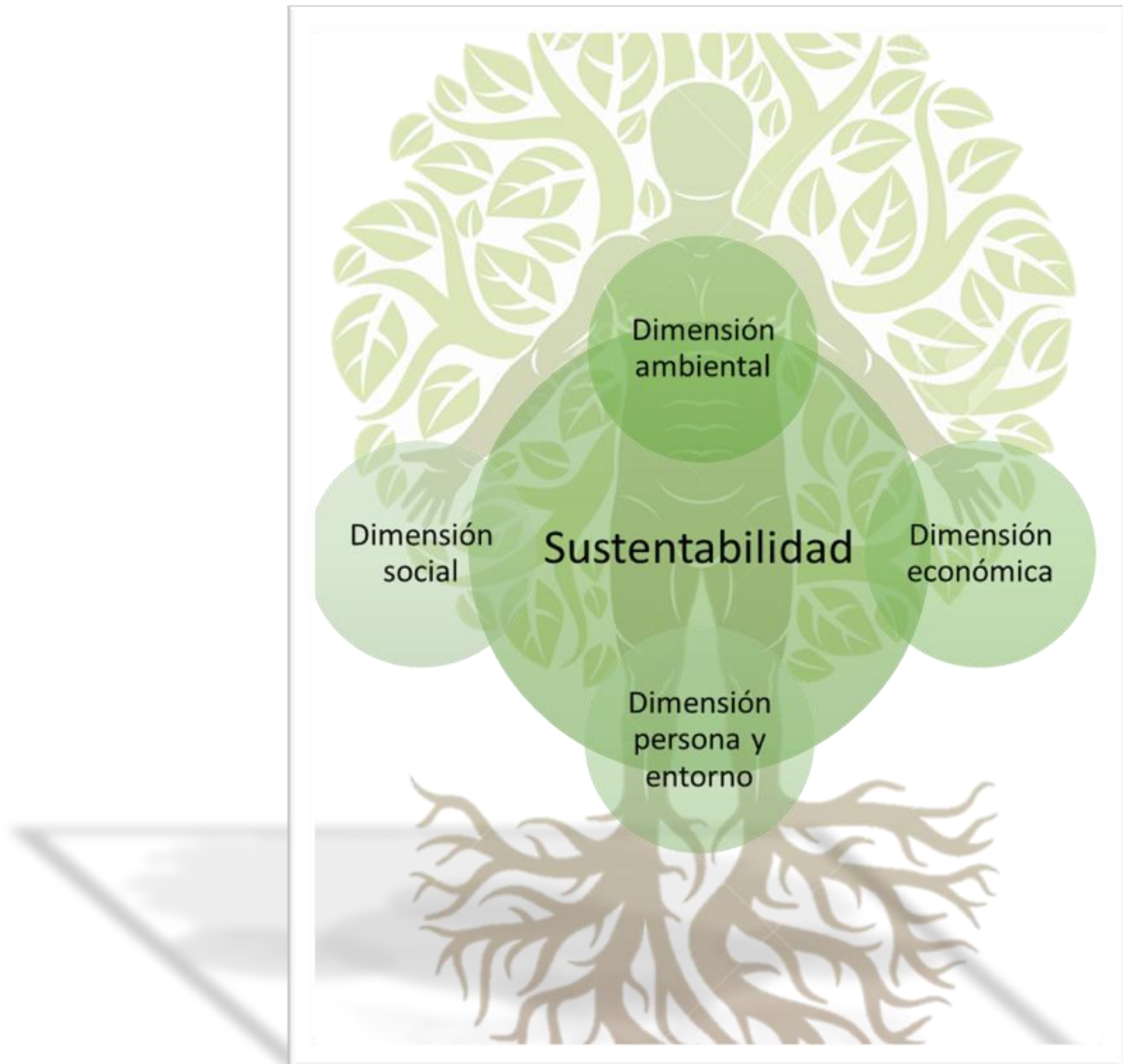
- **A partir de la dimensión de la persona y su entorno:** Esto porque el ser humano desarrolla diferentes capacidades durante su vida para el logro de sus objetivos y también para garantizar su existencia, por lo que dependerá del contexto en donde crezca y de acuerdo con las capacidades que desarrollé, darle valor a aquello que realice en su vida.
- **A partir de la dimensión social:** Porque existe un intercambio de capacidades adquiridas, de acuerdo con las relaciones sociales que mantenga durante la vida y con las personas que socialice, obtendrá algún aprendizaje o experiencia de vida por medio del valor de la solidaridad y la convivencia.
- **A partir de la dimensión ambiental:** Porque cuidando el medio ambiente se asegurará de una vida próspera y también para las nuevas generaciones, manteniendo un equilibrio con la naturaleza y su consumo para satisfacer sus necesidades; y lo que se consuma será bajo conciencia a partir de las materias primas naturales y al mismo tiempo estas puedan regenerarse así ayudando al medio ambiente.
- **A partir de la dimensión de capital económico:** Se dará por el capital económico que desarrolle la persona por medio de las funciones que desempeñe en su vida, siempre y cuando sean cuidadosas con el medio ambiente, por lo que el resultado de su desempeño será con un valor monetario justo y que no represente una desigualdad sino una equidad en el consumo y satisfacción de necesidades.

Desde mi punto de vista la palabra sustentabilidad es un conjunto de las cuatro dimensiones que mencioné anteriormente y si alguna dimensión llegará a alterarse provocaría un desequilibrio en la persona.

Lo que se vive en la actualidad es un desequilibrio dentro de un sistema capitalista, en donde se corrompen las dimensiones antes mencionadas, esto porque se valora más la dimensión del capital económico, dejando atrás las demás dimensiones, provocando desigualdades dentro de las diferentes sociedades que existen en el mundo.

Los autores mencionan que se está procurando y luchando el sustentar y mantener ese equilibrio para una vida en armonía con el entorno que nos rodea, iniciando con la parte personal, después con lo social, ambiental y económico.

Imagen 1. Ser humano y sustentabilidad.



Fuente: Elaboración propia, 2025

CAPÍTULO III. ECONOMÍA SOLIDARIA Y TIANGUIS EMERGENTES COMO RESPUESTA AL CAPITALISMO.

Hablar de economía en México, es hablar a partir de la injusticia, del olvido de la tierra, de menospreciar lo que se produce en las comunidades, de una economía desigual.

Por lo que a partir de mi experiencia y analizando una economía alternativa como la solidaria que se encamina hacia lo humanista, implica crear una red social solidaria entre los jóvenes universitarios, promoviendo el trabajo en equipo, compras locales sin intermediarios, a una economía justa, en donde las ganancias se reparte equitativamente, el cuidado al medio ambiente y su entorno, a una alimentación sana y consciente, lo hecho a mano, lo sustentable, lo artesanal y los valores humanos.

3.1 Producción agroecológica en México y la creación de tianguis emergentes de economía solidaria.

Los mercados solidarios se crean a partir de las búsquedas de alternativas emergentes para la transformación de una economía tradicional capitalista basada en los valores humanos.

En diferentes países del mundo han dirigido sus esfuerzos hacia el sector agrícola - orgánico, ya sea para satisfacer la demanda interna o como abastecedores del mercado internacional. México se ha ido consolidando como país productor y proveedor de productos orgánicos, y se posiciona como un actor determinante a nivel mundial, según la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, (IFOAM, 2008).

El tianguis es el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos, intercambian productos. Si bien, hoy en día los tianguis conservan en ciertos aspectos exteriores su aire tradicional (vendedores sentados en la calle, regateo, etc.) son uno de los nervios centrales de la articulación de la economía mercantil simple o campesina (Paré, 1975).

Por lo que en las comunidades indígenas en México se preservan aún los tianguis, pero no se dirige a un enfoque económico solidario, mas bien hacia las ventas justas o injustas, por así decirlo, aunque muchos productores y campesinos son mal pagados

por la compra de sus productos, estos con tal vender rebajan el precio de su excedente. Por lo contrario, una economía solidaria busca que las ventas sean justas valorando los esfuerzos de cada productor, posiblemente en algunas ocasiones las ventas sean entre los mismos productores y artesanos, dándose a conocer por medio de la palabra, redes sociales, convivencia social y el trato digno, de esta manera se va fortaleciendo una red económica solidaria, con el apoyo mutuo y recíproco.

3.2 Monedas alternativas y trueque.

Por lo anterior descrito y que las ventas sean justas entre los productores, existen las monedas alternativas que son las monedas sociales, utilizadas en algunas regiones de México, estas suelen tener una equivalencia con el peso mexicano, aunque también pueden basarse en el trueque de bienes y servicios. Su objetivo es generar redes de intercambio locales y fortalecer la economía de la región.

La moneda alternativa más conocida y utilizada por 16 estados es la moneda túmin, esta moneda puede ser utilizada para trueque y se compran diferentes productos agroecológicos y artesanales a un precio justo sin el intermediario del sistema capitalista.

De acuerdo con la revista ABC (2023) del túmin, explica que es una moneda comunitaria que crea tejido social donde hay dispersión y desorganización, principalmente entre pequeños productores y comerciantes, frente a los monopolios corporativos. Más aún, pone en práctica un nuevo modelo económico en la sociedad.

Lo que hace la moneda Túmin descrito en la revista es que crea poder de compra y resta poder al sistema económico que hoy favorece a dichas corporaciones, dice que se diseñó como un motor que impulsa la economía local y ayuda vender los productos sin ser carga para los demás productores.

La función de la moneda Túmin es que el dinero sea social, agilice el comercio y distribuya la riqueza, sin acaparar y dependerá de la voluntad de la persona participante el funcionamiento de la moneda.

Imagen 2. Mapa de los Estados donde se utiliza la moneda Túmin en México.



Fuente: Elaboración de revista ABC del Túmin

De acuerdo con la revista ABC del Túmin para que la moneda comunitaria fuera aceptada, debía ser sencilla, sin complicaciones, sin más requisitos que querer participar. La moneda tenía que estar diseñada de manera práctica, lógica, tan fácil de usar como la moneda oficial, no hace falta documentos de identificación, la palabra y la confianza recobra su valor.

La persona que ya no quiere participar con las monedas Túmin y adquirió tiene que devolverlo para que se puedan inscribir más socios y para la realización de la moneda Túmin los participantes cooperan para hacer las impresiones y para los nuevos socios son gratuitos a cambio se pide el compromiso.

Imagen 3: Monedas túmin.



Fuente: Elaboración de revista ABC del Túmin

Castro (2011), uno de los creadores de esta moneda de trueque explica que la mayoría de los productos se pagan con pesos, el túmin es sólo un complemento de un 10% sobre el valor del producto que se comercializa, aunque también hay productos que pueden obtenerse sólo a cambio del túmin.

En la revista ABC del Túmin explica con más detalle la equivalencia de un Túmin por lo que su valor es de un peso mexicano, un dólar estadounidense, un dólar canadiense, un euro o la unidad de cualquier moneda del mundo, oficial o alternativa, por ello desde 2018, los billetes de un túmin tienen la leyenda “vale a la unidad de cualquier moneda”. En 2023 existen algunos tumistas en otros 13 países.

Por lo que, en la Asamblea del Consejo General efectuada en Chiapas, en julio de 2022, se ratificó que el Túmin sería un espacio abierto a todos los que quieran participar, sin discriminaciones ni elitismos; tolerante a la diversidad de opiniones, productos y servicios, niveles de conciencia, de compromisos y capacidades.

En la revista de Instituto Mexicano de Contadores Públicos (2017), dice que existen otras monedas utilizadas en México los cuales se mencionan a continuación:

- El Tlálloc:

Otra moneda alternativa en México, el Tlálloc, se desarrolló a mediados de los 90, inspirada en los "Lets" canadienses. Su objetivo es generar comunidades autónomas desde el punto de vista económico.

- Otras monedas:

Además del Tumin y el Tlálloc, existen otras iniciativas de monedas sociales en México, como el Mixhuca, el Mezquite, el Xico, el Cajeme, el Dinamo y El Fausto, todas ellas con referencias a la cooperación, la solidaridad y la comunidad.

Aunque no son reconocidas por la banca mundial estas monedas ofrecen alternativas de pago solidario, fortalecen la economía local, fomenta y promueve el trueque, el apoyo mutuo y refuerza lazos solidarios entre las comunidades en donde se utilizan.

3.3 Elementos de la economía circular y economía sagrada en los emprendimientos agroecológicos.

La importancia de las economías alternativas como economía circular que parte del cuidado de los recursos ambientales, de la reducción de residuos y la regeneración de sistemas naturales, y como de la economía sagrada, que surge mediante el respeto hacia uno mismo, el cuidado de los ciclos naturales y la conexión espiritual da como resultado el consumo de productos locales y la convivencia sana, que son elementos indispensables para los emprendimientos agroecológicos y artesanales.

La integración de estas alternativas económicas como la solidaria, economía circular y la economía sagrada encaminada a la agroecología es el inicio de una transformación social, esto por, el trabajo en equipo mediante la búsqueda de aprovechar al máximo los recursos con lo que se cuenta dentro del sistema agrícola, minimizando la entrada de insumos externos y la salida de residuos, el medio de reutilización y reciclaje, el diseño regenerativo en el campo o producción, de la conexión con mercados locales, la priorización de la venta directa a consumidores, los mercados agroecológicos, los sistemas de ventas en redes, (reduciendo intermediarios) y la promoción de la economía local, lo que conlleva a la

consideración del cuidado de la tierra, y que de acuerdo a la economía sagrada se crea a partir del bienestar del ser humano por medio de la espiritualidad, como un ser vivo, como un todo, como una sola casa donde todos vivimos y siendo sostenible en su cuidado.

Por lo que se reconoce la importancia de la conexión entre el productor, los alimentos y el consumidor, valorando el origen, el proceso de producción de los alimentos y el consumo saludable, los conocimientos tradicionales y ancestrales sobre el manejo de la tierra y los cultivos, incorporándolos a las prácticas agroecológicas.

CAPÍTULO IV. EXPERIENCIAS Y TRANSFORMACIONES EN MÉXICO: CASO PRÁCTICO DEL “MERCADITO AGROECOLÓGICO Y ARTESANAL DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTEL UNICACH”

Los mercaditos agroecológicos son una realidad en algunas universidades de México, podría decir que es una propuesta complementaria del sistema de mercados actuales, es una alternativa de transformación económica que van diversificándose poco a poco, primeramente con el emprendimiento que se fue fortaleciendo, pero que de esos mismos emprendimientos, encontramos diversos productos elaborados por las mismas personas, tal vez con una noción diferente al concepto agroecológico pero si empoderándose hacia el cuidado de la salud, del medio ambiente, del lado espiritual, esto ocurre por medio de la convivencia sana, de la inclusión, de la solidaridad y del respeto.

4.1 Incentivar la economía solidaria entre los estudiantes universitarios.

Nuestro caso práctico se enfocó en los jóvenes universitarios de aproximadamente a una edad que no rebasa los 25 años y hacia los diferentes niveles académicos que cuenta la UNICACH; este proyecto se hizo con la intención de analizar el interés de los jóvenes universitarios a este tipo de alternativa económica y observar la participación de cada alumno en la creación de un mercadito agroecológico mostrando su interés y percepción hacia un sistema económico diferente al que ellos están acostumbrados.

Este proyecto se inició, en la Licenciatura de Desarrollo Humano, en la asignatura de medio ambiente y sustentabilidad de quinto semestre; esta asignatura va enfocada a la realización de un huerto universitario dentro de las instalaciones de la Universidad; es práctica-teórica, a los jóvenes les interesa y llama la atención porque se hace afuera del aula y por el esfuerzo que ellos realizan para que el huerto quede lo mejor posible, lo llaman el Huerto de Desarrollo Humano.

Imagen 4: Huerto de la Licenciatura en Desarrollo Humano



Fuente: Elaboración propia, 2025

Imagen 5: Entrada del huerto.



Fuente: Elaboración propia, 2025

El huerto se hace con el propósito de que los jóvenes universitarios siembren plantas y con la cosecha generen un producto agroecológico, para después exponerla a la venta de manera interna en la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales.

Estos productos realizados se exponen en algún lugar permitido por la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, primeramente, se hacía en el pasillo a lado de los salones de la Licenciatura en Desarrollo Humano, al observar las ventas en un espacio reducido, hicimos el comentario al docente de la asignatura de medio

ambiente y sustentabilidad, que en la próxima venta los productos se exhibieran en un lugar más concurrido y se dieran a conocer a otras Facultades, por consiguiente se hicieron las gestiones correspondientes.

