

**Universidad Nacional de Costa Rica**

**Facultad de Ciencias Sociales**

**Escuela de Planificación y Promoción Social**

Las relaciones socio productivas en el proyecto “Mercado Solidario de Chimirol”, de la Asociación de Mujeres Cooperativas del distrito de Rivas, Pérez Zeledón. Año 2019-2020.

**Elaborado por:**

Yilania Solís Abarca

Valery Alvarado Guerra

**Tutor:** David Morera Herrera

**Año 2021**

## INTEGRANTES DEL TRIBUNAL EXAMINADOR



---

Mag. Mariana Ramírez Sandí

Representante de la Decana, Facultad de Ciencias Sociales

ADRIANA  
SANCHEZ  
SANCHEZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
ADRIANA SANCHEZ  
SANCHEZ (FIRMA)  
Fecha: 2022.02.16 16:02:59  
-06'00'

---

M.Sc. Adriana Sánchez Sánchez

Representante de Dirección, Escuela de Planificación y Promoción Social



---

M.Sc. David Morera Herrera

Tutor



---

M.Sc. Isabel Calvo González

Lectora interna



---

M.Sc. José Alonso Calvo Araya

Lector externo

**Índice de Abreviaturas:**

**AMOC:** Asociación de Mujeres Organizadas del Chirripó

**CEPAL:** Comisión Económica de América Latina y el Caribe

**DINADECO:** Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad

**FODA:** Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

**INA:** Instituto Nacional de Aprendizaje

**INAMU:** Instituto Nacional de la Mujer

**INDER:** Instituto de Desarrollo Rural

**INEC:** Instituto Nacional Estadística y Censos

**MAG:** Ministerio de Agricultura y Ganadería

**MINAE:** Ministerio de Ambiente y Energía

**MEIC:** Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

**OIT:** Organización Internacional del Trabajo

**PEDRT:** Política de Estado para el Desarrollo Rural Territorial Costarricense

**PIB:** Producto interno bruto

**SINAC:** Sistema Nacional de Áreas de Conservación

**UNICEF:** United Nations Children's Fund

**UNED:** Universidad Estatal a Distancia

## Índice

|                                                                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Resumen Ejecutivo                                                                                                                                   | 5   |
| Introducción                                                                                                                                        | 6   |
| Capítulo I Diseño del proyecto                                                                                                                      | 8   |
| 1.1 Objeto de Investigación                                                                                                                         | 9   |
| 1.2 Justificación                                                                                                                                   | 9   |
| 1.3 Problema de Investigación                                                                                                                       | 12  |
| 1.4 Objetivo General y específicos                                                                                                                  | 20  |
| 1.4.1 Objetivo general                                                                                                                              | 20  |
| 1.4.2 Objetivos Específicos                                                                                                                         | 20  |
| Capítulo II Antecedentes del proyecto                                                                                                               | 21  |
| 2.1. Antecedentes de la investigación                                                                                                               | 22  |
| 2.2 Antecedentes normativos                                                                                                                         | 29  |
| DINADECO                                                                                                                                            | 30  |
| Inder-PEDRT 2015-2030                                                                                                                               | 31  |
| Ministerio de Trabajo y Seguridad Social:                                                                                                           | 33  |
| INAMU:                                                                                                                                              | 34  |
| Capítulo III Marco Conceptual                                                                                                                       | 36  |
| Capítulo IV Marco Metodológico                                                                                                                      | 50  |
| 4.1 Estrategia metodológica                                                                                                                         | 51  |
| 4.1.1 Enfoque de la investigación                                                                                                                   | 51  |
| 4.1.2 Tipo de investigación                                                                                                                         | 52  |
| 4.1.3 Técnicas de investigación                                                                                                                     | 52  |
| 4.1.4 Fuentes de información                                                                                                                        | 53  |
| 4.1.5 Matriz de operacionalización de los objetivos                                                                                                 | 55  |
| Capítulo V Análisis e interpretación de resultados                                                                                                  | 56  |
| Introducción                                                                                                                                        | 57  |
| 5.1 Objetivo 1: Describir los procesos socio-productivos del Mercado Solidario y su incidencia para el desarrollo rural en Chimirol, Pérez Zeledón. | 58  |
| 5.1.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)                                                                                      | 77  |
| 5.2 Objetivo 2: Identificar el enfoque de género en torno a las relaciones socio-productivas de Mercado Solidario implementado en Chimirol.         | 82  |
| Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones                                                                                                         | 87  |
| Limitaciones en el proceso de Investigación                                                                                                         | 96  |
| Recomendaciones y hallazgos:                                                                                                                        | 98  |
| Capítulo VII: Propuesta de desarrollo socioproductivo con enfoque de género para Amoc.                                                              | 100 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| Emprendimiento y Ecología  | 110 |
| Referencias Bibliográficas | 113 |
| Anexos                     | 120 |

### Índice de Figuras:

|                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 Términos relativos a la perspectiva de género                                         | 42  |
| Figura 2 Tasa de participación económica por sexo 1990-2009, Costa Rica                        | 43  |
| Figura 3 Matriz de Operacionalización de Objetivos                                             | 55  |
| Figura 4 Edades integrantes de la Junta Directiva de AMOC                                      | 60  |
| Figura 5 Nivel de estudio de integrantes de la Junta Directiva                                 | 61  |
| Figura 6 Cursos, talleres o capacitaciones recibidos por mujeres de la junta directiva de AMOC | 62  |
| Figura 7 Tenencia de otro puesto como miembro de la Junta Directiva                            | 63  |
| Figura 8 Dependencia Económica del Mercado Solidario                                           | 64  |
| Figura 9 Dependencia económica del núcleo familiar al Mercado Solidario                        | 65  |
| Figura 10 Percepción de ganancia que proviene de un puesto en el mercado de Chimirol           | 66  |
| Figura 11 Actividades realizadas por miembros de la junta directiva, en la feria de Chimirol   | 67  |
| Figura 12 Estado activo de participación de las asociadas                                      | 74  |
| Figura 13 Asociadas y no asociadas al proyecto “Mercado Solidario” de Chimirol                 | 75  |
| Figura 14. Miembros de la Junta Directiva que participan en el Mercado Solidario de Chimirol   | 76  |
| Figura 15. Cantidad de puestos del Mercado Solidario de Chimirol                               | 77  |
| Figura 16. ¿Cuál es el FODA que presenta el Mercado Solidario?                                 | 78  |
| Figura 17. Mapa de la ruta turística                                                           | 105 |
| Figura 18. Croquis de la ruta turística                                                        | 106 |
| Figura 19. Matriz Estratégica de la Ruta Mercado Solidario de AMOC                             | 107 |
| Figura 20. Vinculación de objetivos específicos con la propuesta                               | 108 |

### Índice de Anexos:

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Anexo 1. Cadena de valor agrícola                       | 120 |
| Anexo 2. Mapa conceptual de “Planificación”             | 121 |
| Anexo 3. Mapa conceptual de “Planificación”             | 122 |
| Anexo 4. Mapa conceptual de “Planificación”             | 123 |
| Anexo 5. Cronograma de trabajo para el I semestre, 2019 | 124 |
| Anexo 6. Cronograma de trabajo 2020                     | 127 |

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación se ha realizado con la finalidad de comprender e identificar cuáles son las necesidades e incidencias de las actividades socio productivas desde una perspectiva de género. El proyecto de investigación es llevado a cabo en una comunidad llamada Rivas de San Gerardo localizada en el cantón de Pérez Zeledón.

A partir del análisis de los datos de la región acerca de las mujeres rurales ejerciendo actividades económicas, así como la gran competencia y rezago social, económico y educativo surge el problema de cómo se puede contribuir a que un grupo de mujeres puedan mejorar sus ingresos por medio de su actividad económica logrando la equidad de los sexos.

El proyecto está basado en un mercado solidario dirigido por un grupo de mujeres específicamente de la Asociación de mujeres del Chirripó, esta asociación tiene un proyecto: El mercado solidario, se realiza en dos lugares distintos. A). los días miércoles en Chimirol y B). los sábados en Rivas. En el cada asociado y mujeres de la zona participan en la venta de comida, artesanías, plantas y especialmente lo que cada familia cultiva en sus tierras.

Se debe de entender que el proyecto gira en torno a las relaciones socioproductivas que giran en torno a este mercado solidario, sin embargo, para comprender las relaciones se debe de estudiar los actores quienes lo crearon, es por el cual se inicia con el estudio de la asociación para analizar si su administración y gestión de recursos y actividades tiene algún impacto en el Mercado Solidario.

## Introducción

La Escuela de Planificación y Promoción Social, ha trabajado en conjunto con entes institucionales, como lo es el INDER, con propósitos de realizar extensión universitaria en comunidades que abren puertas a escuchar propuestas, todo para la mejora y aprendizaje de distintas poblaciones y del estudiantado. Para el presente trabajo se diseña una propuesta de mejora para una comunidad, con la finalidad de fortalecer aspectos como lo socio productivo y el enfoque de género, que es en lo que se basa principalmente el proyecto de graduación.

En este caso el presente trabajo aborda la comunidad de Chimirol, ubicada en Pérez Zeledón, comunidad que se caracteriza por ser una zona rural, donde se producen en su mayoría productos agrícolas como fuente clave de ingreso de las familias de la zona.

Se presenta la oportunidad de trabajar con una Asociación de desarrollo local, llamada AMOC, lo cual es necesario destacar que es un equipo conformado por mujeres emprendedoras, que impulsan ante todo los emprendimientos de mujeres. Es necesario caracterizar la población para que sea comprendida, y por ende se define como grupos de emprendedoras, al mismo tiempo encargadas de sus hogares y su familia (cuidado de personas menores o mayores), ya que las zonas rurales lamentablemente aún sufren falta de enfoque de género, y reproducción de actitudes y pensamientos machistas.

Esta comunidad cuenta con una junta directiva organizada por mujeres que conformaron una asociación de desarrollo comunal, denominada “AMOC” (Asociación de Mujeres Organizadas del Chirripó), esta cuenta con mecanismos de mejora y apoyo para sus asociados y asociadas, entre estos el proyecto Mercado Solidario, que se trata de una feria de mercado.

En este espacio se realizan procesos socio productivos, es decir procesos de comercialización, lo cual es uno de los enfoques del presente proyecto, ya que está latente la venta de los productos agrícolas que se trabajan en la zona. El Mercado Solidario es el objetivo de estudio, donde se desarrollan las variables principales de estudio. lo cual serían las relaciones socio productivas y el enfoque de género.

La finalidad de este proyecto es abastecer las necesidades básicas que tiene cada núcleo familiar, sin olvidar que hay una necesidad de poder dar apoyo a los emprendimientos de mujeres y ser sustento de la economía de cada grupo, para sacarles de una reproducción de roles predestinada por mentalidades obsoletas machistas.

Como se mencionó, para la modalidad de proyecto final de graduación se requiere realizar un estudio en donde se sugiera una propuesta de mejora para el ente o para la comunidad con la que se trabaje; es por esto por lo que este documento, tiene como finalidad presentar una propuesta de Ruta turística con enfoque de género, para la Asociación de AMOC, que pueda incrementar la economía de las personas partícipes, así como generar trabajo y sacar de los habituales roles predestinados a las mujeres.

# **Capítulo I**

## **Diseño del proyecto**

## **1.1 Objeto de Investigación**

Las relaciones socio productivas en el proyecto “Mercado Solidario de Chimirol”, de la Asociación de Mujeres Cooperativas del distrito de Rivas, Pérez Zeledón. Año 2019-2020.

El Mercado Solidario de Chimirol es un proyecto que pertenece a la Asociación de Mujeres del Chirripó. Nació a raíz de la necesidad de brindar un espacio de desarrollo económico a las mujeres y personas de la zona, como ayuda para su sustento cotidiano. El Mercado Solidario presentó las cualidades para potenciar aún más el desarrollo económico de estas mujeres.

Se debe mencionar que este proyecto de Amoc tuvo la ayuda del Instituto de Desarrollo Rural (INDER), el cual ha colaborado con otros proyectos, como por ejemplo un invernadero, el cuál ha sido de gran ayuda para las personas de la comunidad.

Se logró formar parte de este proyecto en conjunto con la Asociación de Desarrollo, y con la contraparte que es el INDER, con la finalidad de proponer una mejora en las gestiones que garantizara a la organización de mujeres mayores beneficios en diversos ámbitos.

## **1.2 Justificación**

El presente trabajo de investigación analiza las relaciones socio-productivas del Mercado Solidario de Chimirol, que pertenece a la Asociación de Desarrollo desde la perspectiva de la planificación con enfoque de género.

La implementación de la planificación social en el área rural, con enfoque de género, proporciona un valor agregado para el desarrollo local, creando medios y espacios de participación social, cultural y económica, que contribuye al bienestar de las comunidades.

Este proyecto incluye de manera destacada la promoción social. Se ejercen métodos, técnicas y actividades sociales, que construyen un sistema integral de acción que garantiza las oportunidades y la participación para el progreso de la ciudadanía. Debido a que, por ejemplo, la problemática de la comunidad y las necesidades solo se pueden analizar a partir de un

diagnóstico del campo o sitio de investigación; la planificación puede abarcar a cabalidad esta área.

Las zonas rurales se caracterizan por tener una menor atención e inversión pública, económica y social. Existe una carencia en la planificación con enfoque de género en la Asociación AMOC, grupo de mujeres organizadas; por eso la relevancia del proyecto. Es de resaltar que se trabaja con una asociación conformada por mujeres.

Además, es relevante hacer un análisis y de esta forma promover la inserción de mujeres en actividades socio productivas y en el tema de la comercialización en el área local y rural, ya que esto genera un empoderamiento a este grupo de estudio y a su vez suprime tanto barreras socioeconómicas, como culturales para las mismas.

Por lo tanto, se considera que la planificación con enfoque de género puede contribuir a generar relaciones socio productivas, con una tendencia a mayor equidad de género, ya que muchas de las actividades están predispuestas para la población rural masculina del área, lo que se pretende es que esta equidad permita a la mujer ser parte del desarrollo socio productivo.

El trabajo de investigación colabora con el análisis y búsqueda de la realidad, identificando la desigualdad e inequidad estructural en materia de género en diferentes ámbitos; por ejemplo: laborales, sociales y económicos, que se manifiestan en el objeto de estudio: la Asociación de Desarrollo indicada.

Entendemos que hay una gran brecha en el alcance de oportunidades económicas, lo cual es una consecuencia de la estructura basada en las diferencias, superioridades, tradicionalismos, estereotipos y sesgos de los hombres con respecto a las mujeres, en el conjunto de la sociedad. Desde luego, Costa Rica no está exenta.

Por consiguiente, consideramos que el estudio dirigido a una población rural y de mujeres, contribuye a la investigación y la enseñanza-aprendizaje, palpando cómo operan en ese ámbito concreto las diferencias debido al género. La relación que tiene el proyecto con enfoque de género y la planificación consiste en que, mediante planes de acción y una propuesta de mejora en el aspecto socioeconómico, las mujeres de la zona y en específico las asociadas

al proyecto del Mercado Solidario, mejoren su situación de vida. Claramente, esto promoviendo que las acciones que den sustento a las actividades de este proyecto sean trabajadas por ellas mismas, y que se enfoquen al beneficio y desarrollo de la mujer en estos espacios, como tanto sociales como productivos.

Para que la Asociación de Mujeres (AMOC) pueda desenvolverse, es necesario estimar el proceso como un fenómeno social, colectivo y precedente, en cuanto a disparidades de derechos, oportunidades y privilegios. Nuestra meta conlleva al fomento y empoderamiento de mujeres en espacios sociales y productivos rurales.

El enfoque de género procura un cambio para la sociedad, principalmente orientado al progreso económico local y la integración de las mujeres en el ámbito laboral en el área rural; que estas sean emprendedoras para la producción, reproducción y sustento económico de sus familias y se convierta en un medio para disminuir la pobreza.

El Instituto Nacional de Desarrollo Rural (Inder), se ha enfocado en la promoción de actividades, proyectos, evaluación y asignación de recursos y herramientas necesarias para que comunidades rurales realicen, manejen y lleven a cabo proyectos emprendedores. El Inder ha sido una institución que ha tratado de incrementar el apoyo a los proyectos para las mujeres emprendedoras de la Asociación de Desarrollo, con el fin de generar un desarrollo del asentamiento o localidad rural.

Es relevante destacar que estas mujeres asociadas tienen familias, las cuales son parte de una importante contextualización respecto su accionar como mujeres en esta zona rural, desde dónde se conforma su vida socioeconómica.

También lo socioeconómico involucra diversas variables, las cuales repercuten en cada mujer de la Asociación, de una distinta manera, condicionan su comportamiento en el estudio, por lo que se vuelve interesante valorar estas dimensiones desde diversas perspectivas.

El Inder toma en cuenta el desarrollo familiar económico rural, y lo define como *“unidades económicas o empresas que funcionan de forma autogestionaria por la familia, con acceso a la tierra o no y al área rural en general”* (Inder, 2018)

Instituciones como el Inder que genera este tipo de proyectos sociales, promueven los procesos de planificación en zonas rurales, para proporcionar una dirección y el uso eficiente de los recursos y el tiempo, que permita alcanzar las metas y los objetivos.

Por lo tanto, la planificación de los sectores rurales es sustancial para que se desarrollen los aspectos tanto sociales como económicos y para que los habitantes de esas zonas reciban los mismos beneficios de ese desarrollo rural.

### **1.3 Problema de Investigación**

Según el Plan de desarrollo de Pérez Zeledón, este cuenta con una extensión de “1905.51 km, la cual representa un 38.42% de la provincia de San José y a su vez, un 3.33% del territorio nacional”. (2016, p.5), gran porcentaje de la capital, lo cual, se puede connotar la importancia de este territorio, para el sector socio económico.

Ese porcentaje muestra que, Pérez Zeledón se ha ido desarrollando con el paso del tiempo, y cabe destacar que, aunque es una zona rural, actualmente tiene muchos negocios, una buena economía que ha permitido ese mismo crecimiento social.

El Plan de Desarrollo del cantón indica que hay el Territorio de Pérez Zeledón cuenta con:

Varias edificaciones de orden cultural, destacando el edificio del Complejo Cultural, el cual alberga la Biblioteca Pública, Humberto Gamboa Alvarado, el teatro de la ciudad y una oficina de los escritores generaleños, así como una pequeña escuela de música, la Escuela de Arte Generaleño, y el taller de artes plásticas Ilusiones. También, la ciudad cuenta con una Escuela Sinfónica y varios grupos artísticos. Además, existen representaciones en diversas disciplinas deportivas. Algunos de los equipos de la zona son: equipo de fútbol de primera división tanto femenino como masculino, liga superior de baloncesto, el cantonal de voleibol y fútbol sala. (2016, pp.4-5)

Esta información da a conocer, que hay crecimiento en la zona, no solo desde un ámbito de financiero, aunque todo este desarrollo conlleva a los términos de estabilidad económica del

cantón, incluso a pesar de que el Plan de desarrollo por medio del Colegio de Ingenieros Civiles indique “*Pérez Zeledón es el cuarto cantón del país con el mayor número de deslizamientos identificado*”. (2016, p.7), se puede afirmar un gran avance en el Cantón.

Este territorio tiene zonas protegidas, y entre estas el muy conocido Cerro Chirripó, el cual se encuentra a poca distancia de la comunidad estudiada. La cual sería una oportunidad de desarrollo en la zona, ya que el Plan de Desarrollo Rural de Pérez Zeledón muestra otros sectores socioeconómicos que se destacan en Chirripó, como el turismo, por el hecho de la diversidad del Parque Chirripó.

“El área protegida con mayor extensión corresponde a la Reserva Forestal Los Santos (Cuenca del Río Savegre) con 249 km<sup>2</sup> y 171 km<sup>2</sup> en el Parque Nacional Chirripó” (Plan Desarrollo Rural Pérez Zeledón, 2016, p.6). Esta es una zona turística clave para el desarrollo de actividades socio productivas para la junta directiva, claramente, de acuerdo con la temporada alta en turismo.

Para contextualizar la situación respecto a la comunidad de Chirripó, es necesario hablar del contexto en el cual la zona se relaciona directamente. Se puede declarar una zona en donde predominan actividades del sector primario, según el Plan de Desarrollo Rural del Inder (2016), indica que “*los sectores de actividad que concentra la mayor cantidad de la población son la agricultura, ganadería y pesca en un 26.4%*”, por lo tanto, se puede entender el enfoque de AMOC, al hecho de la realización de ferias locales, ya que la comunidad se basa en la producción y en la comercialización de sus cosechas; en agricultura, principalmente.

El plan de desarrollo también indica que en este cantón:

"El Territorio de Pérez Zeledón cuenta con una extensión de 1905.51 km<sup>2</sup>, equivalente a 8059 fincas, de las cuales el 46.7% se dedican a la actividad agrícola especialmente a la producción de café, caña de azúcar y granos básicos y el 46.9% a la actividad pecuaria, dentro de ellas está la acuicultura, avicultura, ganado porcino y el ganado vacuno, este último con fines de engorde y producción de leche y especies menores. Así también, en un 6.2% del área del Territorio se desarrollan actividades como el turismo rural, protección a los bosques y otras actividades principales". (Censo Agropecuario 2014, citado en Plan de Desarrollo de Pérez Zeledón, 2016, p.13).

En los antecedentes que se precisan los datos de la formación y la razón de ser de AMOC, se indica que hay territorios en donde la mayoría de las personas dependen de sus cultivos para dicho proceso socio productivo, clave para la determinación de que la agricultura es una de la base de quienes son partes del estudio del proyecto.

Cabe mencionar que las fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas (FODA) que realiza el mismo Plan de Desarrollo del Inder (2016), se contempla como una fortaleza de la comercialización; el Mercado solidario, el cual pertenece a un proyecto dado por AMOC. Con esto se puede valorar la importancia para el sector socio productivo, que puede generar tanto la asociación mencionada como sus proyectos.

Asimismo, el FODA de dicho plan cuenta con un apartado de “mujeres” en donde se destaca que como fortaleza hay grupos organizados de mujeres y presencia de las mismas en instituciones de apoyo para la mujer. Como debilidades reproducción de ideas discriminatorias, para con las mujeres, por parte de la comunidad, como una no aplicación del enfoque de género en las organizaciones, y tampoco en la comunidad. El Plan indica que otra debilidad determinante es la migración de las mujeres por falta de trabajo, y consigo la baja autoestima. (Plan de Desarrollo Rural de Pérez Zeledón Inder, 2016; pp. 35-36).

Parte de la problemática que presenta el territorio estudiado, y como lo indica las amenazas del FODA del Plan de Pérez Zeledón, es “la ausencia de redes de apoyo a proyectos de organizaciones de mujeres que le permitan acceder a un mercado para la comercialización de productos”. (2016, p.36).

Hay que destacar que al ser una zona rural en donde se dan ingresos económicos tanto de la parte de turismo como por la agricultura, es necesario vincular como estas actividades generan fuentes principales de ingresos para la comunidad de Chirripó. Es aquí cómo se insertan las mujeres de la asociación a ser partícipes de actividades de la zona.

Según el plan de desarrollo, indica que respecto al Censo Nacional de Población realizado por el INEC (2011), este cantón: “cuenta con una población total de 134.534

habitantes, en donde el 51.4% (69.137) corresponden al sexo femenino y en un 48.6% (65.389) al sexo masculino”. (2016, p.8).

Cabe destacar que para el enfoque de género que se le da a la investigación, los datos de la cantidad en diferencia de sexo son importantes, ya que se puede ir contextualizando que hay mayoría de mujeres en un cantón muy demarcado por ser principalmente pertenecientes a el sector primario, como se mencionó anteriormente, aspecto que tradicionalmente se le ha adjudicado que quienes se encargan de esta labor de campo son en su mayoría el hombre.

Un problema que se presenta consta en que la mayoría de las personas agricultoras por un tema de la división del trabajo que se dio hace mucho tiempo atrás, actividades predeterminadas, que marcaron la división de roles; son hombres, lo cual las mujeres del grupo de la Asociación comentan la dificultad del trato con los mismos para las comercializaciones que se dan en las ferias del Mercado que ejecuta la Junta Directiva AMOC.

Muchas actividades de agricultura en zonas rurales son dadas bajo un concepto de economía circular, en donde muchas veces influye la educación en términos académicos, con la que haya crecido la persona. El Plan de Desarrollo de Pérez Zeledón, indica lo siguiente datos sobre la alfabetización de su población:

Usualmente el grado de alfabetización de la población, se define como el porcentaje de la población de 10 años y más que sabe leer y escribir. El alfabetismo en Pérez Zeledón, según datos obtenidos del INEC en el Censo de Población 2011 es de 97.2%. (2016, p.9).

También este plan mediante datos de porcentaje indica que, según el Censo del INEC en el 2011, un 5% de la población no tiene estudios en absoluto, 18% primaria incompleta, el 34% de la población cuenta con una primaria completa, un 16% una secundaria incompleta, 10% secundaria completa y un 17% educación superior. (2016, p.9)

Las migraciones en Pérez Zeledón según este mismo Plan de Desarrollo Municipal señalan que para por el año 2016, “alrededor de 39.396 personas quienes emigran”, siendo de los índices de migración más altos del país, y asimismo indica que una de las principales causas

es la falta de trabajo y situación económica; por lo tanto esto se relaciona con el problema que se plantea más adelante, dando un dato clave para determinar las condiciones de zona rural, con la cual se trabaja para la investigación.

El Plan de Pérez Zeledón realizó un FODA en donde denotan debilidades para las actividades productivas, económicas y de comercialización, importantes para contextualizar las carencias dentro del cantón, que repercuten en la AMOC, las cuales se puntualizan de la siguiente manera:

- Falta de acompañamiento por parte de las instituciones y asesoría en la implementación de los proyectos productivos dirigidos a grupos vulnerables y organizaciones.
- No se toman en cuenta las iniciativas de personas productoras o campesinas para el desarrollo de proyectos específicos.
- Falta incentivar la compra de productos agrícolas locales.
- No se cuenta con canales de distribución y un mercado seguro para la venta de los productos.
- Falta darles valor agregado a los productos. (Plan de Desarrollo de Pérez Zeledón, 2016, p.39)

Estos aspectos son las razones por las cuales se entorpece el desarrollo de las personas de la zona rural, la cual basan su economía en lo local.

Dentro del Plan de desarrollo de Pérez Zeledón (2016, pp.35-36), el FODA denota debilidades para las mujeres de la zona, las cuales se puntualizan de la siguiente manera:

- Ideas discriminatorias hacia las mujeres por parte de miembros de las comunidades.
- No aplicación del enfoque de género en las organizaciones y comunidades.
- Inexistencia de grupos de mujeres en algunas comunidades del Territorio.
- Migración de mujeres por falta de trabajo.
- Falta de acompañamiento a proyectos productivos dirigidos a las mujeres por parte de las instituciones.

La asociación de mujeres organizadas del Chirripó presenta un proyecto llamado Mercado Solidario, con el objetivo de fomentar el desarrollo rural sostenible y el

emprendedurismo de las personas de la zona. Para la ejecución de las actividades del Mercado Solidario, se llevan a cabo en un punto estratégico, Chimirol.

En el punto de venta de Chimirol, tiene una cercanía mayor con el Cerro Chirripó. Esta es una zona turística, se vende artesanías, comida nacional y mucho más. La problematización respecto este mercado se basa en que las ventas a pesar del turismo de la zona, no es tan rentable, ya que algunos no compran, y que hay temporadas de turismo altas y bajas, es decir, no es algo constante.

Existen dos ubicaciones en las que se encuentra el Mercado Solidario, en Rivas y en Chimirol, se venden los mismos productos, pero ambos tienen diferentes personas asociadas; pero el proyecto trabaja bajo las relaciones de comercialización que se realiza únicamente en el mercado de Chimirol.

Respecto la problemática que se da por los miembros del Mercado Solidario, se sintetizan en los siguientes dos puntos:

- La asociación se ve afectada desde un punto organizativo, debido a que los agricultores que forman parte del Mercado Solidario, algunos de éstos no presentan interés y participación en la toma de decisiones para la generación de mejoras, que la asociación de mujeres organizadas propone para dichos procesos socio productivos.

Respecto a estos puntos anteriores, las integrantes de la Asociación “AMOC” mencionan que a la hora de realizar reuniones para la toma de decisiones y al proponer mejoras para los procesos socio productivos del Mercado Solidario, muchos de los agricultores de la zona no consideran sus opiniones e ideas, por el hecho de no confiar en las capacidades de estas, y porque éstos no tienen tanto interés en realizar mejoras en el proyecto.

- Aparte de la falta de interés, muchos de estas personas agricultoras asociadas no son “fieles” a su organización. Esto se da porque venden sus productos a otros mercados (como verdulerías), entonces en el momento de vender en las Ferias del Mercado Solidario, muchos no cuentan con la cantidad de productos para satisfacer la demanda.

Mediante lo cual, se puede notar que hay una inestabilidad o falta de compromiso con el Mercado Solidario, debido a las negociaciones comerciales de los agricultores con otras entidades. Asimismo, el no poder tener la demanda de productos para abastecer las ferias que se realizan demuestra, una falta de planificación en la siembra o cosecha de sus productos.

