



Dr. Zakira Shaikh
Profesora adjunta,
Facultad de Comercio,
Symbiosis College of Arts
and Commerce, Pune, India
✉ zakira.shaikh22@gmail.
com

Maapeo de la Huella Sostenible de la Generación Z: Conclusiones de un Estudio Bibliométrico

Mapping Gen Z Sustainable Footprint: Insights from a Bibliometric Study

I. INTRODUCCIÓN

La importancia de la generación joven en la adopción de la sostenibilidad ha salido a la luz a medida que los retos medioambientales se han vuelto más acuciantes. Entre ellos, la Generación Z (Gen Z) se ha convertido en un grupo de edad clave en el debate mundial sobre la sostenibilidad debido a su competencia en tecnología y a su mayor conciencia de las cuestiones medioambientales y sociales. Para comprender el estudio académico sobre la adopción de la sostenibilidad por parte de la Generación Z, esta investigación utiliza el análisis bibliométrico, examinando las tendencias específicas del sector, las publicaciones relevantes, las citas, la coautoría y el análisis de cocitas. Este estudio ofrece una visión completa de cómo se conceptualiza, investiga y debate la huella sostenible de la Generación Z en la comunidad académica, mediante la cartografía de las contribuciones académicas. La cantidad de investigaciones que se centran en los estudios bibliométricos ha aumentado rápidamente. A lo largo de los años, ha habido un número cada vez mayor de académicos que se han interesado por la investigación bibliométrica (Cheng et al., 2024). El análisis bibliométrico implica la aplicación de técnicas cuantitativas para estudiar la literatura académica, identificar patrones, tendencias y su influencia dentro de un dominio específico (Al Barra et al., 2024). Se trata de un proceso sistemático de recopilación, examen, filtrado y análisis de datos procedentes de numerosas bases de datos y que emplea diferentes técnicas bi-



RESUMEN DEL ARTÍCULO

La generación Z, un grupo de edad nacido entre 1997 y 2012, es conocida por sus valores y comportamientos orientados a la sostenibilidad y está influyendo cada vez más en los patrones de consumo globales. A pesar de la extensa bibliografía sobre la generación Z y la sostenibilidad, el análisis bibliométrico sistemático en este ámbito es notablemente limitado. Este estudio pretende llenar ese vacío analizando la bibliografía sobre la adopción de la sostenibilidad por parte de la generación Z, centrándose en cuatro sectores clave: turismo, moda, alimentación y hostelería. Los datos obtenidos de Scopus arrojaron 2236 artículos en inglés en la búsqueda inicial, que se refinaron a 1440 resultados basados en las palabras clave «Generación Z» y «Generación Z». Se realizó un filtrado adicional con la adición de la palabra clave «Sostenibilidad», lo que redujo la selección a 173 artículos finales. Utilizando el software VOSviewer, se llevó a cabo un análisis del rendimiento y un mapeo científico de los 173 artículos para evaluar las tendencias de publicación, las métricas de citas, los autores clave, las revistas influyentes y las redes de coocurrencia de las palabras clave. El análisis del rendimiento revela un aumento significativo de las publicaciones, que pasan de 1 en 2016 a 55 artículos en 2023. Se observa una evolución paralela en el número de citas, que pasó de 5 en 2019 a 474 en 2023. Los resultados indican un aumento anual de las publicaciones centradas en la sostenibilidad, con la emergencia de turismo como el sector más comentado. «Sustainability (Suiza)» se identifica como la revista más importante en el acoplamiento bibliográfico. Dado que los datos se recopilan exclusivamente de la base de datos Scopus, su capacidad para analizar citas y metadatos de forma tan exhaustiva como SSCI y Web of Science es limitada. El presente estudio ofrece conocimientos valiosos a las empresas para diseñar estrategias basadas en valores que fomenten un comportamiento responsable entre la generación Z. Los legisladores pueden integrar iniciativas sostenibles que se ajusten al sistema de valores de la generación Z. El estudio puede ayudar a los académicos a diseñar planes de estudio que se ajusten a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y fomenten la ciudadanía responsable.

EXECUTIVE SUMMARY

Gen Z, the age cohort born between the years 1997 and 2012, is identified as the most sustainable generation of the 21st century, transforming traditional consumption patterns and driving sustainability. Despite of the comprehensive literature on Gen Z and sustainability, there is a lack of systematic and focused bibliometric studies on sector-specific sustainable behaviour. The study aims to perform a systematic bibliometric analysis of academic literature on Gen Z adoption of sustainability, focusing on tourism, fashion, food, and hospitality. Data was retrieved from the Scopus database, including 2236 publications on Gen Z and 156 on Gen Z and sustainability. The data retrieved from Scopus yielded 2236 English-language articles in the initial search, which were refined to 1440 results based on the document keywords 'Generation Z' and 'Gen Z'. Further filtering was done by adding the 'Sustainability' keyword, which narrowed the selection to a final 173 articles. Using VOSviewer software, performance analysis and science mapping were conducted on 173 articles to evaluate publication trends, citation metrics, key authors, influential journals, and keyword co-occurrence networks. The analysis shows an increasing number of publications on sustainability annually. Co-occurrence analysis indicates tourism as a frequently discussed sector, and social media as a substantial thematic node within the Gen Z adoption of sustainability, demonstrating its influence on Gen Z behaviour. Bibliographic coupling reveals that the journal Sustainability (Switzerland) is highly influential, with a significant number of publications and citations. This study provides the first bibliometric analysis of Gen Z adoption of sustainability, highlighting growing academic interest. The results will act as a valuable resource for Industry leaders, policymakers and educators aiming to promote sustainable development practices. Future studies should continue to explore the dynamic interactions between Gen Z and sustainability to enhance sustainable growth and address several emerging trends in the field.

La aparición de las últimas aplicaciones de software, los enfoques interdisciplinarios y la capacidad de gestionar unas bases de datos muy amplias han contribuido a la popularidad de este análisis...

biométricas (Passas, 2024). La aparición de las últimas aplicaciones de software, los enfoques interdisciplinarios y la capacidad de gestionar unas bases de datos muy amplias han contribuido a la popularidad de este análisis (Khan et al., 2022). Además, el análisis bibliométrico permite el análisis objetivo de datos y la identificación de diversas tendencias en un campo de investigación específico, el rendimiento de las revistas, la coautoría, las cocitaciones y las referencias (Ellili, 2022). Según un estudio, la sostenibilidad ha tenido el valor más alto de fuerza de enlace en los últimos años (Krishna et al., 2023). La mayoría de las investigaciones han examinado la seguridad alimentaria (Pieroni et al., 2020), la sostenibilidad en el sector agrícola (Medina et al., 2020) y la biodiversidad (Teraa y Bencherif, 2021), la degradación y la gestión de la tierra (Zyoud, 2022), el cambio climático (Staupe-Delgado, 2019), la gestión y planificación urbanas (Sunardi et al., 2020) y las emisiones de carbono y contaminación (Kapitonov, 2020). La generación Z presenta características únicas, un alto nivel de concienciación y compromiso con el turismo, aunque sus acciones pueden ser limitadas (Pulido-Fernández et al., 2024). Los comportamientos turísticos sostenibles de la generación Z incluyen factores económicos, medioambientales, sociales y culturales, que están influenciados tanto por factores internos (normas personales) como externos (redes sociales) (Salinero et al., 2022). Los consumidores de la generación Z abogan por el consumo de moda sostenible a través de la responsabilidad social corporativa y la conciencia medioambiental (Contre-ras-Massé et al., 2024). La generación Z muestra un comportamiento y una actitud sostenible hacia la moda con más consistencia que las generaciones anteriores. La responsabilidad social corporativa, el conocimiento medioambiental y las redes sociales influyen en el comportamiento sostenible de la generación Z (Zhang et al., 2023). Los estudios bibliométricos previos realizados sobre la generación Z y la sostenibilidad se centraron principalmente en las tendencias generales y los campos temáticos, con una consideración limitada de la investigación específica del sector. El presente estudio aborda esta laguna mediante el análisis científico del comportamiento de consumo sostenible de la generación Z en cuatro sectores específicos, entre los que se incluyen el turismo, la moda, la alimentación y

la hostelería. El estudio ofrece información valiosa sobre la actitud, la percepción y el comportamiento de la Generación Z hacia estos sectores y su impacto en la sostenibilidad, algo que no se había abordado anteriormente en la literatura académica.

El estudio de investigación aborda las siguientes preguntas de investigación:

RQ 1. ¿Cuál es la tendencia anual en la publicación de investigaciones en el ámbito de la Generación Z y la sostenibilidad?

RQ 2. ¿Cuáles son las principales contribuciones de los autores, las revistas y los países en el campo de estudio?

RQ 3. ¿Cuál es la principal industria en la que se ha registrado el mayor número de publicaciones de investigación?

RQ 4. ¿Cuáles son las tendencias emergentes en el campo de la sostenibilidad que influyen en el enfoque de la Generación Z hacia el área del desarrollo sostenible?

RQ 5. ¿Cómo se correlaciona el número de publicaciones y las citas en el estudio de la Generación Z y la sostenibilidad en los sectores del turismo, la moda, la alimentación y la hostelería?

PALABRAS CLAVE

Generación Z, Sostenibilidad, Análisis Bibliométrico, Scopus, Vosviewer.

