

Privado: Foro – 00012 ¿Cómo lograr la permanencia de los integrantes de los Grupos de Consumidores?

## ¿Cómo lograr la permanencia de los integrantes de los Grupos de Consumidores?



**Fecha:** Del 06 al 010 de diciembre

**Horario de apertura:** 09:00 horas

**Discusión:** 12:00 a 15:30 horas

**Cierre:** 00:00 horas

### **Objetivo:**

Al término del foro, el personal de los Departamentos de Educación y Divulgación analizarán las características de un grupo, específicamente de los grupos de consumidores y sus integrantes, así como la dinámica de los mismos; con la finalidad de elaborar propuestas de mejora del Programa de Educación para el Consumo que permita y motive lograr la permanencia de la población en los grupos de consumidores en el 2019.

### **Sabías que...**

Un “grupo» es una pluralidad de individuos que se relacionan entre sí, con un cierto grado de interdependencia, que dirigen su esfuerzo a la consecución de un objetivo común con la convicción de que juntos pueden alcanzar este objetivo mejor que en forma individual”[1].

Existen “roles de constitución y mantenimiento dentro de un grupo: Su objetivo es alterar o mantener la forma de trabajo del mismo, fortalecer, regular y perpetuar al grupo en tanto

que es grupo. Se incluyen todos aquellos que estimulan las relaciones humanas dentro del grupo con vistas a mantener su consistencia”[2].

Un **grupo maduro** tiene la caracteriza de proporcionar una atmósfera de libertad con facilidad de expresión, logra un alto grado de intercomunicación eficaz; tiene propósitos y objetivos claros; asegura la participación de sus integrantes en sus responsabilidades; posee también un alto grado de solidaridad; trabaja más sobre hechos que sobre fantasías; tiene en cuenta la integración satisfactoria de valores, necesidades y metas individuales con las del grupo.

Un **grupo inmaduro** se caracteriza por tener una organización difusa y comunicación pobre; sus metas y roles son poco claros, lo que genera inseguridad a sus integrantes; poca cohesión; lo que da lugar a una falta de participación.[3]

### **Para debate en línea:**

La discusión girará en torno a la dinámica de las siguientes preguntas:

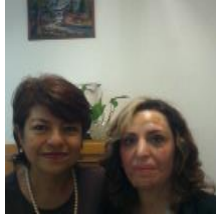
- ¿Qué razones motivan a la población a formar parte de un grupo de consumidores?
- ¿Cuáles son las características de la población que asiste a los grupos?
- ¿Se consideran las necesidades de capacitación de la población que atienden?
- ¿Cada cuándo y cuál es la duración de las sesiones de atención a los grupos?
- ¿Qué estrategias utilizan para promover el consumo responsable y sostenible?
- ¿Cuáles son los principales motivos por los que las personas abandonan los grupos de consumidores?
- ¿Cuáles son las áreas de oportunidad que encuentran en los grupos de consumidores que atienden
- Menciona ¿cuál es la importancia del clima organizacional del grupo para su permanencia y buen funcionamiento del mismo?

Sugerencias de mejora del Programa de Educación para el Consumo, atendiendo a las necesidades del personal de los Departamentos de Educación y Divulgación y de los integrantes de los grupos de consumidores.

[1] LosRecursosHumanos.com. (06 de marzo de 2018). Recuperado en noviembre de 2018, de <http://www.losrecursoshumanos.com/concepto-de-grupo-2/>

[2] Educativos, C. A. (26 de febrero de 2014). [cursoseducadores.blogspot.com](https://cursoseducadores.blogspot.com). Recuperado el noviembre de 2018, de Educación social, trabajo social, animación cociocultural, integración: <https://cursoseducadores.blogspot.com/2014/02/que-es-un-grupo-dinamica-de-grupos-roles.html>

[3] Ramírez, A. C. (2005/ 2006). [www2.ulpgc.es](http://www2.ulpgc.es). Recuperado el noviembre de 2018, de Los Grupos: [https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/38/38205/tema\\_3\\_los\\_grupos\\_200506.pdf](https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/38/38205/tema_3_los_grupos_200506.pdf)



- [Moderadoras Ely y Vania](#)

Keymaster

[6 diciembre, 2018 a las 3:22 pm](#)

**Hola, buenos días equipo!**

En esta ocasión abordaremos el tema de los grupos de consumidores por considerarlo de gran relevancia, además de que ahora nuestro nuevo C. Procurador Ricardo Sheffield tiene la inquietud de conocer las razones por las cuáles los integrantes de un grupo de consumidores no logran permanecer en el mismo; por ello, nos vamos a dar a la tarea de conocer las características y las razones por las que asisten a las sesiones que atienden los departamentos de Educación y Divulgación, para que con base en ellos, y con la experiencia de ustedes, podamos construir una propuesta para lograr tal objetivo.

