

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Redes sociales y medios de comunicación.

UACM/PP/23074/EXT

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A

JACQUELINE MICHEL PALACIOS LUNA

DIRECTOR

MTRA. INDIRA SYBILA ACEVEDO MELO

Ciudad de México, julio de 2025.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

ÍNDICE

1. Introducción	3
2. Objetivos del informe	
2.1 Objetivo general	4
2.2 Objetivos específicos	4
3. Actividades realizadas durante las Prácticas Profesionales	5
4. Fundamentos comunicativos del proyecto “Red de Mercaditos Solidarios” ..	6
4.1 Financiera para el Bienestar	7
4.2 Red de Mercaditos Solidarios	10
4.3 Áreas de conocimiento de la comunicación en las que se plantea el proyecto “Red de Mercaditos Solidarios”	
4.3.1 Economía solidaria.....	14
4.3.2 Gestión cultural	21
5. Herramientas, instrumentos y mecanismos de la comunicación para el ejercicio de profesionalización de la licenciatura en Comunicación y Cultura	
5.1 Catálogo navideño	25
5.2 Difusión de Mercaditos Solidarios	30
5.3 Comunicación organizacional	33

5.3.1 Documentos (Solicitud de registro, Reglamento, Control de instalación e integración de datos de los expositores, Derrama económica, Formularios de participación y Gafetes)	37
5.3.2 Administración por objetivos y Diseño de rutas de verificación para reembolso de créditos a Colectivos y Cooperativas.....	48
6. Logros y aportaciones	57
7. Conclusiones	59
8. Referencias	61

1. Introducción

La licenciatura en Comunicación y Cultura que ofrece la Universidad Autónoma de la Ciudad de México tiene, entre otras opciones de titulación, la modalidad de titulación por prácticas profesionales, cuyos estatutos quedaron aprobados en apego a la normatividad que establece el Reglamento de Titulación en sus artículos 39, 43 y del 61 al 64 es, en esa categoría donde se inserta este trabajo.

Es así que, para obtener el grado de Licenciada en Comunicación y Cultura, opté por realizar mis Prácticas Profesionales en la Financiera para el Bienestar (FINABIEN), antes Telecomunicaciones de México (TELECOMM) en el programa “Redes Sociales y Medios de Comunicación” adscrito a la Gerencia de Atención Ciudadana en la que desarrollé actividades como:

- Gestión y seguimiento a la Red de Mercaditos Solidarios.
- Diseño del catálogo navideño de los productos ofrecidos en los Mercaditos Solidarios.
- Diseño y creación de la campaña de promoción de los Mercaditos Solidarios.
- Diseño del flujo de rutas para visitar a los emprendimientos que no realizaron reembolso de su crédito FINABIEN.
- Diseño y mejora en los documentos que permiten llevar de manera efectiva la administración y control de los Mercaditos Solidarios.

El apoyo que brindé como prestadora de prácticas profesionales dentro de la Financiera para el Bienestar fue de un gran aprendizaje y de suma importancia, porque la realización de estas actividades temporales, tienen la finalidad de insertarme como estudiante en el área que mejor corresponda con mis aspiraciones

profesionales e intereses vocacionales, donde apliqué los conocimientos y habilidades adquiridos durante la Licenciatura de Comunicación y Cultura y, a su vez, me forma con nuevas experiencias que contribuyen en mi futuro como profesionalista.

2. Objetivos del informe

2.1 Objetivo general:

Dar cuenta de las diversas formas como se pudieron aplicar los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos durante la Licenciatura en Comunicación y Cultura para el alcance de los propósitos en la FINABIEN a través de las Prácticas Profesionales.

2.2 Objetivos específicos:

- Establecer las áreas de conocimiento de la Comunicación en las que se plantean las prácticas profesionales.
- Detallar la aplicación de conocimientos adquiridos en los ejes formativos de la Licenciatura en Comunicación y Cultura (Investigación, Comunicación aplicada y Práctica en medios).
- Describir las herramientas, instrumentos y mecanismos de la Comunicación, aplicados durante las Prácticas profesionales para el logro de objetivos dentro del organismo.

3. Actividades realizadas durante las Prácticas Profesionales

- Gestioné el proyecto Red de Mercaditos Solidarios.
- Gestioné y administré los expedientes de cada uno de los productores integrantes del proyecto.
- Diseñé y ajusté los formatos de solicitud de registro, control de instalación e integración de datos de los expositores, derrama económica, formularios de participación, reglamento y gafetes.
- Diseñé el catálogo de canastas navideñas de la Red de Mercaditos Solidarios.
- Seleccioné las fotografías de las canastas navideñas que se utilizaron en el catálogo navideño.
- Realicé la difusión de la Red de Mercaditos Solidarios.
- Diseñé las rutas de verificación para el reembolso de los créditos otorgados a emprendimientos de Colectivos y Cooperativas.

4. Fundamentos comunicativos del proyecto “Red de Mercaditos Solidarios”

Decidí llevar a cabo la realización de mis Prácticas profesionales dentro de la Financiera para el Bienestar porque es una institución que busca la igualdad, equidad e inclusión entre los individuos y, esos son algunos de mis intereses éticos y profesionales que deseo ejercer como profesional de la Comunicación. Además, que pretende cumplir sus objetivos en función de apoyar a las comunidades más vulnerables y la veo como una excelente alternativa para los pequeños y medianos emprendimientos, ya que busca el impulso de la economía social y solidaria mediante diversos proyectos, un ejemplo de ello, la Red de Mercaditos Solidarios FINABIEN.

En este contexto, la comunicación juega un papel muy importante, “se concibe a partir de la interacción social y la interpretación de los sentidos; es una actividad ecológica, homeostática, una relación dinámica que establece el equilibrio entre los individuos y su comunidad”. (Mead, 1982).

Esta disciplina de las ciencias sociales, permite transmitir e intercambiar mensajes y constituye un proceso importante tanto para el desarrollo del individuo, quien se involucra en todo momento, como para la organización social. Por ello, desarrollar procesos comunicativos favorece los procesos internos en estructuras de instituciones como Financiera para el Bienestar y, a su vez, coadyuva al cumplimiento de objetivos como el fortalecimiento de la economía social y solidaria, a través de la gestión de la Red de Mercaditos Solidarios.

A continuación, expongo, brevemente, algunos datos sobre la Financiera para el Bienestar y los apoyos que ha implementado.

4.1 Financiera Para el Bienestar

Iniciaré mencionando que, por decreto presidencial publicado el 21 de octubre de 2022 en el Diario Oficial de la Federación (DOF), Telecomunicaciones de México (TELECOMM) cambia su denominación a Financiera para el Bienestar (FINABIEN) con el fin de mejorar y extender sus servicios a un mayor número de personas, principalmente a las que radican en comunidades excluidas por la banca tradicional, con el propósito de ofertar sus productos financieros, reforzar el giro internacional de remesas y promocionar el ahorro popular.

La Financiera para el Bienestar es un organismo público descentralizado dirigido por la Mtra. María del Rocío Mejía Flores, que se enfoca en la promoción y el fortalecimiento de la Economía Solidaria (ECOSOL), además de ofrecer servicios de telecomunicaciones en apoyo a nuestras políticas públicas en materia de seguridad, educación, salud, gobierno, economía, entre otros.

Para ello, la FINABIEN ha implementado los siguientes apoyos:

- Apoyo para Colectivos Solidarios: Está destinado a financiar una actividad productiva o emprendimiento común de grupos conformados por un mínimo de tres personas.
- Apoyo para Sociedades Cooperativas: Es dirigido a proyectos nuevos o en consolidación de las Sociedades Cooperativas de producción de bienes y/o servicios, constituidas legalmente.

- Apoyo a migrantes: Para personas migrantes que se han establecido en nuestro país y que realizan una actividad productiva o emprendimiento, referenciadas por alguna institución u organismo gubernamental.

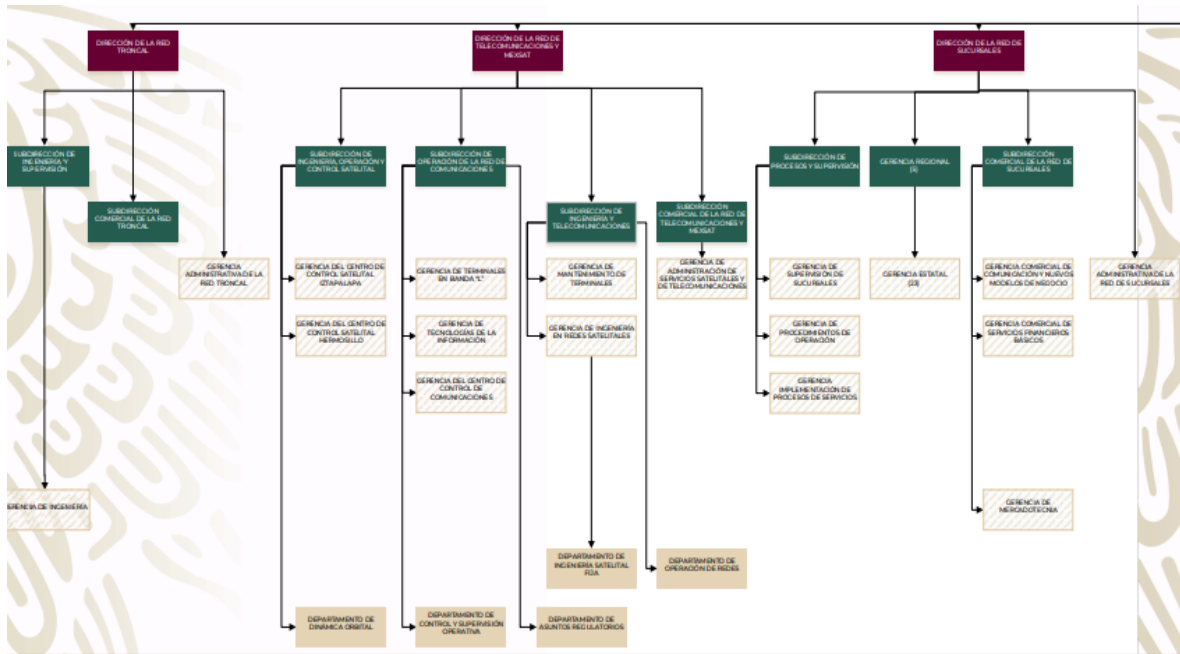
Es así, que, a través de sus diversos proyectos, este organismo busca combatir la pobreza y fortalecer la actividad económica y el empleo para el desarrollo local, por lo que sus productos financieros se enfocan en personas que tienen una actividad productiva o negocio y que, enfrentan obstáculos para tener acceso a un financiamiento.