KEYWORDS

Gen Z, Sustainability, Bibliometric Analysis, Scopus, Vosviewer.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Sostenibilidad y Dinámica Generacional

Los términos «generaciones» y «diferencias generacionales» han recibido una atención significativa en la última década en la investigación académica, entre los profesionales, la prensa popular y las empresas (Costanza et al., 2023). La teoría generacional (Strauss y Howe, 1991) clasifica a los individuos en función de las cohortes de años de nacimiento que fueron remodeladas por experiencias compartidas, y sigue siendo la teoría más popular entre los investigadores de ciencias sociales. Según una teoría generacional desarrollada por Mannheim, el término «generación» incluye a los grupos sociales que comparten una actitud, experiencias sociales, comprensión y orientación similares. Estas características los diferencian de las generaciones anteriores (Mannheim, 1952). Según un estudio, existe una diferencia generacional significativa en la actitud y el comportamiento de consumo sostenible. La generación Z muestra un hábito de compra más sostenible que las generaciones anteriores, particularmente con las compras en plataformas en línea (Brand et al., 2022). Por el contrario, los baby boomers pre-



sentan niveles más altos de hábitos de consumo innecesarios que la generación más joven (Bulut et al., 2017). Los estudios sobre las diferencias generacionales identifican que los grupos más jóvenes, concretamente la generación Z y los millennials, muestran una mayor conciencia medioambiental que las generaciones mayores (Judijanto et al., 2024). Un estudio observó una transición en las prioridades, ya que las generaciones más jóvenes dan mayor importancia a la sostenibilidad en sus decisiones de compra, sus elecciones profesionales y su compromiso con la comunidad. Esta tendencia está impulsada en gran medida por la exposición a las redes sociales, la educación medioambiental y el activismo digital (Twenge et al., 2012). Actualmente, las personas utilizan las plataformas de redes sociales como foros en línea para intercambiar ideas, recomendaciones y experiencias, formando una fuerte red de influencia social que tiene un gran impacto en las decisiones de los consumidores (KV, 2024). La generación Z, la generación moderna de viajeros, está dando forma a las tendencias turísticas a través de las redes sociales y la participación en línea (Torrejón-Ramos et al., 2023). Aunque esta generación es consciente de las ventajas del consumo sostenible de alimentos, su capacidad para practicarlo se ve a menudo limitada por factores como el tiempo y el presupuesto, especialmente durante los viajes (Orea-Giner y Fusté-Forné, 2023).

2.2. Tendencias en la Investigación sobre Sostenibilidad

El análisis bibliométrico se utiliza cada vez más debido a su capacidad para descubrir patrones, delinear el estado actual del conocimiento y evaluar la influencia de las contribuciones académicas en diversas disciplinas y puntos de vista (Aria y Cuccurullo, 2016). La investigación sobre sostenibilidad es un tema en rápida expansión que cada vez es más relevante en todas las disciplinas, según las evaluaciones bibliométricas. Las investigaciones indican que las publicaciones sobre sostenibilidad han aumentado significativamente, especialmente en los últimos diez años (Maier et al., 2020). Con el aprendizaje, la gestión socioeconómica y el cambio climático reconocidos como temas principales, la gestión del conocimiento se ha convertido en un componente esencial de la investigación sobre sostenibilidad (Sanguankaew y Vathanophas Ractham, 2019). (Ortiz-Pimentel et al., 2020) han realizado un análisis bibliométrico de la investigación intergeneracional en revistas de negocios y gestión, examinando las generaciones X, Y y Z, junto con los baby boo-

mers y la generación silenciosa, utilizando la base de datos Web of Science. Otro estudio bibliométrico analizó 102 artículos de la base de datos Web of Science sobre los empleados de la generación Z, publicados entre 2009 y 2020 (Benítez-Márquez et al., 2022). Las tendencias de investigación en consumo sostenible y los hábitos de compra de la generación Z se han examinado en análisis bibliométricos actuales. Utilizando bases de datos como Scopus, los estudios han analizado cuestiones de investigación importantes, revistas significativas y tendencias de publicación (Gupta et al., 2022; Li y Hassan, 2023).

2.3. Estudios Específicos del Sector

La generación Z se ha convertido en un importante grupo objetivo en el sector turístico, lo que supone un conjunto único de oportunidades y retos para los profesionales del marketing. Según la investigación, los viajeros de la generación Z se ven muy influidos por las tendencias digitales y de las redes sociales, las interacciones y el entretenimiento en línea, y el boca a boca a la hora de tomar decisiones de viaje (Liu et al., 2022). En comparación con las generaciones anteriores, los viajeros de la Generación Z pertenecen en su mayoría al segmento «ecológico» o «ecológico mixto» y se inclinan en gran medida por prácticas de viaje sostenibles, como la conservación de los recursos y el consumo de alimentos locales (Prayag et al., 2022). Un estudio ha demostrado que las responsabilidades y los valores atribuidos influyen significativamente en las preocupaciones medioambientales de la generación Z, lo que a su vez afecta a la disposición al sacrificio, la actitud y el comportamiento proambiental (Ribeiro et al., 2023). Los consumidores de la generación Z conscientes del medio ambiente dan prioridad a las opciones alimentarias saludables y ecológicas, mientras que las personas con baja conciencia se centran principalmente en la asequibilidad, la accesibilidad y la comodidad (Su et al., 2019). Los resultados del estudio revelan que el conocimiento y la actitud son factores clave que influyen en la adopción del consumo sostenible de alimentos por parte de la generación Z; sin embargo, el comportamiento percibido, la confianza, la conciencia sobre la salud y las normas subjetivas no afectan significativamente a las intenciones de compra (Jakubowska et al., 2024). El análisis bibliométrico sobre la influencia de la generación Z en el sector turístico ha ganado popularidad, lo que demuestra un creciente interés académico por la





investigación colaborativa y la contribución global desde 2020 (Anward et al., 2024).

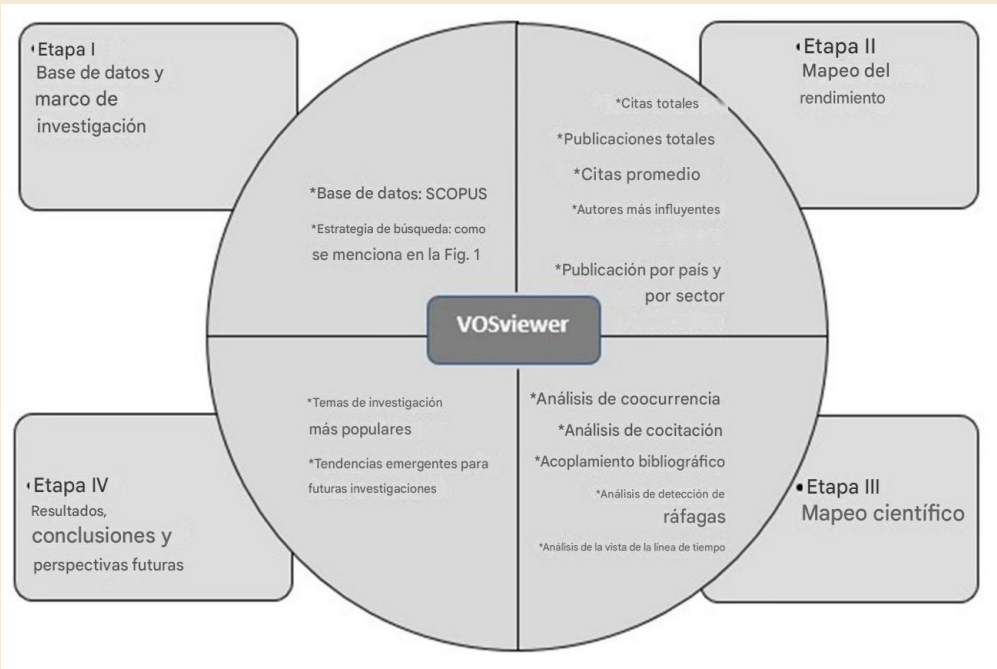
La novedad del presente estudio radica en el hecho de que proporciona una amplia comprensión de la generación Z y su enfoque hacia el consumo sostenible, al tiempo que utiliza el análisis bibliométrico. Aunque existen numerosos estudios de investigación en el ámbito del consumo sostenible y la generación Z, no hay ningún estudio sustancial realizado mediante análisis bibliométrico que se centre en cuatro sectores principales, a saber, el turismo, la moda, la alimentación y la hostelería. Este estudio sería el primero de su tipo, ya que explora y organiza el rendimiento y la cartografía científica mediante el análisis bibliométrico, centrándose en cuatro sectores específicos. El estudio bibliométrico se lleva a cabo para evaluar las publicaciones específicas de cada sector y ofrecer una cartografía visual de los datos utilizando VOSviewer. El estudio utiliza la base de datos Scopus de Elsevier, un repositorio de investigación líder y completo, como fuente secundaria de datos (Çağlayan Akay et al., 2022). Scopus es un recurso de renombre para la investigación académica, reconocido por su amplia cobertura de revistas interdisciplinarias y sus altos estándares de calidad (Baas et al., 2020).

3. MÉTODOS Y MATERIALES

El estudio ha analizado inicialmente artículos arbitrados publicados en inglés. Los artículos publicados en publicaciones en inglés permiten una mayor difusión del trabajo académico, lo que contribuye a limitar los sesgos (Morrison et al., 2012). El estudio ha excluido los capítulos de libros, los libros, las reseñas de conferencias y una breve encuesta. El estudio indica que estos artículos suelen considerarse preliminares o pueden ofrecer conclusiones parciales, lo que sesga el análisis hacia una menor validación o hacia información no revisada por pares (Kristia et al., 2023). A continuación, se filtraron los datos recuperados y se llevó a cabo un análisis bibliométrico de cuatro sectores clave, a saber, el turismo, la moda, la alimentación y la hostelería, debido a su importancia teórica y práctica en la configuración del comportamiento de consumo sostenible de la generación Z. Estos sectores son los más sensibles, los más afectados por los retos medioambientales y los más alineados con el ODS 12, es

decir, el consumo y la producción responsables. Varias teorías, entre ellas la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991), la teoría de las partes interesadas (Freeman, 2010) y la teoría del consumo sostenible (Lang y Barling, 2013), destacan el papel de los consumidores en la influencia del comportamiento de consumo sostenible. Diversos estudios muestran la creciente inclinación de la Generación Z hacia los viajes sostenibles (Gössling y Hall, 2019), las elecciones de moda ecológicas (Niinimäki et al., 2020), el consumo sostenible de alimentos (Hartmann y Siegrist, 2017) y los servicios de hostelería responsables (Jones et al., 2016). Los datos generados tras la aplicación de las palabras clave anteriores se han sometido a un análisis bibliométrico y se ha obtenido un resultado exhaustivo basado en un marco de investigación científica que se ilustra en la **figura 1**.

