

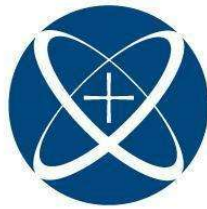
INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Psicología, Educación y Salud

Desarrollo con inclusión

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Innovación en Nutrición y Salud Pública



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

2 G04 COMER CONVOCA: ACCIÓN SOCIAL PARA ENTORNOS SALUDABLES

Cooperativa de Consumo Consciente MILPA

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Nutrición y Ciencias de los Alimentos. Cynthia Estefania De Alba De los Santos

Lic. en Nutrición y Ciencias de los Alimentos. María Fernanda León Sánchez

Lic. en Mercadotecnia. Susana Daniela López Ortega

Lic. en Gestión Cultural. Renata Emilia Rodríguez

Profesor PAP: Rodrigo Rodríguez Guerrero

Tlaquepaque, Jalisco, Julio 2020

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	4
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	4
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto	5
1.2 Caracterización de la organización	10
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	12
1.4. Planeación de alternativa(s)	11
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	12
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	18
1.7. Bibliografía y otros recursos	23
1.8. Anexos generales	20
2. Productos	25
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia	41
3.1 Sensibilización ante las realidades	41
3.2 Aprendizajes logrados	44

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que se planea de manera participativa con los actores sociales involucrados, orientados a dar soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

Al atender los PAP situaciones complejas y con pertinencia social, se acredita el servicio social y la opción terminal de titulación. Este reporte se conforma de tres componentes vinculados pero diferenciados a la vez, para aprovecharse de manera conjunta e independiente.

El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

El nombre del PAP es Comer Convoca. Este proyecto es una recopilación de varios escenarios, en nuestro caso, abordaremos el escenario de Cooperativa de Consumo Consciente Milpa. Su principal objetivo es reflexionar sobre el buen vivir, facilitando por medio de esta cooperativa Milpa el acceso a alimentos, productos y servicios de calidad para todos los estratos sociales. Orienta, complementa y comparte el trabajo de producción para construir un sistema que aporte a la soberanía agroalimentaria. Mediante este proyecto, se busca sistematizar la experiencia de la cooperativa para generar un modelo que pueda ser retomado por otros. Para poder lograr esta sistematización se requiere: creación y difusión de contenido informativo y visual sobre la cooperativa en general; es decir: quiénes son los productores, cómo obtener la canasta que ofrece la cooperativa, cuándo, cómo y dónde, administración de los productores, recopilación de los certificados que avalen que todos los productores brindan alimentos orgánicos, artesanales y agroecológicos. En primera instancia, se busca delimitar el ámbito y el contexto, caracterización de la organización, planeación de alternativas para así- poder planear las soluciones.

Finalmente, desarrollamos la propuesta de mejora y valorando los resultados e impactos, se logró alcanzar una buena difusión en redes sociales como Instagram y Facebook, con una planeación hasta diciembre 2020. Asimismo, logramos un buen impacto en el sitio web en donde el público lector podrá encontrar la información completa de productos y productores, así como toda la metodología para ser parte de la cooperativa como consumidor o cooperativista. Por último, se actualizaron los documentos de trámite para personas que desean ser usuarios de la cooperativa o personas que ya participan en. La actualización de estos documentos justamente resuelve y facilita la sustentabilidad del proyecto, su mejor continua y su presentación como modelo reproducible.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa transfieren sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico

y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

Hay una importancia en basar la alimentación adecuada en un cumplimiento del derecho humano a la alimentación y en las categorías políticas que nos brinda la soberanía alimentaria (Torres Vitela, 2016). Se presenta una parte primordial de que cumplir esta necesidad con los satisfactores cultural, social y biológicamente adecuados es la base para el desarrollo humano, social y ambiental.

Actualmente hay una ideología del consumismo y un discurso publicitario, que tiene en su centralidad el libre mercado y un individuo atomizado como unidad constitutiva de la sociedad. Esto afecta el ejercicio de ciudadanía y los procesos de construcción colectiva. De esta forma, se pone en disputa que un cambio en el modelo de consumo está en el eje núcleo de trabajo del movimiento de la Economía Social y Solidaria (Caracciolo et al., 2017).

El consumo es, también, un ámbito de conflicto. El ámbito político usa el consumo como intervención y espacio para pensar, para transformar, para construir colectivamente. Así que se necesita un consumo transformador en el que desde sus prácticas y sentidos tiende a cambiar el estado de las cosas. Esta cuestión por otro modelo de consumo/demanda sería lo que pudiera construir ciudadanía, profundizar las sinergias al interior del movimiento y apuntalar un sujeto político. Esto no solo es económico sino, es principalmente política y cultural.

Es importante también voltear a ver los antecedentes históricos de dónde viene la educación popular para hacer una delineación más amplia de su definición. Hay que mencionar que personas como estudiantes, jóvenes militares, intelectuales y religiosos se apoyaron del trabajo sociopolítico a consecuencia de los fenómenos sociopolíticos que se desarrollaron en la segunda mitad del siglo XX. Después de las guerras había inquietudes, sociales, capitales, tecnológicos y de políticas públicas que surgen como necesarias de atender.

Se introduce a Paulo Freire que en los sesenta hace aportes significativos al inicio de la expresión moderna y la corriente de pensamiento “educación popular”. A raíz del contexto histórico la educación popular abarca desde aspectos como la defensa de derechos humanos hasta el cuidado del medio ambiente (Núñez Hurtado, 2005).

Así, se formula una definición que va en que es una propuesta teórico-práctica, que siempre está en construcción. Parte y se funde desde una visión ética humanista y formula una forma de enseñanza basada en la participación, el diálogo, y en la complementación de una variedad de saberes. Sus elementos más importantes son su posición ética dónde siempre se favorece la acción siendo crítico al sistema económico neoliberal en el que vivimos. El marco epistemológico en el que se considera que la enseñanza debe de ser holística, procesual, integral, contextual para considerar todo lo que implica ser un ser humano. También, debe tener una propuesta metodológica y pedagógica en el que el espacio dónde se aprende es democrático. Por último, tiene un carácter político donde se favorece a los marginados u oprimidos para asumirse como acto político.

Para poder entender la situación problemática del escenario es importante conocer los conceptos que definen el ser del escenario. Así como las necesidades de las cuales surgió la Cooperativa de Consumo Consciente MILPA. A continuación, se presenta una serie de conceptos importantes, así como antecedentes históricos de la cooperativa.

La Cooperativa de Consumo Consciente MILPA, nace a través de la necesidad de atender a una comunidad que busca tener acceso a productos y alimentos de carácter orgánico y agroecológico, a un precio justo y accesible, tanto para consumidores como productores. Además, otro objetivo de la cooperativa es generar soberanía alimentaria y economía solidaria a través de la comercialización de productos y alimentos de productores locales.

La Alianza Cooperativa Internacional, define el término cooperativa como “empresas centradas en las personas que son propiedad, están controladas y son dirigidas por y para sus miembros, con el fin de responder a las necesidades y aspiraciones comunes.” (Alianza Cooperativa Internacional, s.f.). Las cooperativas están basadas en valores, por lo que comparten principios y actúan juntas para mejorar el mundo por medio de la cooperación.

Milpa, dentro de su cooperativa tiene establecidos ciertos valores para el buen funcionamiento y lograr la transparencia tanto de manera económica como informativa. Los valores particulares de Milpa son: compromiso, congruencia, diálogo, dignidad, confianza, respeto y reciprocidad. Además de estos valores, la Alianza Cooperativa Internacional propone una serie de principios mencionados a continuación, por medio de los cuales se ponen en práctica los valores.

1. Asociación voluntaria y abierta
2. Control democrático de los miembros
3. Participación económica de los socios
4. Autonomía e independencia
5. Educación, formación e información
6. Cooperación entre cooperativistas
7. Sentimiento de comunidad

Existe una gran variedad de cooperativas, la Cooperativa de Consumo Consciente Milpa pertenece una cooperativa de consumo, sin embargo, no está conformada legalmente como tal, sino, un colectivo que trabaja bajo los principios y valores cooperativistas. La Hispacoop define este tipo de cooperativas como "una sociedad de personas cuyo objetivo es realizar una actividad económica que tenga por objeto el suministro de bienes o servicios para consumo o uso de sus socios y de quienes con ellos convivan habitualmente." (Hispacoop, s.f.)

La cooperativa de consumidores responde a iniciativas colectivas encaminadas a resolver necesidades comunes de los consumidores. En este sentido, Milpa responde a las necesidades de tener un estilo de vida más saludable, consumiendo alimentos y productos producidos de manera orgánica, agroecológica, artesanal y libres de pesticidas; además de promover el comercio justo y una economía solidaria.

“El comercio justo, es un movimiento que lucha por una justicia global por medio de la comercialización de productos y alimentos elaborados en condiciones justas, movilización social e incidencia política.” (El Portal de la Economía Solidaria, s.f.) De igual a través de

este portal, Luis Razeto explica que la economía solidaria, es un método alternativo para crear economía basándose en solidaridad y trabajo. (Razeto, 2018)

Una de las principales características que forman a la cooperativa es la búsqueda de soberanía alimentaria, la FAO (Por sus siglas en inglés: Food and Agriculture Organization - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) la define como “el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas y estrategias sustentables de producción, distribución y consumo de alimentos que garanticen el derecho a la alimentación para toda la población, con base en la pequeña y mediana producción, respetando sus propias culturas y la diversidad de los modos campesinos, pesqueros e indígenas de producción agropecuaria, de comercialización y de gestión de los espacios rurales”. (FAO, 2020)

De igual manera, se incluye el consumo consciente, en donde los cooperativistas al consumir los alimentos de la cooperativa no solo se tratan de satisfacer sus necesidades fisiológicas, sino que también toman en cuenta el carácter económico, social y medioambiental (Medicus Mundi Álava, Mugarik Gabe, Fundación Paz y Solidaridad, y Setem Hego Haizea, 2015)

La guía de consumo consciente y responsable también menciona que este tipo de consumo no tiene que verse como una obligación, debe ser algo liberador. Se trata de una forma de comportamiento que nos parece positiva y necesaria y, por tanto, hacia la que tender. Por lo tanto, el consumo consciente y responsable toma en cuenta: (Medicus Mundi Álava, Mugarik Gabe, Fundación Paz y Solidaridad, y Setem Hego Haizea, 2015)

- Considerar el impacto ambiental y social, desde el punto de vista del ciclo de vida del alimento que se compra, teniendo en cuenta el conjunto del proceso desde la producción, transporte, distribución, consumo y los residuos que genera al final de su vida.
- Plantear qué tipo de comercio y sistema económico favorecemos.
- Asegurar la calidad de lo que se compra, de cara a adquirir bienes más útiles, saludables y duraderos.