Por otro lado, la Financiera para el Bienestar también trabaja con las remesas de Estados Unidos.

Las remesas son envíos de dinero que realizan las y los trabajadores migrantes a México y juegan un papel importante en la economía del país, pues representan una fuente vital de ingresos para miles de familias, que les permiten cubrir gastos diarios, imprevistos de salud o accidentes y realizar mejoras en sus viviendas (FINABIEN, 2024).

Uno de los proyectos implementados por la Financiera para el Bienestar, que ha impulsado la economía social y solidaria en la Ciudad de México con la participación de productores, campesinos, artesanos, horticultores y floricultores de los diversos estados de la República Mexicana y del cual fui partícipe, es la Red de Mercaditos Solidarios; proyecto designado al área de Atención Ciudadana y en el cual fui ubicada para llevar la realización de mis Prácticas Profesionales.

A continuación, presento el organigrama de la Financiera para el Bienestar en el cual llevé a cabo mis prácticas profesionales dentro de la Gerencia Comercial de Servicios Financieros Básicos, área que pertenece a la Dirección de la Red de Sucursales.



Fuente: Financiera para el Bienestar, 2024.

4.2 Red de Mercaditos Solidarios

Sobre la Red de Mercaditos Solidarios FINABIEN, nace en diciembre de 2022 como un proyecto que busca coadyuvar en el fortalecimiento y promoción de la economía social y solidaria. Esto, a través de la participación de pequeños productores, campesinos y artesanos de diversas comunidades del país, para este periodo 2024 – 2025 mi función principal fue incorporar a los productores para crecer y actualizar la Red de Mercaditos Solidarios, a través de las siguientes actividades:

- Efectué la convocatoria de solicitud de integración a la Red de Mercaditos Solidarios a través de un Google Forms.
- Atendí y solucioné las dudas que tuvieran de manera personalizada, uno a uno, para concretar su proceso de incorporación.
- Solicité y actualicé documentación para expedientes físicos y digitales 2025.
- Asigné número de folio a cada integrante, el cual es indispensable para poder participar en los Mercaditos Solidarios.

En la Red de Mercaditos Solidarios se fomenta la inclusión y diversidad de género, actualmente, a este proyecto se han integrado hombres y mujeres de la tercera edad, comunidades indígenas productoras, artesanos, campesinos y creadores, con el fin de consolidar la inclusión, mejorar la participación comunitaria y contribuir al desarrollo social y económico, tanto de los proyectos productivos participantes como de las comunidades donde se realizan los mercaditos solidarios.

La condición etaria de las personas productoras que integran la Red de Mercaditos

Solidarios es:

Rango de edades	No. Personas que encabezan los proyectos productivos	Porcentaje (%)
Menos de 30 años	32	15%
Entre 31 y 40 años	72	33%
Entre 41 y 50 años	46	21%
Más de 50 años	69	31%
Total	219	100%

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la tabla anterior, las actividades de proyectos independientes, colectivos y cooperativas corresponden a los siguientes giros:

Actividad	No. Proyectos productivos	Porcentaje (%)
Artesanías y bisutería	95	44%
Alimentos preparados	24	11%
Alimentos en conserva	44	20%
Cosmética natural	22	10%
Horticultura y floricultura	18	8%
Textiles	16	7%
Total	219	100%

Fuente: Elaboración propia.

El proyecto Red de Mercaditos Solidarios, trabaja en colaboración con la Secretaría de Cultura, Comisión de Recursos Naturales y Desarrollo Rural, CONAHCYT, SNDIF, entre otras dependencias públicas que también tienen por objetivo la contribución significativa y sostenible para el mejoramiento de las vidas de productores y trabajadores, al mismo tiempo que protege los recursos naturales y el medio ambiente.

Estas instituciones en conjunto buscan gestionar de manera gratuita el préstamo de instalaciones y espacios para la comercialización en dependencias de gobierno e instancias educativas y culturales, en donde una vez al mes las personas artesanas, productoras y cooperativistas puedan llevar a cabo el comercio justo, solidario y sostenible sin intermediarios. Para convocar la participación a los Mercaditos Solidarios, hice llamadas a cada uno de los productores dependiendo el giro solicitado, los invité a participar, indiqué horarios, ubicaciones, logística solicitada y aclaré las dudas que tuvieran. Estas actividades las llevé a cabo una semana previa a la realización de cada evento, cabe mencionar que, la programación mensual aproximada fue de 6 Mercaditos Solidarios, por lo tanto, estuve a cargo de la gestión de alrededor 36 eventos de Mercadito Solidario.

Las sedes que se tienen hasta el día de hoy son las siguientes:

Sedes Consolidadas	Alcaldía
Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	Benito Juárez

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (SNDIF 340)	Benito Juárez
Centro Cultural Congreso 20	Tlalpan
Centro Cultural Casa del Virrey de Mendoza	Tlalpan
Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG)	Álvaro Obregón
Parque Cantera	Coyoacán
Parque La Bombilla	Álvaro Obregón
Parque Lineal Barco Utopía	Iztapalapa
Alameda Oriente	Venustiano Carranza
Tecnológico de Monterrey	Tlalpan
Tecnológico de Tláhuac III	Tláhuac
TELECOMM I y II	Iztapalapa

Fuente: Elaboración propia.

La Red de Mercaditos solidarios ha tenido un crecimiento importante, conformándose actualmente por un aproximado de 350 emprendimientos.

A continuación, mencionaré en qué consiste la Economía Solidaria, con el fin de dar un contexto del área que aborda la Financiera para el Bienestar y tener una mejor comprensión de los conocimientos aplicados en las actividades que desarrollé dentro de la institución.

4.3 Áreas de conocimiento de la comunicación en las que se plantea el proyecto Red de Mercaditos Solidarios.

4.3.1 Economía solidaria

Para que en nuestra sociedad se pueda construir un modelo económico, es necesario que se consideren los valores, ideologías, costumbres y tradiciones que conforman la identidad de cada uno de nosotros.

La cultura está fuertemente vinculada al modo de producción de la sociedad y la comunidad, por lo que podemos afirmar que también existen dos visiones y prácticas de la cultura, una que busca justificar la dominación, el consumo, el tener y el individualismo, procesos que llevan a la deshumanización. Y otro que busca la liberación, el compartir, lo colectivo y una relación armoniosa con la naturaleza mediante procesos de humanización (Valadez, André y Rivera, 2019).

La economía solidaria es una alternativa al modelo económico tradicional capitalista que se tiene hoy en día, busca que la sociedad sea más justa, humana y solidaria. Además, promueve la inclusión y reduce las desigualdades de empleo a las que

podemos enfrentarnos, haciendo posible la producción y consumo de manera responsable y consciente.

Cuando se habla de Economía Solidaria para construir el Buen Vivir se refiere no sólo a la liberación de la economía, sino también a cambios de paradigmas sociales, culturales y medio ambientales con una visión ética, inmersos en un proyecto político emancipador (Valadez, André y Rivera, 2019).

Para integrar nuevos modos de producción, elaboré un formulario para la convocatoria de integración a la Red de Mercaditos Solidarios, solicité fotografías de los productos y donde se visualice la persona a inscribirse realizando el proceso de elaboración, esto con el fin de tener la certeza de que su elaboración es artesanal.

La Red de Mercaditos Solidarios busca la construcción del buen vivir y como parte de ello, integré a pequeños y medianos emprendedores, entre ellos, se encuentran algunos artesanos, campesinos y los dedicados a la producción de alimentos orgánicos.

Los primeros no solo son creadores, sino que también comparten sus conocimientos a través de diversos talleres que imparten de manera gratuita y que, fortalecen el intercambio entre individuos o bien, como sociedades de las diversas alcaldías donde se lleva a cabo la instalación de los mercaditos. Así que, desarrollé diversas propuestas para la presentación de talleres por parte de los productores, donde consideré las necesidades de cada sede y la población a atender.

Cabe mencionar que, también me encargué de realizar llamadas a cada uno de los productores para invitarlos a capacitaciones sobre temas financieros para que puedan fortalecer algunas áreas e impulsar el crecimiento de su negocio.

Los valores que promueve la Economía Solidaria son:

- Cooperativismo
- Empatía y solidaridad
- Equidad
- Igualdad
- Responsabilidad
- Democracia

El hecho de practicar los valores antes mencionados, son indispensables para tener una iniciativa social donde el respeto, la diversidad, la cultura y la religión favorecen la autogestión de recursos en comunidades locales y, por ende, el desarrollo y funcionamiento del proyecto, permitiendo construir relaciones solidarias con los demás y de respeto con la naturaleza. Asimismo, convoqué a los productores a participar en los Mercaditos Solidarios que se llevan a cabo dentro de las instalaciones de la Financiera para el Bienestar, con el fin de que las personas que conforman este organismo pudieran consumir de manera interna, ser clientes frecuentes y potenciales.

Para lograr los objetivos de la economía solidaria es necesario plantear diversas estrategias en el ámbito económico, tecnológico, social, cultural, político y ambiental.

En lo que corresponde a estrategias en la cuestión económica, se tiene que reorganizar el flujo económico, incluir a la economía local que se concentra en colectivos y cooperativas, los cuales corresponden a emprendimientos que hacen uso de los recursos naturales de manera responsable y que, a su vez, se puedan crear cadenas de consumo saludable en las que cada uno sea partícipe; en lo social, es necesario crear nuevas formas de convivencia que permitan tener un intercambio donde se fomente la participación activa; con respecto a lo cultural, hay que buscar espacios donde haya interacción intercultural entre sociedades y organizaciones para lograr cambios en la cultura de distribución, consumo y producción; en la política, habrá que transformar las instituciones, realizando cambios en sus normas y leyes para el surgimiento de nuevas formas de gobierno.