Figura 1. **Marco de investigación sistemática**

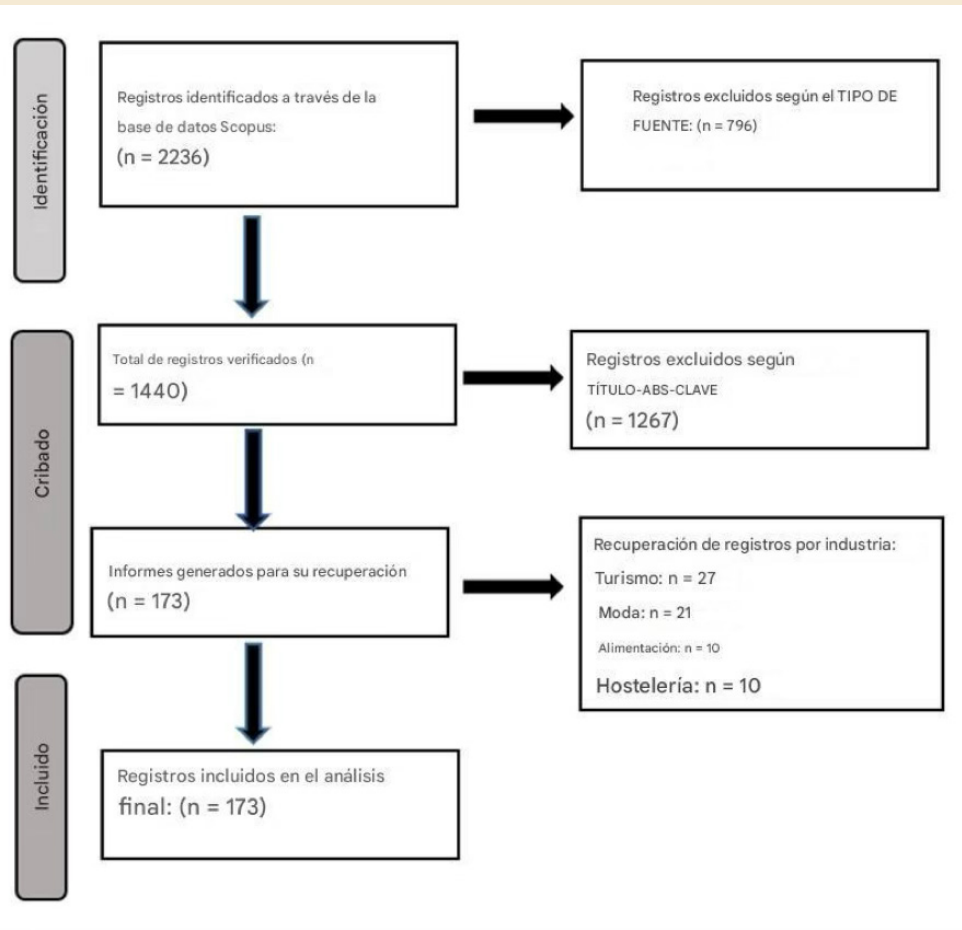


Fuente: Desarrollado por el autor

3.1. Marco de Investigación y Base de Datos

Los datos extraídos del análisis bibliométrico se han utilizado para realizar PRISMA (Elementos de información preferidos para revisiones sistemáticas y metaanálisis, recientemente actualizado por (Page et al., 2021). PRISMA 2020 ofrece varias ventajas a los investigadores y académicos, como listas de verificación completas, rigurosas y bien diseñadas para mejorar todo el procedimiento de realización de análisis bibliométricos, metaanálisis e informes de revisiones sistemáticas (Streimikis y Saraji, 2021). A continuación se muestra el diagrama de flujo de PRISMA creado a partir de las nuevas directrices de PRISMA (2020).

Figura 2. Diagrama de flujo de PRISMA 2020



Fuente: Desarrollado por el autor y adaptado de Page et al. (2020).

Para organizar un flujo sistemático de datos, el primer paso incluido en el diagrama de flujo PRISMA 2020 ha sido la identificación de una base de datos adecuada. La investigación incluye una base de datos de Scopus, considerada una de las principales fuentes de investigación rica, valiosa y completa. Scopus ofrece un espectro más exhaustivo de publicaciones en revistas que Web of Science y PubMed. El análisis de citas realizado en Scopus es más rápido e incluye más publicaciones que el de Web of Science (Falagas et al., 2007). El estudio de investigación comenzó el 2 de julio de 2023 y concluyó el 13 de diciembre de 2023. Según un estudio de investigación, la precisión de los criterios de búsqueda incorporados para recopilar datos afecta significativamente a la fiabilidad del análisis bibliométrico (Alshater et al., 2021).

Tabla I. **Resumen del flujo PRISMA del proceso de búsqueda y selección de bibliografía**

ESCENARIO	DETALLES	NÚMERO DE REGISTROS
Identificación	Registros identificados a través de la base de datos Scopus	2.236
	Registros excluidos según el tipo de fuente	796
Cribado	Total de registros verificados después del filtrado de la fuente	1.440
	Registros excluidos según TITLE-ABS-KEY	1267
	Informes generados para recuperación	173
Datos específicos del sector	Estudios específicos del sector turístico	27
	Estudios específicos del sector de la moda	21
	Estudios específicos del sector alimentario	10
	Estudios específicos del sector de la hostelería	10
Incluido	Registros finales incluidos en el análisis bibliométrico	173

Fuente: Creado por el autor

La primera búsqueda iniciada para recopilar datos pudo arrojar un total de 2236 artículos utilizando el filtro de idioma e incluyendo sólo artículos publicados en inglés. Se generaron otros 1440 resultados, que contenían tipos de documentos «artículos» con las palabras clave «Generación Z» y «Gen Z». En una fase posterior se obtuvieron resultados más específicos al añadir «Sostenibilidad» como otra palabra clave, lo que dio un total de 173 artículos. A partir de los 173 artículos, la búsqueda de datos se segregó en cuatro categorías relacionadas con la segmentación por sectores.

Se añadieron cuatro palabras clave a «Gen Z» y «sostenibilidad» para obtener resultados específicos. Se utilizaron «turismo», «moda», «alimentación» y «hostelería» en todas las etapas para recopilar bibliografía sectorial relacionada con la Generación Z y la sostenibilidad. Al combinar «Generación Z» y «sostenibilidad» con «turismo», se obtuvieron 27 publicaciones. Del mismo modo, la combinación de «moda» con «Generación Z» y «sostenibilidad» generó 21 búsquedas, «alimentación» 10 y «hostelería» 10 publicaciones de artículos.

Tabla 2. Ilustración del procedimiento de búsqueda

CADENA DE BÚSQUEDA N.º	CONSULTA DE BÚSQUEDA DE PALABRAS CLAVE	RESULTADOS DE BÚSQUEDA EN SCOPUS (N.º DE ARTÍCULOS)
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Gen Z” O “Gen Z”) Y (LÍMITE A (IDIOMA, “Inglés”))	2236
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Gen Z” O “Gen Z”) Y (LIMIT-TO (DOCTYPE, “ar ”)) Y (LIMIT-TO (LANGUAGE, “English”))	1.440
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Generación Z” O “Generación Z” Y sostenibilidad) Y (LÍMITE A (IDIOMA, “Inglés”))	173
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Generación Z” O “Generación Z” Y sostenibilidad O turismo O moda O gastronomía U hostelería) Y (LÍMITE A (IDIOMA, “Inglés”))	455
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Generación Z” O “Generación Z” Y sostenibilidad Y turismo O “turismo sostenible”) Y (LÍMITE A (IDIOMA, “Inglés”))	27
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Generación Z” O “Generación Z” Y sostenibilidad Y Moda O “moda sostenible”) Y (LIMITADO A (IDIOMA, “Inglés”))	21
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Generación Z” O “Generación Z” Y sostenibilidad Y “Consumo de alimentos” O “consumo de alimentos sostenible”) Y (LIMITADO A (IDIOMA, “Inglés”))	10
	TÍTULO-ABS-CLAVE (“Generación Z” O “Generación Z” Y sostenibilidad Y Hospitalidad O “hospitalidad sostenible”) Y (LÍMITE A (IDIOMA, “Inglés”))	10

Fuente: Creado por el autor

3.2. Análisis Bibliométrico

Los académicos y los investigadores utilizan el análisis bibliométrico para explorar las tendencias actuales y emergentes en múltiples ámbitos, así como para descubrir el rendimiento de las revistas, la contribución de los autores, el desarrollo por países y las colaboraciones institucionales (Donthu et al., 2020). El análisis

bibliométrico ayuda a trazar la estructura del conocimiento científico acumulado, así como a desarrollar un sentido bien establecido y significativo para una gran cantidad de datos no estructurados (Donthu et.al., 2021).

Los dos enfoques principales utilizados para examinar los datos bibliométricos son el análisis del rendimiento y el mapeo científico (Gutiérrez-Salcedo et al., 2017). El análisis del rendimiento es una técnica utilizada para examinar la contribución de los elementos de investigación a una investigación específica, como las publicaciones anuales basadas en el número medio de citas, el número total de artículos publicados por un autor y el número medio de citas en nombre del autor (Cobo et al., 2011). El mapeo científico ofrece una presentación sistemática y visual del conocimiento, la organización intelectual y su desarrollo en el campo de la investigación y el estudio (Dede y Ozdemir, 2022). El mapeo científico ofrece cinco técnicas de evaluación diferentes, que son las siguientes:

- **Análisis de citas:** incluye el proceso de analizar la calidad o el impacto de un artículo o autor mediante la evaluación de la frecuencia de las citas mencionadas por otro autor (Hallinger y Kovacevic, 2019).
- **Análisis de cocitas:** la técnica del análisis de cocitas sirve para cartografiar áreas de investigación específicas relacionadas con un tema y para comprender las diferencias en los temas de investigación entre diversos conjuntos de publicaciones (Braam et al., 1991).
- **Análisis de coautoría:** la coautoría es el resultado de publicaciones desarrolladas por dos autores (Lu y Wolfram, 2012).
- **El acoplamiento bibliográfico:** es una técnica utilizada para identificar dos publicaciones diferentes que comparten las mismas citas (Jarneving, 2007).
- **La coocurrencia de palabras clave:** la coocurrencia de palabras clave ofrece una visión significativa de los temas, áreas y patrones de investigación más populares y de mayor tendencia que tienen potencial para ganar terreno en el futuro (Wang y Chai, 2018).

Todas las técnicas mencionadas anteriormente se incorporan al estudio para obtener una estructura intelectual precisa y desarrollar un análisis de redes que enriquezca los debates sobre las tendencias y perspectivas de la investigación.

