



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

Universidad de Sonora  
Unidad Regional Centro

Volumen 14 No. 2 (Mayo-Agosto 2019): 29-35

INVURNUS  
"En busca del conocimiento"

INVESTIGACIÓN

## Cazuela sonorense: entre la tradición y la innovación

Miranda Cruz Ana María<sup>1</sup>, Camarena Gómez Dena Ma. Jesús<sup>2</sup> y Salgado Beltrán Lizbeth<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Estudiante de Maestría en Integración Económica de la Universidad de Sonora.

<sup>2</sup> Profesora-Investigadora del Departamento de Contabilidad de la Universidad de Sonora, México.

<sup>3</sup> Profesora-Investigadora del Departamento de Economía de la Universidad de Sonora.

### Resumen

La globalización ha permitido una mayor interconexión comercial y de información, además de la adopción de nuevas estructuras sociales que inciden en los hábitos y estilos de vida de las personas. Desde la perspectiva de la alimentación, los patrones de consumo muestran una tendencia hacia la demanda de productos de rápida preparación. En el caso particular de Sonora, la dieta tradicional se ha forjado con platillos regionales y altamente nutritivos, sin embargo, ante un nuevo entorno la demanda se modifica llevando a los empresarios a adaptarse para satisfacer las necesidades del mercado. Esta investigación busca identificar el conocimiento que tienen los consumidores sobre un producto tradicional como la cazuela, y la aceptación que tiene si se comercializa en un formato con innovación, como la sopa instantánea o lista para consumir. Los resultados muestran una actitud receptiva hacia un producto más práctico pero que mantenga elementos tradicionales en su elaboración.

**Palabras clave:** alimento tradicional; productos regionales; comportamiento del consumidor.

## Sonoran "cazuela": among tradition and innovation

### Abstract

The globalization has allowed a higher commercial and information interconnection, in addition to the adoption of new social structures that affect people's habits and lifestyles. From the nourishment perspective, the consumption patterns show a trend towards the demand for the fast food products. In the particular case of Sonora, the traditional diet has been built on regional dishes and highly nutritious; nevertheless, in light of a new environment the demand is modified, leading entrepreneurs to adapt in order to satisfy this demanding market. The purpose of this research is to identify the knowledge that consumers have about a traditional product such as "cazuela", and also the acceptance it has if it is marketed in a format with innovation, such as instant soup or a ready to consume. The results show a receptive attitude towards a more practical product but that maintains traditional elements in its elaboration.

**Keywords:** traditional food; regional products; consumer behavior.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la autenticidad de un producto regional ha cobrado relevancia, ya que en un mundo global el carácter local permite conservar la tradición, autenticidad y el valor simbólico de los productos. En el ámbito de los alimentos tradicionales, la revalorización se ha vinculado -además de los elementos citados anteriormente, a cuestiones de salud y aspectos nutricionales, así como a elementos de identidad y emociones (Cervantes, 2016; Muchnik, 2006; Thompson, 1993). Un alimento tradicional, es aquél cuyos métodos, procesos de elaboración y consumo se han transmitido a través de las generaciones, están ligados a componentes del territorio, forman parte de la tradición y costumbre, así como de la identidad y herencia cultural de un pueblo o grupo social (Ferrales, 2018; Kristbergsson y Oliveira, 2016).

Algunos autores, señalan que los alimentos tradicionales no siempre se asocian en su producción y consumo a grandes zonas o regiones como una nación o un continente, sino que están ligados a elementos territoriales más específicos como un estado, una ciudad o una región. Sin embargo, su consumo puede traspasar estos límites debido a factores como el turismo, la comunicación, migraciones, entre otros (Kristbergsson y Oliveira, 2016).