Ante esas complicaciones del proyecto de la Asociación de mujeres del Chirripó, hay que incluir que hay competencias, como lo son: las verdulerías, pulperías, y la Feria del agricultor de Pérez Zeledón. Las cuales son amenazas para las ferias del agricultor de Chimirol.

El apoyo comunal dificulta los procesos socio productivos de AMOC, como también las competencias respecto ferias del agricultor; todo esto agregando el tema la falta de apoyo en la dirección del grupo de mujeres organizadas.

Por lo tanto, el problema de la investigación es:

**¿Cómo se pueden mejorar las relaciones socio-productivas desde una planificación con enfoque de género en el proyecto “Mercado Solidario” de la Asociación de Mujeres?**

### **1.3.1 Preguntas**

- ¿Cuál es el papel de la planificación con enfoque de género en el contexto rural, para el caso específico de AMOC, focalizado en el proyecto Mercado Solidario, 2019-2020?
- ¿Cómo se desenvuelven las relaciones socio-productivas en AMOC, Pérez Zeledón; 2019-2020?
- ¿Cómo fortalecer la organización de la asociación y cómo incrementar los niveles de participación de las personas asociadas, especialmente mujeres, para consensuar la toma de decisiones?

## **1.4 Objetivo General y específicos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar las relaciones socio-productivas en el ámbito rural del proyecto “Mercado Solidario de Chimirol” de la Asociación de Mujeres organizadas del Chirripó (AMOC), para la implementación de una propuesta de mejora con enfoque de género en el distrito de Rivas de Pérez Zeledón, año 2019.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Describir los procesos socio-productivos del Mercado Solidario y su incidencia para el desarrollo rural en Chimirol, Pérez Zeledón.
- Identificar el enfoque de género en torno a las relaciones socio-productivas de Mercado Solidario, implementado en Chimirol.
- Elaborar una propuesta de mejora para el Mercado Solidario de Chimirol, por medio de la planificación con enfoque de género en el ámbito rural.

## **Capítulo II**

### **Antecedentes del proyecto**

## **2.1. Antecedentes de la investigación**

Hay diversas visiones, conceptos y matices que abordan el desarrollo socio productivo con enfoque de género en las comunidades rurales, que forman parte de esta investigación, los cuales se van a ir desarrollando uno a uno.

En la zona sur hubo una gran división de tierras, como menciona la Asociación Voces Nuestras, Centro de Comunicación Educativa (2018), al inicio se debe por la construcción de la carretera interamericana sur, aproximadamente en el periodo de 1936 a 1960, en donde inician disputas de los territorios por la parte, indígena, campesina y claro lo estatal, dado que esta carretera abrió puertas a mayores facilidades para las actividades económicas.

En el desarrollo que se denota en Pérez Zeledón, es posible se vincule a una carreta que abre puertas al desarrollo, claro que sacando mayor provecho de la situación personas y empresas con mayor poder adquisitivo, dejando de lado pequeñas personas productoras, que es el caso del estudio de caso.

En el contexto de las disputas de las tierras por parte de las comunidades campesinas, que son la prioridad en este trabajo, Llaguno, et. al, 2014:

Con este giro de corte neoliberal, las políticas agrarias y la institucionalidad estatal a la que le compete esta área empezaron a favorecer a las empresas agroindustriales, a los grandes terratenientes nacionales y a algunas cooperativas que se adecuaron al cambio. Por otro lado, los núcleos familiares de producción campesina para la subsistencia se vieron perjudicados al no poder competir. Esto creó una bifurcación social más marcada en el ámbito rural, que se tradujo en un repunte de las recuperaciones de tierra durante la década de 1980 y principios de 1990, aunque éstas ya venían desarrollándose con fuerza al menos desde 1960. (Asociación Voces Nuestras, Centro de Comunicación Educativa, 2018, p.23).

La dificultad de desarrollo socioeconómico de pequeñas personas campesinas de esta zona geográfica, crea una necesidad de ayuda que se le solicita al Inder, el cual las asociación de desarrollo AMOC se vincula, para poder implementar proyectos de desarrollo social.

El Inder da oportunidades de obtener un terreno para proyectos, pero esto bajo ciertas condiciones de arrendamiento que al mismo tiempo se pueden valorar como algo contradictorios, a continuación, la contextualización:

En este sentido, la modalidad de adjudicación de tierra que impulsa el Inder es el arrendamiento (Ley 9036, artículo 50), el cual se otorga posteriormente a la aprobación de un proyecto productivo por parte de la Junta Directiva de la institución. Éste puede renovarse cada cinco años, de acuerdo a los criterios de la institución en cuanto al uso que se le debe dar al terreno asignado. Bajo esta figura de arriendo los beneficiarios nunca llegan a ser propietarios, de modo que se restringe su derecho al arraigo y se promueve la incertidumbre con respecto a las condiciones de vida. No obstante lo anterior, el Inder también cuenta con la modalidad de asignación de tierras (artículo 58), en la cual, después de un periodo de prueba la persona beneficiaria puede acceder a un crédito para pagar la propiedad con ciertas ventajas financieras, y en las cuales se recibe el título de propiedad que le permite acceder a otros derechos. (Asociación Voces Nuestras, Centro de Comunicación Educativa, 2018, p. 25).

Sobre los procesos socio productivos, el cual es clave para entender el tipo de actividad principal en la zona de Pérez Zeledón y en la cual también se sustenta el Mercado Solidario de la Asociación, en donde es necesario introducir que:

El desarrollo agrícola constituye uno de los medios más importantes para poner fin a la pobreza extrema, impulsar la prosperidad compartida y alimentar a una población...El crecimiento de la agricultura puede resultar hasta cuatro veces más eficaz que el de otros sectores para elevar los ingresos de los más pobres. Según análisis realizados en 2016, el 65 % de los adultos pobres que trabajan vive de las actividades agrícolas. La agricultura también es crucial para el crecimiento económico: en 2014, el sector agrícola representaba un tercio del producto interno bruto (PIB) mundial. (Banco Mundial, 2019, párr. 1-2).

“Los pequeños productores en condiciones de pobreza, a menudo mujeres, pueden quedar excluidos de los lucrativos mercados de alto valor por no ser capaces de competir en coste y precios con los grandes productores.” (Banco Mundial, 2012, p.1). ¿Y qué se podría

hacer? Lamentablemente el favoritismo y los estratos sociales marcan estas divisiones. Se debe ser más consciente para dar oportunidades en espacios que permitan mejorar la economía de la persona interesada, en la actividad económica que se le favorezca desarrollar, más capacitaciones, y apoyo tanto de la comunidad como de la parte estatal.

Para impulsar un desarrollo económico local, es importante involucrar la participación de habitantes, las mujeres con capacidad de emprendimiento explotan las habilidades y capacidades, como culinarias, artesanales, textiles, etc. que produce un aporte económico a la zona. El Banco mundial, menciona que las cuestiones de género deben tener una perspectiva hacia el desarrollo, por las siguientes razones:

Primero, la dimensión de género es crucial por razones económicas y desde el punto de vista de la eficiencia. Esto es especialmente así en el sector agrícola, donde las desigualdades de género en el control y acceso a los recursos son persistentes, debilitando un desarrollo sostenible e inclusivo del sector. Segundo, la equidad o las cuestiones de distribución están relacionadas con las diferencias de género en los resultados. Las diferencias de género, que surgen de las relaciones construidas socialmente entre hombres y mujeres, afectan la distribución de recursos entre ellos y causan muchas disparidades en los resultados del desarrollo. Tercero, los roles y relaciones de género afectan a la seguridad alimentaria y al bienestar de los hogares, indicadores fundamentales del desarrollo humano. Por último, pero no menos importante, la igualdad de género es un derecho humano fundamental, que tiene valor en sí mismo y por sí mismo” (2012, p.2).

Según el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social XX hay políticas de igualdad género en el Trabajo las cuales indican que “reconoce e integra dos enfoques fundamentales para superar la discriminación en el acceso y las condiciones del empleo: enfoque de derechos humanos y enfoque de género”. Estos enfoques se puntualizan de la siguiente manera:

- El enfoque de derechos se refiere a la responsabilidad del Estado y sus instituciones de generar una cultura que brinde condiciones laborales y permita servicios a su público interlocutor, acordes con la no discriminación por razón de género, edad, cultura, nacionalidad, etnia o cualquier otra situación particular inherente a su condición humana.

- ...el enfoque de igualdad y equidad de género es de crucial importancia en tanto reconoce la discriminación y las brechas de género entre mujeres y hombres como uno de los problemas a superar en una sociedad democrática del siglo XXI. En este enfoque se asume el derecho de todo ser humano a gozar de las mismas oportunidades y trato en un marco de respeto a la diversidad en las identidades y condiciones de género. (Ministerio de trabajo y seguridad social; 2009, p. 17).

El hecho de trabajar en el sector secundario de la economía incrementa los salarios con respecto al sector primario. En cuanto al hecho de trabajar en el sector terciario, este incrementa el salario de los hombres, con respecto al sector primario, pero disminuye los salarios de las mujeres. Esto se puede explicar debido a que en el sector terciario de la economía se concentra el servicio doméstico, que es ofrecido en su mayoría por mujeres, quienes perciben ingresos muy bajos. Pero, además, el sector primario es predominantemente masculino, con salarios relativamente bajos, con respecto al resto de sectores de la economía. Finalmente, el hecho de trabajar en ocupaciones calificadas medias y ocupaciones no calificadas tiende a disminuir los salarios de hombres y mujeres, con relación a las ocupaciones altamente calificadas. (Cedeño. J, González.A, Pizarro. K., 2015, p.24)

Más específicamente, podría pensarse que, en épocas de contracción, caracterizadas por incrementos en la tasa de desempleo, se dé una incorporación de mujeres desocupadas e inactivas al mercado laboral (así como de otros miembros secundarios del hogar), buscando compensar la caída de ingresos reales familiares (efecto del trabajador añadido). Estas mujeres que recién se incorporan al mercado deberían de poseer un conjunto de características observables menos favorables que las que ya se encontraban trabajando, lo cual reducirá los salarios promedios femeninos, aumentando la brecha salarial. Por el contrario, en períodos de auge económico, ante incrementos en los ingresos de los jefes del hogar, los trabajadores secundarios del hogar (entre ellos las mujeres) vuelven a salir del mercado laboral, quedando dentro de las trabajadoras con características observables favorables, lo que implica disminuciones de la brecha salarial. (Sabogal 2012, citado en Cedeño. J, González. A, Pizarro. K., 2015, p. 28).

Cabe recalcar que la discriminación de mujeres en zonas rurales prevalece, y que esta discriminación influye en el desarrollo social, y aun así en este caso más importante en el desarrollo de proyectos que realizan los grupos de mujeres.

Esta exclusión puede ser un tema referente al pensamiento patriarcal o falocracia que aún persisten en las zonas rurales, es por el cual los términos de igualdad de género para las mujeres en el ámbito agrícola pueden ser retos en cuanto al desempeño de los trabajos por la condición física y sus medios de comercialización.

Históricamente desde la disparidad salarial, y las tasas de desempleo, se puede ver la posición de la mujer en estos ámbitos socioeconómicos en nuestro país; incluso se destaca como que es histórico por el hecho en que en la actualidad se pueden verificar estos datos, a continuación, con datos del INEC, se puede comprobar numéricamente estos detalles:

La tasa de desempleo nacional del IV trimestre 2019 se mantiene sin variación estadística con respecto al IV trimestre 2018 y fue de 12,4 %. Por sexo, los hombres mostraron una tasa de 9,6 % y las mujeres de 16,7 %, ambas tasas sin cambio interanual significativo. Esto representó 309 mil personas desempleadas en el país, sin que ello represente una variación estadísticamente significativa al compararla con el mismo periodo del 2018, no obstante, sí hubo un incremento significativo de 21 mil mujeres más desempleadas. A pesar de este aumento en las mujeres, no fue suficiente para que la tasa de desempleo femenina creciera en forma significativa (INEC, 2021, pár.1, 2).

Cabe mencionar la pandemia en medio de esta información, la cual ha sido clave del aumento progresivo, y en parte grotesco de los porcentajes que se muestran anteriormente, lo cuales son detalles necesarios para comprender la situación económica de las mujeres.

Asimismo, hay datos sobre el uso del tiempo, en donde indica que el subempleo es el doble en mujeres en comparación a los hombres, y que puede asociarse con el trabajo de hogar no remunerado, por lo tanto, se indica que:

Este tipo de trabajo también muestra una gran desigualdad en el país. La Encuesta Nacional de Uso del Tiempo, del 2017, arrojó que las mujeres dedican poco más del 21% de su tiempo en labores del hogar no remuneradas, mientras que los varones dedican un 9,4%. (Radioemisoras UCR, 2019).

Asimismo, si se desea lograr un desarrollo participativo, es importante considerar los recursos disponibles y oportunidades de la zona, crear un buen uso del recurso humano femenino y que de ningún modo sea un elemento subutilizado; es decir “Cualquier inversión en las mujeres: sea para la generación de ingresos, sea en su formación y educación, sea en su salud, tiene una repercusión muy positiva en la salud, bienestar y educación de sus hijos y la sociedad en general”. (López. I, 2007, p.32)

En el ámbito agrícola, trabajo de campo en producción agrícola o ganadera para las mujeres es menos participativo, debido a que, las mujeres deben ser amas de casa o la condición física no les condiciona a las labores de campo; en algunos casos se rompe con los estereotipos donde suceden las situaciones anteriormente citadas, ahora las mujeres cumplen con el doble rol de amas de casas y jornada laboral ya sea en la venta y producción en las actividades agropecuarias.

De acuerdo con el Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, las mujeres aportan un 76% de su tiempo en el trabajo no remunerado, es decir el tiempo es consumido por las labores en el hogar como lavar, preparar el desayuno, alistar a sus hijos e hijas, ayudarlos en las tareas escolares entre otras. Si las personas pudieran recibir alguna remuneración por la elaboración de este tipo de actividades dependiendo de las horas que realicen, se estimaría una remuneración de 19.880 millones de dólares, lo cual equivale a más de 11 mil millones de colones.

Por otro lado, un tema importante a considerar es el estándar que se presenta en la sociedad de que las mujeres son incapaces de poder realizar labores de campo.

Basados en un estudio se menciona que la mujer puede ser partícipe de actividades laborales “pesadas”, solamente si estas presentan un buen estado de salud, en donde se establezcan sus condiciones físicas, psicológicas y capacidad para desempeñar el trabajo; Esto significa que:

La mujer puede desempeñar trabajos agrícolas en una zona de seguridad fisiológica. No obstante, una buena selección de la trabajadora donde se pongan de relieve sus reales posibilidades físicas permitiría una adecuada ubicación en la tarea a desarrollar. De esta forma, conociendo las exigencias energéticas, cardiovasculares y biomecánicas de la actividad por un lado y la capacidad física de la trabajadora por el otro, se alcanzarían criterios de ubicación laboral donde estarían involucrados la aptitud individual y sus

límites físicos para el desempeño del trabajo continuo. (Manero Alfert R, Valera A, Salazar A, 2010, p.189)

Es interesante analizar, que el trabajo de campo en el desarrollo de actividades productivas como: la ganadería, producción lechera y sus derivados, el cultivo de hortalizas, no son limitantes para la población femenina, ya que las condiciones se pueden mejorar mediante capacitaciones, instrumentación y con el mantenimiento de un buen estado físico.

Como se mencionaba al inicio, la temática patriarcal y la influencia tradicionalista, en Costa Rica, impulsa a que las sociedades excluyan a las mujeres del mercado laboral y si se llegaran a incluir, siempre con una marcada diferencia entre los beneficios que reciben los hombres, hasta en el mismo puesto de trabajo.

La disparidad salarial nacional se encuentra en, “las mujeres reciben entre un 50% y un 80% promedio del salario que recibe el hombre, haciendo las mismas funciones. En Costa Rica esta proporción ronda entre el 80% y el 84%. Esto significa que, por hacer un trabajo igual o similar, a las mujeres les pagan 80 colones por cada 100 que les pagan a los hombres. (Instituto de Formación y Estudio en Democracia; 2012, p.11).

El Instituto de Formación y Estudio en Democracia recurrió a un análisis en donde menciona que:

La pobreza en Costa Rica se ha mantenido en 21%, pero las diferencias regionales son marcadas debido a que en las zonas urbanas puede alcanzar el 19% y en las zonas rurales asciende hasta el 26%. Si a esto agregamos las brechas de género, la feminización de la pobreza es una realidad contundente...En las zonas rurales se agravan las desigualdades, mientras la pobreza en hombres ronda el 20.3%, en las mujeres alcanza el 29%...Además, a las mujeres les cuesta más conseguir trabajo y el desempleo las afecta con una tasa de 9,5% mientras que la de los hombres es un 6.0%, lo que evidencia la mayor dificultad de las mujeres en participar en el mercado laboral y acceder a un empleo. (2012, p.12)

Un método para incentivar la participación y el progreso económico, cultural y social en las áreas rurales, es el Mercado Solidario hacia el desarrollo local, lo cual se consideran como:

Un mercado en el que sus participantes (compradores, vendedores, productores, usuarios, reguladores, legisladores, promotores, etc.), actúan con una lógica en la que la búsqueda de ventajas económicas particulares se realiza en el marco de consideraciones morales, que limitan el campo de las acciones aceptables de modo que nadie pueda resultar afectado en las condiciones de reproducción de su vida. Estas consideraciones morales persiguen el objetivo general de permitir el desarrollo de las capacidades e iniciativas humanas, asegurando -a la vez- la reproducción de la vida de todos (Martinetti, A. F., 2014, p.8)

Incentivar el mercado local, permite a la población un desarrollo autosuficiente y económico; además de la participación e inclusión de todas las edades y géneros. El Mercado Solidario es un espacio para que se efectúen cambios y progresos sociales, así como la manifestación de oportunidades en la ejecución del emprendimiento.

## **2.2 Antecedentes normativos**

Para lograr una construcción normativa y legal, las asociaciones de desarrollo integrales presentan el apoyo del Estado; si se encuentran escritas o forman parte de instituciones como la Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad (DINADECO) y el Instituto de Desarrollo Rural (Inder).

Para el presente trabajo de investigación, el análisis normativo de ambas instituciones DINADECO e Inder, es importante ya que, han contribuido con el desarrollo y el progreso de comunidades. En el caso de DINADECO, presenta el reglamento a la ley N°3859 y el decreto ejecutivo N°26935-G, la cual conforma las regulaciones del Estado acerca de la participación, descentralización y los fines del desarrollo de la comunidad, así como las obligaciones de las asociaciones de desarrollo hacia sus comunidades.

El Inder se compromete con la sociedad costarricense mediante el Decreto 39525-Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), implementar la Política de Estado para el Desarrollo Rural Territorial Costarricense (PEDRT) 2015-2030, con el objetivo de fomentar la inclusión de los territorios rurales en cualquier aspecto económico, social, político, ambiental y cultural, para asegurar la promoción social de la población, en salud, educación, seguridad y justicia, entre otros (Inder, 2018).

### **DINADECO**

Según la normativa del Capítulo IV del Reglamento a la Ley 3859, del Decreto Ejecutivo No.26935-G, enmarca a las asociaciones para el desarrollo de la comunidad a partir de lo siguiente:

El Artículo 11 menciona que las asociaciones para el desarrollo de la comunidad son organismos comunitarios de primer grado, con una circunscripción territorial determinada. Son entidades de interés público, aunque regidas por las normas del derecho privado, y como tales, están autorizadas para promover o realizar un conjunto de planes necesarios para desarrollar social, económica y culturalmente a habitantes del área en que conviven, colaborando para ello con el Gobierno, las municipalidades y cualesquiera organismos públicos y privados. De esta misma forma se incorporan a las estrategias y planes de desarrollo regional y a la descentralización

Asimismo, el Artículo 13 corresponde a se reconoce a las comunidades el derecho de formar asociaciones para el desarrollo de la comunidad, previa presentación ante el equipo técnico regional respectivo, de un memorial firmado con el número mínimo de personas y condiciones indicadas en el artículo precedente, solicitando el visto bueno para iniciar el trámite de constitución y adjuntando el proyecto de estatuto que regirá a la asociación.

Por último, el Artículo 14 cita que, para la realización de la Asamblea General Constitutiva, se seguirán las indicaciones que se señalan a continuación:

- a) Cumplido el trámite enumerado en el artículo anterior, la convocatoria se realiza cuando menos con quince días hábiles de anticipación a la celebración de la asamblea. Dicha convocatoria debe contener: día, hora y sitio convenientes, así como el motivo de

realización, y difundirse en la comunidad por los medios de publicidad disponibles y adecuados, a fin de asegurar la concurrencia del mayor número de vecinos.

- b) Durante el tiempo que media entre la convocatoria y la realización de la asamblea, dirigentes comunales deben orientar e impulsar la promoción de la asamblea constitutiva, para lo cual pueden solicitar la asesoría correspondiente a la Dirección Nacional.

### **Inder-PEDRT 2015-2030**

De acuerdo al PEDRT 2015-2030 del Inder, su objetivo general para la promoción del desarrollo rural es fomentar el desarrollo inclusivo de territorios rurales, reconociendo y respetando sus características propias y la identidad cultural de su población, por medio de un sistema de articulación público -privado, que reduzca las desigualdades e inequidades económicas, sociales, culturales, ambientales y político-institucionales, mediante el desarrollo de capacidades y oportunidades para sus habitantes.

Dentro de los ejes estratégicos de la Política de Estado se encuentran los siguientes:

- **Infraestructura de servicios para el desarrollo de los territorios rurales** con el objetivo de promover la inversión en bienes y servicios básicos, que permitan el desarrollo económico y social de habitantes, con énfasis en territorios con mayores necesidades básicas insatisfechas.
- **Equidad e inclusión de la población en el desarrollo rural territorial** que busca promover la integración y participación de la población en la gestión de su propio desarrollo, incluyendo acciones diferenciadas hacia grupos tradicionalmente excluidos, que permitan reducir las desigualdades.
- **Gestión institucional y organizacional para el desarrollo rural del territorio** a fin de propiciar el fortalecimiento de la labor y su articulación en los procesos nacionales, regionales, territoriales y cantonales, de modo que la población sea gestora de su propio desarrollo.
- **Economía rural territorial** que tiene el objetivo de fomentar las actividades con potencial socioeconómico, mediante encadenamientos productivos competitivos y generadores de empleo en el territorio.

- **Ecosistemas territoriales** con el objetivo de fomentar acciones que coadyuven a la producción amigable con el ambiente, la adaptación, la mitigación y la gestión del riesgo, orientadas al uso sostenible e integral de los recursos naturales.

De igual modo, la política de Estado presenta un grupo de población objetivo, el cual son los destinatarios de los bienes y servicios de los planes, programas y proyectos, divididos en:

**Personas físicas:** Se incluyen los siguientes tipos: productores y productoras; también de la micro, pequeña y mediana empresa y personas físicas no generadoras de ingresos. Se caracterizan del modo siguiente:

- a) **Productores y productoras:** Se encuentran al frente de las denominadas economías familiares rurales. Son unidades económicas que funcionan de forma autogestionaria por la familia, con acceso a la tierra en el área rural o sin él. Se comportan como emprendimientos familiares puesto que la familia constituye la reserva de mano de obra y, al mismo tiempo, es una unidad de consumo. Por la posibilidad de satisfacer necesidades de consumo con su propia industria, combinan producción de subsistencia y de mercado.
- b) **Personas productoras (micro, pequeña y mediana empresa):** Personas que desarrollan unidades económicas de carácter empresarial, en las cuales la participación de la familia no es definitiva. La mayor parte de su producción está destinada al mercado y utilizan en forma regular mano de obra contratada.
- c) **Personas físicas no generadoras de ingresos:** Son las personas que no cuentan con una actividad específica que genere ingresos o de ingresos no reconocidos (ejemplo trabajadoras del hogar, estudiantes, personas desempleadas, entre otras).
- d) **Personas que tradicionalmente han sido invisibilizadas y excluidas del acceso a los bienes y servicios del Estado:** Personas con discapacidad, personas mayores, mujeres, jóvenes, grupos étnicos y pueblos originarios.

**Personas jurídicas:** Organizaciones de diferente naturaleza del medio rural, entre ellas:

- a) Organizaciones que se dedican a actividades productivas del medio rural, que cuentan con personería jurídica.

- b) Organizaciones que se dedican a actividades diversas, integradas por personas con discapacidad, personas adultas mayores, mujeres, jóvenes, gobiernos de pueblos originarios y grupos étnicos que cuentan con personería jurídica.
- c) Organizaciones constituidas por personas egresadas del sector educación (formal y no formal) que cuenten con personería jurídica vigente.
- d) Micro, pequeña y mediana empresa, unidades económicas de carácter empresarial. la mayor parte de su producción está destinada al mercado y utilizan en forma regular mano de obra contratada.
- e) Organizaciones Comunales con personería jurídica que tienen el propósito de propiciar el desarrollo integral de su entorno y mejorar las condiciones de vida de su comunidad.

Es importante reconocer y analizar los reglamentos que respaldan las asociaciones para así facilitar los trámites legales, además se mantiene un apoyo institucional mediante políticas sociales, con el objetivo de fomentar el desarrollo económico de las poblaciones más rezagadas, por medio de la participación ciudadana, lo cual es un elemento fundamental para crear e iniciar un proceso de empoderamiento social en las zonas rurales.

### **Ministerio de Trabajo y Seguridad Social:**

Para el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, respecto al tema de género en relación a la política institucional, indica lo siguiente:

La política institucional en materia de equidad e igualdad de género encontró fundamento jurídico en la Constitución Política, los convenios internacionales que han sido debidamente ratificados por Costa Rica y las leyes internas directa o indirectamente relacionadas con el tema. Los convenios internacionales que Costa Rica ha ratificado forman parte de su ordenamiento jurídico y tienen una posición supra legal, supeditados solamente a la Constitución Política. Asimismo, respecto de los instrumentos internacionales de derechos humanos vigentes en el país, la Sala Constitucional ha establecido que no sólo tienen un valor similar a la Constitución Política, sino que en la medida en que otorguen mayores derechos o garantías a las personas, priman sobre la Constitución. Estos dos aspectos son fundamentales de considerar en relación con la protección de los derechos de las mujeres. Sin embargo,

es importante indicar que el derecho interno y el internacional deben verse como un solo sistema, en el cual la protección de los derechos humanos debe darse tomando en cuenta la norma que mejor contribuya con el objetivo de tutelarlos. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2009, p. 11).

En el ámbito nacional el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, hay normas que se relacionan con los temas de género y trabajo, entre estos aspectos se destacan los siguientes:

- La Ley de Promoción e Igualdad Real de la Mujer, que establece que es obligación del Estado promover y garantizar la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en los campos político, económico, cultural y social.
- Ley de Atención a las Mujeres en Condición de Pobreza, que establece la obligación del Estado de garantizar el mejoramiento en las condiciones de vida de las mujeres, mediante un proceso de formación integral que comprenda, al menos, lo siguiente: capacitación en formación humana, capacitación técnico laboral, inserción laboral y productiva, acceso a vivienda digna y un incentivo económico ligado a los procesos de capacitación. (2009; p. 13).

#### **INAMU:**

Además, para la protección de los derechos e igualdad de las mujeres y hombres se cuenta con la Ley de Promoción de la Igualdad Social de la Mujer (Ley N° 7142, 1990), en el Capítulo I Artículo I, se menciona que “es obligación del Estado promover y garantizar la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en los campos político, económico, social y cultural”.

Mediante el Artículo III del presente capítulo se cita que las mujeres tienen acceso y el derecho de ejercer y ser partícipes de programas y servicios que otorguen y apoyen la igualdad en condiciones.

Se cuenta con el apoyo de instituciones del Estado como lo es el INAMU, en el cual en la Política Nacional para la Igualdad Efectiva entre Hombres y Mujeres se presenta el Marco

Normativo de la Igualdad Efectiva entre los hombres y las mujeres, en el ámbito económico y social, se destaca la ley del trabajo doméstico remunerado.

La ley N 8716 del Trabajo Doméstico Remunerado publicado el 02 de Julio del 2009 presenta que “define y delimita el concepto de trabajadoras domésticas, mejora sus condiciones laborales, en particular la jornada ordinaria efectiva de ocho horas diurna y establece condiciones específicas para las jóvenes trabajadoras domésticas de 15 a 19 años, entre otros” (INAMU, 2018, p.12)

Asimismo, organizaciones como la (OIT) Organización Internacional del Trabajo “demanda la promoción y protección efectiva de los derechos humanos de todas las personas trabajadoras domésticas contra toda forma de abuso, acoso y violencia” (INAMU, 2018, p.12)

Por otro lado, en este mismo marco económico y social se analiza la situación de la mujer con sus funciones de productiva y reproductiva, lo cual señala que gracias a la promulgación de la Red Nacional de Cuido y Desarrollo Infantil ha fortalecido la economía de las mujeres.

Para fortalecer la economía de las mujeres se ejecutan dos programas de apoyo Fomujeres (Fondo reproductivo No reembolsable) y Emprende que abarca una oferta de servicios de apoyo a empresarias en unión con la Comunidad Económica Europea (INAMU, 2018, p.13).