Cuando llegó el momento de hacer las ventas de productos agroecológicos del salón, los compañeros tuvieron la inquietud de exponer los productos elaborados en un espacio a la vista de estudiantes de otras Facultades; este espacio fue en el pasillo en dirección a la cafetería el Kiosko, donde la mayoría de los estudiantes de otras Facultades y personal administrativo de la UNICACH compran sus alimentos;

De esta manera se prepararon y elaboraron variedades de productos agroecológicos, de la cosecha del huerto, como pomadas, aromatizantes, repelentes, pinturas, entre otros productos, hechos a mano y de forma artesanal. Esta venta expuesta a la vista de muchas personas fue el inicio de la idea de crear un mercadito de productos agroecológicos y artesanales.

A los jóvenes universitarios del quinto semestre de la Licenciatura en Desarrollo Humano, para esta venta, se les permitió únicamente poner música a bajo volumen y estaban emocionados de vender lo que ellos mismos realizaron, tanto de la elaboración de los productos agroecológicos como el diseño de cada empaque ecológico de forma creativa.

En la exposición de cada producto se dio a conocer el proceso de elaboración, tiempos y las dificultades al realizarlo, esta presentación fue dirigida a los docentes interesados y las ventas se incrementaron a diferencia de semestres anteriores.

Imagen 6: Venta de productos elaborados por alumnos de quinto semestre de la cosecha del huerto universitario de la Licenciatura en Desarrollo Humano.



Fuente: Elaboración propia, 2025

El interés de la comunidad estudiantil de las ventas de productos agroecológicos dio paso para crear un mercadito agroecológico y artesanal, invitando a más jóvenes universitarios de otras Facultades a participar con la finalidad de que se realizará una vez al semestre o al año, la creación del mercadito fue quehacer de los estudiantes de quinto semestre de la Licenciatura de Desarrollo Humano de la generación 2021 – 2025.

Se hicieron las gestiones correspondientes para un espacio más grande y concurrido, para la participación de la comunidad estudiantil de la UNICACH, esto se realizó con la intervención del Cuerpo Académico Desarrollo Humano: Sustentabilidad y Cultura.

Se presentó la propuesta y se hicieron los trámites a las áreas administrativas correspondientes mediante una carta descriptiva de toda la planificación y organización del mercadito, y posteriormente se realizaron los permisos para la autorización del mobiliario, equipo, sonido, espacios, tiempos y difusión de convocatorias de las actividades.

En cuanto a los jóvenes universitarios que organizaron el mercadito, se les asignó una comisión a su cargo, estas actividades fueron planificadas junto con el Cuerpo Académico Desarrollo Humano: Sustentabilidad y Cultura. A continuación, se

presenta una tabla con las comisiones asignadas a jóvenes universitarios organizadores.

Tabla 4. Comisiones para la realización de mercadito.

Comités (primera y segunda edición del mercadito)
1. Sonido, música y baile.
2. Difusión.
3. Digitalización de diplomas y carteles.
4. Decoración.
5. Ventas de alimentos y bebidas.
6. Fotografía y video.
7. Organización de espacios.
8. Organización de talleres.
9. Organización de altar.
10. Rifas.
11. Concurso de fotografía.
12. Gestión de oficios.
13. Registros y elaboración de oficios.

Fuente: Elaboración propia, 2025

En la tabla 4, se percibe las comisiones que se realizaron y organizaron para las ediciones del mercadito y con el compromiso de cumplir con los objetivos

propuestos; la participación de los jóvenes que organizaron, fueron motivadas al reconocer su esfuerzo con una constancia con valor curricular y por ser los pioneros en crear el mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.

Hubo contratiempos y dificultades en algunas gestiones, como del mobiliario y equipo, por cambiar las fechas propuestas para la realización de la primera edición, a causa de eventos del rector, pero se solucionaron gracias a la comisión encargada de las gestiones y a la paciencia del seguimiento a los trámites y permisos, por lo que los tiempos estaban a favor para la realización del mercadito.

Se buscaron patrocinadores para el primer mercadito, los cuales se les invito a ser jueces para el concurso de fotografía, muy amablemente accedieron a la invitación y aportaron los premios para los jóvenes universitarios ganadores del concurso de fotografía.

A continuación, se presentan los carteles de difusión de las ediciones del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH:

Imagen 7: Cartel de invitación al primer mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.



Fuente: Elaboración propia, 2025

Los jóvenes organizadores estaban muy motivados en hacer el mercadito, tanto de la primera edición como la segunda, se observó el interés por las ventas y de la participación de los talleres artesanales, donde se elaboraron productos orgánicos como shampoo de romero, pomada antiinflamatoria, velas, tinturas y pulseras. Los talleres que se realizaron tenían cupo limitado y dirigidos a la Licenciatura en Desarrollo Humano por lo que al momento de invitar a los estudiantes se registraron de inmediato, algo muy a favor para impulsar a los jóvenes universitarios a esta alternativa económica.

Imagen 8. Cartel de invitación a talleres del primer mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.



Fuente: Elaboración propia, 2025

Imagen 9. Cartel de invitación a talleres del segundo mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.



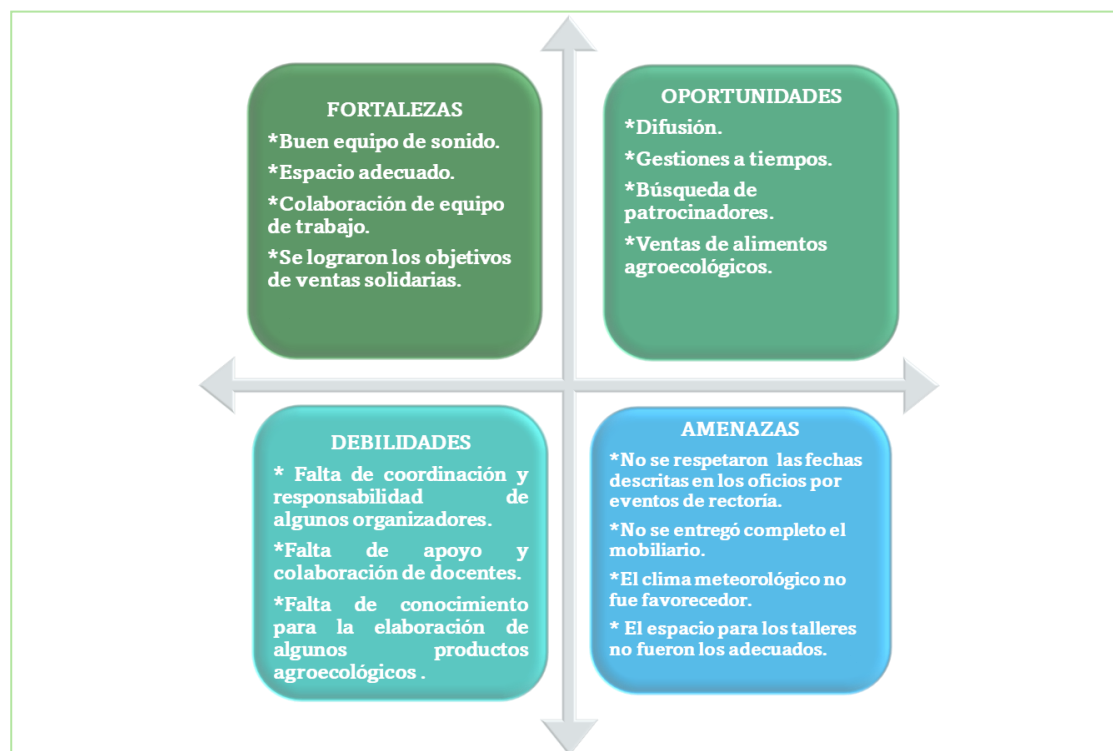
Fuente: Elaboración propia, 2025

Los días que se realizó el primer mercadito hubieron contratiempos, en cuanto al mobiliario no se dio completo, el clima meteorológico con demasiado viento, se cayeron algunas mamparas de la exposición fotográfica, algunos alumnos organizadores llegaron impuntuales, se dejó al último la elaboración de la decoración del espacio, a mitad del evento se notó el cansancio o el desgane de hacer las cosas de forma responsable y los tiempos de traslado de una facilitadora para el taller de pomada se atrasó por el tráfico en la ciudad, pero a pesar de esas dificultades se cumplió el objetivo de las ventas solidarias de los jóvenes universitarios, motivándolos a seguir participando y se agradeció a cada uno de ellos.

Se observó el interés de participación de los jóvenes universitarios, aunque para algunos las ventas fueron bajas, estaban dispuestos a seguir participando posteriormente en otras ediciones de mercaditos.

Después de la realización del primer mercadito nos reunimos para hacer el análisis mediante la herramienta del FODA, junto con el Cuerpo Académico Desarrollo Humano: Sustentabilidad y Cultura, así mejorando en otras ediciones.

Esquema 2: FODA del primer mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.



Fuente: Elaboración propia, 2025

Para el segundo mercadito fue diferente, se incorporaron más jóvenes motivados a participar como organizadores, igualmente con el acompañamiento y apoyo del Cuerpo Académico Desarrollo Humano: Sustentabilidad y Cultura. En esta ocasión se hicieron actividades culturales, se realizó con temática de día de muertos, se elaboró un altar de muertos, bailables folclóricos, la participación de alumnos de la Licenciatura en Desarrollo Humano con talento de canto y se ocuparon los talleres de forma inmediata.

Se presentaron dificultades en la búsqueda de espacio para la elaboración de taller de pulseras artesanales, la impuntualidad de algunos organizadores y estudiantes registrados que no asistieron a los talleres, pero eso no detuvo la participación e interés de jóvenes universitarios, docentes y administrativos de otras Facultades tanto en ventas como en compras de manera favorable a esta alternativa económica.

Este segundo mercadito de la comunidad estudiantil coincidió que el rector estaba cerca del evento del mercadito, se acercó a las ventas de los jóvenes universitarios y felicitó la iniciativa de impulsar una economía solidaria a favor de los estudiantes.

Imagen 10.- Invitación del segundo mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.



Fuente: Elaboración propia, 2025

Una de las observaciones que hice tanto del primer y segundo mercadito, es aún incomprensible el tema de productos agroecológicos y artesanales para algunos jóvenes universitarios, pero tienen la motivación de querer emprender, algunos jóvenes se les permitió participar en el segundo mercadito con ventas de productos convencionales, pero dejando claro que se les daría prioridad a los estudiantes con ventas de productos agroecológicos y artesanales.

También para el segundo mercadito se realizó la retroalimentación mediante la herramienta del FODA, esto para que en los siguientes mercaditos se vayan mejorando a beneficio de los estudiantes.

Esquema 3. FODA de la segunda edición del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.



Fuente: Elaboración propia, 2025

Existe la falta de comprensión de jóvenes universitarios por el consumo saludable, la ausencia de la percepción de riesgos a la salud a largo plazo por comer alimentos procesados e industrializados. Es insuficiente la información que tienen de la sustentabilidad, agroecología, la calidad de los alimentos y de lo que realmente consumen. La falta de sensibilización de algunos jóvenes universitarios en la comprensión de estilos de vida saludable, según considero, es una balanza que a veces se inclina en que hay días que cuidan su salud - economía y otros días les da igual, y otros jóvenes universitarios ni les importa el saber que es bueno o malo en su estilo de vida.

Por diversas situaciones y contextos existe la mala información de una vida saludable, lo que conlleva a que jóvenes universitarios no se impulsen, motiven y capaciten para adquirir nuevas capacidades de cuidado de la salud para una vida plena y sana; más allá del incentivo económico es otorgarles los aprendizajes de la comprensión hacia los cambios de hábitos de vida orientado a lo saludable mejorando su estilo de vida, economía y entorno.

CAPÍTULO V. GENERANDO EL DESARROLLO DE CAPACIDADES HUMANAS POR MEDIO DE UNA ECONOMÍA SOLIDARIA EN BASE A LOS HÁBITOS DE ESTILOS DE VIDA DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTEL UNICACH.

Prosiguiendo con la investigación y después de realizar el mercadito, se continuo con las entrevistas a jóvenes universitarios de diferentes Facultades, estructurada conforme al consumo y estilo de vida diaria, se enfocó en los siguientes hábitos de alimentación, compras, sustentabilidad, convivencia y socioemocionales.

A continuación, se describe algunas características de jóvenes entrevistados de diferentes Facultades:

Tabla 4: Jóvenes universitarios de diferentes Facultades que no participaron en ninguna de las ediciones del mercadito.

NOMBRE	LICENCIATURA	SEMESTRE	EDAD
Miranda	Gastronomía	1o	18
Cecilia	Biología	8o	23
Ricardo	Biología	7o	22
Kevin	Biología	7o	25
Felipe	Psicología	9o	22
Enya Yatziln	Psicología	7o	21
José Manuel	Desarrollo Humano	4o	20
Marcía	Biología	7o	21
Cristhian	Biología	7o	23
Fernando	Desarrollo Humano	8o semestre	22

Fuente: Elaboración propia, 2025

Los jóvenes universitarios que participaron en las entrevistas fueron de las Licenciaturas en Gastronomía, Biología, Psicología y Desarrollo Humano, cada uno de ellos respondieron de forma amable y atenta a las preguntas; algunos estudiantes al momento de responder en los hábitos alimenticios y de sustentabilidad dijeron tener conciencia de aquellos alimentos que si les nutre y los que no, reconocieron que por tiempos en la universidad su alimentación no es saludable, la mayoría respondió que estando en casa comen saludable, como frutas y verduras.

Durante mi estancia en la universidad pude observar que no existe opciones de compra de alimentos saludables con precios accesibles para los jóvenes universitarios, únicamente en la cafetería llamada el kiosko tiene a la venta alimentos que incluyen verduras y semillas a un costo alto para la mayoría de los estudiantes.

De manera que la mayoría de los jóvenes universitarios comentaron que es más factible consumir alimentos rápidos como tacos, empanadas, hamburguesas, pizzas y productos procesados, como galletas, sabritas, papas fritas, refrescos y jugos azucarados; expresaron que desconocen si los alimentos rápidos que consumen los nutre y de todas formas lo consumen, también comentaban que el comer dulces les satisface y reconforta.

Por lo consiguiente en este capítulo analizaremos estilos de alimentación, hábitos de consumo y compras, formas de convivencia enfocada a situaciones económicas, ofertas de actividades culturales y deportivas por parte de la universidad, la relación entre consumo de alimentos y las emociones, la existencia de la apatía en proyectos sustentables y sobre todo si existe un alto riesgo en algunos de los hábitos mencionados que conlleven a una tendencia depresiva entre los jóvenes universitarios.

5.1 Hábitos alimenticios de la comunidad estudiantil de la UNICACH.

Con el objetivo de profundizar en la relación entre el entorno universitario y hábitos alimenticios, se indagó en torno a los siguientes ejes temáticos, los cuales permiten comprender mejor las dinámicas de consumo en los jóvenes universitarios.

5.1.1 Dieta rural y urbana en jóvenes universitarios de la UNICACH.

Una alimentación saludable es fundamental para la salud en general de la persona, la población debería tener a su alcance alimentos seguros, aceptables, asequibles y nutricionalmente adecuados; para el logro de tener hábitos de alimentación saludable en todos estos aspectos influye el entorno en el que vive la persona, en este caso concreto podría hablarse del entorno alimentario. Este entorno comportaría la existencia de tiendas y/o restaurantes, para poder comprar y consumir alimentos, así como lugares en que alguien pudiera obtener directamente alimentos (Valero, et al., 2015).

Dos de los jóvenes universitarios entrevistados comentaron que pertenecen a colonias del municipio de Cintalapa y del municipio de Chicomuselo; ellos expresaron su sentir que llegando a casa los fines de semana o en vacaciones, se alimentan de manera saludable porque encuentran alimentos frescos, naturales y cosechados en su lugar de origen.

Según el Consejo General del Tumín, en su libro Tumín moneda autónoma (2022), la mayoría de los productos del campo son de consumo directo, siendo clasificados como alimentos naturales, que no siempre son orgánicos o ecológicos, algunas de las veces se producen en pequeñas cantidades, para el autoconsumo y no para abastecer a grandes mercados o industrias y los clasifica en tres partes generales como se menciona a continuación:

- **Naturales:** Se obtienen directamente del campo, para el consumo inmediato como materias primas, principalmente las verduras y frutas, semillas y granos, al sembrar y cosechar a grandes cantidades podría clasificarse como agropecuarios.
- **Los procesados:** Son la mayoría, se refieren a las conservas que reciben un tratamiento para almacenarse y transportarse por días o hasta años. Destaca el pan y la repostería, licores como mezcal, dulces y conservas como mermeladas, lácteos, tortillas y se incluye tiendas de abarrotes.
- **Los preparados:** Son los que reciben alguna transformación, pero no para conservarse si no para consumirse de inmediato, es decir, son cocinados para

la gastronomía, como aquellos que se preparan en algún establecimiento, distinguiéndose las cafeterías.