El impacto social, económico y cultural que se vincula con los alimentos tradicionales, ha propiciado su estudio y análisis desde distintas perspectivas y regiones. Algunos estudios se orientan a los aspectos nutrimentales y de salud (Bringen et al., 2013; Trichopoulou et al., 2007; Jiménez-Cruz, 2004). Otra línea de investigaciones se vincula con elementos económicos (De Roest y Menghi, 2013) y de consumo, como el estudio de Renko y Bucar (2014) que se centra en las emociones y nostalgia, o bien los que analizan las motivaciones y percepciones de los consumidores (Laryea et al., 2016; Wang et al., 2016; Renko et al. 2014 *inter alia*). Si bien, en el contexto internacional existe una importante producción científica sobre el tema, lo cierto es que en el ámbito nacional y regional su análisis es más moderado. Al respecto, están las investigaciones sobre alimentos tradicionales con un enfoque antropológico e indigenista (Rodríguez-Calderón et al., 2017; Flores y Escalante, 2012; Domínguez-López et al., 2010; Paredes et al., 2009, *inter alia*), así como las de orientación hacia el consumo de productos y regiones específicas como es el caso del amaranto y quesos frescos (Rojas-Rivas et al., 2019; Serrano-Cruz et al., 2018; Hidalgo et al., 2016 *inter alia*).

En el caso particular de Sonora, los alimentos tradicionales se han analizado desde una visión histórica y de relación con la cocina mexicana, prehispánica y de sus condiciones territoriales y geográficas (Ferrales, 2018; Sandoval y Camarena, 2015; Camou, 2012). También están aquéllos

estudios donde se realiza un análisis comparativo entre lo tradicional y lo internacional (Sandoval y Camarena, 2012), o bien aquéllos que los visualizan como un atractivo turístico y desarrollo local (Espejel et al., 2014). En general, estas investigaciones dejan entrever la relevancia que tienen los alimentos tradicionales, los cuales además del simbolismo asociados a su consumo pueden hacer crecer el valor económico de los productos (Cervantes, 2016).

En este sentido, los negocios que se especializan en la venta de alimentos tradicionales sonorenses son una fuente significativa de recursos económicos para la población. Se estima que existen en torno a 200 empresas de alimentos tradicionales distribuidas en el estado<sup>1</sup> y su número no permanece estático (Ferrales, 2018). Si bien, se trata de micro y pequeñas empresas de carácter familiar, su contribución a la economía local y transmisión de tradiciones es significativa. No obstante, aún cuando la demanda de alimentos tradicionales es sólida y tiene un potencial de crecimiento, en el ámbito de la alimentación, las tendencias del entorno tienen un efecto directo en los productos que se demandan y se venden. Los cambios en los patrones de consumo y la menor disponibilidad de tiempo libre, hacen que el consumidor tienda hacia la búsqueda de alimentos más sanos, pero que al mismo tiempo sean de fácil y rápida preparación. Además, en la actualidad diversos factores como la creciente incorporación de la mujer a la vida laboral, la falta de tiempo para desplazarse y adquirir las materias primas necesarias para la elaboración de los platillos, así como el tratarse de comidas con un proceso laborioso, condicionan el consumo y la preparación exclusiva de comidas tradicionales (Sandoval y Camarena, 2012; Feliciano et al., 2003).

Así en Sonora (México), aún cuando existen alimentos tradicionales que forman parte del bagaje gastronómico y cultural de la población, es necesario generar productos que mantengan elementos tradicionales pero que se ajusten a los nuevos requerimientos del consumidor. De no ser así, es posible que las nuevas generaciones vayan disminuyendo su consumo por desconocimiento y por no adaptarse a sus necesidades. De ahí, que el objetivo de esta investigación es identificar el conocimiento que tienen los consumidores sonorenses sobre un producto tradicional como la cazuela, así como la aceptación que tendría al comercializarse en un formato innovador, como sopa instantánea o lista para consumir. La cazuela es un platillo que se prepara a partir de carne seca, ajo, chiles verdes, cilantro, papas, cebolla y tomate<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> En la investigación de Ferrales (2018:93) se señala la existencia de 154 empresarios y productores de productos y servicios regionales, además de 44 productores de la bebida de Bacanora, la cual cuenta con una denominación y una asociación para su producción y comercialización.

<sup>2</sup> Para su preparación el agua se pone a hervir. Se sancocha la carne, se machaca con el ajo y se desmenuza. Los chiles verdes se asan, se limpian,

Los resultados que aquí se presentan son aquéllos que integran la primera fase de la investigación, donde a través de fuentes secundarias se realizó un análisis de la literatura sobre los alimentos tradicionales sonorenses, particularmente de la cazuela. Asimismo, mediante métodos cualitativos se indagó el conocimiento que tienen las personas sobre la cazuela, y la aceptación que tendría si se comercializa en un formato con innovación, como la sopa instantánea o lista para consumir, al respecto autores como Arzak (2011), señalan que la innovación, no necesariamente hace referencia a inventar, sino que también emplea conocimientos, habilidades y nuevos usos a un producto ya existente.