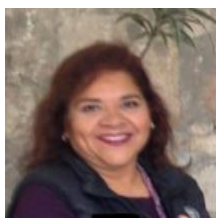
Esperamos su valiosa participación y aportaciones para realizar dicha propuesta en equipo.

Queremos comentarles que tenemos nuevas autoridades:

En la Dirección General Lic. Ana María Jiménez Robles, Dirección de Capacitación Lic. Marlene Segura, Dirección de Educación Lic. Moisés Macías y una jefatura de departamento a cargo del Lic. Francisco Javier Arias; quienes podrán participar en el debate.



Saludos y excelente día!!



- [Morelia Delegación](#)

Participant

[6 diciembre, 2018 a las 9:05 pm](#)

Buenos días compañeros:

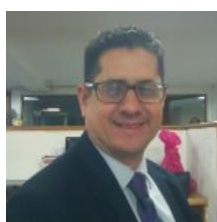
Me parece muy interesante el tema y creo que será de mucha ayuda, en lo personal he llegado a la conclusión que en nuestros grupos la notable la baja de los participantes es por dos factores; el primero es que tiene la atención mensual, por lo que ellos comentan que hay olvido, hay grupos que han solicitado la atención quincenal, pero derivado de las 40 actividades que tenemos que realizar (36 grupos y 4 promociones), resulta imposible, atender esta petición, tomando en consideración que la problemática de la falta de personal, situación que pega en la mayoría de las delegaciones y el segundo factor es que realmente la gente que se queda en los grupos es por su sentido de responsabilidad y el querer pertenecer a un grupo, además ,se sienten protegidos con la información que damos, pero sobre todo porque les gusta aprender, si bien es cierto que para nosotros como capacitadores, bajar la información sobre el consumo responsable es nuestro objetivo final, para las personas que asisten, es aprender tecnologías domesticas, platillos sabios y hasta manualidades, que he visto que en algunas delegaciones las enseñan, situación que lleva al promotor a adquirir otro tipo de conocimientos para atraer a los consumidores.

En la delegación, hemos puesto en practica algunas actividades con los grupos, apoyándonos con el material audiovisual recibidos, hacemos «una mañana de cine», en donde los consumidores comparten experiencias sobre consumo.

Como lo dije al inicio, este es un tema que si necesitamos retroalimentarnos para subsanar esta problemática, sobre todo que si entra en el informe de actividades mensual con los consumidores capacitados.

Quedo en espera de las aportaciones de los compañeros. Y aprovecho para desearles una feliz navidad en familia y un nuevo año con bendiciones.

Saludos cordiales y un fuerte abrazo.



• [Moises Macias Torres](#)

Participant

[6 diciembre, 2018 a las 9:37 pm](#)

¡Muy buenas tardes! Me presento, soy Moisés Macías y estoy a sus órdenes desde este momento en la Dirección de Educación para el Consumo. Mi correo electrónico es: [mmaciast@profeco.gob.mx](mailto:mmaciast@profeco.gob.mx) y mi ext., es la 16910



[Marlene Segura](#)

Participant

[6 diciembre, 2018 a las 11:03 pm](#)

Hola a todos, es un gusto poder saludarles a través de este medio. Este foro nos permitirá estar en contacto con ustedes y conocer las necesidades que actualmente tienen en materia de Capacitación; así como compartir mejores prácticas llevadas a cabo en cada una de las delegaciones y subdelegaciones.