En base a lo que dijeron los jóvenes universitarios foráneos, se describe que en la vida rural, la alimentación todavía es saludable que en la vida urbana, los jóvenes comentan que llegando a casa encuentran alimentos frescos y a su alcance, aunque también está la tiendita de abarrotes y negocios de alimentos procesados y , preparados, en cierto modo son las que abastecen la comunidad rural, no solamente de alimentos industrializados sino de productos básicos y necesarios para la vida diaria.

Los jóvenes universitarios foráneos se enfrentan a este cambio radical hacia la vida urbana, primeramente, se encuentran con las distancias por recorridos largos para trasladarse y en segundo por la adquisición o compras de productos que encuentran en grandes cadenas comerciales por ser lo más accesible.

Reflexionando ante ese suceso de alimentación en el contexto rural, vemos que muchas comunidades rurales en Chiapas persiste la alimentación saludable, porque entre los mismos pobladores producen el alimento necesario para su vida diaria, sin la intención de elaborarlos a grandes masas o ultraprocesados, teniendo al alcance productos básicos y haciendo que la economía se mueva dentro de la misma comunidad, a diferencia de la vida urbana, que es todo lo contrario, a nuestro alcance están los supermercados con sus ofertas, teniendo a la mano productos básicos de marcas de prestigio, y esa misma economía queda en el supermercado haciendo a los dueños más ricos y a las personas consumidoras más pobres sin alcanzarles el dinero o pagar en abonos pequeños, asimismo viéndose afectada por el cobro de impuestos.

5.1.2 Consumo de proteínas en jóvenes universitarios de la UNICACH.

En las entrevistas basadas sobre el bloque de hábitos alimenticios, al preguntar a los jóvenes universitarios cuál era su comida favorita y qué alimentos consumen recurrentemente a la semana, ellos respondieron que la carne de pollo es la que más consumen, seguido de la carne de res, cerdo, embutidos (salchichas, chorizo) y huevo junto con el consumo de harinas, arroz, frijol, tortillas, chayote, papa, zanahoria y frutas como la manzana, papaya y uvas; en ningún momento dijeron consumir vegetales como las acelgas, espinacas, brócoli entre otras hojas verdes o variedades

de frutas de la región. Por lo que es preocupante que el alimento de los jóvenes se base en un mínimo de verduras, pero si un máximo de consumo de proteínas, que para ellos es consumir lo más sano posible.

De acuerdo con el artículo publicado el consumo de carne y productos cárnicos entre estudiantes de la Universidad de Costa Rica por Chacón (2021), dice que, a nivel mundial, la producción de carne y sus derivados ha aumentado. Para el año 2023, la demanda global sería de 57,7 millones de toneladas, divididas en 28,3 millones de carne aviar (49,05 %), 16,7 millones de carne de cerdo (28,94 %), 9 millones de carne bovina (15,60 %) y 3,8 millones de carne ovina (6,58 %). No obstante, en muchos países en vías de desarrollo el consumo per cápita anual es menor a los 10 kg, lo cual es insuficiente y causal de subnutrición y malnutrición (FAO, 2014).

El estudio hecho por Chacón (2021) basado en jóvenes con edades entre el rango de 16 y 29 años, siendo 268 mujeres y 231 hombres, muestra que la principal razón que motiva el consumo de carne es su buen sabor (87,6 %), seguido por el alto valor nutricional percibido (51,9 %), la facilidad de preparación (30,5 %), la disponibilidad de lugares de venta (34,2 %), la multitud de recetas a preparar (42,1 %) y la gran diversidad de carnes existente en el mercado (26,6 %). Sólo un 9,8 % de los encuestados definió el costo económico de la carne como otro aspecto favorable.

La compra de alimentos es una actividad en la que los estudiantes universitarios no participan en su mayoría (52,7 %), más bien, delegan la tarea a otro miembro de su círculo inmediato o buscan platillos preparados que lo contengan. Alrededor de un 23,2 % compra carne ocasionalmente cuando se lo solicitan los miembros de su familia o su círculo social inmediato.

Como resultado de la entrevista, el consumo de proteínas en los jóvenes universitarios de la UNICACH y siendo una minoría entrevistada de alumnos, nos resulta sorprendente y comparando los datos que arroja los jóvenes de la Universidad de Costa Rica que menciona el autor, es bastante similar, siendo la carne de pollo la más consumida y podría ser en muchos países de Latinoamérica, por lo accesible de adquirir y siendo una proteína de bajo costo.

Lo alarmante es que el consumo de proteínas sobre todo de pollo pueda traer consecuencias en la salud de los jóvenes a largo plazo, ya que la mayoría de los pollos son criados en granjas de grandes cadenas avícolas y producidas a gran escala, sin tener el cuidado y crianza adecuada de estos animales, en el cual la mayoría de las veces son alimentados con químicos para mayor volumen y peso.

La falta de consumo de vegetales, frutas, legumbres y agua en los jóvenes con el paso del tiempo se verá reflejado en su salud, y sumado a eso, la falta de ejercicio y motivación de vida, por lo que en un futuro tendremos una población de adultos con enfermedades y dolencias a una edad mediana.

Otra estudio hecho por Palacios (2024), nos dice que el promedio de edad de los jóvenes encuestado oscila entre los 17 a 24 años, la gran mayoría lleva una vida despreocupada, lo que implica comer sin tener en cuenta los riesgos de la comida con excesos de grasa, sodio, refrescos con alto contenido de azúcar o excesos de harina refinada, se creen que a esa edad lo que ingieren se metaboliza muy rápido, y no relacionan conscientemente las enfermedades crónicas que puedan derivarse o los que se acentúan de los que llevan una vida sedentaria.

Coincidiendo en lo investigado con la autora, al preguntar a los jóvenes universitarios sobre sus hábitos, resultó que los estudiantes consumen alimentos sin saber si los nutre o no, justificándolo por el tiempo de estancia en la universidad, por accesibilidad, por costos y el consumo de dulces que les satisface.

De acuerdo con mi experiencia como estudiante y conviviendo con los jóvenes en la Universidad, observé que los dulces que más consumen son el chilito agridulce, papas preparadas, chocolate, gomitas, cacahuates enchilados, paletas, bolis de sabores, galletas y el refresco de coca cola.

Considero que los jóvenes universitarios, necesitan aprender a ser más conscientes de lo que verdaderamente consumen, no tienen una buena alimentación y esto sucede por la falta de regulación alimenticia en las escuelas universitarias que permiten la venta de alimentos poco saludables.

En la actualidad la alimentación saludable se promueve en la educación básica, se ha implementado el consumo de productos alimenticios sanos y que no contengan los tres sellos de advertencia y si llegarán a faltar a este reglamento son sancionados, por

lo que docentes y directores se ven obligados a aplicarlo, haciendo de su conocimiento a los padres de familia que no está permitido el consumo de productos industrializados y procesados, por consiguiente las verduras, frutas, aguas naturales, granos y legumbres son los alimentos que predominan en la dieta de niños, niñas y jóvenes por lo menos en las escuelas urbanas de educación básica, lo que conlleva a mejorar ventas de desayunos saludables a bajo costo para los alumnos.

Es un buen inicio de cambios y transformaciones de consumo de alimentos saludables, por lo menos con las nuevas generaciones que se encaminan hacia la vida universitaria, esperando que los lineamientos de Gobierno se incorporen a todas las escuelas de nivel básico y superior.

5.2 Hábitos de compras de la comunidad estudiantil de la UNICACH.

Siguiendo la relación de los hábitos alimenticios con el tema de las compras de los jóvenes universitarios entrevistados de la UNICACH, respondieron que ellos únicamente son acompañantes para hacer la compra de despensa básica ya que los responsables de los gastos de casa son papá o mamá y la frecuencia que recurren al supermercado en familia es una vez a la semana, aunque dejaron en claro que ellos eligen sus propios productos de consumo personal y alimenticio.

Únicamente cuatro de los diez jóvenes universitarios entrevistados de diferentes Facultades dijeron ir a los mercados locales una vez a la semana y un estudiante de los cuatro entrevistados, comentó que recurre diariamente a mercados locales.

Otra de las observaciones que hice es que los jóvenes universitarios acuden al supermercado cercano a la UNICACH, cuando necesitan comprar algún producto se dirigen directamente allí por la variedad de artículos que encuentran.

Los jóvenes afirmaron fijarse en los precios y la calidad de los productos ya sea de alimento o uso personal, mencionaron que si el producto es barato no es de buena calidad y no les importa gastar en frutas o alimentos poco saludables, sobre todo en dulces.

Las prácticas alimentarias están asociadas a la cotidianidad, preferencias, usos y costumbres diarias, a los productos comercializables en el lugar donde vivimos, así

que comemos lo que nuestra familia nos enseñó a comer, pero también el paladar es moldeable (Palacios, 2024).

Los sabores preferidos son colectivos (Lozano et al., 2021), y lo vamos agregando a nuestra práctica alimentaria conforme nos habituamos a ellos desde pequeños.

Por otro lado, expertos de la Escuela de Negocios y EGADE Business School de Conecta TEC (2025) se unieron en diálogo para conocer y anticipar la forma en la que los jóvenes influirán sobre el futuro esto se hizo a través de un panel con el tema hábitos de compra y actitudes sostenibles y de bienestar, los ponentes compartieron hallazgos de investigaciones realizadas sobre las preferencias y los intereses de la “Generación Z” o "Gen Z", formada por jóvenes nacidos entre 1995 y 2010 (Ramírez, 2025).

Osorio (2025) comentó, como consumidores son más hábiles y exigentes, un tanto más sofisticado, que buscan ese equilibrio entre calidad, precio, conveniencia y responsabilidad”.

Según la autora a pesar de que estos jóvenes continúan comprando artículos como la ropa y alimentos de manera física, y con forma de pago en efectivo, productos de tecnología, muebles y decoración suelen ser adquiridos de manera digital.

Las compras digitales entre los jóvenes como dice en la investigación presentada en el panel de la Escuela de Negocios y EGADE Business School, es un cambio de hábitos de compras en los jóvenes, en esta era digital la mayoría de los jóvenes universitarios, compran productos de alimento, personal, electrónicos o transporte (Didi) mediante aplicaciones que obtienen por medio de un celular o equipo de cómputo, que les brinda la posibilidad de comprar más allá de lo que tiene a su alcance.

Lo que conlleva a que grandes cadenas alimenticias ya sea procesadas o restaurantes de comidas rápidas modifiquen sus ventas hacia esta era digital en dónde los jóvenes se les facilite tan sólo pulsar un botón de su celular, así generando más ventas a estas grandes cadenas de consumo industrializados.

Por otro lado, están los jóvenes universitarios que son conscientes en sus compras con el cuidado de alimentarse saludable, hacer ejercicio, comprar local, ayudar al medio

ambiente; lo que conlleva a cambios positivos, con el trabajo conjunto de autoridades universitarias, docentes y estudiantes.

5.3 Hábitos sustentables en la comunidad estudiantil de la UNICACH.

Retomando los temas de hábitos alimenticios y de compras con jóvenes universitarios, el tema de sustentabilidad es aún ambiguo, la mitad de los entrevistados dijeron que apoyan cuidando al medio ambiente separando la basura, llevar las bolsas de tela cuando hacen compras, verificar que la elaboración de los productos que consumen no sean dañinos para su salud, pero también respondieron que no les interesa saber de qué está hecho el empaque del producto, ni el lugar de procedencia ni de los sellos de advertencia, y algunos dijeron que elaboran o replican algún producto para su consumo personal como la preparación de alimentos.

Por otra parte, ellos expresaron que no han asistido a los mercaditos agroecológicos, que en una o dos ocasiones saben de los bazares que se hacen en la ciudad, pero en cuestión de satisfacer sus necesidades lo mejor es ir comprar en los supermercados, por encontrar productos de marcas reconocidas y de calidad sin importar el costo.

Para entender un poco más sobre el concepto de precio vamos a definir según Hodgskin (1827), dice que el precio necesario o natural significa la cantidad total de trabajo que la naturaleza exige del hombre para producir cualquier mercancía. La naturaleza exigía solo trabajo en el pasado, demanda solo trabajo en el presente, y requerirá solo trabajo en el futuro. El trabajo fue originalmente, es ahora y será siempre el único poder de compra respecto a la naturaleza. Hay otra descripción del precio a la que llamaré social; es el precio natural aumentado por regulaciones sociales.

El concepto de precios es el valor monetario que se le da a los productos, actualmente manejado en el sistema capitalista por las sociedades más influyentes, como países desarrollados, con grandes producciones de marcas renombradas a nivel mundial, provocando que existan diferentes niveles económicos y desigualdades, a pesar de que no alcanza el dinero en algunas sociedades muchas personas adquieren productos de marcas reconocidas ocasionándoles deudas.

Por eso es importante que los jóvenes conozcan alternativas económicas sustentables que ayuden a cuidar el entorno donde desarrollan sus habilidades y capacidades

intelectuales, físicas y espirituales. Para los jóvenes universitarios entrevistados es desconocido la idea de un mercado agroecológico a consecuencia de la desinformación deben ser más recurrentes en nuestra sociedad, para que los jóvenes se adapten a este tipo de alternativas económicas.

5.3.1 La apatía en proyectos sustentables y de comunidad estudiantil de la UNICACH.

Prosiguiendo con el tema de sustentabilidad en los jóvenes universitarios de acuerdo con el autor Byung-Chul (2010); dice que en realidad lo que enferma no es el exceso de responsabilidad e iniciativa, sino el imperativo del rendimiento, como nuevo mandato de la sociedad del trabajo tardomoderna.

Retomando lo que dice el autor de la sociedad del cansancio teniendo como partida los esfuerzos del ser humano para ser valioso en su trabajo, desde mi perspectiva se aplica en las grandes empresas monopólicas mundiales o de aquellas empresas que están en crecimiento a niveles nacionales, el rendimiento sobrehumano del trabajador le otorgará poder sobre otras personas y luchará por un sueldo favorecido; o lo contrario si llega a bajar su rendimiento será fácil sustituirlo por otro trabajador que tenga un mejor rendimiento, esto podría ser manejado por estándares de productividad o empleados del mes; que es la manipulación de ser mejores empleados a partir de la competitividad, lo que beneficia a los dueños de grandes empresas dominantes que imperan con el juego del rendimiento sobre esforzado.

La educación enseña a los jóvenes desde la infancia, que lo preferible para el futuro es trabajar a grandes monopolios con puestos superiores, bajo la manipulación de alcanzar una buena calidad de vida y el aprendizaje adquirido durante la vida basado en su esfuerzo muchas veces se ve estancado por el dominio del sistema actual.

En la investigación hecha existe el interés de jóvenes universitarios, aunque sea minoría, en realizar proyectos sustentables, lo que es un indicador de ideologías transformadores en los jóvenes universitarios en dirección a un futuro sustentable orientado al cuidado del medio ambiente y el trabajo solidario.

La iniciativa que tenían los jóvenes al desarrollar proyectos sustentables, conforme a mi experiencia como estudiante en la Universidad es satisfactoria, ellos se interesaban en proyectos del cuidado de la naturaleza y de la sociedad; pero existen varios

motivos que también los desanima, como por ejemplo la flojera, el cansancio, la falta de tiempo, las actitudes de algunos docentes y la mayor parte de su situación económica.

La falta de impulso y motivación por parte de autoridades universitarias para gestionar los proyectos realizados por los jóvenes universitarios y la apatía en reconocer el esfuerzo es un gran influyente para que los jóvenes les deje de interesar y proseguir con los proyectos sustentables.

Observé que en la mayoría de las Facultades tienen un pequeño huerto universitario en descuido, al principio los jóvenes se emocionan por crearlo, seguido de la desmotivación de darle mantenimiento por la insuficiencia de dinero y tiempo para seguir cuidándolo.

Entonces las herramientas necesarias para que los jóvenes universitarios potencien sus capacidades enfocadas a proyectos sustentables no los otorga ni impulsa la Universidad, sino que generalmente los estudiantes son los que aportan y financian económicamente los proyectos escolares, lo que ocasiona la apatía y desinterés en la mayoría de los estudiantes.