## **Capítulo III**

### **Marco Conceptual**

El marco conceptual brinda un análisis crítico de la explicación de los fundamentos teóricos, antecedentes o hallazgos provenientes de investigaciones previas que proporcionan el estado del conocimiento, asimismo se incluyen conceptos explícitos e implícitos relacionados con el problema de investigación, con el fin de que la teoría encontrada, sirva de guía para realizar el estudio, además de que previene errores, cumple como un marco de referencia y establece la necesidad de la investigación (Peralta, A. 2018).

Primeramente, se debe mencionar que el objeto de la investigación se concentra en los procesos socio productivos considerando la perspectiva de género, los cuales son la base del proyecto del Mercado Solidario de la Asociación de Mujeres Organizadas de Chirripó.

Las relaciones socio productivas se definen como una forma de trabajo cooperativo que involucra a actores de un espacio rural, dedicados a la producción y comercialización de rubros agropecuarios determinados, así como del desarrollo de la idiosincrasia cultural local. (Valdez. M, 2016, p.17)

En este caso estos actores que menciona Valdez. M, son las personas que son socias del proyecto Mercado Solidario, los cuales se dedican a la producción y comercialización de los mismos, para el crecimiento socioeconómico de las y los mismos y de la comunidad.

En el campo socio productivo, se expone un contexto en el que se desenvuelven las estructuras económicas y sociales, así como la ubicación de los sujetos en su situación histórica y cómo, a su vez, se encuentra organizado en una sociedad para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios indispensables en el desarrollo de la sociedad... (Cervantes. J, 2009, p.5)

Si bien lo menciona la cita anterior, la comunidad rural en el ámbito socio productivo ciertamente se divide en tres etapas: producir, distribuir y consumir, el beneficio de este proceso se concentra en el impulso de la actividad económica que genera autoempleo, es decir, para las comunidades hay un aprovechamiento de los recursos que satisfacen sus necesidades.

Un aspecto por indagar es determinar en qué medida el autoempleo constituye una variable sustantiva para la creación de la economía rural independiente; ciertamente la generación de un autoempleo es una mediación que coadyuva significativamente al sustento de las familias. Esto genera un desarrollo financiero y social en las comunidades, disminuyendo parcialmente la pobreza.

Por otro lado, según lo explica la Organización Internacional del Trabajo (1996-2020), a pesar de que se genere el autoempleo en las zonas rurales, en estos territorios se concentra el 80% de la población más pobre del planeta.

Por lo que se puede decir que la generación de autoempleo mediante el Mercado Solidario de Chimírol, se puede analizar desde una perspectiva de economía solidaria.

Hay una referencia ante el término de economía solidaria, la cual es:

Práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas (Razeto, 2010, p.47)

La economía solidaria como nueva tendencia y alternativa de hacer economía como se menciona en el texto anterior es fomentado en las empresas, sin embargo, no únicamente trae beneficios a estas instituciones sino también contribuye a una disminución en la pobreza para las personas en los sectores informales, e igualmente apoya a los grupos vulnerables como las mujeres.

La situación desmedrada en que en muchos países se encuentra la mujer en el ámbito del trabajo y de la economía, con dificultades de acceso y participación protagónica en las actividades y organizaciones económicas, sociales y culturales. La economía solidaria ha demostrado ser una de las formas en que la mujer y la familia encuentran nuevas y amplias posibilidades de participación, desarrollo y potenciación de sus búsquedas basadas en la identidad de género. (Razeto, 2010, p.48)

Para describir el perfil socioeconómico del Mercado Solidario se basa en la teoría del Intercambio Mercantil Simple de Ernest Mandel (1975,1977) se puede ilustrar que el mercado se refleja como una pequeña producción mercantil, se explica que “es aquella organización económica en la que prevalece la producción para el cambio, donde gente productora es encargada de sus condiciones de producción.”

Tal es el caso que las productoras del mercado son dueñas de sus condiciones de trabajo, esto conlleva a ser una actividad económica que impulsa el desarrollo rural como una pieza dentro de la fórmula en el impulso para una mejor calidad de vida.

Se ha impuesto la idea de que el desarrollo rural es una estrategia de atención a poblaciones marginadas, empobrecidas, inviables, vulnerables, desarticuladas, dispersas y de alto riesgo; es decir, poblaciones rurales. Si bien esta definición no es formal, está en el centro de las estrategias de desarrollo rural. (CEPAL, 2011, p.14)

Lamentablemente el justificar que para barrios descritos en la cita anterior lo único que se ha impuesto como estrategia es el desarrollo rural, la idea del mejoramiento en las calidades de vidas quedan rezagadas, en comparación a la mayoría de las formas en que se puede colaborar con estos barrios.

Si bien es cierto en el ámbito rural hay una serie de limitaciones y problemas, no obstante, esta investigación denotará sus visibles potencialidades. *“si no se entiende de esta forma, los modelos de economía marginal seguirán guiando las estrategias de desarrollo rural, con alto costo para la sociedad nacional”*. (CEPAL, 2011, p.15)

Anteriormente se presentan dos conceptos claves para la investigación, el desarrollo rural y lo rural, las cuales se debe mencionar que Pérez Zeledón, y en específico Chimirol, pues se recalca que los poblados son sitios de zona rural.

El desarrollo rural se ve efectuado por medio de los procesos socio productivos que desarrolla el proyecto del Mercado Solidario, lo cual favorece la situación económica de la gente asociada a dicha actividad, ya que éste promueve la venta de las cosechas, artesanías, y otros productos como el pan casero y lácteos.

Un elemento importante para el manejo de las relaciones socio productivas en el desarrollo de la presente investigación consiste en la planificación, lo cual es una herramienta integral que, *“Permite establecer un sentido de dirección, de rumbo y un ambiente propicio para una gestión empresarial, institucional o social, informada e innovadora, dentro de un espacio delimitado por las características institucionales o grupales y la dinámica del entorno”*. (Saavedra. R, Castro. L, et al. 2001, p.29).

Entonces ¿por qué es importante planificar? Una de las corrientes que señala Saveedra Guzmán (2001) refiere al desarrollo humano sostenible como un privilegio. Su frase es “el desarrollo humano es el desarrollo del pueblo, para el pueblo y por el pueblo” (p.52)

La planificación consiste en fijar objetivos reales que puedan lograr una meta, dicho lo anterior solo las personas que se proponen un mejoramiento en sus vidas lo realizan planificando.

Asimismo, la planificación permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. (ILPES/CEPAL 2009, p.5)

La cita anterior efectivamente hace referencia a una planificación participativa, lo cual para AMOC como organización encargada del Mercado Solidario debe implementar. La planificación participativa es el:

proceso cuya validación es ante todo social debe darse como resultado de la participación... Da a la población la oportunidad de tener acceso al proceso de toma de decisiones y a ser protagonista ...Comprende cuatro fases: 1. Sensibilización e identificación (compromiso y apropiación) de los mismos actores, 2. Investigación-acción y diagnóstico, 3. Estratégica formulación, 4. Táctica-operacional, 5. Seguimiento, control y evaluación. (Saveedra,2001, p. 76,77)

Otro tipo de planificación es de metodología estratégica que conlleva a cumplir objetivos y acciones, buscando la mejor manera de aprovechar los recursos de la organización. La planificación estratégica según Saveedra (2001) se define como “proceso que se refiere a la planificación de productos y a la posición competitiva de la organización en el medio” (p.77)

La buena implementación de una planificación estratégica en el Mercado Solidario logra crear acciones que permitan que sus productos y punto de venta sean visibles ante el consumidor. La planificación unificada con el desarrollo rural territorial presenta la intervención del marco institucional, como medio facilitador y de apoyo, con el fin de disminuir la pobreza, este enfoque procede a cumplir su objetivo mediante la competitividad y la potencialidad en las transformaciones productivas.

Sin embargo, este objetivo ha sido difícil de alcanzar, debido a la falta de integración de indicadores de género, edad, escolaridad, accesibilidad a salud y educación, entre otros; que no son considerados de manera eficaz para mejores resultados, ni en la formulación de políticas integrales.

“Proceso de cambio integral en materia económica, social, cultural e institucional, impulsado en un territorio rural, con la participación concertada y organizada de todos los actores sociales existentes en dicho territorio, orientado a la búsqueda de la competitividad, la equidad, el bienestar y la cohesión e identidad social de sus pobladores.” (INDER, 2018)

Aparte del desarrollo que comúnmente se pretende para con las comunidades, en este caso en el ámbito rural, el tema de la sostenibilidad ambiental viene insertándose en las mismas, como parte de un desarrollo ejemplar; muy dado en las personas que participan en el Mercado Solidario de Amoc.

El desarrollo sostenible es una temática cooperativa, al ser un proceso en donde se busca mantener una estabilidad y sustentabilidad con las necesidades de las personas, junto con un buen manejo de ecosistemas, sin comprometer a las generaciones futuras. Ahora por medio de un enfoque territorial se quiere dar una perspectiva más responsable y reflexiva en cuanto a conservar los activos (recursos naturales) de la zona rural, los cuales deben ser potencializados, sin causar daños en el medio ambiente.

Este mismo desarrollo es complementario al analizar factores sociales, ambientales y culturales que vayan a percibirse en el área.

“una propuesta centrada en el individuo, que considera los puntos de interacción entre los sistemas humanos y los sistemas ambientales, que impulsa la sostenibilidad del bienestar, y que favorece la integración de los sistemas productivos y la inclusión del mayor número posible de grupos sociales relegados” (Sepúlveda et al, 2003, p.3)

Otro enfoque importante para dicha investigación es la planificación con perspectiva de género, primeramente, hay que diferenciar entre los términos género, sexo, igualdad de género y equidad de género.

**Figura 1 Términos relativos a la perspectiva de género**

| Término            | Definición                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sexo               | Características fisiológicas y sexuales con las que nacen mujeres y hombres.                                                                                                                                                       |
| Género             | Se considera como las ideas, normas y comportamientos que la sociedad ha establecido para cada sexo, valor y el significado que se les asigna.                                                                                     |
| Igualdad de género | Otorgar a las mujeres y hombres igual valoración y goce real de derechos y oportunidades, acabando así con las discriminaciones.                                                                                                   |
| Equidad de género  | Reconocer las condiciones y características específicas de cada persona o grupo social, tomando en cuenta las relaciones de poder desiguales y factores que discriminan principalmente a mujeres y en algunos casos a los hombres. |

*Nota:* Elaboración propia con datos suministrados por UNICEF (s.f)

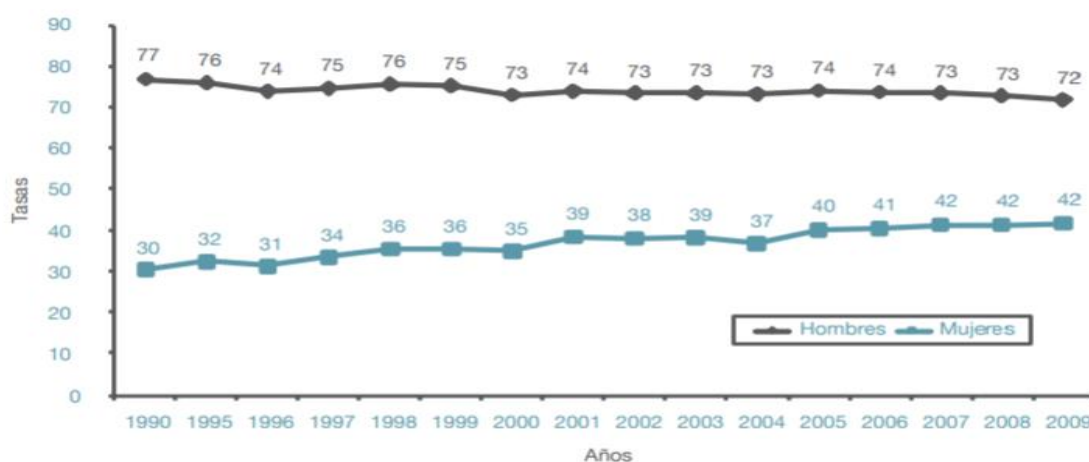
Las estadísticas con enfoque de género van más allá de la mera desagregación por sexo de la información, ya que implican la revisión de los conceptos y métodos tradicionales en los cuales descansan las estadísticas oficiales y, en muchos casos, llevan a su modificación para visibilizar la situación diferenciada de las mujeres y los hombres y a eliminar los sesgos y estereotipos. Los conceptos y métodos convencionales utilizados en la recolección de datos generalmente son inadecuados para reflejar las realidades de mujeres y hombres. Debido a los cambios que están ocurriendo en las sociedades, en las familias, las economías, las vidas públicas, emergen nuevos temas de políticas que necesitan expresarse en nuevos conceptos, en nuevos métodos de recolección de datos y en análisis. (INAMU, 2011, p. 18).

Se considera que estos términos aclarados anteriormente son la base para entender el enfoque de género que se quiere proyectar para contextualizar el presente trabajo, asimismo es necesario hablar de una división sexual del trabajo en Costa Rica, porque este concepto

determina también parte de la vivencia de la zona estudiada, y con particularidad en las zonas rurales del país.

La división sexual del trabajo se refiere a la presencia en todas las sociedades de una inserción diferenciada de mujeres y hombres en el trabajo, tanto en los espacios de la reproducción como en los de la producción social. El concepto de división sexual del trabajo considera como trabajo la producción de bienes y servicios para el mercado mientras que las actividades productivas dentro de los hogares como las actividades domésticas y el cuidado de niños y niñas, entre otras, no son consideradas como trabajo; esto ha provocado una subestimación y subvaloración del trabajo no remunerado dentro de los hogares, que en su mayoría, es realizado por las mujeres. La participación de mujeres y hombres en el mercado laboral presenta importantes brechas, pese a ello se observa un significativo aumento de la tasa de participación de la mujer, la cual pasa de 30% en 1990 a un 42% en el 2009. (INAMU, 2011, p.33).

**Figura 2 Tasa de participación económica por sexo 1990-2009, Costa Rica.**



*Nota:* Tomado de INAMU, 2011.

Ahora bien, comprendiendo cada significado la planificación con perspectiva de género constituye un logro íntegro para la vinculación de las mujeres en temas de la elaboración e implementación de políticas sociales en un contexto local; de forma que se pueda disminuir el rezago en temas de exclusión y desigualdad.

La perspectiva de género implica “a) reconocer las relaciones de poder por razón de sexo, en mayor medida favorables a los varones; b) que dichas relaciones han sido constituidas históricamente; y c) que las mismas atraviesan todo el entramado social, articulándose con otras

relaciones sociales, como las de clase, etnia, edad, preferencia sexual o el sistema personal de creencias”. (Garcia-Calvente et al, 2016, p.14)

Las mujeres son un grupo discriminado que se ve afectado tanto en el ámbito político como socioeconómico, e incluso presentan disparidad según su lugar de procedencia, cultura y edad. Se puede asociar esta discriminación que sufren las mujeres con la violencia de género.

La CEPAL (2016) informa que para contribuir con la realidad en las condiciones para la planificación territorial con enfoque de género se debe cumplir:

- Garantizar una participación activa e igualitaria de hombres y mujeres en la planificación y puesta en práctica de las intervenciones de desarrollo, teniendo en consideración las diferentes capacidades e intereses de ambos.
- Proporcionar medidas y servicios de apoyo (financieros, de infraestructura, comerciales, de formación), que sean igualmente accesibles para mujeres y hombres y que respondan a sus diferentes necesidades.
- Satisfacer las necesidades e intereses de mujeres y hombres por medio del diseño y distribución de intervenciones de desarrollo que tengan en cuenta sus diferentes necesidades (p.14)

Se debe tomar en cuenta que el análisis de la planificación territorial en el desarrollo rural, se considera el enfoque de género como factor movilizador porque ayuda a comprender las razones sociales que originan y causan riesgo en el bienestar social del grupo vulnerable de la población femenina. De acuerdo a la investigación de Javier Calatrava R (2002) considera que este factor del género es un concepto socioeconómico, que viene causando amenazas en la creación de las sociedades humanas., específicamente en aquellos asentamientos en donde predomina la pobreza y por ende la ideología patriarcal.

La cara de la agricultura es otorgado por la mujer desde los primeros asentamientos, como lo menciona el autor es un paradigma del desarrollo rural debido a que, primero se definieron roles: reproductivo o domestico lo define como “ligado a las tareas del hogar, las labores ligadas a la subsistencia y al suministro familiar y cuido de las descendencias” y el productivo “en actividades secundarias y terciarias, y también primarias de carácter comercial; y el comunitario, realizando trabajos para la comunidad o la sociedad. Tradicionalmente se

vincula más a la mujer con el rol reproductivo o doméstico y al hombre más con los roles productivos y de trabajo comunal o público” (Javier Calatrava R, 2002, p.74)

En la actualidad los roles de género establecidos por la sociedad patriarcal han variado según la estructura de la familia, sus ingresos económicos y lugar de asentamiento.

Estos roles de género son muy implementados en las zonas rurales, ya que la mujer realiza las tareas domésticas e incluso aún más labores agrícolas como son ordeñar vacas, darle de comer animales, cosechar los cultivos etc.

Otro de los factores a considerar dentro de las causas que generan esta carencia de igualdad social, es la violencia de género, se puede ver como un acto faltante a los derechos de integridad de individuos, ya que, ocasiona maltrato sexual, físico y psicológico.

Rico. N. (1996), consultora en la unidad de mujer y desarrollo de la CEPAL expresa que la violencia puede:

...adoptar diversas formas, lo que permite clasificar el delito, de acuerdo con la relación en que ésta se enmarca y el ejercicio de poder que supone, en las siguientes categorías: violación sexual e incesto, asedio sexual en el trabajo y en las instituciones de educación, violencia sexual contra mujeres detenidas o presas, actos de violencia contra las mujeres desarraigadas, tráfico de mujeres y violencia doméstica. (p.5)

La violencia de género no solo es agresión física, puede ser también psicológica. El hecho de mantener una relación de dominio con la pareja, hace que las mujeres con las que se trabaja de la junta y asociadas de AMOC vivencien el maltrato.

Aunque la violencia de género abarque que sea una violación de derechos para el varón o la mujer, siempre recae más la agresión hacia la mujer, porque el hecho de su condición de la misma en la sociedad. Hay un cambio en el aspecto social en la comunidad, que permite que algunas de las mujeres asociadas y de la junta se integren a actividades, puedan expresar y tomar decisiones. El objetivo es fomentar y desarrollar políticas de inclusión social mediante la herramienta integral de la planificación, para así crear una sociedad participativa e inclusiva de derechos.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (1998) el enfoque de género se considera como:

Las diferentes oportunidades que tienen los hombres y las mujeres, las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos papeles que socialmente se les asignan. Todas estas cuestiones influyen en el logro de las metas, las políticas y los planes de los organismos nacionales e internacionales y, por lo tanto, repercuten en el proceso de desarrollo de la sociedad. Género se relaciona con todos los aspectos de la vida económica y social, cotidiana y privada de los individuos y determina características y funciones dependiendo del sexo o de la percepción que la sociedad tiene de él. (párr.1)

Las oportunidades tanto como los retos que presentan las mujeres del área rural hoy en día ocasionan cambios en roles, papeles y estilos de vida. Según las Naciones Unidas en la Cumbre Mundial 2005, se destacaron aspectos primordiales que afectan el estado social y económica de la vida de la mujer; como lo es el:

“garantizar el derecho libre e igualitario de poseer y heredar bienes, garantizarle la tenencia asegurada de bienes y vivienda y asegurarle la igualdad de acceso a los bienes y recursos productivos, incluidos la tierra, el crédito y la tecnología” (p.4)

Si se garantizara la libre tenencia de la tierra a la mujer soltera, jefa de hogar, ama de casa, tendría la capacidad de proveer a su familia, a partir del acceso de la tierra, sin la dependencia de un hermano, padre, esposo o hijo.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica hizo hincapié a los aspectos relevantes de las condiciones actuales de los territorios rurales, entre ellos se menciona el deterioro de las condiciones de subsistencia y la intensificación de las jornadas laborales de las mujeres, en particular las jefas de hogar y, la creciente pluriactividad de las familias rurales, originadas por la necesidad de combinar distintas actividades generadoras de ingresos, llevadas a cabo en los espacios rurales o en las áreas urbanas (Mora,2005, p.129)

Si se considerara las diferencias que transcurren en la sociedad, por la ausencia de una individualización de las necesidades y problemas, habría una construcción en la igualdad y equidad de género, en donde se desarrolle una incorporación de derechos y oportunidades.

Lo que se desea lograr es el cumplimiento del concepto de la equidad de género, lo cual refiere a que las mujeres y hombres accedan a iguales resultados, se logren metas igualitarias para ambos sexos (Murgibe, s.f, p7); precisamente la inclusión de ambos sexos es parte del proyecto Mercado Solidario, en donde se visualiza el ganar equitativamente de ambas partes.

Es importante como lo menciona la teoría distinguir la igualdad de oportunidades entre la igualdad en resultados, a lo que alude:

... para conseguir que mujeres y hombres disfruten en condiciones iguales de los bienes, oportunidades, recursos y recompensas valorados por la sociedad, deben ponerse en marcha acciones especiales, orientadas a remover los obstáculos que impiden a las mujeres participar en igualdad de condiciones. Efectivamente, debido a las desigualdades existentes entre ambos, dar un trato igualitario a mujeres y hombres no es suficiente para lograr metas igualitarias; más bien al contrario, un tratamiento igual en un contexto de desigualdad puede contribuir a perpetuar la falta de igualdad original. (Murgibe, sf, p.7)

Los términos de igualdad y equidad no comparten las mismas dimensiones del contexto en el enfoque de género, el factor de igualdad genera una barrera existencial creando condiciones para las mujeres aún más rezagadas ya que no se le ven sus necesidades, en cambio los términos de equidad pueden atribuir a las “mismas condiciones de los sexos”, que elimina barreras de segregación profesional, estereotipos y costumbres.

El enfoque de género permite organizar medidas de solución para personas vulnerables, en unión con el desarrollo y se manifiesta capacidad en la participación social “para formular políticas que muestren soluciones a las disparidades que atraviesan los hombres y las mujeres en el campo del trabajo, la pobreza, la vida familiar, la salud, la educación, el medio ambiente, la vida pública y las instancias de decisión” (Fao, 1998, párr. 1).

Al analizar la labor que ejerce una mujer en el ámbito rural, su situación aumenta en la dedicación de las horas y jornadas; “La mujer rural no sólo desempeña numerosas actividades relacionadas directamente con la producción y con la seguridad alimentaria, sino que también realiza todas las tareas del hogar. En efecto, en las zonas rurales la mujer suele trabajar hasta 16 horas diarias. No obstante, la mayor parte de su trabajo no es retribuido, las estadísticas

oficiales desconocen y sub registran su contribución a la producción y al desarrollo y raramente es tomada en cuenta en políticas y planes de desarrollo”. (Fao,1998, párr. 8)

Como se mencionó anteriormente, la jornada de la mujer en el campo es doble sin tomar en cuenta un salario remunerado para las horas de trabajo doméstico; la implementación del enfoque de género contribuye a la disminución y trabaja estas situaciones para mejores condiciones, en donde haya una consistente equidad laboral.

Además, de acuerdo con la mención de la FAO, en la Agenda 2030 para Desarrollo Sostenible, la brecha de género se encuentra limitada por muchas variables una de ellas es la banalización de las Políticas Agrícolas Equitativas en Cuestión de Género. Éstas políticas podrían lograr y reforzar el acceso de las mujeres a los recursos productivos, servicios rurales, infraestructuras, servicios de asesoramiento, oportunidades económica y la protección social. Otras acciones afirmativas incluyen proporcionar a las mujeres rurales vulnerables tierras subvencionadas, semillas y capacitación (FAO, 2017, p.7)

Otra herramienta de implementación, en la planificación con enfoque de género conforma pasos para el desarrollo, tal como lo explica:

Planificar con perspectiva de género contribuye al desarrollo sostenible. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible... [presenta metas como] proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios; potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas (independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición), entre otras. (Cepal-Naciones Unidas, 2016, pág.11-12)

A partir de lo anterior, es necesario y básico para cualquier organización social o institucional, el uso de la planificación para el logro de metas y cumplimiento de objetivos, así esta ayuda la formación y a resolver o disminuir las problemáticas o necesidades que se encuentre.

Ahora bien, es preciso que la planificación como herramienta esencial para el logro de objetivos, cuente con un enfoque de género donde que conlleve medidas y propuestas de solución. La planificación con enfoque de género debe ser instrumento para la administración, para erradicar problemas de desigualdad, como solución a los problemas que presenta la sociedad.

Mediante la adecuada planificación de los procesos socio productivos con enfoque de género que impulsará la Asociación de mujeres de Chirripó, se puede generar que la comunidad rural del Pérez Zeledón progrese, y aún más en concreto aquellos/as personas asociados/as con las actividades del Mercado Solidario de AMOC.

Por lo tanto, en una zona rural los procesos socio productivos con enfoque de género son sustantivos para el desarrollo, ya que es una de las bases primordiales para la generación de desarrollo socio económico, de cohesión grupal, organizacional, e integración comunal.

## **Capítulo IV**

### **Marco Metodológico**

## **4.1 Estrategia metodológica**

El marco metodológico es importante considerarlo como la estratégica o el plan de desarrollo metodológico, ya que este indica el camino para lograr los objetivos de investigación, además permite orientar al investigador (a) y al lector (a) la comprensión clara de la guía de la investigación, es decir, el cumplimiento de las preguntas del problema o hipótesis, así como su enfoque, tipo y objeto de estudio que muestre dicho trabajo de investigación.

### **4.1.1 Enfoque de la investigación**

El trabajo de investigación presenta un enfoque de investigación mixto, en su mayor parte cualitativo. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008, citado en Hernández-Sampieri y Baptista. P, 2014).

El objeto de estudio corresponde a las relaciones socio-productivas que manifieste el proyecto “Mercado Solidario” de AMOC. Para la investigación, el enfoque cualitativo ayuda a la identificación y comprensión de la conducta del objeto de estudio, además esta es de un alcance social por el cual capta el valor de las variables de análisis (Planificación, enfoque de género, desarrollo rural).

Aun cuando el enfoque es fundamentalmente cualitativo tanto por el tipo de información como por el uso de técnicas utilizadas, afirmamos que es hasta cierto punto mixto, en virtud del uso de datos del INEC sobre tasas de desempleo que compara la situación entre hombre y mujeres en el país, sobre cantidad de personas con estudios y el grado de analfabetismo, otras fuentes indican el uso del tiempo entre hombres y mujeres y la diferencia entre la remuneración; es decir estadísticas, de esta forma logrando determinar la necesidad del uso cuantitativo.

El enfoque es cuantitativo también por el uso de técnicas como encuestas donde se logra adquirir datos numéricos que definen la participación de las asociadas (aunque sean cantidades pequeñas), apoyo de las mismas en el proyecto y cantidad de mujeres que asisten y son parte del Mercado Solidario, cantidad de asociadas y grupos de familias que generan espacios de desarrollo socio productivo local y rural.

#### **4.1.2 Tipo de investigación**

El tipo de investigación expone un estudio analítico-descriptivo; el cual consiste en buscar y especificar las situaciones, eventos y personas, es decir el objeto de estudio que se encuentre dentro del análisis investigativo. (S. Hernández, Fernández, Baptista, 1991). Esto con el fin de poder analizar y medir las interacciones, las manifestaciones y relaciones de los componentes o variables del fenómeno, con el propósito de procurar la implementación de la planificación /con enfoque de género/ en el ámbito rural.

#### **4.1.3 Técnicas de investigación**

Con el fin de realizar una investigación eficiente y rigurosa en la recopilación de datos, se optará por el uso de técnicas como entrevistas, talleres, observación directa y participante.

Estas actividades en su mayoría se llevaron de forma presencial. Sin embargo, durante el periodo del año 2020 inició la pandemia en Costa Rica, de manera que no se pudieron realizar actividades de forma presencial. Por ello, se buscaron metodologías de comunicación virtual comunes que las que todas las integrantes de la asociación tuvieran accesibilidad por ejemplo la plataforma del WhatsApp.

Por medio de una video llamada, con el uso de la aplicación, se pudo realizar el primer taller virtual. Este consistió en desarrollar métodos de comercialización para la mejora de gestión comercial en el mercado solidario. Se continuó la comunicación mediante la aplicación para la recolección de información de una serie de datos que permitieron ahondar en la investigación.

Otro de los métodos que se realizaron fue la técnica de la entrevista, la que propicia información más específica y principalmente la opinión de cada integrante de la organización. Se requiere así reunir información del criterio acerca de los procesos con enfoque de género.

La primera fase de las entrevistas realizadas estuvo enfocada a la Junta Directiva de AMOC, se realizaron a cuatro personas cuyas asistieron a la reunión. En la entrevista se preguntó acerca de cuál es la relación de la asociación, como manejan las directrices, que otros proyectos están manejando, que opinan del mercado solidario.

La segunda parte de las entrevistas consistió en el grupo de mujeres participantes del mercado solidario, específicamente las que tuvieran un puesto en el mercado para vender, indiferentemente si la persona perteneciera o no a la asociación.