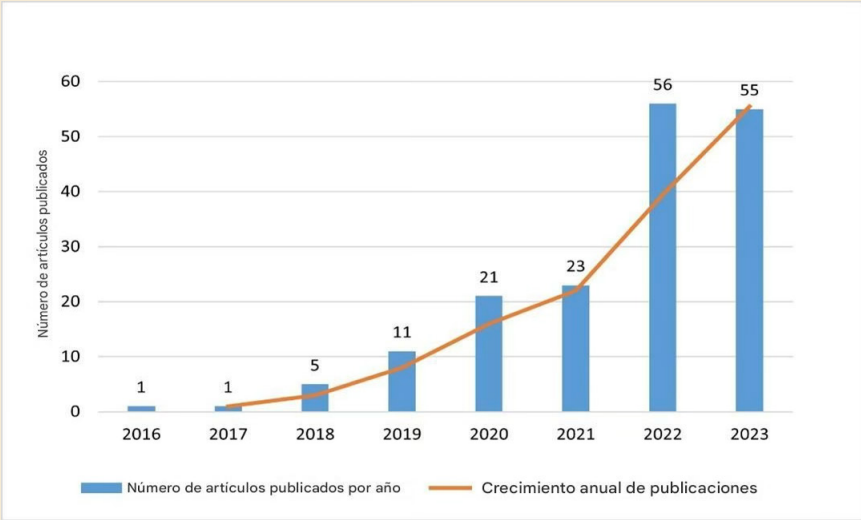


3.3. Análisis de Datos y Resultados

El objetivo principal de realizar el análisis bibliométrico es presentar un estudio exhaustivo sobre las tendencias actuales y futuras en el ámbito de la adopción de la sostenibilidad por parte de la generación Z.

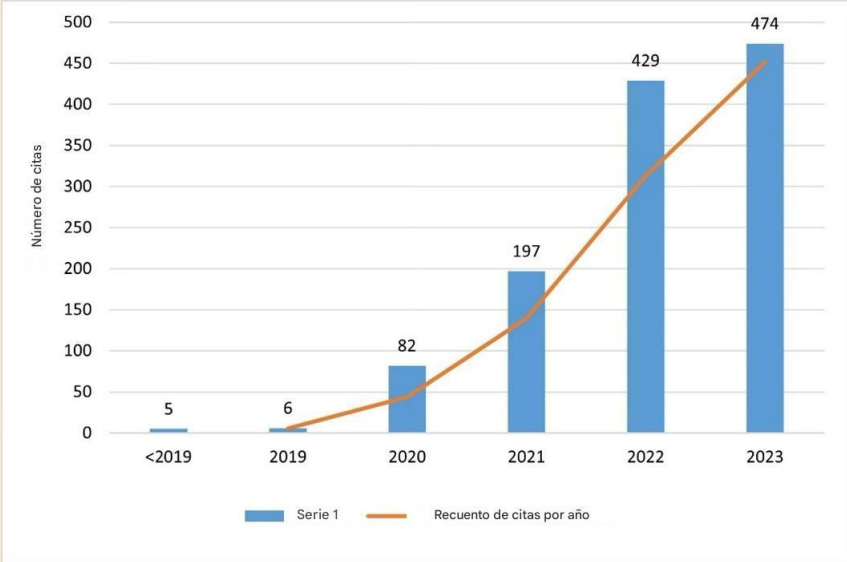
3.3.1. Análisis del rendimiento

Figura 3. Tendencia anual en la publicación de investigaciones sobre las palabras clave



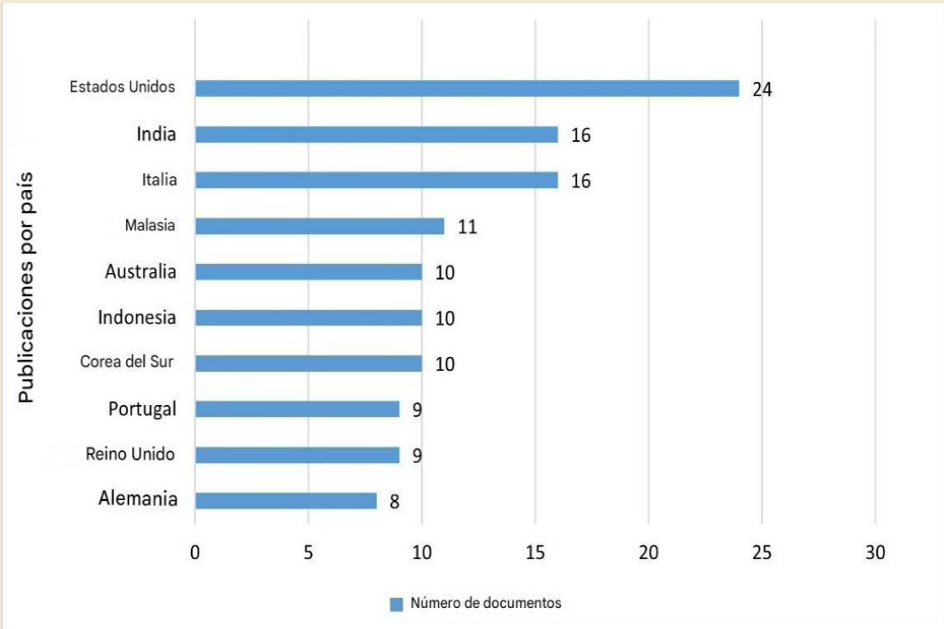
El conjunto de datos consta de un total de 173 documentos publicados entre 2016 y agosto de 2023. La figura 3 muestra la evolución de las publicaciones sobre el tema «Adopción de la sostenibilidad por parte de la generación Z» a lo largo de ocho años. Durante 2016 y 2017, se publicó un documento al año. Poco a poco, parece haber un aumento en el número de publicaciones y en la investigación sobre la adopción de la sostenibilidad por parte de la Generación Z. En 2022 se observa un enorme aumento en el número de publicaciones, con 56 documentos, y lo mismo se observa hasta agosto de 2023. Teniendo en cuenta el aumento del número de publicaciones, se puede suponer que la vinculación de la Generación Z con la sostenibilidad está ganando terreno y tiene un mayor margen de exploración.

Figura 4. Tendencia en el número de citas por año (2018 a 2023)



Con el aumento de las publicaciones, se observa un cambio y un desarrollo paralelo en el número de citas registradas por año. Se ha observado un aumento significativo en el número de citas recibidas por publicaciones relacionadas con la Generación Z y la sostenibilidad, sobre todo en los últimos cuatro años. Se observa un crecimiento fenomenal de las citas en el año 2021, con 197 citas frente a las 82 de 2020, lo que supone casi el doble que el año anterior. El año 2022 registró un aumento del triple en el número de citas, pasando de 197 en 2021 a 429 citas durante el año 2022. La revista «Sustainability (Suiza)» publicó un artículo titulado «Tendencias en la industria de la moda. La percepción de la sostenibilidad y la economía circular: un enfoque cuantitativo de género/generación», escrito por Gazzola et al. (2020), que ha recibido el mayor número de citas, con un total de 122.

Figura 5. Los 10 países con mayor contribución a la publicación de documentos

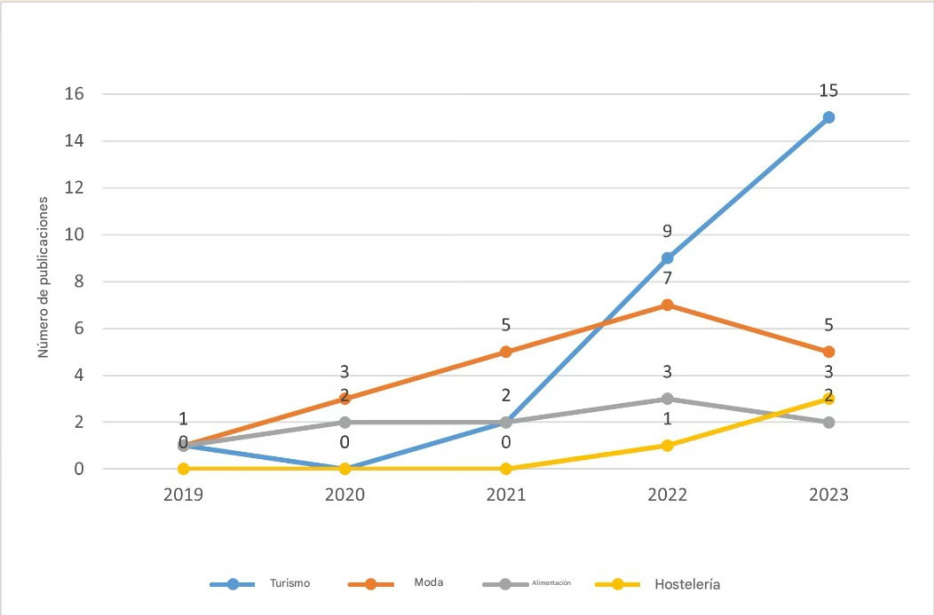


La figura anterior presenta un conjunto de datos exhaustivo de los 10 países que más han contribuido al estudio de la adopción de la sostenibilidad por parte de la generación Z. A partir de los datos, queda claro que los autores pertenecientes a Estados Unidos encabezan la lista con el mayor número de publicaciones, con 24 documentos publicados entre 2016 y 2023 a través de la base de datos Scopus. India e Italia ocupan la segunda posición, con 16 publicaciones cada uno.

La presente investigación ha evaluado los datos por sectores para comprender cuál es el sector en el que más se centran los autores al realizar investigaciones dentro del campo más amplio de la adopción de la sostenibilidad por parte de la Generación Z.