Según los autores Leff (1999) y Rodríguez y Govea (2006), las razones que justifican la investigación son de interés social, político y económico. Se puede apreciar que, en los años recientes, tanto investigadores como gobernantes y otros agentes económicos buscan trazar políticas de desarrollo regional insistiendo en la necesidad de reconocer la atención en el estudio de creación de empresas viendo a este fenómeno como principal protagonista del crecimiento económico y en la generación de nuevos empleos.

Un pequeño antecedente fue en el año 1987, que aparece por primera vez el término de sustentabilidad en el documento Nuestro Futuro Común, promoviendo el desarrollo a nivel global, especialmente en países Latinoamericanos. Convirtiendo a Latinoamérica en un espacio ideal para impulsar proyectos económicamente viables y ecológicamente responsables, pero sobre todo se volvió un referente de modelo alternativo plausible (Leff, 1999, Rodríguez y Govea, 2006).

Los jóvenes deben ser motivados para que desarrollen capacidades para el trabajo en equipo y sustentables, fomentando economías solidarias que puedan traer beneficios a la sociedad y medio ambiente en el que se desenvuelven.

5.4 Hábitos de convivencia en jóvenes universitarios de la comunidad estudiantil de la UNICACH.

El mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil cumplió con el objetivo de una economía solidaria debido a que se convivió de manera sana, se hizo trabajo y reconocimiento en equipo, se dio la reciprocidad y la solidaridad entre los integrantes.

La comunicación asertiva y el respeto al trabajo solidario es fundamental para que exista y progrese la comunidad integrada por personas enfocadas a estas alternativas económicas, que va más allá de una utilidad monetaria o conveniencia propia.

Se definirá la convivencia de acuerdo con Delors, (1996) a principios de 1900, el concepto de convivencia se utilizó para describir una “Edad de Oro” durante la edad media en que musulmanes, judíos y cristianos fueron capaces de establecer relaciones pacíficas, a pesar de diferencias y tensiones.

Es en la década de 1990 cuando académicos españoles y latinoamericanos en el ramo de la educación retoman este concepto para referirse a uno de los cuatro pilares propuestos por la UNESCO (2014) sobre la calidad educativa para el siglo XXI: “Aprender a vivir juntos, aprender a vivir con los demás”, estos cuatro pilares son:

- La primera, comprender las diferencias, fomentando el descubrimiento gradual del otro, implica superar cualquier prejuicio que hayamos asumido acerca de los diferentes grupos sociales, de tal manera que esto posibilite abrir nuestras mentes y corazones a reconocer las diferencias y, poco a poco, acercarnos a mirar de cerca quien es el otro y sus razones de serlo.
- La segunda tarea, apreciar la interdependencia y la pluralidad hace referencia a la importancia de comprendernos como parte un mismo grupo, superando toda postura individualista y egocéntrica la cual nos permita reconocernos como seres sociales que vamos creciendo en la interacción con el otro, independientemente de que seamos seres únicos y, por tanto, con diversas formas de ser y estar.

- La tercera tarea, aprender a enfrentar y solucionar los conflictos, de una manera positiva, respetando los valores de pluralismo, comprensión mutua y paz, resulta en una labor compleja, pues el manejo de conflictos es una habilidad la cual requiere del desarrollo de otras, previamente, como la comunicación asertiva, el control de las emociones, entre otra
- La cuarta labor, promover continuamente el entendimiento mutuo y la paz hace referencia a que esta tarea implica una aplicación diaria y constante, pues por la misma diversidad de formas de pensar y ser y la continua interacción social, todos los días nos podemos enfrentar a diferentes conflictos y la actitud debe promover la comprensión de sí mismos, de los otros y procurar la paz (Idea-Ararteko, 2006).

Asumimos que para poder comprender y generar acciones en el campo universitario, para lograr una convivencia adecuada es necesario impactar en todas las dimensiones de interacción persona-institución universitaria. La necesidad de contemplar para el avance en el campo de la convivencia universitaria con impacto en la convivencia ciudadana se requiere de procesos reflexivos subjetivos que impacten las relaciones sociales cara a cara, para que posteriormente, este impacto pueda ampliarse al espacio comunitario universitario, a la labor e interacción académica, a la propia institución y finalmente a la sociedad en general, mediante una convivencia ciudadana participativa y comprometida con el bien común (Echeverría et al., 2021).

Los lugares favoritos de los jóvenes universitarios para asistir acompañados sean con amigos o familia en convivencia sana, respondieron que son los lugares al aire libre como los parques, las plazas comerciales, el cine y lugares históricos. La vida cotidiana en la universidad hace el centro de convivencia para muchos jóvenes universitarios y la amistad se produce por cualidades y gustos similares.

La mayoría de los jóvenes entrevistados dijeron que su única actividad de convivencia social que tienen es la Universidad; en tiempos libres conviven en las jardinerías consumiendo dulces, sabritas, refrescos y otras ocasiones durmiendo. Tres jóvenes confirmaron que aparte de la universidad tienen actividades con grupos sociales o deportivos, como la iglesia, ajedrez, que es una de las actividades deportivas que ofrece la UNICACH y el gimnasio.

Tomando en cuenta que el punto de interacción social es la Universidad para la mayoría de los jóvenes, la falta de ofertas de actividades y difusión que ofrece la UNICACH es insuficiente, lo que provoca que exista el desinterés en participar, en las actividades escolares.

Las actividades académicas por parte de las asignaturas como los proyectos salen adelante porque se financia entre los mismos alumnos universitarios, lo que muestra la indiferencia y la falta de impulso por parte de la Universidad para el desarrollo de habilidades y capacidades de los jóvenes universitarios.

5.4.1 Hábitos de convivencia condicionados por situación económica en jóvenes universitarios.

La convivencia entre los jóvenes en la Universidad ocurre siempre y cuando no exceda su tiempo y economía. Platicando con ellos de las actividades en la Universidad, comentaron que financian algunas tareas escolares como proyectos, muchas veces excediendo su presupuesto porque tienen que movilizarse dentro o fuera de la ciudad, compran papelería, alimentos, mobiliario y transporte, entre otras cosas.

La Universidad debería costear una mayor parte los proyectos escolares y darles el reconocimiento a los jóvenes de lo elaborado, proporcionando una incubadora de proyectos que estimule a los estudiantes a desarrollar iniciativas creativas, sociales, tecnológicas o culturales, transformando ideas en soluciones reales.

El proyecto del mercadito agroecológico y artesanal es hecho por jóvenes universitarios entusiasmados en dar a conocer lo que ellos elaboran, realizando sus productos con el presupuesto que cuentan y con el apoyo del Cuerpo Académico de Desarrollo Humano: Sustentabilidad y Cultura, que fomentan el desarrollo de habilidades y capacidades en los jóvenes universitarios.

La difusión y divulgación del mercadito se hace con aportaciones económicas de docentes, de jóvenes universitarios organizadores, patrocinadores y rifas para su realización. Por consiguiente, la Universidad únicamente apoya con el espacio, mobiliario de música, y gestiones (sin que coincida con eventos de autoridades universitarias).

Por lo visto las autoridades universitarias, les falta impulsar actividades de convivencia sanas dirigidas a los jóvenes, más allá de únicamente asistir, cumplir con las clases y obtener un buen promedio.

Entre los mismos jóvenes, la falta de motivación en participar en grupos sociales les limita desarrollar habilidades y capacidades en otros espacios de convivencia, esto sucede por ocuparse la mayor parte de su tiempo en la Universidad y de su economía; lo que conlleva que gasten en actividades escolares y algunas compras para su uso personal dando como consecuencia la falta de dinero para que puedan asistir a actividades extraescolares o de convivencia sana en algún otro lugar.

La iniciativa para la elaboración de un huerto universitario y productos ecológicos es una fuente de motivación para impulsar a los jóvenes universitarios al autoempleo, por la creación de algún producto, en otros casos algunos jóvenes emprenden su proyecto y lo mejoran de acuerdo con su objetivo de vida.

5.4.2 La falta de oferta cultural entre los jóvenes universitarios es una tendencia hacia la apatía en actividades sociales o deportivas.

Siguiendo con el tema anterior y en base a las entrevistas, la falta de ofertas y divulgación de actividades extraescolares tiende a ocasionar una apatía en los jóvenes para participar en actividades sociales, culturales o deportivas de la Universidad.

El caso práctico del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, parte de la convivencia y solidaridad sana, esto ocurre porque los jóvenes universitarios participan en equipo y ofrecen productos saludables, hechos a mano, de reutilización y reciclable.

En el mercadito, se fomenta la vida saludable y el cuidado emocional, de acuerdo con el artículo, actividad física y el deporte, Rojas (2024) nos dice que el 75% de los jóvenes encuestados tienen hábitos sedentarios ya que no realizan ninguna actividad física que tenga que ver con acondicionamiento físico o con fines competitivos.

Al igual en el estudio realizado es notorio que las personas universitarias consideran que para hacer ejercicio requiere suficiente dinero y tiempo: 62.4% dice que para realizar ejercicio se necesita dinero y 57.5% respondió no realizar ejercicio por falta de tiempo (Rojas, 2024).

Los jóvenes entrevistados de la comunidad estudiantil dijeron que la mayor parte de su tiempo están en clases o haciendo proyectos escolares, por consiguiente, la falta de organización, planeación y posiblemente actualización en el sistema educativo de la UNICACH, puede ser un factor para que exista la apatía de participación en los jóvenes universitarios, provocando la falta de interés en llevar un estilo de vida saludable.

Otra parte influyente en los jóvenes universitarios es la familia o si son foráneos, el estudio realizado infiere que 83.8% son residentes permanentes de Tuxtla Gutiérrez y un menor porcentaje son foráneos, el 24% vive con su madre, 3.3% con su padre y 10.4% en otro tipo de agrupaciones familiares (Rojas, 2024), por lo que en cierto modo llega afectar en los jóvenes universitarios y que no estén interesados en pertenecer más activos en grupos sociales, culturales o deportivos.

Seis de los 10 jóvenes entrevistados en el apartado de hábitos de convivencia dijeron haber trabajado y estudiado al mismo tiempo para apoyarse económicamente, uno de ellos dijo vivir únicamente con su madre y hermana, por lo que aportaba en los gastos de casa.

A falta de tiempo y accesibilidad de recursos económicos, los jóvenes universitarios se acostumbran a un ritmo de vida acelerada o sedentaria, provocando estrés y ansiedad, en consecuencia y posiblemente la falta de convivencia sana o estilo de vida saludable genera en ellos un desequilibrio emocional.

Hablando sobre estos aspectos de convivencia sana y estilo de vida saludable existe entre los jóvenes universitarios la convivencia generacional, entre los docentes y en base mi experiencia como estudiante. El convivir dentro de un aula universitaria en un grupo de 25 jóvenes aproximadamente, observé que la mayoría están desmotivados para participar en alguna actividad cultural, deportiva o social, por razones antes mencionados, únicamente cinco jóvenes de manera voluntaria participaban en alguna actividad.

En este análisis personal distinguí la diferencia de la falta de oportunidades de algunos jóvenes; los cinco jóvenes que mencioné se integraban motivados a las actividades escolares, tenían características como una mejor solvencia económica, la buena comunicación con la familia, la confianza con los docentes, y sentirse seguros

de sí mismos, por tanto, eran los jefes de grupo y dirigentes de las actividades asignadas en la universidad.

La buena comunicación y seguridad que tenían estos jóvenes, generaban vínculos con los docentes, expresando sus puntos de vistas sin temor, de manera que ellos respetaban las opiniones, recomendaciones o sugerencias de una forma positiva y constructiva, en muchas ocasiones la mayoría de los estudiantes del salón de clases esperaban indicaciones de los jóvenes líderes del grupo.

Otro de los factores observados en los comportamientos de convivencia entre los jóvenes universitarios fue la dependencia a la era digital, con el uso del celular en el salón de clases en los tiempos libres, algunos jóvenes eran solitarios o formaban grupos para hacer alguna actividad en el celular, (ver películas, memes, series), otros en grupo, pero de manera individual viendo su celular, este tipo de integración social era normalizado entre ellos con poca interacción verbal.

Es preocupante las formas de convivencia hoy en día entre los jóvenes universitarios, posiblemente sea alguna de las consecuencias de la pandemia, al parecer la dependencia tecnológica los ha alcanzado, mientras tengan internet y un medio digital donde puedan interactuar, por lo visto es una actividad recurrente en los jóvenes. La falta de motivación de interacción presencial y de movilidad en los jóvenes universitarios es una realidad, por lo que observé tanto en jóvenes entrevistados de otras Facultades y como los jóvenes en el salón de clases.

El sistema que nos dirige hoy en día y en la que se desenvuelven los jóvenes en general, hace que se mantengan estancados, encerrados y dependiente de la tecnología, sintiéndose inseguros de sí mismos por seguir estándares de la globalización, lo que posiblemente cause un desequilibrio emocional constante provocando una depresión.

El esfuerzo en orientar hacia una transformación mediante una alternativa económica y con el objetivo del bien común, sucede con la propuesta del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil que rompe con un sistema que dirige a ser dominados e individualistas, en donde los jóvenes universitarios puedan dejar la dependencia digital, y adquieran habilidades y capacidades para luchar en contra de las adversidades.

En la actualidad, se observa una tendencia hacia la inmediatez y la dependencia de sistemas dominantes digitales, que no incentivan la planificación a largo plazo. Los jóvenes universitarios, inmersos en un entorno digitalizado que prioriza lo fácil, corren el riesgo de no desarrollar plenamente sus potencialidades. Por ello, es importante que los modelos alternativos enseñen a esforzarse, a lo contrario de aquel que da todo al alcance, donde el estilo de vida saludable y la economía solidaria sean el resultado de un trabajo consciente.

Recientemente existen cifras alarmantes de jóvenes con enfermedades mentales, el quehacer por una transformación de vida positiva en los jóvenes es una lucha para cualquier tipo de sociedad con la finalidad de que en las siguientes generaciones tengan un futuro prometedor.

5.5 Hábitos socioemocionales en la comunidad estudiantil de la UNICACH.

Retomando los capítulos anteriores de los hábitos en jóvenes universitarios conforme a las entrevistas hechas; la Universidad prioriza el incremento en sus indicadores de egreso por encima de la formación integral necesaria para una vida profesional sobresaliente; mostrando una aparente indiferencia hacia el impulso de los proyectos de innovación que los estudiantes desarrollan durante su formación.

Un joven universitario entrevistado del último semestre de la Licenciatura en Desarrollo Humano comentó que realmente no sabía que hacer después de terminar la carrera universitaria y buscaría trabajo en donde fuera. Esta incertidumbre e inseguridad que tienen los jóvenes al egresar o que no tienen un objetivo de vida después de finalizar los estudios universitarios, es consecuencia de la falta del reconocimiento y estrategias para impulsar a los jóvenes a una vida futura saludable y exitosa.

De acuerdo con Cortés (2024), dice que ambas universidades que son objeto de estudio (UNACH y UNICACH) en sus planes de desarrollo institucional la promoción de los estilos de vida saludables, aunque la instrumentación no es clara y aunque se enumeran algunas actividades, sobre todo en el Plan Rector de Desarrollo Institucional de la UNICACH, no clarifica la forma de la operación al interior de las Facultades.

En base a lo descrito antes y al comentario del joven de la Licenciatura en Desarrollo humano, al preguntar a los demás jóvenes universitarios que les estresaba en la vida, comentaron que las actividades y proyectos escolares, la falta de dormir bien y alimentarse a sus horas.

Conforme a la pregunta de entrevista si tenían algún método para quitarse el estrés, las respuestas de los jóvenes fueron variadas, dijeron que no tienen métodos para calmarse, escuchan música, caminan, juegan en su celular, duermen y uno de ellos dijo que lleva terapias, relacionado a esto también respondieron que prefieren quedarse solos en sus habitaciones.

Por lo visto la falta de empatía por parte de la familia, Universidad y sociedad en general de las necesidades emocionales de los jóvenes, es una señal de alerta hacia un estado de depresión. Únicamente un joven dijo ir a terapia cuando se sentía con demasiado estrés.

La apatía a situaciones difíciles y la falta de enseñanza para la búsqueda de soluciones hacen tendientes que los jóvenes se refugien en vicios, al uso excesivo de la tecnología, al aislamiento, la indiferencia y a la mala alimentación.

5.5.1 La apatía como tendencia hacia la depresión en jóvenes universitarios.

De acuerdo con la Biblioteca virtual Pearson (2023) hoy en día sabemos que la salud integral no solo abarca lo físico, sino también lo mental, lo emocional y lo social. Además, las enfermedades mentales, como la depresión y la ansiedad, son responsables del mayor porcentaje de días de incapacidad laboral y académica.