Durante esta entrevista realizada en el mercado solidario de Chimirol se aprovechó para utilizar la técnica de observación participante, la cual fue complementaria, junto con las entrevistas, para el análisis de los resultados.

La técnica de observación participante se utilizó durante la realización de talleres y las visitas realizadas en el mercado solidario, durante las visitas al mercado solidario se observó comportamientos, gestos y miradas de las entrevistadas y sus personas cercanas, como esposos, amigos e hijos e hijas.

La ejecución de grupos de trabajo mediante talleres dirige la situación ampliamente, al analizar el comportamiento, las perspectivas, opiniones generales que presenta el grupo de mujeres acerca de los procesos del Mercado Solidario.

Es importante considerar que el uso de las técnicas de una investigación cualitativa es caracterizado por la comprensión personal, de sentido común e introspección, es considerada de manera objetiva (E. Barrantes, 2002). La recopilación de información está enfocada a la identificación de características que permitan a las investigadoras realizar un análisis diferencial entre la percepción e interpretación de los datos.

#### **4.1.4 Fuentes de información**

Asimismo, se utiliza fuentes primarias y secundarias, se desea ordenar y organizar la información requerida que caracterice el tema de investigación; se usará en cada una

**Fuentes primarias:** entrevistas realizadas a la junta directiva de AMOC (Kattia Hernández, Judith Chinchilla, Carmen Monge, Yesennia Santamaria)

Estas técnicas utilizadas se puntualizan de la siguiente manera:

- Talleres: Se realizarán talleres de diferentes
  - Taller con la comunidad: taller de género en la ruralidad
  - Taller virtual: taller sobre técnicas de comercialización, toma de decisiones.
- Reuniones con la AMOC: constantes reuniones para conocer misión, visión, más sobre la Junta Directiva y los proyectos que tienen como mujeres organizadas.
- Encuesta: usada para recolectar información sobre productos, aspectos socio productivos que se llevan a cabo en el proyecto Mercado Solidario, procesos de los mismos, ideas desarrollo, propuestas, escuchar a las mujeres sobre su trayectoria y experiencia en la organización.
- Entrevista: para lograr recolectar información sobre el enfoque de género y las manifestaciones del mismo dentro del grupo asociado al Mercado Solidario como en la Junta Directiva.
- Observación directa: análisis de comportamiento del sujeto de estudio y sus actores externos relaciones.

**Fuentes Secundarias:** La recopilación de información se basa en dos documentos principales, el primero de las Naciones Unidas- Cepal “Territorio e Igualdad: Planificación del Desarrollo con Perspectiva de Género”, y el segundo corresponde a “El enfoque territorial de desarrollo rural” de Sergio Sepúlveda et al.

#### 4.1.5 Matriz de operacionalización de los objetivos

A continuación, se presenta la matriz, en donde se detalla la operacionalización de los objetivos específicos del trabajo de investigación

**Figura 3 Matriz de Operacionalización de Objetivos**

| Objetivo General                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Objetivo Específico                                                                                                                 | Categorías                                            | Subcategorías               | Preguntas                                                                           | Técnicas                        | Instrumentos           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------|
| Analizar las relaciones socio-productivas en el ámbito rural del proyecto “Mercado Solidario de Chimirol” de la Asociación de Mujeres organizadas del Chirripó (AMOC), para la implementación de una propuesta de mejora con enfoque de género en el distrito de Rivas de Pérez Zeledón, año 2019. | Describir los procesos socio-productivos del Mercado Solidario y su incidencia para el desarrollo rural en Chimirol, Pérez Zeledón. | Procesos Socio productivos                            | Estructura Organizacional   | ¿Cuál es la importancia de los procesos socio-productivos para el desarrollo rural? | Revisión y análisis documental. | Fichas                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                       | Relaciones comerciales      | ¿Cómo se da el proceso socio productivo en el Mercado Solidario?                    | Observación                     | Registro de anécdotas. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Identificar el enfoque de género en torno a las relaciones socio-productivas de Mercado Solidario, implementado en Chimirol.        | Enfoque de género en las relaciones socio productivas | Desarrollo en asentamientos |                                                                                     | Entrevista semiestructurada     | Fotografías            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                       | Influencia de la comunidad  | ¿Cómo se da el proceso socio productivo en el mercado solidario?                    | Encuesta                        | Guía de entrevista.    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                       |                             | ¿El enfoque de género determina el desarrollo del Mercado Solidario?                |                                 | Fotografías            |

*Nota.* La tabla representa los objetivos de investigación según categoría, subcategoría, tareas e instrumentos que se utilizaran para la recopilación de información de cada objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2020.

## **Capítulo V**

### **Análisis e interpretación de resultados**

## Introducción

El presente capítulo muestra el análisis, hallazgos e interpretación de los resultados de investigación, según los objetivos del trabajo final de graduación. Asimismo, se realiza el perfil económico en donde se detalla si las actividades relacionadas con los procesos socioproductivos del Mercado Solidario son de provecho y desarrollo para beneficio económico de las y los participantes, y de qué forma.

Para temas de contextualización, el primer objetivo de identificar los procesos socioproductivos que se manifiestan en el Mercado Solidario, se determinan los factores que inciden de forma directa, a saber: la participación de las asociadas, la administración de AMOC y la toma de decisiones, respecto a actividades o factores que se presentan en las relaciones entre instituciones y comunidad.

Además, se desarrolla un FODA (se evaluó internamente las fortalezas y las debilidades de la Junta Directiva y del proyecto del Mercado Solidario, y las amenazas y las oportunidades indicando las relaciones o el contexto externo), con la meta de reconocer las variables que puedan perjudicar el funcionamiento del Mercado Solidario, al igual que sus factores positivos, como estos pueden continuar o ser mejorados para posteriormente brindar posibles soluciones, a partir del resultado de la herramienta.

Es fundamental estudiar la variable del género, dado que se trabaja de la mano con una organización de mujeres. El enfoque de género nos brinda una perspectiva de análisis entre las desigualdades existentes en los hombres y las mujeres de esta región de estudio, aunque se trabajó únicamente con las mujeres, durante nuestra intervención de estudio y visitas se pudo observar actitudes y gestos del género masculino e inconformidades respecto a la capacitación y deliberación en materia de género que se les brindaba a las esposas.

Esta variable contribuye a la indagación del comportamiento de las mujeres en su entorno: dentro de las actividades del Mercado Solidario y en el ámbito familiar. Se procura conocer las relaciones e ideas que se exponen en la vida cotidiana, en virtud de las construcciones sociales de las comunidades patriarcales.

## **5.1 Objetivo 1: Describir los procesos socio-productivos del Mercado Solidario y su incidencia para el desarrollo rural en Chimirol, Pérez Zeledón.**

El presente capítulo aborda cómo las mujeres pueden desarrollar capacidades, competencias y retos en el ámbito rural y productivo; con beneficios en seguridad alimentaria, acceso a la tenencia de la tierra, y principalmente, se trata de comprender cómo esta población femenina (que ejerce labores agrícolas, muchas son jefas de hogar) fomentan e impulsan el desarrollo rural, para así disminuir el factor “pobreza” de la zona. Para la descripción y análisis de los procesos socio productivos se considera necesario entender la asociación, sus características.

La Asociación de Mujeres del Chirripó surgió como una necesidad para mejorar la situación socioeconómica de las mujeres y sus familias, por lo cual vender los productos que cultivan en la zona es un medio de apoyo económico.

La junta de AMOC, en una de las reuniones de trabajo realizadas a principios del año 2019, con la finalidad de conocer el espacio y grupo de mujeres, se pudo conocer que tienen establecida la misión, la visión, así como sus valores, los cuales son:

### **Misión**

Somos una asociación de mujeres organizadas que ayuda a mejorar la situación socioeconómica de mujeres y sus familias mediante espacios de comercialización, sin olvidar ser amigables con el medio ambiente.

### **Visión**

Ser una asociación líder que genere desarrollo en los aspectos socioeconómicos y ambientales en el cantón de Pérez Zeledón.

### **Valores**

La asociación también cuenta con la determinación de unos valores, las cuales ella como organización y como mujeres se sienten identificadas, las cuales se presentan a continuación:

- Sororidad: representa la hermandad entre mujeres.
- Lealtad: Ser leales y comprometidos a los servicios de la comunidad.
- honestidad: Adecuado administración de recursos.
- Responsabilidad: Buen desempeño de roles.
- Respeto: Diversidad de ideologías.

Es importante ver cómo en esta lista de valores se encuentra el concepto de sororidad, ya que es parte de las orientaciones claras como grupo de mujeres y el proceso socio productivo y desarrollo de la zona. Estos aspectos caracterizan la meta, orientación y propósito de la junta directiva de mujeres de AMOC-

En el distrito de Rivas se encontraba una asociación por cada comunidad, entre ellas hay distintas edades, con diferentes niveles de estudios, todas eran productoras, empezaron a realizar ferias en los pueblos y vieron la oportunidad de que fuera óptimo conformar el Mercado Solidario que pudieran participar todas las mujeres de la zona, debido a esto se conforma AMOC por la integración de una representante por comunidad, en total siete comunidades.

La asociación de mujeres cuenta con un proyecto llamado “Mercado Solidario”, el cual es una actividad que se puede determinar como socio productiva, ya que facilita en medio de una comunidad rural la venta y compra de productos propios o locales de la zona de Chimirol, contribuyendo a que las y los involucrados sean parte de este proceso económico que expande las oportunidades de ingresos para cada una de estas personas.

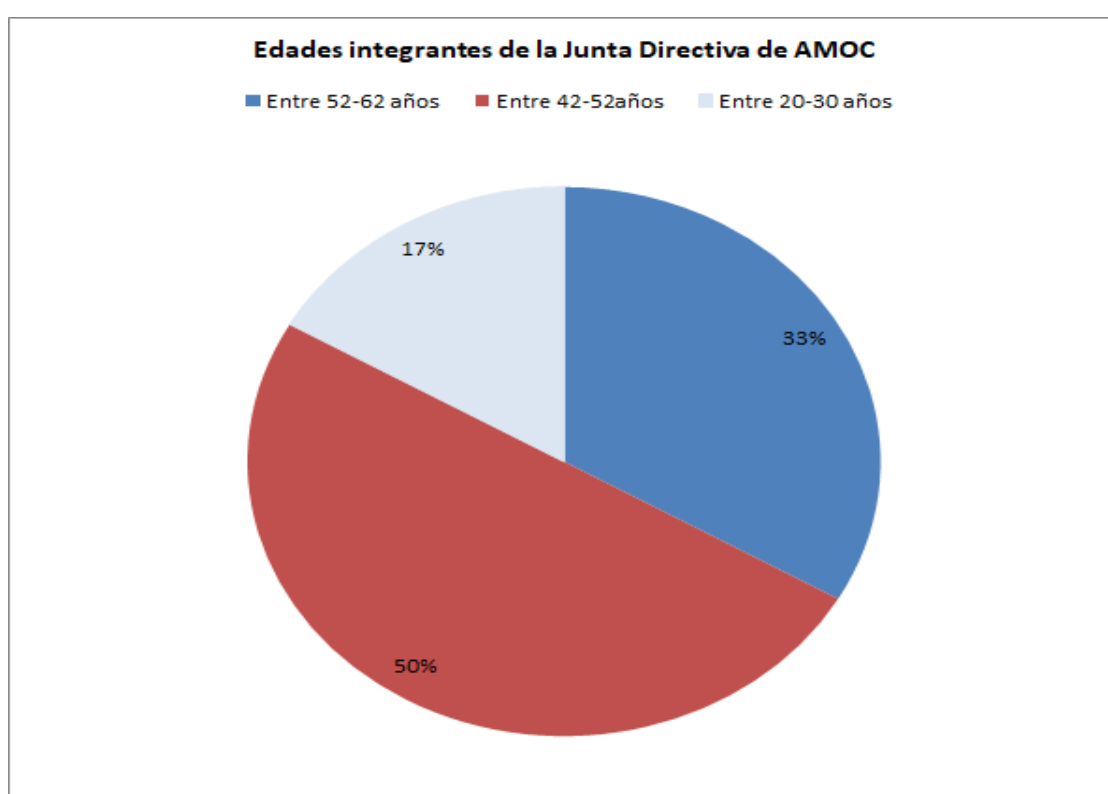
El Mercado Solidario cuenta con 25 emprendimientos de productos locales (Valle del Chirripó, 2020) se comercializa productos y se desarrolla actividades como: lácteos, batidos de frutas, mermeladas, verduras (cebolla, papa, coliflor, brócoli, zanahoria, ajos, yuca) y frutas (papaya, manzana, yuca, piña); venta de ropa y venta de huevos. Es importante contextualizar la variedad de productos para saber que abarca el Mercado Solidario en su proceso socio productivo.

El primer objetivo del proyecto ha procurado dilucidar por medio del perfil socioeconómico, la entrevista y encuesta realizadas tanto a las mujeres de la asociación como a las participantes de la comunidad y del Mercado Solidario.

Para iniciar con la descripción de los procesos que realiza AMOC, es necesario contextualizar la situación social, en la que cada mujer de la junta directiva de la organización se encuentra, para valorar su posición social.

La encuesta: Perfil Socioeconómico dirigido a la Junta Directiva determina que el rango de edad predominante de mujeres corresponde a 42-52 años con un 50%, seguidamente con un rango de edad de 52-62 con un 33.3% y por último el rango de edad de 20-30 con un 16.7%.

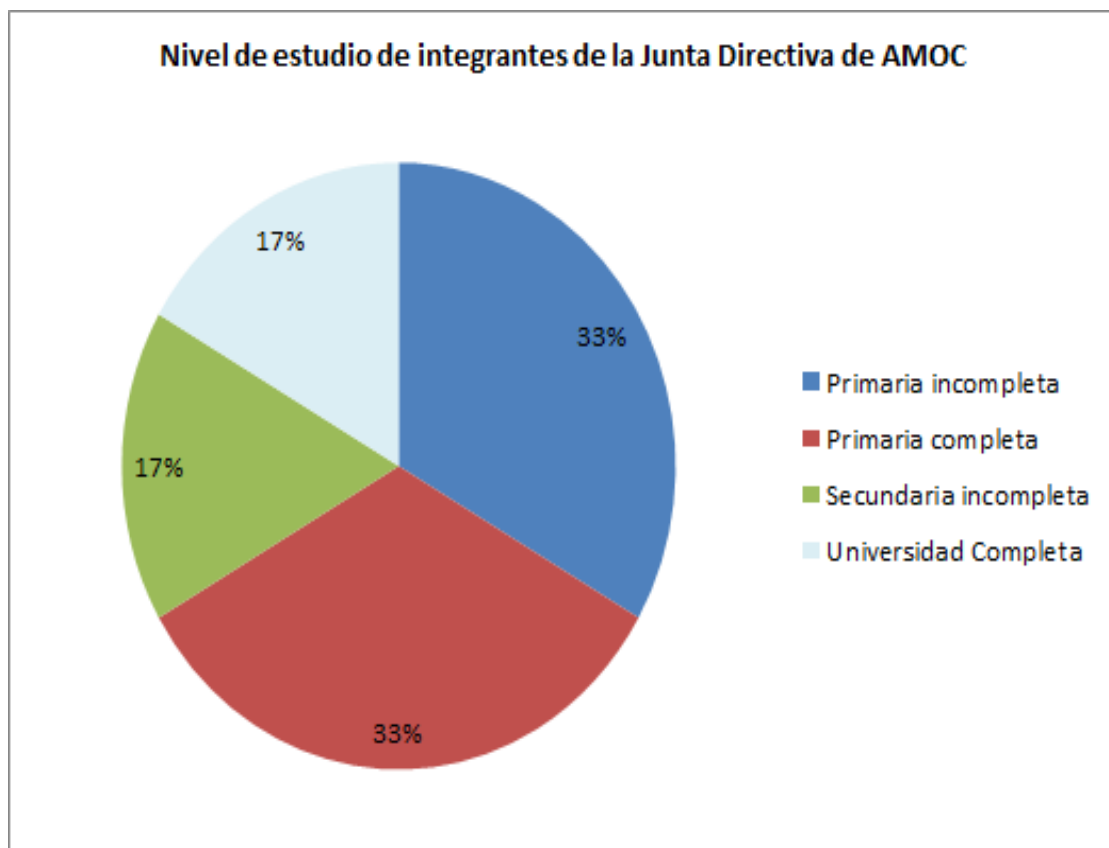
**Figura 4 Edades integrantes de la Junta Directiva de AMOC.**



*Nota:* Datos suministrados por entrevistas a la Junta Directiva de AMOC. Fuente: Elaboración propia.

Respecto al grado académico se presenta que un 33.3% respondió primaria incompleta, continua un 33.3% de primaria completa, seguido por un 16.7% de secundaria incompleta y por último un 16.7% universitaria completa, la cual se representa gráficamente a continuación:

**Figura 5 Nivel de estudio de integrantes de la Junta Directiva**

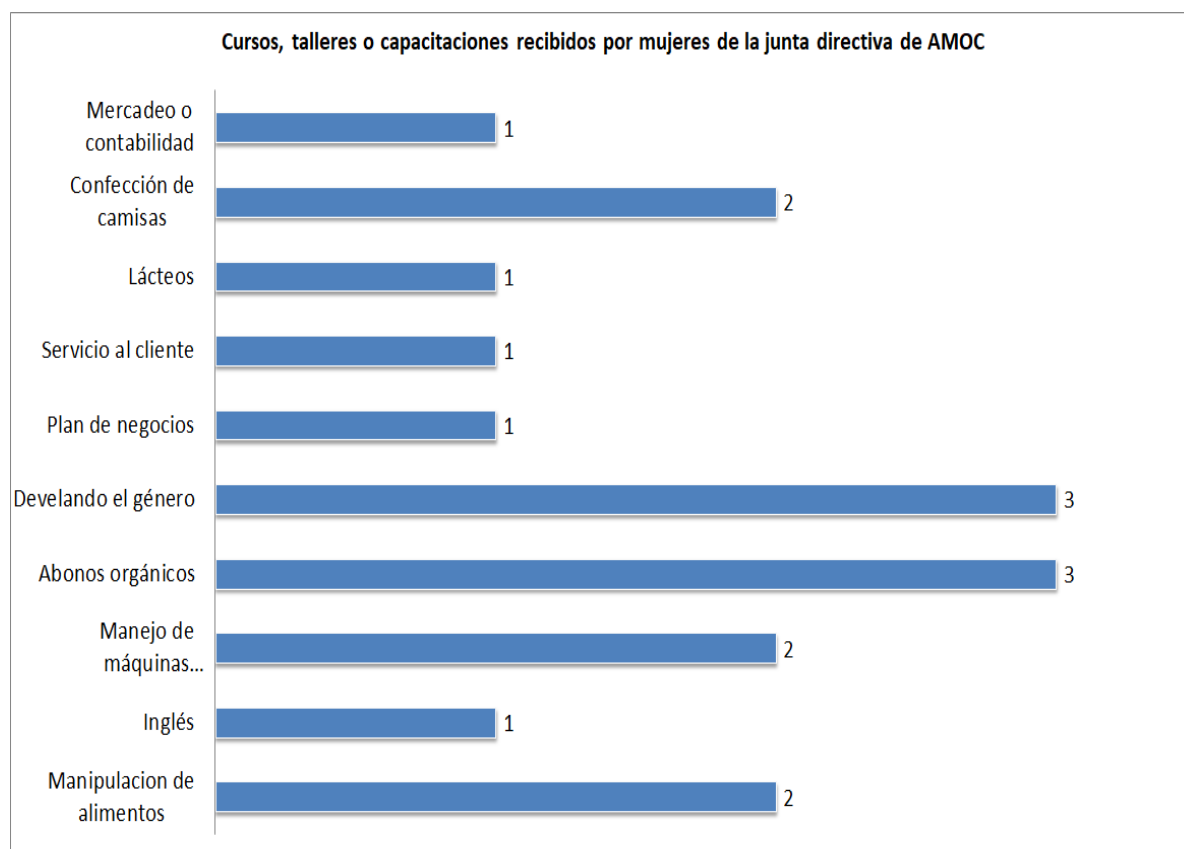


*Nota:* Elaboración propia con datos suministrados por la Junta Directiva de AMOC, 2020.

Las seis entrevistadas, miembros de la junta directiva como parte de su formación académica y complemento a sus conocimientos han llevado un curso o capacitación en otra institución.

Efectivamente basados en la encuesta del perfil económico, instituciones como INA, MAG, IMAS, INAMU, MEIC, UNED Y American English for Business han brindado cursos académicos a las asociadas de la Junta Directiva, los cuales se representan en el siguiente gráfico de barras:

**Figura 6 Cursos, talleres o capacitaciones recibidos por mujeres de la junta directiva de AMOC**



*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por la Junta Directiva de AMOC.

Los puestos de la Junta directiva corresponden a seis los cuales son presidente, vicepresidente, secretaria, tesorera, fiscal y vocal, en la encuesta se les cuestionó **¿Ha tenido otro puesto como miembro de la junta directiva, aparte del que seleccionó anteriormente?**

Las respuestas se muestran en el siguiente gráfico.

**Figura 7 Tenencia de otro puesto como miembro de la Junta Directiva.**



*Nota.* Elaboración propia con datos recopilados de la encuesta perfil socioeconómico de la Junta Directiva AMOC, 2020

Según los datos mostrados en el gráfico anterior, cuatro personas responden que “no”, el resto que son dos de ellas responden “sí”, estas últimas personas que responden “sí” son nuevas en la junta directiva, por lo que las cuatro de ellas nunca ha cambiado de puesto desde que ingresaron a la Junta Directiva.

Es por el cual que para analizar la presencia de antecedentes en el puesto ya sea por manipulación o matriarcado se les pregunta el tiempo de formar parte de la Junta Directiva, el 66,7% equivale a las cuatro mujeres respondieron más de 3 años y el resto de 33,3% equivalente a 2 mujeres respondieron menos de 1 año, se observa que 4 mujeres de la junta directiva no han cambiado de puesto hace más de tres años, sin embargo se cuestiona si la poca rotación de puesto es causado por la falta de interés y participación de las asociadas.

Ahora bien, para determinar la actividad económica principal se pregunta **¿Usted realiza algún trabajo que sea remunerado?** Cuatro mujeres responden sí y dos responden no, las cuatro responden a que las actividades económicas realizadas son emprendimientos, de

ventas de comida o venta por catálogo, secretaria en un Centro de orientación Familiar, Empresa Familiar Canaán y Administración del Mercado Solidario del Chirripó.

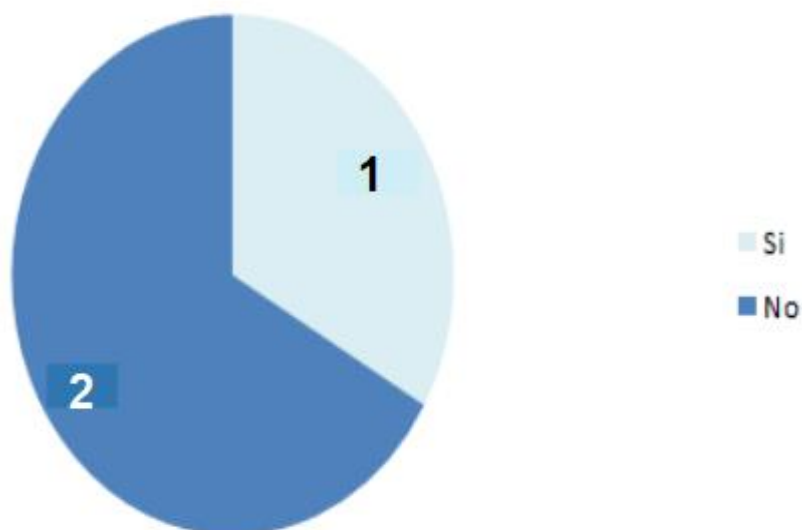
Se presenta ayuda económica familiar, la encuesta muestra que cuatro mujeres tienen familiares que reciben una remuneración en actividades como mecánico, jornalero, agricultor y empresario.

Las mujeres de la junta directiva también participan dentro del Mercado Solidario, la mitad de ellas son parte de esta comercialización que se genera en las ferias. Es decir que el 50% (tres de ellas) cuentan con un puesto como parte de su actividad económica.

De estas tres mujeres partícipes del Mercado Solidario, solamente una de ellas depende económicamente de los ingresos que esta actividad le pueda generar. Es decir que, para esta mujer, su trabajo de forma remunerada, son las ventas que puede realizar en el mercado solidario. En el gráfico siguiente se puede visualizar estos datos.

**Figura 8 Dependencia Económica del Mercado Solidario.**

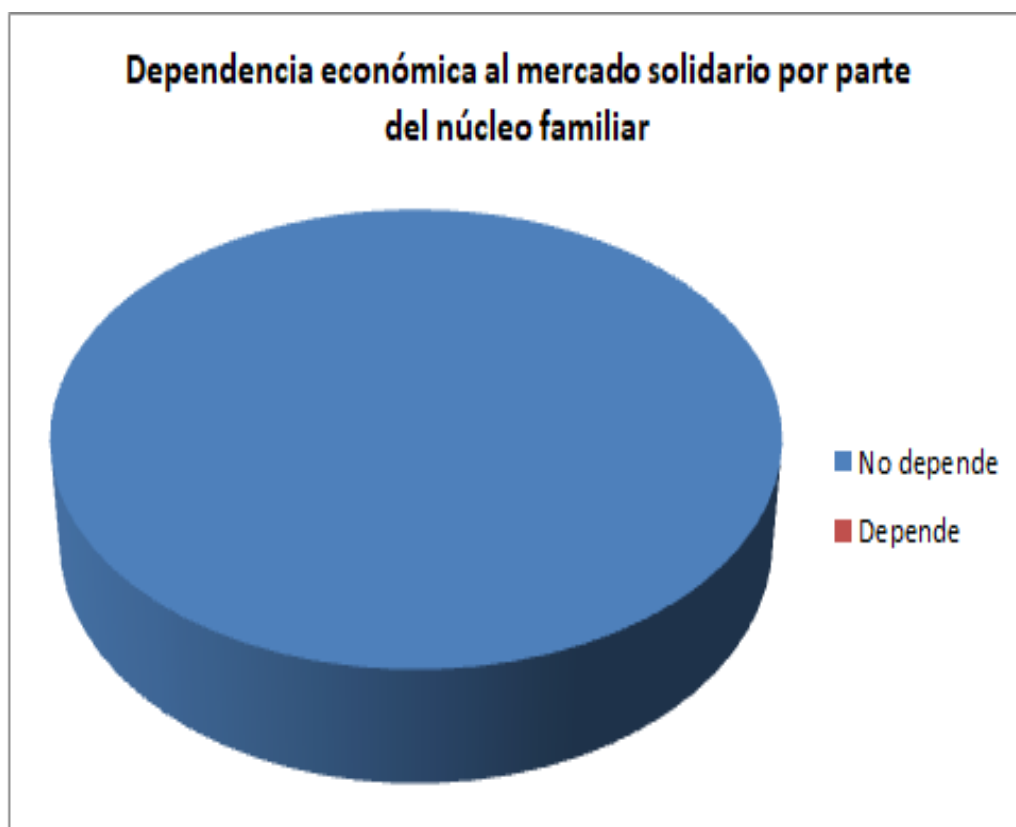
#### Dependencia económica exclusiva del mercado solidario



*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por Junta Directiva AMOC, 2020.

El gráfico anterior muestra que solo una persona de la junta directiva depende económicamente y de forma exclusiva del ingreso que le genere la venta de sus productos en el proyecto del Mercado de Chimirol.

**Figura 9 Dependencia económica del núcleo familiar al Mercado Solidario.**

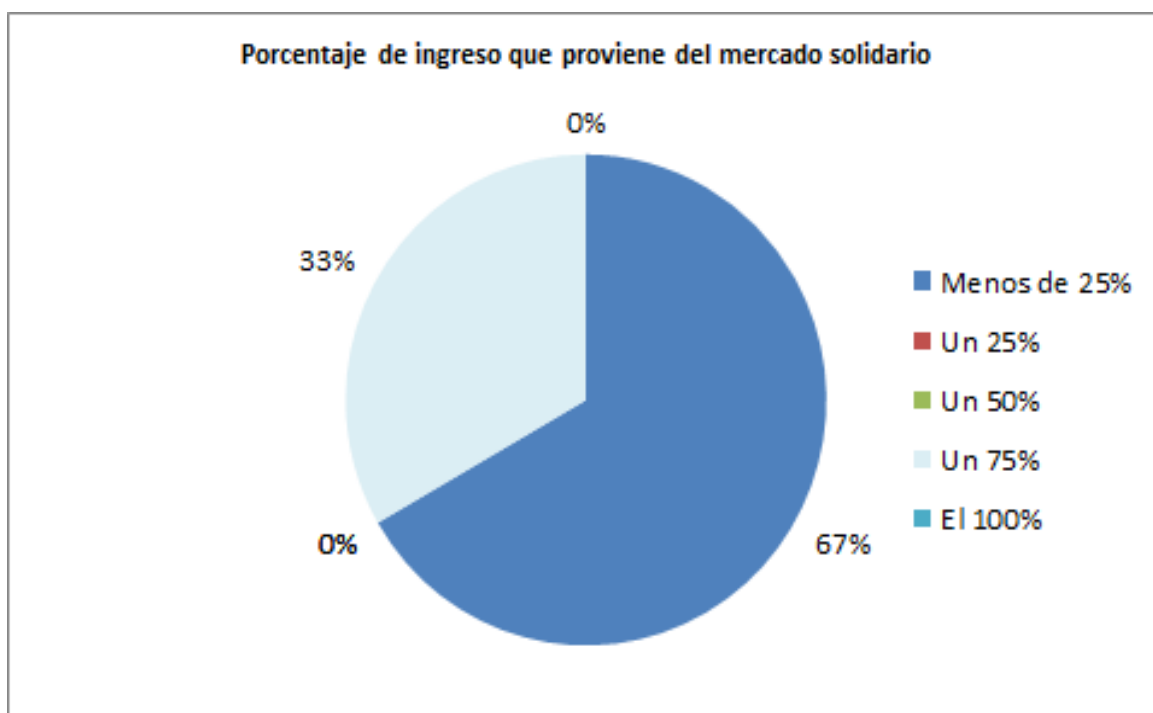


*Nota:* Elaboración propia con datos suministrados por Junta Directiva AMOC, 2020.