La **figura 6** muestra un análisis exhaustivo de las publicaciones por sectores sobre la generación Z y la sostenibilidad desde el año 2019 hasta la actualidad. De la figura anterior se desprende que los estudios de investigación en el ámbito del turismo y la sostenibilidad representan el mayor número de publicaciones, con 27 artículos. Según un estudio, el turismo ha adquirido una importancia creciente y se observa que tiene un impacto significativo en la sostenibilidad medioambiental. Se prevé que la Generación Z se convierta en

Figura 6. Publicaciones por sectores



el grupo de viajeros más numeroso en los próximos años (Pinho y Gomes, 2023). En segunda posición se encuentra la industria de la moda, con 21 artículos publicados en el ámbito de la Generación Z y la sostenibilidad. Un estudio reciente revela que existe una relación significativa entre la actitud positiva de la Generación Z hacia la ropa sostenible y su intención de comprar ropa sostenible (Arora y Manchanda, 2022). Hay 10 artículos pertenecientes a la generación Z y la industria alimentaria relacionados con la sostenibilidad y la hostelería, y se han publicado 4 artículos sobre la generación Z y la sostenibilidad. Aunque el turismo es el sector con mayor número de publicaciones, la tabla A3 muestra que el sector alimentario ha registrado el máximo número de citas, con 67. Aunque existen pocas publicaciones en el sector alimentario en comparación con el turismo, el elevado número de citas indica un impacto significativo, un compromiso académico y una gran relevancia. Del análisis anterior se puede deducir que no existe una relación directa entre el número de publicaciones y las citas.

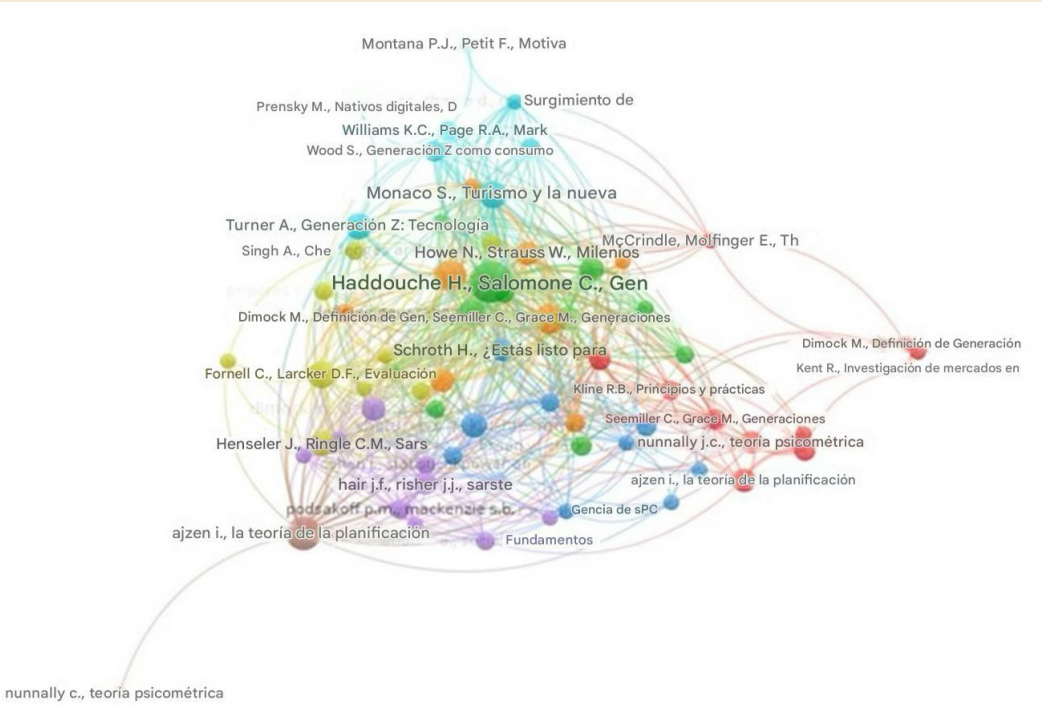
3.4. Mapeo Científico y Visualización

El mapeo científico es una de las herramientas importantes en los estudios bibliométricos, que ayuda a los investigadores a realizar análisis sistemáticos y a extraer datos científicos (Moral-Muñoz et al., 2019). El mapeo científico incluye varios elementos: un conjunto de literatura sistemática y científica, una gama de herramientas de análisis visual, métricas para identificar y examinar tendencias y patrones, y teorías basadas en el cambio científico (Chen, 2017). El presente estudio de investigación tiene como objetivo crear un mapa científico con la ayuda de un conjunto de datos, utilizando ciertas técnicas como el análisis de cocitaciones, el análisis de coautoría, el acoplamiento bibliográfico y el análisis de coocurrencia de palabras clave.

3.4.1. Análisis de Cocitación:

En el presente estudio, el autor ha identificado 456 publicaciones con las palabras clave («Gen Z» O «Gen Z» Y sostenibilidad O tu-

Figura 7. Visualización de la red basada en el análisis de cocitaciones



Fuente: Creado por el autor con el software VOSviewer

rismo O moda O alimentación O hostelería) Y (LIMIT-TO (LENGUA, «inglés»)). El número mínimo de citas de las referencias citadas es 5. De las 26 694 referencias citadas, 72 cumplen el umbral. Por lo tanto, para cada una de las 72 referencias citadas, se calcula la fuerza total de los vínculos de cocitación con otras referencias citadas. Se han seleccionado las referencias citadas con la mayor fuerza total de vínculos, y el número de referencias citadas seleccionadas es 72.

En el mapa de visualización de la red se resaltan 71 elementos, con 8 clústeres. El análisis de cocitaciones consta de un total de 574 enlaces y 787 intensidades de enlace. El grupo 1 incluye 12

Tabla 3. Las 10 referencias más citadas generadas a través del análisis de cocitación

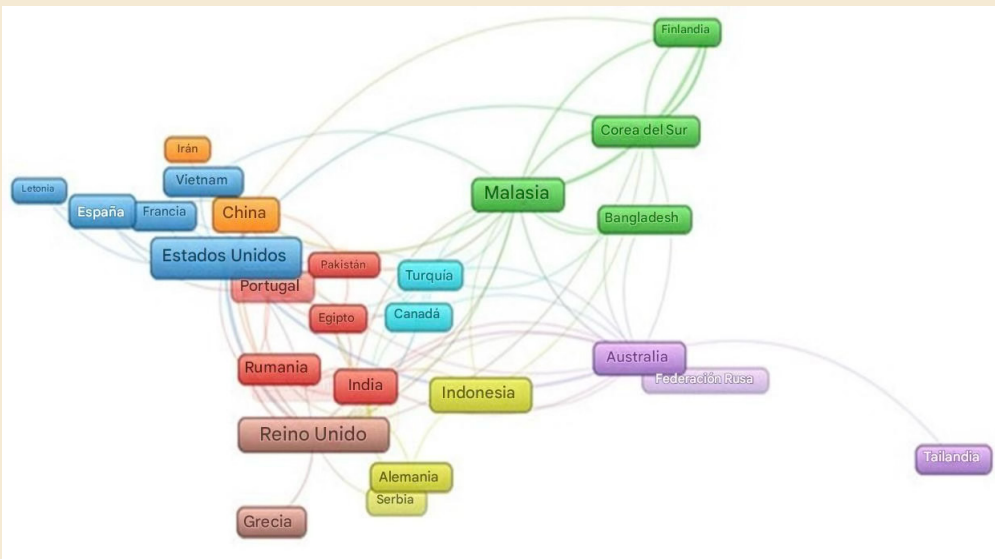
AUTOR	TÍTULO DEL ARTÍCULO	NÚMERO DE CITAS	FUERZA TOTAL DEL ENLACE
Haddouche H.; Salomone C.	La Generación Z y la experiencia turística: relatos turísticos y uso de redes sociales	33	126
Arora N.; Manchanda P.	Valor verde percibido e intención de compra de ropa sostenible entre la Generación Z: la mediación moderada de actitudes.	21	57
Goh E.; Lee C.	Percepciones laborales de los empleados de hoteles de la Generación Z hacia el trabajo en hoteles en el confinamiento por COVID-19: el papel del trabajo significativo	19	35
Sigaeva N.; Arasli H.; Ozdemir E.; Atai G.; Capkiner E.	En busca de una participación eficaz de la Generación Z en la industria hotelera: reconsiderando las cuestiones del liderazgo auténtico y de servicio	17	52
Mónaco S.	El turismo y las nuevas generaciones: tendencias emergentes e implicaciones sociales en Italia	14	41
Robinson V.M.; Schänzel H.A.	Un impulso turístico: las experiencias de viaje de la Generación Z	13	59
Antunes S.; Garrido S.; Bairrada C.	La influencia del optimismo y el pesimismo del consumidor en la intención de compra de ropa ecológica de la generación Z: propuesta modelo	11	30
Nicolaou C.	Generaciones y contenido de marca desde y a través de Internet y las redes sociales: técnicas y prácticas estratégicas de comunicación modernas para la sostenibilidad de la marca: el estudio de caso griego de LACTA Chocolate	10	29
Pricope Vancia A.P.; Băltescu C.A.; Brătucu G.; Tecău A.S.; Chitu I.B.; Duguleană L.	Examinando el potencial disruptivo de los turistas de la Generación Z en la industria de viajes en la era digital	10	21
Hierba	La Generación Z habla: una experiencia transformadora en viajes educativos	10	51

Fuente: Creado por el autor

elementos, el grupo 2 incluye 11 elementos, el grupo 3 incluye 10 elementos, el grupo 4 incluye 10 elementos, el grupo 5 incluye 9 elementos, el grupo 6 incluye 9 elementos, el grupo 7 incluye 8 elementos y el grupo 8 incluye 2 elementos. La tabla 5 contiene los 10 autores con más citas y mayor fuerza de enlace total. La tabla muestra que el autor Haddouche H.; Salomone C ha registrado el mayor número de citas, 33, con una fuerza de enlace total de 126.