En este sentido, una forma de colaborar en el proyecto es que compartí y difundí información sobre los Mercaditos Solidarios a través de redes sociales, haciendo publicaciones en *WhatsApp* y *Facebook*, además, me encargué de hacer llegar los *flyers* digitales para la realización de brigadas de difusión en las sedes de cada evento.

Referente al medio ambiente la agroecología promueve la producción y consumo de manera sana, ya que se desarrolla en función de los saberes campesinos e indígenas, además de vincularse con la economía solidaria.

Para la agroecología, los recursos naturales son sumamente importantes, deben ser cuidados y respetados por cada uno de nosotros para su preservación. En algunas comunidades su modelo de producción se basa en la autonomía, es decir, todo lo que cosechan y producen es para consumo propio.

Actualmente, nos encontramos en medio de una crisis alimentaria;

La Organización Mundial de la Salud (OMS) declara que un tercio de la población mundial de la cual somos parte, padece de malnutrición en alguna de sus formas; hambre, disfunciones en el crecimiento, déficit de vitaminas y minerales, sobrepeso, obesidad, enfermedades degenerativas relacionadas con la alimentación, anemia, diabetes, cardiopatías, accidentes cerebro vasculares, cáncer, entre otros padecimientos. México, ocupa el primer lugar mundial en obesidad infantil y el segundo en obesidad en adultos, la magnitud de esta epidemia nacional es enorme (Perlasca y Valadez, 2019).

El modelo alimentario que plantea la agroecología podría subsanar esta crisis alimentaria que se vive hoy día, a través de la promoción de cadenas de producción comunitarias, que gestionen una alimentación consciente, saludable, ecológica y local. Tal es el caso de la sede Tecnológico de Monterrey, en el cual me encargué de convocar a cada evento a productores con mayor calidad en sus productos, priorizando a quienes cuentan con sello verde.

El sistema productivista ha generado patrones de consumismo a escala planetaria, moldeando los hábitos y valores de los consumidores a través de incubar día a día y por todos los medios posibles, un peligroso pensamiento de satisfacciones personales falaces y destructivos no sólo de los ecosistemas, sino también de valores humanos y de lazos interpersonales, el consumismo es pieza clave en el deterioro de la biosfera y de la crisis civilizatoria (Perlasca y Valadez, 2019).

Buscando modificar estos patrones de consumo, en la Red de Mercaditos Solidarios incluí a los productores de alimentos en conserva y agricultores, quienes se presentan en las diversas sedes para dar a conocer y comercializar sus productos con el fin de inculcar un consumo responsable y saludable, así, se podrá evitar el consumo de alimentos que no tienen una calidad nutricional y, por ende, ocasionan enfermedades.

Implementar esta nueva cultura alimentaria en las diversas comunidades, permitirá una considerable mejora en nuestra calidad de vida, al consumir alimentos producidos de forma sostenible, que cuidan y preservan el medio ambiente para tener una vida digna y así, alcanzar el bienestar social.

Para impulsar la difusión de los Mercaditos Solidarios, también llevé a cabo una convocatoria dirigida al giro de alimentos preparados, donde solicité datos de contacto y servicios ofrecidos para que cada que se realizara un evento dentro del organismo, sean solicitados únicamente servicios de las personas que integran esta red.

Por otro lado, los emprendimientos solidarios son iniciativas productivas con el fin de cubrir cada una de las necesidades, siendo justos e incluyentes dentro de un sistema de economía solidaria.

El objetivo de los emprendimientos con enfoque solidario es lograr el buen vivir de todos, al mismo tiempo que los excedentes se reparten de forma equitativa y las herramientas, la materia prima, la infraestructura y todo lo que

es propiedad del emprendimiento o de la cooperativa, es a su vez, propiedad de todos (Pérez y Valadez, 2019).

Las cooperativas y colectivos solidarios conforman la tercera parte de la Red de Mercaditos Solidarios de la FINABIEN y se caracterizan porque:

- Todos los integrantes son dueños y tienen la facultad de opinar y tomar decisiones sobre el emprendimiento y la producción.
- Se ejerce la igualdad de género entre hombres y mujeres, solicité los mismos requisitos y brindé las mismas oportunidades de participación.
- Se enfocan en el cuidado de los recursos naturales y promoción de la cultura.
- Fomentan la ecología, sus productos son ecológicos así que, solicité a través de un reglamento que durante las jornadas se haga uso de material compostable.
- Promueven el consumo consciente entre todos.

Estas nuevas formas de organización social, son elementos que contribuyen a la reconstrucción del tejido social, el cual es indispensable para el buen vivir, es decir, logrando acciones conscientes sobre el uso de recursos naturales, la igualdad de género, el cuidado de la vida y la promoción de la cultura, donde cada uno de los productores, artesanos y campesinos ha logrado comunicarse a través de los distintos códigos de comunicación, que están asociados a su identidad, trabajo, experiencias y productos, mediante los cuales desarrollan conocimientos y generan nuevas actitudes en cada individuo.

4.3.2 Gestión Cultural

Los Mercaditos Solidarios son una serie de eventos llevados a cabo en diferentes sedes que se ubican en las alcaldías de la Ciudad de México, donde los participantes pueden interrelacionarse como seres sociales, convirtiéndose en espacios de intercambio donde se desarrollan diversas acciones y comportamientos en función de su posición económica, social y cultural, mismas que podrán ser introyectadas en cada individuo, según la comprensión que se tenga de su significado.

El ser humano, es el único que posee la facultad de pensamiento simbólico, posibilitando relacionarse socialmente, es así como “la comunicación tiene un sentido más originario, determinado por el propio ser: no se puede existir sino a condición de interpretar las experiencias de vida y comunicación con nuestros semejantes”. (Amado, 2015).

Entiendo que la cultura es el conjunto de símbolos, códigos, ideologías, experiencias y actitudes que conforman la identidad de cada ser humano y que, a partir de la comunicación humana genera un intercambio de significados con los demás, es decir, entre individuos, o grupos de una misma o diferente comunidad, dando pauta a la construcción de un espacio intersubjetivo (espacio compartido con el otro).

Algunos de los participantes que integré al proyecto Red de Mercaditos Solidarios, hablan algún dialecto porque son originarios de diversas comunidades indígenas de la República Mexicana. Las ideologías que tienen respecto a la creación de sus

productos son conocimientos adquiridos de sus ancestros, estos son algunos elementos que favorecen al tejido de una red simbólica a partir de la resignificación de códigos culturales a los que se le adjudica un nuevo valor, dependiendo la percepción y comprensión que se le dé y del entorno.

En el ámbito de la gestión cultural, existe la posibilidad de desarrollarme tanto en el sector público, privado, PyME e independiente, ya sea en teatros, museos, festivales de música o danza, exposiciones de arte, cine, centros culturales, ópera, circo e instituciones; por lo que decidí ingresar al sector público.

Los objetivos que puedo cumplir dentro del sector público están orientados a fines sociales vinculados con derechos y deberes culturales, de alguna manera, buscando garantizar un servicio cultural a la comunidad.

La gestión cultural surge como respuesta a estas necesidades culturales de la sociedad, busca el desarrollo de nuevos objetivos dentro de los marcos sociales (educación, trabajo social, actividades creativas y culturales). Además, es importante para el implemento de estrategias para el desarrollo de las políticas culturales del país.

Una de las necesidades culturales a atender, se desarrolló en la Financiera para el Bienestar, institución pública que tiene como pilar de desarrollo sostenible a la economía solidaria y busca el crecimiento económico en función de dar a conocer, informar y fomentar la economía social y solidaria a través de la Red de Mercaditos Solidarios, donde se plantea que la idea central y el objetivo del proyecto es fortalecer la actividad económica de pequeños y medianos productores, tomando

en cuenta que los problemas a los que se enfrentan corresponden principalmente, a la gestión de espacios, donde los emprendedores se pueden instalar de manera eventual para dar a conocer sus productos. De manera que, se buscan cubrir las necesidades culturales de la sociedad, considerando que los agentes económicos, políticos, sociales, culturales y geográficos benefician o dificultan el proceso.

Cada uno de los proyectos deberá contar con un director para ser gestionado de manera eficiente, en este caso, el proyecto Red de Mercaditos Solidarios es dirigido por el Gerente de Atención Ciudadana, quien se encarga de realizar los convenios y contratos necesarios con otras instituciones para poder obtener los permisos de instalación tanto dentro de ellas como en espacios públicos. Para establecer vínculos con las sedes y entre los participantes, me encargué de contactar vía telefónica a los productores y concreté un registro de las personas confirmadas por acudir a cada una de las sedes, les brindé información referente a la organización de recursos humanos, técnicos, espaciales e infraestructurales a considerar para participación.

Esta información se las mencioné porque en cada una de las sedes se tienen que organizar cada uno de los recursos, en el caso de la sede Casa de Virrey de Mendoza, les indiqué a las personas participantes que deben dar un donativo de \$100.00 pesos para mantenimiento del recinto. Siempre fue importante mencionarles los recursos con los que se cuentan, ya que las capacidades de instalación en cada mercadito van de los 20 a 25 emprendimientos, en lo que corresponde a sedes en parques, pueden acudir hasta 70 emprendimientos. También les mencioné las limitaciones que pueden existir, por ejemplo, si se cuenta

con corriente de luz, estacionamiento, logística o techo; factores que influyen en la asignación y participación de los productores, así como los giros que podemos encontrar en cada uno de los espacios.

Los espacios no culturales como parques e instituciones gubernamentales se convierten en espacios de uso cultural; los Mercaditos Solidarios logran un producto cultural al incluir ideas, valores, actitudes y creatividad artística, y que, a su vez, también ofrecen entretenimiento a las comunidades. Son eventos que contribuyen a la expresión de lenguajes, ideas y valores dentro del marco económico y social.

Dentro de la Financiera para el Bienestar la gestión que puse en práctica se caracteriza por la capacidad de combinar recursos, aprovechar oportunidades, relacionar con el exterior, adaptarse y buscar alternativas a cada una de las dificultades.