Ninguna de las tres mujeres que cuentan con un puesto en la feria, tiene familia que depende económicamente de los ingresos que genera el Mercado Solidario.

Se analiza también el porcentaje de ingreso que provienen de las actividades de ventas de productos en el Mercado de Chimirol, para con las mujeres que tienen un puesto, lo cual se muestra en el siguiente gráfico.

**Figura 10 Percepción de ganancia que proviene de un puesto en el mercado de Chimirol.**



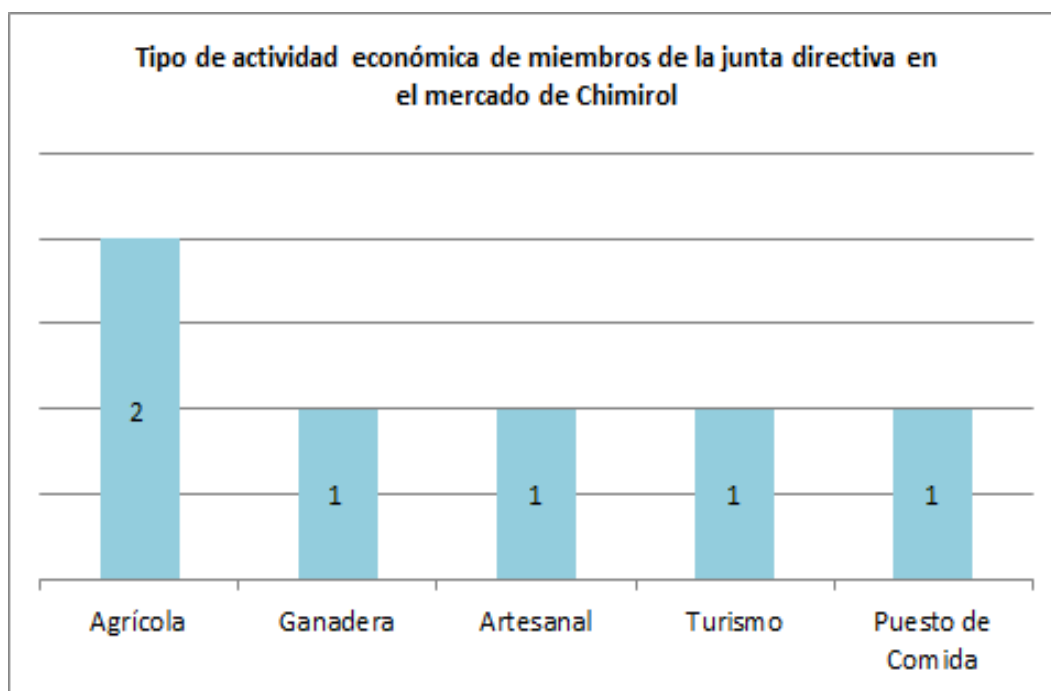
*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por Junta Directiva AMOC, 2020.

El gráfico anterior muestra que con un 33% (lo cual es representado por una sola mujer), los ingresos percibidos por el mercado son de un 75%. Para las otras dos mujeres de la junta directiva, con un 67% que se puede observar en el gráfico que la cantidad de ingresos que provienen de las ventas que se generan en las actividades comerciales de la feria, corresponde a menos de un 25% de sus ingresos.

Independientemente de la cantidad de porcentaje que indican las mujeres entrevistadas, esto solo muestra el valor que tiene para cada persona, referente a su posición; ya que ellas indican que el rango de ingreso mensuales que genera el puesto en la feria de Chimirol es menor a doscientos mil colones.

Las mujeres que tiene un puesto se dedican a actividades como las que muestra el siguiente gráfico:

**Figura 11 Actividades realizadas por miembros de la junta directiva, en la feria de Chimirol.**



*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por Junta Directiva AMOC, 2020.

En el gráfico destaca que hay variedad en la feria, siendo así la mayoría de los productos de proveniencia agrícola.

Asimismo, las tres mujeres que tienen esta actividad económica indicaron que lo ganado no alcanza para cubrir las necesidades básicas y que tampoco pueden ahorrar para poder trabajar en la siguiente actividad en la feria.

Respecto al tema del terreno o la propiedad que maneja cada mujer (en caso de que lo requiera, ya que por ejemplo las que tienen un puesto de cocina, no se necesita una parcela o terreno), se les preguntó sobre los metros cuadrados, y la respuesta de las tres entrevistadas fueron que: tiene una hectárea, otra dijo que tiene ocho hectáreas, y la tercera dijo que diez mil metros cuadrados.

La ventaja que se ve en esto es que las asociadas cuentan con un terreno propio, según se les preguntó. Tres de ellas, quienes venden sus productos en el mercado, contestaron que tienen espacio propio para trabajar su producción.

Hay una pregunta dirigida al consumo propio, es decir qué productos tienen para el sustento del hogar. Entre las seis respuestas de las mujeres miembros de la junta directiva; los productos son: hortalizas, café, plátanos, naranjas, mandarinas, yuca, banana, chayote y gallinas ponedoras.

Para las tres mujeres de la junta directiva que no cuentan con un puesto en el proyecto del Mercado Solidario de Chimirol, se les cuestionó qué “¿cuál es la razón por la cual no cuentan con un puesto en dicho mercado?”. Éstas contestaron que las razones son:

- No he ideado algo para ofrecer en el mercado
- Vende sus productos de forma independiente, Estoy ocupada con la organización y administración del Mercado.
- Por ahora no tengo productos para la venta (contestó la tercera persona).

El proceso socio productivo que presenta el proyecto del mercado solidario es una actividad generadora de la economía solidaria, donde los bienes y servicios de cada persona son utilizados de manera transparente, con el fin de generar ayuda financiera para que todas y todos sean beneficiados equitativamente.

Este proceso va a depender de que tanto produzca él o la asociada, como también esta generación de ingresos es referente al tipo de producto, como a la demanda de este, y que pueda ser vendido con éxito en cada puesto dentro de la feria del mercado de Chimirol.

Entender los datos de gráficos anteriores, que dan la base de un perfil socio económico y productivo de los miembros de la junta directiva, permite analizar qué tan beneficioso es el proyecto del “Mercado Solidario” para las y los asociados al proyecto. Ya que con estos mismos datos se puede caracterizar las actividades productivas como el contexto social de cada persona involucrada, asimismo determinando un entorno de género en dicha zona rural con la que se trabaja en el presente trabajo.

Algunas personas manifestaron que el Mercado Solidario es visto como un lugar donde se benefician a personas que compran y al igual a productoras, un espacio para compartir y realizar intercambio de productos. No obstante, se trata de una mercantil simple, como se menciona en el marco teórico.

El Mercado Solidario promueve esencialmente subsanar necesidades vitales de las asociadas, más no necesariamente aumentar el capital. Pues desde una perspectiva de sororidad y de autosubsistencia, la lógica no es la acumulación de capital en sí mismo, sino más bien el desarrollo integral de la comunidad y sus familias. La idea es hacer proyectos emprendedores, donde el flujo del dinero sea orientado a aumentar la economía de cada familia o persona. Estas actividades las realiza AMOC mediante el espacio de las ferias del mercado.

Cabe destacar, que debido a la pandemia mundial del virus Covid-19, a partir de marzo del 2020, en Costa Rica, se han generado repercusiones con las actividades e ingresos del Mercado Solidario y para la comunidad en sí.

Con base en el taller número dos realizado, “Métodos de Mejora para la Gestión Comercial”, las participantes exponen que las ventas han disminuido, por lo que se adaptó una página web para promocionar los productos e incluso se trabaja con servicio expres, servicio que ha logrado generar empleo e innovación en la asistencia al cliente.

También ante este taller se aclara que muchas de las mujeres no están participando de las ventas. Es decir, hay menos asociadas vendiendo sus productos, en comparación a otras que de una u otra forma, como fue la decisión de hacer la comercialización con “expres”.

Además, ellas mencionan que como gran motivación en el Mercado solidario no se permite la intervención de intermediarios, mucho menos ante la pandemia actual, pues la idea consiste en que la persona productora consolide la capacidad de vender directamente sus productos y pueda fijar los precios, basado en la búsqueda de información de otros mercados y ferias del agricultor.

Según los datos recolectados en las entrevistas, una ventaja del desarrollo de este proyecto socio productivo es el tema de ser amigable con el ambiente, a pesar de ser un proceso que cuesta para quienes están en proceso de certificación. Dos personas productoras ya se encuentran con certificados orgánicos y con bandera azul.

Ellas nos comentan las actividades que realizan como “utilizamos empaque craft para el café, aunque por dentro lleva el aluminio y el resto de los productos los empacamos en vidrio, vendemos compost y abonos para la finca” (Vendedora del mercado solidario Chimirol, 2020)

Los certificados orgánicos y la bandera azul brindan un plus de reconocimiento al productor y al Mercado Solidario, ya que son con el objetivo de proteger al ambiente y además de ofrecer un producto de excelente calidad.

Sin embargo, si bien es cierto mantener un servicio libre de químicos es de alto costos para la siembra y la creación del compost, una participante vendedora del mercado comenta que “Todo es orgánico, pero no hago nada con eso porque nadie me lo está pagando lo orgánico, ya que vale más y no puedo cobrar más, cultivo espinacas, perejil, sábila. Me ayudan mis hijos, nietos o vecinos”

Como se puede interpretar en el comentario anterior, el cultivo y el mantenimiento de la siembra conlleva alto costo, las ventas de los productos en el mercado no son abasto para recuperar la inversión junto con un margen de ganancia.

Aparte de una determinación de bandera azul, y de productos agrícolas amigables con el ambiente, la asociación cuenta con otras ideas de proyectos atractivos para dar continuidad a la razón de su formación, como para la generación de ingresos.

Aparte de ser amigable con el ambiente, dentro de la organización hay muchas ideas de proyectos para su desarrollo en la zona, en la encuesta realizada se les preguntó **¿Cuáles son los proyectos que se han implementado o les gustaría implementar?**

Las mujeres indicaron que hay actividades aparte de la venta de sus productos que se pueden realizar, para evitar tener pérdida de dinero o en tiempos de recesión, estas actividades son:

- **Más talleres:** Se solicita talleres para la capacitación en temas como liderazgo, autoestima, agricultura, seguridad alimentaria y tecnología.

La necesidad de los talleres se detonó cuando se realizaron las actividades en conjunto, temas sobre liderazgo, la falta de capacitación constante en temas relativos a los procesos

socioproductivos que estas mujeres realizan en el Mercado Solidario, y en especial el taller de género. Donde se ve la carencia de necesidades de convivir, realizar otras actividades. Esta lista de posibles talleres, fueron los temas pedidos por las participantes entrevistadas.

El aspecto de la tecnología se aborda como carencia, por dos motivos, primero debido a que desde la asociación es necesario llevar sus cuentas de una manera más fácil desde hojas de cálculo, y no todas tienen el conocimiento básico para manejar estos recursos. La segunda razón fue dada por la pandemia, ellas vieron la necesidad de tener actualizada la página para ampliar y dar seguimiento a las ventas; y de ahí la necesidad de capacitarse para aprender sobre el manejo de estas.

- Atracción de nueva clientela a las fincas

El aprovechamiento del terreno se puede dar por medio de quienes tengan la facilidad de un terreno para gestionar charlas, o talleres sobre procesos de agricultura orgánica. Otro ejemplo de aprovechamiento que se le puede dar a los terrenos es el de generar productos o insumos orgánicos para trabajar el suelo, como lo pueden ser el lombricompost o el sulfocal.

Asimismo, si él o la asociada al mercado cuenta con siembras, ríos y animales, hay turistas que pagan por recorridos a zonas rurales, lo cual puede ser un atractivo en ciertas épocas del año, con proyección a la generación de ingreso.

Hay quienes sí aprovechan esta oportunidad, como por ejemplo la Finca Integral Agroecológica Los Gansos, quienes pertenecen también al grupo de asociados y asociadas al Mercado de Chimirol. Es decir, hay que aprovechar lo orgánico, y la materia de cada finca para producir nuevas ideas y generar ingresos desde ese aspecto.

- Actividades culturales y artísticas

La finalidad e importancia de distintas actividades se basa en la necesidad de involucrar a la comunidad para que así la comunidad trabaje en conjunto, una cohesión que logre que las actividades socio productivas de las familias de la zona sean de ingresos constantes, y que asimismo se visualice el desarrollo del poblado; siendo el Mercado Solidario la principal razón de generar ingresos.

Actividades culturales y artísticas, como gente que haga presentaciones durante la feria de mercado de Chimirol, con el fin de promover un espacio diferente y cultural, al mismo tiempo agradable para quienes compren en la feria.

Por otro lado, la asociación ha integrado proyectos por medio de talleres, a cierta población, los cuales han sido impartidos por el INDER y por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU) esta institución brinda colaboración Amoc mediante cursos y capacitaciones en temas de género, empoderamiento, emprendedurismo, manejo de organizaciones, tecnología, ayuda con el fondo de mujeres que incluye mobiliario (computadoras, muebles video-beam, material de publicidad).

Para determinar la colaboración comunitaria en el Mercado Solidario desde su creación, la pregunta que se efectuó es la siguiente: **¿Qué tanto apoyo de la comunidad ha tenido el grupo de mujeres organizadas desde su conformación?**

El aporte comunitario del Mercado Solidario se ha manifestado como una debilidad. El apoyo de la comunidad de Chimirol es muy escaso, la ayuda comunitaria proviene de los pueblos vecinos y de personas extranjeras (más que todo en temporadas altas) o residentes de todas partes del cantón de Pérez Zeledón, aun así, siendo insuficiente apoyo.

Aún con variedad de productos que ofrece el Mercado Solidario, las compras son bajas debido a dos razones específicas: la falta de interés del mismo pueblo en apoyar lo local (comprando en otras ferias, cuando el precio es igual, y el producto es el mismo), y segundo, las ventas por temporadas son escasas; cuando más se vende por turistas no es un ingreso constante, todo depende de la época del año.

Sin embargo, a partir de la pregunta elaborada en la entrevista **¿Qué apoyo ha tenido de los hombres y del núcleo familiar?** Se detalla un considerable impacto en la colaboración familiar, además de la comunitaria. Según las entrevistadas reflejan que su núcleo familiar compuesto por: hijos y esposos están orgullosos y estos las ayudan para que sean mujeres emprendedoras.

No obstante, un punto interesante acerca de la participación de las integrantes es la división de las tareas dentro del núcleo familiar, para las actividades del mercado. Las entrevistas mencionan que a pesar de que los hombres no son miembros de la asociación, estos

participan indirectamente y ayudan a sus esposas o parejas por medio de la realización de las actividades relacionadas con la ganadería y agricultura.

Conforme a las entrevistas efectuadas el desarrollo de la organización, el progreso de los proyectos toma de decisiones, las gestiones sociales, administrativas, económicas de AMOC, se han llevado a cabo por el apoyo, la participación, intervención, colaboración, cohesión grupal, así como la distribución de tareas entre las asociadas.

Mediante la pregunta realizada en la entrevista **¿Cómo le ha beneficiado participar o formar parte de los procesos del Mercado Solidario?** Las entrevistadas respondieron que la participación en los mercados le ha beneficiado económica y socialmente, el Mercado Solidario se conceptualiza como un espacio de recreación, descrito como una “familia” en donde se fomenta los valores de la cooperación, apoyo, flexibilidad, amistad y solidaridad.

Que haya un aspecto familiar a la hora de trabajar, facilita para AMOC las reuniones con sus asociadas, las cuales las mismas indican que dichos espacios son provechosos, ya que resuelven problemas. Quiere decir que la junta trata, en la medida posible, de buscar nuevas oportunidades de mejora.

Otra vendedora del mercado comenta que “Me ha beneficiado muchísimo, comercialmente porque se puede venir a ofrecer los productos, se hace directamente con el cliente ya que no hay intermediarios y que también en el mercado solidario se ha convertido en una familia, nosotros acá nos apoyamos, cooperamos, tenemos diversas actividades (se celebra 4 años de aniversario) por ejemplo cuando alguien no puede venir a vender sus productos se le pide a otra persona que si los puede vender o si se ausenta se le cuida el puesto.

Los valores de compañerismo, sororidad, lealtad y responsabilidad están presentes en el mercado, lo que indican un buen ambiente de área laboral en consecuencia propicia al desarrollo y atención de los clientes.

La Junta Directiva cuenta con diversos proyectos aparte del Mercado Solidario, por lo cual la ésta comenta que la mayoría de las asociadas, se encuentran en estado activo respecto a todos sus proyectos, cabe aclarar que “activo” se usa para definir la participación en la toma de decisiones, asistencialismo, apoyo económico y social.

El siguiente gráfico contempla las asociadas a AMOC, es decir que contempla quienes son partícipes del Mercado Solidario como de otros proyectos que tiene la asociación.

**Figura 12 Estado activo de participación de las asociadas.**



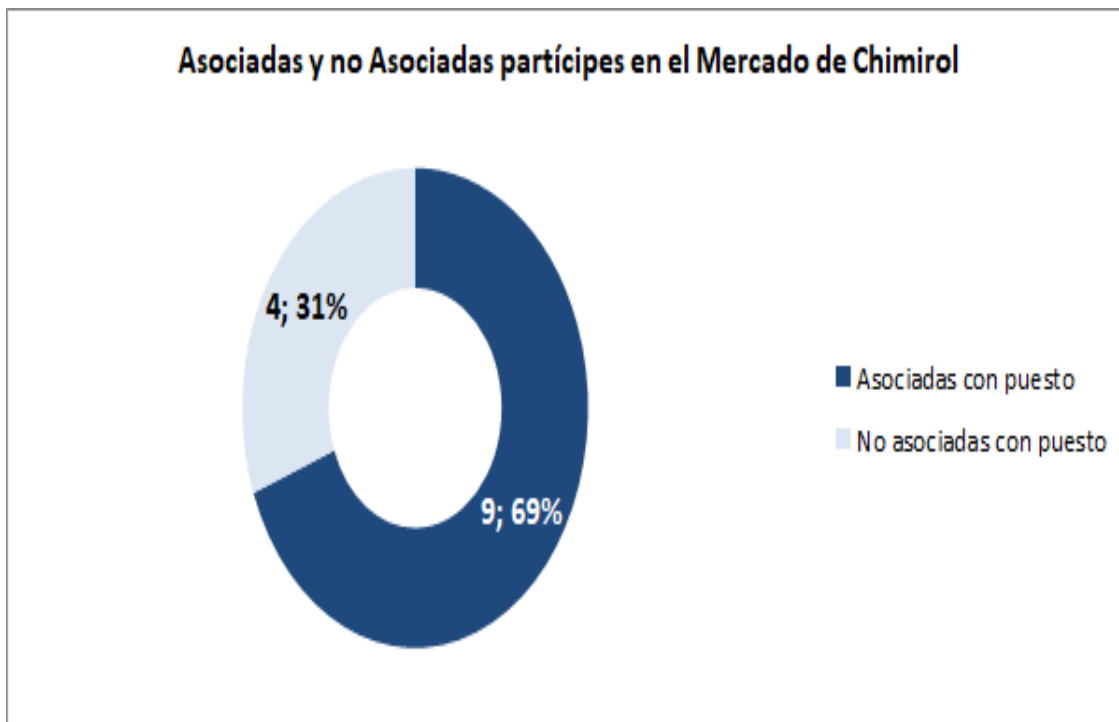
*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por Taller 2 Métodos de Mejora para la Gestión Comercial, 2020.

Basados en el gráfico anterior, se muestra que un 24% de las asociadas se encuentran activas en asuntos de la asociación; esto contemplando que es equivalente a 4 mujeres inactivas de un total de 18 mujeres asociadas activas en general. Las mujeres inactivas que se muestran en este gráfico son aquellas que no contribuyen para ninguna actividad o proyecto de Amoc, o no asisten a reuniones; es decir que, aun así, siendo socias, están inactivas.

En cuanto a las mujeres no asociadas que participan en el Mercado Solidario, se ha mostrado un impacto positivo tanto para ellas como para las asociadas, lo cual es una actividad contribuyente de ingreso económico y de recreación.

Algunas mujeres no se han asociado, pero aun así pagan por un espacio (puesto) en la feria de Chimirol. La diferencia entre estar asociada y no estarlo es los beneficios que AMOC brinda a sus socias, como los siguientes: participación en proyectos sociales, ambientales, capacitaciones, talleres, como por ejemplo temas como el empoderamiento, que imparten otras entidades para beneficio de AMOC.

**Figura 13 Asociadas y no asociadas al proyecto “Mercado Solidario” de Chimirol.**



*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por la Junta de la Asociación AMOC, 2020

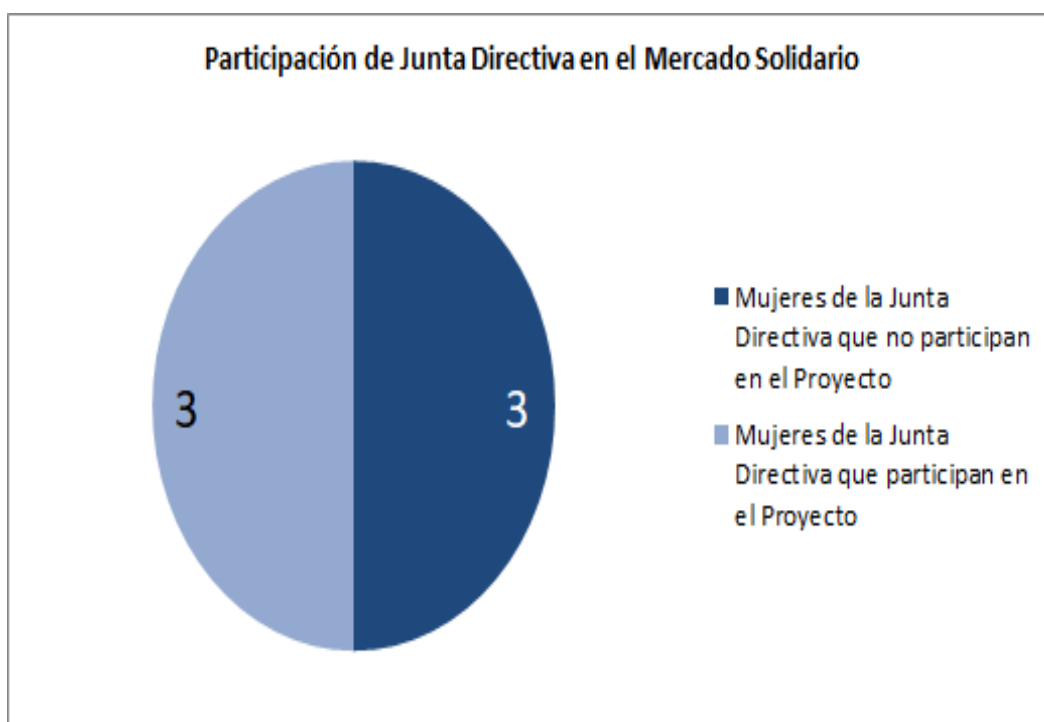
Como se muestra en el gráfico anterior, hay mayor porcentaje de mujeres asociadas que las que no lo están al proyecto del Mercado Solidario de AMOC, lo cual es beneficioso, porque indica que estas personas se sienten más comprometidas con el proceso y el movimiento que la asociación pretende lograr con la feria de Chimirol.

Muestra también que hay un espacio para promover el tema de lo socio productivo, tanto para cada mujer como productora, como para la misma comunidad, ya que en conjunto es que se pueden lograr el éxito del proyecto.

Desde otro punto de vista, las mujeres pueden asegurar sus beneficios al estar asociadas, ya que pueden ver la variedad de proyectos de los que pueden ser partícipes, como los mencionado anteriormente. Claramente, estas actividades que la asociación realiza cumplen con los objetivos de la misma, dando así énfasis al enfoque de género que tanto se promueve desde dicha organización.

Entre los dieciséis puestos que se localizan en la feria de Chimirol, hay tres mujeres de la Junta Directiva que también venden sus productos en dicho proyecto, los datos se muestran en el siguiente gráfico.

**Figura 14. Miembros de la Junta Directiva que participan en el Mercado Solidario de Chimirol.**

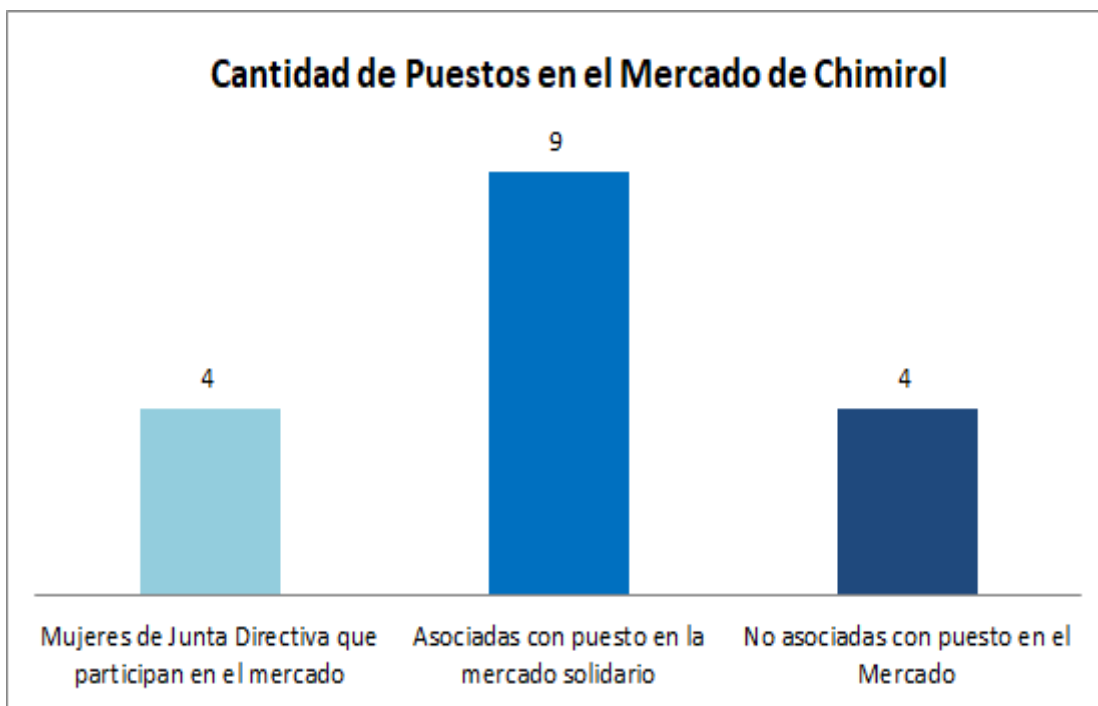


*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por la Junta de la Asociación AMOC, 2020

Las mujeres venden sus productos en la feria y al mismo tiempo son parte de la junta directiva de AMOC, pagan la mitad de lo que se les cobra a las demás asociadas por tener el puesto en la feria, esto como motivación y beneficio de ser miembro de la asociación.

Todos estos datos expuestos se sintetizan en el siguiente gráfico, en donde se aclara la cantidad de puestos en el Mercado Solidario de Chimirol, esto también según su relación con AMOC.

**Figura 15. Cantidad de puestos del Mercado Solidario de Chimirol.**



*Nota.* Elaboración propia con datos suministrados por la Junta de la Asociación AMOC, 2020

Este gráfico muestra que quienes comercializan en el Mercado Solidario son: asociadas, no asociadas y hasta miembros de la junta directiva. La diferencia entre estas tres categorías es la actividad que realizan dentro de la organización AMOC y los beneficios que tienen.

### **5.1.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)**

El diagnóstico del FODA ofrece un amplio panorama de la situación en los factores externos e internos que ayudan a crear escenarios estratégicos para la toma de decisiones y mejoras en un futuro; en este caso se valoran los factores internos para efectos del Mercado Solidario.