Las aportaciones derivadas de esta investigación permitirán identificar el grado de conocimiento, hábitos de compra y consumo, así como los elementos y situaciones con los cuales se asocia el consumo de la cazuela. Además, se podrán dimensionar algunas pautas sobre la disposición a aceptar un alimento tradicional con innovación y atributos con los cuales se asocia.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para alcanzar el objetivo, se realizó una revisión de fuentes secundarias de información y la aplicación de un método cualitativo, se trata, por tanto, de una investigación exploratoria de corte transversal. El método cualitativo seleccionado fueron las entrevistas semi-estructuradas, las cuales se dirigieron a consumidores mayores de 18 años de edad en la ciudad de Hermosillo, Sonora. Se efectuaron un total de 16 entrevistas hasta llegar al punto de la saturación teórica.

Las personas que participaron se seleccionaron a través del muestreo bola de nieve y se utilizó como criterio de selección la edad, ya que se buscaba representatividad del colectivo joven, adulto y de la tercera edad. La información se recopiló durante el mes de marzo de 2018.

La entrevista se integró por cinco secciones (conocimiento, elaboración, hábitos de compra y consumo y características socio demográficas), con un total de 14 preguntas, donde se hace énfasis en la información que se dispone del producto y su actitud hacia la compra.

Para elaborar el instrumento se utilizó como referencia la información encontrada en la literatura, así como el objetivo

se desvenan, si es necesario, se cortan en trocitos. El tomate y la cebolla se pican finamente, las papas se pelan y se cortan en rebanadas no muy delgadas. En la manteca se fríe el chile, el tomate, la cebolla y las papas. Una vez que están fritas, se le agrega la carne y se añade el agua caliente, el cilantro, la sal y la pimienta al gusto. Se deja sazonar y espesar y se revuelve para que no se pegue. Se sirve bien caliente (Ibídem).

de la investigación. Una vez que se elaboró el instrumento, se efectuaron cinco entrevistas piloto hasta que se consideró que existía una total comprensión de este y se solventó cualquier posible confusión en el formato y redacción de las preguntas. Como primer paso para realizar el trabajo de campo, se contactaba a la persona y se indagaba sobre su disponibilidad a participar en la investigación, posteriormente se acordaba una cita en donde se le solicitaba su autorización para grabar la conversación. Para el análisis de la información se realizó primero la relatoría de las entrevistas, mediante una transcripción literal de las conversaciones. Posteriormente se efectuaron resúmenes individuales de cada entrevista donde se identificaron las ideas claves mediante un análisis del discurso. Por último, se estableció un análisis general a partir de los resúmenes de cada entrevista.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el fin de identificar el conocimiento de los consumidores con respecto a un platillo tradicional sonorense como la cazuela, se efectuaron 16 entrevistas durante el mes de marzo de 2018. Las edades de los participantes oscilan entre los 18 y 78 años, donde se establecieron tres segmentos: los jóvenes que son las personas entre 18 y 35 años de edad, le siguen los mayores que van de 36 a 60 y las personas de la tercera edad que representan el menor grupo.

La mayor parte de los entrevistados son mujeres (13), el lugar de nacimiento más frecuente es Hermosillo (10), aunque también se encuentran algunos de pueblos de Sonora (Magdalena, Nacoziari y Caborca) y de otras ciudades del estado (Guaymas y Cananea), así como otras ciudades del país (La Paz, Baja California Sur).

Las ocupaciones varían entre estudiantes, amas de casa y empleados (Tabla 1). Se trata por tanto de un grupo diverso, donde se advierte diversidad de opiniones y orígenes que permiten tener una visión heterogénea sobre el producto.