Cada una de las actividades de gestión que realicé dentro de la Financiera para el Bienestar, coadyuvaron en la democratización cultural, la cual tiene como propósito poner el patrimonio al alcance del mayor número posible de personas, donde la cultura se convierte en un ámbito de desarrollo personal y de participación social. Además de caracterizarse por la capacidad de combinar recursos, aprovechar oportunidades, relacionar con el exterior, adaptarse y buscar alternativas a cada una de las dificultades que se presenten.

5. Herramientas, instrumentos y mecanismos de la comunicación para el ejercicio de profesionalización de la licenciatura en Comunicación y Cultura

A continuación, presentaré cada una de las actividades que desarrollé dentro de la Financiera para el Bienestar, así como los procesos comunicativos que llevé a cabo en cada una de ellas. Para ello, me fue indispensable aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas durante la licenciatura en Comunicación y Cultura, con el fin de poder crear las estrategias y herramientas necesarias para el cumplimiento de metas y objetivos.

5.1 Catálogo Navideño

En el mes de diciembre con el fin de impulsar las ventas de los productores, llevé a cabo la realización del Catálogo de Canastas Navideñas de la Red de Mercaditos Solidarios en el cual apliqué los conocimientos que brinda la Comunicación gráfica. “La comunicación gráfica es la acción creativa para integrar y fijar de manera consciente en un medio, las capacidades discursivas de aquellos signos cuya manifestación implica ser mediador de la percepción visual”. (Vilchis, 2016).

Como parte de la comunicación gráfica, la comunicación no verbal es la formación de mensajes visuales hechos por el ser humano, que permite relacionarse socialmente y está condicionada culturalmente debido a las interferencias que puede haber cuando se recibe la información. Por ello, la producción de mensajes debe ser controlada con la responsabilidad de decidir para qué, quién y hacia dónde se dirige un mensaje.

El procedimiento que ejecuté fue el siguiente:

Primero, envié la convocatoria para el registro de los productores que participarían. Segundo, diseñé un formulario en Google para obtener características de los productos, precios, datos de contacto, redes sociales, logotipos y fotografías de sus canastas navideñas. Tercero, hice un apercibimiento y seleccioné las fotografías con base en la retórica de la imagen. Roland Barthes, crítico y semiólogo francés, llama retórica de la imagen al “sistema de signos discontinuos y con sustrato cultural a partir de los cuales se le puede dar distintas lecturas a una imagen”. (Lagos, 2010).

Las imágenes también son un sistema de signos, por ende, transmiten mensajes y significados a través de sus elementos denotativos (elementos presentes en la imagen) y connotativos (significados simbólicos que se atribuyen según nuestra ideología) que permiten el análisis de su contenido.



Registro Canastas Navideñas
(Solo 1 canasta por emprendimiento)

B I U ↺ ✕

Este formulario se realiza con la finalidad de que puedan registrar su canasta navideña para la realización del catálogo navideño.
Favor de leer con atención y responder concretamente.

Este formulario recopila automáticamente los correos electrónicos de todas las personas que lo responden. [Cambiar la configuración](#)

Sin título

Descripción (opcional)

Dirección de correo electrónico: *

Texto de respuesta breve

Imagen correspondiente al formulario de registro para canastas navideñas.

Para la selección de fotografías, los elementos denotativos que tomé en cuenta fueron:

- Fondo blanco sin arrugas
- Productos artesanales
- Se deben visualizar todos los productos que contiene
- Las fotografías deben estar completas, no cortadas
- Buena iluminación
- Buena resolución
- No incluir productos ilícitos

Para los elementos connotativos consideré:

- Conformación de canasta navideña
- Cuidado del medio ambiente
- Afiche publicitario
- Originalidad
- Creatividad
- Responsabilidad
- Sustentabilidad y sostenibilidad

Todo lo representado gráficamente son formas y estas se componen de un límite (línea que marca su contorno y las separa), la figura (es lo opuesto al fondo y establece límites) y un fondo (espacio que contiene la figura). Para que la comunicación gráfica logre comunicar, es necesario que exista una forma.

De manera que, para diseñar la plantilla del catálogo navideño y su desarrollo, estudié y adapté el comportamiento de las formas, combinaciones, estética, imagen, proporciones y tonos.

Otro elemento importante para diseñarlo fue el color, producto del fenómeno de la luz percibido por los ojos, que se clasifica en colores primarios, secundarios y sus variantes. Los colores que predominan en el catálogo son verde, dorado y rojo, siendo estos con los que se identifica a la Financiera para el Bienestar y, que también utilicé para ubicar el contenido dentro del contexto de la temporada navideña.

La plantilla que usé en cada página del catálogo es producto de una composición que construí en conjunto con fotografías, colores, gráficos, tipografías y formas que, al articularlas, constituyen un concepto debido a sus altos grados de iconicidad de cada uno de ellos.

Los signos gráficos que empleé tienen la capacidad semántica de transmitir información como receptores y lograr la intención comunicativa a través de su diseño.

Seguí con el vaciado de información y, por último, envíe el catálogo navideño al área de comunicación social, donde fue difundido con el personal de la Financiera para el Bienestar y publicado en la página web como una estrategia para dar a conocer los productos e incrementar las ventas en la temporada navideña.

A continuación, se observan algunos ejemplos de selección y modificación de imágenes para cumplir con los criterios denotativos y connotativos antes mencionados para su publicación en el catálogo navideño.



Imagen 1: Se muestra la imagen tal como la subió el productor, hay elementos visuales de más, no hay fondo blanco.



Imagen 2: Se realiza la corrección a fondo blanco, proyectando una mejor iluminación.



Imagen 3: Plantilla previamente diseñada para vaciar información e imágenes.



Imagen 4: Versión final, la plantilla se ajusta a los datos brindados de cada una de las canastas.

5.2 Difusión de Mercaditos Solidarios

Diseñé la campaña de promoción de los Mercaditos Solidarios mediante la realización de *flyers* publicados en la red social de *Facebook*. De esta manera, al ingresar a la página, se pueden conocer las sedes, horarios y los días en que se llevarán a cabo los Mercaditos Solidarios; para lograrlo, consideré lo siguiente:

El objetivo principal de la campaña es dar a conocer los Mercaditos Solidarios, haciendo llegar a un público más amplio y fomentando el consumo consciente y responsable en las comunidades aledañas a las sedes de la Ciudad de México. Así, impulsé el cumplimiento de metas: dar a conocer los productos artesanales e incrementar las ventas de los emprendimientos.

Los beneficiados son los emprendedores (campesinos, artesanos y productores) quienes integran la Red de Mercaditos Solidarios y participan en los diversos eventos para dar a conocer sus productos.

Las comunidades aledañas a las sedes de instalación de los Mercaditos Solidarios en la Ciudad de México son el público meta, quienes podrán adquirir productos saludables y así, consumir de manera consciente y responsable.

La publicación de *flyers* en la red social *Facebook* es una estrategia de medios que elegí porque genera costos mínimos, debido a que, las personas prestadoras de prácticas profesionales y servicio social realizan las publicaciones; las publicaciones se hacen un día antes de la realización de cada evento.

Una de las técnicas que apliqué, es la persuasión. Tratando de llegar por el lado humano, fomentando una cultura de consumo responsable y consciente, ya que los

productos que encontramos en los Mercaditos Solidarios conllevan un proceso de producción sostenible y sustentable.

La estructuración de los mensajes fue la siguiente:

Cabecera: Abrí el mensaje con los logotipos de las instituciones que integran el proyecto.

Cuerpo: Coloqué el logotipo de la Red de Mercaditos Solidarios e información sobre el evento (sede, fecha, horario, ubicación e imágenes de productores y productos que se pueden encontrar).

Firma: Introduje datos relevantes de la Financiera para el Bienestar (redes sociales), así como logotipos de las instituciones organizadoras.

A continuación, se encuentran algunos bocetos y el producto final:



Imagen 1: Aquí, encontramos la cabecera, donde deben insertarse los logotipos de las instituciones involucradas.



Imagen 2: Tenemos el cuerpo con información relevante al evento y algunas imágenes.



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA
DE CULTURA

CONAHCYT
CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES
CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS

IMER
INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO



Red de
Mercaditos
Solidarios
FINABIEN



Lunes 13 de enero,
de 10:00 a 17:00 horas

En el Instituto Mexicano de la Radio IMER

¡Productos de
Cooperativas, artesanas,
artesanos, pequeñas y
pequeños productores!



Real Mayoralzgo 83,
Xoco, Benito Juárez, C.P.
03330, Ciudad de México



Gobierno de
México

Hacienda
Secretaría de Hacienda y Crédito Público



Financiera
para el
Bienestar

Financiera para el
Bienestar México



Imagen 3: Corresponde a la versión final del *flyer*, encontramos cabecera, cuerpo y la firma (coloqué los logotipos de instituciones organizadoras y redes sociales de la Financiera para el Bienestar).

Estos *flyers*, también los envié de manera digital a los participantes, a quienes les solicité llevar cuatro impresiones por emprendimiento, esto para realizar brigadas de difusión durante la jornada del Mercadito Solidario donde los emprendedores

salen a los alrededores de la sede, entregan el *flyer* de manera física e invitan a las personas a conocer sus productos y así, poder aumentar sus ventas.

Esta campaña de difusión, permitió el intercambio de mensajes con el público interno y externo de cada una de las sedes, por lo que también apliqué los conocimientos de la comunicación organizacional y diseñé instrumentos que me permitieran medir estos datos y, a su vez, mejorar el flujo de información.

5.3 Comunicación organizacional

Dentro de la Financiera para el Bienestar, la Comunicación Organizacional como ciencia aplicada se centra en el intercambio de información y mensajes entre todos sus integrantes. Esta organización descentralizada en la que participé se conforma por personal operativo, prestadores de servicio social y prácticas profesionales, la gerencia, subdirección y dirección.

Según Gerald M. Goldhaber, “el intercambio de mensajes y comunicaciones dentro de la organización da origen a la Comunicación organizacional, la cual se puede definir como el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes”. (Garrido, Goldhaber y Putnam, 2020).