Reciban un cordial saludo. MS



[Francisco Arias](#)

Participant

[6 diciembre, 2018 a las 11:24 pm](#)

Buenas tardes a todos, es un placer ingresar a esta área, donde pronto podremos comenzar a ver los cambios para bien que se dará con el esfuerzo unificado de todos. Esperamos leer su participación para poder comenzar a tomar cartas en el asunto y crear estrategias para fortalecer a sus grupos de consumidores, y así generar un mayor impacto en sus vidas. Para cualquier duda o comentario, con todo gusto los podemos atender en [fjariasm@profeco.gob.mx](mailto:fjariasm@profeco.gob.mx)

Saludos cordiales



[Baja California Sur Delegación](#)

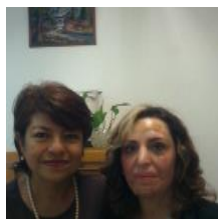
Participant

[7 diciembre, 2018 a las 12:36 am](#)

Buenas tardes compañeros. como siempre un gusto saludarlos.

Para poder continuar con los mismos integrantes de los GC, creo que debemos contar con material de más tecnología (computadora, cañón, internet), si bien es cierto que a nuestros grupos les gusta aprender y estar capacitados con los temas de consumo, no contamos con material audiovisual para poder hacer más amena y atractiva las pláticas.

La atención de los grupos es una vez al mes, con una duración de 45 minutos a una hora, los grupos de escuelas primarias duran 30 minutos.



- [Moderadoras Ely y Vania](#)

Keymaster

[7 diciembre, 2018 a las 3:48 pm](#)

Buenos días!

Como podrán observar, ahora contamos con la participación de los nuevos integrantes del equipo de trabajo de la DGEOC, lo que les da la oportunidad de externar sus ideas, sus trabajos, actividades y por supuesto sus necesidades de capacitación para una mejora de las mismas.

Respecto al debate, nos parecen interesantes los comentarios de Mara (del. Morelia) y del equipo de Baja California; por ello queremos poner énfasis en lo que es un «Grupo» :

Es un conjunto de sujetos que interactúan entre sí, dicha interacción puede ser fuerte o débil dependiendo de los intereses por los cuales pertenezcan al grupo.

Hay diferentes tipos de grupos:

- De familia: en donde los integrantes están unidos por un vínculo afectivo y de parentesco.
- De clase: Es aquel donde los alumnos pasan juntos un año académico con el objetivo de concluir un ciclo escolar.
- De trabajo: Todos los integrantes de una empresa o institución participan e interactúan entre sí para el logro de objetivos comunes en beneficio de su centro de trabajo y de una sociedad.

También podemos encontrar un grupo de consumidores que se reúnen por un cierto tiempo, en un determinado horario para lograr un objetivo que es contar con ciertas actitudes y aptitudes para tomar las mejores decisiones de consumo que dé como resultado un consumo responsable y sostenible.



[Nezahualcoyotl Delegación](#)

Participant

[7 diciembre, 2018 a las 4:03 pm](#)

Hola buenos dias saludando desde la Delegacion Nezahualcoyotl.

Para mi lo que mas motiva a la poblacion para formar un grupo de consumidores, es darle la informacion hacerca de los servicios que ofrece profeco ya que se sienten orientados e informados para ser buenos consumidores, pero sin dejar pasar las tecnologias domesticas es algo que los motiva aun mas.

Todos los grupo tienen diferentes características y necesidades ya que algunos no cuentan con todos los servicios y recursos necesarios, ya que acudo a zonas urbanas y rurales.

Si se consideran las necesidades de cada grupo. La capacitacion de los grupos de consumidores es una vez al mes y su duracion puede ser de una hora o dos horas.

Mi estrategia para llevar acabo un consumo responsable y sostenible, es a travez de dinamicas, manualidades, concientizandolos a ser buenos consumidores.

Para mi el principal motivo que hace que una persona abandone el grupo es por falta de recursos, y tiempo o por cambio de domicilio.

Para mi las áreas de oportunidad, son donde llevamos acabo las capacitaciones como Centros de Salud, DIF, Escuelas etc. y a su vez los integrantes de los grupos pueden llegar autoemplearse.

Para tener una buena permanencia y un buen funcionamiento en el grupo, es tener iniciativa para aprender, un buen trato y hacerlos responsables.

Gracias, bonita tarde



[Chihuahua Delegación](#)

Participant

[7 diciembre, 2018 a las 5:23 pm](#)

Muy buen día

Un gusto saludarlos desde esta fría mañana desde chihuahua; a mis compañeros les envío un cordial saludo y, un afectuoso recibimiento a nuestros directores.; nuestra área es la más noble de nuestra institución, pero también la mas castigada por falta de recursos humanos y materiales, pero esto se ve compensado con lo gratificante de nuestra labor, al menos así lo consideramos los que tenemos muchos años laborando.