Tal preguntar sobre los alimentos tradicionales sonorenses, se obtuvo gran diversidad de respuestas, algunos señalaron tres alimentos y otros hasta seis, entre ellos se encuentran las tortillas de harina, las coyotas, la carne asada, la carne seca, el caldo de queso, la cazuela, la machaca, los frijoles maneados, el pozole, la carne con chile, el menudo, los jamoncillos, los tamales, la miel, las albóndigas, las quesadillas, la gallina pinta, el cocido y los burritos de machaca. Si bien, la cazuela no fue el más nombrado, lo cierto es que si se identificó como un plato tradicional sonorense (Tabla 2).

**Tabla 1.** Características sociodemográficas.

	Sexo	Edad	Lugar de nacimiento	Ocupación
01	Mujer	44 años	Hermosillo, Sonora	contador público
02	Mujer	54 años	Hermosillo, Sonora	empleada y ama de casa
03	Mujer	21 años	Guaymas, Sonora	estudiante
04	Hombre	78 años	Hermosillo, Sonora	mecánico
05	Mujer	22 años	Hermosillo, Sonora	estudiante
06	Hombre	24 años	Caborca, Sonora	estudiante
07	Mujer	22 años	Hermosillo, Sonora	estudiante
08	Hombre	21 años	Magdalena, Sonora	estudiante
09	Mujer	21 años	Hermosillo, Sonora	estudiante
10	Mujer	49 años	Hermosillo, Sonora	empleada
11	Mujer	47 años	Hermosillo, Sonora	ama de casa
12	Mujer	71 años	Nacozari de García, Sonora	ama de casa
13	Mujer	50 años	Hermosillo, Sonora	ama de casa
14	Mujer	71 años	La Paz, Baja California Sur	ama de casa
15	Mujer	60 años	Cananea, Sonora	ama de casa
16	Mujer	46 años	Hermosillo, Sonora	auxiliar administrativo

Elaboración propia (2018)

En lo que respecta al conocimiento sobre el platillo se advierte que el total de entrevistados conoció la cazuela a través de algún familiar directo como la abuela y/o la mamá. También se observó que la mayoría identifica los ingredientes que compone el platillo, sin embargo, sólo la mitad de los entrevistados conoce el procedimiento para su preparación. Aquellos entrevistados que conocen la receta y el procedimiento de elaboración de este platillo lo atribuyen a la enseñanza de sus abuelas y/o madre, siendo más común entre los adultos y personas de la tercera edad. Mientras, que en el caso de los jóvenes su desconocimiento sobre cómo elaborarla es más alto.

Al indagar sobre el origen del platillo, más de la mitad de los entrevistados opina que el origen de la cazuela está relacionado con la carne machaca, y que para su elaboración debe utilizarse la de mejor calidad, mostrando a dicho ingrediente como uno de los determinantes para la realización del platillo. De igual manera, poco más de la mitad supone que el platillo procede del Estado de Sonora, de algún pueblo del estado e incluso llegan a mencionar a la etnia Yaqui:

**(04)** "...Yo creo que, a lo mejor con los yaquis, cómo los yaquis andaban alzados todo el tiempo y la machaca no se echaba a perder, pues la podían hacer, la podían hacer así, hasta cruda se la comían, y pa' variarle la empezaron a hacerla cómo la cazuela..."

En cuanto al consumo, se pudo observar que es muy bajo o escaso, la mayoría de los entrevistados la consumen una vez al mes o menos. Entre los motivos que llevan a su consumo

destaca el antojo, también porque lo prepara un familiar y porque la encuentran nutritiva, aunque este atributo fue mencionado más frecuentemente por las personas mayores y de la tercera edad:

**(12)** "...Pues este es un alimento muy bueno muy nutritivo principalmente, principalmente muy nutritivo por los ingredientes que lleva y es muy bueno es muy saludable..."

En cuanto a los ingredientes para la elaboración suelen comprarlos en los supermercados y la carne machaca en la carnicería de su confianza, aunque argumentan que consumirla en el calor "no se antoja" y que además al alto precio que tiene la machaca hace más complicada su elaboración, así que de ser un platillo popular pasó a uno de consumo más esporádico:

**(04)** "...Yo creo que ahorita en estos tiempos, yo creo que no se puede precisamente, antes era una comida barata para los populachos como dice la gente, pero ahorita hacer cazuela no, empezando por la machaca es carísima y ahora los vegetales están más caros también, no es un producto que se pueda aumentar el consumo..."