Los mensajes que se emiten en la Financiera para el Bienestar son examinados en la modalidad de mensaje verbal (documentos), donde los receptores son los integrantes de la Red de Mercaditos Solidarios, su difusión implica que los mensajes (documentos) lleguen a todas las personas que conforman el proyecto para poder cumplir su propósito de flujo, ya sea integrar, informar o regular.

La comunicación efectiva dentro de la FINABIEN es indispensable para el cumplimiento de metas y objetivos; si en algún momento la comunicación está en crisis, debo buscar una solución a los problemas de manera inmediata.

Se entiende por comunicación en crisis cuando una empresa se encuentra vulnerable ante cualquier situación crítica que amenace la imagen, relaciones, estabilidad y continuidad de la misma. Ante ello, es lógico pensar que la reacción ante la crisis debe ser rápida y contundente, hay que actuar y hacerle frente para que no produzca posibles daños o en caso de no poder evitarlos, frenar la crisis sirviéndose de la comunicación para aportar reacciones efectivas frente al acontecimiento que la originó (Enrique, 2007).

La Gerencia de Atención Ciudadana se conforma por ocho integrantes, quienes mantienen una comunicación horizontal, de manera que todos tienen acceso a la misma información, así como sistemas físicos y digitales, esto porque el enfoque de intervención dentro de la organización emite formas de cambio, que dan como resultado el cumplimiento de objetivos en común para el proyecto Red de Mercaditos Solidarios.

La comunicación interna, permite la supervivencia a través de procesos de regulación (normas y reglas) por ello, para participar en este proyecto, se tuvieron que cumplir con determinados requisitos a cubrir, principalmente, ser productores conscientes y responsables.

Elaboré y modifiqué un reglamento y un código de ética, el segundo, se refiere al documento institucional donde establecí los valores y principios que permiten

orientar el comportamiento de las personas para tener una sana convivencia dentro de la comunidad, así como mantener en supervisión las acciones de los participantes durante la jornada de los Mercaditos Solidarios.

5. Si la persona o la cooperativa utiliza gas de máximo 10 kilogramos, este deberá estar en óptimas condiciones, contar con manguera de neopreno, regulador y extintor vigente.
6. Participar en las brigadas de difusión y promoción durante la jornada del Mercadito Solidario.
7. Portar en todo momento el gafete llenado y enmocado durante todas las jornadas (se obtendrá al momento de la entrega física de la solicitud).
8. La persona expositora es responsable de llevar su propia logística (mesa, sillas, estructura para sombra, entre otros) a cada mercadito solidario.

Código de ética

Los expositores están obligados a conducirse y observar un comportamiento digno, y no deberán realizar conductas que impliquen acoso u hostigamiento sexual o cualquier forma de violencia hacia las personas participantes, así como actos que violen los derechos humanos de las personas presentes en los Mercaditos Solidarios.

Queda estrictamente prohibido

- a) La utilización de espacios fuera del área designada a cada negocio.
- b) El uso de unícel.

Causantes de baja

- 1) Acumular 2 inasistencias sin justificar.
- 2) Incumplir el reglamento de la institución anfitriona
- 3) No entregar la documentación y solicitud en tiempo y forma.
- 4) Incumplir el presente reglamento.
- 5) Solicitar algún tipo de remuneración para integrar a personas productoras a la Red de Mercaditos Solidarios.
- 6) Cualquier comportamiento de índole sexual ya sea verbal o físico, que atente contra la dignidad de cualquier persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo
- 7) Consumir estupefacientes o bebidas embriagantes durante la jornada del mercadito solidario.

Nota: El FUA es único por persona o Sociedad Cooperativa constituida y no se puede transferir la invitación y/o solicitud de espacios, solo se le asignará a la persona que realizó su previo registro de Folio Único de Asignación. En el caso las Sociedades Cooperativas que cuenten con su acta constitutiva certificada sus representantes podrán realizar el registro.

Nombre y firma de la persona solicitante

Fecha: ____/____/____
Teléfono: _____
FUA: _____

El presente reglamento, es un documento que elaboré para establecer reglas de conducción y permanencia de los integrantes en la Red de Mercaditos Solidarios y se divide en cuatro apartados.

- 1) Registro de participación: Indiqué los requisitos a cubrir y documentos a entregar para ser parte del proyecto.
- 2) Jornada del Mercadito Solidario: Establecí los puntos a acatar durante el Mercadito.
- 3) Código de ética: Hice saber el comportamiento que deben tener los participantes, así como las conductas no permitidas.
- 4) Causantes de baja: Comportamientos y/o acciones que ponen en riesgo la ejecución y el buen funcionamiento del proyecto.

El flujo de mensajes es indispensable para el desarrollo y buen funcionamiento del proyecto, para ello, también implementé una solicitud de registro, una derrama económica, un control de instalación e integración de datos de los expositores y participación en los Mercaditos Solidarios, formularios de registro de participación y gafetes; documentos que podemos encontrar en el siguiente apartado.

5.3.1 Documentos (Solicitud de registro, Control de instalación e integración de datos de los expositores, Derrama económica, Formularios de participación y Gafetes).

Solicitud de registro: Es un documento que elaboré para hacer llegar a cada una de las personas interesadas que deseen integrarse a la Red de Mercaditos Solidarios y, a través de la cual pueden hacer su registro.



**GERENCIA DE COOPERATIVISMO Y
DESARROLLO DE LA ECONOMÍA SOCIAL**

FOLIO: _____

Registro : ☐ Con antecedentes ☐ Sin antecedentes Fecha de registro: ____/____/2024

Persona Solicitante

Nombre Completo: _____ Edad: _____
 N° Teléfono Local: _____ N° Teléfono Celular: _____
 Alcaldía: _____ Colonia: _____ Calle: _____
 C.P.: _____ N° Int: _____ N° Exterior : _____

Situación médica

1) Presenta usted alguna alergia: ☐ No ☐ Si, ¿Cuál? _____
 2) ¿Toma algún medicamento? ☐ No ☐ Si, ¿Cuál? _____
 3) ¿Actualmente, sufres de alguna enfermedad crónica? ☐ No ☐ Si, ¿Cuál? _____
 4) ¿Tienes alguna enfermedad o condición hereditaria? ☐ No ☐ Si, ¿Cuál? _____
 5) ¿Alguna operación u/o hospitalización reciente ? ☐ No ☐ Si _____
 6) Llamar en caso de emergencia a: Nombre: _____
 Número: _____
 7) Tipo de sangre: ☐ _____ Parentesco: _____

Datos del Negocio

Nombre de la actividad productiva : _____ Giro: _____
 Principales productos: 1) _____ 2) _____

Giro: ☐ Producción ☐ Servicios ☐ Comercialización	La actividad está en: ☐ Casa ☐ Vía pública ☐ Local	La actividad es: ☐ S. Cooperativa ☐ Colectivo ☐ Propio	Cuenta con logística para Mercaditos Solidarios : ☐ Mesa ☐ Sillas y/o bancos ☐ Lona ☐ Carpa ☐ Vehículo
---	--	--	--

AVISO DE PRIVACIDAD INTEGRAL DE LA FINANCIERA PARA EL BIENESTAR

En cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 68 fracciones II, III, IV y VI, de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTIAP), 3ª, fracción II, III, VIII, IX, XI, XIV, XVI, XXVIII, XXXI, XXXII, XXXIII, XXXIV, 4, 16, 17, 18, 21, 25, 26, 27, 28, 31, 32, 33, 67, 68, 69 y 70 de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados (LGPDPPSO) y los artículos 3, 4, 7, 8, 9 fracción II, 10, 12, 16, 21, 26 al 40, 52, 55, 114, de los Lineamientos Generales de Protección de Datos Personales para el Sector Público (en lo sucesivo los "Lineamientos"), se pone a disposición de las personas usuarias de los productos y servicios de la Financiera para el Bienestar

[Revisar el Aviso de Privacidad Integral de los Productos y Servicios de la Financiera para el Bienestar.pdf](#)

**QR
EXPEDIENTE
ELECTRÓNICO**

Los datos a obtener son: antecedentes de registro y folio, datos personales y de contacto, situación médica donde se cuestionan alergias, cirugías, enfermedades, tipo de sangre y datos de contacto en caso de emergencia; datos del negocio como actividad productiva, giro, principales productos, dónde realiza su actividad, si es colectivo, cooperativa o negocio propio y con qué logística se cuenta, finalizamos con el aviso de privacidad y un código QR donde se encuentra el expediente de manera digital.

Control de instalación e integración de datos de los expositores

Desarrollé este documento con la finalidad de mejorar el flujo de información mediante el registro de datos obtenidos durante la jornada de cada Mercadito Solidario.

De inicio hay que registrar fecha, horario sede y domicilio de donde se lleva a cabo el Mercadito Solidario, los datos de la persona responsable, así como los requisitos y prohibiciones de la sede.

Después, incluí una tabla para el registro de asistencia de los participantes y poder obtener datos cuantitativos sobre las mujeres y los hombres que participan, el número de derramas económicas aplicadas y para saber si coinciden con el número de participantes.



Red de Mercaditos Solidarios
“Solicitud de Instalación de Mercadito Solidario”

Fecha: ____/____/2024 Horario: De ____:____ A ____:____

Persona responsables:

Sede:

Ubicación:

Municipio o Alcaldía:

Estado: ☒ Ciudad de México

Otro: _____

Nombre del enlace:

Cargo:

Teléfono celular:



Requisitos especiales de la sede

Se debe de llevar:

- ☒ Mesa
- ☒ Silla
- ☒ Carpa
- ☒ Mantel

El espacio cuenta con:

- ☒ Corriente
- ☒ Techo
- ☒ Estacionamiento

Prioridad a:

- ☒ Alimentos
- ☒ Artesanías
- ☒ Conservas y snacks
- ☒ Cosmética Natural
- ☒ Textiles
- ☒ Horticultura y floricultura

Otro : _____

Temática : _____



Prohibiciones de la sede:

☒ Bebidas alcohólicas

☒ Corriente eléctrica

☒ Tanque de gas

Otro: _____

Además de un registro de brigadas de difusión, horarios y participantes, horarios de mayor y menor afluencia de público interno y externo.

Introduce un apartado de memoria documental, este es llenado al día siguiente de la realización de cada Mercadito Solidario porque ahí se registran los nombres de los archivos y carpetas donde se encuentran los documentos digitales.