Por otro lado, se destaca que los alimentos que se obtienen en CCC Milpa son producidos con procesos libres de pesticidas, o sin químicos sintéticos que a la larga pueden ser dañinos

para la salud. Esto en la actualidad a resultado que se retomen costumbres milenarias, siguiendo procesos en donde se cultiva todo de manera natural. Uno de los procesos que se utilizan es la agroecología “que busca volver a conectar a productores y consumidores a través de una economía circular y solidaria en la que se dé prioridad a los mercados locales y se apoye el desarrollo económico local creando círculos virtuosos. Los enfoques agroecológicos promueven soluciones justas basadas en las necesidades, los recursos y las capacidades locales y crean mercados más equitativos y sostenibles. Fortalecer los circuitos alimentarios cortos puede incrementar los ingresos de los productores de alimentos al tiempo que mantiene un precio justo para los consumidores”. (FAO, 2001)

A continuación, se presentan algunos antecedentes históricos de la organización CCC Milpa, con los que a lo largo de los años se ha conformado y se ha convertido en lo que se conoce hasta el día de hoy. Dichos antecedentes se dividen en tres etapas. (Rodríguez, 2019)

Primera etapa “Coincidencia y planeación”	Segunda etapa “Difusión y puesta en marcha”	Tercera etapa “Actualidad”
<p data-bbox="375 993 654 1016">Mayo del 2013 a febrero del 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="370 1041 695 1157">✦ En mayo del 2013 varios de los que ahora son cooperativistas fundadores coinciden en un evento denominado “7ma. Ecofiesta agroecológica”. <li data-bbox="370 1182 695 1318">✦ En agosto del 2013 realizan la primera actividad colectiva que consistía en un taller de cooperativismo denominado “Agroecología, ciudad y autosuficiencia”. <li data-bbox="370 1344 695 1438">✦ Durante octubre del 2013 y febrero del 2014, las reuniones continúan en lo que podría considerarse su primera sede: “Casa Arvol”. <li data-bbox="370 1463 695 1600">✦ En el mes de febrero del 2014 organizan la primera visita a la parcela de uno de los productores que aun surten productos en la cooperativa. Lanzan la invitación a ser cooperativista. 	<p data-bbox="751 993 1031 1016">Febrero del 2014 a enero del 2015</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="730 1041 1088 1178">✦ El 15 de febrero del 2015 se da la asamblea en que propiamente se funda la CCC Milpa, aunque aún no tenían un nombre definido, por lo que inician actividades solamente como Cooperativa de Consumo Consciente. <li data-bbox="730 1203 1088 1381">✦ Durante el periodo de marzo a mayo 2014, integrantes de la cooperativa realizaron visitas a parcelas de productores, reciben con regularidad quincenal las canastas, y realizan la primer Asamblea ordinaria en el lugar que se convertiría en la segunda sede “Casa Rosa”. <li data-bbox="730 1407 1088 1522">✦ En el mes de junio se cambia el nombre como organización al que actualmente tienen, es decir: Cooperativa de Consumo Consciente Milpa (CCC Milpa) <li data-bbox="730 1547 1088 1621">✦ En septiembre del 2014 se realiza la primera reunión con productores que abastecen a la cooperativa. 	<p data-bbox="1141 993 1390 1016">De enero del 2015 hasta ahora</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1120 1041 1433 1178">✦ Da comienzo con el taller de planeación estratégica para la cooperativa. Dicho taller sirve para sentar las bases en las cuales se buscaría un camino para consolidar a CCC Milpa. <li data-bbox="1120 1203 1433 1402">✦ Para el año 2015 la CCC Milpa habría cumplido ya su primer año de actividades sin interrupción, había formado ya una estructura organizativa que le permitía operar y mantenía relaciones directas tanto con productores y consumidores, así como con otras organizaciones.

1.2 Caracterización de la organización

La Cooperativa de Consumo Consciente MILPA nace de la necesidad de mejorar los hábitos de consumo y de mejorar el acceso a alimentos y productos de alta calidad a un precio justo para contribuir a la construcción de la soberanía alimentaria.

La Cooperativa de Consumo Consciente Milpa es un grupo organizado que principalmente busca crear y fomentar conciencia e involucrar a personas de manera comunitaria para proponer un nuevo modelo de consumo que sea justo y sustentable. Toman en cuenta la necesidad de llevar productos de calidad a todos los estratos sociales. Por esto, buscan las maneras de crear un sistema sostenible y reproducible implementado prácticas como el trabajo por encima del capital, ingreso y egreso libre y voluntario, participación en toma de decisiones de forma democrática, entre otras. Los tipos de alimentos con los que trabaja CCC Milpa van desde lo orgánico y agroecológico, hasta lo que es transitivo y artesanal.

¿Cómo funciona?

		Calle Efraín González Luna 2183, Col Americana, Obrera, 44140 Guadalajara Jal.			
		Las entregas son cada 15 días. Puede depender por días festivos o vacaciones. ¡Checa el calendario!		Siempre puedes participar más e incidir más en CCCMILPA: acércate, platica, participa, apoya.	
Llena una guía de ingreso y paga 350 pesos *(\$210 valor de la comida y \$140 aportación a la CCCMILPA)	→	Acude al lugar de entrega y recoge la canasta	→	Entrega de canasta (cada 15 días)	
	→		←		
	→		→		
	→		←		

La inscripción es libre	Puedes disminuir el costo de la canasta por \$100 pesos si decides apoyar y participar en las actividades de la cooperativa	LIBRE DEMANDA Ten en mente que por medio de correo puedes escoger personalmente tus productos o revisar los productos que puedes liquidar aparte durante la entrega.
-------------------------	---	--

La Cooperativa está conformada por diferentes actores; cooperativistas, productores que firman una Asamblea General y un consejo de comisiones. La participación de todos ellos es fundamental para que la cooperativa pueda operar adecuadamente. Los integrantes del consejo no solo fungen las funciones de sus comisiones, sino que también son parte de los cooperativistas.

Los cooperativistas son consumidores interesados ya sea en la obtención de alimentos orgánicos, libres de pesticidas; interesados en mejorar su salud o en ayudar a la economía local.

Actualmente, los productores que participan en la cooperativa son trece proveedores diferentes. Cada una de ellas aporta una variedad diferente de alimentos y productos orgánicos, agroecológicos o en transición que cultivan ellos mismos, y que están ubicados en zonas cercanas en el estado de Jalisco. Se nombran a continuación:

- Juan Manuel
- Antonio Enciso
- Francisco Mayorga
- Juan Zuñiga
- Margarita Pérez
- Blanca Arellano
- Ana Luz Zepeda
- Emmanuel
- Eric Alvarado
- Margarita Álvarez

- Marca Quesart
- José Canal
- Adrián Jiménez

El consejo de comisiones está integrado por seis personas, cada una de ellas tiene diferentes responsabilidades descritas a continuación:

- Rodrigo Rodríguez: coordinación.
- Miguel Anguiano: comercialización y consumo.
- Valentín Arnaud: mejora y calidad; acceso a la información.
- Oscar Loreto: mercadotecnia social y comunicación interna.
- Paulo Orozco: aprendizaje.
- Hermelinda Gómez: finanzas.
- Además, se cuenta con el apoyo de estudiantes universitarios de ITESO y UDG por medio de proyectos de aplicación profesional y servicios social.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Conviene exponer como antecedente la identificación de problemas de problemas que se elaboró en el anterior PAP, así mismo explicar la metodología con que se identificó la problemática

En el periodo anterior, es decir, el semestre de primavera 2020, se realizó un diagnóstico utilizando la herramienta del diagrama de Ishikawa. A través de este diagrama se identificó una serie de problemáticas junto con sus sub-causas para determinar cómo todas aquellas situaciones afectan al problema principal. Así mismo, cómo solucionando la problemática principal se eliminan aquellas que abonan a la misma.

A continuación, se presenta el diagrama Ishikawa con la problemática y causas correspondientes.



DIAGRAMA ISHIKAWA

Revisando las publicaciones desde marzo de la Cooperativa, se comparte una variedad de fuentes de información, noticias, comunicados, e información nutricional y consejos de preparación sobre los productos en sí. También se hace hincapié en la importancia de agradecer a las personas que hacen posible que tengamos alimentos en nuestros hogares, ya sea agricultores, jornaleros y todos que son parte de la cadena de producción alimenticia. Se ofrece información sobre por qué es importante consumir local y tener soberanía alimentaria. También se comparten noticias relacionadas con la pandemia y como esta ha afectado a personas que inciden en la producción de alimentos. Se da información sobre las propiedades y los beneficios de alimentos que suelen ser parte de la canasta, y hasta se dan tips sobre cómo prepararlos. Las publicaciones de CCC Milpa tiene un carácter informativo y educacional, y de generación de conciencia por medio de preguntas que hacen reflexionar. Se incluyen algunas publicaciones que remiten a la CCC Milpa en sí, como recordando los alimentos que la canasta suele incluir, y fechas importantes como el aniversario de la Cooperativa que es motivo de celebración.

A través de la recolección de información con la que ya cuenta la cooperativa y analizándola, se encontraron una serie de objetivos nuevos para trabajar y mejorar durante el periodo escolar del verano 2020.

El primer objetivo es crear una campaña en las redes sociales para mantenerlas activas y promover la comunicación externa de la cooperativa. Para esto es necesario generar los contenidos de las redes a utilizar, las cuales serán Facebook e Instagram. Los contenidos deberán ser suficientes para cubrir las publicaciones hasta el mes de diciembre.

En otra instancia, otra problemática es que la cooperativa necesita tener una administración acerca de los productores.

Por lo tanto, el segundo objetivo es la administración. Se busca generar carpetas que contengan los certificados de los productores. Generar un documento con la relación que muestre la relación de productores, lugares de producción, productos que nos proveen, y si son o no facilitadores para otros productores. En consecuencia, se genera un producto de divulgación con esta información una vez determinados los insumos. Finalmente, generamos una propuesta por escrito de cómo mantener actualizada y sistematizada esta información para que esté entendible, organizado y estructurado para las personas que vayan integrándose a la cooperativa y a su vez, de manera administrativa.

Identificamos que falta actualizar los documentos de ingreso a la cooperativa. El documento que tiene problemas por solucionar es la “Guía de introducción e ingreso” para la cooperativa. Esta guía debe de ser accesible y fácil de leer. También debe de contener la información básica para que alguien entre y sepa a lo que se está metiendo. Como tercer objetivo está la actualización de este documento. La información que proponga el documento debe de remediar el trabajo de los cooperativistas en no tener que explicar personalmente a todos los usuarios en qué va la cooperativa. También se necesita que la guía ponga a la mano la información básica de página de internet y teléfono para los usuarios.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Teniendo en cuenta los diferentes objetivos previamente descritos, se presentan a continuación una serie de actividades para trabajar en ellas de acuerdo a cada objetivo, para que con cada una de estas mejore el funcionamiento y las actividades de la cooperativa.