En relación a un posible sustituto de la cazuela, la mayoría coincidió en que no había otro platillo que pudiera sustituirla. Aunque también están aquellos que mencionaron el cocido, la carne deshebrada y el caldo con queso:

"...Pues el caldo de queso se le parece, le quitaría la carne y pondría el queso lo demás es parecido..."

**Tabla 2.** Análisis de categorías y subcategorías.

Categorías	Subcategorías	Resultado
Conocimiento	De Alimentos típicos o tradicionales sonorenses	Carne y derivados: Carne asada (8), machaca (8), carne con chile (6), tamales (6), cazuela (3) carne seca (3), menudo (2), pozole (2), gallina pinta (2), cocido (2), burros de machaca (1), albóndigas (1) A base de cereales: coyotas (5), Tortillas de harina (3) A base de Lácteos: caldo de queso (5), jamoncillos (3), quesadillas (2) A base de Legumbres: frijoles de “fiesta” o “ maneados”(2) Endulzantes: miel (1)
	Cómo conoció la cazuela	Por familia: mamá (12), abuela (2), esposa (1) Por influencia: consumo en su pueblo (1)
	Origen del platillo	Sonora (8) No tiene conocimiento (6) De algún pueblo (1) Etnia Yaqui (1)
Elaboración	Conocimiento sobre la receta y el procedimiento para la elaboración de la cazuela	No tiene conocimiento sobre la receta (8) Conoce la receta y el proceso de elaboración (8)
	Con quien aprendió la receta	No la conoce (8) Familia: mamá (4), esposa (1), abuela (1)
	Especificación de los ingredientes y su adquisición	Conoce los ingredientes y los compra en el mercado (9) Con un productor de machaca particular (5) No conoce los ingredientes (1) Carnicería (1)
	Frecuencia de preparación de cazuela en su hogar	Dos veces al año o menos (11) Varias veces al mes (3) 1 vez al mes (1) Solo la ha comido una vez (1)
	Motivos asociados a la preparación de la cazuela en el hogar	A petición de la familia (7) Por Antojo (8)
Hábitos de compra y consumo	Frecuencia de consumo de la cazuela	2 veces al año o menos(11) Varias veces al mes (3) 1 vez al mes (1) Solo la ha comido una vez (1)
	Motivos de consumo de la cazuela	Antojo (9) La prepara un familiar (5) A petición de un familiar (2) Es saludable (2)
	Compra de cazuela	No (15) Si (1)
	Sustitutos de la cazuela	No se identifican (11) Cocido (3) Caldo de queso (2) Caldo de pollo (2) Bistec en caldo (1) Caldo de verduras (1)
	Opciones para incrementar el consumo de la cazuela	Mayor publicidad sobre el platillo (6) Ofrecerla en restaurantes mexicanos (2) Dando a conocer los beneficios de su consumo (2) No menciona ninguna (1) Encontrar machaca de mejor calidad y más accesible (2) Fomentar a las nuevas generaciones a la preparación de platillos tradicionales (2) Colocarla más cerca del consumidor (1)
	Reacción a “cazuela instantánea”	Positiva (6) Negativa debido a asociación sentimental (4) “Maruchan” (4) Negativa debido a que le gusta prepararla (2)

Por último, al indagar sobre las actitudes y aceptación de una innovación en un alimento tradicional como la “cazuela instantánea” el primer pensamiento que manifestaron fue “Maruchan”. También existió quienes no lo consideran factible por las dificultades de deshidratar las verduras y que mantengan sus sabores, además, a las personas de la tercera edad no les resultó apetecible. Sin embargo, gran parte de los entrevistados mostró una reacción y disposición positiva a degustar el producto.

Estos hallazgos son coincidentes con lo encontrado en la literatura internacional (Amelien *et al.*, 2007), donde se ha visto cómo la población conoce el alimento, más no necesariamente su preparación, historia y origen. Además de que los estudios indican claramente que hay una falta general de conocimiento y comprensión de las nuevas tecnologías alimentarias (Vandermoere *et al.*, 2010) incluidas en los alimentos tradicionales como es el caso de la cazuela como una sopa instantánea o lista para consumir.