Se registra la fecha, hora de inicio y término de la jornada del Mercadito Solidario, además de la población objetivo ya sea interna o externa dependiendo de las instalaciones.

COMUNICACIONES | **Financiera Bienestar** | **Red de Mercaditos Solidarios FINABIEN**

Red de Mercaditos Solidarios
"Datos cuantitativos"

Población beneficiada

Total de Mujeres : _____
 Total de Hombres : _____
 Total de persona expositoras : _____
 Total de formatos de derrama económica: : _____

Brigadas de difusión:

Brigada	Horarios	Participaron	Total
Primera	: De ____ : ____ A ____ : ____	: _____	: _____
Segunda	: De ____ : ____ A ____ : ____	: _____	: _____
Tercera	: De ____ : ____ A ____ : ____	: _____	: _____

Medición de afluencia

Hora más alta de afluencia de público externo : De ____ : ____ A ____ : ____
 Hora más alta de afluencia de público Interno : De ____ : ____ A ____ : ____

Memoria documental

- Nombre del PDF de derrama económica : _____
- Nombre del Excel de derrama económica Capturada : _____
- Nombre de la carpeta de fotografías y banner electrónico : _____
- Nombre de la lista de asistencia capturada y cotejada : _____

"Lista de asistencia 1 Mercaditos Solidarios"

Lista de asistencia "Personas Expositoras"

1.0 *4 Fotografías de la estación del Mercadito Solidario*



1.1 *4 Fotografías de las brigadas de difusión del Mercadito Solidario*



Enseguida, se debe llevar a cabo un registro fotográfico de la instalación, las brigadas de difusión y la desinstalación del Mercadito Solidario, así mismo, fotografías de los banners o lonas instalados y, por último, el *flyer* utilizado en las brigadas de difusión.

1.2 *4 Fotografías de la desinstalación del Mercadito Solidario*



1.3 *4 Fotografía de la instalación de banner y/o lona promocional*



Para concluir con el registro, el documento deberá ser firmado por la persona que lo elaboró, revisó, registro y archivó.

1.4 *Cartelito promocional del "Mercado Solidario"



Elaboro		Revisó	
Registro		Archivo	

Derrama económica:

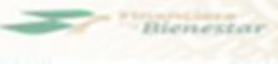
La derrama económica es un instrumento de medición que diseñé para su formato en físico, se les proporciona a los participantes de cada Mercadito Solidario al término de la jornada para obtener los siguientes datos: fecha en qué se llevó a cabo el Mercadito Solidario, sede en la que se participó, monto de venta y una calificación a los conceptos de Coordinación y organización, Nivel de venta, Afluencia de público e Instalaciones, la cual va desde deficiente, satisfecho, hasta bueno o excelente.

Para impulsar la eficiencia de los flujos de información, fue necesario llevar a cabo la adecuación del contenido de las derramas económicas, añadí algunas preguntas para obtener datos detalladamente y saber qué tan redituable es llevar a cabo los Mercaditos en cada sede e implementar algunas sugerencias para tener una mayor eficiencia.

Con las modificaciones que hice a las derramas, quedaron diseñadas para saber cuál fue el monto de inversión de cada emprendimiento, el impacto de su participación en el ingreso diario de su negocio, qué productos se venden más, número de personas atendidas, sumándole las sugerencias de los participantes para futuras mejoras, saber si desean seguir participando y una calificación al personal que se envía para la coordinación de cada Mercadito Solidario.

Este instrumento, no solo me permite saber los indicadores de ventas, asistencias, afluencia del público y participación de los artesanos, campesinos y productores. Sino que se puede hacer una evaluación para saber qué ajustes realizar tanto en la

asignación de días en los que se llevan a cabo los Mercaditos, el número de participantes, giros a solicitar y logística.

GOBIERNO DE MÉXICO COMUNICACIONES  

FORMATO DE REGISTRO ECONOMICA "RED DE MERCADITOS SOLIDARIOS"

rollo Único de Asignación bienestar (rua): rollo Único de Asignación (rua):

fecha en que se llevó a cabo el mercadito Solidario: ____/____/2024

nombre Completo: _____ Celular: _____

1.- En qué Mercadito Solidario participó:

☐ Toluca 1 / 2	☐ La Bombilla	☐ Tláhuac
☐ Cuernavaca	☐ Marco Utopía	☐ Tecnológico de Monterrey
☐ Amur 340	☐ Cantara	☐ Casa del virrey de Mendoza
☐ Congreso 20	☐ Alameda Oriente	☐ ZMIN
☐ MARI	☐ Museo del telégrafo	

2.- ¿Cuál fue el monto aproximado de tu inversión al día de hoy? \$ _____

3.- ¿Cuál fue el monto aproximado de tu venta al día de hoy?

☐ de \$0.00 a \$100.00	☐ de \$301.00 a \$750.00	☐ de \$1501.00 a \$2000.00
☐ de \$101.00 a \$250.00	☐ de \$751.00 a \$1000.00	☐ más de \$ 2001.00
☐ de \$251.00 a \$500.00	☐ de \$1001.00 a \$1500.00	

4.- ¿Cuál es el impacto de su participación en el mercadito Solidario en el ingreso diario de su negocio?

☐ entre 0 y 10%	☐ entre 41 y 50%	☐ entre 81 y 90%
☐ entre 11 y 20%	☐ entre 51 y 60%	☐ entre 91 y 100%
☐ entre 21 y 30%	☐ entre 61 y 70%	
☐ entre 31 y 40%	☐ entre 71 y 80%	

5.- ¿A cuántas personas les brindaste atención al día de hoy? _____ PERSONAS

6.- Califique los siguientes conceptos.

Concepto	Deficiente	Satisfecho	Buena	Excelente
Coordinación y organización				
Nivel de venta				
Afiliencia de público				
Instalaciones				
Personal a cargo de la coordinación de personas expositoras				

7.- ¿Te gustaría seguir participando? ☒ Sí ☐ No

8.- ¿Qué sugerencias tienes para mejorar los próximos Mercaditos Solidarios?

Aplico Instrumento:

- ☐ Augusto Sánchez
- ☐ Immanuel Osuna
- ☐ Norma Sanchez
- ☐ José Gutiérrez
- ☐ Héctor Sánchez

FIRMA

Firma de conformidad de la persona integrante a la Red de Mercaditos Solidarios

Todos los datos obtenidos en las derramas económicas, los capturé en un archivo formato excel para su control y resguardo. Los formatos físicos los anexé de manera individual a los expedientes de cada integrante y, es así como se identifica quiénes son las personas más activas en la participación de los Mercaditos Solidarios.

Formularios de registro de participación:

Son formularios que diseñé en Google, los utilicé para que los integrantes de la Red de Mercaditos Solidarios registren su asistencia a cada una de las sedes de manera digital. Se limita a un determinado número de registros dependiendo cada sede y de allí se obtiene un listado oficial.

Los datos para registrar son: correo electrónico, número de folio en caso de contar con él, nombre completo y número de celular y mercadito al que desea asistir (en caso de contar con más de una opción).

Registro de participación Parque Leona Vicario y lista de espera a Congreso 20.

B I U ↺ ↻

El siguiente formulario nos permitirá llevar un registro y control de los Mercaditos Solidarios en los que estará participando las próximas semanas.

Para poder realizar los mercaditos se deben de cubrir las metas

- Congreso 20 (25 personas expositora)
- Leona vicario en Tlalpan (15 personas expositoras maximo)

Una vez confirmada tu asistencia no se podrán realizar cambios de sede o cancelaciones, salvo casos de suma importancia

Correo electrónico: *

Texto de respuesta breve

FUA, FAC, FAT (En caso de no contar con folio colocar SIN ASIGNAR): *

Texto de respuesta breve

Nombre completo: *

Texto de respuesta breve

Número de celular: *

Texto de respuesta breve

Mercadito de inscripción *Sin lugar solo lista de espera : *

☐ Lista de espera Congreso 20 (Sábado 21 de Septiembre)

☐ Leona vicario (Miércoles 18 de Septiembre)

Gafetes:

Documento que elaboré para la identificación de los expositores en cada Mercadito Solidario y para personalizar y ubicar cada emprendimiento.

Los datos que se visualizan en la parte delantera son: logotipos de la Financiera para el Bienestar y de la Red de Mercaditos Solidarios, fotografía de la persona expositora, nombre completo, nombre del emprendimiento, giro y número de folio (FUA). En la parte trasera se encuentran nuevamente los logotipos de la Financiera para el Bienestar y de la Red de Mercaditos Solidarios, así como los siete principios de la economía solidaria, el número de folio y la firma de la persona comprometida.

Red de Mercaditos Solidarios FINABIEN	Financiera para el Bienestar
	
DATOS DE LA PERSONA EXPOSITORA:	
NOMBRE (S) :	
1º APELLIDO:	
2º APELLIDO:	
NOMBRE DEL NEGOCIO:	
GIRO:	
FUA	
	

Red de Mercaditos Solidarios FINABIEN	Financiera para el Bienestar
Me comprometo a ser un persona embajadora de los 7 principios de la Economía Social y Solidaria (ECOSOL):	
1. La Equidad. 2. El Trabajo Digno. 3. La Solidaridad. 4. La Sostenibilidad Ecológica. 5. La Cooperación. 6. Reparto Justo de la Riquezas. 7. El Compromiso con el Entorno.	
FUA	
FIRMA DE LA PERSONA COMPROMETIDA	
	

5.3.2 Administración por Objetivos y Diseño de rutas de verificación para reembolso de créditos a Colectivos y Cooperativas

La Financiera para el Bienestar es considerada una unidad administrativa que, como parte de su administración, definida como “la técnica que busca obtener resultados de máxima eficiencia, por medio de la coordinación de personas, cosas y sistemas que forman una empresa” o cualquier institución organizada para un fin común; otorgó apoyos económicos a los emprendimientos conformados por Colectivos y Cooperativas con el fin de lograr impulsar la economía social y solidaria en la Ciudad de México y el Estado de México. (Reyes, 2005).