Para el primer objetivo sobre la campaña de marketing en redes sociales se tiene planeado utilizar Facebook e Instagram. Para las publicaciones de estas redes sociales se tendrán varias temáticas explicadas a continuación:

- Informativas, publicaciones con información sobre la cooperativa y su filosofía. De igual se incluirán las propiedades nutrimentales de los alimentos.
- Recetas, sencillas preparaciones que incluyan alimentos y/o productos de la cooperativa, también que sean saludables.
- Testimonios, participación de los cooperativistas, productores e incluso miembros del consejo sobre su experiencia en la cooperativa.
- Productores, dar a conocer las personas que hacen posible la entrega de las canastas, los alimentos que produce, los lugares en donde los produce y sus formas de producción.

Consideramos que la actualización continua de las redes sociales que maneja CCC Milpa es un elemento clave para que personas externas se vean interesadas en unirse a la cooperativa y les resulte fácil comunicarse a la misma, así como también aquellas personas que ya forman parte y puedan interactuar de una forma sencilla con la página y les resulte satisfactorio pertenecer a la comunidad.

Para el segundo objetivo de administración y divulgación de insumos se llegó al siguiente acuerdo con la asamblea:

- Administrativo: Se tiene planeado recaudar todos los certificados y estatus actual de cada productor con el fin de que la asamblea de la cooperativa tenga toda la documentación vigente y en orden. Esto se realizará mediante la creación de carpetas que contengan los certificados con nombre de cada productor y se encuentren vigentes.

- Documento de relación de productores: Se planea generar un documento donde podamos ver de manera visual utilizando excel, la relación de productores, lugares de producción, productos que nos proveen, y si son o no facilitadores para otros productores.
- Divulgación de insumos: Se planea que una vez que se cuente con la carpeta de certificados vigentes, y el documento que nos sintetice la relación entre productores, generemos en el sitio web páginas de publicidad de cada productor. De esta manera, podremos plasmar de manera detallada qué productos brindan a la cooperativa, si están certificados o no los productores, dónde se encuentra su producción, quién es el productor, fotos que le permitan a la gente sentir cercanía de dónde provienen sus productos.

Consideramos que esta planeación de alternativas brindará orden a la CCC Milpa, brindará publicidad a productores y a la cooperativa misma. Además, los consumidores podrán adentrarse y confiar en el proyecto cuando cuentan con toda la información. Los certificados serán mostrados en el sitio web para plasmar fidelidad. El consumidor podrá encontrar toda la información que necesita en el sitio web.

La planeación de actualizar los documentos de inscripción e introducción a la cooperativa consiste en trabajar junto a cooperativistas como Miguel y Rodrigo para que con la información que ellos tienen y previos documentos se llegue a una guía de primera mano y renovada. Se espera tener múltiples juntas con el equipo para estar vigilando y revisando el progreso de la guía y que esté en su mejor versión. Esta dinámica es de retroalimentación y corrección.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

A continuación, se presentan las actividades y procedimientos realizados para mejorar de acuerdo a cada objetivo.

Para la campaña de mercadotecnia y redes sociales se realizaron contenidos para Facebook e Instagram. Una vez establecidos los temas (informativo, recetas, testimonios y productores) se hizo una investigación de los temas informativos, se pidió material como fotografías de

los productores y de los alimentos, recetas, entre otros, para poder crear los diferentes diseños de las publicaciones.

Una vez teniendo el material se empezaron a armar los calendarios de las publicaciones uno para cada red social. En el periodo de primavera 2020 se estableció que se realizarán dos publicaciones a la semana en ambas redes, martes y viernes en Facebook y miércoles y sábados en Instagram.

Los calendarios de publicaciones están en un documento de Excel, en donde se encuentra la información de cada publicación:

- Fecha: día y mes en que se debe publicar.
- Formato: el formato de la publicación, si es imagen, video, link, etc.
- Tipo de contenido: información de la cooperativa, información nutricional, temas relacionados a la cooperativa, receta, etc.
- Objetivo: intención de la publicación, lo que se espera lograr con ella.
- Publicación: la imagen, el video o link a publicar.
- Ubicación: si se publicará en el feed o en las historias.
- Copy: descripción de la publicación.
- Hashtags: “etiquetas” palabras claves de la publicación.
- Referencia APA: referencia completa de donde se obtuvo la información.

Además de estos calendarios en Excel se creó una previsualización de las publicaciones en el feed de Instagram. A continuación, se presenta una parte del acomodo junto con la fecha de publicación de cada imagen:



Figura 1. Orden de imágenes según el calendario de publicaciones

De acuerdo al segundo objetivo, las alternativas diseñadas fueron muy enriquecedoras. Se describirán a continuación:

- Administrativo: Se recopilaron todos los certificados y se generaron carpetas por orden de nombre de cada productor. En caso de que el productor no contara con certificado o estuviera en trámite de renovación o de primera vez, se generó un documento de Excel especificando su estatus actual. Esto con la finalidad de que la CCC Milpa siempre se encuentre actualizada. De modo que, cuando están entrando nuevas personas a ayudarles cada semestre, puedan encontrar de manera fácil los documentos y saber qué certificado tienen pendiente, cuál está próximo a renovarse, quiénes no tienen y por qué, etc.

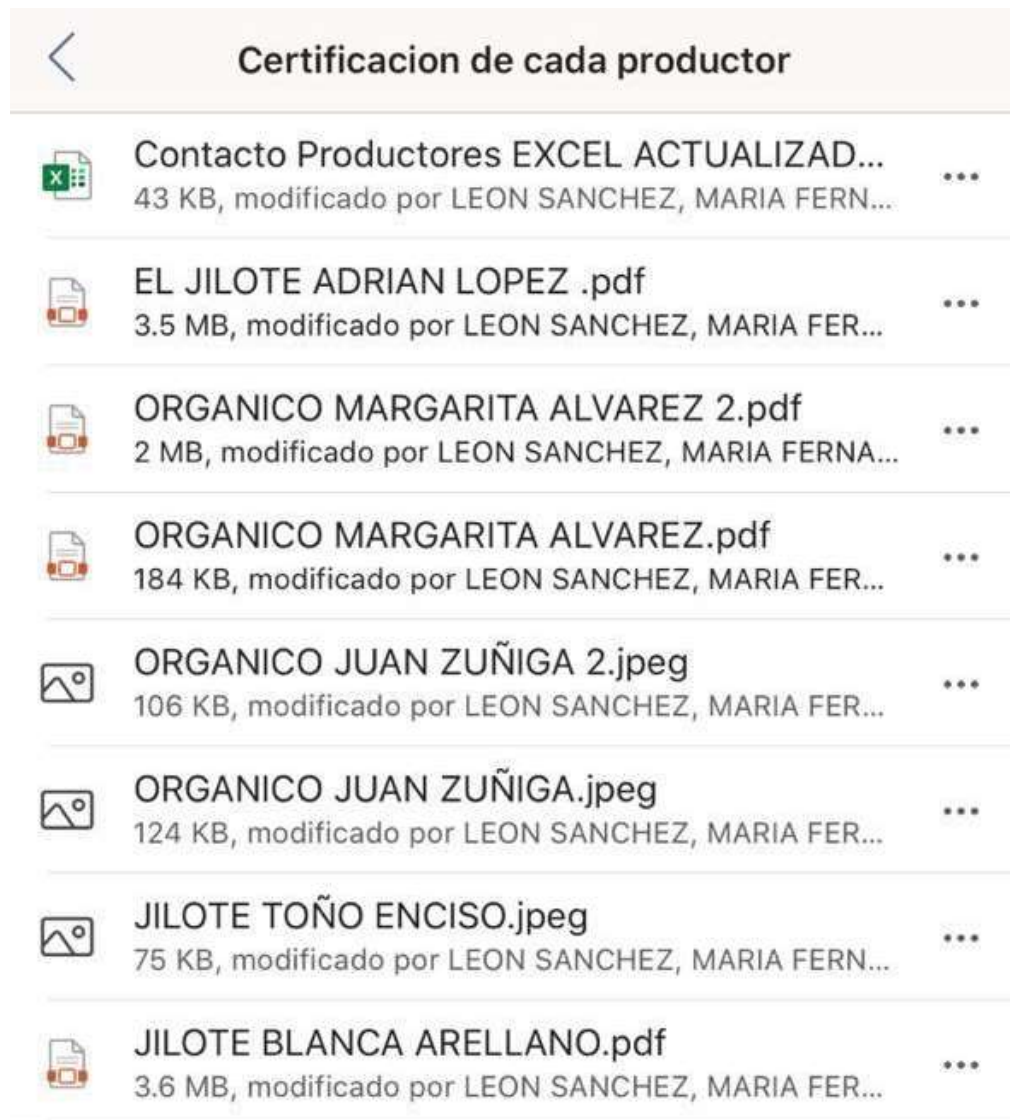


Figura 2. Carpeta con los certificados vigentes ordenado por productor.



Figura 3. Carpetas dónde podrán encontrar toda la información.

- Documento de relación de productores: Se generó un documento donde podrán ver de manera visual utilizando excel, la relación de productores, lugares de producción, productos que nos proveen, y si son o no facilitadores para otros productores y además aquí volvemos a especificar su estatus de certificación actual. De esta manera, cuando entre alguien nuevo a la cooperativa la cooperativa podrá actualizar su información de nuevos productores de manera práctica, habrá más control y organización. Además, cuando sean muchos los productores, tendrán todo documentado de quién brinda cada alimento para localizarlo de inmediato.



Figura 4. Carpetas Administrativas

ESTATUS	PRODUCTOR	email	Teléfono	Alimentos que ofrece	Modo de producción	Lugar de origen	Certificación
CONVENIO CCC MILPA	Asta Luz Zepeda		33 3177 9119	Varietal de Hojas (Lechugas, Kale, amaranticas, zanahorias, Aguacate Dacot, etc...)	AGROECOLOGICO	TLARIMULCO, JALISCO	CERTIFICA EL BIOTE
ESPORADICO	Blanca Arellano		311 263 1759	Echinos, avocados finos y otros vegetales	AGROECOLOGICO	IXTLAN DEL RIO, NAVARIT	CERTIFICA EL BIOTE
ESPORADICO	Emma Ochoa		33 1310 5408	Calabaza Castilla, Fresa (Papaya, maní, otras)	LIBRE DE PESTICID	SCATLAN DE JUAREZ, JALISCO	REVISAR CERTIFICACION
INACTIVO	Emmanuel			Varietal de vegetales (Chayote, Nopal, Epites, Chicharo, etc... ensace de quonotes elaboran las tortillas	AGROECOLOGICO	HUILPAN, MICHOACAN	REVISAR CERTIFICACION
ESPORADICO	Eric Abatado		33 7952 8535	Varietal de vegetales (Carnon dulce, Cebolla...)	AGROECOLOGICO	LA CALERA RUMBO CARRETERA CIAPALA	REVISAR CERTIFICACION
CONVENIO CCC MILPA	Francisco Mejorga		33 1410 6310	Huevo	LIBRE PASTOREO	AMICA, JALISCO	REVISAR CERTIFICACION
CONVENIO CCC MILPA	José Casul		717 508 7177	Pollo, Maíz	AGROECOLOGICO	UNION DE TUSA, JALISCO	CERTIFICA EL BIOTE
CONVENIO CCC MILPA	Juan Manuel		33 1455 2244	Miel, Productos Montelargo Algunos vegetales (Ajonjolí, limón, calabita...)	ORGANICO	ATOTONILCO EL ALTO, JALISCO	EN PROCESO DE CERTIFICACION
CONVENIO CCC MILPA	Juan Zaldiga		341 117 1074	Frijol	AGROECOLOGICO		
INACTIVO	Luisberto De la Cruz			Maíz	AGROECOLOGICO		
CONVENIO CCC MILPA	Maggie Pérez		33 3201 8698	Lima-Lorón, Nuez de macadamia, Aguacate Hass, Fresa, etc...	AGROECOLOGICO	HUERTA LA ESTRELLA, ARANDAS, JALISCO	REVISAR CERTIFICACION
ESPORADICO	Margueta Álvarez		33 3108 5329	Varietal de vegetales (brócoli, col, kale, chicharo, etc...	ORGANICO	DOLORES HIDALGO GUANAJUATO	CERTIFICADO DE EXPORTACION
CONVENIO CCC MILPA	Quecari		Edelso Raúl Medina Tel 33 3208 4138	Varietal de quonotes, mantaxquilla y yaguar	ARTESANAL	ATOTONILCO EL ALTO, JALISCO	
CONVENIO CCC MILPA	Tobí Enciso		33 1499 4144	Varietal de vegetales (Chayote, Nopal, Epites, Chicharo, etc... ensace de quonotes elaboran las tortillas	AGROECOLOGICO	SANTA CRUZ DE LA SOLEDAD, CHAPALA	REVISAR CERTIFICACION