También se identificó, que tal y como sucede en otros entornos (Feliciano *et al.*, 2003), los avatares de la vida moderna han propiciado que la preparación de platos tradicionales se ha reducido, factores como cambios en los hábitos alimenticios, la influencia de otras culturas, la falta de tiempo, el costo elevado de los ingredientes, entre otros, han dado paso a la demanda de los alimentos de rápida preparación. Es por ello, que un alimento tradicional tiene mayor posibilidad de éxito si incorpora elementos que se demandan en el mercado y atributos que valoran los consumidores.

En general, se puede considerar que tras la investigación efectuada se identificaron tres categorías: conocimiento del producto, elaboración y hábitos de compra y consumo (Tabla 2). La información derivada, permite tener un diagnóstico sobre la información que poseen los consumidores, y las situaciones de consumo más habituales.



## CONCLUSIONES

Se identificó que la población reconoce la cazuela como platillo tradicional, así como sus ingredientes. No obstante, su proceso de elaboración es más escaso, sobre todo entre los jóvenes quienes suelen conocerla porque en algún momento su familia la ha preparado.

El conocimiento de elaboración de la cazuela ha pasado a través de las generaciones, ya que ha sido por la abuela o la mamá que se identifican sus ingredientes y cómo cocinarla. Asimismo, su consumo se asocia a pueblos o regiones del estado de Sonora.

Se considera un platillo costoso, por los precios de los ingredientes, particularmente de la carne machaca, de ahí que su consumo sea esporádico y motivado por antojo. No es fácil encontrar un sustituto, pero en caso de hacerlo es el caldo de queso el que se visualiza como tal. Por último, la actitud hacia un producto de conveniencia es positiva, particularmente en los segmentos de consumidores jóvenes, por tal motivo no se descarta la comercialización de la cazuela instantánea.

Es importante señalar que, la selección y preferencia de alimentos se explica también por razones de salud, puesto que es un tema preocupante en la sociedad actual, además por la percepción asociada al gusto y los sabores, por el precio, el valor calórico, entre otras creencias atribuidas a la bondad o maldad que supuestamente provocan algunos productos. También se perciben dificultades en el proceso de preparación, característica que abre una oportunidad comercial para aquellos productos de conveniencia y de rápida preparación. Si bien, en esta primera fase de la investigación se han detectado elementos claves para la introducción de un platillo tradicional, lo cierto es que no se debe de perder de vista que es un estudio exploratorio, por lo que es necesario ampliar a través de otras técnicas de investigación como grupos focales, degustaciones y encuestas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amelien V., Fort F. and Ferras, N. (2007). Hyper-real territories and urban markets: changing conventions for local food – case studies from France and Norway. *Anthropology of food*. S2, Marzo.
- Arzak, M. (2011). Aceptación de una innovación alimentaria discontinua por parte del consumidor. Aplicación para un producto lácteo. Universidad Pública de Navarra. Pamplona/Iruña, España.
- Bringén, G., Amoutzopoulos, B., Özge, S., Özer, H., Gülçin, S. y Bakan, A. (2013). A pilot study on food composition