Los jóvenes universitarios mencionaron que los factores que conlleva a la apatía tendientes a la depresión, es la falta de descanso, el estrés por entregar actividades escolares y proyectos, la falta de tiempo y solvencia económica, ocupar la mayor parte de su tiempo en la Universidad sin tener actividades externas, ligado a estos factores la mala alimentación.

Un ejemplo de estrés en los jóvenes universitarios fue al realizar el mercadito agroecológico y artesanal, decían que tenían otras actividades escolares a parte de la organización del mercadito, por esta razón la planificación del mercadito se anticipaba mediante una carta descriptiva desde principios de semestre.

Al principio cuando se invitaron a los jóvenes universitarios a participar de forma voluntaria al mercadito, se emocionaron y al mismo tiempo se estresaron, por que implicaba dedicarle tiempo extra, se comentó de reconocer su esfuerzo y compromiso con una constancia curricular y se gestionaron los permisos correspondientes para ausentarse de clases si era necesario.

De parte de los jóvenes universitarios organizadores, hubo estrés por las gestiones y la planificación para cumplir con el objetivo de las ediciones del mercadito; al final del evento expresaron que terminaron cansados pero satisfechos de haber realizado el mercadito y ser reconocidos.

La elaboración de proyectos productivos de los jóvenes puede traer beneficios a la Universidad, pero la falta de empatía en apoyarlos por parte de autoridades universitarias hace que se estanquen, por falta de presupuesto y tiempo para llevarlos a cabo, pasan a ser una actividad escolar más para el cumplimiento de una calificación sin darles el seguimiento para impulsarlos.

Como consecuencia el inicio de la apatía encaminado a la depresión en los jóvenes universitarios esta enfocado al contexto donde el estudiante se desenvuelve, que son los lugares en donde más tiempo se encuentra; si en casa falta el apoyo y la comprensión y asociado con la Universidad, el joven universitario tiende al riesgo de caer en la tentación de los vicios, indiferencia, aislamiento o dependencia tecnológica.

Falta trabajar mucho para que los jóvenes universitarios se enfoquen en realizar actividades que conlleven a una vida sana; la sociedad en general y los gobiernos deberían centrarse en el cuidado de los jóvenes para que desarrollen sus habilidades y capacidades, hacia una vida productiva, saludable y solidaria.

5.5.2 Relación entre el alimento y las emociones.

En el apartado de hábitos alimenticios vimos que los jóvenes universitarios tienden a consumir alimentos que no benefician a su salud, también dijeron sentirse bien cuando van de compras o distraerse en algún supermercado, tres de los jóvenes entrevistados dijeron consumir café, comer galletas y fumar cigarros para quitarse el estrés.

Conforme Moreno y Orantes (2024) dice que el ambiente universitario, por su misma condición dinamizadora de diversos grupos sociales de diferentes culturas, etnias y entornos puede generar en el estudiante una serie de descubrimientos, conflictos, desconciertos, rupturas y debilitamientos de las relaciones significativas con personas e instituciones que le acompañaron durante su formación, haciendo que realice una búsqueda intelectual y de crecimiento personal para moldear su identidad personal que lo expone a acontecimientos vitales estresantes.

Esta referencia desde mi entendimiento sobre los cambios que tienen los jóvenes universitarios al momento de empezar una carrera universitaria surge a partir de las exigencias académicas y realizadas a un nivel profesional. Muchos de los jóvenes foráneos y algunos con un nivel de aprendizaje bajo, crean una inseguridad al iniciar la carrera universitaria y depende algunas veces por la falta de oportunidades y recursos de acuerdo con el contexto de su desarrollo como persona.

El joven universitario foráneo siente soledad al no tener algún conocido cerca, o algún lugar a donde recurrir, provocando el temor e inseguridad de hacer lo correcto, platicando con los jóvenes del salón de clases y con la convivencia que tuvo con ellos, expresaban que al principio se les dificultaba el cambio, pero con el paso del tiempo se acostumbraban.

Es lamentable saber que muchos jóvenes caen en vicios por falta de oportunidades, recursos económicos, apoyo familiar, escolar, y sentir emociones negativas, por eso es importante crear transformaciones de estilos de vida saludable entre los jóvenes.

Los autores Moreno y Orantes (2024) hacen referencia que los jóvenes muchas veces se refugian en el consumo de estas sustancias para no sentir la dureza de la situación económica y social que están viviendo, sin embargo, lo anterior conlleva a una movilidad social descendente intensificando los condicionantes que provocaron su consumo.

Otro factor de riesgo es el consumo excesivo de azúcares y golosinas, como mecanismo de afrontamiento ante el estrés. aunque los estudiantes poseen el conocimiento sobre los daños a la salud, optan por estos productos debido a la gratificación inmediata y la sensación de bienestar temporal que generan durante periodos de alta presión académica.

Actualmente, el acompañamiento psicopedagógico se limita exclusivamente a la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, dejando en vulnerabilidad al resto de las Facultades, las cuales carecen de un psicólogo de base para canalizar las problemáticas de sus estudiantes, creando una brecha de atención que la Universidad debe resolver con urgencia.

Las autoridades universitarias deberían tener como prioridad a sus estudiantes, sin embargo, la carencia de mobiliario, equipo e infraestructura, la falta de financiamiento a proyectos, son un impedimento que evidencia una gestión desconectada de las necesidades reales de la comunidad estudiantil.

El mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil constituye un soporte estratégico para fomentar el emprendimiento propio. A través de talleres previos enfocados en el desarrollo de habilidades y capacidades, se estimula a los participantes a perfeccionar productos de su interés. Si bien inicialmente puede existir cierta apatía o resistencia, el involucrarse de forma activa en la planificación y organización transforma esa actitud; al final, el éxito de los resultados del mercadito genera en ellos un profundo sentido de satisfacción y gratitud.

CAPÍTULO VI. FORTALECIMIENTO DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN JÓVENES UNIVERSITARIOS ENFOCADO AL EMPRENDIMIENTO AGROECOLÓGICO

El impulso de la economía solidaria en jóvenes emprendedores agroecológicos universitarios es una estrategia clave para fomentar un desarrollo sostenible, inclusivo y local, que contrarreste el modelo agroindustrial convencional. Este enfoque integra principios de cooperación, reciprocidad, autogestión y autoempleo, priorizando a las personas y al planeta sobre el capital (Piamba, 2024).

De acuerdo con el autor, adoptar una economía solidaria representa una opción inteligente para los jóvenes emprendedores. Lo anterior conlleva múltiples ventajas, como el fomento de la autonomía financiera y la creación de redes de apoyo mutuo, factores sumamente atractivos para jóvenes emprendedores que buscan alternativas viables ante un mercado laboral incierto y limitado.

Por lo que este modelo económico, como anteriormente se había mencionado se basa en los siguientes valores y según el artículo de Piamba (2024) describe de la siguiente manera:

- **Fomenta el espíritu de colaboración:** La economía solidaria se basa en principios de cooperación y solidaridad. Para los jóvenes emprendedores, este enfoque representa una oportunidad para trabajar en proyectos que van más allá del lucro. Participar en cooperativas y empresas solidarias permite colaborar en equipo, compartir responsabilidades y decisiones, y contribuir al éxito colectivo.
- **Promueve la inclusión y la participación activa:** En las cooperativas y empresas solidarias, todos los miembros tienen voz en las decisiones y una participación equitativa en los beneficios. Este enfoque contrasta con los modelos empresariales tradicionales, donde las decisiones suelen ser tomadas por una élite directiva. Para los jóvenes, que valoran la transparencia y la equidad, este aspecto es crucial. La capacidad de influir en la dirección de una empresa ofrece una experiencia de trabajo más significativa y gratificante.
- **Estimula la innovación y el emprendimiento:** La economía solidaria fomenta un entorno propicio para la innovación. La colaboración entre diversos actores y la

participación activa crean espacios donde las ideas frescas pueden prosperar. Los jóvenes emprendedores tienen la oportunidad de experimentar con nuevos enfoques y soluciones, contribuyendo a la creación de productos y servicios que responden a las necesidades de la comunidad.

- **Contribuye al desarrollo sostenible:** La economía solidaria está alineada con los principios de sostenibilidad. Las cooperativas y empresas solidarias priorizan el impacto ambiental y social de sus actividades, promoviendo prácticas responsables y sostenibles. Para los jóvenes conscientes de los desafíos ambientales y sociales, esta alineación con valores de sostenibilidad es un factor decisivo. Participar en un modelo económico que busca mejorar la calidad de vida y proteger el medio ambiente puede ser muy satisfactorio.
- **Ofrece oportunidades de crecimiento personal y profesional:** Trabajar en un entorno cooperativo permite a los jóvenes desarrollar una amplia gama de habilidades, desde la gestión de proyectos hasta la resolución de conflictos. La experiencia en estas organizaciones es valiosa para el desarrollo personal y profesional. Además, las cooperativas suelen ofrecer formación y desarrollo continuo, ayudando a los jóvenes a seguir aprendiendo y creciendo en sus carreras.

Aunque la participación de jóvenes organizadores y emprendedores en el mercadito pueda parecer reducida, su impacto no debe subestimarse; ellos representan una minoría transformadora. Al cumplir con los objetivos del proyecto a pesar de las adversidades, estos jóvenes se convierten en referentes de cambio, demostrando que la voluntad y el esfuerzo son capaces de cuestionar y superar las carencias del sistema actual.

El evento del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH es el punto de encuentro en donde se identifican a estos jóvenes universitarios, aunque se haga una vez al año por contratiempos de gestiones, el mercadito es un suceso que no debe dejarse pasar por trabas administrativas ya que es un proyecto de cambios de estilos de vida saludable sobre todo enfocado a los jóvenes universitarios, destacando los valores, el trabajo en equipo, reciprocidad, solidaridad, la espiritualidad, el autoempleo, priorizando a las personas y al cuidado del planeta sobre el capital y utilidades monetarias.

6.1 Características de un emprendedor agroecológico universitario

Los jóvenes que emprendieron en la primera y segunda edición del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH, se caracterizaron por ser arriesgados y resilientes, capaces de transformar la creatividad en productos tangibles. Estos emprendedores destacan valores fundamentales como la responsabilidad y el trabajo en equipo, demostrando que, cuando se les brinda la oportunidad, contrarrestan la tendencia general a la apatía generando un impacto positivo en la Universidad.

Se entrevistaron a nueve jóvenes universitarios con ventas agroecológicas y artesanales de las ediciones del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, y se presenta en la tabla 5.

Tabla 5: Jóvenes emprendedores que participaron en el mercadito con ventas de productos agroecológicos y artesanales.

PROGRAMA EDUCATIVO	SEMESTRE	VENTAS	EDAD	SEXO /GÉNERO
Licenciatura en Desarrollo Humano	4º	Velas	20	Femenino
Licenciatura en Desarrollo Humano	4º	Pulseras artesanales	20	Femenino
Licenciatura en Psicología	4º	Tascalate	20	Masculino
Licenciatura en Desarrollo Humano	7º	Shampoo de romero y frutas picadas	22	Femenino
Licenciatura en Desarrollo	6º	Tinturas	22	Masculino

Humano		medicinales		
Licenciatura en Desarrollo Humano	Egresada	Abono orgánico	25	Femenino
Licenciatura en Desarrollo Humano	5°	Jabones y productos a base de miel	26	Femenino
Licenciatura en Desarrollo Humano	5°	Panes de masa madre	26	Masculino
Licenciatura en Ciencia y Tecnología de alimento	Egresado	Salsas de chile habanero	37 años	Masculino

Elaboración propia, noviembre de 2025

La Licenciatura en Desarrollo Humano lideró la visión agroecológica (representada por los 9 entrevistados), la participación de otras Facultades en ventas diversas demuestra que el mercadito es un espacio de alta demanda. Esto refuerza la necesidad de formalizar la economía solidaria, ya que existen jóvenes emprendedores que, por cuestiones de tiempo y logística no logré entrevistar.

A continuación, se presenta en la tabla 6 los participantes en general de las ediciones del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.

Tabla 6: Participación general de jóvenes universitarios y productos agroecológicos y artesanales que se vendieron en la primera y segunda edición del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH.

PARTICIPACIÓN EN GENERAL	DESCRIPCIÓN
Jóvenes universitarios emprendedores	Participaron 53 jóvenes universitarios emprendedores de las Licenciaturas en Desarrollo Humano, Psicología, Biología, Ciencias y Tecnología de Alimentos, Ingeniería Ambiental, Ingeniería en Energías Renovables, Maestría en Ciencias de la Biodiversidad y Conservación de Ecosistemas Tropicales.
Venta de productos agroecológicos	• 20 productos alimenticios agroecológicos. • 10 productos para el cuidado de la piel. • 4 productos de remedio caseros. • 9 productos artesanales
Participación para la organización del mercadito	• Cuerpo Académico: Desarrollo Humano Sustentabilidad y Cultura. • Formación de Semilleros de Jóvenes Investigadores de la Licenciatura en Desarrollo Humano.
Entrega de canasta solidaria	Se donaron 20 canastas solidarias a jóvenes universitarios emprendedores.

Elaboración propia, noviembre de 2025

A pesar del entusiasmo y la participación de diversas Facultades en las primeras ediciones del mercadito, la gestión se enfrentó a obstáculos por falta de respuestas de las áreas administrativas encargadas de autorizar los espacios y mobiliario necesario. En la primera edición, el incumplimiento de las áreas encargadas de equipo y mobiliario resultó en la entrega parcial de mesas y mamparas. Ante esta falta de compromiso por parte de las autoridades de la UNICACH, en la segunda edición: los propios jóvenes emprendedores optaron por proveer su mobiliario, asumiendo una responsabilidad que originalmente correspondía a la infraestructura universitaria.

Al realizar el mercadito, la comunidad estudiantil de la UNICACH se logró identificar a aquellos jóvenes con vocación emprendedora y solidaria, integrándolos en un grupo de trabajo capaz de superar obstáculos logísticos y administrativos. Esta

formación de jóvenes universitarios emprendedores es la base para garantizar la continuidad de un estilo de vida saludable y una alternativa económica frente al sistema dominante.

6.2. Clasificación de los productos agroecológicos de los jóvenes emprendedores universitario y su significado simbólico.

En la economía solidaria, el producto que se vende no es solo una mercancía; es un medio de valores, saberes y resistencia ante el sistema de consumo masivo, el significado de su producto es lo que diferencia a los jóvenes emprendedores de un vendedor común.

Los jóvenes universitarios que emprendieron expresaron que los productos están elaborados de forma natural y a mano, libres de sustancias químicas, procurando conservar al medio ambiente.

Tabla 7: Descripción de los productos agroecológicos y artesanales de los jóvenes universitarios emprendedores de las ediciones del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.

PROGRAMA EDUCATIVO	SEMESTRE	VENTAS	INGREDIENTES	SIGNIFICADO
Licenciatura en Desarrollo Humano	4º	Velas	Cera de soya para las velas.	Resiliencia y Paciencia: Es lo contrario de lo fácil y digital;
Licenciatura en Desarrollo Humano	4º	Pulseras artesanales	Hilos, chaquiras y semillas.	representa el esfuerzo físico y la identidad cultural del joven universitario.
Licenciatura en Psicología	4º	Tascalate	Maíz, cacao, canela, achiote.	Conciencia Ambiental: Significa reducir la huella ecológica y

				ofrecer una alternativa ética al consumo universitario tradicional.
Licenciatura en Desarrollo Humano	7º	Shampoo de romero y frutas picadas	Romero, menta, agua y sal de grano.	Autonomía: Significa dejar de depender del sistema farmacéutico dominante y recuperar el poder de sanar desde lo propio.
Licenciatura en Desarrollo Humano	6º	Tinturas medicinales	Plantas medicinales y posh.	
Licenciatura en Desarrollo Humano	Egresada	Abono orgánico	Residuos de cocina, cascaras de desperdicios de frutas y verduras.	Conciencia Ambiental: Significa reducir la huella ecológica y ofrecer una alternativa ética al consumo universitario tradicional.
Licenciatura en Desarrollo Humano	5º	Jabones y productos a base de miel	A base de miel.	
Licenciatura en Desarrollo Humano	5º	Panes de masa madre	Harina de trigo, agua, azúcar y especias.	
Licenciatura en Ciencia y Tecnología de alimento	Egresado	Salsas de chile habanero	Agua, Chile habanero, tomate, cebolla, sal, ajo, vinagre, aceite y bicarbonato de sodio.	