3.4.2. Análisis de coautoría

Figura 8. Análisis de coautoría



Fuente: Creado por el autor con el software VOSviewer

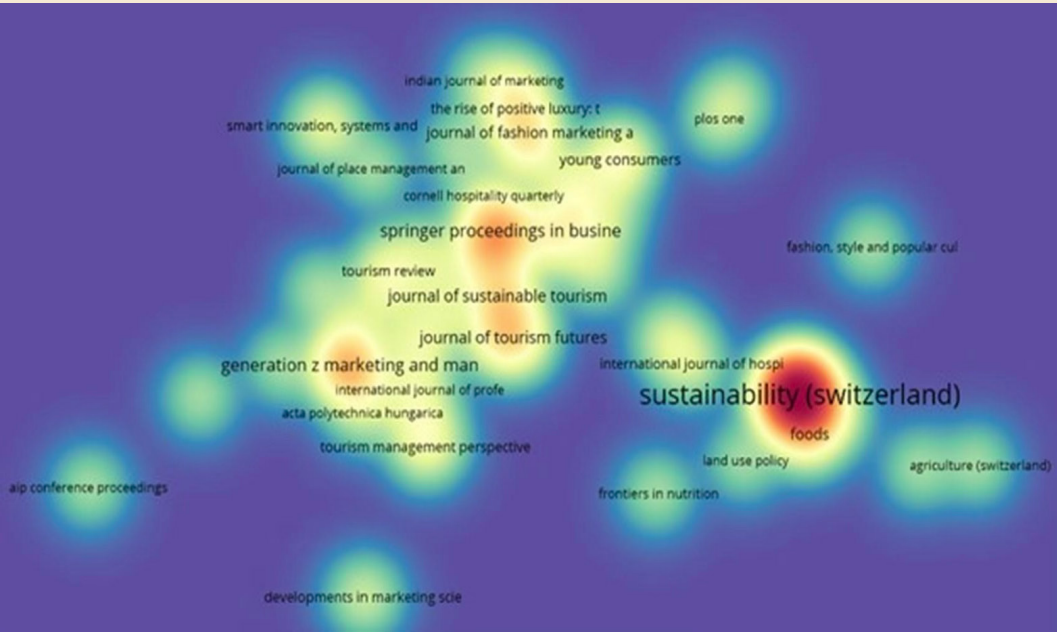
La figura 8 muestra una representación visual del análisis de la red de coautoría, considerando los países como unidad de análisis. El número mínimo de países por documento es 5, el número mínimo de documentos de un país es 2 y el número mínimo de citas del país es 2. De los 70 países totales, 44 cumplen el umbral. El total de elementos identificados fue de 39, el número de clústeres de redes desarrollados fue de 8, los enlaces fueron 104 y la fuerza total de los enlaces fue de 164. El grupo 1 tenía 10 elementos estrechamente conectados entre sí, el grupo 2 tenía 7 elementos, el grupo 3 tenía 6 elementos, el grupo 4 tenía 5 elementos, el grupo 5 tenía 4 elementos, el grupo 6 tenía 3 elementos, el grupo 7 tenía 2 ele-

mentos y el grupo 8 tenía 2 elementos, respectivamente. Los cinco países con mayor colaboración en investigación fueron Estados Unidos, Reino Unido, China, Australia y Malasia. Estados Unidos tiene el mayor número de artículos publicados, con 73, 637 citas registradas y una fuerza de enlace total identificada como 32.

3.4.3. Acoplamiento bibliográfico:

El acoplamiento bibliográfico identifica dos artículos que citan otro artículo común y también indica el hecho de que ambos artículos pueden implicar un tema de debate común (Caputo et al., 2021).

Figura 9. Acoplamiento bibliográfico

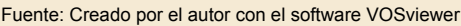


Fuente: Creado por el autor con el software VOSviewer

La figura anterior representa el análisis de acoplamiento bibliográfico de revistas. De un total de 455 documentos, se han identificado 261 fuentes y 59 elementos han cumplido el umbral real. El número mínimo de registros de una fuente seleccionada ha sido de 2, y el número mínimo de citas de una fuente ha sido de 2. Se han identificado un total de 54 elementos mediante el análisis de VOSviewer con 10 clústeres, 409 enlaces y una fuerza de enlace total de 1165. De las 54 fuentes, la revista Journal of Sustainable Tourism, con 8

3.4.4. Análisis de coocurrencia:

Figura 10. Análisis de coocurrencia



El número total de documentos seleccionados para realizar el análisis de coocurrencia fue de 455. El software VOSviewer reconoció 2133 palabras clave, con un número mínimo de apariciones de la palabra clave 2. Del total de 2133 palabras clave, 402 cumplían el umbral. Del total de 402 elementos, se generaron 13 clústeres con 4916 enlaces y una fuerza de enlace total de 6933. Las 5 palabras clave que aparecieron con mayor frecuencia en los documentos relacionados con la adopción de la sostenibilidad por parte de la Generación Z son Generación Z (179 apariciones y 684 de fuerza de enlace total), Sostenibilidad (76 apariciones y 453 de fuerza de enlace total), Generación Z (43 apariciones y 155 de fuerza total de enlace), turismo (32 apariciones y 146 de fuerza total de enlace) y redes sociales (28 apariciones y 167 de fuerza total de enlace). A partir del análisis de coocurrencia, se puede afirmar que el turismo es un tema muy comentado en el ámbito de la sostenibilidad. Además, la Generación Z ha entrado en la categoría de viajes juveniles, que ahora se considera el ámbito de crecimiento más rápido en el sector de turismo internacional. Representa más del 23 % de los más de mil millones de turistas que viajan internacionalmente cada año, al tiempo que genera unos ingresos de más de 250 000 millones de euros (OMT, 2016).



4. DISCUSIONES

4.1. Evolución de los comportamientos sostenibles entre la Generación Z

Los profesionales del marketing y los académicos prestan mucha atención a la generación de población joven, denominada Generación Z, que actualmente representa la mayor parte de la población mundial, con un 32 %, lo que supone casi 2500 millones de personas (Peers, 2021). El análisis general sugiere que existe una tendencia al alza en las publicaciones y citas anuales en el ámbito de la Generación Z y la sostenibilidad. Desde la publicación de un solo documento en 2016, se ha producido un aumento en la publicación de documentos hasta alcanzar los 56 en 2023. Se publicaron un total de 173 documentos en 8 años, teniendo en cuenta la Generación Z y la sostenibilidad como palabras clave principales. Los estudios destacaron que la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo y ha aumentado el interés de la Generación

Z por la moda sostenible y las opciones circulares (Han et al., 2024; Šimek y Sadílek, 2024). Otro hallazgo importante reveló que hay un aumento significativo en el número de citas durante los 5 años comprendidos entre 2019 y 2023. Con 5 citas registradas en el año 2019, el número aumentó a 474 citas en 2023. Esto demuestra que se está dedicando un esfuerzo de investigación significativo al área de la adopción de la sostenibilidad por parte de la Generación Z. Según un estudio, la generación Z se considera un componente indispensable y muy estratégico que contribuye a la construcción de un futuro sostenible (Yamane y Kaneko, 2021).

4.2. Tendencias de sostenibilidad específicas del sector

Un estudio anterior ha destacado que Estados Unidos lidera a nivel mundial en términos de publicaciones y citas, y que la sostenibilidad se ha convertido en un enfoque estratégico clave tanto para las empresas como para los destinos turísticos (Niñerola et al., 2019). El estudio actual ha revelado que «Sustainability (Suiza)», una revista internacional, interdisciplinaria y de acceso abierto publicada por MDPI, registró el mayor número de publicaciones, con un total de 37 documentos, y alcanzó el máximo número de citas, con 616. Una tendencia importante observada durante el estudio de investigación es que, de las 10 publicaciones más citadas sobre el enfoque de la generación Z hacia la sostenibilidad, el 50 % de los documentos publicados se centran en la industria alimentaria. Un estudio ha demostrado que la generación Z es receptiva al consumo de carne vegetal con deseos y emociones favorables (Chen, 2022). Esto revela que el sector alimentario se ha convertido en una de las principales preocupaciones de la generación Z en lo que respecta a un estilo de vida sostenible. De los 10 documentos, 5 han centrado su investigación en 3 palabras clave, a saber, generación Z, sostenibilidad y alimentación. La industria alimentaria está experimentando un aumento del interés por la investigación en prácticas de economía circular, especialmente en las principales economías como Estados Unidos, China y Alemania, tal y como demuestra un estudio. Esto subraya la urgente necesidad de abordar los retos de la sostenibilidad en mercados en rápida expansión (Fernández Bandera et al., 2024).

Asimismo, el estudio ha indicado que la sostenibilidad del turismo ha adquirido mayor importancia en la investigación académica desde 2019. Durante los cinco años comprendidos entre 2019 y 2023,



parece haber una tendencia al alza en el número de publicaciones de investigación relacionadas con la Generación Z y el turismo sostenible, con 27 publicaciones, seguidas por el sector de la moda, con 21 publicaciones. La tercera posición la ocupa la industria alimentaria, con 10 publicaciones, y el sector hotelero, con 4 artículos. El análisis de coocurrencia ha identificado las redes sociales como un nodo temático sustancial dentro de la adopción de la sostenibilidad por parte de la generación Z, lo que demuestra su influencia en el comportamiento de esta generación. Un estudio ha demostrado que la generación Z considera las redes sociales una plataforma clave para la comunicación y la información (Ku et al., 2019). La exposición de la generación Z a contenidos relacionados con la sostenibilidad en diversas plataformas de redes sociales influye en su comportamiento de compra y estilo de vida (Confetto et al., 2023).

5. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

La posible limitación de este estudio es que se basa únicamente en la base de datos Scopus para la recopilación y el análisis de datos. Aunque Scopus ofrece una cobertura completa e inclusiva, numerosos estudios indican que Web of Science y SSCI suelen incluir artículos de mayor calidad (Cifuentes-Faura y Faura-Martínez, 2021). Además, el énfasis del estudio en cuatro sectores específicos —turismo, moda, alimentación y hostelería— puede limitar su aplicabilidad a otros ámbitos. El análisis también se centra en publicaciones en inglés, lo que descuida importantes investigaciones en otros idiomas. La falta de interpretación cualitativa puede limitar la comprensión contextual del estudio. Por último, la profundidad del estudio se puede ver afectada por posibles sesgos en la selección de las palabras clave.

5.1. Ámbito de Investigación Futura

Las investigaciones futuras se podrían ampliar con la inclusión de otras bases de datos, como Web of Science y Dimensions, lo que proporcionaría una visión más completa y diversa del enfoque de la generación Z hacia la sostenibilidad. La incorporación de estudios transversales (Generación Z frente a Millennials) sobre los comportamientos de sostenibilidad en todos los sectores proporcionaría una visión más inclusiva de los grupos demográficos. Además, la investigación cualitativa podría complementar el análisis bibliométrico.



co al captar los diversos motivos y retos que afectan a las prácticas sostenibles. La incorporación de publicaciones periódicas en otros idiomas distintos del inglés podría mejorar nuestra comprensión de las tendencias mundiales. Las investigaciones futuras también deberían examinar otros sectores, como la tecnología, la sanidad, la educación y el entretenimiento, para comprender mejor el impacto de la Generación Z en la sostenibilidad en todos los sectores. Los estudios futuros pueden adoptar un enfoque interdisciplinario de la bibliometría integrando los ámbitos del marketing, la psicología, la sociología y la gestión.