**Figura 16. ¿Cuál es el FODA que presenta el Mercado Solidario?**

| Fortalezas                                                                                                                                       | Debilidades                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Venta del producto directamente al comprador o compradora, sin intermediarios/as                                                                 | No cuentan con un lugar propio para tener su propia feria (deben pagar alquiler)                                                                          |
| Productos libres de químicos, naturales y amigables con el ambiente (producción agroecológica)                                                   | No todos y todas las asociadas están certificados con bandera azul (en sus fincas)                                                                        |
| Ingreso económico para las asociadas.                                                                                                            | Productores/as inestables, con falta de compromiso o fidelidad al Mercado Solidario                                                                       |
| Unión de las productoras                                                                                                                         | Falta de equidad de género entre personas asociadas, y falta de capacitación constante en estos ámbitos para romper estructuras sociales preestablecidas. |
| Diversidad de productos entre todas las personas asociadas                                                                                       | Poca planificación de siembra por parte de personas productoras, en relación con la demanda                                                               |
| Grupo o red de mujeres de la comunidad que entre sí se dan apoyo para poder llevar a cabo sus emprendimientos, y lideran una asociación comunal. | Falta de capacitación técnica que incremente el conocimiento para la siembra, manejo de finanzas y lo relativo con procesos socioproductivos.             |

|                                                                                             | Falta de alianzas estratégicas, para sacar provecho a los productos orgánicos que ya se producen en las fincas de personas asociadas. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Oportunidades                                                                               | Amenazas                                                                                                                              |
| Conexiones institucionales                                                                  | Ferias de Agricultor en San Isidro                                                                                                    |
| Localización estratégica para ventas al pueblo                                              | Pérdidas de producto por cambio climático                                                                                             |
| Incursión en medios tecnológicos y herramientas digitales para la publicidad u otras formas | Poco apoyo de la comunidad de Chimirol                                                                                                |
| Cerro Chirripó se ubica cerca del local, y este atrae turismo                               | Escasez de clientela (por temporadas)                                                                                                 |

*Nota.* Elaboración propia 2020.

Las relaciones socio productivas del Mercado Solidario tienen la fortaleza en que no hay intermediarios, es decir que no tienen que rebajar el precio de sus productos para que estos puedan llegar al consumidor final. Además, con la unión laboral y de amistad que tienen las productoras, entre ellas consiguen sus contactos y apoyo necesario para la venta de los productos que se cosechan o realizan en las ferias.

El Mercado Solidario manifiesta fortalezas que crean un positivo desarrollo rural como: las ventas, actividades, celebraciones por temporada que atraen a turistas y generaleños.

Cabe recalcar la importancia en la diversidad de productos y diferenciación en sentido que la mercancía que maneja el Mercado Solidario, ya que los y las vendedoras cosechan libre de químicos, son amigables por el ambiente y por eso la bandera azul que se contempla en la

asociación AMOC. La diversidad de los productos en venta beneficia al comprador según sus gustos e intereses, productos agrícolas son naturales y a un precio considerable.

Hay gran cantidad de productos en el Mercado Solidario, los cuales cada persona debe valorar si lo que vende puede subsanar solo las necesidades básicas o puede incrementar su economía (no de forma permanente), ya que se presentan inconformidades de que sus productos sólo se comprar con frecuencia cuando hay temporadas altas de turistas.

Por lo tanto, otra fortaleza, y la base de la formación del Mercado Solidario, es que permite el ingreso económico para las asociadas, lo cual garantiza al menos una ayuda socioeconómica para las familias y la comunidad.

Por otro lado, se muestra debilidades, por ejemplo: insuficiente ayuda institucional, esto manifestado en entrevistas realizadas a las participantes, por el hecho de que hay proyectos que requieren ayuda del INDER (proyecto invernadero), como de otras entidades, pero los procesos burocráticos no solventan rápidos esas respuestas. Lo cual atrasa el desarrollo de la asociación.

Esta falta de apoyo puede reflejarse en que hubo capacitaciones, pero las personas asociadas requieren de más insumos respecto a conocimiento para el manejo de sus cosechas. Es por ello por lo que hay una mala planificación en la siembra, debido a que hay carencia de conocimiento sobre la cantidad, tiempo y forma de realizar siembras.

Se manifestó que esta poca planificación hace referencia a que no calculan cuanta cantidad de productos deben cosecharse para dar abasto con la demanda de estos. Por lo tanto, esa falta de abastecimiento puede perjudicar en la calidad de la oferta que pueda dar a la clientela, en el momento de realizar las ferias de mercado. Claramente afectando la reputación y ventas.

Al no haber compras en cantidades mayores de los productos que las asociadas venden en sus puestos en el Mercado Solidario, los y las mismas productoras son inestables y optan por vender en otros locales sus productos; lo cual provoca una falta de fidelidad o compromiso a la asociación y al proyecto. Perjudica que se vendan en otros locales los productos, porque disminuye la calidad y cantidad que se pueda ofertar en la feria.

Cabe destacar que estos “altibajos” en la demanda de los productos varían por temporada. Dado al cambio del tiempo atmosférico, respecto a las cosechas que se puedan

realizar y también esa diferencia de la demanda de productos implica el cambio en la visita de personas extranjeras.

Muchas veces cuando se venden bastante los productos del Mercado Solidario, es porque hay temporada alta, es decir el turismo, por las cercanías que tiene el mercado de Chimirol al Cerro Chirripó. Por lo tanto, una de las debilidades que se presentan para estas asociadas es la escasez de clientela en las temporadas bajas de turismo.

Estas mismas deficiencias conllevan a la debilidad de una reducida participación de la comunidad, ya que las personas no se sienten identificadas en este proyecto del Mercado Solidario. Consideran que no hay mucha representación estatal u organización para acreditar procesos, o hacer más llevadero y seguro la colocación de sus productos. La comunidad no confía en que este proyecto pueda incrementar la economía de las familias como de la comunidad.

Esta falta de participación también se ve involucrada por la desconfianza implantada, por razones de género, que no se confía en que el negocio del mercado pueda ser llevado a cabo por un grupo de mujeres organizadas (AMOC), la cual han manifestado que han recibido comentarios como que “no se le futuro a esa organización, no duran mucho tiempo”, por el hecho de sus integrantes.

Todas estas debilidades encontradas, permiten analizar que son factores que pueden ser solucionados con acciones estratégicas para fomentar una eficiente actividad del Mercado Solidario.

Ahora bien, en cuanto a los factores externos que puedan afectar al Mercado Solidario, se manifiestan oportunidades y amenazas, las siguientes son:

La oportunidad que presenta AMOC referente a conexión institucional, es una alianza estratégica para atraer a los clientes, la conexión que presenta en conjunto a la Cámara de Turismo de San Gerardo, proporciona al Mercado Solidario beneficios como publicidad como destino turístico, así mismo durante la pandemia del Covid-19 brindan víveres y semilleros para las pequeñas siembras familiares.

A lo que conlleva a su ubicación, ambos mercados solidarios <sup>1</sup>se localizan dentro de la ruta turística al Parque Nacional Chirripó y cerca de Hoteles de montaña, cabañas, áreas de recreación y restaurantes.

Gracias a los medios tecnológicos, el Mercado Solidario se ha visto en ventaja de promocionar sus servicios vía internet, se mantiene información en las redes sociales como Instagram, Facebook y un correo electrónico, así como una plataforma en línea.

Chimirol se encuentra en alta competencia de mercados o ferias del agricultor, porque en Rivas se ubica la principal feria de agricultor del distrito, y también hay competencia a menor escala por la pequeña multitud productora independiente de la zona que venden sus productos a los mercados comerciales o a las ferias del agricultor del cantón de Pérez Zeledón.

Otra amenaza que se afronta es la pérdida del producto debido al cambio climático, las fuertes lluvias o las prolongadas sequías han producido daños en las siembras de los cultivos provocando pérdidas financieras para el gentío productor.

Como bien se desarrolló anteriormente son factores que pueden ser corregidos para prevenir afectaciones en el mercado, así como se muestran factores que hay que tomarlos como ventaja estratégica para mejorar la calidad de administración del Mercado Solidario.

## **5.2 Objetivo 2: Identificar el enfoque de género en torno a las relaciones socio-productivas de Mercado Solidario implementado en Chimirol.**

Una vez descritos los procesos socios productivos que trabajan y comercializan las personas participantes del proyecto Mercado Solidario, se puede connotar que este incide de manera sustancial en el desarrollo comunal de las y los asociados, ahora es necesario analizar como este desarrollo generado por estas actividades ha favorecido a las mujeres en especial, y al enfoque de género de personas asociadas, de la junta directiva y su entorno respecto a la comunidad, el cual se quiere valorar en el proyecto de graduación.

Con el fin de impulsar el desarrollo y progreso de las relaciones socio productivas del proyecto Mercado Solidario, es importante considerar la planificación con un enfoque de

---

<sup>1</sup> La Asociación cuenta con dos Mercados Solidarios, uno ubicado en Rivas, y el otro ubicado en Chimirol (siendo este segundo el mercado estudiado para este proyecto).

género, en la comunidad y en las familias de las mujeres emprendedoras, ya que de acuerdo con el contexto en el que las mujeres de la asociación y personas partícipes del mercado en Chimirol se ven envueltos, aclarando el espacio social, y una cultura de una zona rural determinante.

Por esta razón se realizó el Taller Género en la Ruralidad, con el objetivo de identificar los papeles que socialmente se les asignan a las mujeres participantes del Mercado Solidario y su desenvolvimiento en la comunidad que les caracteriza, así como sus opiniones acerca de las limitaciones que se presentan en el desarrollo de las labores en el Mercado.

Con el taller se busca que las mujeres dentro de un espacio de confianza puedan manifestar que sienten en el diario vivir en la comunidad, e identificar si hay un rol que se les otorgue, y bajo cuáles parámetros conviven; esto siendo el pilar clave para saber si se ven envueltas en un sistema patriarcal, en donde haya roles determinados para cada género, los cuales están perjudicando su vida, social, familiar, económica.

Además, esta actividad se diseña con el propósito de dar a conocer la definición de enfoque de género, e intentar interiorizar en cada persona que sea parte de este, para adquirir respuestas al rol de género que haya. Posterior a la realización de la actividad de preguntas, para finalizar una reflexión de lo vivido, abriendo el espacio a más comentarios, ya que muchas veces no todo se habla en el momento que se realizan las preguntas iniciales, por un tema de falta de confianza y quizás en que no se abran estos espacios generalmente, menos con temas enfocados al rol de género.

Durante el taller se desarrolló una actividad denominada “mujer en lo rural”, esta consistía en ilustrar y desarrollar una serie de preguntas acerca del papel de las mujeres y sus diferencias con los hombres en las actividades estereotipadas por la comunidad rural.

Para definir la toma de decisiones en el hogar se cuestiona lo siguiente **¿Quién toma las decisiones económicas en el hogar?** Las participantes responden que según en las familias biparentales, los matrimonios toman las decisiones del hogar en conjunto llegando a mutuo acuerdo, ellas consideran que normalmente hoy en día las mujeres tienen un poco más de libertad en el sentido de que pueden hacerse cargo de más cosas como los gastos de la casa.

Igualmente, esas tomas de decisiones pueden verse afectadas por roles de poder entre los sexos, por lo que se les pregunta **¿Qué diferencias de poder tienen los hombres y las mujeres y cómo ello incide en la actividad socio-productiva del Mercado Solidario?** Las respuestas caracterizan a la mujer como un personaje activo, flexible, en cambio los hombres insinúan que solo lo que ellos hacen es lo mejor, la mayoría son negativos y les cuesta aceptar el emprendedurismo de la mujer.

Para el taller también se realizaron preguntas sobre **¿cómo son las mujeres de la comunidad?** En donde se rescata las siguiente respuesta: “En lo rural nos corresponde ver cómo hacemos para generar ingresos, pero al mismo tiempo llevar los chiquitos a la escuela, a una actividad, la catequesis, todo ese rol de cuido ha recaído en las mujeres”, “que se metan mujeres a trabajar, pero en puestos que no opinen mucho”, “homenaje a un hombre, pero nunca se le ha hecho a una mujer”, y manifiestan del por qué no a una mujer si son las que “quienes trabajan en turnos y actividades de la comunidad”.

El taller permite observar el impacto que presenta en el ambiente socioeconómico en que se desenvuelven hombres y mujeres, por lo que se desarrollan variables que permitan estudiar el pensamiento y contexto de las mujeres de AMOC en la comunidad de Chimirol.

Por el taller realizado se nota que, en las zonas rurales primordialmente, es más común encontrar mujeres “amas de casa” las cuales se complementan con un hombre, en donde muchas no realizan emprendimientos porque no las dejan, o porque su estilo de vida les ha acostumbrado a que no es su deber, o no es necesario.

Para determinar el enfoque de género manifestado en Amoc y por consecuente en las actividades socio-productivas, se destacan tres variables del taller:

#### **a) Violencia de género:**

Violencia de género se da de muchas formas, no tienen que ser precisamente física, puede ser psicológica, como palabras o actitudes contra la persona. Es por eso que se resalta el tema de género en la comunidad asociada al mercado de Chimirol, debido a que para que se den estos procesos socioproductivos, es de interés que haya una buena relación de convivencia y respeto entre los géneros, para un trabajo de comercialización en conjunto.

Es por eso que hablar de violencia, es básico para denotar el comportamiento por parte de las mujeres; por ejemplo, observamos que muchas de las respuestas del taller fueron: no creer en una asociación de mujeres, no tener mucha autoestima, el no confiar en la importancia y el derecho que tiene la mujer para disfrutar de otros espacios y de realizar actividades que no solo se basen en las mismas tareas domésticas.

Ante estas respuestas podemos analizar que la violencia se presenta desde una constancia en roles domésticos y también en minimización de la mujer en ámbitos administrativos, esto porque las preguntas eran orientadas a que comentaran sobre si había diferencias de poder entre hombres y las mujeres y cómo ello incidía en la actividad socio-productiva del Mercado Solidario, como también sobre la toma las decisiones económicas en el hogar y en el Mercado.

No es que ellas consideren que no son aptas para la labor de campo, sino que, los hombres siempre se han visto posicionados en este ámbito, y por lo tanto estos roles se han transmitido, siendo ellas las encargadas de los puestos de venta en el Mercado Solidario, mientras ellos se encargan de “ese trabajo pensado que debe realizar el hombre de la zona rural.”.

En una comunidad rural, como es Chimirol de Pérez Zeledón, y en específico en un espacio campesino, AMOC ha colaborado a modificar los roles tradicionales de las mujeres en una perspectiva más equitativa.

#### **b) Relaciones de poder y roles en el hogar:**

Las mujeres en el taller realizado comentan que algunas veces no tienen tiempo para ir a vender al Mercado Solidario debido al poco tiempo restante dedicado al cuidado de sus familiares, estos son aspectos relacionados a la dependencia familiar y emancipación de responsabilidades constituidas por una sociedad.

#### **c) Dependencia de la mujer con respecto a la figura masculina:**

Se nota una ideología errónea en el taller realizado, de quien cuida a los hijos e hijas hacen algo malo culpa de la madre, si hace algo bueno se le atribuye al padre.

Asimismo, se observa una dependencia hacia la figura masculina, porque así ha sido su crianza y educación, así es el comportamiento de las personas quienes rodean a esa mujer. La dependencia de la mujer se da al tomar las decisiones en la casa, al decidir sobre su cuerpo, económica, cantidad de hijos/as, labores domésticas, forma de vestir, y a que actividades deben o no asistir o realizar.

Muchas mujeres manifiestan que quien trabaja en el campo son los hombres, y otras indican que ellas trabajan en conjunto con ellos; pero es necesario destacar cual trabajo realizan (división de trabajo: mujeres en casa y hombres en el campo/ o mujeres venden leche, pero quien ordeña la vaca es el hombre).

## **Capítulo VI:**

# **Conclusiones y Recomendaciones**

## **Conclusiones:**

### **Objetivo 1.**

Ante el análisis anterior se puede concluir que, los procesos socioproductivos procuran contribuir con la localidad para el impulso del desarrollo socioeconómico. Dichos procesos manifiestan el interés de las comunidades, no solo las que son objeto de este estudio, sino también de algunas comunidades cercanas.

Estos procesos socio productivos contribuyentes, son por ejemplo el hecho de que cada asociado al Mercado Solidario pueda tener un espacio, o la ventaja de vender sus productos en un sitio constante y fijo. El intercambio produce una relación de comercialización para que se de este efecto económico y social estudiado.

Es decir que, una de las ventajas primordiales que ha brindado este proceso socioproductivo es la generación de autoempleo, para que las asociadas puedan generar ingresos, de forma independiente y autónoma.

El proceso socio productivo desarrollado mediante el Mercado Solidario, como se mencionó es un impulso al progreso económico local, sin embargo, al ser una actividad de autoempleo se denota en la cadena de valor agrícola un arduo esfuerzo al llevar los productos finales hasta su consumidor. A pesar de este esfuerzo que puede realizar cada asociado o asociada al proyecto de la feria de mercado, las utilidades que deja la actividad son considerablemente insuficientes, es decir las ganancias son únicamente utilizadas como un ingreso extra

La entrevista analizada para con la junta directiva, es crucial porque en ella las mujeres partícipes declaran que el mercado si es una fuente de ingreso, pero no la fuente que sea primordial para la satisfacción de las necesidades básicas propias y de su núcleo familiar, y esto determinará la propuesta de dicho proyecto.

Para lograr que las variables convergen, hace falta que la comunidad se identifique mediante el reconocimiento de oportunidad de desarrollo, al ser parte de un proceso socioproductivo, que puedan comprender que la asociación realiza el Mercado Solidario para que las personas puedan colocar sus productos en un sitio seguro y que garantiza sus ingresos, dándole vida y movimiento a la misma comunidad.

Por lo tanto, es necesario saber que esto se convierte en procesos cerrados de compra y venta, donde es muy escasa o inexistente la acumulación, puesto que se trata de una economía a una escala mercantil simple. Es decir que este proceso socio productivo estudiado, que se genera en la feria de Mercado de Chimirol, consiste en una economía de subsistencia, lo cual es preocupante, ya que el proyecto podría ser más atractivo para la mayoría de la población, e incluso eliminar puntos de competencia si tuviese una mayor injerencia en procesos económicos y sociales en dicha zona.

Se concluye que contextualizar la cadena de valor del proceso socio productivo (ver anexo 1) es esencial para entender este proceso de comercialización de las y los asociados, en donde esta se divide en cuatro pasos:

1. Insumos: Son las herramientas, suministros y provisiones necesarios para iniciar el periodo de siembra, este consta de la preparación adecuada de la tierra según el cultivo seleccionado.

Algunas personas productoras relacionadas con el Mercado Solidario han sido beneficiadas por parte del INDER, anteriormente al brindar un invernadero, y otra parte con herramientas para las labores de campo que podía facilitar su producción.

Hay quienes sí tienen la facilidad para tener sus propias herramientas, o el insumo del terreno, lo cual facilita trámites burocráticos y favorece al ser propietario de esta producción. No es el caso de todas las personas asociadas, es por eso que no todas tienen la facilidad de emprender un proyecto y colocar productos en un puesto fijo dentro del mercado; contemplando que sea la tierra el problema del caso, pero se sabe que claramente es una de las tantas variables que pueden impedir un proceso para emprender.

2. Producción: Una vez realizada la plantación del cultivo, la calidad de este dependerá del mantenimiento que se le brinde como el uso de insecticidas, la periodicidad de riego y la eliminación de maleza e insectos.

La ventaja de esto ha sido las capacitaciones que distintas organizaciones como el MAG, INDER, por ejemplo, han brindado a una parte de la población interesada, en donde este

aspecto ha incrementado la cadena de valor para algunos asociados y asociadas estudiadas en el proyecto.

3. Poscosecha y almacenaje: Cuando el periodo de cosecha haya finalizado y el cultivo esté maduro se prosigue a recolectar para seleccionar y empacar el producto que no tenga ningún daño, es decir, clasificar el producto de mejor calidad.

El cuidado de los productos que la comunidad partícipe ofrece a sus compradores es de alta calidad, ya que son cosechas de menor cantidad, por lo que pueden certificar que la manipulación y cuidado de los productos, tal ejemplo reflejado en la producción orgánica de los mismos.

4. Transporte y ventas: Los cultivos agrícolas ya empaquetados con su debido proceso así como otros productos como lácteos, plantas, artesanías, medicina casera y prendas de ropa son transportados los días de feria al Mercado Solidario de Chimirol.

Las y los productores se deben encargar del proceso de transporte de sus productos, ya que estamos hablando de personas emprendedoras que inician este proceso.

Al ya caracterizar la cadena de valor y con la información recolectada, se puede analizar que no es toda la población quienes se benefician, que hay muchas variables determinantes del éxito y que las condiciones sociales y económicas crean ventajas competitivas entre las mismas personas de la comunidad; esto por ejemplo la diferencia entre tener un terreno propio o no, y aún así sin tomar en cuenta el tema de género que se ha analizado a lo largo del proceso, para poder declarar que hay roles asignados a la población de mujeres que de cierto modo entorpecen, o no hacen tan fácil ser parte de un emprendimiento.

Para el análisis del proceso socio-productivo es importante considerar el asistencialismo que incide en la regularidad de los resultados del mercado. Se determina que una las variables que perjudican el desempeño de las relaciones productivas del Mercado Solidario y el progreso de Amoc es la participación, se puede definir que hay un desinterés, falta en la aportación y cooperación de las mujeres asociadas.

¿A qué se debe esta apatía? La cohesión grupal de los trece miembros activos es calificada como una familia, un espacio seguro, en donde se dan buenas prácticas entre las

mismas mujeres que lo conforman. Según se muestra en los resultados, las compañeras asociadas coinciden que son incluidas para la toma de decisiones, factor relevante para el proceso de una democracia participativa.

El problema central de la falta de participación de miembros de la junta, como demás socias; está causado por un desapego e indiferencia, no se ven como parte de una organización y tampoco se sienten que la asociación les produzca motivación así como suficientes ingresos económicos (especialmente de las asociadas); al ser una fuente de ingreso pasiva y secundario, no llama la atención de los mismos provocando baja participación.

Igualmente, la comunidad rural donde se ubica la asociación AMOC, cuenta con socias que no tienen metas claras, el hecho de producir para consumo propio o para constar con una producción para subsistir, les ha hecho permanecer en un estado de confort, es decir una mentalidad “limitada”, no les permite avanzar.

Este bajo rendimiento participativo, conlleva a la concentración de toma de decisiones en la junta directiva, es decir no se están tomando en cuenta el pensar de demás miembros de la comunidad ni de asociados/as, causando descontento a integrantes, ya que no se siente el apoyo grupal. Asimismo, causa repetición o falta de ideas diferentes (incluso discusión de ideas).

Por otro lado, con las herramientas de recolección de información aplicadas con la organización de AMOC, también concluye que la comunidad asociada a dicho proyecto del Mercado Solidario y las mujeres partícipes a la junta directiva, tienen el interés de participar en talleres, equipos de trabajo de diversos temas de interés comunal, y esto genera valor a sus procesos socio productivos, como el desarrollo de habilidades y de conocimientos que pueda adquirir la persona cuando se les brinda este tipo de ayudas.

Con las capacitaciones y las intervenciones de instituciones como el INA, MAG, INDER e INAMU, hubo mayor participación, lo cual conlleva a cuestionar la credibilidad que tenga la asociación en la comunidad, para que tenga que haber un intermediario para lograr la participación deseada, y también denota el desinterés de la población por ser parte y asumir el compromiso para con AMOC.

Esto provoca incertidumbre, ya que indica que la comunidad o asociados/as no confían o no se ven representados por la asociación, es decir el saber que el pensar de la población está basado en que solo las fuentes externas son capaces de desarrollarlos. Es preocupante esta dependencia a sentir que tiene que haber una institución popular para que haya gente interesada en los procesos que pueden surgir desde la asociación.

Sin embargo, aunque haya baja participación, AMOC está muy interesado en proyectos o actividades que puedan seguir creando desarrollo. Entre estas ideas generadas con la herramienta utilizada son: la construcción de un local propio (actualmente alquilan), o presenta un proyecto para que les donen un terreno, o el dinero para poder adquirirlo, pedir al INDER más invernaderos para las personas de bajos recursos (quienes no tengan la facilidad de cultivar), introducir más mujeres al sistema productivo (la cual ha sido la idea de AMOC) y capacitar para acrecentar conocimientos en temas socio productivos, más productos innovadores, donde se dé una necesidad y constancia de adquirirlos.

## **Objetivo 2.**

Hay distintas razones por las cuales las mujeres de la junta directiva no se han involucrado en la venta, o en ser emprendedoras para tener su proyecto en el mercado de Chimirol, lo cual también simboliza una falta de participación y de mayor involucramiento para con el desarrollo del Mercado Solidario y de la misma junta directiva. Esto podría darse por una falta de motivación propia, o falta de recursos para llevar a cabo su actividad económica.

Pero las razones por las cuales las mujeres de la junta no son parte de esta comercialización indican que necesitan un impulso, y esto puede hacerlo AMOC para generar ese espacio de creatividad que impulse a mujeres de la comunidad a producir, crear o emprender, con el fin de hacerlas entender que cualquier actividad si es administrada correctamente puede generales beneficios personales a cada una de ellas.

La finalidad de estas acciones conlleva a la Junta Directiva a propiciar espacios para las mujeres, que las ayuden a surgir de labores cotidianas o del hogar impuestas tradicionalmente. Es fundamental que AMOC abarque más a la población femenina en estos

espacios, que al final de cuentas generan consecuencias positivas en ámbitos como el enfoque de género, como el concepto de las relaciones socio productivas estudiadas en el proyecto

Otro punto interesante por enmarcar relacionado con el desarrollo local es la poca ayuda y apoyo que muestran las localidades de estudio, aún persiste el idealismo machista y desesperanzado.

La insuficiente ayuda y participación mostrada en las comunidades es un aspecto que causa el desarrollo social sostenible gradual y pausado de estas. El desarrollo pausado es una causa de la negatividad ante el emprendimiento local, proveniente de las ideologías patriarcales de los pueblos, en donde una mujer es inhábil de producir y vender para proveer a su familia; dos aspectos distintos que convergen a las inequidades de género.

Las labores de género se encuentran determinadas por construcciones sociales, en los roles colectivos se presume que las mujeres del campo, por su fisiología, son débiles para realizar trabajos de zona rural como: la ganadería, la agricultura y la producción de materia.

Segundo, la construcción social que inferioriza y discrimina a las mujeres, parte del supuesto de que proveer al hogar es deber del hombre, como cabeza de familia; a pesar de haber, multitud de madres solteras, jefas de hogar o esposas que coadyuvan en gran medida a sus esposos o parejas en el sustento familiar, lo cual es desaprobado por estereotipos de género.

Sin importar las ideologías y cultura patriarcal, es fundamental interiorizar la importancia de apoyar lo local y el emprendedurismo, esto se inicia desde las mismas comunidades. Si se desea llegar a un desarrollo local sostenible, como bien Amoc lo está realizando, la cooperación institucional también forma parte de este impulso en la economía local.

Por lo tanto, se concluye que existe una grave falta de apoyo hacia grupos de mujeres, por motivos en que la población propaga una cultura patriarcal en donde las mujeres se ven envueltas en completar con tareas asignadas, muchas de ellas madres, las cuales solo serlo no les permite contemplar su tiempo en otras actividades. Es por ello que cuando se realizó el taller de género muchas manifestaron su satisfacción ante poder tener un espacio pleno, en donde podía disfrutar de hablar temas que fueran competentes a su entorno e interés de una forma libre, sin opresión.

La mujer en esta zona rural se determina por cumplir con labores inculcadas, lo cual se analizó que entorpece ciertos procesos o facilidades que las mismas quieran cumplir en sus metas personales. El cumplimiento del doble rol como mujer puede dificultar la interacción entre trabajo y familia, sin embargo, es necesario destacar que aunque la mujer cumpla con las actividades, ¿quedará tiempo restante para ella? Es muy difícil que las mujeres encuentren su tiempo o espacio para realizar actividades de preferencia, esto por los roles impuestos hacia las mujeres, bajo una sociedad machista. Por lo cual se debe mostrar un apoyo y flexibilidad de parte de su compañero o familia en la división de tareas, esto si se rompe con pensamientos tradicionalistas de asignar roles para cada género.

Por esta razón, estudiar el enfoque de género que puede darse desde la asociación AMOC, permite involucrar a las mujeres que desean, pero no se han animado, o no han encontrado el espacio indicado para dejar de repetir tareas asignadas tradicionalmente al rol de mujer y emprender alguna actividad a gusto.

La realización del taller de género nos permitió construir estrategias de mejora, para las relaciones socioproductivas manifestadas en el Mercado Solidario, sin embargo, para poder exponer un desarrollo local con el enfoque de género, primero las comunidades deben de mostrar un interés, visión futura y cambios en sus estrategias territoriales.

Las necesidades de las mujeres del Mercado Solidario pueden variar, sin embargo, hay un mismo objetivo para ellas, al participar en un mercado detalla el esfuerzo, dedicación en el emprendimiento como mujeres que luchan para tener mejores condiciones de vida.