Elaboración propia, 2025

Cada producto vendido en el mercadito de la UNICACH tiene una transformación para el joven emprendedor, elaborar su propio producto significa pasar de ser un consumidor globalizado a un productor consciente. El producto deja de ser algo fácil de obtener para convertirse en una prueba de su capacidad, creatividad y compromiso con un estilo de vida saludable.

Expresaron que los ingredientes que utilizan lo compran en mercados locales, buscando la mejor calidad para la elaboración de los productos. La respuesta de una joven emprendedora que elabora productos a base de miel dijo que tiene un apiario donde extraen la miel para hacer sus productos y la egresada que realiza el abono orgánico dijo que hace composta en su casa para la elaboración del abono.

Para los jóvenes emprendedores de la UNICACH, la Universidad es mucho más que un centro de estudios; es el escenario ideal para el encuentro entre el productor y el consumidor consciente. Los jóvenes manifestaron su deseo de aprender más sobre lo natural para mejorar sus productos, viendo en los talleres una oportunidad de crecimiento personal. Al facilitar estos espacios, la Universidad cumple su función social de ser un puente que impulsa la economía de sus alumnos y fomenta vínculos de confianza y economía solidaria.

Para los jóvenes emprendedores de la UNICACH, la importancia del mercadito trasciende lo económico; lo definen como un vínculo estratégico para la creación de redes de colaboración. Al participar, no solo dan a conocer su producto, sino que tejen relaciones con otros estudiantes, fortaleciendo el sentido de comunidad. Estas redes sociales y profesionales funcionan como un sistema de apoyo mutuo que beneficia tanto al que vende como al que compra, consolidando una cultura de solidaridad universitaria

El estudiante que vende tascalate expresó que le gustaría que los mercaditos estudiantiles se hicieran más seguidos, porque representan una oportunidad a los jóvenes universitarios emprendedores agroecológicos y artesanales la existencia de la interacción entre el productor y consumidor consciente.

Más allá de la ganancia monetaria, el mercadito agroecológico funciona como un motor de mejora continua. Al obtener un dinero extra es fruto de su propio trabajo, los jóvenes universitarios refuerzan su compromiso con la calidad. Este ciclo de

inversión, venta y recuperación los impulsa a explorar nuevas variedades de productos agroecológicos y artesanales, demostrando que el éxito económico y el aprendizaje van de la mano en el modelo de economía solidaria.

Los jóvenes universitarios emprendedores evitan procesos contaminantes y priorizan empaques biodegradables o reutilizables, transforman el mercadito en un espacio de resistencia contra la cultura del usar y tirar. Este enfoque integral refuerza la idea de que la agroecología es, ante todo, un acto de cuidado hacia el entorno común.

6.3 Sustentabilidad, la convivencia y emociones dentro del mercadito estudiantil UNICACH.

Como se había visto anteriormente la palabra sustentable se puede aplicar a los jóvenes universitarios emprendedores dimensionándolos en su entorno, esto en base en su vivencia personal, ambiental, económica y social. Los jóvenes universitarios que participaron en el mercadito cumplen con estas dimensiones, siendo también resilientes ante las dificultades presentadas.

La sustentabilidad en el mercadito de la UNICACH trasciende las ventas agroecológicas para instalarse en lo emocional. Este evento se consolidó como un espacio de convivencia donde el intercambio no es solo de mercancías, sino de experiencias y afectos. Al fomentar un ambiente de respeto y colaboración, los jóvenes logran una sustentabilidad de las emociones, transformando el aislamiento del estrés académico en una red de acompañamiento que fortalece la salud mental colectiva.

Para los jóvenes organizadores, la realización de estas dos primeras ediciones representó un desafío físico y logístico extenuante. Sin embargo, el cansancio se ve superado por una profunda sensación de satisfacción al constatar el éxito de la convocatoria. Haber logrado integrar a jóvenes de diversas Facultades en un proyecto de economía solidaria no solo cumple un objetivo, sino que valida el liderazgo estudiantil como un motor capaz de generar espacios de encuentro a pesar de las limitaciones administrativas.

La continuidad del mercadito agroecológico representa una estrategia de formación integral para los jóvenes universitarios de la UNICACH, a través de la capacitación

continúa y el trabajo colaborativo, los estudiantes no solo perfeccionan habilidades, sino que cultivan una espiritualidad basada en la solidaridad y la reciprocidad.

Este modelo de enseñanza económica fomenta la resiliencia y la independencia, preparando a los jóvenes para gestionar sus propios recursos y autoemplearse. Así, frente a las crisis económicas recurrentes, el emprendimiento solidario surge como una respuesta sana y sustentable que garantiza un estilo de vida digno en todas sus dimensiones.

De acuerdo con el artículo de Peralta (2025) dice que los jóvenes, conectados con las nuevas tecnologías y las tendencias culturales, aportan ideas frescas que pueden modernizar sectores tradicionales o abrir nuevos mercados. Muchos startups creados por personas menores de 30 años han transformado industrias enteras, desde el comercio electrónico hasta el cuidado del medio ambiente.

La era digital es estos tiempos, es el medio de comunicación e interacción de los jóvenes universitarios. Esta estrategia digital no solo fomenta una alternativa económica, sino que utiliza el lenguaje de para promover estilos de vida saludables y sustentables.

La apuesta por una economía solidaria es una inversión en el futuro de los jóvenes universitarios, el desarrollo de capacidades obtenido en las ediciones del mercadito de la UNICACH no parece con el evento; se integra en el perfil profesional del joven emprendedor.

Al participar en redes de apoyo mutuo y autogestión, los jóvenes adquieren una ventaja competitiva social: la capacidad de innovar y resistir ante las dificultades económicas; seguir participando en estos espacios permite que los jóvenes en general dejen de ser afectados ante las crisis del sistema dominante.

Para Mesa (2020), el término de emprendimiento en los jóvenes es dotarlos de las herramientas para desarrollarse en un mundo altamente competitivo, ayudarlos a que sepan dónde están sus intereses y talentos a temprana edad para que logren desarrollar y aprovechar mejor sus capacidades.

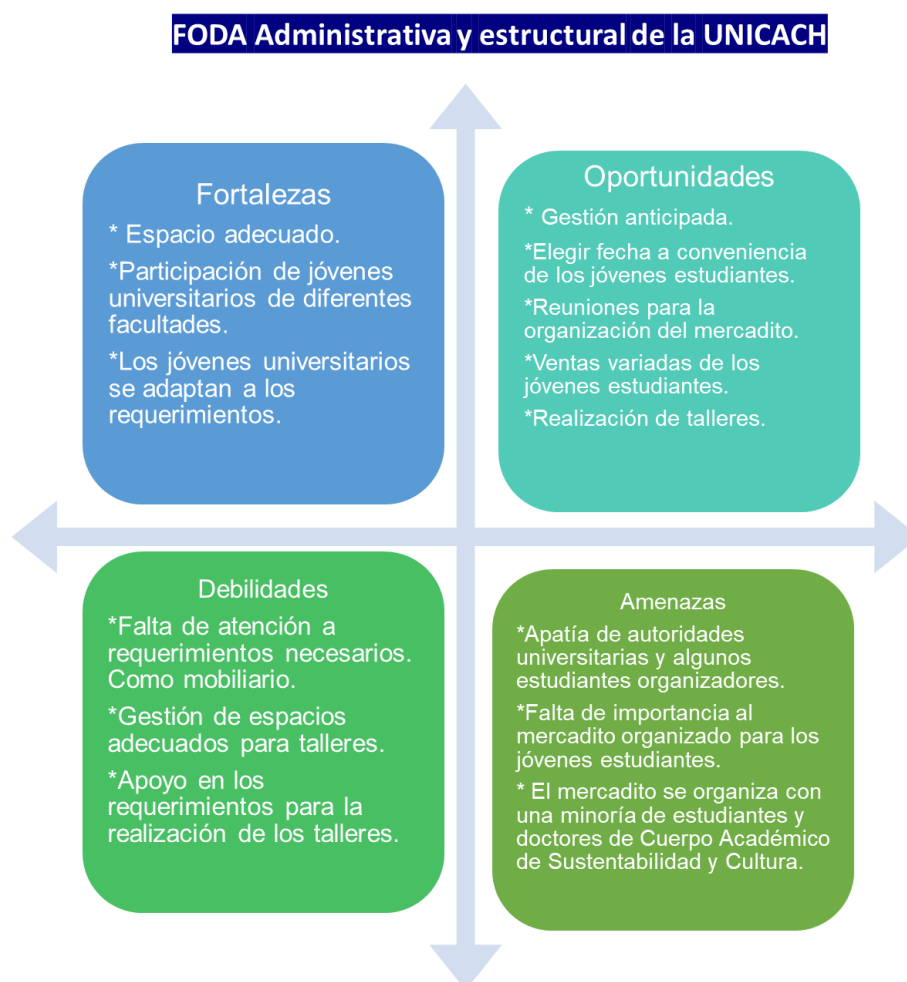
El mismo autor hace referencia en la temática en infantes y adolescentes que promueve en ellos la generación de cambio, proposición y potenciación de sus ideas y

les permite ser y sentirse escuchados, luchar por sus sueños y competir, de manera sana, por ser mejores personas, mejores estudiantes y, por supuesto, mejores emprendedores.

A continuación, se presentará el esquema de FODA que describe la realización del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH en estas dos ediciones.

1. Se analizó que, en las fortalezas, se necesita valorar y darle la importancia necesaria al mercadito, porque existe el interés y un buen número de participantes de jóvenes universitarios.
2. En las oportunidades, es preciso sacar ventajas para el mercadito para realizar otras ediciones, que posiblemente cambie hacia el área de fortalezas en un futuro.
3. En debilidades, se observa que se necesita la atención para la organización del mercadito esto implica el mobiliario, equipo, espacios, más personas que apoyen a este proyecto universitario.
4. Por último, las amenazas, nos encontramos con la apatía por parte de autoridades universitarias, a veces ignorando lo que implica la realización del mercadito y de algunos jóvenes universitarios organizadores que por ser pocos posiblemente se les acumule el trabajo y se desanimen o estresen para la realización del mercadito.

Esquema 4. FODA administrativa y estructural de la UNICACH, para la realización de las dos ediciones del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.



Fuente: Elaboración propia, 2025

CONCLUSIONES

Se analizó e identificó un grupo de jóvenes universitarios interesados hacia un sistema de modelo económico solidario y sustentable a través de la creación de un mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.

Ha sido uno de los eventos que ha generado la integración e interacción con jóvenes universitarios de diferentes Facultades, de forma favorable donde se fomenta la convivencia sana, la alimentación saludable y al cuidado del medio ambiente. A pesar de que hubo dificultades se logró la realización de la primera y segunda edición, con el apoyo de personas externas que fueron patrocinadoras.

El mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, es un aprovechamiento y oportunidad para que los jóvenes universitarios tengan la cultura de emprender desde practicas solidarias y horizontales alternativas al sistema capitalista; y para la Licenciatura en Desarrollo Humano de la Facultad de Ciencias humanas y Sociales es un valor agregado para la carrera, generando la participación y convivencia de las demás Facultades.

Si fuera posible abordar la capacitación de los jóvenes universitarios más allá de lo académico para potenciar sus capacidades en temas donde ellos estén interesados en aprender, esto como resultado de los jóvenes universitarios que se entrevistaron y participaron en los diferentes talleres y ventas.

Realmente se hace un gran esfuerzo por parte de los organizadores en tratar de planificar y explicar a los jóvenes universitarios que el mercadito es un espacio de ventas agroecológicas y artesanales, que la prioridad es a los productos agroecológicos, aunque también se le da la oportunidad a jóvenes universitarios que no tengan esta noción, sin la intención de que ningún estudiante sea excluido.

Para los jóvenes universitarios de la Licenciatura en Desarrollo Humano el llevar la asignatura de medio ambiente y sustentabilidad es satisfactorio, aprenden de la elaboración de productos ecológicos y como producirlos a partir de la realización de un huerto universitario dentro de la Universidad.

Un huerto universitario funciona como un aula abierta donde los estudiantes conectan con la realidad biológica de lo que consumen, y definitivamente tiene el potencial de

transformar sus hábitos a largo plazo, por lo que impacta positivamente en los jóvenes universitarios como la conexión emocional con el alimento, el desarrollo de habilidades y capacidades y el aprendizaje de los beneficios de comer sano.

El tema de economía solidaria y vida saludable, enfocada en la agroecología y artesanías, para la mayoría de los jóvenes universitarios tanto docentes y administrativos es aún un tema muy ausente de la vida diaria, son temas en controversia para las personas acostumbradas a un sistema de consumismo; entre los mismos jóvenes universitarios dicen que el comprar alimentos ultra procesados les satisface haciéndoles sentir bien.

Existe una gran paradoja de la vida universitaria; aunque el huerto les enseña el valor de lo natural, la falta de tiempo y la economía los empujan hacia los alimentos preparados de forma rápida, el hecho de que tengan un supermercado enfrente es, en realidad, una oportunidad estratégica para ganarle terreno a los alimentos ultra procesados.

Por lo mismo el fomentar una vida saludable y solidaria en armonía con el medio ambiente por medio del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la UNICACH, es un alcance muy grande a esta transformación económica solidaria entre los jóvenes universitarios, siendo ejemplo de cambio hacia el consumismo actual, posiblemente dándose a largo plazo, pero siendo un acontecimiento muy notorio y transformador de la comunidad estudiantil.

El desarrollo de las capacidades en los jóvenes universitarios al parecer va más allá de lo académico, la capacitación continua y el interés por participar en los talleres de elaboración de algún producto agroecológico o de alguna plática que los motive a ser mejores personas está en crecimiento, aunque falta trabajar más en la difusión y divulgación, ya que únicamente se promociona en la Licenciatura de Desarrollo Humano.

La prioridad a los jóvenes universitarios de la Licenciatura en Desarrollo Humano para la capacitación por medio de talleres y pláticas, es por la falta de empatía de autoridades universitarias al mercadito, por el momento se inició con jóvenes universitarios de la carrera, esperando en un futuro sea relevante y favorable para la realización de más ediciones del mercadito, disponiendo con el apoyo para las

gestiones, requerimientos, y para que la capacitación continua se lleve a cabo entre los jóvenes universitarios de otras Facultades.

En cuanto el desarrollo de capacidades para la comunidad estudiantil, la palabra desarrollo está ligada e influenciada hacia el dinero, lo que prioriza al consumismo globalizado como el tener un supermercado cerca, es un claro ejemplo de la realidad de vida que llevan los jóvenes de la comunidad estudiantil.

Para Sen (2004) dice que la opinión según la cual las culturas locales están en peligro de desaparición se ha expresado con insistencia la creencia en que se debe actuar para resistir la destrucción puede resultar muy atendible, ¿De qué manera debe atenderse esta posible amenaza y qué puede hacerse para enfrentarla y ser necesaria combatirla?

Lo que conlleva que el mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil sea sin duda una resistencia actuando hacia una posible amenaza de la desaparición de las culturas.

Cuando un joven universitario siembra una semilla o planta, la cuida y ve el proceso de crecimiento, desarrolla un sentido de propiedad y orgullo. Es mucho más probable que un joven consuma una hortaliza que él mismo ayudó a cultivar que una comprada en el supermercado. Esto rompe la barrera de la comodidad del producto procesado por la satisfacción de lo natural y enfocándolo a una economía solidaria con principios y valores los dirige hacia una vida integral y saludable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC del Tumin (2023) La moneda comunitaria en 23 pinceladas. Consejo General del Tumin.
- Adler de Lomnitz, L. (1975) *Cómo sobreviven los marginados*. Siglo veintiuno Editores
- Boari, R., Chuad, N., Fernández, V. Pouiller, P. (2014). *Mercado de Ganados y Carnes Proyecciones 2012*. Córdoba, Argentina
- Barrera Estrella, P., Navarrete González J.A., Segura Pérez E., (2021). *Análisis del Emprendimiento en México a través de datos panel*. Congreso Internacional de Ciencias Administrativas.