Figura 5. Documento Excel que muestra la relación completa de productores

- Divulgación de insumos: Esto lo generamos en el sitio web. Hicimos la creación de 12 plantillas de publicidad. Cada una corresponde a un productor actual de la CCC Milpa. En cada reseña agregamos su nombre, qué alimento provee a la cooperativa, dónde tiene su producción, qué tipo de alimentos produce (orgánico, agroecológico, etc.), también hablamos acerca de sus certificaciones o de su estatus actual de producción. En el caso de los que cuentan con certificado, lo adjuntamos ahí mismo para generar un vínculo con el lector de confianza. Agregamos fotografías de los lugares de producción y de sus productos para que, si el lector está interesado en unirse a la cooperativa por primera vez, puede tener un acercamiento amigable y claro, a través de la información brindada en el sitio web.

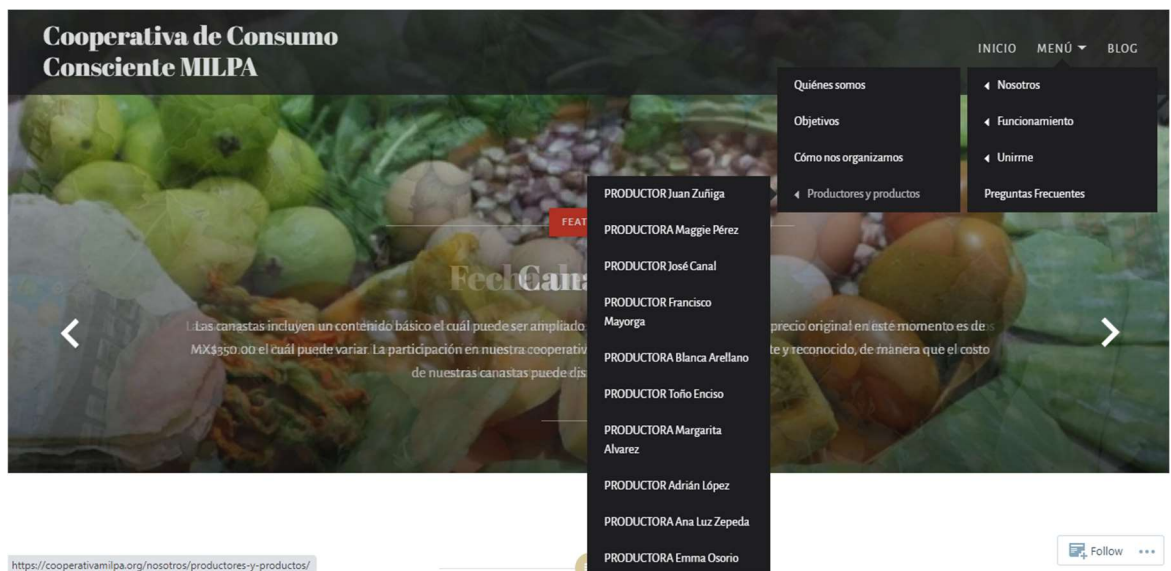


Figura 6. Mostramos dónde se pueden encontrar en el sitio web cada una de las reseñas

PRODUCTORA Margarita Alvarez

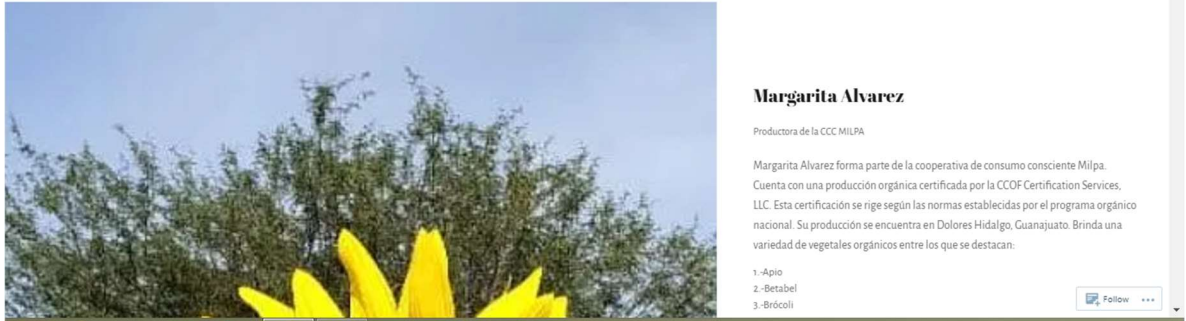


Figura 7. Así es cómo podríamos apreciar ver reseña de cada uno.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

Consideramos que nuestra experiencia PAP tuvo un buen impacto, ya que en todas las problemáticas identificados pudimos darle una solución en favor a la Cooperativa de Consumo Consciente Milpa. En el caso de la difusión de información mediante la generación de contenido para redes sociales en general (Instagram, Facebook y sitio web), fue muy oportuno. Las publicaciones dejan claro el objetivo principal de la cooperativa y además le da un acercamiento al lector sobre lo que es la cooperativa y sobre los alimentos que va a obtener. En cuanto al sitio web, podrá ser un respaldo importante para Instagram y Facebook, ya que al poder encontrar ahí toda la información necesaria sobre la CCC Milpa, los mensajes por *mensaje directo* serán menos.

Por otro lado, los certificados ya quedaron actualizados, así como el estatus de cada productor, por lo que se logró brindar la información completa de cada uno de ellos en el sitio web. Asimismo, se generaron los escritos los pasos a seguir cuando quieres volverte parte de la CCC Milpa, los interesados podrán obtener esta información de una manera más clara y directa para que la comunidad de la cooperativa continúe creciendo.

También se trabajó para que los documentos de la Cooperativa estuvieran actualizados y fueran de gran utilidad, no solo para los usuarios sino para los mismos administrativos de la cooperativa. Un ejemplo de esto fue agregar la fecha de ingreso a la hoja de introducción a

la cooperativa. Se espera que el resultado final sea un buen documento de introducción y una hoja de ingreso que no solo funcione de forma analógica pero también visual y digitalmente atractiva.

También se puede medir el impacto de aprendizaje que tuvo este PAP de Comer Convoca en las habilidades que se desarrollaron para poder planear e impartir una clase a nuestras compañeras. En seguida se anexan imágenes que fueron material de apoyo para impartir la clase que dimos nosotros.

1.7. Bibliografía y otros recursos

Álava, M., Mugarik, G., Fundación Paz y Solidaridad, & Haizea, S. H. (2015). GUÍA de Consumo Consciente y Responsable dirigida a Asociaciones de Álava. https://www.mugarikgabe.org/wpcontent/uploads/2015/05/guia_consumo_Alava.pdf

Caracciolo, M., Costagliola, G., Fernández Miranda, R., Lipsich, A., Perret, M., & Rofman, A. (2017). *Economía social y solidaria en un escenario neoliberal: Algunos retos y perspectivas* (1a ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El portal de la economía solidaria. (s/f). Comercio justo. Economía Solidaria.

https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo

FAO. (s/f). Programa Especial para la Seguridad Alimentaria (PESA) Centroamérica.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

<http://www.fao.org/in-action/pesa-centroamerica/temas/conceptos-basicos/es/>

FAO. (s/f). Centro de conocimientos sobre agroecología [Organization]. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

<http://www.fao.org/agroecology/knowledge/10-elements/circular-economy/es/>

Gobierno de España. (s/f). ¿Qué es una cooperativa de consumidores? Confederación

Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios.

http://www.hispacoop.org/guia/?page_id=2

Núñez Hurtado, C. (2005, enero-abril). Educación popular: Una mirada de conjunto. *ITESO*.

Pantoja, A., Granados-Ortiz, S., & Izquierdo, J. (2011). De la huerta a la mesa:

Promoción del consumo de frutas y vegetales a partir de huertas familiares.

<http://www.fao.org/3/i2122s/i2122s.pdf>

Qué es una cooperativa. (s/f). Alianza Cooperativa Internacional.

<https://www.ica.coop/es/cooperativas/que-es-una-cooperativa>

Razeto, L. (s/f). ¿Qué es la economía solidaria? Reas-Red red de redes de economía social y solidaria. <https://www.economiasolidaria.org/reas-red-de-redes-de-economia-alternativa-y-solidaria/biblioteca/que-es-la-economia-solidaria-por>

Rodriguez, R. (2019). El consumo solidario en México. Vínculos entre consumidores y productores agroecológicos [Universidad de Guadalajara]. https://www.researchgate.net/publication/335395767_El_consumo_solidario_en_Mexico_Vinculos_entre_consumidores_y_productores_agroecologicos

Torres Vitela, M. R. (2016). *Seguridad alimentaria* (1a ed.). Universidad de Guadalajara.

1.8. Anexos generales

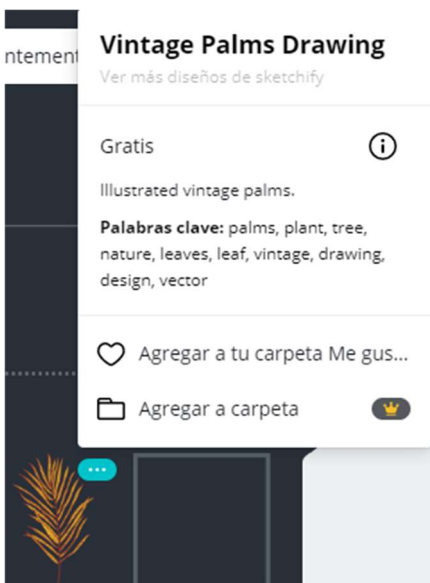
Plantilla “Verde Saludable Desayuno Recetas Instagram Publicación” (Anexo 1)



Plantilla “Naranja Dato Salud y Fitness Instagram Publicación” (Anexo 2)



Ilustración de palmas, Vintage Palms Drawing (Anexo 3)



2. Productos

Los productos con los que se trabajó a lo largo del semestre fueron variados dependiendo del objetivo que se atendía. A continuación, se presenta el procedimiento de los diferentes productos de acuerdo al objetivo.