6. CONCLUSIONES

En general, el estudio bibliométrico destaca la creciente influencia de la Generación Z en el comportamiento sostenible y en la configuración de prácticas sostenibles en los sectores del turismo, la moda, la alimentación y la hostelería. El resultado indica un aumento en el número de publicaciones año tras año en el área de investigación mencionada anteriormente. La bibliografía revisada destaca la importancia de la Generación Z en la redefinición de las estrategias empresariales y la configuración del comportamiento de los consumidores. A nivel mundial, las empresas están reevaluando su propuesta de valor, su cadena de suministro y sus prácticas comerciales para alinearse con los ODS. A partir del análisis científico realizado, se ha observado que pocas revistas se dedican a publicaciones relacionadas con el enfoque, el comportamiento y la actitud de la Generación Z hacia la sostenibilidad. *Sustainability*, *Journal of Sustainable Tourism*, *Young Consumers* y *Journal of Tourism Futures* son las principales revistas dedicadas al área de investigación actual. Las publicaciones en el campo de la sostenibilidad proporcionan pruebas del creciente interés académico por el papel de la Generación Z en la mejora de las prácticas de sostenibilidad en todas las geografías y sectores. En cuanto al análisis de la coautoría, se ha constatado que Estados Unidos y el Reino Unido son los países con mayor número de colaboraciones en investigación. Estados Unidos tiene el mayor número de artículos publicados, con 73, 637 citas registradas y una fuerza de enlace total identificada como 32. El acoplamiento bibliográfico reveló que la revista titulada *Sustainability* (Suiza) es la más influyente en el campo de investigación actual en lo que respecta al número de publicaciones de documentos



y citas registradas en el área de la adopción de la sostenibilidad por parte de la Generación Z. El análisis de coocurrencia indica que el turismo es un sector que se debate con frecuencia y que las redes sociales son un nodo temático sustancial dentro de la adopción de la sostenibilidad por parte de la generación Z, lo que demuestra su influencia en el comportamiento de esta generación. En conclusión, el estudio identifica la sostenibilidad como un tema central en el discurso académico, al tiempo que destaca la importancia de estudiar a la generación Z como un motor fundamental de la transformación sostenible en sectores empresariales específicos.

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Al Barra, A. F., Saputro, D. R., & Widianingsih, P. (2024). Bibliometric analysis of spline regression model for trend mapping and strategy development research using Vosviewer. *NUCLEUS*, 5(02), 74–81. <https://doi.org/10.37010/nuc.v5i02.1760>
- Alshater, M. M., Atayah, O. F., & Khan, A. (2021). What do we know about business and economics research during COVID-19: A bibliometric review. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 35(1), 1884–1912. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2021.1927786>
- Anward, R. J., Simon, H. E., & Nurhidayati, S. E. (2024b). Exploring generation Z's influence on tourism industry: A Bibliometric analysis. *Ecoplan*, 7(2), 176–185. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v7i2.811>
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2016). Bibliometrix: Comprehensive science mapping analysis. *CRAN: Contributed Packages*. <https://doi.org/10.32614/cran.package.bibliometrix>
- Arora, N., & Manchanda, P. (2022). Green perceived value and intention to purchase sustainable apparel among Gen Z: The moderated mediation of attitudes. *Journal of Global Fashion Marketing*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.1080/20932685.2021.2021435>
- Baas, J., Schotten, M., Plume, A., Côté, G., & Karimi, R. (2020). Scopus as a curated, high-quality bibliometric data source for academic research in quantitative science studies. *Quantitative Science Studies*, 1(1), 377–386. https://doi.org/10.1162/qss_a_00019
- Benítez-Márquez, M. D., Sánchez-Teba, E. M., Bermúdez-González, G., & Núñez-Rydmán, E. S. (2022). Gen Z within the workforce and in the workplace: A Bibliometric analysis. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.736820>
- Bota-Avram, C. (2022). Bibliometric analysis of sustainable business performance: where are we going? A science map of the field. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 1–40. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2022.2096094>
- Braam, R. R., Moed, H. F., & van Raan, A. F. J. (1991). Mapping of science by combined co-citation and word analysis. I. Structural aspects. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(4), 233–251. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-4571\(199105\)42:4%3C233::aid-asi1%3E3.0.co;2-i](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-4571(199105)42:4%3C233::aid-asi1%3E3.0.co;2-i)
- Brand, B. M., Rausch, T. M., & Brandel, J. (2022). The importance of sustainability aspects when purchasing online: Comparing generation X and generation Z. *Sustainability*, 14(9), 5689. <https://doi.org/10.3390/su14095689>





Bulut, Z. A., Kökalan Çımrın, F., & Doğan, O. (2017). Gender, generation and sustainable consumption: Exploring the behaviour of consumers from Izmir, Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, 41(6), 597–604. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12371>

Çağlayan Akay, E., Yılmaz Soydan, N. T., & Kocarık Gacar, B. (2022). Bibliometric analysis of the published literature on machine learning in economics and econometrics. *Social Network Analysis and Mining*, 12(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-022-00916-6>

Caputo, A., Pizzi, S., Pellegrini, M. M., & Dabić, M. (2021). Digitalization and business models: Where are we going? A science map of the field. *Journal of Business Research*, 123(1), 489–501. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.053>

Chen, C. (2017). Science Mapping: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Data and Information Science*, 2(2), 1–40. <https://doi.org/10.1515/jdis-2017-0006>

Chen, H.-S. (2022). Towards environmentally sustainable diets: Consumer attitudes and purchase intentions for plant-based meat alternatives in Taiwan. *Nutrients*, 14(18), 3853. <https://doi.org/10.3390/nu14183853>

Cheng, K., Li, Z., Sun, Z., Guo, Q., Li, W., Lu, Y., Qi, S., Shen, Z., Xie, R., Wang, Y., Wu, Z., Wu, Y., Wu, C., Li, Y., Xie, Y., Wu, H., & Li, C. (2024). The rapid growth of Bibliometric Studies: A call for international guidelines. *International Journal of Surgery*, 110(4), 2446–2448. <https://doi.org/10.1097/js9.0000000000001049>

Cifuentes-Faura, J., & Faura-Martinez, U. (2021). Twenty years of airport efficiency – a bibliometric analysis. *Promet - Traffic&Transportation*, 33(4), 479–490. <https://doi.org/10.7307/ptt.v33i4.3790>

Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146–166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>

Confetto, M. G., Covucci, C., Addeo, F., & Normando, M. (2023). Sustainability advocacy antecedents: How social media content influences sustainable behaviours among generation Z. *Journal of Consumer Marketing*, 40(6), 758–774. <https://doi.org/10.1108/jcm-11-2021-5038>

Contreras-Masse, R., Ochoa, A., Hernandez-Baez, I., Ronquillo, C., Garcia, H., & Torres-Escobar, R. (2024). The Sustainable Fashion Revolution considering circular economy and targeting generation Z by reusing garments with Acrylan and Terlenka. *International Journal of Combinatorial Optimization Problems and Informatics*, 15(2), 72–84. <https://doi.org/10.61467/2007.1558.2024.v15i2.472>

Costanza, D. P., Rudolph, C. W., & Zacher, H. (2023). Are generations a useful concept? *Acta Psychologica*, 241, 104059. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104059>

Dede, E., & Ozdemir, E. (2022). Mapping and performance evaluation of mathematics education research in Turkey: A bibliometric analysis from 2005 to 2021. *Journal of Pedagogical Research*. <https://doi.org/10.33902/jpr.202216829>

Donthu, N., Kumar, S., & Pattnaik, D. (2020). Forty-five years of Journal of Business Research: A Bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 109, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.039>

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>

Ellili, N. O. (2022). Bibliometric analysis on corporate governance topics published in the journal of corporate governance: The International Journal of Business in society. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 23(1), 262–286. <https://doi.org/10.1108/cg-03-2022-0135>

Falagas, M. E., Pittsouni, E. I., Malietzis, G. A., & Pappas, G. (2007). Comparison of pubmed, Scopus, web of science, and google scholar: Strengths and weaknesses. *The FASEB Journal*, 22(2), 338–342. <https://doi.org/10.1096/fj.07-9492sf>

Fernández Bandera, C., Gallardo Vázquez, D., & Milán Rodríguez, J. Á. (2024). Explorando el Potencial de la Economía circular en el sector de la Alimentación. *UCJC Business and Society Review (formerly known as Universia Business Review)*, 21(82). <https://doi.org/10.3232/ubr.2024.v21.n3.01>

Freeman, R. E. (2010a). *Strategic Management*. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139192675>

Gössling, S., & Michael Hall, C. (2019). Sharing versus collaborative economy: How to align ICT developments and the sdgs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74–96. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560455>

Gupta, A., Jain, V. K., Arya, V., & Verma, H. (2022). Consumer Green Consumption Behavior. *Information Resources Management Journal*, 35(2), 1–19. <https://doi.org/10.4018/irmj.291690>