Coincido con mi compañera Mara. El que visitemos a los grupos de manera mensual, no solo hace que la población pierda interés por olvido, sino que además, a mi juicio, no les genera compromiso. En muchos casos he interpretado que consideran que el desinterés es de nuestra parte, pues, la mayoría de los grupos que atiendo se reúnen de manera mensual y estos son visitados por autoridades municipales y estatales de la misma forma. Les hace generar un sentido de compromiso y se genera un lazo de apego a las instituciones.

Independientemente de que la información que les proporcionamos les sea de utilidad y les apoye para tomar mejores decisiones de consumo, lo que definitivamente les llama la atención y logra su permanencia son las técnicas domésticas. En la elaboración de estos productos los integrantes ven de manera inmediata un beneficio económico.

En el caso de los grupos escolares, la situación es distinta. El que se visiten de manera mensual nos facilita la apertura por parte de las autoridades educativas, dado los programas que ellos tienen que cumplir, creo que si fueran visitas mas frecuentes nos negarían el espacio. Pero considero, que es en este perfil en donde tenemos que esforzarnos más. Finalmente estamos educando una generación de consumidores inteligentes y es precisamente en los niños en donde podemos hacer una nueva conciencia de lo que es el consumo y que se vea cristalizado este cambio en las futuras generaciones.



[Moises Macias Torres](#)

Participant

[7 diciembre, 2018 a las 9:01 pm](#)

Gran parte de nuestra labor como formadores en educación no formal para el consumo es precisamente ser como la «medicina preventiva» para que nuestros consumidores se empoderen de forma responsable e informada, y puedan defender sus derechos con bases adecuadas y sepan también de antemano cuando no tienen la razón y así evitar futuros problemas y quejas innecesarias. En la medida que hagamos mejor nuestra labor como educadores de consumidores, fortalecemos también otras áreas dentro de Profeco.





[Yucatan Delegación](#)

Participant

[7 diciembre, 2018 a las 9:31 pm](#)

BUENAS TARDES

POR ESTE MEDIO Y EN RELACION AL TEMA, LAS RAZONES QUE MOTIVAN A LOS GRUPOS DE CONSUMIDORES CON LOS QUE TRABAJAMOS SON EL INTERES POR CONOCER TODOS LOS SERVICIOS QUE TIENE PROFECO PARA EL CONSUMIDOR.

POR LO GENERAL LAS CARACTERISTICAS DE LA POBLACION QUE ASISTE A LOS GRUPOS POR EJEMPLO

DENTRO DE UNA COLONIA HE NOTADO QUE SON PERSONAS PROPOSITIVAS QUE INCLUSO PERTENECEN AL COMITE DE MEJORAS EN LA COLONIA QUE SIEMPRE ESTAN ABIERTOS A LOS PRO

GRAMAS QUE EL GOBIERNO LES LLEVA Y SABEN QUE NO TODO ES GRATIS Y TIENEN QUE HACER

SU PARTE PARA RECIBIR LOS BENEFICIOS, TRABAJAN MUCHO PARA CONVOCAR A REUNIONES Y PARTICIPAR EN ELLAS EN LAS QUE HE VISTO COMO SE TOMAN ACUERDOS Y PROPONEN IDEAS, MUY IMPORTANTE CUENTAN CON UN LIDER QUE DE IGUAL MANERA NO SE IMPONE Y ESCUCHA LAS OPINIONES DE TODOS.

DENTRO DE LAS SESIONES SIEMPRE HAY ALGUIEN QUE NECESITA ASESORIA POR ALGUN PROBLEMA POR EL CUAL ATRAVIESA, EN ESTOS CASOS SE LE BRINDA EL APOYO PERO ADEMAS APROVECHO LA SITUACION PARA PREPARAR UN TEMA ESPECIAL SOBRE ESE PROBLEMA Y COMO PREVENIR PARA NO CAER EN EL. Y SE TOMAN EN CUENTA SIEMPRE LAS NECESIDADES DE CAPACITACION DE LAS PERSONAS QUE SE ATIENDEN.

SE ATIENDE A LOS GRUPOS DEL PADRON UNA VEZ AL MES Y LA SESION ES DE UNA HORA EN LA CUAL SE EXPONE EL TEMA SE DESPEJAN DUDAS Y SE PASA LA LISTA DE ASISTENCIA PARA FIRMA.