Objetivo uno

En la campaña de mercadotecnia principalmente se trabajó en la realización de imágenes para las redes sociales, además de los calendarios de publicaciones. La edición de todas las imágenes se realizó a través del software y sitio web “Canva”. A continuación, se describe cada estilo de publicación con su diseño establecido.

Documento	Creación de imágenes y contenido para redes sociales (Facebook e Instagram).	Fecha de Revisión	07 de julio
Aprobó	Oscar Loreto	Responsable de actualizar documento	-Susana Daniela López Ortega. -Cynthia Estefania de Alba de los Santos.
Descripción del cambio	1. Actualización de las redes sociales dos veces por semana 2. Imágenes con información general. 3. Calendarios con las publicaciones para redes sociales hasta el mes de diciembre.		

- Productores: sobre la imagen de un productor se coloca de un lado la forma de la mitad de una hoja color verde en la punta de arriba y difuminándose de amarillo hacia abajo. Con letra *Bebas Neue* en color blanca se escribe el nombre del o de la productora. Finalmente, bajo el nombre se coloca una delgada línea de color verde limón. La forma de media hoja cambia de lado para que al publicarse quede de la siguiente manera, con una imagen de información nutricional en medio de ellas.



- **Recetas:** Se utiliza la plantilla “Verde Saludable Desayuno Recetas Instagram Publicación” (Anexo 1). Se pone la fotografía del platillo en el fondo, se coloca una franja en la parte inferior de color negro con una transparencia del 70%. Con tipografía “Bebas Neue”, en mayúsculas y negritas, se pone en medio de la franja el nombre del platillo. Arriba del nombre del platillo con las mismas características se escribe “CCC MILPA” en tamaño 22. Debajo del nombre del platillo con tipografía “Cooper Hewitt” se escribe el nombre del cooperativista. Finalmente se coloca el logotipo de la cooperativa en color blanco en la esquina inferior derecha.



- **Información nutricional:** Para estas imágenes se utilizó la plantilla “Naranja Dato Salud y Fitness Instagram Publicación” (Anexo 2). Al fondo de la imagen se coloca una fotografía en donde se muestra en conjunto al alimento al que se le esté describiendo las propiedades nutricionales. Arriba de la fotografía se coloca una figura en forma de círculo de color blanco. En el interior del círculo se colocan las

propiedades nutricionales del alimento, en letra *Source Serif Pro*; el tamaño dependerá de la cantidad de información que se coloque. En la parte inferior se incluye la o las fuentes de donde fue extraída la información. En la parte superior se lee el título de la imagen ¿Sabías que? o ¿Lo Sabías?, en letra *Oswald*, el color deberá ser siempre el de la hortaliza o fruta. En la parte de arriba se coloca el logo de la cooperativa en el centro de la imagen. Las imágenes de información nutrimental deberán quedar siempre posicionadas en medio de dos informativas, de recetas o de productores. En el copy escribir animando a la gente a unirse a la cooperativa. Al final agregar las fuentes de donde se extrajo la información, en formato APA.



- Información general: Se utilizaron tres tipos de formatos. En el primero (Anexo 1) se coloca un fondo de color, verde (#89a433), amarillo (#e8d53d) o café (#cba773), letra de títulos *Montserrat Classic*, subtítulos *Oswald*, e información *Source Serif Pro*, el tamaño de los títulos, subtítulos y el contenido dependerá de la cantidad de información que se coloque. Color de letra blanco. En la parte de abajo del subtítulo se coloca una línea en color blanco. La información se agregará al lado derecho o izquierdo, dependiendo de donde quede situada la imagen, que deberá ser alusiva al tema tratado. En un espacio libre, de preferencia de lado inferior derecho, se alineará el logo de la CCC Milpa. En la parte inferior centrado, se agrega la referencia de donde fue extraída la información. En el segundo formato (Anexo 2), se podrán colocar una imagen de fondo alusiva al tema. En la parte superior se coloca el título de la imagen con letra *Montserrat Classic*. Los subtítulos con letra *Oswald*. En el centro un rectángulo blanco lo suficientemente grande, dejando espacio libre en la parte de arriba, abajo y a los lados, con transparencia al 80%; dentro del rectángulo

la información con letra *Source Serif Pro*. El tamaño de la letra en el título y el contenido dependerá de la cantidad de información colocada. En la parte inferior derecha se agrega el logo de la cooperativa y en el centro la referencia de donde fue extraída la información. El tercer formato (Anexo 3) se encuentra en la parte de plantillas, con el nombre “Desayuno Todos los Días”. El fondo -verde (#89a433), amarillo (#e8d53d) o café (#cba773)-, la letra, la posición de la imagen, y de la información se harán de la misma manera que el primer formato (Anexo 1). El logo de la CCC Milpa se coloca en la parte inferior blanca del marco de la foto.

La información seleccionada para estas imágenes deberá ser alusiva a la filosofía de la CCC Milpa, ej. Sistemas alimentarios, formas de producción de alimentos, los tipos de producción (orgánica, agroecológica, tradicional y artesanal), etc. En el copy de la imagen se coloca una breve descripción de la imagen y se invita a la gente a formar parte de la cooperativa.



- **Calendarios:** El fondo de estas publicaciones puede ser de cualquier color que se mencionó anteriormente -verde (#89a433), amarillo (#e8d53d) o café (#cba773)-. Se

coloca una imagen del calendario del mes, con un círculo del color del fondo se marcan las fechas de entrega y se coloca el número del día encima. El título de la imagen es “Entregas del mes” con tipografía “Oswald” tamaño 22. Se agregan unas palmas (anexo 3) en las esquinas de manera invertida (una en la esquina superior izquierda y otra en la esquina inferior derecha) y el logotipo de la cooperativa en blanco en la esquina inferior contraria a la palma.



- Canastas: El fondo de estas publicaciones puede ser de cualquier color que se mencionó anteriormente -verde (#89a433), amarillo (#e8d53d) o café (#cba773). - Se coloca una imagen de la canasta básica armada, con unas flechas blancas se indica cada alimento, la punta de la flecha termina en el nombre del alimento. El título de la imagen es “Canasta básica” con tipografía “Oswald” tamaño 22. Se agregan unas palmas (anexo 3) en las esquinas de manera invertida (una en la esquina superior derecha y otra en la esquina inferior izquierda) y el logotipo de la cooperativa en blanco en la esquina inferior contraria a la palma.



Objetivo dos

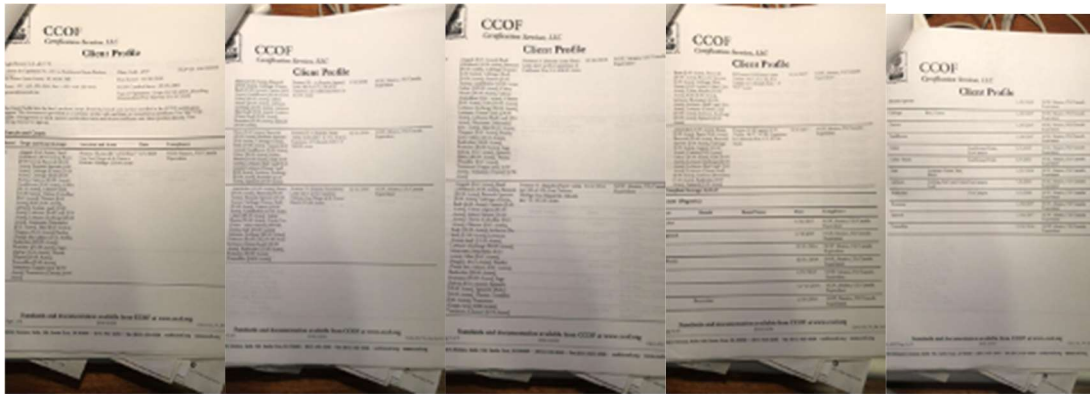
En el objetivo dos, como se mencionó previamente trabajamos en la parte administrativa y difusión de información para la cooperativa.

Se creó una carpeta que contiene los certificados vigentes de algunos de los productores. Asimismo, se creó un documento actualizado con la relación de productores, lugares de producción, productos que nos proveen y si son o no facilitadores para otros productores.

Documento	Creación de carpetas de certificados actualizados o status de productores. Generación de documento de relación de productores.	Fecha de Revisión	7 Julio 2020
Aprobó	Miguel Anguiano	Responsable de actualizar documento	María Fernanda León Sánchez
Descripción del cambio	1.-Recopilación de certificados vigentes de los 12 productores activos 2.-Información del status actual de los productores no certificados 3.-Documento en Excel especificando relación de productores. Qué producto brinda a la cooperativa, dónde tiene su producción, contacto, status de certificación y tipo de producción.		

CARPETA DE CERTIFICADOS:

1.- CERTIFICADOS ADRIÁN LÓPEZ VIGENTE DE CCFO



2.- CERTIFICADO DE JUAN ZÚÑIGA “ORGÁNICO”



3.- CERTIFICADO DE TOÑO ENCISO “EL JILOTE”



4.- CERTIFICADO DE BLANCA ARELLANO “EL JILOTE”



5.- CERTIFICADO DE MARGARITA ÁLVAREZ



6.- Documento con la relación de productores, lugares de producción, productos que nos proveen y si son o no facilitadores para otros productores