- Gutiérrez-Salcedo, M., Martínez, M. Á., Moral-Munoz, J. A., Herrera-Viedma, E., & Cobo, M. J. (2017). Some bibliometric procedures for analyzing and evaluating research fields. *Applied Intelligence*. <https://doi.org/10.1007/s10489-017-1105-y>
- Hallinger, P., & Kovačević, J. (2019). Science mapping the knowledge base in educational leadership and management: A longitudinal bibliometric analysis, 1960 to 2018. *Educational Management Administration & Leadership*, 174114321985900. <https://doi.org/10.1177/1741143219859002>
- Han, J., Prabhakar, G., Luo, X., & Tseng, H.-T. (2024). Exploring Generation Z consumers' purchase intention towards green products during the COVID-19 pandemic in China. *E-Prime - Advances in Electrical Engineering, Electronics and Energy*, 8, 100552. <https://doi.org/10.1016/j.prime.2024.100552>
- Hartmann, C., & Siegrist, M. (2017). Consumer perception and behaviour regarding sustainable protein consumption: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, 61, 11–25. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2016.12.006>
- Jakubowska, D., Dąbrowska, A. Z., Pacholek, B., & Sady, S. (2024). Behavioral intention to purchase sustainable food: Generation Z's perspective. *Sustainability*, 16(17), 7284. <https://doi.org/10.3390/su16177284>
- Jarnevig, B. (2007). Bibliographic coupling and its application to research-front and other core documents. *Journal of Informetrics*, 1(4), 287–307. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2007.07.004>
- Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2016). Sustainability in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 36–67. <https://doi.org/10.1108/ijchm-11-2014-0572>
- Judijanto, L., Nofirman, N., & Muhtadi, M. A. (2024). Bibliometric analysis on environmentally conscious generation. *West Science Social and Humanities Studies*, 2(11), 1887–1898. <https://doi.org/10.58812/wsshs.v2i11.1458>
- Kapitonov, I. A. (2020). Development of low-carbon economy as the base of sustainable improvement of Energy Security. *Environment, Development and Sustainability*, 23(3), 3077–3096. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00706-0>
- Khan, A., Goodell, J. W., Hassan, M. K., & Paltrinieri, A. (2022). A bibliometric review of finance bibliometric papers. *Finance Research Letters*, 47, 102520. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102520>
- Krishna, N., Sari, A. G., Ardabill, M. T., Muara, J., & Junchu, Y. (2023). Organizational sustainability: Bibliometric Review and research agenda. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT REVIEW*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.58765/ijemr.v1i1.68>
- Kristia, K., Kovács, S., Bács, Z., & Rabbi, M. F. (2023). A bibliometric analysis of sustainable food consumption: Historical evolution, dominant topics and trends. *Sustainability*, 15(11), 8998. <https://doi.org/10.3390/su15118998>
- Ku, K. Y. L., Kong, Q., Song, Y., Deng, L., Kang, Y., & Hu, A. (2019). What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? the roles of social media news consumption and news media literacy. *Thinking Skills and Creativity*, 33, 100570. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2019.05.004>
- KV, R. (2024). Exploring the factors influencing consumer decision-making in the social media era: A study of the dynamics and trends. *UCJC Business and Society Review (formerly known as Universia Business Review)*, 21(83). <https://doi.org/10.3232/ubr.2024.v21.n4.01>
- Lang, T., & Barling, D. (2012). Nutrition and sustainability: An emerging food policy discourse. *Proceedings of the Nutrition Society*, 72(1), 1–12. <https://doi.org/10.1017/s002966511200290x>
- Liu, J., Wang, C., Zhang, T. (Christina), & Qiao, H. (2022). Delineating the effects of social media marketing activities on Generation Z Travel Behaviors. *Journal of Travel Research*, 62(5), 1140–1158. <https://doi.org/10.1177/00472875221106394>
- Maier, D., Maier, A., Aşçilean, I., Anastasiu, L., & Gavriş, O. (2020). The relationship between innovation and Sustainability: A bibliometric review of the literature. *Sustainability*, 12(10), 4083. <https://doi.org/10.3390/su12104083>
- Mannheim, K. (1952). The sociological problem of generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 163, 95.
- Medina, G., Isley, C., & Arbuckle, J. (2020). Promoting sustainable agriculture: Iowa stakeholders' perspectives on the US farm bill conservation programs. *Environment, Development and Sustainability*, 23(1), 173–194. <https://doi.org/10.1007/s10668-019-00572-5>
- Moral-Munoz, J. A., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Cobo, M. J. (2019). Science Mapping Analysis Software Tools: A Review. *Springer Handbooks*, 159–185. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02511-3_7





- Morrison, A., Polisen, J., Huseareau, D., Moulton, K., Clark, M., Fiander, M., Mierzwinski-Urban, M., Clifford, T., Hutton, B., & Rabb, D. (2012a). The effect of English-language restriction on systematic review-based meta-analyses: A systematic review of empirical studies. *International Journal of Technology Assessment in Health Care*, 28(2), 138–144. <https://doi.org/10.1017/s0266462312000086>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of Fast Fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M.-V., & Hernández-Lara, A.-B. (2019). Tourism Research on Sustainability: A Bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377. <https://doi.org/10.3390/su11051377>
- Orea-Giner, A., & Fusté-Forné, F. (2023). The way we live, the way we travel: Gen Z and sustainable consumption in food tourism experiences. *British Food Journal*, 125(13), 330–351. <https://doi.org/10.1108/bfj-11-2022-0962>
- Ortiz-Pimentel, M., Molina, C., & Ronda-Pupo, G. A. (2020). Bibliometric assessment of papers on generations in management and Business Journals. *Scientometrics*, 125(1), 445–469. <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03670-8>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., & Moher, D. (2021). Updating guidance for reporting systematic reviews: Development of the Prisma 2020 statement. *Journal of Clinical Epidemiology*, 134, 103–112. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2021.02.003>
- Passas, I. (2024). Bibliometric Analysis: The main steps. *Encyclopedia*, 4(2), 1014–1025. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia4020065>
- Peers, J. (2021, July). Gen Z: Who else? https://www.mirova.com/sites/default/files/2021-07/GenZwho_else_ENG.pdf
- Pieroni, A., Hovsepyan, R., Manduzai, A. K., & Sökand, R. (2020). Wild food plants traditionally gathered in central Armenia: Archaic ingredients or future sustainable foods? *Environment, Development and Sustainability*, 23(2), 2358–2381. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00678-1>
- Pinho, M., & Gomes, S. (2023). Gen Z as a critical question mark for sustainable tourism – An exploratory study in Portugal. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/jtf-07-2022-0171>
- Prayag, G., Aquino, R. S., Hall, C. M., Chen, N. (Chris), & Fieger, P. (2022). Is gen Z really that different? environmental attitudes, travel behaviours and sustainability practices of international tourists to Canterbury, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(6), 1016–1037. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2131795>
- Pulido-Fernández, J. I., Casado-Montilla, J., López-Sánchez, Y., Durán-Román, J. L., & Carrillo-Hidalgo, I. (2024). Gen Zers' behaviour towards Sustainability in a mature coastal destination. *International Journal of Tourism Research*, 26(5). <https://doi.org/10.1002/itr.2758>
- Ribeiro, M. A., Seyfi, S., Elhoushy, S., Woosnam, K. M., & Patwardhan, V. (2023b). Determinants of generation Z pro-environmental travel behaviour: The moderating role of green consumption values. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(6), 1079–1099. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2230389>
- Salinero, Y., Prayag, G., Gómez-Rico, M., & Molina-Collado, A. (2022). Generation Z and pro-sustainable tourism behaviors: Internal and external drivers. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(6), 1059–1078. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2134400>
- Sanguankaew, P., & Vathanophas Ractham, V. (2019). Bibliometric Review of research on Knowledge Management and Sustainability, 1994–2018. *Sustainability*, 11(16), 4388. <https://doi.org/10.3390/su11164388>
- Šimek, P., & Sadílek, T. (2024). Generation Z fashion shopping behaviour during and after the COVID-19 pandemic: The effect of sustainable consumption. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 37(1). <https://doi.org/10.1080/1331677x.2024.2341222>
- Staupe-Delgado, R. (2019). The water–energy–food–environmental security nexus: Moving the debate forward. *Environment, Development and Sustainability*, 22(7), 6131–6147. <https://doi.org/10.1007/s10668-019-00467-5>
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Co.
- Streimikis, J., & Saraji, M. K. (2021). Green productivity and undesirable outputs in agriculture: A systematic review of DEA approach and Policy Recommendations. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 819–853. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2021.1942947>
- Su, C.-H. (Joan), Tsai, C.-H. (Ken), Chen, M.-H., & Lv, W. Q. (2019). U.S. Sustainable Food Market Generation Z consumer segments. *Sustainability*, 11(13), 3607. <https://doi.org/10.3390/su11133607>

- Sunardi, S., Ariyani, M., Withaningsih, S., Darma, A. P., Wikarta, K., Parikesit, P., Kamarudin, M. K., & Abdoellah, O. S. (2020). Peri-urbanization and sustainability of a groundwater resource. *Environment, Development and Sustainability*, 23(6), 8394–8404. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00972-y>
- Teraa, S., & Bencherif, M. (2021). From hygrothermal adaptation of endemic plants to meteorosensitive biomimetic architecture: Case of mediterranean biodiversity hotspot in northeastern Algeria. *Environment, Development and Sustainability*, 24(9), 10876–10901. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01887-y>
- Torrejón-Ramos, M., González-Sánchez, R., Alonso-Muñoz, S., & Sonia Medina-Salgado, M. (2023). Future travellers: A study of Gen Z's consumption patterns. *Proceedings of The 3rd International Conference on Tourism Management and Hospitality*. <https://doi.org/10.33422/3rd.ictmh.2023.03.101>
- Twenge, J. M., Campbell, W. K., & Freeman, E. C. (2012). Generational differences in young adults' life goals, concern for others, and civic orientation, 1966–2009. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(5), 1045–1062. <https://doi.org/10.1037/a0027408>
- Wang, M., & Chai, L. (2018). Three new bibliometric indicators/approaches derived from keyword analysis. *Scientometrics*, 116(2), 721–750. <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2768-9>
- Yamane, T., & Kaneko, S. (2021). Is the Younger Generation a Driving Force toward Achieving the Sustainable Development goals? Survey Experiments. *Journal of Cleaner Production*, 292(1), 125932. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.125932>
- Zhang, Y., Liu, C., & Lyu, Y. (2023). Profiling consumers: Examination of chinese gen Z consumers' sustainable fashion consumption. *Sustainability*, 15(11), 8447. <https://doi.org/10.3390/su15118447>
- Zhou, X., Zhou, M., Huang, D., & Cui, L. (2022). A probabilistic model for co-occurrence analysis in bibliometrics. *Journal of Biomedical Informatics*, 128, 104047. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2022.104047>
- Zyoud, S. H. (2022). Analyzing and Visualizing Global Research Trends on COVID-19 linked to Sustainable Development Goals. *Environment, Development and Sustainability*, 25(6), 5459–5493. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02275-w>