Como parte de los apoyos para impulsar la economía social y solidaria, se otorgaron créditos a colectivos y cooperativas sin tomar en cuenta su historial crediticio, debido a que estos grupos no cuentan con uno, prácticamente la confianza es la base para brindarles tal recurso económico, que deberá ser reembolsado con mínimos intereses y será responsabilidad de todos sus integrantes.

La entrega de créditos a los emprendimientos ha sido un trabajo que realizamos en conjunto con las sucursales de Financiera para el Bienestar (antes TELECOMM), Banco del Bienestar y Nacional Financiera. Este apoyo económico puede ser utilizado para la compra de maquinaria, insumos, renta de inmuebles, logística, transporte, servicios o nóminas y es dinero que debe ser reembolsado en su totalidad un plazo de año y medio, considerando que los pagos se realizan de manera mensual.

Debido, a que varios emprendimientos no han realizado sus reembolsos en tiempo y forma, tuve que implementar acciones apoyándome en la Administración por objetivos para la recuperación de pagos.

La Administración por Objetivos (APO), se concibe como un sistema de administración que facilita la eficiencia de la organización en su conjunto; de acuerdo con la concepción sistémica, considera un conjunto de elementos interdependientes que interaccionan entre sí, y cuya combinación constituye un todo (Guillen y Ramírez, 1990).

Es decir, que a través de la Administración por Objetivos es posible mejorar la productividad y los resultados dentro de una organización. Por ello, trabajé en conjunto con otras áreas para llevar un control de pagos y, de esta manera, creé una estrategia que permitiera la recuperación de pagos vencidos.

Es así, como a partir de la Administración por Objetivos diseñé las rutas de verificación para reembolso de créditos a Colectivos y Cooperativas, donde los pasos a seguir son:

- 1) Metas y objetivos: Lograr que los Colectivos y Cooperativas se pongan al corriente con los pagos de sus créditos.
- 2) Elaboración de un plan de acción: Llevar a cabo visitas a los emprendimientos de la Ciudad de México y Estado de México que no han realizado ningún pago y, a los que tienen pagos atrasados.

3) Implantación del plan, tomando en cuenta los siguientes factores (quién, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué) para poder realizar la planificación.

- Quién: Un integrante de la gerencia de Atención ciudadana es quien llevó a cabo las visitas a cada uno de los emprendimientos deudores.
- Cómo: Se solicitó el préstamo de un automóvil para realizar el recorrido.
- Cuándo: Estas rutas las diseñé en el momento que los emprendimientos no realizaron sus pagos de reembolso de créditos.
- Dónde: Diseñé las rutas en Google Maps para visitar los emprendimientos de Ciudad de México y Estado de México.
- Por qué: De esta manera, se pueden saber qué inconvenientes han tenido los Colectivos y Cooperativas para realizar sus pagos.
- Para qué: El diseño de rutas es una estrategia que implementé para establecer el equilibrio dentro de la organización, logrando que los emprendimientos a los que se visitan realicen sus pagos en los próximos días y se pongan al corriente.

4) Revisiones del progreso y autoevaluación: La Financiera para el Bienestar, cuenta con un sistema llamado “metabase” donde pude verificar los pagos realizados y mediante el cual llegan notificaciones de estos. De manera que, al ir pagando, fui sacando a los emprendimientos de la ruta de visitas.

La Administración por Objetivos, me permitió fijar metas en un determinado tiempo. Así, fijé objetivos cuantitativos, es decir, determiné rutas y tiempos en los que se

deben realizar las visitas; el reflejo de reembolsos me permitió saber si se alcanzó el objetivo o no.

Para el diseño de rutas de verificación, empleé insumos humanos y tecnológicos, ubiqué el proyecto a visitar, el nombre del representante, horario de salida y tiempo en llegar, destino y hora de llegada, consideré un lapso de 20 minutos por visita y una hora de comida para el funcionario que la realiza, contemplé un horario máximo de regreso a la FINABIEN que fue hasta las 18:00 Hrs. Cada uno de los domicilios los ingresé en una ruta de Google Maps y unifiqué la ruta para llevar a cabo la visita de cada uno de los emprendimientos.

Para controlar el cumplimiento de estas funciones y actividades, me apoyé en el siguiente sistema fluido de información (documento) que me permite detectar al emprendimiento deudor, folio de crédito otorgado, dirección, monto del apoyo otorgado, número de mujeres y hombres que integran el proyecto; así como un registro de datos cualitativos como la ubicación del negocio, característica del espacio, actividad que realiza, para qué se utilizó el crédito, saber si cuentan con algún permiso, medios por dónde realizan sus ventas y sucursales, misma información que se deberá visualizar en las fotografías tomadas en la visita.

GERENCIA DE ATENCIÓN CIUDADANA

Folio de Crédito : _____

Fecha de visita : __/__/2024

Hora de visita: __:__ horas.

Nombre del Colectivo Solidario o Sociedad Cooperativa: _____

Dirección del negocio: _____

Persona servidora pública que realiza la visita: _____

Representante del emprendimiento: _____

Es: Sociedad Cooperativa ☐ Colectivo Solidario ☐ Monto del apoyo: _____

No. Personas integrantes del Colectivo Solidario o No. de hombres integrantes: _____

Sociedad Cooperativa: _____ No. de mujeres integrantes: _____

Datos que observa la persona servidora pública que realiza la visita y se manifiestan en las fotografías :

A) El negocio está en: B) El espacio es: C) La actividad que realiza es: D) Utilizó su crédito para:

☐ Mercado

☐ Propio

☐ Textiles

☐ Insumos

☐ Casa

☐ Rentado

☐ Artesanías

☐ Inmobiliaria

☐ Local

☐ Prestado

☐ Horticultura y floricultura

☐ Maquinaria

☐ Vía pública

☐ Otro

☐ Alimentos

☐ Transporte

☐ Cuál: _____

☐ Salud

☐ Logística

☐ Otro

☐ Otro

Cuál: _____

☐ Cuál: _____

E) La Sociedad Cooperativa o Colectivo Solidario requiere de un permiso o trámite para operar: F) Por qué medio se realizan sus ventas: G) Cuenta con sucursales o puntos de venta directa:

☐ Sí
☐ No

☐ Venta directa

☐ Sí

☐ Redes sociales

☐ No

☐ Otro

Onde: _____

Cuál: _____

H) El Colectivo Solidario o Sociedad Cooperativa tiene contratos comerciales con instituciones públicas, privadas y/o sociales:

☐ Sí

☐ No

Cuál: _____



Firma de la persona
servidora pública

Firma de la persona que
recibió visita

Las siguientes tablas las elaboré con el objetivo de, que la información de las rutas fuera clara y precisa para quien realiza la visita. También forman parte del flujo de información y nos muestran la administración de actividades y tiempos para el cumplimiento de metas (visitas a emprendimientos y reembolsos).

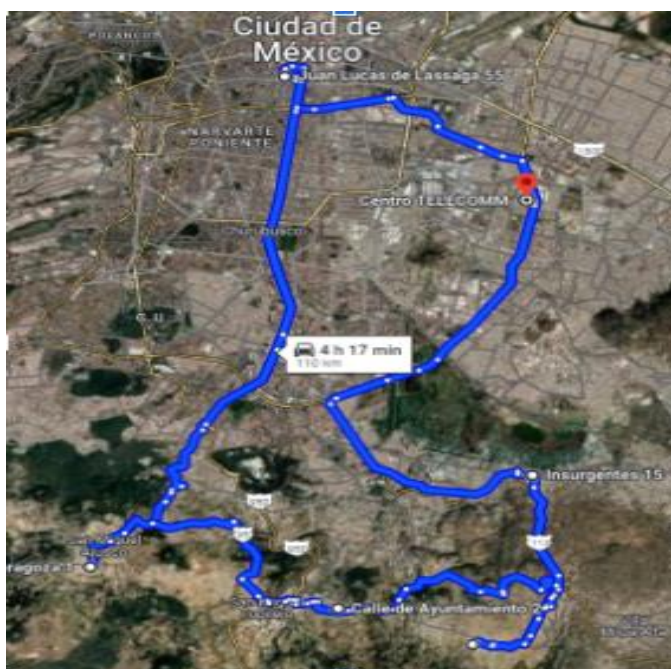
Ruta de emprendimientos Ciudad de México:

Proyecto a visitar	Nombre del representante	Alcaldía	Lugar y hora de salida	Destino y hora de llegada	Persona que realizó la visita
Don Fer puntográfico del centro S.C. de R.L. de C.V.	Roberto N.	Cuauhtémoc	Centro TELECOMM II 9:00 Hrs.	Juan Lucas De Lassaga 55, Obrera 9:40 Hrs.	
Centro de estudios Mayahuel	Luis N.	Tlalpan	Juan Lucas De Lassaga 55, Obrera 10:00 Hrs.	Ignacio Zaragoza 1, Santo Tomas Ajusco, 14710 10:50 Hrs.	
Zoe Dental	Stephany N.	Xochimilco	Ignacio Zaragoza 1, Santo Tomas Ajusco, 14710 11:10 Hrs.	Ayuntamiento 2, San Francisco Tlalnepantla, 16900 12:00 Hrs.	
Cepayalli Momoxco	Fernando N.	Milpa Alta	Ayuntamiento 2, San Francisco Tlalnepantla, 16900 12:20 Hrs.	Nicolás Bravo 26, San Miguel, 12400 13:05 Hrs.	
Grupo Hortalizas del Sur	Juan N.	Xochimilco	Nicolás Bravo 26, San Miguel, 12400 13:15 Hrs.	Insurgentes 15 Int. 1, San Gregorio Atlapulco, 16600 13:50 Hrs.	
Hora de comida 14:10 a 15:10 Hrs.					

Centro TELECOMM II		Iztapalapa	Insurgentes 15 Int. 1, San Gregorio Atlapulco, 16600 15:10 Hrs.	Centro TELECOMM II 16:05 Hrs	
--------------------------	--	------------	--	---------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Mapa de Ruta



Observaciones:
Ruta para emprendimientos ubicados en el Sur de CDMX https://maps.app.goo.gl/LDaXy6VKHowkN76cA
Se considera una hora de comida de 14:10 a 15:10 Hrs.
El lapso considerado para aplicar cada visita es de 20 min.