Contacto Productores EXCEL



ESTATUS	PRODUCTOR	email / Teléfono	Alimentos que ofrece	Modo de producción	Lugar de origen	Certificación
CONVENIO CCC MILPA	Ana Luz Zapata	33 7177 9110	Varietal de Hojas (Lechugas, Kale, aronísticas, zanahorias, Aguacate Bacon, etc...)	AGROECOLOGICO	TLAJOMULCO, JALISCO	CERTIFICA EL BIOTE
ESPORADICO	Blanca Arellano	311 263 1759	Espinacos, avocados frescos y otros vegetales	AGROECOLOGICO	INTLAN DEL RIO, NAVARIT	CERTIFICA EL BIOTE
ESPORADICO	Emma Ocasio	33 1310 3408	Calabaza Castilla, Fresa (Papaya, entre otras)	LIBRE DE PESTICID	SACATLAN DE JUAREZ, JALISCO	REVISAR CERTIFICACION
INACTIVO	Enrramaj		Varietal de vegetales (Chayote, Nopal, Epites, Chicharo, etc... embace de opiones elaboran las tortillas	AGROECOLOGICO	IQUILPAN, MICHOACAN	REVISAR CERTIFICACION
ESPORADICO	Eric Abarado	33 7932 8533	Varietal de vegetales (Carnon dulas, Cabolla...)	AGROECOLOGICO	LA CALERA RUMBO CARRETERA CHIAPALA	REVISAR CERTIFICACION
CONVENIO CCC MILPA	Francisco Mayorga	33 1410 6310	Thayco	LIBRE PASTOREO	AMUCA, JALISCO	REVISAR CERTIFICACION
CONVENIO CCC MILPA	Jose Casal	317 308 7177	Pollo, Maiz	AGROECOLOGICO	UNION DE TULA, JALISCO	CERTIFICA EL BIOTE
CONVENIO CCC MILPA	Juan Manuel	33 1455 2244	Miel, Productos Montelargo Algunos vegetales (Ajonjol, limón, calabaza...)	ORGANICO	ATOTONILCO EL ALTO, JALISCO	EN PROCESO DE CERTIFICACION
CONVENIO CCC MILPA	Juan Zaldaga	341 317 1078	Frijol	AGROECOLOGICO		
INACTIVO	Luisardo De la Cruz		Maiz	AGROECOLOGICO		
CONVENIO CCC MILPA	Maggie Pérez	33 3201 8698	Lima Limón, Nuez de macadamia, Aguacate Hass, Pera, etc.	AGROECOLOGICO	BUERTA LA ESTRELLA, ARANIDAS, JALISCO	REVISAR CERTIFICACION
ESPORADICO	Margarita Álvarez	33 3106 5329	Varietal de vegetales (Dobos), col, kale, chicharo, etc.	ORGANICO	DOLORES HIDALGO GUANAJUATO	CERTIFICADO DE EXPORTACION
CONVENIO CCC MILPA	Oscarant	Enlace Rural Medina Tel. 33 3208 4138	Varietal de quesos, manteca y yogurt	ARTESANAL	ATOTONILCO EL ALTO, JALISCO	
CONVENIO CCC MILPA	Toño Enciso	33 1499 4144	Varietal de vegetales (Chayote, Nopal, Epites, Chicharo, etc... embace de opiones elaboran las tortillas	AGROECOLOGICO	SANTA CRUZ DE LA SOLEDAD, CHAPALA,	REVISAR CERTIFICACION

7.- Recopilación de información completa de productores y divulgación por medio de sitio web generando reseñas de cada uno de ellos, acerca de qué producto brinda a la cooperativa, dónde tiene su producción, contacto, status de certificación y tipo de producción. (Esto puede ser verificado en la página de cooperativa). <https://cooperativamilpa.org>

La sección en la que yo colaboré. <https://cooperativamilpa.org/nosotros/productores-y-productos/>

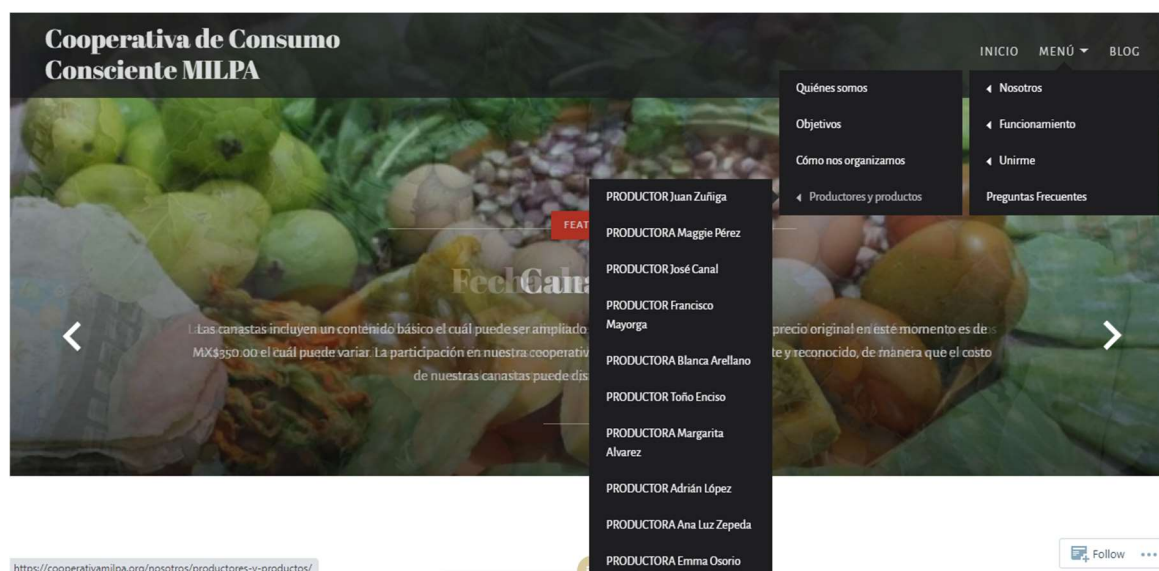
MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA EDITAR LA PÁGINA WEB EN LA SECCIÓN DE PRODUCTOS Y PRODUCTORES. Esto con el fin, de que cuando entre alguien más al Pap tengo un documento de apoyo y ya registrado para esta parte.

- 1.- Generas tu sesión en Wordpress (wordpress.com)
- 2.-Oscar Loreto debe darte acceso como autora o editora
- 3.-Para comenzar a editar, te sitúas en “My Home”
- 4.-De tu lado superior izquierdo, vas a encontrar una lista, buscas la que diga: “Site” después “Pages”.

- 5.-Del lado superior derecho, está una pestaña en **“rojo-rosa”** que dice: “Add new page”
- 6.-Eliges una plantilla para comenzar a editar una nueva “page”
- 7.-Ya que la eliges, le das clic en el botón azul que está en la esquina superior derecha que dice “Use blank layout”
- 8.-Comienzas a editar tu página
- 9.-Cuando acabes, si deseas agregarlo al menú principal de la CCC Milpa le das clic en “Page attributes” le pones en qué sección del menú principal quieres que se adhiera y después el número de página empezando del 0.
- 10.- Finalmente le pones publish y será publicado.
- 11.-Hasta este momento estará publicado más no visible. Si deseas que sea visible regresar a “home” dándole clic a la “W” negra que se encuentra en la esquina superior izquierda y regresaste a home.
- 12.-Estando ahí, te vas a “Design” luego “Customize”
- 13.-En Customize encontrarás todas las secciones de la página web. Seleccionas en qué sección quieres que se vea. Ejemplo: Menú
- 14.-Vuelves a seleccionar una vez más “menú”
- 15.-Haces scroll down y buscas el botón de “Add Items” está en azul con blanco y desde ahí reconocerás la lista de las páginas que tu publicaste, “seleccionas” y “jalas” la nueva que te interesa que sea visible a las visitas de la página web y la colocas en el apartado que corresponda.
- 16.- Finalmente le picas en “Saves” que es el botón azul grande que se encuentra en la esquina superior izquierda y terminaste
- 17.-Visitas la página web oficial y podrás observar tu contenido nuevo.

En mi caso particular, edite la sección de “Productos y productores” puse una reseña, añadí botones de link con acceso directo a cada una de las reseñas que cree de los productores acerca de ellos y de su producción para introducirlos más a la cooperativa.

Documento	Divulgación de status actual de productores y reseña acerca de cada uno de ellos por medio de sitio web de la CCC Milpa	Fecha de Revisión	7 Julio 2020
Aprobó	Oscar Loreto	Responsable de actualizar documento	María Fernanda León Sánchez
Descripción del cambio	1.-Recopilación de información completa de productores 2.-Divulgación por medio de sitio web generando reseñas de cada uno de ellos, acerca de qué producto brinda a la cooperativa, dónde tiene su producción, contacto, status de certificación y tipo de producción.		



Objetivo 3

Otro producto fue la actualización de la “Guía de Introducción e Ingreso” de la cooperativa. Se cambió el domicilio de la cooperativa pues ya se hacen las entregas en un lugar distinto al que solía ser. Se actualizó información como la página web, el celular y las redes sociales. También se agregó un formato para entrar la fecha de ingreso de cada usuario. Lo anterior

para que los cooperativistas tengan un adelanto administrativo del flujo de personas que se suma al equipo de la cooperativa y también para darle trazabilidad al tiempo que las personas forman parte de la cooperativa.

Documento	Actualización de “Guía de Introducción e Ingreso”	Fecha de Revisión	viernes 3 de julio, 2020
Aprobó	Miguel Anguiano y Rodrigo Rodríguez	Responsable de actualizar documento	Renata Rodríguez
Descripción del cambio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actualización de domicilio de entrega. 2. Se agregó un formato para entrar la fecha de ingreso de cada usuario 3. Cambio a blanco y negro para guardar la tinta de la impresora. 4. Papaloteo de diseño de la guía. 5. Suma de información de las redes sociales, página web y teléfono. 		



GUÍA DE INTRODUCCIÓN E INGRESO

Cooperativa de Consumo Consciente MILPA

www.cooperativamilpa.org +52 1 33 1160 8804

¿Quiénes somos?

Milpa es un colectivo que principalmente busca crear y fomentar conciencia e involucrar a personas de manera comunitaria para proponer un nuevo modelo de consumo que sea justo y sustentable. Tomamos en cuenta la necesidad de llevar productos de calidad a todos los estratos sociales. Por esto, buscamos las maneras de crear un sistema sostenible y reproducible implementado prácticas como el trabajo por encima del capital, ingreso y egreso libre y voluntario, participación en toma de decisiones de forma democrática, entre otras. Por lo anterior, valoramos nuestras asambleas como elemento rector de nuestro colectivo. Hasta la fecha se han realizado las transformaciones de "germinar, enraizar, crecer, y Jilotear". Los tipos de alimentos con los que trabajamos van desde lo orgánico y agroecológico, hasta lo que es transitivo y artesanal.

MISIÓN

Somos un colectivo de consumidores y productores orientados al **buen vivir**. Vinculados de manera directa contribuimos a la construcción de la **soberanía alimentaria**, en la región occidente de México.

VISIÓN

Ser una Cooperativa consolidada, capaz de incidir en un cambio de paradigma para transitar hacia una alimentación consciente, integral, sustentable, culturalmente adecuada y económicamente justa, que nos acerque a la salud para lograr el **buen vivir**.

PRINCIPIOS

- Ingreso consciente con un compromiso de mínimo 6 meses (12 entregas)
- Egreso libre y voluntario
- Formación, educación e información
- Participación democrática en la toma de decisiones: un socio, un voto
- Respeto a la naturaleza
- Participación económica
- El trabajo por encima del capital
- Autonomía e independencia
- Cooperación entre cooperativas
- Interés por la comunidad
- Equidad
-

VALORES

Compromiso – Congruencia – Diálogo – Dignidad – Confianza – Respeto – Reciprocidad

OBJETIVOS GENERALES

- Conocer para reflexionar sobre el buen vivir y decidir mediante procesos formativos y de aprendizaje común.
- Facilitar el acceso a alimentos, productos y servicios de calidad para todos los estratos sociales.
- Orientar, complementar y compartir el trabajo de producción para construir un sistema agroalimentario soberano.
- Sistematizar la experiencia de la cooperativa para generar un modelo que pueda ser retomado por otros.