- of five Turkish traditional foods, *British Food Journal*, 115 (3): 394-408.
- Camou, E. (2012). Raíces de nuestra identidad: historia, alimentación y cultura. MC Hernández y JM Meléndez, *Alimentación contemporánea: un paradigma en crisis y respuestas alternativas*, CIAD, AC, AM Editores, México.
- Cervantes, F., Patiño, A., Cesín, A. y González M. (2016). Innovando los estudios de mercado de los quesos artesanales. El valor simbólico del queso de poro. *Estudios Sociales*, Hermosillo, Sonora, vol. 27 (49): 67-91.
- De Roest, K. y Menghi, A. (201). Reconsidering 'Traditional' Food: The Case of Parmigiano Reggiano Cheese, *Sociologia Ruralis*, 40 (4): 339-451
- Domínguez-López, A., Villanueva-Carvajal, A., Arriaga-Jordán, C. y Espinoza-Ortega, A. (2011). Alimentos artesanales y tradicionales: el queso Oaxaca como un caso de estudio del Centro de México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 19(38): 165-193.
- Espejel, J., Camarena, D. y Sandoval, S. (2014). Alimentos tradicionales en Sonora, México: factores que influyen en su consumo, *Innovar Journal*, vol. 24 (53): 127-139.
- Feliciano, D., Albisu, L.M. y Camarena, D.M. (2003). La comercialización de la carne de cordero fresco en Zaragoza, *Información Técnica Económica Agraria (ITEA)*, Revista española de la Asociación Interprofesional para el Desarrollo Agrario, 3 (99A): 177-191.
- Ferrales, C. (2018). Comercialización de alimentos tradicionales de Sonora: el caso de la región transfronteriza Sonora-Arizona, Tesis de Maestría en Integración Económica, División de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Sonora.
- Flores y Escalante, J. (2012). Nuestro mero mole: Breve historia de la cocina mexicana. DR. Segunda edición. México.
- Hidalgo-Milpa, M., Arriaga-Jordán, C.M., Cesín-Vargas, A. y Espinoza-Ortega, A. (2016). Characterisation of consumers of traditional foods: the case of Mexican fresh cheeses, *British Food Journal*, 118 (4): 915-930.
- Jiménez-Cruz, A., Turnbull, W. H., Bacardi-Gascón, M., y Rosales-Garay, P. (2004). A high-fiber, moderate-glycemic-index, Mexican style diet improves dyslipidemia in individuals with type 2 diabetes. *Nutrition Research*, 24(1), 19-27
- Kristbergsson, K. y Oliveira, J. (2016). *Traditional Foods*. Springer.
- Laryea, D., Akoto, E., Oduro, I. y Appaw, W. (2016). Consumer perception of traditional foods in Ghana, *Nutrition & Food Science*, 46 (1): 96-107.
- Muchnik, J. (2006). Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores. *Agroalimentaria*, 22: 89-98.
- Paredes López, O., Guevara Lara, F., & Bello Pérez, L. A. (2009). La nixtamalización y el valor nutritivo del maíz. *Ciencias*, 92(092).
- Renko, S. y Bucar, K. (2014). Sensing nostalgia through traditional food: an insight from Croatia, *British Food Journal*, 116 (11), 1672-1691.
- Renko, S., Cerjak, M., Haas, R., Brunner, F. and Tomić, M. (2014). What motivates consumers to buy traditional food products? Evidence from Croatia and Austria using word association and laddering interviews, *British Food Journal*, 116 (11): 1726-1747.
- Rodríguez Calderón, T. D. J., Chávez Mejía, M. C., Thomé Ortiz, H., y Miranda Román, G. (2017). Elaboración y consumo de tortillas como patrimonio cultural de San Pedro del Rosal, México. *Región y sociedad*, 29(70): 155-179.
- Rojas-Rivas, E., Espinoza-Ortega, A., Thomé-Ortiz, H. y Moctezuma-Pérez, S. (2019). Consumers' perception of amaranth in Mexico, *British Food Journal*, 121 (6): 1190-1202.
- Sandoval, S. y Camarena, D. (2015). *Gente de Carne y Trigo*. 1ra Edición. Hermosillo. CIAD, A.C, AM Editores, México.
- Sandoval S. y Camarena D. (2012). Comportamiento alimentario y perfil de consumo de los sonorenses: el caso de las comidas internacionales, Hermosillo, Sonora, Colegio de Sonora, *Región y sociedad*, 23 (50): 51-72.
- Serrano-Cruz, M., Espinoza, A., Sepúlveda, W., Vizcarra-Bordi, I. y Thomé-Ortiz, H. (2018). Factors associated with the consumption of traditional foods in central Mexico; *British Food Journal*, 120 (11), 2695-2709
- Thompson, J. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica en la era de la comunicación de masas*. Editorial Universidad Autónoma.
- Trichopoulou, A., Vasilopoulou, E., Georga, K., Soukara, S. y Dilis, V. (2007). Traditional Foods: Why and How to Sustain Them. En *Trends in Food Science y Technology*. Volumen 17, 498-504.
- Vandermoere, F., Blanchemanches, S., Bieberstein, A., Marette, S. and Roosen, J. (2010). The morality of attitudes toward nanotechnology: about God, technological progress, and interfering with nature. *Journal of Nanoparticle Research*, 12: 373-381.
- Wang, O., Gellynck, X. y Verbeke, W. (2016), Perceptions of Chinese traditional food and European food among Chinese consumers, *British Food Journal*, 118 (12): 2855-2872.