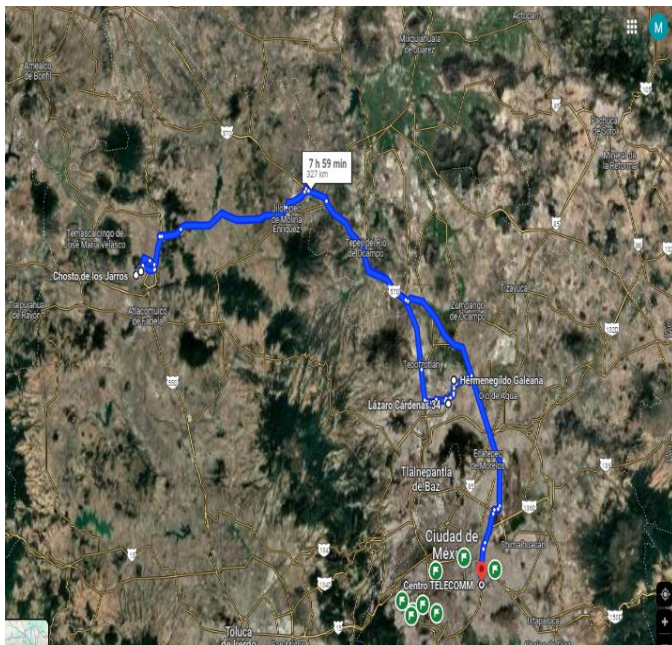
Fuente: Elaboración propia.

Ruta de emprendimientos Estado de México

Proyecto a visitar	NOMBRE DEL REPRESENTANTE	Municipio	Lugar y hora de salida	Destino y hora de llegada	Persona que realizó la visita
Alimentos	Selene N.	Tultepec	Centro TELECOMM II 9:00 Hrs.	Hermenegildo Galena SN Jardines De Santa Cruz, 54965 10:50 Hrs.	
Dulcería el Cheto	Santiago N.	Tultepec	Hermenegildo Galena SN Jardines De Santa Cruz, 54965 11:10 Hrs.	Lázaro Cárdenas 34, Colonia 10 de Junio, 54980 11:28 Hrs.	
Globos Dany	Gustavo N.	Atlacomulco	Lázaro Cárdenas 34, Colonia 10 de Junio, 54980 11:48 Hrs.	Primer Cuartel SN, Loc San Bartolo Lanzados, 50460 14:00 Hrs.	
Hora de comida 14:00 a 15:00 Hrs					
Finca Bovina	Carlos N.	Atlacomulco	Primer Cuartel SN, Loc San Bartolo Lanzados, 50460 15:20 Hrs.	Loma bonita SN, Chosto De Los Jarros, 50466 15:25 Hrs.	
Centro TELECOMM II		Iztapalapa	Loma bonita SN, Chosto De Los Jarros, 50466 15:45 Hrs.	Centro TELECOMM II 18:00 Hrs	

Fuente: Elaboración propia.

Mapa de Ruta



Observaciones:

Ruta para emprendimientos ubicados en Tultepec y Atlacomulco,

Edomex <https://maps.app.goo.gl/ts2wDkdiXkE56WcD9>

Se considera una hora de comida de 14:00 a 15:00 Hrs.

El lapso considerado para aplicar cada visita es de 20 min.

Fuente: Elaboración propia.

6. Logros y aportaciones

La realización de prácticas profesionales en el Área de Atención Ciudadana dentro de la Financiera para el Bienestar, me permitió mejorar la gestión de la Red de Mercaditos Solidarios, esto desde la integración de nuevos emprendedores que fueron sondeados con el fin de ayudarlos a dar a conocer sus productos que son elaborados de manera saludable, sostenible y sustentable, hasta la creación y modificación de documentos tales como la Solicitud de registro, Reglamento, Control de instalación e integración de datos de los expositores, Derrama económica, Formularios de participación y Gafetes que permiten tener el control en el flujo de información y una mayor eficiencia en la administración de los Mercaditos Solidarios.

Además, la campaña de promoción y difusión que efectué de la Red de Mercaditos Solidarios fue un empuje de la economía social y solidaria tanto en redes sociales como en cada una de las comunidades donde se instalaron los Mercaditos Solidarios, de manera que, no solo se construyeron cadenas de consumo saludable y responsable sino también, se crearon y garantizaron espacios de intercambio cultural y participación social.

También, elaboré un catálogo de canastas navideñas donde alcancé la intención comunicativa, es decir, logré persuadir a los receptores para tener un consumo consciente y responsable, de ahí que los emprendedores lograron incrementar sus ventas en la temporada decembrina.

Por último, creé una estrategia de recuperación de pagos de los créditos otorgados a Colectivos y Cooperativas, mediante el diseño de rutas de verificación para visitas a los emprendimientos deudores, teniendo como resultado un mayor número de reembolsos en días posteriores a cada visita realizada; así, estos recursos económicos pueden ser dispuestos nuevamente para otorgar otros apoyos.

Todas estas actividades en conjunto formaron parte del cumplimiento de metas y objetivos para el desarrollo y, por ende, buen funcionamiento del proyecto al desarrollar estrategias que han mejorado el flujo de información del proyecto Red de Mercaditos Solidarios.

7. Conclusiones

Las prácticas profesionales que realicé en la Financiera para el Bienestar me han permitido no solo, aplicar los conocimientos que adquirí en la universidad, sino también, desarrollar habilidades, aptitudes y conocimientos que más adelante podré aplicar en el ámbito profesional y personal.

Considero que las actividades solicitadas y realizadas dentro de la Gerencia de atención ciudadana, siempre fueron acordes a mi perfil profesional, donde pude implementar, desarrollar, integrar y manejar las técnicas y saberes de las diversas áreas que brinda la comunicación.

Es importante mencionar que, debido a que fui participe dentro de una institución gubernamental, no fue posible realizar algunas actividades con total libertad. Siendo este, el caso de la creación y diseño del catálogo navideño, donde tuve que modificar las plantillas que ya había realizado, apegándome a un diseño tradicional, es decir, más conservador. Entiendo que estas situaciones se pueden presentar comúnmente, sobre todo, en este tipo de instituciones en las cuales hay que apegarse al sistema y adaptarse.

Por otro lado, pude conocer los diversos procesos comunicativos y culturales, a través del acercamiento que tuve con las comunidades que conforman la Red de Mercaditos Solidarios. Comunidades que se han conformado simbólicamente y que, permiten tener nuevas visiones del entorno.

Al integrarme a este proyecto, conocí detalladamente lo que es la economía social y solidaria y las funciones que tiene la Financiera para el Bienestar para el logro de

objetivos en función de este nuevo modelo económico. Así, me comprometí con el proyecto y con cada una de las personas y comunidades que participan en él, apoyando, participando y difundiendo las nuevas formas de consumo, consiente y responsable.

Ahora, me encuentro con la disposición de colaborar e implementar proyectos similares que tengan como objetivo el impulso de la economía social y solidaria, donde pueda integrar y apoyar a las comunidades de otras zonas y que, personas de los alrededores tengan un acercamiento e interactúen con otras prácticas culturales.

Finalmente, las relaciones interpersonales que tuve durante la realización de prácticas profesionales permitieron que la planeación, ejecución y producción de las tareas y actividades, fueran llevadas a cabo con mayor eficiencia; la escucha, el dialogo y la retroalimentación, son un conjunto de signos que permiten tener una comunicación efectiva.

8. Referencias

Amado, Julio (2015). "Comunicación y cultura: conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación" en <https://www.libros.unam.mx/digital/V8/2.pdf>

Enrique, Ana (2007). "La comunicación empresarial en situaciones de crisis, estudio de caso: la crisis de Fontaneda" en

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4142/aej1de1.pdf>

Financiera para el Bienestar, (2024). Gobierno de México en

<https://www.gob.mx/finabien>

Garrido, Goldhaber y Putnam, (2020). "Fundamentos de Comunicación

organizacional de la organización a la estrategia en el siglo XXI" en

[https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Garrido-](https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Garrido-4/publication/343629110_Fundamentos_de_Comunicacion_Organizacional_2022/inks/5f6a6d1aa6fdcc0086345f39/Fundamentos-de-Comunicacion-Organizacional-2022.pdf)

[4/publication/343629110_Fundamentos_de_Comunicacion_Organizacional_2022/inks/5f6a6d1aa6fdcc0086345f39/Fundamentos-de-Comunicacion-Organizacional-2022.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Garrido-4/publication/343629110_Fundamentos_de_Comunicacion_Organizacional_2022/inks/5f6a6d1aa6fdcc0086345f39/Fundamentos-de-Comunicacion-Organizacional-2022.pdf)

Guillen, Ángel y Ramírez Elvira. (1990). Administración por objetivos.

Documentación administrativa No. 223 en <https://doi.org/10.24965/da.v0i223.5198>

Lagos, Jorge (2010). "Retórica de la imagen" en

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/efilolo/n45/art04.pdf>

Mead, George Herbert (1982). "Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social" en

https://www.academia.edu/3765351/09_Mead_Espiritu_persona_y_sociedad

Pérez, Adriana y Valadez, Celina (2019). “Economía Solidaria y Cooperativismo” Vol. 7 en https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/08/manual_7_cooperativismo.pdf

Perlasca, José y Valadez Celina (2019). “Economía Solidaria y Soberanía Alimentaria desde la Agroecología”, Vol. 5 en https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/08/manual_5_soberania_alimentaria.pdf

Reyes, Agustín (2005). “Administración por objetivos” en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UqqqNUQwX-QC&oi=fnd&pg=PA11&dq=administraci%C3%B3n+por+objetivos&ots=tVepzLdwGu&sig=0XL-8s0G7UcR1Q66zi29KD40-jo#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20por%20objetivos&f=false>

Valadez, Celina; André, Euclides y Rivera, José (2019). “Manual Economía Solidaria y el Buen Vivir”, Vol. 1, en https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/08/manual_1_economia_solidaria_y_el_buen_vivir.pdf

Vilchis, Luz del Carmen (2016). “Diseño: universo de conocimiento, Teoría general del diseño” en <https://www.qartuppi.com/2016/UNIVERSO.pdf>