Chrome_extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://repositorios.fca.unam.mx/investigacion/memorias/2021/7.02.pdf
- Biblioteca virtual Pearson (2023) *7 factores que afectan la salud mental de los universitarios*. Pearson <https://blog.pearsonlatam.com/educacion-del-futuro/7-factores-que-afectan-la-salud-mental-de-los-universitarios>
- Butterworth D. (1972) *Dos pequeños grupos: una comparación de migrantes e inmigrantes en la ciudad de México*. Antropología urbana
- Castro Soto J (2011) *El Tumin, una moneda local para fortalecer la economía comunitaria*. El portal de la economía solidaria

<https://www.economiasolidaria.org/noticias/el-tumin-una-moneda-local-para-fortalecer-la-economia-comunitaria/>
- Conecta Tec (2025) *¿Cómo compra la generación Z? conoce sus hábitos de consumo*. Egade Business School, Tecnológico de Monterrey. investigacionnegocios.tec.mx/es/noticia/como-compra-gen-z#:~:text=¿Cómo%20compra%20la%20generación%20Z,de%20consumo%20%7C%20Tecnológico%20de%20Monterrey

- Cortés Pon J. (2024) Hábitos de sueño en jóvenes universitarios. *Diagnóstico de estilos de vida saludable de jóvenes universitarios de Chiapas*. Colección Montebello.
- Colegio UPB Medellín (2020) *Emprendimiento y la importancia de promoverlo en los menores*. Agencia de Noticias del Colegio de la UPB, Medellín Colombia.

<https://www.upb.edu.co/es/colegio/emprendimiento-importancia-de-promoverlo-en-menores#:~:text=Fomentar%20el%20emprendimiento%20en%20ni%C3%B1os,confianza%20y%20el%20pensamiento%20positivo.>
- Consejo General del Tumín (2022) *Tumín moneda autónoma*. Editorial Códice
- Chacón Villalobos A. (2021) *Consumo de carne y productos cárnicos entre estudiantes de la Universidad de Costa Rica*. Universidad de Costa Rica.
<https://www.redalyc.org/journal/446/44668323017/html/>
- Chul Hang B. (2010) *La sociedad del cansancio*. Epublibre
- Dalton G. (1974) *Sistemas económicos y sociedad: capitalismo, comunismo y el tercer mundo*. Penguin.
- Daniel, C., Cross, A., Koebnick, C. y Sinha, R. (2011). *Trends in meat consumption in the USA*. Public Health Nutrition.
- Delors, J. (1996). *Los cuatro pilares de la educación*. La Educación encierra un tesoro. Francia: UNESCO.
- Doing bussiness in Mexico (2019) *Ease of Doing Business in Mexico*. Trading economics.

<https://tradingeconomics.com/mexico/ease-of-doing->
- Durkheim E. (2007) *La división del trabajo social*. Colofón.
- Ecosur (2019) *Conoce el tianguis de productos orgánicos El Huacalero en Chiapas*. Colegio de la Frontera Sur.

<https://www.ecosur.mx/conoce-el-tianguis-de-productos-organicos-el-huacalero-en-chiapas/>

- El aliado estratégico de México, (2017) *Síntesis informativa*. Revista del Instituto mexicano de contadores públicos.
- Echeverría R., de Lille M., Evia N, Carrillo C., (2021) *Convivencia universitaria inclusiva, democrática y pacífica: de lo personal a lo institucional*. Revista de estudios y experiencia en educación.

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718_51622021000200329&script=sci_arttext#B40
- Espelt R. (2024) Agroecología y economías sociales y solidarias, una alianza frente al capitalismo de plataforma. Ideas

<https://ideas.repec.org/p/osf/socarx/w98rq.html>
- Gómez Tovar L., Gómez Cruz M., Shwintesi Ridemann, R., (2001) *Agricultura Orgánica de México*. México: SAGARPA, AACH
- Guerrero Fernández A. (2012). *Miradas globales para otra economía*. Setem, Barcelona
- Guridi Aldanondo I., Villalba Eguiluz U. (2014). *Desarrollo humano y capacidades: aportaciones de la economía social y solidaria*. Departamento de Economía Aplicada I. Universidad del País Vasco/EHU. Instituto Hegoa

[Chrome_extension://efaidnbmnnnibpcajpglclefndmkaj/https://www.uhu.es/IICIED/pdf/12_10_desar.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpglclefndmkaj/https://www.uhu.es/IICIED/pdf/12_10_desar.pdf)
- Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Ecológica, IFOAM (2008) *Los principios de la agricultura orgánica*.
http://www.ifoam.org/sites/default/files/poa_folder_spanish.pdf
- Hernández Meza P. A. (2023) *El bazar universitario*. UNAM Global Revista.

https://unamglobal.unam.mx/global_revista/el-bazar-universitario/
- Hodgskin T. (1827) *Teorías económicas del socialismo*.
<https://www.google.com/search?q=hodgkin+teorias+economicas+del+socialismo&ved=1t:230914&ictx=111&biw=1242&bih=545&dpr=1.1>

- Ibarra, A. L. (2007). *Hacia un diagnóstico latinoamericano para la creación de empresas con la aplicación del Modelo GEM 2006*. *Pensamiento y gestión*, 85-142.
- IDEA-Ararteko (2006). *Convivencia y conflictos en centros escolares. Informe extraordinario sobre la situación en los centros de educación secundaria de la CAPPV*. España: Ararteko.
- Jones, V. (2017). *Emprendimiento en México*. En G. H. Esteban R. Brenes, *El futuro del emprendimiento en Latinoamérica* (págs. 159- 176). México D.F.: Cengage Learning
- Laville J., Levesque B. Mendell M. (2005) *La economía social: diversidad de las trayectorias históricas y de las construcciones teóricas en Europa*. Canadá. cahiers de l'aruc-és.
- Lazarrabal M. (2021) *¿Cómo son los 10 tipos de Emprendedores en el Agro que Más Impactan en el Sector? Características*. AgroMarketingBialar. <https://www.bialarblog.com/tipos-de-emprendedores-en-el-agro/#:~:text=en%20la%20riqueza,-,12%20caracter%C3%ADsticas%20b%C3%A1sicas%20de%20un%20emprendedor%20agroalimentario,de%20adaptarse%20a%20los%20cambios>
- Leff E. (1999). *Saber ambiental, sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder*. México D.F. Siglo veintiuno editores.
- Lozano Marroquín, C., Calvo Díaz G., Armenta Hutarte C., y Pardo R. (2021) *La influencia de los grupos sociales en la alimentación de estudiantes universitarios mexicanos*. En *Psicumex* <https://psicumex.unison.mx/index.php/psicumex/article/view/346>
- Mardones F. (2015) *Introducción a la Economía Sagrada*. Economía Sagrada. <https://www.economiasagrada.com/post/introduccion-economia-sagrada>
- Mauss Marcell (1925) *Ensayo sobre el don*. Academia https://www.academia.edu/44576121/Ensayo_sobre_el_don_Marcel_Mauss

- Moreno Moreno R., Orantes García C. (2024) Consumo de sustancias adictivas en estudiantes universitarios. *Diagnóstico de estilos de vida saludable de jóvenes universitarios de Chiapas*. Colección Montebello.
- Neef M. (1998) *Desarrollo a escala humana, conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Icana Barcelona
- Niels B., Harding R. (2006) *Global Entrepreneurship Monitor Gem results*. London Business School

Chrome_extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.babson.edu/media/babson/assets/global-entrepreneurship-monitor/gem-2006-global-report.pdf
- Nussbaum, Martha C. (2012) *Las mujeres y el desarrollo humano: el enfoque de las capacidades*. Herder. Barcelona. Segunda Edición en español. Primera Edición en inglés 2000. Universidad de Cambridge.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO (2014) *Centro de conocimientos sobre agroecología*. FAO https://www.fao.org/agroecology/knowledge/10-elements/circular-economy/es/?ipp=5&page=28&tx_dynalist_pi1%5Bpar%5D=YToxOntzOjE6IkwiO3M6MToiMCI7fQ%3D%3D
- Osorio M. (2025) *¿Cómo compra la generación Z? conoce sus hábitos de consumo*. Egade Business School, Tecnológico de Monterrey. investigacionnegocios.tec.mx/es/noticia/como-compra-gen-z#:~:text=¿Cómo%20compra%20la%20generación%20Z,de%20consumo%20%7C%20Tecnológico%20de%20Monterrey
- Palacios López B. (2024) *Universitarios y Alimentación. Diagnóstico de Estilo de vida saludable de jóvenes universitarios de Chiapas*. Pp. 69-72. Colección Montebello UNICACH
- Paré, L. (1975), “*Tianguis y economía capitalista*”, en *Nueva Antropología*. Revista de Ciencias Sociales, México.
- Peralta Lemus A. (2025) *Beneficios de fomentar el espíritu emprendedor desde la universidad*. Unifranz internazionalizate.

<https://unifranz.edu.bo/pt/blog/beneficios-de-fomentar-el-espiritu-emprendedor-desde-la-universidad/>

- PNUD (2023) *¿Qué es la economía circular y por qué es importante?* PNUD Climate promise.

<https://climatepromise.undp.org/es/news-and-stories/que-es-la-economia-circular-y-como-ayuda-a-combatir-el-cambio-climatico>

- Piamba Fernando (2024) *Cinco beneficios de la economía solidaria para los jóvenes*. Blogcoomeva <https://www.coomewa.com.co/blog/post/5-beneficios-de-la-economia-solidaria-para-los-jovenes/2382>
- Polanyi K (1957) *The economy as an instituted process*, en Trade and market in early empires, The Free Press, N. Y., 1957, pp. 234-269.
- Ramírez V. (2025) *¿Cómo compra la generación Z? conoce sus hábitos en el consumo*. Conecta. Tecnológico de Monterrey. <https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sociedad/como-compra-la-generacion-z-conoce-sus-habitos-en-el-consumo>
- REAS, Red de redes de Economía Alternativa y Solidaria (2015) Principios de economía solidaria. Reas
- Ribeiro Palacios M., Vélez Vega J. (2017). *Dibujando futuros posibles: Sustentabilidad, modos de vida*. Conacyt. Gobiernos del Estado de Querétaro.
- Rodríguez I., Govea H. (2006) *El discurso del desarrollo sustentable en América Latina*. *Revista Venezolana de Economía y ciencias sociales* 12 (2) Caracasago
- Rojas Pérez H. (2024) La actividad física y el deporte. *Diagnóstico de estilos de vida saludable de jóvenes universitarios de Chiapas*. Colección Montebello.
- Schwentesius Rindermann, R., Gómez Cruz M. Ángel, Ortigoza Rufino, J., y Gómez Tovar L. (2017). *México orgánico. Situación y perspectivas*. Agroecología, 9, 7–15. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/300571>

- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (06 de julio de 2017). Gobierno de México

<https://www.gob.mx/agricultura/prensa/mexico-un-gigante-en-la-produccion-de-alimentos-jose-calzada?idiom=es>
- Sen, A. (1985) *Commodities and Capabilities*. Amsterdam: North-Holland. Reimpreso en Delhi, Oxford University Press, 1999.
- Sen A. (2000) *Desarrollo y Libertad*. Buenos Aires

Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.palermo.edu/Archivos_content/2015/derecho/pobreza_multidimensional/bibliografia/Sesion1_doc1.pdf
- Sen A. (2004). *¿Cómo importa la cultura en el desarrollo?* Letras libres.

Chrome_extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://letraslibres.com/wp-content/uploads/2016/05/pdf_art_9972_7641.pdf
- Toledo V., Ortiz-Espejel B. (2014) *México, regiones que caminan hacia la sustentabilidad. Una geopolítica de las resistencias bioculturales*. Universidad Iberoamérica de Puebla Editorial
- UNESCO (2008). *Convivencia democrática, inclusión y cultura de paz: Lecciones desde la práctica educativa innovadora en América Latina*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001621/162184s.pdf>.
- UNESCO (2014). Global Citizenship Education - Preparing learners for the challenges of the 21st century.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729>
- Universidad Intercultural del Estado de México (2024) *Tianguis Universitario*. Agencia Digital del Estado de México.

<https://uiem.edomex.gob.mx/tianguis-universitario>
- Universidad Veracruzana (2025) *Tianguis Agroecológico Universitario*. Coordinación Universitaria para la Sustentabilidad.

<https://www.uv.mx/cosustenta/general/tian/#:~:text=El%20TAU%20pretende%20en%20este,encuentro%20entre%20productores%20y%20consumidores>

- Urquijo Angarita M. (2014) *La teoría de las Capacidades de Amartya Sen*. Editorial Edetania
- Valero Blanco E., Ortega de la Torre A., Bolaños-Ríos P., Ruiz- Prieto I., Velasco A., Jáuregui Lobera I. (2015) *Urbano o rural: ¿dónde se come mejor y de forma más saludable*. Universidad Politécnica, Madrid, España

ANEXOS

Técnica de entrevista semiestructurada a jóvenes universitarios participantes en las ediciones del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil.

Fecha: 25 de octubre de 2024

Siglas MAYA: mercadito agroecológico y artesanal.

Observaciones: se hizo observación participante.

- 1.- ¿Has comprado productos agroecológicos? Por qué y cuales
- 2.- ¿Has comprado productos artesanales? Porqué y cuáles
- 3.- ¿Elaboras algún producto agroecológico o artesanal? ¿Cuál?
- 4.- ¿Qué ingredientes utilizas para la elaboración de tu producto?
- 5.- ¿Cada cuánto recurres a las compras o ventas de un MAYA (mercadito agroecológico y artesanal)?
- ¿Cómo vendedor? ¿Cómo comprador?
- 6.- ¿Sabes qué procesos debe tener un producto artesanal y agroecológico?
- 7.- ¿Te interesa aprender sobre la elaboración de productos agroecológicos y artesanales?
- 8.- ¿Qué opinas de un MAYA (mercadito agroecológico y artesanal)?
- 9.- ¿Crees que es importantes impulsar este tipo de mercaditos? ¿por qué?
- 10.- ¿El participar en el mercadito de la universidad u otros crees que impulse un cambio significativo en tu economía?
- 11.- ¿Cómo crees que contribuyes al cuidado del medio ambiente al participar en este tipo de mercaditos por medio de ventas o compras?
- 12.- ¿Por qué tu interés en comprar en este tipo de red de mercados locales mercaditos?

Entrevista a jóvenes universitarios de diferentes Facultades que no participaron en ninguna de las ediciones del mercadito.

HÁBITOS ALIMENTICIOS

1.- ¿Durante la semana qué alimentos comes de manera recurrente?

2.- ¿Qué tipo de comida hay siempre en casa?

Cual prefieres comer

¿En la escuela?

3.- ¿Qué tipo de comida consumes en la calle?

4.- ¿Cuántas veces a la semana comes fruta

¿Cuáles son las frutas que normalmente comes en la semana?

5.- ¿Cuántas veces comes verduras en la semana

¿Qué verduras consumes de forma habitual durante la semana?

6.- ¿Cuántas veces comes carne a la semana

¿Cuál es la carne que más comes en el transcurso de la semana?

7.- ¿Cuál es tu bebida favorita?

Cual consumes durante la semana

8.- ¿Cuál es tu comida favorita?

Cuales son comes en la semana

9.- ¿Cuántas veces al día comes formalmente?

10.- ¿Cuántas veces al día comes de manera informal?

¿Por qué?

11. En alimentos procesados ¿Te fijas en sellos de advertencia?

12.- ¿Qué tan importante es para ti el valor nutrimental de los alimentos?

13.- ¿Lo que comes crees que te nutre?

¿Por qué?

HÁBITOS DE COMPRAS

- 1.- ¿En dónde compras tus frutas y verduras? ¿Con que frecuencia?
- 2.- ¿En dónde compras tus bebidas favoritas? ¿Con qué frecuencia?
- 3.- ¿Qué tipo de artículos para tu consumo personal compras? ¿Frecuencia?
- 4.- Cuando haces tus compras ¿En qué te fijas cuando compras?
- 5.- ¿Es importante para ti el precio o la calidad de los productos de alimento que compras? ¿Por qué?
- 6.- ¿En qué productos alimenticios no te importa gastar lo que cueste?
- 7.- Es importante para ti el precio de los artículos de uso personal que compras que no sean de alimento? ¿Por qué?
- 8.- ¿En qué productos que no sean de consumo alimenticio no te importa gastar lo que cueste?
- 9.- ¿Qué tipo de productos de consumo alimenticio que cuando los compras te hacen sentir bien?

¿Por qué?

- 10.- ¿Conoces de los mercaditos agroecológicos que se realizan en Tuxtla? ¿Cuáles?
- 11.- ¿Has participado en alguno?

¿Cuáles?

HÁBITOS SUSTENTABLES

- 1.- ¿Cuándo compras un producto alimenticio revisas ingredientes que contienen?
- 2.- ¿Revisas el tipo de empaque de los productos que compras sea alimenticio o artículo? ¿Por qué?
- 3.- Cuando haces tus compras ¿Te interesa saber de los procesos de elaboración de los productos alimenticios que consumes? ¿Por qué?