DENTRO DE LAS ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL CONSUMO RESPONSABLE UNA DE LAS PRINCIPALES QUE MANEJO ES SIEMPRE PONERME COMO EJEMPLO DE COMO ME HA AYUDADO CONOCER ACERCA DE MIS DERECHOS COMO CONSUMIDOR Y LA EDUCACION PARA EL CONSUMO COMO HA CAMBIADO MI VIDA, LOS PROBLEMAS Y DINERO QUE ME HE AHORRADO CON ELLO.

AQUI EN YUCATAN LAS CAUSAS POR LAS QUE ALGUNAS PERSONAS ABANDONAN LOS GRUPOS ES ENTRE OTRAS PORQUE SE VEN EN LA NECESIDAD DE TRABAJAR CON HORARIO DE JORNADA COMPLETA EN EL CASO DE LOS ADULTO MAYORES A VECES POR ENFERMEDAD O BIEN POR VERSE EN LA NECESIDAD DE CUIDAR A LOS NIETOS O ALGUN FAMILIAR.

SE NECESITA SIEMPRE FOMENTAR LA BUENA EMPATIA ENTRE LOS MIEMBROS DEL GRUPO HACERLOS SENTIR LO MPORTANTES QUE SON PARA EL MISMO TOMANDO EN CONSIDERACION QUE LA UNION HACE LA FUERZA Y MAS PARA PODER CONSEGUIR QUE LOS PROGRAMAS SOCIALES LES LLEGUEN.

SIEMPRE QUE ASISTIMOS A UN GRUPO TRATAMOS DE QUE SEA DINAMICO Y COMBINAR LAS PLATICAS CON EL PROGRAMA DE TECNOLOGIA DOMESTICA LE DA UN DINAMISMO ESPECIAL SIN EMBARGO NOS VEMOS LIMITADOS EN CUANTO A QUE NO HAY PRESUPUESTO PARA LAS MATERIAS PRIMAS. LES ENCANTO LA VEZ QUE LLEGARON DE OFICINAS CENTRALES KITS DE MATERIAS PIMAS PARA ELABORAR CLORO, SHAMPOO PARA CABELLO NORMAL Y JABON LIQUIDO UNIVERSAL Y QUE TUVIERON LA OPORTUNIDAD DE LLEVARSE UNA MUESTRA A SU CASA COMPROBANDO LA EFECTIVIDAD. UNA PROPUESTA SERÍA ESA PRECISAMENTE. RESULTÓ DE MUCHO INTERES. SE PODRIA INVESTIGAR ALGUNOS PRODUCTOS QUE SEAN DE IGUAL UTILIDAD Y QUE ADEMAS CON LAS MISMAS MATERIAS PRIMAS CON QUE SE ELABORAN SE PUEDAN HACER VARIOS DIFERENTES CON SOLO AGREGARLES UNO QUE OTRO QUIMICO DIFERENTE.

NOS HACE FALTA CONTAR CON CAÑON, LAPTOP , FOLLETOS A COLOR SOBRE LOS TEMAS Y CARTELES.

LES AGRADEZCO SU ATENCION

SALUDOS  
YASUMI



- [Ecatepec Subdelegación](#)

Participant

[7 diciembre, 2018 a las 9:35 pm](#)

Buenas tardes.

Antes que nada una cordial bienvenida a los nuevos integrantes de la DGEOC.

En efecto como lo comenta la compañera de Morelia uno de las peticiones de los grupos de consumidores es precisamente el que tenga que pasar hasta un mes para poder volver a verlos, cosa que va generando una falta de interés en el grupo.

Desafortunadamente no se puede dar una atención en menor tiempo toda vez que por la cantidad de grupos que se tienen que atender y las actividades de promoción muy difícil el poder atenderlos en mas de dos ocasiones al mes.

Yo recuerdo que hace un par de años se le hizo una modificación al programa de Educación para el consumo en el cual, uno podía programar sus atenciones de acuerdo a las necesidades del grupo, es decir se podían dar las 12 sesiones sin que tuviera que pasar todo un año, (ejemplo: podían ser cada tercer día, semanales, quincenales o mensuales) siempre y cuando se cumpliera con el programa de las 12 sesiones dando altas y bajas de grupos y llegando a un total de «X» número de grupos señalados en los criterios de operatividad en el año.