Este emprendimiento debe ser apoyado por la comunidad de Rivas y cercanas para mostrar el interés, cooperación y capacidad de las necesidades de las mujeres cuando piden expresarse, cuando piden tener una voz y espacio.

Los factores de cambio e innovación están dirigidos en el olvido de los pensamientos y acontecimientos trascendentales, con fin de abrir puertas a una nueva generación de empoderamiento cultural y género. La planificación con el enfoque de género no solamente está direccionado a las mujeres sino también con influyen las relaciones comerciales entre los hombres, las medidas que se deben acatar deben ser equitativas y con el objetivo que satisfaga ambos sexos.

Como uno de los resultados del análisis, se puede observar que el Mercado Solidario está ubicado en una zona en donde aún persiste el machismo, por el cual las opciones de encontrar estrategias que inciden en el proceso socio económico puede ser un desafío, ya que hay que utilizar recursos y técnicas. Dicho lo anterior es importante establecer las diferencias entre las necesidades, oportunidades, beneficios y desventajas entre los grupos, de esta manera se podrá establecer con mayor facilidad las acciones y metas que brinden igualdad de oportunidades.

A raíz de la observación en el taller realizado, se notó que las personas externas les causan temor, que les da miedo sentirse equivocadas, a una respuesta o preguntar algo que para otras personas es “lógico”. Un comportamiento así puede darse por esa falta de libre expresión a la cual no están acostumbradas. En dicho taller, se logró que muchas de ellas pudieran expresarse, y al concluir el mismo, manifestaron que eran necesarios más espacios así, para poder expresarse y convivir entre ellas.

Esto porque las mujeres han estado bajo presión para cumplir con roles impuestos, no hablar o decir cosas que “no les compete” a las mujeres. A punto que su pensar, o libre expresión es manipulada, y oprimida.

Gracias a ese taller, se puede analizar la necesidad de las mujeres de convivir y abordar la temática de género, debido a que muchas manifestaron satisfacción con la vivencia del taller, debido a encontrarse en un espacio libre, donde no había hombres que pudieran ignorar o minimizar sus “quejas”, un espacio fuera de la casa, sin labores domésticas, ni hijos/as que atender; es decir una rutina diferente para la mayoría de ellas.

El enfoque de género, como bien se sabe es tanto para hombres como para mujeres; pero lo que se trata de promover desde la asociación es que las mujeres por medio de los distintos proyectos que la misma ofrece, y en este caso que formen parte del Mercado Solidario, den un giro a sus vidas cotidianas de “amas de casa”, y asegurar un espacio de cohesión social, por eso es tan importante para este proyecto la caracterización de género en los espacios socioproductivos.

### **Objetivo 3.**

El objetivo final de un trabajo de graduación es generar una propuesta que pueda contribuir, en este caso al desarrollo socio productivo que se maneja con las gestiones del proyecto Mercado Solidario, sin olvidar el enfoque de género de contexto.

Más detalles sobre lo que se plantea en este tercer objetivo del proyecto de graduación, se pueden revisar en el capítulo siguiente, el cual se especifica bien el contenido de la propuesta.

### **Limitaciones en el proceso de Investigación**

Los trabajos de investigación sufren cambios y hay aspectos externos que pueden entorpecer la recolección de estos datos que generan importancia para el análisis del objeto de estudio. Con Amoc hubo problemas no tanto en la comunicación como en la participación de personas miembros del Mercado Solidario.

Esta falta de participación se analizó que fue por un desinterés en las actividades, no todas las personas ven como fuente principal de ingreso la venta de sus productos en este tipo de comercialización, no ven como prioridad ni como algo que deban enfatizar para generar o incrementar su actividad económica, esto en parte simbolizó la necesidad de la atracción turística para hacer crecer la demanda de productos y hacerle saber a la persona agricultora y partícipe de este proceso socio productivo, que hay capacidad para generar mayores ingresos, si se enfocan en la venta de sus productos en este espacio.

Otra de las razones que entorpece tanto la investigación como la participación de mujeres en lo estudiado fue la influencia de los hombres para con las mujeres entrevistadas. Cuando se les preguntaba a ellas sobre su condición social, familiar, cultural, eran observadas por sus parejas sentimentales, lo cual ejercían un tipo de presión o influencia sobre una libre expresión de cada una de ellas.

Por esta razón es que se sugieren talleres de empoderamiento, y enfoque de género sobre todo para ellas, para que puedan tener mayor decisión y facilidad de palabra en

situaciones como estas. Por eso es que el taller de género en la ruralidad si fue exitoso, porque únicamente fue un espacio con y para mujeres.

Otro aspecto por contemplar fue el poco apoyo comunal, y en relación a lo anterior, porque este déficit de apoyo en la mayoría de casos fue por comentarios negativos de hombres hacia mujeres líderes de proyectos agrícolas y de emprendimientos, y sobre todo al ser una junta directiva de mujeres quien dirige el proyecto del Mercado Solidario.

Un detalle muy relevante durante el proceso de la recolección de información, fue la pandemia, o Covid-19, que detuvo la continuidad de visitas y seguimiento, como también la posibilidad de realizar talleres faltantes de forma presencial. Ante este caso se tuvo que planificar talleres virtuales, y cerciorarse de que ellas pudieran asistir y hacer uso de herramientas virtuales, que para personas con edades consideradas como “mayores”, era un poco difícil de atender.

La pandemia también ocasionó que, por la falta de visitar y conocer el segundo Mercado Solidario, proyecto ubicado en Rivas, se tuvieran que cambiar aspectos o el rumbo de la investigación, porque al principio se estaba analizando el comportamiento y ventas del proceso socio productivo y de género dado en ambos mercados. Se estaba contemplando las familias involucradas, lo cual se tuvo que reducir aún más la investigación atrasando un poco el proceso porque se debió seleccionar información.

Esto provocó que se estudiara el mercado más pequeño, en este caso el de Chimirol, lo que ocasionó que en los gráficos de forma estadística se presenten números bajos, o que no representan un gran porcentaje para ser estadísticamente aceptable, cabe aclarar que no es que sean números confiables, porque al contrario son las respuestas de las personas que trabajan en el Mercado y son quienes viven el ambiente y la experiencia de la comercialización en él.

Por lo tanto, hubo variables que dificultaron el proceso de recolección de información, pero se trabajó con las personas partícipes, y se permitió dar contextualización y entender con la gente asociada que se trabaja. También se cambió la modalidad de trabajo a remoto, pero igual se pudo completar con lo necesitado.

## **Recomendaciones y hallazgos:**

A partir de los resultados de la investigación se recomienda lo siguiente:

- Generar espacios para nuevas personas dentro de la Junta, donde se pueda encontrar mayor intervención e invención, opiniones que incrementen valor, dado a que en la encuesta realizada se confirma que el peso de trabajo recae siempre bajo las mismas mujeres. Estos espacios deben brindarse sin la presencia de hombres, ya que, en la mayoría de los casos, y por experiencia del taller realizado, se manifestó que el hombre suele intimidar, corregir o cuestionar las respuestas de las mujeres. Por lo tanto, provocando que se cause sesgo en la información que se quiera recopilar.
- Continuar con las iniciativas estrategias de publicidad que atraen a las personas locales, no locales y extranjeros, de esa manera el Mercado Solidario podrá darse a conocer, lo cual beneficiará tanto a sus participantes como a la comunidad.
- Sugerir al INDER continuar, si es posible de modo semestral, capacitaciones con todas las mujeres asociadas y participantes del mercado, en aspectos de agricultura, administración, financiamiento, empoderamiento, con enfoque de género, para que de esta manera mejoren sus condición y posición en el manejo de negocios, en ferias de agricultura, y avancen en una actitud firme y ante acciones machistas que afecten o minusvaloren sus emprendimientos.
- Se recomienda a la Asociación de Desarrollo realizar un plan de marketing para que puedan establecer las metas y objetivos de los productos, cantidad, quienes venden lo mismo en el Mercado Solidario, de esta manera se tendrá organizado y planificado las acciones que se programen según el periodo.
- Se puede sugerir continuar con este estudio, para incluso poder sacar provecho al tema de bandera azul que cuentan algunos productores y productoras de la zona, incluso impulsar que haya más fincas y productos certificados, agregando valor a la comercialización.
- El Mercado Solidario presenta la comercialización de productos orgánicos, al igual que una participante otorga la Bandera Azul y autorización en la venta de productos libre de químicos. Se recomienda a la asociación expandir y crear una estrategia turística y ecológica, en donde todos sus productos sean orgánicos, lo cual colabora como puesto

turístico potencial de la zona.

- Otra recomendación es la de crear actividades, rutas, en donde se involucre a la comunidad, de forma en que haya ingresos para demás familias, comercios, y que se trabaje en conjunto, en equipo con la Asociación de Desarrollo. La creación de rutas puede procurar la apertura de oportunidades a pequeñas personas productoras, con emprendimientos que puedan generar ingresos a sus familias.
- Finalmente, se recomienda que la creación de actividades en conjunto con otros locales, empresas o emprendimientos se tome en cuenta la participación de las mujeres, como también la participación que tienen ellas en el Mercado Solidario, por eso es necesario que la comunidad trabaje en equipo con este proyecto de Amoc, para que se pueda dar enfoque de género deseado.

**Capítulo VII:**  
**Propuesta de desarrollo socioproductivo con**  
**enfoque de género para Amoc.**

## Introducción

A partir del taller “Género en la Ruralidad<sup>2</sup>”, realizado junto con Amoc; Gracias a esta actividad, reflexionamos sobre la situación complicada de la mujer, que debe trabajar, y además cumplir con sus labores domésticas (por identidad de género) de madre y esposa.

Por ejemplo, en nuestro caso de investigación en muchas ocasiones se les complica vender a las mujeres en el Mercado Solidario, tener sus productos listos para la comercialización, porque tienen que cuidar a su descendencia u otros parientes.

Basadas en la recolección y análisis de la información, se observa que, a partir de un constructo y realidad social, las mujeres de Amoc y vecinas del pueblo de Rivas, muestran factores de acción productiva y reproductiva, cumplen con doble rol de trabajo. En consecuencia, es difícil salir de una economía de subsistencia, la idea central de este proyecto es que, al atraer más personas, puedan contribuir de manera significativa al mercado, aumenten los procesos socio productivos de las y los asociados a la Amoc; en beneficio social de la comunidad.

Aparte de estas complicaciones, debido a la falta de interés y apoyo que la misma comunidad no brinda a la asociación de desarrollo, por eso, se sugiere atraer la atención de personas externas, que logren integrar la comunidad y que fortalezcan la capacidad de Amoc.

La propuesta planteada para el proyecto se desarrolla a partir de crear una ruta turística, siendo el Mercado Solidario una de las paradas estratégicas en unión con el Consorcio Rural Comunitario del Chirripó, para la creación de una ruta vinculada con las ventas del Mercado Solidario, en que las personas asociadas tengan mayor oportunidad de mostrar o vender sus productos a quienes realicen la ruta. De esta manera apoyando a la persona emprendedora y al turismo rural y eco sostenible.

A lo largo del desarrollo de la carrera de Planificación Económica y Promoción Social, se ha podido evidenciar el gran trabajo en el ámbito rural que la misma impulsa, por parte de extensión, proyectos de graduación y prácticas profesionales. La carrera ha impulsado trabajo

---

<sup>2</sup> Ruralidad: Entiéndase como el espacio, zona rural donde se trabaja con la Asociación de Desarrollo. Espacio rural mayormente dedicado a la producción agropecuaria.

relacionados con el turismo cooperativo, ha sido un trabajo de ardua planificación estratégica, entre entes, participantes y las comunidades de la zona en la que se trabaja, entre estas se encuentra la ruta del queso en Turrialba, donde la Escuela de Planificación ha sido parte de la promoción social y económica de este proyecto.

Es decir, la creación de una ruta está vinculada a la carrera, debido a que se trata de promover, en este caso, mediante una planificación estratégica, series de actividades impulsadas a la unión comunal, que finalicen en el Mercado Solidario, promoviendo que haya generación de ingresos para las personas asociadas, y en este caso sin olvidar el enfoque de género, la cantidad de mujeres que emprenden en este espacio.

Por lo tanto, a continuación, se presentará la explicación del por qué sugerimos la ruta turística para el proyecto, donde se contemplan ejemplos de actividades que han funcionado trabajando bajo esta modalidad, con la finalidad de que sea alcanzable. También motiva a procurar ventajas o beneficios, que puede conllevar la buena ejecución y aplicación de la presente propuesta, para el desarrollo con equidad y sostenibilidad a la comunidad, a las familias y en especial la asociación de mujeres.

- **Ejemplos de rutas turísticas:**

Hay que saber sobre la importancia de una ruta turística, para conocer los beneficios en diferentes ámbitos que estas pueden dar:

Desde el punto de vista conceptual, entendemos por ruta turística el recorrido a través de un territorio determinado, con el fin de admirar, disfrutar y valorar, el legado cultural, las bellezas naturales, así como la interacción establecida entre grupos sociales que habitan el mismo territorio. (Municipalidad de Osa, s.f, párr. 1).

Hay zonas en Costa Rica que han optado por crear una ruta turística con la finalidad de incrementar los ingresos locales, como Osa, la cual divide estas por distritos. En San Carlos, por ejemplo, la catarata de la Fortuna, el Volcán Arenal y el lago Arenal; en donde hay bastante turismo y las pequeñas y grandes empresas se aprovechan de estos recursos para poder surgir.

Otra es el caso de la muy conocida ruta del queso de Turrialba, esta trata de una vinculación de la ruta Cultural Quesera “Lucas Vargas”, que promociona el queso Turrialba, la cual estaba bajo el acompañamiento de la Dirección de Cultura. Esta ruta implica que se visite el Parque Nacional Guayabo, e incluso la Casa del poeta Jorge Debravo y también una lechería artesanal. (Dirección de Cultura, 2017).

Como indica este ejemplo, la ruta contempla instituciones de por medio, con las cuales se puede hacer convenios, para la promoción y más seguridad del consumidor, en este caso puede ser con el SINAC, como es responsable del Parque Nacional Chirripó. Asimismo, la importancia de promover una zona rural, en este caso las personas ejercen diferentes proyectos, pero ya estos se encuentran concentrados en el espacio físico del Mercado Solidario, serían varios los que serán partícipes de esta ruta, y no solo una finca, como es el caso, si no varios productos de interés.

Es aprovechar los recursos que hay en el entorno para crear maneras de atracción a consumidores, ideando estrategias para poder comercializar, y así poder lograr el alcance de incrementar los procesos socio productivos, con este enfoque de género, ya que quienes se verán directamente involucradas es la Asociación de Mujeres Organizadas, y personas asociadas a esta junta directiva, mostrando la capacidad de avance o progreso de la organización.

La intención de mostrar por medio de un ejemplo que, si hay rutas con diferentes características, es saber que es una forma para buscar la viabilidad de la propuesta y posibilidad de desarrollar esta actividad.

- **Instituciones Involucradas**

#### *El Sistema de Áreas de Conservación (SINAC)*

Dentro de la ruta hacia el macizo como principal atractivo se encuentra el Parque Nacional del Chirripó, la institución Estatal de brindar mantenimiento, seguridad y bienestar a este parque es el Sistema de Áreas de Conservación (SINAC). Según datos de la institución esta es “dependiente al Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), creado mediante el Artículo 22 de La Ley de Biodiversidad N° 7788 en el año 1998”. (SINAC,2021)

Uno de los puntos atractivos del SINAC constituyen a su concepto de conservación integral, en la cual consiste en “ofrecer la posibilidad de desarrollar una gestión pública responsable, con la participación del Estado, la Sociedad Civil, la empresa privada, y de cada individuo del país interesado y comprometido con la construcción de un ambiente sano y ecológicamente equilibrado.” (SINAC,2017, p.13)

Como encargado del Parque Nacional del Chirripó, el SINAC brindó el permiso de crear un consorcio entre asociaciones comunales de la zona para aprovechamiento del parque como actividad turística y económica.

### *Consortio Rural Comunitario del Chirripó*

Gracias a la ayuda de las localidades cercanas, así como instituciones públicas, se creó un Consortio Rural Comunitario, con el fin de trabajar el desarrollo sostenible de las comunidades cercanas al Parque Nacional de Chirripó.

Este consorcio se logró a partir de un contrato con el SINAC en donde las asociaciones del consorcio brindan a los turistas nacionales e internacionales alimento, hospedaje, alquiler de equipo y traslado al Parque Nacional Chirripó. (CRC Chirripó, s.f)

Asimismo, son comunidades encargadas de la actividad agrícola, industrial, comercio y turismo. Sus oficinas se ubican en San Gerardo de Rivas, 200 metros norte de la oficina del SINAC.

El Consortio Nacional Comunitario está conformado por las siguientes asociaciones

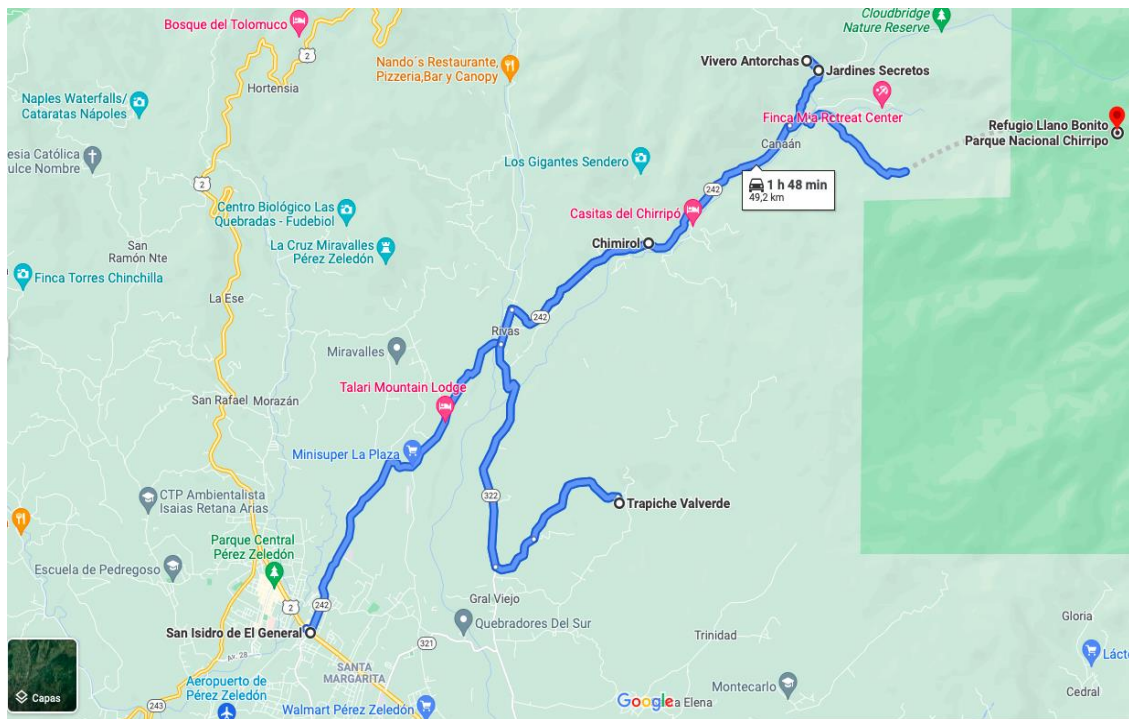
- Asociación de Desarrollo Integral de Canaán de Rivas
- Asociación de Desarrollo Integral de Chimirol de Rivas
- Asociación de Desarrollo Integral de Guadalupe de Rivas
- Asociación de Desarrollo Integral de San José de Rivas
- Asociación de Mujeres Emprendedoras de Santa Elena (AMESE)
- Asociación Cámara de Desarrolladores de Turismo Rural Comunitario Chirripó (CATURCOCHI)

Gran parte de sus servicios se presenta el Refugio de Llano Grande, esta es una parada de descanso en el kilómetro 7 en ascenso al cerro Chirripó, ofrece una tienda con medicinas, alimentos y bebidas.

Otra parada estratégica que conforman este consorcio es el albergue en Base los Crestones, así como el refugio de Llano Grande ofrece medicina, artesanías, alimentos y bebidas. Este mismo servicio se brinda en San Gerardo de Rivas.

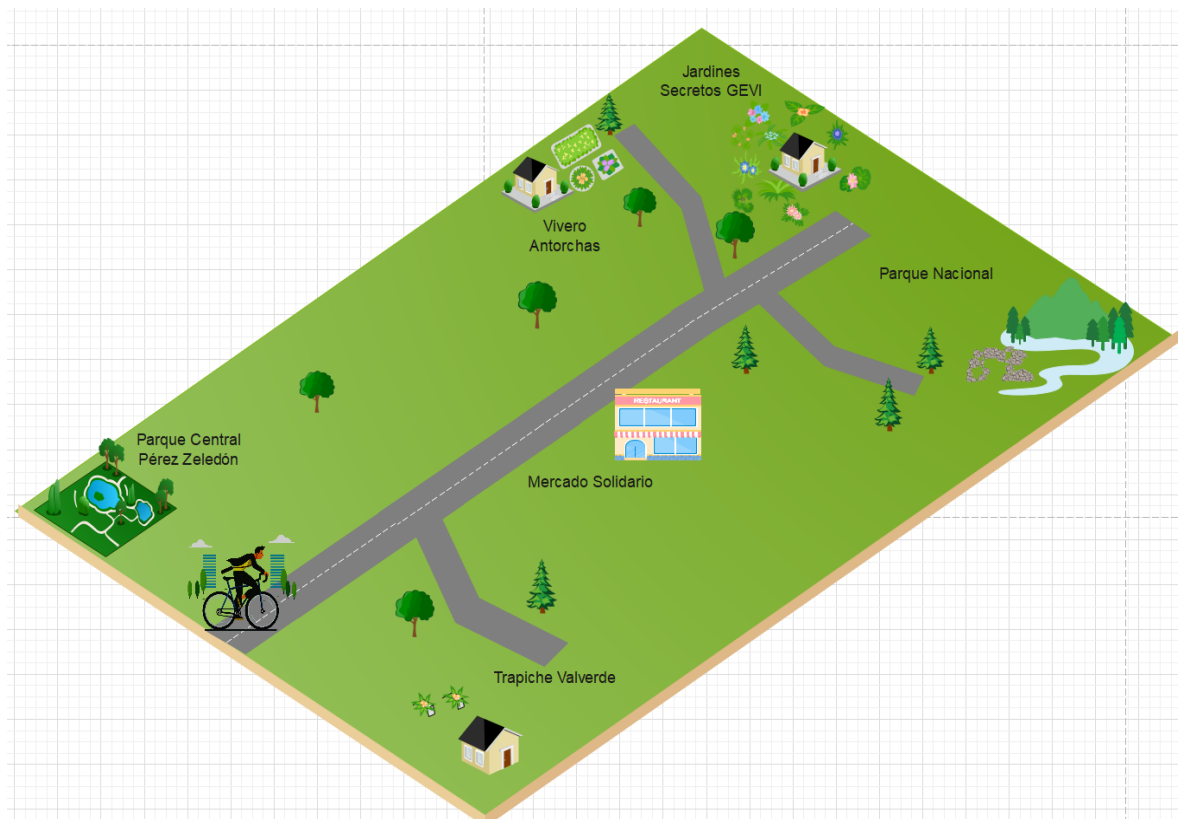
Es necesario ilustrar el mapa para contextualizar la ubicación de la comunidad con la que se trabaja como también un croquis para destacar los puntos que se proponen en la ruta. Por lo tanto, a continuación, ambas figuras:

**Figura 17. Mapa de la ruta turística**



Nota: Elaboración propia con datos facilitados por Google Maps, 2022.

**Figura 18. Croquis de la ruta turística**



Nota: Elaboración propia, 2022.

Los puntos del croquis son para guiar cuales son los locales en específico para visitar dentro de la propuesta de la ruta turística. Como se muestra en la figura del mapa, hay bastantes negocios y locales que pueden ser visitados.

- **Puntos estratégicos de la ruta**

La ruta turística consiste en visitar lugares turísticos estratégicos que se encuentren dentro del distrito de Chimirol cercanos al Mercado Solidario como nuestro punto principal de visita.

**Transporte** Automóvil, motocicleta o buseta.

**Inicia:** Pérez Zeledón

**Finaliza:** Mercado Solidario de Chimirol

**Duración:** 6 horas aproximadamente

- I. **Trapiche Valverde:** una distancia de 9,7 km con 25 minutos en automóvil.
- II. **Jardines secretos GEVI:** 37 minutos en carro desde el trapiche con 18,5 km. Según datos del consorcio este abrió sus puertas en “1997 mostrando sus exóticas bromelias y orquídeas, junto a diversidad de heliconias y otro sin número de especies, trazando al recorrer sus accesibles senderos de más de 1Km, además 5 nacientes de agua con sus respectivos pozos y plantas acuáticas, diversidad de peces” (CRC,2021)
- III. **Vivero Antorchas:** desde jardines secretos tiene una duración de 3 minutos a pie y con una distancia de 300 metros desde el Mercado Solidario.
- IV. **Parque Nacional:** Como gran atractivo turístico de Costa Rica se encuentra el Parque Nacional del Chirripó, este parque se creó el 19 de agosto de 1975, mediante la Ley N°5773, publicada en la gaceta N 165 del 02 de setiembre de 1975, albergando en esa época una extensión de 43.700 hectáreas. (SINAC,2021).
- V. **Mercado solidario:** Posteriormente, desde el Parque Nacional del Chirripó hacia el destino final del Mercado Solidario de Chimirol hay una duración de 9 minutos con 9,5 km en carro. En el Mercado Solidario se tendrá la oportunidad de disfrutar exquisitos platillos nacionales, así como ver artesanías de la zona y exitosos emprendimientos locales

**Figura 19. Matriz Estratégica de la Ruta Mercado Solidario de AMOC**

| Objetivos                                                                              | Ejes de acción                                | Tarea                                                                           | Actividad                                                                                          | Responsable             |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Incentivar el turismo rural comunitario por medio de la ruta Mercado Solidario de AMOC | Evaluar la competitividad turística.          | Esquematizar las áreas turísticas de oferta y demanda potenciales para la ruta. | Realizar un mapeo de los comercios, restaurantes, atracciones y actividades turísticas de la zona. | Coordinador de proyecto |
|                                                                                        | Promover la difusión del emprendimiento local | Compilar perfiles de emprendimientos pequeños                                   | Contactar a los dueños interesados en participar en la ruta turística.                             |                         |

|                                        |                                                                         |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                         |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Gestionar la ruta de manera ecológica. | Promover la vida ecológica en las actividades durante la ruta turística | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitar al guía turístico del tema ecológico y participantes en cada punto estratégico de la ruta.</li> <li>2. Difundir el tema de la alimentación saludable.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilizar productos reciclados.</li> <li>2. Instalar letreros, basureros que indiquen el buen manejo del reciclaje.</li> <li>3. Cocinar y comercializar productos orgánicos y naturales.</li> </ol> | Coordinador de proyectos, emprendedores y encargados de puntos estratégicos de la ruta. |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

Nota: Elaboración propia.

Como se muestra anteriormente es necesario definir ejes de acción para darle sentido al proceso de planificación de la propuesta de la ruta turística, como también los responsables de cada una de las acciones determinadas.

- **Objetivo de la ruta:**

El objetivo de la propuesta planteada se genera ante las necesidades encontradas con el continuo trabajo en la Asociación de Mujeres Organizadas. Esta propuesta va de acuerdo con los objetivos planteados del proyecto, lo cual se justifica en la tabla siguiente:

**Figura 20. Vinculación de objetivos específicos con la propuesta.**

| Objetivos                     | Vinculación con la propuesta                                                                                                               |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Describir los procesos socio- | La lectura de los procesos socio productivos una vez ya planteados, sabiendo qué se produce (y quienes venden en los puestos del proyecto) |

|                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| productivos del Mercado Solidario y su incidencia para el desarrollo rural en Chimirol, Pérez Zeledón.                      | del Mercado Solidario), la ruta turística que se plantea pretende incidir en el desarrollo de la comunidad., tal y como se plantea en el objetivo, siendo así, que se pretenda que al concluir la ruta lleguen más personas, las cuales puedan comprar: artesanías, pan, jaleas, almuerzos, y demás productos que se comercializan. Por lo tanto, se beneficiaría tanto a la comunidad, a las personas asociadas a AMOC como a cada familiar y persona emprendedora. y sabemos que en cada mujer asociada hay una familia.                                                                                                                                                                                     |
| Identificar el enfoque de género en torno a las relaciones socio-productivas de Mercado Solidario implementado en Chimirol. | El enfoque de género que se recalca en la ruta turística es: 1) cada asociada tiene un puesto donde venden sus emprendimientos, abre espacios para realizar actividades fuera de su hogar, dejando actividades o identidades de género, adjudicadas socialmente.<br>2) Por lo tanto este enfoque ayuda incrementar, en la práctica, la condición y posición social de la mujer.<br>Por otro lado: 3) La Junta Directiva, demostrando que una asociación de desarrollo liderada por mujeres puede ofrecer un buen liderazgo para la comunidad, afirma la capacidad de las mujeres para pertenecer a espacios de participación y toma de decisiones. Espacios que son claves para el desarrollo de la comunidad. |

*Nota:* Elaboración propia.