ESTRATEGIAS

Consolidarnos

- Construir el modelo de Cooperativa.
- Concentrarnos en el consumo de bienes, incrementar la variedad de la canasta e iniciar con libre demanda de productos que coincidan con nuestra misión y visión.
- Construir manual de identidad, sistema redes sociales y sistema de comunicación interna.
- Construir propuestas al interior de comisiones, dialogarlas en consejo de comisiones y aprobarlo en Asamblea por consenso.
- Ofrecer servicios de formación con temas e instancias que coincidan en nuestra filosofía.
- Participar convocatorias de temas e instancias que coincidan en nuestra filosofía.

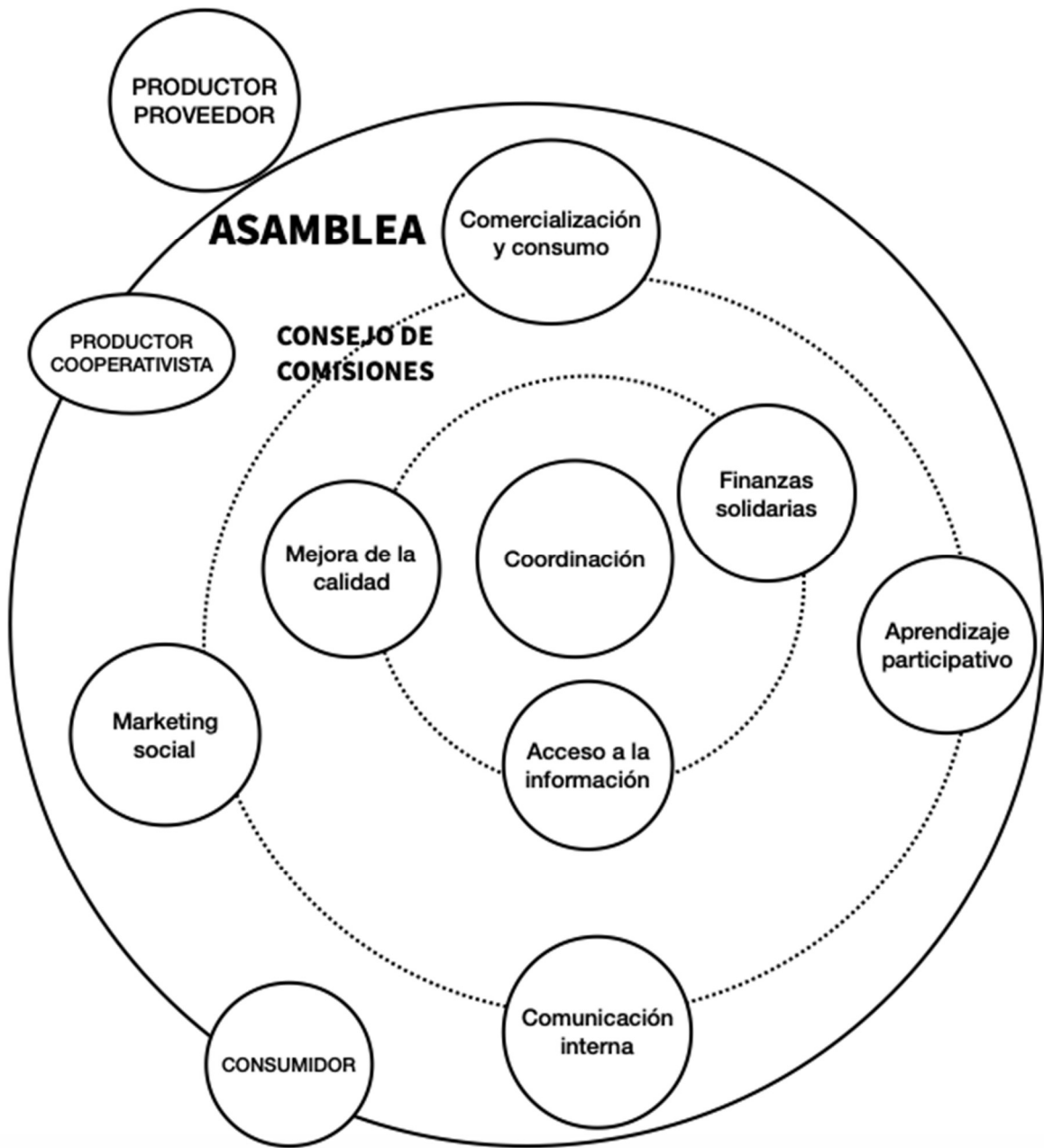
Relacionarnos

- Concretar y definir las relaciones que ya se tienen.
- **OSC:** Mercado Agroecológico el Jilote; Rincón Zapatista; Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario IMDEC, Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias RASA, Cooperativa de productores La Yunta.
- **UNIVERSIDADES:** Universidad de Guadalajara e ITESO

CONCEPTOS CLAVES

El **buen vivir** hace referencia a la construcción de relaciones armónicas entre la sociedad, la naturaleza y entre los miembros de las comunidades. Tiene que ver con la identificación de los vínculos existentes entre todos los que integramos el planeta tierra; tejiendo relaciones más justas, equitativas recíprocas, pacíficas, libres, felices, colectivas, respetuosas y equilibradas en todos los sectores.

La **Soberanía Alimentaria** es el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, laborales, pesqueras, alimentarias y de tierra de forma que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas.



Características	Tipos de participación	
	Cooperativista	Usuario
Precio de canasta	Precio de canasta \$209 + Aportación social \$150 (efectivo) O su equivalente en 1 (horas-coop) (hora-coop) Precio Total de canasta básica \$359.00 El sistema de horas-Coop se explica más adelante.	Precio Canasta \$200 + Aportación social \$150 Precio total Canasta básica \$359.00
Aportación extra en libre demanda	Ninguno	30% extra
Derecho a horas-coop	1 hora-Coop por entrega	Ninguno
Compromisos	<ul style="list-style-type: none"> • 6 meses de permanencia • Participar de las dos asambleas en el año. 	• Ninguno
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir alimentos agroecológicos • Participación en comisiones • Participación en Asamblea con voz y voto • Cursos de formación gratuitos 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir alimentos agroecológicos

Horas-Coop. Las horas-Coop funcionan como una moneda social en la cooperativa. Corresponden a 1 hora de tiempo invertido en trabajo cooperativista y equivale a \$100 que se descuentan del costo de la canasta.

Características	Tipos de participación	
	Canasta básica	Puedes diseñar tu propia canasta
Precio de canasta	Precio de canasta	Paquete Vegetales *(OBLIGATORIO)* (Surtido a disponibilidad de alimentos de los productores en convenio)
	\$209.00 +	
	Aportación social	\$135.00 +
	\$150.00 =	(Opcionales)
	Precio Total de Canasta básica:	Paquete Tortilla 1kg
	\$359.00	\$34.00
	Incluye	1 Paquete Huevo C/6pzas
1paq. Vegetal	\$23.00	
1paq. Tortilla	1 Paquete Frijol C/0.5kg	
1paq. Huevo	\$17.50	
1paq. Frijol	Precio total de canasta libre demanda:	
	VARIABLE	
Aportación extra en libre demanda	Ninguno	Dependiendo del alimento que lleve se aplica un margen de aportación: -(72%) en el 1er paquete para la operatividad de la cooperativa. -(25%) A partir del 2do paquete
Derecho a horas-coop	1 hora-Coop por entrega.	1 hora-Coop por entrega.
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> •1paq. Vegetal. •1paq. Tortilla •1paq. Huevo •1Paq. Frijol 	<ul style="list-style-type: none"> •Libre demanda

COMPROMISOS COMO COOPERATIVISTAS

La inscripción a la cooperativa se hará solo de manera presencial en días y horarios de entrega. Al inscribirse como cooperativista se adquieren los siguientes compromisos:

- Adquirir por lo menos una canasta básica cada quince días durante 6 meses.
- Dar la aportación social económica en cada entrega de canasta.
- Asistir a 2 asambleas en el año.
- Recoger la canasta y alimentos a libre demanda los días señalados en el calendario de entregas bajo las siguientes condiciones:
 - Se recordará sobre las entregas 48 horas antes por correo y el día de la entrega por WhatsApp.
 - La entrega se realiza únicamente de las 11:30 a las 14:30 horas. La Cooperativa no entregará alimentos después de esta hora. Ninguno de los encargados tiene permitido llevarse canastas a su casa para resguardo.
 - El cooperativista que no pueda ir por sus alimentos tiene que informar una entrega antes (15 días), en caso contrario debe encargar a alguien la recepción de su canasta.
 - **Si el cooperativista no informa ni va por sus alimentos, éstos se donarán y el cooperativista perderá su pago. Únicamente puede omitir su recepción de canasta durante 2 veces en el año.**
- Llevar su propia bolsa o canasta para transportar sus alimentos.
- Informar sobre cualquier inconveniente con los alimentos recibidos a la brevedad posible.
- La cooperativa informara del contenido de la canasta con dos días de anticipación a la entrega si no hay situación emergente.

Acerca de las horas-Coop

- Para tener derecho a cooperar con horas-coop se tiene que asistir a la asamblea general anterior.
- Cada hora-coop equivale a \$100 (que se restan del costo de su canasta).
- Según las finanzas de la Cooperativa se ofertan en cada entrega el número de horas disponibles para que los cooperativistas interesados se apunten y las cumplan en compromiso firme.
- La solicitud de horas-coop se hará conforme vayan llegando los días de entrega y hasta el máximo de horas disponibles, con un máximo de 1 por familia/ cooperativista por quincena.
- Se registrarán y se harán válidas en la quincena en curso.
- Todas las horas valen igual independientemente de la tarea que sea.
- En caso de incumplimiento de una hora-coop se sancionará inhabilitando la cooperación de dicha persona para la siguiente quincena.

Después de haber leído la "Guía de Introducción e Ingreso" y entendiendo lo que es y hace la **Cooperativa de Consumo Consciente Milpa** acepto participar como cooperativista _____, asumiendo los beneficios y compromisos que esto implica.

Nombre completo:

Fecha de ingreso:

Correo electrónico:

Número de celular:

Número de teléfono fijo:

Colonia donde vives:

Municipio:

CP:

Forma en que se enteró de la cooperativa:

Nombre 2:

Número de personas que se alimentarán de la canasta:

Acepto que mi número de celular se agregue al grupo de WhatsApp: SI NO

Fecha:

Firma:

Si deseas compartir con l@s cooperativistas experiencias, habilidades, recursos, etc., que puedan ser utilizados en el proceso de aprendizaje del proyecto anótalos a continuación:

Contacto: cooperativa.consumo@hotmail.com

Facebook: Cooperativa de Consumo Consciente

IG: @cccmilpa

Página web: www.cooperativamilpa.org

Whats: +52 1 33 1160 8804

Calle Efraín González Luna 2183, Col. Americana, Guadalajara, Jalisco, Mex

3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Cynthia Estefania De Alba De los Santos:

Al desempeñar nuevamente las actividades en este PAP se me permitió tomar más importancia y conciencia a los alimentos que son producidos en la cooperativa, los cuales pueden ser agroecológicos, orgánicos o artesanales, ya que estos son cultivados por productores locales, además de ser más saludables y un punto muy importante es que se respeta al medio ambiente.