- 4.- Cuando haces tus compras ¿Te interesa saber los procesos de elaboración de los productos de cuidado de la salud? ¿Por qué?
- 5.- ¿Investigas el lugar de procedencia de los productos que consumes? ¿Por qué?
- 6.- Te fijas en las fechas de elaboración y fechas de caducación de los productos?
- 7.- Consumes productos alimenticios pasados de la fecha de caducidad? ¿Por qué?
- 8.- ¿Revisas que los productos que consumes sean amigables con el cuidado del medio ambiente? ¿Por qué?
- 9.- ¿Te gusta hacer productos para tu consumo? ¿Cuáles?
- 10.- ¿Cómo cuidas tu economía?

HÁBITOS DE CONVIVENCIA

- 1.- ¿Qué tipo de lugares te gusta visitar? Sólo o acompañado
- 2.- ¿Qué tipo de actividades te gusta participar?
- 3.- ¿Cuál es tu actividad favorita?

Con amigos:

Con la familia:

Individual:

- 4.- ¿Qué haces en tus tiempos libres?
- 5.- aparte de la escuela ¿Tienes alguna otra actividad de convivencia? ¿Cuál? ¿Dónde?
- 6.- ¿Cuáles son tus lugares favoritos de convivencia?
- 7.- ¿Has trabajado o Trabajas?
- 8.- ¿en dónde has trabajado anteriormente? ¿Actualmente?
- 9.- ¿Has participado en alguna actividad voluntariamente? ¿De qué? Y en ¿Dónde?

HÁBITOS SOCIOEMOCIONALES

¿Qué haces cuando estas en un momento de tensión?

Como te sientes en temporadas de exámenes y entrega de proyectos

Tienes alguna técnica para calmar los nervios ¿Cuál?

¿Te sientes motivado cuando haces compras de tus alimentos o algún otro producto?

Te motiva el estar con amigos, familia, o en algún otro grupo social

Como te desestresas o quitas nervios

¿Recurres a algún lugar especial para calmarte?

Cartas descriptivas para la planificación y gestión en la realización de las ediciones del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil.

CARTA DESCRIPTIVA						
ACTIVIDAD: Primer mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil de la Unicach "Sustentabilidad y Cultura" LICENCIATURA: Desarrollo Humano FECHA: 22 de abril al 17 de mayo de 2024 . DURACIÓN DEL TALLER: de 9:00 a.m. a 2:00 p.m. LUGAR DONDE SE LLEVARÁ A CABO: Calzada cultural OBJETIVO: Generar la creación, distribución y consumo de productos artesanales y agroecológicos de proximidad entre la comunidad universitaria mediante un mercadito cuyo objetivo no sea la ganancia utilitaria, sino fomentar valores como equidad, trabajo digno, sostenibilidad ecológica, cooperación, reparto justo de la riqueza y compromiso con el entorno. JUSTIFICACIÓN: Generar estilos de vida saludable y propiciar principios de economía solidaria entre la comunidad universitaria de la UNICACH a través de la producción, distribución y consumo de productos agroecológicos y artesanales chiapanecos.						
FECHA	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	DESCRIPCIÓN	QUIENES	LUGAR	DURACIÓN	MATERIAL
22 de abril	- Difusión de la convocatoria al primer mercadito agroecológico y artesanal de estudiantes. - Convocatoria de talleres. - Convocatoria de concurso de fotografía en comunidad y ambiental.	- Hacer carteles y la invitación. - Invitación en redes sociales. - Pasar invitar a los salones.	Alumnos de servicio social del cuerpo académico Desarrollo Humano: sustentabilidad y cultura.	Facultad de ciencias humanas y sociales de la UNICACH	22 al 26 de abril	5 carteles para fotografía 5 carteles de convocatoria 7 carteles de taller 7 carteles de mercadito oficial - Redes sociales - Invitar a los salones de la facultad
28 de abril	- Registro de estudiantes que participarán en el mercadito agroecológico y artesanal - Carteles oficiales del evento de mercadito.	- Se hará un grupo de whatsapp para dar información a las personas que se registren - Se hará el link para registro.	Alumnos de servicio social del cuerpo académico de Desarrollo Humano : Sustentabilidad y cultura	Facultad de ciencias humanas y sociales de la UNICACH	28 de abril al 03 de mayo	- Internet - Libreta
06 mayo	- Organización de materiales - Reglamentos - Logística del lugar	- Organización del croquis. - Informe del reglamento - Espacios y materiales a utilizar para el primer mercadito agroecológico o estudiantil	Alumnos de servicio social del cuerpo académico de Desarrollo Humano : Sustentabilidad y cultura	Oficina de cuerpo académico Desarrollo Humano: Sustentabilidad y cultura Facultad de ciencias humanas y sociales de la UNICACH	06 al 10 de mayo	- Internet - Hojas blancas - Libreta

13 de mayo	Recepción de fotos a participar	Fecha límite de entrega de fotografías a participar.	Alumnos de servicio social del cuerpo académico de Desarrollo Humano : Sustentabilidad y cultura	Oficina de cuerpo académico Desarrollo Humano:Sustentabilidad y cultura Facultad de ciencias humanas y sociales de la UNICACH	Del 28 de abril al 13 de mayo	Ninguno
17 de mayo	Llegada de participantes y expositores del concurso de fotografía trabajo en comunidad y ambiental y exposición de fotos de semilleros.	- Monto de estantes de vendedores - Mamparas para exposición de fotos - Informar reglas a seguir.	Estudiantes que participan en venta, expositores de fotografías y alumnos de servicio social del cuerpo académico de Desarrollo Humano	Calzada cultural	8.30 a 10 a.m.	13 Mesas 6 Mamparas 3 Bocinas 3 Extensiones - Tres micrófonos 12 pilas AA
	Inauguración del mercadito agroecológico	Inauguración y bienvenida al primer mercadito agroecológico o estudiantil y artesanal llamado Sustentabilidad y cultura.	Maestra Marcela Contreras Valiserra, Dr.Diego César Cantoral Cancino y Doctores Hugo Saúl Rojas Pérez, José Ramiro Cortés Pon y Rubén Antonio Moreno Moreno	Calzada cultural	10:00 a 10:15 a.m.	1Bocina 1Micrófono
	Amenización musical	Estará durante periodos en el tiempo de ventas del mercadito.	Alumno Joan Galvez Solis y Alumnos de servicio social del cuerpo académico Desarrollo humano:sustentabilidad y cultura	Calzada cultural	10:00 a 1:00	1Bocina 2 Micrófonos - Cerebro amplificador
	Taller de elaboración de shampoo	- Taller para la elaboración de shampoo cupo limitado a 20 personas. - Entrega de constancias de participación y por impartir el taller entregará el Dr. Rubén Antonio Moreno	Dra. Dulce Corzo Apoyarán dos alumnos del servicio social del cuerpo académico.	Laboratorio de biología de germoplasma vegetal	11:00 A 12:00 p.m.	El material proporcionar á el facilitador del taller

	Taller de elaboración de gel muscular	- Inicio Taller de cosmetología natural, rubor y crema de afeitar cupo limitado a 20 personas. - Entrega de constancias de participación y por impartir el taller entregará el Dr. Angel Cabrera Baz junto con una canasta solidaria al facilitador.	Mtra. Zaira Milainer Gutiérrez Luna Apoyarán dos alumnos del servicio social del cuerpo académico.	Laboratorio de biología de germoplasma vegetal	12:30 a 1:00	El material proporcionará el facilitador del taller
	Concurso de fotografía en trabajo en comunidad y ambiental.	- Se hará la selección a la mejor fotografía de trabajo en campo y ambiental mediante un jurado. - Entrega de Constancias y premios de primer, segundo, tercer lugar a los alumnos participantes. - Entrega de constancias a jurado y una canasta solidaria a cada quien.	Presentación Mtra. Andrea León de la Rosa. Jurado: Carlos León Chanona Ernesto Montoya Ivan Vudoyra, Apoyo alumnos de servicio social del cuerpo académico.	Calzada cultural	1:00 a 1:30	1Bocina 1Micrófono
	Entrega de constancias por participar en la vendimia y canasta solidaria	Agradecimiento y entrega constancia a los participantes y canasta solidaria para los participantes que no tuvieron ventas.	Dr. Diego César Cantoral Cancino y Mtra. Andrea León de la Rosa Apoyo alumnos de servicio social del cuerpo académico.	Calzada cultural	1:30 a 2:00 p.m.	1Bocina 1Micrófono
	Cierre del mercadito agroecológico	- Se da por terminado el primer mercadito agroecológico o Sustentabilidad y cultura. - Se hace el levantamiento de las cosas.	Alumnos de servicio social del cuerpo académico de Desarrollo Humano Y participantes de vendimias.	Calzada cultural	2:00 a 3:00 p.m.	3 Bolsas para la basura

CARTA DESCRIPTIVA



ACTIVIDAD: Segundo mercadito agroecológico y artesanal de las almas de la comunidad estudiantil de la Unicach
LICENCIATURA: Desarrollo Humano **FECHA:** 15 de agosto al 25 de octubre de 2024.
LUGAR DONDE SE LLEVARÁ A CABO: Calzada cultural



OBJETIVO: Generar la creación, distribución y consumo de productos artesanales y agroecológicos de proximidad entre la comunidad universitaria mediante un mercadito cuyo objetivo no sea la ganancia utilitaria, sino fomentar valores como equidad, trabajo digno, sostenibilidad ecológica, cooperación, reparto justo de la riqueza y compromiso con el entorno.

JUSTIFICACIÓN: Generar estilos de vida saludable y propiciar principios de economía solidaria entre la comunidad universitaria de la UNICACH a través de la producción, distribución y consumo de productos agroecológicos y artesanales chiapanecos.

FECHA	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	DESCRIPCIÓN	QUIENES	LUGAR	DURACIÓN	MATERIAL
15 de agosto	Reunión con los alumnos de servicio social y semilleros para la organización para el segundo mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil	- Hacer carteles y la invitación. - Invitación en redes sociales. - Pasar invitar a los salones. - Comisionar a los alumnos de servicio social y semilleros para las actividades a realizar. - Elaborar los oficios correspondientes.	Alumnas de servicio social del cuerpo académico Desarrollo humano: sustentabilidad y cultura. Alumnos Semilleros	Facultad de ciencias humanas y sociales de la UNICACH	15 al 30 de agosto	20 carteles de convocatoria - Talleres digitales 7 carteles de mercadito oficial - Redes sociales - Invitar a los salones de la facultad
26 de agosto	- Inicio de registro de estudiantes que participarán en el mercadito agroecológico y artesanal - Carteles de invitación a participar en actividades del mercadito.	- Se hará un grupo de whatsapp para dar información a las personas que se registren - Se hará el link para registro.	Karen y Dori Alumnas de servicio social del cuerpo académico Desarrollo humano: sustentabilidad y cultura.	Facultad de ciencias humanas y sociales de la UNICACH	26 de agosto al 30 de agosto	- Internet - Laptop - Libreta
2 de septiembre	- Pegar carteles de invitación a participar en las actividades del mercadito - Organización de compra de materiales para adornar y elaboración de adornos - Reglamentos - Registros de participación	- Pegar carteles en las facultades - Empezar hacer los adornos para el mercadito - Se hará el reglamento de participación de venta de productos, talleres, exposición de altares y disfraces	Colaboración de alumnos de servicio social y semilleros Bianca Dori y Karen	Oficina de cuerpo académico Desarrollo Humano: Sustentabilidad y cultura Facultad de ciencias humanas y sociales de la UNICACH	2 al 27 de septiembre	- Internet - Hojas blancas - Libreta - Material de adornos

		- Registros de participantes en las actividades - Pasar información de whats a participantes				
25 de septiembre	Taller de envasado	Taller para alumnos de 5º. Semestre	Mtra. Cecilia Pérez Juárez	Laboratorio de nutrición	11:00 a.m. a 2:00 p.m.	Cañón - Plumones - Ollas - Parrilla eléctrica - Jamaica - Agua - Azúcar
30 de septiembre	Oficios de invitación a medios de comunicación y autoridades correspondientes	- Se hará invitación a medios de comunicación como radio y televisión. - Se invitarán a autoridades educativas	Victoria	Radio Unicach Canal 10 Secretario académico	30 de septiembre al 15 de octubre	Papel carta Computadora Impresora
16 de octubre	- Organizar faltantes para la realización del segundo mercadito agroecológico y artesanal de las almas. - Diseño de diplomas - Permisos para chicos de servicio social	- Revisar faltantes para las actividades del segundo mercadito agroecológico y artesanal - Realizar los diplomas que se entregará a los participantes del mercadito agroecológico. - Realizar los permisos correspondientes para los chicos de sexto y séptimo semestre	Alumnos de servicio social Alumnos semilleros Gustavo Alondra	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Unicach	16 al 24 de octubre	
25 de octubre	- Llegada de participantes de vendimia y exposición de altares - Adornar la calzada - Traer mesas, bocinas y mobiliario (TODOS)	- Monto de estantes de vendedores - Exposición de altar de 2º. Semestre - Colocar adornos y letreros - Informar de lugares, reglas a seguir.	Alumnos de servicio social y Alumnos semilleros Bianca (Coordinadora de adorno) Sein , Carolina (Coordinadores de ventas de cuerpo académico)	Calzada cultural	8:30 a 10:00 a.m.	Mesas Bocinas Micrófonos Lazo Yurex Pilas
	- Inauguración del mercadito agroecológico - Presentación de medios de comunicación	Inauguración y bienvenida al segundo mercadito agroecológico estudiantil y artesanal de las almas	Maestra Marcela Contreras Valiserra Dr. Diego César Cantoral Cancino y Doctores Hugo Saúl Rojas Pérez, José Ramiro Cortés Pon y Rubén	Calzada cultural	9:00 a.m.	Bocinas y micrófonos

			Antonio Moreno Moreno Dra. Carolina Orantes, Mtra. Andrea, Mtra. Jimena Victoria (coordinadora medios de comunicación)			
	- Amenización musical - Bailables	Estará durante periodos en el tiempo de ventas del mercadito	Karen (coordinadora) Irvin Haciel Juárez Vázquez (con música mientras no haya bailables ni cantos) Daniela Betsabé Reyes Castillo Grupo de danza 8 personas	Calzada cultural	10:30 Primer bailable 11:00 Daniela 15 minutos (canciones, así son los hombres, la llorona, la bruja, la martinjana, la sandunga, la charreada, aires del mayab, los laureles, el cantador) 12:00 segundo bailable 1:00 Daniela	Bocina Micrófono
	Exposición de altares y arte informal	Estará durante el tiempo de ventas del mercadito	Miriam	Calzada cultural	10:00 a 2:00	Bocina y micrófono
	Exposición de altares y arte informal	Estará durante el tiempo de ventas del mercadito	Miriam	Calzada cultural	10:00 a 2:00	Bocina y micrófono
	Taller de elaboración de veladoras aromáticas	Taller de elaboración de velas aromáticas con cupo limitado	Alondra Berenice Hernández Gómez	Laboratorio de biología	10:30 – 11:30	Pabilos de rollo, porta mechas, palitos de soporte, recipientes pequeños para cera, telas para colar.
	Taller de elaboración de tinturas	Taller de elaboración de tinturas, con cupo limitado	Daniel de Jesús Martínez Gómez	Laboratorio de biología	11:45 12:30	Romero, mezcal, 20 impresiones, manzanilla, caléndula, albahaca
	Taller de llaveros artesanales	Elaboración de llaveros artesanales	Eva Karina García Ruiz	Calzada cultural	11:00 a 12:00	Una mesa y sillas Bolsas de pedrería, hilo de plástico y argollas de llavero
	- Rifa de tarjetas - Entrega de canastas solidarias	- Se hará la rifa correspondiente. - Se dará canastas solidarias a participantes con menos ventas	Miriam Evanni	Calzada cultural	1:30 a 1:45	Canastas recicladas Tarjetas
	Cierre del mercadito agroecológico	Se agradecerá a las personas por participar en el segundo mercadito agroecológico y artesanal	Doctores del cuerpo académico Mtra. Andrea, Dr. Diego	Calzada Cultural	1:45 a 2:00	Micrófono y bocina

Anexo fotográfico.

Primera edición del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH.



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024

Segunda edición del mercadito agroecológico y artesanal de la comunidad estudiantil UNICACH



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024



Fuente: Elaboración propia, 2024