Cabe mencionar que no solo las mujeres, asociadas y de la Junta Directiva serían beneficiadas por esta ruta, estamos hablando de una vinculación con otros locales comerciales, donde se ve involucrada la comunidad y parte del turismo costarricense. Siendo así el Parque Nacional Chirripó incluido como posibilidad de senderismo, incentivando, además, a quienes hagan el recorrido y no solo a realizar paseos por la naturaleza, sino también aporte a una comunidad en desarrollo, la cual ofrece diversidad de productos.

La ruta turística tiene la característica primordial que determina puntos estratégicos donde se quiera llamar la atención del consumidor, incentivando el sector turismo. Se considera que la propaganda sobre estos puntos es actualmente muy atractiva para personas extranjeras,

e incluso para las personas costarricenses, por supuesto, aprovechando los recursos locales de Rivas.

Como se aclaró anteriormente, es necesario la unión comunal en esta zona, para que la comunidad misma sea partícipe de su propio desarrollo socio económico. Dado que el diagnóstico previo indicaba la baja participación y escaso apoyo de la zona<sup>3</sup> con respecto a la Junta Directiva actual de Amoc; por eso es por lo que se considera importante este apoyo, para motivar a las actividades que se realicen en la propuesta de la ruta turística.

## **Emprendimiento y Ecología**

Como se denota en los ejes de acción, se desea brindar en la ruta una esencia ecológica, dando asimismo una educación del emprendimiento femenino.

Gracias a varias instituciones de la región y departamentos, las mujeres de Pérez Zeledón cuentan con programas de apoyo y asesoramiento para cuando decidan crear sus propios proyectos.

Por ejemplo, la municipalidad de Pérez Zeledón cuenta con la Oficina de la Mujer, está encargada de establecer mecanismo de acciones y programas para la defensa y cumplimiento de los derechos de las mujeres (Municipalidad Pérez Zeledón, 2022)

La ruta turística será un mecanismo de aprendizaje y enseñanza para conversar el desarrollo de los procesos y actividades del esfuerzo arduo que realizan las mujeres en sus emprendimientos, exponiendo las actividades realizadas en el mercado solidario, siendo igualmente una herramienta de publicidad e impulso económico en la zona.

Una idea que incide en el tema de la ruta turística es la capacitación en el área ecológica de la zona de San Gerardo de Rivas, hay que aprovechar que la comunidad agricultora cosecha productos naturales y que actualmente hay varios participantes del mercado solidario que cuentan con bandera azul por la producción natural de sus productos.

---

<sup>3</sup> Comunidades aledañas y comunidad de Chimirol

El enfoque ecológico de la ruta brinda un abordaje de concientización y responsabilidad al usuario aprovechar y desarrollar valores en armonía con la naturaleza.

Hoy en día, la accesibilidad a la educación se consigue solamente con una computadora y conexión a wifi, por el cual el INAMU actualmente brinda capacitaciones a las mujeres para fortalecer y explotar las capacidades de cada una.

Por otro lado, el interés de aprovechar el espacio del emprendimiento femenino es poder conceptualizar el empoderamiento que se entorna en las actividades que ellas ejecutan por ejemplo realizar los propios productos lácteos, manejar una finca entre otras.

Durante la ruta turística del mercado solidario se brindarán conversaciones, souvenirs, brochures acerca de la riqueza de la valoración personal, ecología orgánica y métodos de emprendimiento.

- **Requerimientos para la implementación de la ruta Turística Mercado Solidario de AMOC.**

Según el Instituto Nacional de Turismo, decreta en el Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas en el Capítulo I Artículo 2, la Ley del Fomento del Turismo Rural Comunitario dice:

“...con el fin de que las personas habitantes de las comunidades rurales procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales; además, que participen en la planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible, a fin de que les permita una mejor condición de vida.”

Los requisitos basados en el ICT son:

1. El solicitante deberá presentar ante el Instituto Costarricense de Turismo una solicitud de Declaratoria Turística, suscrita por la propia persona interesada (en caso de personas físicas), o por el o la representante legal de la sociedad, asociación u organización (en caso de personas jurídicas), en cuyo caso deberá indicar el nombre de su representada

y cédula jurídica. Si se tratara de una persona apoderada, este deberá añadir una certificación notarial o registral mediante la cual demuestre su condición de tal.

Lo anterior se debe solicitar comprometiendo y cumplido con una Declaración Turística Otorgada.

Por lo tanto, la propuesta de la ruta turística del mercadeo solidario de Amoc debe ser realizada como proyecto, asignando un coordinador de proyecto encargado de gestionar y organizar los requisitos del ICT y la alianza entre el Consorcio Rural Comunitario.

## Referencias Bibliográficas

- Agrotecnik. (2016). *Mantenimiento de Cultivos*. Costa del Este, Panamá. Recuperado de: <http://agrotecnik.com/mantenimiento-cultivos.html>
- Asociación Voces Nuestras, Centro de Comunicación Educativa. (2018). *Los conflictos por la tenencia de la tierra en la Zona Sur Pueblos originarios y comunidades campesinas*. San José, Costa Rica. Recuperado de <http://d1qqtien6gys07.cloudfront.net/wp-content/uploads/2019/03/Investigacion-y-linea-de-tiempo.pdf>
- Barrantes Echeverría Rodrigo. (2002). *Investigación: Un camino al conocimiento, un enfoque Cualitativo y cuantitativo*, San José. Editorial La UNED. Recuperado de: <http://fliphtml5.com/ofyg/irux>
- Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo, Asociación Internacional de Desarrollo y el Banco Mundial. (2012). *Manual sobre Género en Agricultura*. Washington DC. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-aj288s.pdf>
- Banco Mundial (2019). *Agricultura y Alimentos. Panorama general*. Ciudad de Washington. Recopilado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/agriculture/overview>
- Cedeño. J, González.A, Pizarro. K. (2015). *Discriminación salarial por género en Costa Rica durante los ciclos económicos del período 1992-2013*. Universidad de Costa Rica. Facultad de Ciencias Económicas. Recuperado de <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/3034/1/38860.pdf>
- CCR.Chirripó. Consorcio Rural Comunitario Chirripó. (s.f). *¿Quiénes somos?* SINAC. Costa Rica. Recuperado de <https://www.chirripo.org>

CEPAL (2011). *Hacia una nueva definición de “rural” con fines estadísticos en América Latina*. Santiago de Chile. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3858/S2011960\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3858/S2011960_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cervantes. J (2009). *Diagnóstico del Campo Socio productivo*. UNAM, México. Recuperado de [http://www.trabajosocial.unam.mx/dirs/docencia/curricular/socioproductivo/diag\\_socioproductivo\\_sp\\_09.pdf](http://www.trabajosocial.unam.mx/dirs/docencia/curricular/socioproductivo/diag_socioproductivo_sp_09.pdf)

Consejo Territorial de Desarrollo Rural. (Octubre, 2016). *Plan desarrollo Rural Territorial del Territorio de Pérez Zeledón 2016-2021*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.inder.go.cr/perez-zeledon/PDRT-Perez-Zeledon.pdf>

Dirección de Cultura. (2017). *La ruta cultural del queso Turrialba*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.dircultura.go.cr/2017/04/06/ruta-cultural-queso-turrialba>

Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad (1967). *Reglamento a la Ley N°3859*. DINADECO. Costa Rica. Recuperado de <http://www.dinadeco.go.cr/sitio/ms/3%20Tem%C3%A1tica/3.2%20Integrate/3.2.1%20normativa/3.2.4%20Reglamento%20a%20la%20ley%203859%20Sobre%20Desarrollo%20de%20la%20comunidad/REGLAMENTO%20A%20LA%20LEY%203859.pdf>

García, M., Marcos, J., Bolívar, J., et al. (2016). *Guía para incorporar el enfoque de género en la planificación de políticas sociales*. Granada: Escuela Andaluza de Salud Pública y Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Escuela de Andaluza de Salud Pública. Recuperado de [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/publicacion/17/01/Gui%CC%81a%20Genero%20CIPS\\_v4.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/publicacion/17/01/Gui%CC%81a%20Genero%20CIPS_v4.pdf)

Gobierno de Costa Rica. (8 de marzo de 1990). *Ley de promoción de la igualdad*

*social de la mujer*. Costa Rica. Recuperado de  
<https://www.ilo.org/dyn/travail/docs/873/Ley%20No.7142.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. Colombia. Recuperado de  
[https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci3n\\_Sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci3n_Sampieri.pdf)

Hernández-Sampieri y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición por MCGRAW-HILL. México.

Hoffman .N. (2017). *Tres conceptos erróneos acerca del rol de las mujeres en la agroindustria que frenan el desarrollo de las empresas*. Recuperado de  
<https://blogs.worldbank.org/es/voices/tres-conceptos-erroneos-acerca-del-rol-de-las-mujeres-en-la-agroindustria-que-frenan-el-desarrollo>

Instituto de Desarrollo Rural (2018). *Glosario Desarrollo Rural Territorial*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.inder.go.cr/glosario/>

INAMU. (2011). *Las brechas de género en Costa Rica*. Recuperado de  
[http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION\\_UNPAN/BOL\\_SEPTIEMBRE\\_2012\\_54/INAMU/2010/brechas\\_genero\\_Costa\\_Rica.pdf](http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_SEPTIEMBRE_2012_54/INAMU/2010/brechas_genero_Costa_Rica.pdf)

INAMU. (26/abr/2021). *Política Nacional para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres. (PIEG .2018-2030)*. San José: Instituto Nacional de las Mujeres. Recuperado de  
<https://www.inamu.go.cr/documents/10179/401246/INAMU+PIEG+2018-2030+NEW.pdf/f8333d70-df04-417e-bbe9-c48c412a3cfb>

Instituto de Formación y Estudio en Democracia (2012). *Género y Participación*

*política de las mujeres.* San José. Recuperado de [http://www.tse.go.cr/pdf/fasciculos\\_capacitacion/genero-y-participacion-politica-de-las-mujeres-IFED.pdf](http://www.tse.go.cr/pdf/fasciculos_capacitacion/genero-y-participacion-politica-de-las-mujeres-IFED.pdf)

Instituto Costarricense de Turismo (s.f) *Legislación de empresas.* Recuperado de: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislación-de-empresas/leyes-y-reglamentos/595-reglamento-de-las-empresas-y-actividades-turisticas-1/file.html>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). IV Trimestre de 2019. *Tasa de desempleo abierto se situó en 12, 4%.* Costa Rica. Recuperado de <https://www.inec.cr/noticia/tasa-de-desempleo-abierto-se-situo-en-124>

López. I (2007). *El enfoque de género en la intervención social.* Cruz Roja, Costa Rica. Recuperado de [https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/carmen\\_verde/manual.pdf](https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/carmen_verde/manual.pdf)

Manero Alfert R, Valera A, Salazar A (2010, julio/septiembre 3) *Compromisos fisiológicos y Biomecánicos de la mujer en tareas agrícolas manuales.* Fundación Mapfre Trauma, vol n°2. Centro de Investigaciones Ergológicas de la Universidad de Carabobo. Valencia, Venezuela. Recuperado de [http://www.mapfre.com/fundacion/html/revistas/trauma/v21n3/pdf/02\\_09.pdf](http://www.mapfre.com/fundacion/html/revistas/trauma/v21n3/pdf/02_09.pdf)

Martinetti, A. F. (2014). *Los mercados solidarios desde la economía social y solidaria. La experiencia de AFIH. III Jornadas Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo.* San Salvador. Recuperado de [http://base.socioeco.org/docs/\\_iii.jornadas.nacionales.sobre.estudios.regionales.y.mercados.de.trabajo\\_40.pdf](http://base.socioeco.org/docs/_iii.jornadas.nacionales.sobre.estudios.regionales.y.mercados.de.trabajo_40.pdf)

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2009). *Política para la igualdad y equidad de género.* San José, Costa Rica. Recuperado de [http://www.mtss.go.cr/perfiles/lineamientos\\_circulares\\_directrices\\_politicas\\_internas/lineamientos-circulares-directrices-politicas%20internas/Politica-igualdad-equidad-mtss.pdf](http://www.mtss.go.cr/perfiles/lineamientos_circulares_directrices_politicas_internas/lineamientos-circulares-directrices-politicas%20internas/Politica-igualdad-equidad-mtss.pdf)

Mora, J. (2005). *Política agraria y desarrollo rural en Costa Rica: Elementos para su definición en el nuevo entorno internacional*. Recuperado de [https://www.mag.go.cr/rev\\_agr/v29n01\\_101.pdf](https://www.mag.go.cr/rev_agr/v29n01_101.pdf)

Municipalidad de Osa (s.f). *La importancia de una ruta turística. Turismo Rural comunitario*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.gobiernolocalosa.go.cr/turismo/sobreRutaTuristica.php>

Municipalidad de Pérez Zeledón, *Oficina de la Mujer* (2022). Recuperado de: <https://www.perezzeledon.go.cr/index.php/municipalidad/departamentos/oficina-de-la-mujer.html>

Naciones Unidas. (2016). *Territorio e igualdad. Planificación del Desarrollo con Perspectiva de Género*. CEPAL, Santiago. Recuperado de <http://www.documentos.una.ac.cr/bitstream/handle/unadocs/8083/Territorio%20e%20igualdad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Naciones Unidas.(Octubre 2006). *La mujer en el 2000 y en el después/ La mujer rural en un mundo cambiante: Oportunidades y Retos*. Recuperado de [https://www.un.org/womenwatch/daw/public/w2000/Rural%20Women%20\(Spanish\).pdf](https://www.un.org/womenwatch/daw/public/w2000/Rural%20Women%20(Spanish).pdf)

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (2017). *Mujeres Rurales luchando por lograr impactos transformadores de género*. Recuperado de <http://www.fao.org/3/I8222ES/i8222es.pdf>

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2020). *Economía Rural*. Recuperado de [https://www.ilo.org/global/topics/economic-and-social-development/rural-development/WCMS\\_546253/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/topics/economic-and-social-development/rural-development/WCMS_546253/lang--es/index.htm)

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (Julio, 1998) *Censos Agropecuarios y Género - Conceptos y Metodología*. Recuperado de <http://www.fao.org/3/X2919S/x2919s00.htm>

Peralta, A (2018). *Metodología de la Investigación. Universidad de Costa Rica.*

Recuperado de [http://ean.ucr.ac.cr/sites/default/files/dn0123\\_0.pdf](http://ean.ucr.ac.cr/sites/default/files/dn0123_0.pdf)

Radioemisoras UCR. (marzo 29, 2019). *No hay evidencia de una brecha salarial*

*entre hombres y mujeres en puestos iguales, como se dijo en la Asamblea.* Costa Rica.

Recuperado de <https://radios.ucr.ac.cr/2019/03/doblecheck/no-hay-evidencia-de-una-brecha-salarial-entre-hombres-y-mujeres-en-puestos-iguales-como-se-dijo-en-la-asamblea/>

Razeto, L. (2010). *¿Qué es la economía solidaria? Papeles de relaciones*

*ecosociales y cambio global.* Recuperado de [https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/PDF%20Papeles/110/que\\_es\\_la\\_economia\\_solidaria\\_L.RAZETO.pdf](https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/PDF%20Papeles/110/que_es_la_economia_solidaria_L.RAZETO.pdf)

Rico, N. (1996). *Violencia de Género: Un problema de derechos humanos. Serie*

*“Mujer y desarrollo 16”.* Recuperado de

<https://www.cepal.org/mujer/noticias/paginas/3/27403/violenciadegenero.pdf>

Saacedra, R, Castro, L, Restrepo, O, Rojas, A (2001). *Planificación del Desarrollo.*

*Estudio de Economía.* Universidad de Bogotá. Recuperado de [https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1942/pdf-planificacion\\_del\\_desarrollo\\_-\\_pag.-web-11-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1942/pdf-planificacion_del_desarrollo_-_pag.-web-11-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA).(2015).

*Política de Estado para el Desarrollo Rural Territorial.* Costa Rica. Recuperado de [https://www.inder.go.cr/acerca\\_del\\_inder/politicas\\_publicas/documentos/PEDRT-2015-2030-Resumen.pdf](https://www.inder.go.cr/acerca_del_inder/politicas_publicas/documentos/PEDRT-2015-2030-Resumen.pdf)

Sepúlveda, S., Rodríguez, A., Echeverri, R., Portilla, M. (2003). *El enfoque territorial*

*de desarrollo rural.* San José, Costa Rica. Recuperado de <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A3045e/A3045e.pdf>

- Sistema Costarricense de Información Jurídica.(1974). *N 5662 Ley de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares*. Costa Rica. Recuperado de [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=2687&nValor3=96417&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=2687&nValor3=96417&strTipM=TC)
- SINAC. (2021). *Sistema Nacional de Áreas de Conservación*. Costa Rica. Recuperado de <http://www.sinac.go.cr/ES/conozca/Paginas/default.aspx>
- SINAC. (2017). *Sistematización del Proceso de Creación y Desarrollo del Sinac*. SINAC, Costa Rica. Recuperado de <http://www.sinac.go.cr/ES/partciudygober/Libros%20Sistematizacion/Creacion%20y%20Desarrollo%20del%20SINAC.pdf>
- Schejtman.A y Berdegú J. (2004) *Desarrollo Territorial Rural*. Recuperado de <http://191.98.188.189/Fulltext/15070.pdf>
- Vilches, A., Pérez, D., Toscano, J.C., y Macías, O. (2019). *Desarrollo rural. Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI)*. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=022>
- Valdez, M. (2016). *Configuración de una red de relaciones socioproductivas en el ámbito rural*. En *Desarrollo Gerencial Revista de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Simón Bolívar-Colombia*. Recuperado de <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2551>

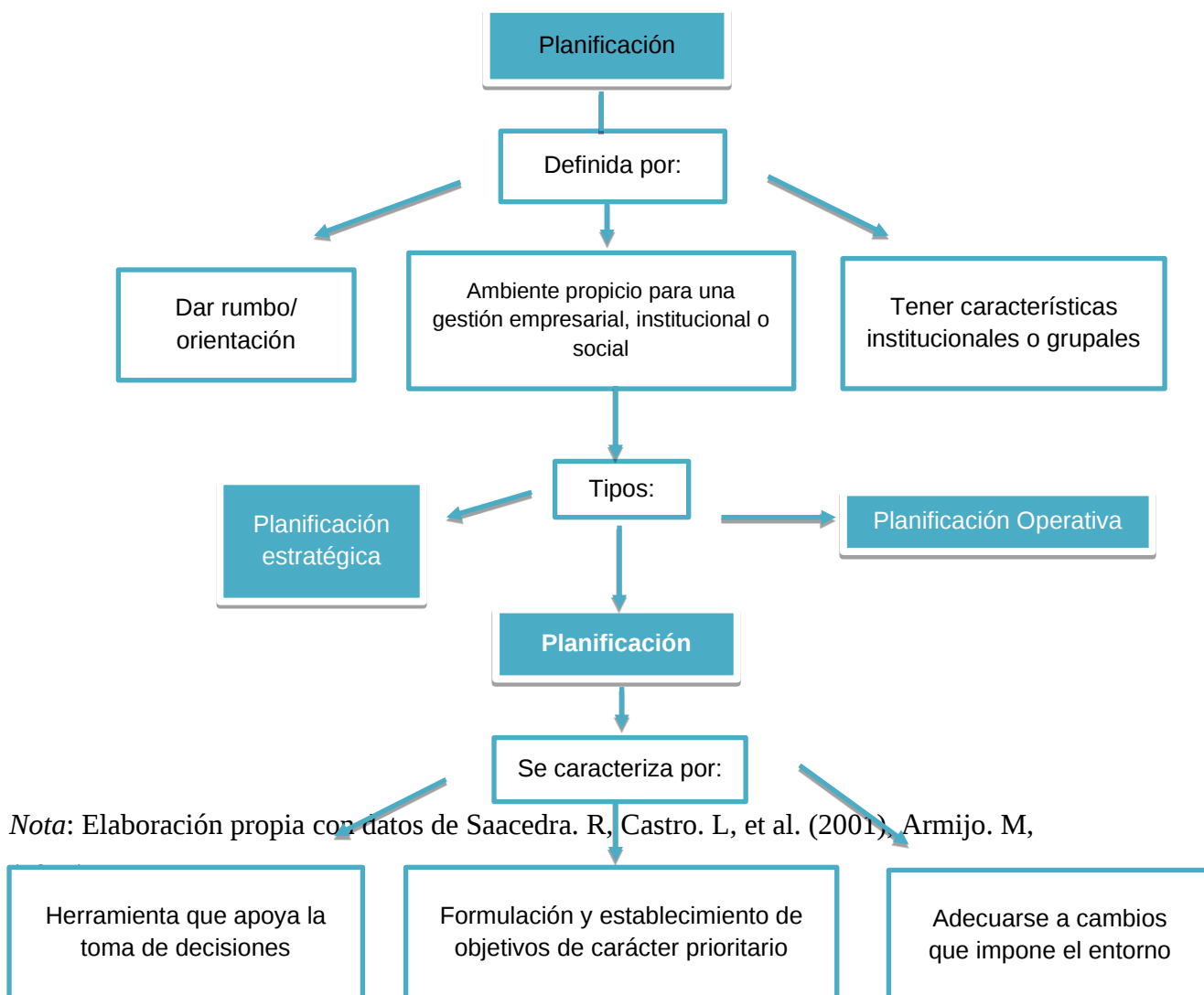
## Anexos

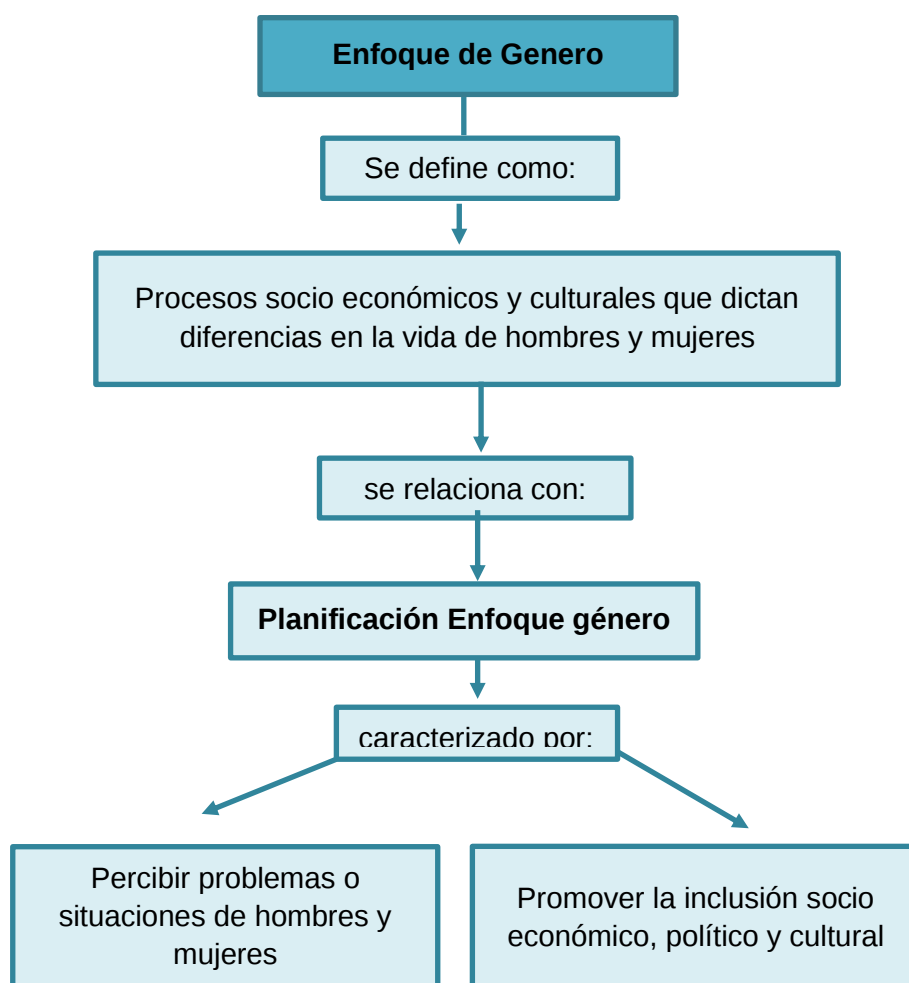
### Anexo 1. Cadena de valor agrícola



*Nota:* Elaboración propia con datos suministrados por Hoffman Llona.N (2017)

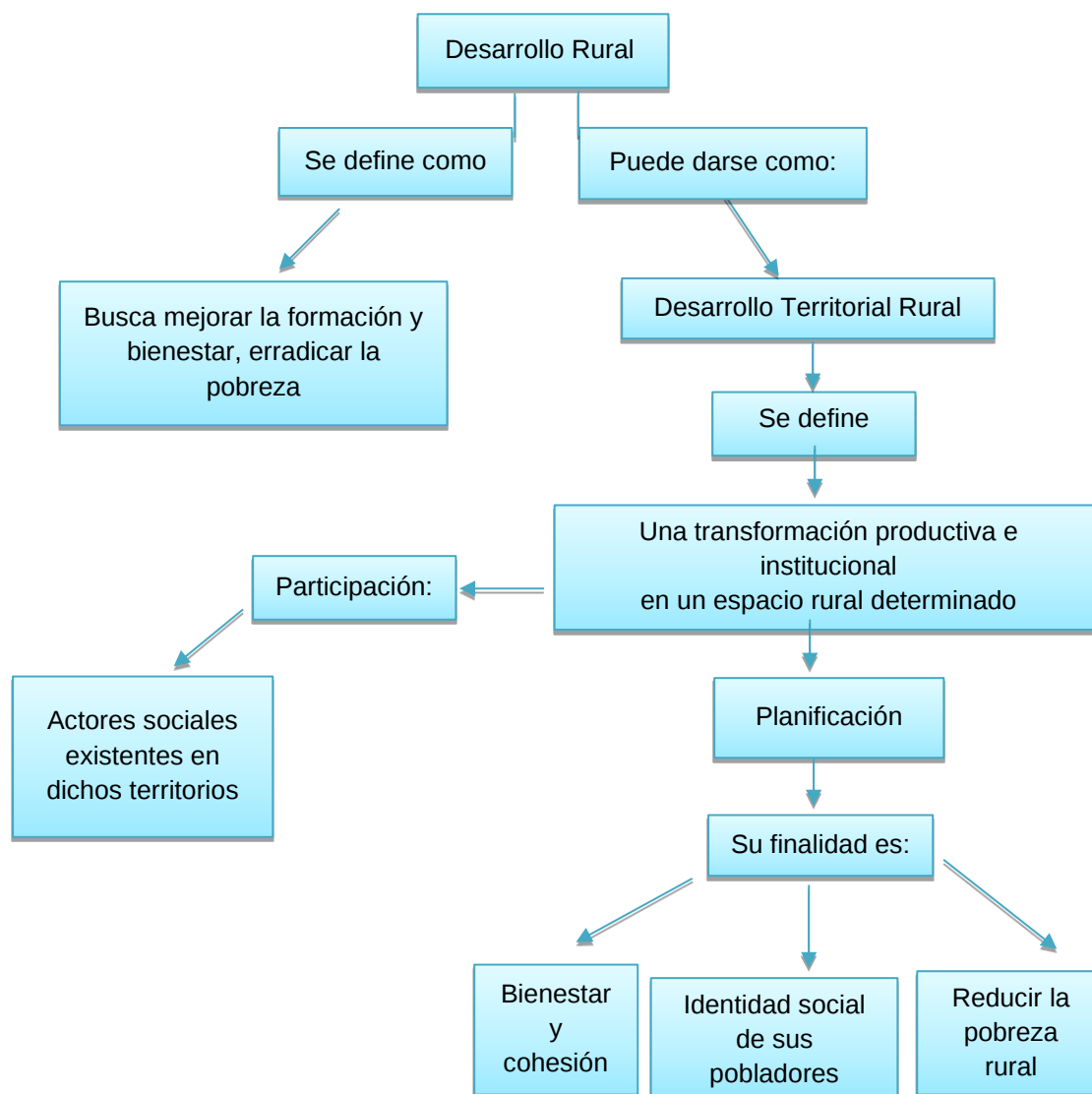
## Anexo 2. Mapa conceptual de “Planificación”



**Anexo 3. Mapa conceptual de “Planificación”**

*Nota:* Elaboración propia con datos suministrados por Faúndez. A, (2007), CEPAL-Naciones Unidas, (2016)

#### Anexo 4. Mapa conceptual de “Planificación”



*Nota:* Elaboración propia con datos de OEI (2019), Schejtman.A y Berdegú J, (2004), Inder (2018)

### Anexo 5. Cronograma de trabajo para el I semestre, 2019.

[illegible]





## Anexo 6. Cronograma de trabajo 2020.

[illegible]

|                                |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Final semestre y vacaciones    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Inicio semestre II             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Correcciones del documento     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Aceptación documento por tutor |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Aceptación EPPS                |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Correcciones del documento     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Elaboración formato tesis      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lectura del Filólogo           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Preparativos defensa           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Defensa tesis                  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Fuente: elaboración propia 2019.