Estoy agradecida porque pude conocer este proyecto y participar en él, tener contacto con los productores, personas que laboran ahí y los cooperativistas que asisten por su canasta. También en estos tiempos tan difíciles por la pandemia, reflexioné sobre el valor que se le da a los alimentos y a las personas que los producen.

Apoyé en la creación de contenido para las redes sociales de la cooperativa, que se, ayudaran a que más gente conozca y se una al proyecto, al mismo tiempo, me permitió acercarme a alimentos que son sumamente limpios en su producción; así como también, obtuve más sobre las propiedades de esos alimentos, que son beneficiosos para la salud y que incluso pueden servir como alimentos funcionales. También, pude relacionar sobre los sistemas alimentarios y los grandes problemas con la alimentación que están relacionados con ellos.

Desde mi profesión pude tomar conciencia desde aspectos éticos desde varias áreas de mi profesión y también me hizo reflexionar sobre ello, reflexionar sobre lo que está bien y lo que está mal, ya sea al tratar con un paciente, una empresa, un producto, etc.

María Fernanda León Sánchez:

Las competencias que desarrollé en el PAP fueron muy diversas. Al inicio, fue un reto ya que me sentía bastante perdida. El contexto en que me tocó experimentar mi primer PAP es

línea me hacía no terminar de encontrar la línea. Una vez que me adentro en checar el sitio web, las constantes juntas que teníamos con Rodrigo, fue haciendo que me pudiera adentrar. El proyecto de la Cooperativa de Consumo Consciente MILPA me encantó. Es un proyecto sumamente humano que me hizo cuestionarme mucho mi actuar respecto de mi alimentación. Todo el trabajo que realicé durante este periodo fue en conjunto con un grupo de estudiantes, maestros y cooperativistas con un mismo sentido de responsabilidad y de manera de ver el mundo. Encontré una gran red de apoyo con el mismo nivel de consciencia acerca de la alimentación. Desde las competencias profesionales me pude desarrollar en el ámbito de nutrición comunitarias una de las áreas que más me gusta dentro de nutrición. El aprendizaje más grande que obtuve fue el ser más consciente de que mis decisiones alimentarias SÍ importan. He cambiado mi forma de alimentarme, pero sobre todo mi forma de comprar. Creo que está en mí, poner mi granito de arena y aportar para un cambio en favor del planeta. En el contexto económico me doy cuenta que se puede comprar alimentos orgánicos y agroecológicos a precios accesibles y justos para el productor.

Susana Daniela López Ortega:

Volver a trabajar en este escenario me ayudó a entender una realidad diferente en la que yo me he desarrollado en los últimos años. Sobre todo, la realidad que estamos viviendo actualmente en la que enfrentamos una pandemia. Trabajar en la cooperativa me ayudó a valorar más el trabajo de agricultores y productores, a darme cuenta del trabajo que hay detrás de los alimentos, la importancia de su producción y cómo estos afectan o benefician nuestra salud.

Al trabajar en las redes sociales me pareció importante comunicar la filosofía de la cooperativa, sus valores, sus efectos en la sociedad y como la nutrición está presente desde la producción hasta el consumo de los alimentos. Gracias a este proyecto aprendido mucho sobre el cuidado y la importancia de una alimentación sana.

Este período trabajamos más en las reflexiones éticas y desde mi profesión creo que es importante utilizar mis capacidades y habilidades para dar a conocer proyectos que promuevan un cambio positivo y significativo para todos, a trabajar y comunicar información

honesto, transparente, de manera responsable y volteando a ver a nuestro alrededor para hacer el bien.

Renata Emilia Rodríguez

En primer momento me pregunto qué puedo hacer para buscar el bien mayor. En primero debo no ser egocéntrica y siempre tener una empatía humanista por delante. Si deseo actuar para hacer el bien mayor debo pensar en todas las vertientes, interseccionalidades y posibilidades de una acción mía. Debo de ser una persona autocrítica, introspectiva y auto reflexiva para entender y comprender las implicaciones de mis acciones. Así entendiendo y comprendiendo las repercusiones de una acción, la acción se vuelve consciente y con menos oportunidad de ir en contra de algo que creo. Claro que la educación es base de los ideales que cada quien tiene. Me tengo que preguntar a quién puedo beneficiar y a quién puedo perjudicar. Es interesante esta pregunta porque creo que por ver la cadena alimentaria nos damos cuenta que todos pueden ser beneficiados o todos perjudicados con nuestra acción. Y es importante no solo pensar en la persona que vamos a afectar directamente, pero sino indagar a quiénes vamos a afectar indirectamente. Para perjudicar lo menos es importante estar consciente de las implicaciones de una acción y cambiar la acción para que se adhiera al resultado que se quiera o que la acción vaya paralela a los valores éticos que se tienen. Somos más justos leyendo, observando, reflexionando. Se es más justa cuando se conoce la situación y se conocen las causas de la situación. Dentro de esto está la empatía, la empatía está al centro de la justicia. Me pregunto si pude haber hecho algo más o diferente para impactar en mayor medida en la organización con la que trabajé y en las personas con la que ésta trabaja. Me quedo con ganas de haber podido ir a la cooperativa. Mi mamá tiene cáncer en su cerebro entonces toda mi familia está actuando con muchísimos cuidados. Y mi oportunidad de ir a la cooperativa se presentó cuando la contingencia otra vez estaba agarrando vuelo. Pero creo que pude impactar de forma mayor si hubiera atendido la cooperativa personal y físicamente. Baso lo anterior en la educación popular que tengo, con lo que he aprendido durante este PAP y con todo lo que he leído y visto de material informático.

3.2 Aprendizajes logrados

Cynthia Estefania De Alba De los Santos:

Llevé este PAP por segunda ocasión y de nuevo puedo decir que me siento muy satisfecha con los resultados logrados y con los temas propuestos para que la cooperativa siga creciendo cada día más. Aunque esta vez no estuve presente en la cooperativa de manera física, me quedo con la satisfacción de que las actividades que realizamos fueron planeadas de manera adecuada. Sin embargo, me hubiera encantado estar apoyando en la cooperativa, convivir con los alimentos y los cooperativistas, productores y todas las personas involucradas.

De manera personal puedo decir el trabajo fue equipo es fundamental para lograr completar el objetivo de manera adecuada. De igual manera, pude convivir con personas de más carreras a comparación del semestre pasado, por lo tanto, se pudieron percibir diferentes puntos de vista muy interesantes.

Al final me llevo la fortuna de haber conocido la CCC MILPA, una nueva forma de alimentación, haber conocido a una gran parte de las personas involucradas y algo muy importante, el valor que se le da a los alimentos, su producción y todos los procesos y personas que participan de ello.

María Fernanda León Sánchez:

De manera personal, considero que las competencias disciplinares, sociales y universitarias que más desarrollé fue generar una consciencia de mi estilo de vida de manera general. Es un proyecto tan humano, que seguiré repitiendo cuánto hizo cuestionarme. Como ya mencioné, al inicio me sentía totalmente perdida en cuál podía ser mi aportación a este proyecto. Soy una persona que mi manera de aprender es visual y el hecho de que todo fuera en línea fue mi principal reto. Finalmente, en la segunda sesión cuando se definieron los objetivos, me di cuenta que venía otro gran reto. Me tocaba apoyar en el área administrativa se recopilar todos los certificados de los productores, ver quiénes tenían certificados vigentes y quiénes no. Esta parte me encanta, me encanta la organización. Mi reto fue, cuando otro de mis objetivos era generar la difusión en el sitio web de la cooperativa, todo lo que había recopilado. Nunca se me ha dado nada de edición, hablando muy honestamente a pesar de

ser millennial, odio las redes sociales. Desde un comienzo acepté el reto y entonces decidí comenzar todo con tiempo para obtener todas las asesorías necesarias para edición de sitio web con Oscar Loreto. Tuve un apoyo inmenso de su parte y gracias a eso, pude aportar mi granito de arena a la cooperativa. Este PAP me permitió realizar actividades con creatividad, innovación, espíritu emprendedor y orientado a la calidad de la vida social ya que me permitió ser libre en mi manera de proyectar en su sitio web. Ahora, después de esta experiencia me siento capaz y con herramientas para desarrollar proyectos de mejoras social, así como hacer seguimiento y evaluar las prácticas para la toma de decisiones.

Susana Daniela López Ortega:

Como había mencionado anteriormente el semestre pasado también trabajé en este mismo PAP. Esto me facilitó identificar nuevas problemáticas, entender más el proyecto, y a sentirme más segura en lo que trabajamos. Me sentí un poco limitada de recursos al no poder asistir a la cooperativa y convivir personalmente con cooperativistas, productores y miembros del consejo, pero considero que para la situación en la que nos encontramos trabajamos bastante bien y realmente le dejamos a la cooperativa un buen apoyo y trabajo.

Gracias al trabajo de la cooperativa puse en práctica conocimientos de mi carrera, aprender muchas más cosas sobre ella, y tuve la oportunidad de trabajar con personas de otras carreras como nutrición y gestión cultural, aprendiendo de ellas también.

Me gustó mucho seguir aprendiendo sobre un problema social, sobre conceptos de otras carreras, sobre temas con los que no estaba familiarizada y al mismo tiempo poder compartir con los demás mis conocimientos y habilidades. Considero que trabajar de esta manera te ayuda a crecer académica y personalmente.

Renata Emilia Rodríguez

Mis aprendizajes durante este PAP se desarrollaron en mi capacidad de análisis y de comprensión sobre el funcionamiento de un modelo sostenible y reproducible que provee un servicio básico que todos necesitamos. Este es el de proveer alimentos para una comunidad. Todas las comunidades necesitan una forma de poder alimentarse y la cooperativa me enseñó

que es un modelo que crea dinámicas para que la comunidad en su totalidad mejore y desarrolle valores que son parte de la economía social.

El trabajo fue muy laborioso en equipo y lo interesante fue hacerlo en una vía no presencial y virtual. Creo que usé herramientas para intentar lograr comprender y leer a mis compañeros para hacer buen trabajo en equipo y entender sus capacidades y necesidades. También fueron de gran aprendizaje las lecturas que hicimos a lo largo del PAP. La que más disfruté leer fue la de la soberanía alimentaria.

La forma en la que nos alimentamos nos incumbe a todos porque todos somos consumidores. Aprender de los que forman parte de esta cadena desde en partes mínimas hasta en trabajos con más preponderancia fue algo que me encantó que lo enseñara este PAP. Aparte, las discusiones que teníamos en línea fueron gran aprendizajes. Me gustó mucho la que tuvimos alrededor del comercio justo. En especial la que hizo Paulo sobre la realidad de una comunidad que se involucra con producir un producto, y que los niños pueden tener impacto en esto y que no sea labor infantil.