Eso hizo que la gente se comprometiera a asistir, ya que el grupo señalaba cada cuando quería recibir su capacitación de educación para el consumo, no olvidando por supuesto la importancia que tiene para ellos el aprender a elaborar la tecnología doméstica, platillos sabios etc. y que por tal motivo solicita que su atención sea más periódica.

En el caso de las escuelas al igual que mi compañera de Chihuahua es lo mismo, creo que la atención mensual es lo más adecuado, ya que es más fácil que un maestro nos ceda una hora de su tiempo al mes.

Saludos.



• [Culiacan Delegación](#)

Participant

[8 diciembre, 2018 a las 1:06 am](#)

Buenas tardes a todos y a todas:

Qué gusto dar la bienvenida a la Directora General de Educación y Organización de Consumidores, Maestra Ana Ma. Jiménez Robles, a los Directores de Educación y Capacitación, Licenciados Moisés Macías y Marlene Segura, así como a Francisco Arias, Jefe de Departamento.

Coincido con Concepción de Chihuahua al mencionar que el Departamento de Educación y Divulgación realiza una labor muy importante, y formó parte del entonces conocido como Instituto Nacional del Consumidor, sin embargo al fusionarse dejó de tener el apoyo necesario. Aún así, me siento orgullosa de las tareas que realizo y trato siempre de llevarlas a cabo con entusiasmo.

Ojalá que hoy sea el mejor momento para que se dignifique y reconozca esta valiosa labor preventiva y eminentemente educativa.

Después de esta introducción, paso a dar respuesta a las preguntas señaladas para el debate en línea:

1. Creo que las razones para formar parte de un grupo de consumidores son el aprender a ser mejores en materia de consumo, el recibir capacitación para el consumo responsable y el

conocer las funciones de la Procuraduría Federal del Consumidor.

2. Las características de la población que asiste a los grupos: atendemos diferentes perfiles y cada uno presenta características diferentes. Podemos decir que la población infantil está siempre atenta a recibir los contenidos, es una población constante (digamos que cautiva), con mínimas faltas de asistencia y dispuesta al desarrollo de los programas. Las amas de casa se sienten comprometidas a mejorar en sus compras y se enfrentan diariamente a situaciones de consumo y las personas de la tercera edad, también muy constantes en su asistencia debido a que están organizados en grupos incorporados al Inapam y al sistema DIF, son muy receptivas y agradecidas de la información que reciben.

3. Siempre hay una relación directa y bidireccional con los miembros de los grupos, razón por la cual se detectan las necesidades de capacitación y se adaptan los contenidos para lograr satisfacerlas.

4. Las sesiones son mensuales y generalmente de 50 minutos para los grupos de adultos y adultos mayores, mientras que en los grupos escolares se utilizan de 35 a 40 minutos para llevarlas a cabo.

5. Las estrategias son el desarrollo de los contenidos de nuestros programas, así como la sugerencia de integrarse al movimiento de consumidores activos.

6. Los motivos de abandono o faltas a las sesiones son distintas: generalmente las amas de casa tienen diferentes responsabilidades que atender en relación con sus hogares. Es por ello que mi opinión, basada en la experiencia como Jefa de Departamento y como Promotora, es que nos debemos de dirigir a grupos ya organizados formalmente y pertenecientes a estructuras que permiten darles seguimiento, como los que nos presentan las escuelas y las instituciones del sistema DIF, pues de alguna manera se suplen las carencias de nuestra institución y se logra la permanencia y atención de los grupos.

7. Yo creo que las áreas de oportunidad también son variables y en la mayoría de los casos nos tocan a nosotros como institución. Somos nosotros los que tenemos que contar con mayor apoyo en material didáctico de calidad y me refiero con esto a la presentación, ya que los contenidos son magníficos, pero hemos llegado al punto de tener que reproducirlos en nuestros multifuncionales, siempre en blanco y negro debido a que tal vez no hay presupuesto para que se impriman con mayor calidad en oficinas centrales.

8. La importancia del clima organizacional es definitivo, y como lo he mencionado en las respuestas anteriores, la estrategia debe dirigirse a atender grupos ya constituidos que nos aseguren su permanencia, es decir continuar coordinándonos de forma interinstitucional.

9. Sugerencias:

a) Reproducción y abasto de material educativo desde oficinas centrales hacia las Delegaciones.

b) Capacitación para el personal que realiza acciones de educación en los grupos.

c) Establecer metas alcanzables y medibles, con base en la capacidad de recursos humanos disponibles.

Otro espacio que debemos conservar y aprovechar es el de la participación en medios de comunicación para difundir los contenidos de nuestros programas y los de la Revista del Consumidor, así como el acercamiento con las Universidades para ofrecer cursos de capacitación y actividades de promoción a los jóvenes y Profesores.

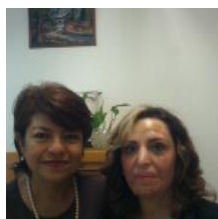
Creo y espero que esta será una nueva oportunidad para mejorar y crecer en nuestro importante quehacer, la educación para el consumo.

Muchas gracias y felices fiestas, un abrazo para cada uno con mis mejores deseos.

Atentamente,



Leonila del Carmen Sánchez Esquerra



- [Moderadoras Ely y Vania](#)

Keymaster

[10 diciembre, 2018 a las 4:55 pm](#)

¡Buenos días!

Con el gusto de leerles en este inicio de semana. Compartimos con ustedes las inquietudes de que uno de los factores importantes para que los integrantes de los grupos de consumidores deserten o pierdan el interés, es la frecuencia con que se les da la capacitación, consideramos que pudiera ser dos veces al mes que se les brinde la atención, en caso de la población abierta como amas de casa, adultos mayores y jóvenes. Sin embargo, es importante, como lo comentó Leonila (de Culiacán), aprovechar estructuras de sindicatos, instituciones educativas, asociaciones, etc. que finalmente son grupos cautivos que los une un interés en común y su permanencia se debe por una razón de ser como por ejemplo, en la educativa terminar el ciclo escolar, sindical obtener un beneficio más allá de lo laboral, etc., con la finalidad de lograr que la población permanezca por más tiempo y que encuentre un sentido de pertenencia e identificación con sus iguales.

Es importante resaltar que existen características que fomentan la permanencia de los integrantes en un grupo.<sup>1</sup>

1. **Interacción:** los miembros interactúan con cierta frecuencia, de forma personal y a partir de ciertas pautas establecidas. La conducta y acciones de cualquiera de sus miembros sirven de estímulo al comportamiento de otros.
2. **Interdependencia:** los individuos dependen unos de otros para poder alcanzar los objetivos grupales. No solamente interactúan, sino que también comparten normas o desempeñan funciones que se complementan.
3. **Finalidad:** sus integrantes realizan actividades colectivas que contribuyen al logro de objetivos comunes.
4. **Percepción:** el grupo es directamente observable; los miembros perciben la existencia del grupo, tienen un sentimiento de pertenencia al mismo, y se comportan como grupo de cara al exterior. Su entidad es reconocida como tal por sus propios miembros y por los demás. Existe una conciencia y un sentimiento de grupo que se configura a través del desarrollo del “nosotros” frente al “ellos”.

5. **Motivación:** el grupo permite satisfacer necesidades individuales, tanto explícitas como implícitas. Las primeras suelen encajar directamente con las tareas y el objetivo concreto del grupo. Las implícitas pueden resultar menos evidentes - amistad o liderazgo, por ejemplo- pero movilizan al individuo a participar en las actividades grupales.

6. **Organización:** el grupo tienen una determinada estructura que se traduce en la distribución de papeles, configurando un sistema de roles entrelazados que representan un cierto nivel o estatus, así como una serie de normas de funcionamiento compartidas.

7. **Actitud:** el grupo comparte determinadas actitudes y valores que forman parte de su propia cultura.

8. **Estabilidad:** la interacción entre los miembros no es algo puntual, sino que se produce con una relativa duración en el tiempo. La estabilidad vendrá marcada por el tipo de grupo.

<sup>1</sup> LosRecursosHumanos.com. (06 de marzo de 2018). Recuperado en noviembre de 2018, de <http://www.losrecursoshumanos.com/concepto-de-grupo-2/>

Vamos a aprovechar las fortalezas y debilidades que han mencionado en sus aportaciones para, de ser posible, elaborar estrategias de trabajo que permitan la permanencia de los integrantes de los Grupos de Consumidores.

Con este Foro cerramos un ciclo más de aprendizajes y retroalimentación; esperamos aprender en el 2019.

¡Les deseamos felices, responsables y sostenibles fiestas decembrinas!

Un abrazo con mucho cariño de nuestra parte



Ely y Vania